

## فرا تحلیل رابطه هویت ملی و هویت قومی در ایران<sup>۱</sup>

فروزنده جعفرزاده پور<sup>۲</sup> \* حسین حیدری<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف اصلی این مقاله تبیین رابطه بین هویت ملی و هویت قومی در کشور است. این مقاله تلاش دارد با استفاده از روش فراتحلیل پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه، تصویر و شمای کلی از این مطالعات و روش‌شناسی آنها ارائه دهد. جامعه آماری این مقاله محدود به پژوهش‌هایی است که در قالب پایان‌نامه و مقاله در دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد: استفاده از روش‌های کمی و به‌ویژه روش پیمایش از محبوبیت بیشتری در بررسی این موضوع برخوردار است. دیدگاه کنش متقابل نمادین، تئوری استعمار داخلی و مکتب‌نوسازی به‌عنوان چارچوب مفهومی مطالعه است. یافته‌ها حاکی از آن است که تعداد پژوهش‌ها در دهه ۱۳۸۰ نسبت به دهه ۱۳۷۰ از رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده است و این موضوع توجه افراد و صاحب‌نظران مختلف را برای پژوهش در این حوزه را تحت تأثیر قرار داده، ولی به شکل‌گیری مطالعات بین‌رشته‌ای در این حوزه منجر نشده است.

**واژگان کلیدی:** هویت قومی، هویت ملی، رابطه هویت قومی و ملی و فراتحلیل.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال سوم، شماره یازدهم، تابستان ۹۳، صص ۶۳-۹۶

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۳/۲۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۶/۱۰

۱. بخشی از مقاله حاضر از طرح پژوهشی «بررسی و سنجش هویت قومی ایرانیان» استخراج شده که با اعتبار دفتر مرکزی جهاد دانشگاهی در گروه جامعه‌شناسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی اجرا شده است.
۲. استادیار، عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی، نویسنده مسئول (fjafarzadehpour77@gmail.com).
۳. عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی و دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی سیاسی (hs.heidari@gmail.com).

## مقدمه

هویت پاسخ به چیستی و کیستی انسان‌هاست. هویت ملی بالاترین سطح هویت جمعی است که در صورت تقویت، انسجام اجتماعی را به دنبال خواهد داشت. «شرایط و زمینه‌های ساختاری، طبیعی و جغرافیایی و تنوع فرهنگی و قومی در کشور ما از یک سو و فرایند جهانی شدن و بین‌المللی‌گرایی، تحولات سیاسی در جوامع پیرامونی، به‌ویژه بعد از فروپاشی اتحاد شوروی و اشغال دو کشور عراق و افغانستان و تهدیدات مکرر دولت‌های بزرگ فرامنطقه‌ای از سوی دیگر، موجب طرح دغدغه‌ها و نگرانی‌های فزاینده‌ای از سوی مدیران ارشد و تحلیلگران مسائل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در خصوص مسائل قومی، یکپارچگی سرزمینی و اتحاد ملی در ایران شده است» (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۴۴).

از طرف دیگر در سال‌های اخیر با تسریع و تسهیل ارتباطات (جعفرزاده‌پور، ۱۳۸۹: ۴) زمینه برای ایجاد و تقویت ارتباطات قومی ایجاد شده است. این مسئله با فرایند جهانی شدن که باعث تضعیف و کمرنگ شدن نقش هویت‌ساز دولت شده، وضعیت بغرنجی را ایجاد کرده است. جهانی شدن با نفوذپذیر ساختن مرزها و فضا محوری امر اجتماعی به جای مکانمندی آن، نقش دولت را در امر هویت‌سازی به چالش طلبیده، بسترهای مناسبی برای ظهور بحران هویت و معنا فراهم آورده و در عین حرکت به سوی هم‌شکلی، انواع هویت‌های قومی را به‌عنوان مقاومت در برابر گسترش جهانی شدن تقویت کرده است. در کشور چندقومی ایران، مسئله تأثیر و چگونگی رابطه بین هویت قومی و ملی از موضوعات مهم و مورد توجه محققان و نیز سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بوده است. در همین راستا پایان‌نامه، طرح‌های پژوهشی، مقالات و کتاب‌های زیادی در این زمینه به رشته تحریر درآمده، به طوری که در چند دهه اخیر موضوع هویت ملی و هویت قومی و بررسی مسائل مرتبط با هویت و ابعاد آن، به یکی از موضوعات اصلی و محوری علوم اجتماعی و انسانی در کشور تبدیل شده و ادبیات قابل توجهی در این زمینه در سطح ملی تولید شده است.

اگرچه تمامی آنها همسو نبوده و شرایط متفاوتی را در ارتباط بین هویت ملی و قومی احصا کرده‌اند.

حاجیانی با تأکید بر این مسئله چنین آورده است: «به نظر می‌رسد که یکی از مهم‌ترین جهات و ابعاد این مسئله در ایران امروز احساس تضاد و تعارض بین هویت ملی و قومی در میان اقوام ایرانی باشد. در واقع ذات و خمیرمایه وحدت ملی را باید در هویت نسبتاً یکسان، همگرایی و هم‌نوایی هویت‌های متعدد دانست» (همان: ۱۴۵). مطالعات قابل توجه انجام شده در حوزه هویت ملی و هویت قومی، از رویکردهای مختلف، موضوع قومیت و هویت ملی را مورد کنکاش و بررسی قرار داده‌اند. برخی صرفاً وضعیت هویت قومی در یک قوم خاص را مورد مذاقه قرار داده‌اند و گروهی به رابطه هویت قومی در دو یا چند قوم اهتمام ورزیده‌اند. دسته دیگر از مطالعات به بررسی رابطه بین هویت قومی و هویت ملی پرداخته و کوشیده است تصویری از رابطه این دو ارائه کند. بررسی اجمالی نتایج پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که در ارتباط با رابطه هویت قومی و هویت ملی نتایج مختلف و گاه متناقضی از این پژوهش‌ها به دست آمده است. همچنین این مطالعات بر مبنای هدف و روش انتخاب شده پاسخ‌های متفاوتی به این پرسش داده‌اند.

وجود هویت‌های مختلف قومی در کشور از یک سو و اهمیت هویت ملی و نقش آن در تقویت همبستگی و انسجام اجتماعی در کشور، ضرورت توجه به مسئله را دو چندان می‌کند. مقاله حاضر تلاش دارد مطالعاتی که رابطه دو هویت قومی و هویت ملی را سنجیده، با استفاده از روش فرا تحلیل مورد بررسی قرار دهد. با توجه به انباشت قابل توجه تحقیقات انجام شده در این حوزه، بازبینی و بررسی هدفمند این پژوهش‌ها می‌تواند ما را در دستیابی به تصویری شفاف از وضعیت در این حوزه ارائه عوامل تأثیرگذار بر نتایج مطالعات انجام شده، یاریگر باشد. در واقع هدف اصلی نوشتار حاضر، تبیین رابطه هویت ملی و هویت قومی در کشور است. این مقاله همچنین تلاش خواهد کرد راهکارهای عملی برای همگرایی هر چه بیشتر هویت ملی و هویت قومی ارائه کند.

## ۱. هویت

واژه «هویت» در لغت به معنای هستی، وجود، ماهیت و سرشت است. ریشه لغوی آن از

واژه «هو» گرفته شده که اشاره به غایت، نهایت و کمال مطلق دارد و موجب شناسایی و تمایز خود از دیگری می شود (معین، ۱۳۷۷). هویت در اصطلاح به معنای تلاش آگاهانه، مستمر و دائمی کنشگران برای پاسخگویی به پرسش چیستی، کیستی و نحوه شناسایی و معرفی خود در برابر دیگری است که در دو سطح خرد و کلان مطرح است. در واقع می توان گفت: آنچه به ویژگی های شخصیتی یک فرد انسانی بازمی گردد، با عنوان هویت فردی و آنچه به ویژگی هایی اجتماعی یک فرد انسانی بازمی گردد، با عنوان هویت جمعی بازشناسی می شود. بر خلاف هویت فردی، هویت های جمعی «غیر شخصی» بوده و از طریق اجتماع بر ساخته می شوند (منصورنژاد، ۱۳۸۳: ۳۶۲). هویت می تواند بر اساس تأکید بر ابعاد تمایز یا همانندی به ترتیب فردی یا جمعی باشد، اما در هر صورت اجتماعی است. به عبارت دیگر، هویت هر چند به وسیله فرد ابراز می شود و به تعریف و شناسایی فرد از خود یا انتسابش به گروه ها مربوط است، اما اساساً مقوله ای اجتماعی است، چرا که افراد هویت خود را در روند اجتماعی شدن و یا در تماس با دیگران کسب می کنند.

با توجه به تعریف فوق، هویت ملی و نیز هویت قومی یکی از انواع هویت های جمعی هستند. بنابراین یکی از مهم ترین منابع برای تعریف خود اجتماعی<sup>۱</sup> و مشتمل بر ویژگی های فرهنگ جمعی اعضا یک گروه یا جامعه و نیز روابط و مناسباتی است که فرد را احاطه کرده است. از لحاظ فرهنگی، کنشگران به وسیله فرهنگ جمعی یا مشترک اعضای یک جامعه خود را در یک مقوله طبقه بندی می کنند و بدان وسیله اشتراکاتشان را با سایر اعضای گروه (درون گروه) و تفاوت هایشان با دیگران و گروه های دیگر (برون گروه) معین ساخته و مرزبندی می کنند.

### ۱-۱. هویت ملی و هویت قومی

هویت ملی بالاترین سطح هویت جمعی است که رابطه انسان با کشورش را نشان می دهد. هویت ملی فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش هایی از خود است؛ اینکه چه کسی بوده و چه هست، خاستگاه اصلی و دائمی اش کجاست، دارای چه فرهنگ و تمدنی بوده و چه نقشی در توسعه تمدن جهانی داشته و امروز چه جایگاه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در نظام جهانی دارد و بالاخره ارزش های ملهم از هویت تاریخی او تا چه حد در

---

1. Social ego

تحقق اهداف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه مورد نظر، کارساز خواهد بود. در تعریفی دیگر هویت ملی به معنای احساس وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۷). بر اساس این تعریف، میزان تعلق و وفاداری افراد درون یک اجتماع ملی به هر یک از عناصر و نمادهای ملی؛ سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات و مردم و دولت، شدت احساس هویت ملی افراد آن اجتماع ملی را مشخص می‌سازد (همان: ۱۸).

برخی اندیشمندان هویت ملی را به معنای عبور از هویت‌های سنتی همچون مذهب، قوم، قبیله به هویت‌های فراگیرتر می‌دانند (رجایی، ۱۳۸۲: ۱۲). بر این اساس هویت ملی، هویتی است که افراد به جای این که خود را بر اساس تعلقات قومی - قبیله‌ای شناسایی کنند، بر مبنای تعلق به ملتی خاص با جغرافیا و نظام حکومتی معین شناسایی می‌کنند. هویت ملی باید چنان فراگیر باشد که تعارضی بین هویت اولیه (فردی - قومی) و هویت فراگیر (ملی) ایجاد نکند. طبق این تعریف، ویژگی‌های هویت ملی را می‌توان به داشتن ملتی خاص، جغرافیای سرزمینی و نظام حکومتی معین خلاصه کرد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تعاریف متعددی از مفهوم هویت ملی ارائه شده است. برخی به ابعاد فرهنگی و روان‌شناختی تأکید کرده و بعضی بر ابعاد جغرافیایی، تاریخ، زبان و آن را عامل پیوند و تعلق فرد به گروه یا جامعه‌ای که عضو آن است می‌دانند. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان هویت ملی را بر پایه اصول و بنیادهای مشترک دیرپای مردم یک سرزمین که بر گرد آن وحدت پیدا می‌کنند تعریف کرد (احمدی، ۱۳۸۴: ۱۳) که این بنیان‌ها اساس همبستگی ملی و توسعه اقتصادی و سیاسی در جوامع امروز هستند.

هویت قومی نیز بخشی از هویت اجتماعی افراد است که در ارتباط با هویت‌های محله‌ای، منطقه‌ای، نژادی، فرهنگی و جز آن قرار می‌گیرد. با این حال هویت قومی عنصر بارزی در میان هویت‌هاست؛ چنانکه هر یک از انسان‌ها خود را به قوم و تباری (خیالی یا واقعی) وابسته می‌دانند. ضرورت این انتساب تا حدی است که اسمیت معتقد است: اگر ملت‌ها خود را به یک ریشه قومی واقعی یا خیالی وصل نکنند، فرومی‌پاشند (گودرزی، ۱۳۸۴: ۳۲).

هویت قومی از ترکیب متنوع مؤلفه‌های قومیت به وجود می‌آید و حتی در بسیاری از موارد تنها یک مؤلفه متفاوت باعث ایجاد نوعی هویت قومی می‌شود. بنابراین در بین اقوام

مختلف مؤلفه‌های قومیت متفاوت بوده و در هر گروه قومی، هر یک از مؤلفه‌ها دارای درجات اهمیت متفاوتی هستند (احمدلو، ۱۳۸۱).

در تعریف هویت قومی اتفاق نظر چندانی وجود ندارد و هر متفکر و اندیشمندی با برجسته کردن یکی از ویژگی‌های هویتی، به تعریف آن مبادرت کرده است. آنچه از بررسی این تفاوت‌ها به دست می‌آید، این است که مسئله محوری در تعریف هویت قومی را مؤلفه‌ها و عناصر هویت قومی تشکیل می‌دهد. بنابراین «هویت قومی را بر بنیاد شناسه‌های فرهنگی، نظیر زبان، مذهب، آداب و رسوم و پیشینه تاریخی تعریف می‌کنند که با آن افراد با تمام یا برخی جنبه‌های هویتی یک گروه پیوند می‌یابند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۵۹). البته خود این مؤلفه‌ها و عناصر نیز متنوع بوده و نقش آنها در هویت‌دهی به اقوام متفاوت است. در علوم اجتماعی معاصر عموماً یک گروه قومیتی به صورت بیان مجموعه‌ای از تنوع‌ها و ویژگی‌های برآمده از دین، فرقه، کاست، منطقه، زبان، تبار، نژاد، فرهنگ و... تعریف می‌شود که گاه یک قومیت به تنهایی فقط یکی از این عناصر را در بر گرفته و با آن منطبق است و گاهی نیز شامل ترکیبی از آنها است.

## ۲. چارچوب مفهومی

با توجه به ویژگی‌های هویت قومی و هویت ملی، در بررسی حاضر از نظریات کنش متقابل نمادین، مکتب کهن‌گرایی، تئوری نوسازی و تئوری استعمار داخلی به‌عنوان چارچوب مفهومی استفاده شده است.

### ۲-۱. دیدگاه کنش متقابل نمادین

این دیدگاه تلاش دارد بنیادهای نظری هویت را در قالب سازه‌هایی اجتماعی ارائه کند. از این رو سنت جامعه‌شناختی نظریه «هویت» بیش از همه به تعامل‌گرایی نمادین پیوند خورده است. قضیه بنیادین در تعامل‌گرایی نمادین از این قرار است که مردم معانی نمادین را به اشیا، رفتارهای خودشان و دیگران اطلاق می‌کنند و این معانی را طی تعامل‌هایشان با هم منتقل کرده و بسط می‌دهند. پس معانی و در نتیجه هویت‌ها طی تعامل شکل گرفته و بسط می‌یابند. ویژگی مشترک در دیدگاه کنش متقابل نمادین، اهمیتی است که بر این محیط اجتماعی در شکل‌گیری خود قائل هستند، اما رویکردهای تعامل‌گرا به هویت، در تأکیدشان بر ساخت اجتماعی و هویت از سویی و روندها و تعاملاتی که طی آنها هویت‌ها

ساخته می‌شوند از سوی دیگر تفاوت می‌کنند (اکبرزاده، ۱۳۷۶: ۲۳).

از دیدگاه مکتب کنش متقابل نمادین، هویت معادل خود است و هویت اجتماعی که مبتنی بر اشتراکات افراد گروه یا جامعه است، ناظر بر من مفعولی. من مفعولی تحت تأثیر ارزش‌ها، ساخت‌ها، قواعد و نظام‌های اجتماعی بوده و ماهیتی متغیر، متحول و ترکیبی دارد. خود، همچنین تحت تأثیر قدرت و فرهنگ است. تعامل بین هویت (عاملیت) و ساختار اجتماعی در نظریه‌ی مید، گافمن و حتی فروید از طریق تصویرسازی از خود، تعاملات روزمره و ناخودآگاه شکل می‌یابد. بر این اساس و به دلیل اتخاذ این رویکرد و پذیرش تأثیرپذیری هویت (خود) از ساخت‌های اجتماعی، مید و سایر نظریه‌پردازان بر ترکیبی بودن، تنوع و وجود خودهای متکثر توجه داشتند (کوزر، ۱۳۷۸: ۴۹۹؛ صدیق سروستانی و حاجیانی، ۱۳۸۷: ۳۸).

چند بعدی بودن هویت ایرانی و تعامل در اجزای آن، بر اساس نظریه‌ی کنش متقابل نمادین قابل تفسیر است: «بر مبنای نظریه‌ی کنش متقابل نمادین، وجود تنوع در هویت و چندضلعی بودن آن، قابل توجیه و تبیین است. در واقع این نظریه تمهیدات لازم را برای پذیرش واقعیت هویت ترکیبی فراهم می‌سازد، چراکه بر این نکته تأکید دارد که خود، ماهیتی باز دارد و افراد بر اساس مواضع و پایگاه‌های اجتماعی متنوع خود و نیز فرایندهای جامعه‌پذیری، می‌توانند وجوه متعددی از شاکله‌ی هویتی خود ایجاد کنند و میان آنها سازگاری به وجود آورند. بر اساس این نظریه، کنشگران می‌توانند بین ابعاد مختلف هویتی خود تعادل برقرار کنند.

بر این نکته نیز باید تأکید کرد که هویت جمعی تحت تأثیر ساخت قدرت و نظام فرهنگی (به ویژه رسانه) شکل می‌گیرد؛ بنابراین هویت جمعی، ماهیتی ترکیبی دارد و نوع ترکیب آن در جامعه‌ی ایران به شکل چندبعدی نزدیک است. همچنین باید اضافه کرد که میان این ابعاد، هماهنگی، تعامل و تعادل وجود دارد، هر چند این فرض مانع از آن نیست که افراد در هر موقعیت خاص و در جریان عمل جاری خود؛ هویتی معین را به‌طور مقطعی فراخوانند» (همان: ۳۹).

## ۲-۲. مکتب کهن گرایی

این مکتب تأکید می‌کند که قومیت و ناسیونالیسم پدیده‌ای دیرین و کهن است. از مفهوم

کهن‌گرایی، بیشتر برای توصیف ریشه‌ها و استحکام وابستگی‌های قومی استفاده شده است. کهن‌گرایان دو ادعای اساسی دارند: نخست اینکه ملت‌ها و ناسیونالیسم پدیده‌های کهن هستند و دوم اینکه طبیعی و بنابراین جهانشمولند. کسانی که برجسته‌های کهن قومیت تأکید می‌ورزند، به وجود نوعی ارتباط میان قومیت و خویشاوندی و نیز روابط قومی - عاطفی میان مردمی که اجداد مشترک و گاه سرنوشت مشترک برای خود تصور می‌کنند اعتقاد دارند، هویت قومی در اینجا عنصر اساسی و محوری تحول شخصیت تلقی می‌شود که ارتباط نزدیکی با تصور «خود» مراحل اولیه جامعه‌پذیری، آموزش زبان با اعتقادات مذهبی و سیاسی دارد (احمدی، ۱۳۸۷: ۱۴۳).

کلیفورد گیدنز روابط کهن را در مفهومی فراتر از روابط خویشاوندی به کار برد و آن را با گروه‌های بسیار بزرگ مانند گروه‌های متکی به سرزمین، زبان، مذهب یا سایر سنت‌های مشترک ارتباط داد. از نظر او، در بسیاری از ملت‌های در حال تکوین، تنها معمار تشخیص واحدهای سیاسی خون، زبان، نژاد و تعلق به یک مکان، همه اجزای وابستگی‌های کهن هستند که از آنها در صورت لزوم برای تعریف گروه‌های سیاسی نیز استفاده می‌شود تا در سطح سیاست‌های ملی مطرح شوند. این گروه‌ها برای به دست گرفتن دولت با یکدیگر رقابت می‌کنند.

### ۲-۳. تئوری نوسازی

کارل دویچ بر این باور است که فرایند حذف هویت قومی در دو سطح اتفاق می‌افتد: سطح کلان و سطح خرد. در سطح کلان فرایند نوسازی به همانندسازی پیشرفته فرهنگ مسلط بر جمعیت پیرامون می‌انجامد، همچنانکه شبکه‌ای از تعاملات پهناور می‌شود و افراد پیرامون و اقلیت‌های فرهنگی و قومی روابط بیشتری با خارج از محل اقامت خود تجربه می‌کنند، این جریان همانندسازی از درون مجموعه دولت - ملت می‌انجامد (اوز کریملی، ۱۳۸۳: ۱۸۶). در سطح خرد (فردی) دویچ چنین متذکر می‌شود: «نرخ نوگرایی بستگی به میزان پذیرا بودن شخص و همبستگی وی با جلوه‌های فوق دارد. به کلامی دیگر، به اعتقاد دویچ، به میزانی که ظرفیت فرد نسبت به پذیرش تجربه‌های جدید افزایش می‌یابد، به همان نسبت میزان نوگرایی وی نیز بیشتر خواهد شد (سیف زاده، ۱۳۷۳: ۱۱۴).



#### ۲-۴. تئوری استعمار داخلی

«هشتر» مطرح کننده تئوری استعمار داخلی است. وی در کتاب خود با عنوان «استعمار داخلی» این تئوری را مطرح می‌سازد. او معتقد است: افزایش تعاملات اجتماعی میان گروه‌های قومی نیز در روند نوسازی و توسعه ضرورتاً به ایجاد اتحاد ملی و محو همبستگی‌های قومی قطعه، قطعه نمی‌انجامد، بلکه برعکس می‌تواند به تعارضات قومی منجر گردد (رمضان‌زاده و بهمنی، ۱۳۸۷: ۲۳۲). مسئله مورد تأکید در این تئوری، تعارضات قومی و جذب و ادغام اقوام است. مفروضات اصلی این تئوری چنین است که موج نامتوازن مدرن‌سازی در کشورها دو گروه را به وجود می‌آورد: گروه پیشرفته و گروه کمتر پیشرفته. در نتیجه این مزیت اتفاقی آغازین، منابع و قدرت بین دو گروه به شکلی نامساوی توزیع می‌شود که حاصل آن شکل‌گیری اقتصاد مرکز و پیرامون است. گروه پیشرفته، تخصیص نقش‌های اجتماعی را به گونه‌ای تنظیم می‌کند که نقش‌های پر اعتبارتر به اعضای آن تعلق می‌گیرند. برعکس، اعضای گروه کمتر پیشرفته از دسترسی به این نقش‌ها محروم می‌شود. هشتر این سیستم قشربندی را «تقسیم کار فرهنگی» می‌نامد. از طرف دیگر، این روند ممکن است عملاً از طریق سیاست‌های تبعیض‌آمیز - نظیر ایجاد دسترسی متفاوت به نهادهای اهداکننده نظیر نهادهای آموزشی، مذهبی یا نظامی نیز اجرا شود. تقسیم کار فرهنگی باعث می‌شود که افراد خود را با گروهشان بازشناسند و موجب رشد هویت قومی متمایز می‌گردد (گودرزی، ۱۳۸۵: ۱۸۷).

#### ۳. روش‌شناسی

امروزه در حوزه‌های مختلف علمی، با حجم وسیع و متنوعی از تولیدات علمی و آکادمیک به زبان فارسی در کتابخانه‌ها و مخازن پایان‌نامه و مجلات علمی - پژوهشی ایرانی مواجه هستیم. فراتحلیل «امکان تلخیص، ادغام، ترکیب (سنتز) و تفسیر داده‌ها، شواهد و نتایج پژوهش‌های کمی و کیفی و حتی بسط و گسترش نظریه‌ها و مدل‌های مفهومی را در بسیاری از حوزه‌های مطالعاتی از جمله علوم اجتماعی و رفتاری فراهم می‌کند» (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹: ۹). یکی از حوزه‌هایی که در کشور مطالعات قابل ملاحظه‌ای در آن حوزه انجام شده، حوزه مطالعات هویت ملی و قومی است. این پژوهش در صدد است، با توجه به اهمیت رابطه هویت قومی و ملی با یکدیگر،

پژوهش‌های موجود را در این حوزه با استفاده از روش فراتحلیل مورد کنکاش و بررسی قرار دهد.

جامعه مورد بررسی در این پژوهش، مجموعه پژوهش‌های انجام شده در قالب مقاله و پایان‌نامه که رابطه بین هویت قومی و هویت ملی را بررسی کرده‌اند در نظر گرفته شده‌اند (شامل ۲۷ اثر پژوهشی).

شیوه نمونه‌گیری در این بررسی به شیوه کل شماری است و سعی شده منابع موجود در قالب پایان‌نامه و مقاله، در دهه‌های هفتاد و هشتاد شمسی مورد مطالعه قرار گیرد. البته باید خاطر نشان کرد که گاه مقالاتی از پایان‌نامه استخراج و به صورت مقاله منتشر شده بود. بنابراین در چنین مواقعی در مرحله اول بر تحلیل و انتخاب پایان‌نامه تأکید شد، ولی چنانچه به هر دلیلی دستیابی به پایان‌نامه میسر و امکان‌پذیر نبود، مقاله استخراج شده از آن مورد استناد قرار گرفت.

#### ۴. پژوهش‌های بررسی شده

جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۱	مطالعه و بررسی مؤلفه‌های بارز هویت فرهنگی و قومی مردم بلوچ و نسبت و رابطه آن با هویت فرهنگ ملی (بلوچستان)	پایان نامه، ۱۳۷۳	داود میرمحمدی	بلوچ	پیمایش	استان سیستان و بلوچستان	در میان رؤسای خانواده‌های بلوچ ساکن شهرستان زاهدان، آن دسته از افرادی که دارای خواستگاه روستایی بوده و در مناطق روستایی و ایلی زندگی می‌کنند در مقایسه با افراد شهرنشین تمایلات قومی بیشتری دارند (همبستگی در حد ضعیف) - میان این دو متغیر (وضعیت سواد و سطح تحصیلات) با متغیر شدت قومیت‌گرایی بلوچ‌ها ارتباط شدیدی وجود دارد - افرادی که دارای مشاغل بالا و متوسط و همچنین کسانی که شاغل در رشته‌های شغلی دولتی و فروشنده‌اند در مقایسه با افراد صاحب مشاغل پایین و شاغل در رشته‌های شغلی خدمات، حمل و نقل و دامداری و کشاورزی تمایلات قومی ضعیف‌تری از خود نشان داده‌اند.	واگرا و متأثر از متغیرهای محل سکونت و نوع شغل
۲	یکپارچگی ملی و رشد هویت‌های قومی	مطالعات راهبردی، ۱۳۷۷	کاووس سید امامی	-	اسنادی	-	حفظ آداب و رسوم سنت‌ها و زبان اختصاصی هر قوم حق طبیعی آن محسوب می‌شود. در جهانی که اصل تنوع در همه شئون آن پذیرفته است، همه اقوام حق حیات و ادامه راه و روش‌های فرهنگی خود دارند. کشورهایی که چند گروه قومی را در خود جا داده‌اند با اتخاذ سیاست‌های قومی مناسب و به‌خصوص با احترام نهادن به اصل تنوع فرهنگ‌های قومی در درون مرزهای مشترک و استفاده از گفت و شنود به جای زور و اجبار می‌توانند یکپارچگی و تمامیت ارضی خود را حفظ کنند.	اظهاری نشده
۳	روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت اقوام در ایران (تحلیلی ثانویه بر داده‌های یک پیمایش ملی)	فصلنامه مطالعات ملی، ۱۳۸۰	علی یوسفی	بلوچ، ترک، فارس، کرد و لر	تحلیل ثانویه	مطالعات انجام شده در حوزه قومی	با افزایش همکاری‌های بین قومی که از ترکیب سه نوع رابطه فکری، عاطفی و معیشتی اقوام حاصل می‌شود تعلق و وفاداری اقوام به اجتماع ملی افزایش پیدا می‌کند و در مقابل با افزایش تعارضات و خصومت‌های قومی، تعلق و وفاداری اقوام به اجتماع ملی تضعیف می‌گردد. هویت ملی در هر سه بعد مذکور (تعلق خاطر مشترک به نمادهای ملی مثل: پرچم، سرزمین، سرود و زبان ملی، وفاداری مشترک به وطن، دین، مردم و دولت ملی و میراث مشترک فرهنگی و تاریخی) و در کل در بین اقوام پنج‌گانه کشور بالاست. امتیاز هویت ملی اقوام بر روی یک مقیاس ۰ تا ۱۰۰ در بین همه اقوام بالاتر از ۸۰ است که حاکی از وفاداری زیاد اقوام به اجتماع ملی است.	مستقیم و همگرا

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۴	رفتار سیاسی قوم ترکمن	پایان نامه، ۱۳۸۰	حسن پیردشتی	ترکمن	اسنادی	قوم ترکمن	افزایش همگرایی در زمان حمله یک نیروی خارجی و جنگ قبیله‌ای در مواقع ثبات؛ رفتار واگرایانه ترکمن‌ها در مرحله گذر تاریخی شکل می‌گرفت که تحت این شرایط احساس وطنی و همگرایی ملی تضعیف شده است. در این بین نقش شخصیت‌های علمی مذهبی قوم ترکمن و همچنین نیروهای کشتی بیرونی بر رفتار واگرایی نقش مهمی داشته‌اند.	همگرا در زمان وجود دشمن بیرونی - واگرا در شرایط عادی
۵	بررسی نقش هویت قومی در اتحاد ملی (مطالعه موردی: قوم بلوچ)	پایان نامه، ۱۳۸۱	ماد کاویانی راد	بلوچ	اسنادی	-	همبستگی ملی متأثر از نوع رویکرد حکومت مرکزی در برخی مناطق ایران که منطبق بر اقوام غیر فارس و غیر شیعه مذهب هستند، در دوره‌های خاص تاریخی انسجام سرزمینی کشور را به چالش گرفته است. قوم بلوچ، در جنوب خاوری کشور در استان پهناور سیستان و بلوچستان ساکن است.	اظهار نشده
۶	شکل‌گیری دولت مدرن و تأثیر آن بر قوم‌گرایی در ایران	پایان نامه، ۱۳۸۱	نصیری فرد	کلیه اقوام	اسنادی	-	سیاست‌های همانندسازی، تأکید بر ویژگی‌های قومی یک قوم خاص برای تقویت هویت ملی، عوامل خارجی و نابرابری‌های اقتصادی بر تشدید قوم‌گرایی و تضعیف هویت ملی در بین اقوام ایرانی تأثیر داشته است.	رابطه معکوس
۷	بررسی رابطه میزان رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان شهر تبریز	پایان نامه، ۱۳۸۱	حبیب احمدلو	ترک	پیمایش	جوانان شهر تبریز	افراد دارای هویت‌های گوناگونی هستند و این هویت‌ها لزوماً مقابل یکدیگر قرار نمی‌گیرند - هویت قومی و ملی دو نوع هویت جمعی هستند که افراد طی اجتماعی شدن آنها را درونی کرده و جزئی از شخصیت خود می‌سازند و از آنها در محیط‌های مقتضی استفاده می‌کنند. بنابراین افراد تناقضی بین این دو نوع هویت درک نمی‌کنند.	رابطه مستقیم و همگرا
۸	زمینه‌های انسجام ملی در آذربایجان ایران	فصلنامه مطالعات ملی، ۱۳۷۲	محمدرضا کفایش چشمید	ترک	اسنادی	-	تداوم سرزمینی که از یک سابقه چندین هزار ساله برخوردار است، به‌صورت روشن در حافظه تاریخی مردم آذربایجان نقش بسته و در ایجاد حس ایرانی در آنها، به‌عنوان یک عامل نیرومند تلقی می‌شود. تعلق خاطر عمیق آذربایجانی‌ها به مذهب تشیع در پایبندی و وفاداری واقعی آنها به کشور، تأثیری قاطع و انکارناپذیر داشته است. صرف نظر از تبعات منفی مهاجرت بی‌رویه از آذربایجان، باید اذعان داشت که این مهاجرت‌های گسترده و دگرگونی‌های جمعیتی حاصل از آن، در ادغام آذربایجان در ترکیب کلی کشور مؤثر واقع شده و در تقویت یکپارچگی ملی نقش مهم و مؤثری داشته است.	همگرا / تقویت‌کننده

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۹	بررسی صورت‌بندی الگوهای هویتی (محلی، ملیو جهانی) در میان دانشجویان دانشگاه تهران (مطالعه موردی: دانشجویان آذری و کرد دانشکده‌های علوم انسانی و فنی)	پایان‌نامه، ۱۳۸۴	روح‌الله نصرتی	آذری و کرد	پیمایش	دانشجویان آذری و کرد دانشکده‌های علوم انسانی و فنی	در مؤلفه سبک زندگی که شامل تغذیه پوشاک موسیقی تزیین منزل مدیریت بدن می‌باشد تقابل و تضادی بین سه الگو در بین هیچکدام از دانشجویان گروه‌های قومی نیست. اما در مؤلفه‌های زمینه‌ای هویت مثل مشارکت رسانه تاریخ زبان زمینه‌های تقابل دیده می‌شود که در این مورد تفاوت بارزی بین دانشجویان کرد زبان و ترک آذری زبان وجود دارد. مهم‌ترین تقابل در این زمینه میان الگوهای هویتی محلی و ملی است و تأکید بر هویت محلی به مثابه مقاومت در مقابل الگوی هویتی ملی است. به‌طور کلی باید اذعان کرد که هویت دانشجویان کرد زبان به شدت آغشته به مباحث سیاسی است و سیاست‌زدگی هویتی را در تمام عرصه‌های هویتی مثل از عرصه‌های نمادین و فرهنگی گرفته تا عرصه‌های اجتماعی و سیاسی می‌توانیم ببینیم.	تفاوت با توجه به قومیت در بین کردها رابطه معکوس در بین ترک‌ها رابطه مستقیم
۱۰	بررسی هویت ملی و هویت قومی جوانان کرد (مطالعه موردی: جوانان کرد مهاباد)	پایان‌نامه، ۱۳۸۴	سارا توشاد	کرد	پیمایش	جوانان کرد مهاباد	نتایج تحقیق قبل از هر چیز نشان‌دهنده این نکته اساسی هستند که در بررسی جوامع کردنشین شمال غرب ایران حضور اقوام ترک زبان باید به‌طور جدی در پژوهش‌ها مورد توجه قرار گیرد. مهم‌ترین نقطه این تقابل زبان کردی در برابر زبان فارسی است. و سپس مواردی چون تاریخ و سرزمین و حتی فرهنگ نامگذاری کردی اهمیت می‌یابد.	تعارض در مؤلفه‌های زبانی
۱۱	بررسی احساس تعلق به هویت ملی و قومی در بین جوانان پیرانشهر	پایان‌نامه، ۱۳۸۴	مجتوب آموسی	کرد	مصاحبه عمیق	جوانان کرد پیرانشهر	عدم تفاوت در مؤلفه‌های فرهنگی هویت قومی و ملی، تعارض شدید در مؤلفه‌های سیاسی انتقاد از حکومت	تعارض در مؤلفه‌های سیاسی - همگرایی در مؤلفه‌های فرهنگی
۱۲	نقش نیروهای مرکزگرا و مرکزگریز در همبستگی ملی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)	پایان‌نامه، ۱۳۸۵	علی نوبست امیری	کرد	پیمایش	استان کرمانشاه	مهم‌ترین چالش فراروی همبستگی ملی در استان کرمانشاه ترکیب قومی - مذهبی نیروهای مرکزگریز در چهار شهرستان سن‌نشین استان است و در بقیه نقاط پیوند مذهبی با هسته مرکزی کشور به میزان بسیار زیادی از نقش مرکزگریزی نیروهای قومی، که مهم‌ترین نیروی مرکزگریز می‌باشد، کاسته است.	تعارض به دلیل وجود نیروهای قومی - مذهبی مرکزگریز

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۱۳	عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان آذربایجانی نسبت به هویت ملی در دانشگاه تهران و تبریز	پایان نامه، ۱۳۸۵	ولی زاده	ترک	پیمایش	دانشجویان ترک در دو دانشگاه تهران و تبریز	یافته‌های تحقیق با اثبات مباحث تنوریک نشان دادند که مدرنیزاسیون ایرانی توسعه نامتوازن و همانندسازی قومی موجب افزایش احساس تبعیض و محرومیت و پنداشت بد از رفتار فارسی زبان‌ها شده و این امر خود موجب کاهش میزان رضایت از کشور می‌گردد. با کاهش میزان رضایت از کشور هویت قومی افزایش یافته و به همان نسبت از گرایش دانشجویان نسبت به هویت ملی کاسته می‌شود.	واگرایی هویت قومی و ملی احساس محرومیت و تبعیض
۱۴	رابطه قوم‌مداری زبانی و جمع‌گرایی با کاربرد زبان فارسی در محیط‌های آموزشی یک منطقه ترک زبان	نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ۱۳۸۵	پهلوان علایی	ترک	اسنادی	-	جامعه دانش‌آموزان منطقه، اساساً جامعه‌ای جمع‌گراست و این خصوصیت یکی از موانع کاربرد زبان فارسی به شمار می‌رود. از سوی دیگر، علاقه به قومیت و زبان مادری یکی از ویژگی‌های دانش‌آموزان منطقه است. اما این ویژگی بر خلاف تصور، رابط مثبتی با میزان کاربرد زبان فارسی به‌عنوان زبان دوم دارد.	همگرا
۱۵	مقایسه وضعیت هویت‌یابی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در گروه‌های قومی استان خوزستان	مطالعات ملی، ۱۳۸۵	رضی امیدیان	عرب، بختیاری و غیرعرب	پیمایش	دانش‌آموزان استان خوزستان	نتایج در رابطه با مقایسه نمره‌های هویت نشان داد که تفاوت آزمودنی‌ها در هویت کسب شده معنادار نیست ولی آزمودنی‌های عرب در حالت‌های هویت سردرگم و زود هنگام، از بختیاری‌ها و گروه غیرعرب و غیربختیاری بیشتر بودند. در حالت هویت مهلت‌خواه دانش‌آموزان عرب زبان و بختیاری‌ها از گروه سوم نمره بیشتری کسب کردند. در بعد اعتقادی، گروه عرب زبان در هویت زود هنگام بر دو گروه دیگر برتری داشتند. در حالت مهلت‌خواه، در بعد اعتقادی گروه عرب فقط بر گروه غیرعرب و غیربختیاری برتری داشت و با گروه بختیاری تفاوت معناداری نداشت. در بعد روابط بین‌فردی نتایج مشابهی به دست آمد. در حوزه هویت ملی دانش‌آموزان بختیاری از نظر هویت زود هنگام و مهلت‌خواه بر گروه سوم برتری داشتند.	اظهار نشده

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۱۶	بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز	پایان نامه، ۱۳۸۶	سید مجتبی تقوی	عرب	پیمایش	اعراب شهرستان اهواز	نتایج تحلیل دو متغیره داده‌ها نشان داد که بین متغیرهای سن، شغل، درآمد، میزان مالکیت خانواده، احساس محرومیت نسبی در بعد اقتصادی، منطقه مسکونی (مختلط یا غیر مختلط)، میزان اعتماد به قوم، پابندی به هنجارهای قومی، تحصیلات، استفاده از وسایل ارتباط جمعی، رضایت از نظام جمهوری اسلامی، مشارکت در امور سیاسی و احساس محرومیت نسبی در بعد سیاسی با هویت قومی رابطه مثبت داشتند.	واگرا به دلیل احساس محرومیت در ابعاد اقتصادی و سیاسی
۱۷	تأثیر احساس محرومیت نسبی بر هویت قومی و هویت ملی (مطالعه موردی: اعراب استان خوزستان)	ایران، ۱۳۸۶ فصلنامه جامعه‌شناسی	عبدالله نوح و تقوی	عرب	پیمایش	ارباب استان خوزستان	با افزایش احساس محرومیت نسبی، هویت قومی در میان مردم عرب این استان تشدید شده و در پی آن برخی جنبه‌های هویت ملی آنان کاهش می‌یابد. بنابراین، بین هویت قومی و هویت ملی اعراب استان خوزستان رابطه معکوسی وجود دارد. شایان ذکر است که در این تحقیق هویت قومی با توجه به ابعاد سه گانه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی آن مورد سنجش قرار گرفته است.	رابطه معکوس به دلیل افزایش احساس محرومیت
۱۸	همگرایی و واگرایی از هویت ملی در نشریات دانشجویی	پایان نامه، ۱۳۸۶	گنج خالو، مصدق	کرد و ترک	تحلیل محتوا	نشریات دانشجویی کرد و ترک زبان	نتایج تحلیل محتوای نشریات آذری نشان داد که سمت‌گیری این نشریات بیشتر در جهت راهبردهای تلفیقی و تخریبی است و نشریات دانشجویان کرد سمت‌گیری در جهت راهبردهای توازی و تلفیق بوده است.	اظهار نشده
۱۹	جهانی شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی: مصرف رسانه‌ای بلوچ‌های ایران و چالش‌های هویت قومی و هویت ملی	مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۸۶	سعید معینفر و شهلی بر	بلوچ	ترکیبی (مصاحبه عمقی - بررسی اسنادی)	۳۶ نفر از مصرف‌کنندگان متون دیداری، شنیداری قومی بلوچ	جهانی شدن اقتصاد و فرهنگ، فضای جدیدی را برای بلوچ‌های ایران از حیث مصرف رسانه‌ای به وجود آورده است که از سه مشخصه عمده برخوردار است: ۱. مصرف متون قومی، ۲. مصرف انیمیشن‌های جذاب امریکایی دوبله شده به زبان قومی و ۳. مصرف گسترده فیلم‌های عامه پسند هندی. پدیده‌های فوق، نوعی سیاست فرهنگی محلی را تشکیل می‌دهند که از یک جهت، برخی از مولفه‌های سنتی هویت بلوچی را به شدت دچار چالش نموده و زمینه‌ساز نهادینه کردن مؤلفه‌های جدیدی در این هویت شده است. از جهتی دیگر، با برجسته ساختن هویت قومی سنتی، تضعیف مؤلفه‌های هویت اسلامی و شیوع عناصر فرهنگی شبه قاره هند، هویت ملی ایرانی را بحران زده کرده است.	رابطه معکوس ولی ضعیف در بعد فرهنگی و شیوع عناصر فرهنگی جهانی

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۲۰	نسبت هویت ملی و هویت قومی در میان اقوام ایرانی	مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۳۸۷	ابراهیم حاجیانی	همه اقوام	پیمایش	۸۴۰ نفر افراد بالای ۱۸ سال در ۹ شهر بزرگ کشور از ۶ گروه قومی	هویت ملی و قومی در میان اقوام ایرانی برجسته و قوی هستند و تفاوت معنی داری از لحاظ میانگین گرایش اقوام به این دو بعد هویت وجود ندارد (به جز عرب‌ها و ترکمن‌ها). روابط میان ابعاد فرهنگی و اجتماعی هویت قومی و ابعاد فرهنگی و اجتماعی ملیت، قوی و مثبت و معنادار است، اما میان ابعاد سیاسی ملیت رابطه معکوس و قوی دارند.	رابطه مثبت و همگرا بین بعد فرهنگی اجتماعی دو هویت و رابطه معکوس و قوی بین ابعاد سیاسی دو هویت
۲۱	رابطه هویت طایفه‌ای و هویت ملی با تأکید بر متغیرهای نگرشی در شهر نورآباد ممسنی	مطالعات ملی، ۱۳۸۷	مقدس و چلبری	لر	پیمایش	۳۶۸ سرپرست خانوار لر شهر نورآباد ممسنی	همه متغیرهای فوق بجز اعتماد اجتماعی، همبستگی مثبت و معناداری با هویت ملی دارند. همبستگی متغیرهای صراحت و رابطه باز با هویت طایفه ای، منفی و معنادار بود. انگیزه عقلانی، همبستگی معناداری با هویت طایفه‌ای نداشت. همچنین، همبستگی متغیر اعتماد اجتماعی با هویت ملی و طایفه‌ای معنادار نبود. بالاخره اینکه، همبستگی هویت ملی و طایفه‌ای منفی بود. همه متغیرها با همدیگر توانستند ۵۸ درصد از واریانس تمایلات ملی گرایانه افراد مورد بررسی را تبیین کنند.	رابطه معکوس و واگرا
۲۲	بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت قومی بر اساس امنیت اجتماعی	فصلنامه دانش انتظامی، ۱۳۸۷	نبوی، حسین زاده، حسینی	کلیه اقوام	پیمایش	۶۰۰ نفر افراد ۱۶ سال و بالاتر در شهرستان اهواز	از مجموع عوامل مطرح شده، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و هویت ملی تأثیر افزایش دهنده و دو متغیر احساس محرومیت نسبی و احساس بی‌قدرتی، اثر کاهنده‌ای بر احساس امنیت اجتماعی افراد دارند. متغیر احساس بی‌قدرتی، به‌صورت مستقیم بر هویت قومی و به‌صورت معکوس بر هویت ملی افراد تأثیرگذار است. همچنین، متغیرهای هویت قومی و جنسیت، به ترتیب بر احساس امنیت جانی و احساس امنیت مالی افراد اثر گذارند.	رابطه معکوس به‌دلیل احساس محرومیت نسبی، احساس امنیت اجتماعی و احساس بی‌قدرتی



ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

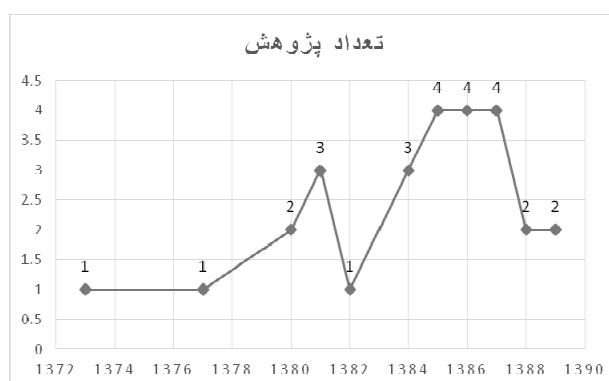
ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۲۳	رویکردی نظری به رابطه دولت سرزمینی مدرن و قوم‌گرایی در ایران	پایان نامه، ۱۳۸۷	احمدی طامه	همه اقوام	اسنادی	--	سیاست اصلی در ارتباط با قومیت‌ها در دوره پهلوی آسیمیلیاسیون و یکسان‌سازی بود ولی در دوره نوع نگاه و رویکرد به مسائل قومی و یکپارچگی ملی، دچار تغییر و تحول اساسی شده است و دولت جمهوری اسلامی به عکس دولت پهلوی، با به رسمیت شناختن تنوع قومی موجود در جامعه ایران، مبنای یکپارچگی ملی و ملت‌سازی را بر اسلام و مشارکت همه گروه‌های قومی در جامعه ملی قرار داده است، تا در سایه آن، فرایند ملت‌سازی و یکپارچگی ملی به‌طور کامل تحقق پیدا کند. این دیدگاه در قانون اساسی و سیاست‌های قومی نیز حاکم است و دولت جمهوری اسلامی با پذیرش تنوع و تکثر فرهنگی و قومی و زمینه‌سازی برای حفظ و نه استحاله آن، در عین حفظ یکپارچگی ملی، سبب تعدیل قومیت‌گرایی شدید در ایران شده است.	اظهاری نشده
۲۴	گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان	مطالعات ملی، ۱۳۸۷	اکرامی	عرب	پیمایش	عرب‌های خوزستان	بین گرایش به هویت ملی و گرایش به هویت قومی همبستگی بالایی وجود دارد، احساس محرومیت نسبی تقویت‌کننده هویت قومی	رابطه معکوس احساس محرومیت نسبی تقویت‌کننده هویت قومی
۲۵	بررسی نگرش نخبگان کرد به هویت جمعی (قومی / ملی): تحلیل گفتمان هویت قومی و ملی نخبگان استان کردستان	پایان نامه، ۱۳۸۸	سمیه رحمانی	کرد	تحلیل گفتمان	نخبگان استان کردستان	بر درون مایه فرهنگی گفتمان اغلب این نخبگان همراه با اتخاذ هویت مقاومت در برابر حاکمیت دلالت می‌کند. همچنین هویت قومی بر هویت ملی آنان برتری داشته و در کل چهار نوع نظم گفتمانی متفاوت را به خویش اختصاص داده است. گفتمان اسلامی با دو رویکرد اسلامی / قومی و روکرد اسلامی گفتمان هنری با دو رویکرد هنری و قومی / فرهنگی، گفتمان علمی با اتخاذ دیدگاهی واقع‌نگرانه از هویت قومی و گفتمان سوسیالیستی با رویکردی انسانی / قومی.	برتری هویت قومی بر هویت ملی

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۲۶	بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی شدن بر هویت قومی (مطالعه موردی: جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان بوکان	مطالعات ملی، ۱۳۸۹	بیل سحاق	کرد	پیمایش	جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان بوکان	بر اساس نتایج به دست آمده، ضریب همبستگی بین تمرکز زدایی و هویت قومی ۰/۳۳۶؛ میان تحصیلات و هویت قومی ۰/۱۲۶ و بین درآمد و هویت قومی ۰/۰۰۴ می‌باشد.	
۲۷	جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)	فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۱۳۸۹	اکرم جی، اسکندر فتحی آذر و بهمن محمدپوش	ترک	پیمایش	دانشجویان دانشگاه تبریز	بین هویت محلی پاسخگویان با هویت ملی رابطه منفی وجود دارد. به طوری که این همبستگی معکوس بین هویت محلی و هویت جهانی در میان همه گروه‌های قومی از جمله ترک‌ها، کردها و فارس‌ها به وضوح دیده می‌شود. همچنین رابطه مثبت پایگاه اجتماعی اقتصادی با هویت جهانی‌شان و رابطه منفی بین پایگاه اجتماعی اقتصادی افراد با هویت محلی آنها، قابل توجه است. در ضمن، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد: گروه‌های قومی، مذهبی و جنسی مختلف در چگونگی میزان هویت جهانی مؤثر، ولی در چگونگی میزان هویت محلی تأثیرگذار نیستند.	رابطه معکوس

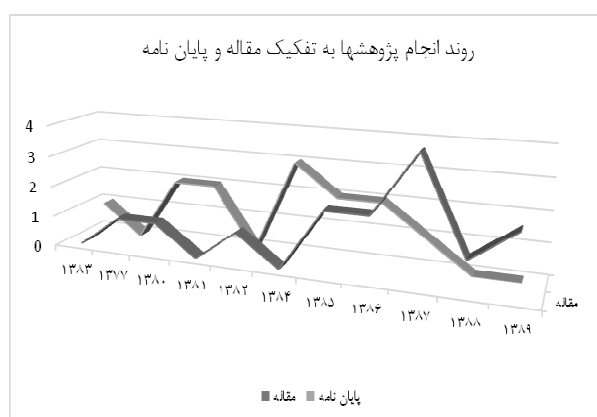
## ۵. یافته‌های پژوهش

در این پژوهش تلاش شد مقالات و پایان‌نامه‌هایی که در حوزه مطالعات قومی به بررسی رابطه هویت قومی و ملی پرداخته‌اند، جمع‌آوری و مورد ارزیابی قرار گیرد (شامل ۱۴ مقاله و ۱۳ پایان‌نامه). بررسی اقوام بررسی شده در پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد: ۳۳/۳ درصد پژوهش‌های انجام شده مطالعات خود را بر مبنای چند قومیت قرار داده‌اند. ۵۱/۹ درصد پژوهش‌های انجام شده نیز اقوام کرد، عرب و ترک را مورد بررسی و مطالعه قرار داده‌اند. همچنین اقوام مورد بررسی در پژوهش‌ها به تفکیک مقاله و پایان‌نامه نشان می‌دهد که در مقالات گروه قومی عرب و مطالعات چند قومی بیشتر از سایر موارد بوده است. قوم ترک و کرد هر یک با ۱۴/۳ درصد و اقوام بلوچ و لر هر یک با ۷/۱ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در بخش پایان‌نامه‌ها نیز مطالعات چند قومی (با ۳۸/۵ درصد) بیشتر از سایر موارد رواج داشته است. قوم کرد با ۲۳/۱، قوم بلوچ با ۱۵/۴ درصد و اقوام عرب، ترکمن و لر هر یک با ۷/۷ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. بررسی روند رشد این پژوهش‌ها نشان می‌دهد: اجرای پژوهش‌ها در این حوزه بعد از سال ۱۳۷۶ افزایش یافته است، به طوری که تا سال ۱۳۸۱ این روند همچنان سیر صعودی داشته در سال ۱۳۸۲ افت محسوسی داشته و بعد از سال ۱۳۸۲ از روند صعودی قابل توجه برخوردار بوده است. اما بعد از سال‌های ۱۳۸۵ روند نزولی آغاز می‌کند. به نظر می‌رسد که تغییر اولویت دولت، فضای سیاسی و نیز محدود شدن دانشگاه‌ها به ایجاد چنین وضعیتی انجامیده است.



نمودار ۱. تعداد پژوهش‌ها به تفکیک سال

اوج فعالیت‌های انجام شده در این حوزه مربوط به سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۴ است. به نظر می‌رسد که سیاست‌های گفت‌وگو و تعامل در دولت اصلاحات تقویت‌کننده و ترغیب‌کننده مجامع علمی برای بررسی راهکارهای ایجاد رابطه مناسب بین هویت قومی و ملی بوده است. هر چند به‌طور کلی بعد از سال ۱۳۸۴ پرداختن به این نوع پژوهش‌ها روند کاهشی داشته و بعد از سال ۱۳۸۸ این روند سیر نزولی به خود گرفته است.



نمودار ۲. روند انجام پژوهش‌ها به تفکیک نوع و سال

## ۵-۱. روش انجام پژوهش و جامعه آماری مورد بررسی

بررسی روش‌های استفاده شده در این پژوهش‌ها نشان می‌دهد: حدود ۶۳ درصد پژوهش‌های اجرا شده از روش پیمایش، ۱۱/۱ درصد از روش تحلیلی، ۷/۴ درصد از روش اسنادی و ۷/۴ درصد از روش ترکیبی بهره برده‌اند و روش‌های تحلیل ثانویه، تحلیل گفتمان و تحلیل محتوا نیز هر یک با ۳/۷ درصد کمترین کاربرد را در این پژوهش‌ها داشته‌اند. بررسی جامعه آماری پژوهش‌های انجام شده حاکی از آن است که حدود ۴۴/۴ درصد از پژوهش‌ها، یک شهر را به‌عنوان جامعه مورد بررسی انتخاب کرده‌اند. بعد از آن ۱۱/۱ درصد از پژوهش‌ها یک استان، چند استان (منطقه‌ای) و یا یک یا چند دانشگاه را به‌عنوان جامعه آماری انتخاب کرده‌اند و جامعه آماری ۳/۷ درصد نیز در سطح ملی بوده است (تنها یک مطالعه). بررسی ابزارهای استفاده شده در پژوهش‌های بررسی شده نشان می‌دهد که پرسشنامه پرکاربردترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات (با ۶۸/۴ درصد)

بوده است.

## ۲-۵. رابطه هویت ملی و هویت قومی

بررسی نتایج و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با نوع رابطه بین هویت ملی و هویت قومی نشان می‌دهد: ۵۱/۲ درصد از این پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه هویت ملی و قومی مثبت و مستقیم است، به عبارت دیگر، با افزایش میزان هویت قومی، میزان هویت ملی نیز افزایش پیدا کرده است. ۳۰/۳ درصد از پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه بین هویت قومی و هویت ملی معکوس و واگرا است. به بیان دیگر، با افزایش میزان هویت قومی، میزان هویت ملی کاهش پیدا می‌کند. حدود ۱۸/۲ درصد پژوهش‌ها نیز از داوری و اظهار نظر تک‌وجهی در رابطه هویت ملی و قومی اجتناب کرده و بیشتر به بررسی عوامل مؤثر بر هویت ملی و قومی و همچنین دلایل مؤثر بر کاهش و افزایش میزان هر یک پرداخته‌اند.

۱۸/۲ درصد نیز در گروه «بیش از یک وضعیت» قرار گرفته است. این دسته، شامل پژوهش‌هایی است که موضوع مورد مطالعه خود را به صورت عمیق‌تر و چندوجهی بررسی کرده‌اند، به طوری که از اظهار نظر کلی در مورد اینکه آیا رابطه هویت ملی و قومی واگراست یا همگرا، اجتناب کرده و ابعاد و مؤلفه‌های همگرایی و واگرایی را در فرایند پژوهش خود مشخص کرده‌اند. همچنین این گروه، مطالعاتی را شامل می‌شود که رابطه هویت قومی بیش از یک قوم را با هویت ملی بررسی کرده‌اند؛ در یکی از آنها رابطه همگرا و در دیگری رابطه واگرا گزارش شده است.

جدول ۲. نتایج پژوهش‌ها در ارتباط با نوع رابطه دو هویت

درصد تجمعی	درصد فراوانی	تعداد فراوانی	
۱۵/۲	۱۵/۲	۵	رابطه مثبت و مستقیم (همگرا)
۴۵/۵	۳۰/۳	۱۰	رابطه منفی و معکوس (واگرا)
۶۳/۸	۱۸/۲	۶	بیش از یک وضعیت
۱۰۰	۱۸/۲	۶	اظهار نشده
	۱۰۰	۲۷	کل

بررسی نتایج پژوهش در ارتباط با رابطه هویت قومی و ملی به تفکیک روش مطالعه،

حاکمی از آن است که تنها پژوهش‌هایی نتیجه رابطه هویت ملی و قومی را معکوس نشان می‌دهد که از روش کمی استفاده کرده‌اند. در واقع ۴۱/۲ درصد نتایج تحقیقاتی که از روش پیمایش استفاده کرده‌اند و ۵۰ درصد پژوهش‌هایی که از روش ترکیبی بهره گرفته‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه هویت قومی و هویت ملی رابطه‌ای معکوس و اگر است. در حقیقت می‌توان نتیجه گرفت که روش‌های پوزیتیویستی با توجه به اینکه داده‌های کیفی را به اعداد ریاضی تقلیل می‌دهند، علل و تفسیر اطلاعات را ارائه نمی‌کنند؛ این مسئله می‌تواند محققان را در تفسیر داده‌های کیفی دچار اشتباه کرده و تصویر نادرست و گاه معکوسی از واقعیت ارائه کند.

جدول ۳. روش اتخاذی و نتایج به دست آمده

جمع	رابطه همگرا		رابطه واگرا		بیش از یک وضعیت		اظهار نشده		جمع
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
پیمایش	۳	۱۷/۶	۷	۴۱/۲	۳	۱۷/۶	۴	۲۳/۵	۷
تحلیلی اسنادی	۱	۲۰	۲	۴۰	۱	۲۰	۱	۲۰	۵
تحلیل ثانویه	۰	۰	۰	۰	۱	۱۰۰	۰	۰	۱
تحلیل گفتمان	۱	۱۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
تحلیل محتوا	۰	۰	۰	۰	۱	۱۰۰	۰	۰	۱
ترکیبی	۰	۰	۱	۵۰	۰	۰	۱	۵۰	۱۰۰
کل	۵	۱۸/۵	۱۰	۳۷	۶	۲۲/۲	۶	۲۲/۲	۲۷

بررسی نتایج پژوهش در ارتباط با رابطه هویت قومی و ملی به تفکیک قومیت‌ها، حاکی از آن است که ۳۳/۳ درصد یافته‌های پژوهش‌های مرتبط با قوم ترک به این نتیجه رسیده است که رابطه بین هویت قومی و ملی این قومیت رابطه مثبت و مستقیم دارد، ۳۳/۳ درصد به این نتیجه رسیده است که بین این دو هویت رابطه متعارض وجود دارد و ۳۳/۳ درصد نیز به این نتیجه رسیده‌اند که بین این دو هویت ارتباطی وجود ندارد. در مقابل، ۴۰ درصد از یافته‌های پژوهش‌های مرتبط با قوم عرب به این نتیجه رسیده است که رابطه هویت قومی و ملی رابطه با یکدیگر رابطه معکوس دارند. به عبارت دیگر، با افزایش هویت قومی اعراب، میزان هویت ملی آنها کاهش پیدا می‌کند.

نتایج به دست آمده از یافته‌های پژوهش‌هایی که رابطه بین هویت قومی و ملی چند قوم را با هم بررسی کرده‌اند، نشان می‌دهد: حدود ۵۵ درصد این پژوهش‌ها به این نتیجه

رسیده‌اند که رابطه بین هویت قومی و ملی واگرا است.

جدول ۴. رابطه هویت قومی و ملی به تفکیک اقوام

جمع	اظهار نشده		بیش از یک وضعیت		رابطه واگرا		رابطه همگرا		
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	
ترک	۳	۳۳/۳	۱	۰	۰	۳۳/۳	۱	۳۳/۳	۱
کرد	۵	۲۰	۱	۴۰	۲	۲۰	۱	۲۰	۱
عرب	۵	۴۰	۲	۰	۰	۴۰	۲	۲۰	۱
ترکمن	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰۰	۱
بلوچ	۳	۶۶/۷	۲	۳۳/۳	۱	۰	۰	۰	۰
لر	۱	۰	۰	۰	۰	۱۰۰	۱	۰	۰
چند قومی	۹	۰	۰	۳۳/۳	۳	۵۵/۶	۵	۱۱/۱	۱
کل	۲۷	۲۲/۲	۶	۲۲/۲	۶	۳۷	۱۰	۱۸/۵	۵

در مطالعاتی که رابطه هویت قومی و هویت ملی معکوس گزارش شده از متغیرهای تأثیرگذار و مورد سنجش «احساس محرومیت نسبی» و «احساس بی‌قدرتی» و «تعارضات سیاسی» و گاهی «عوامل اقتصادی» بوده است. چنین متغیرهایی در مطالعاتی که رابطه را همگرا گزارش کرده‌اند، مورد سنجش قرار نگرفته است. این یافته را می‌توان در راستای تأیید نظریه استعمار داخلی و کنش متقابل نمادین دانست. به‌عنوان نمونه ربانی و دیگران (۱۳۸۷) در در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه هویت ملی و قومی با تأکید بر احساس محرومیت و جامعه‌پذیری قومی» با روش پیمایش انجام شده تلاش کرده‌اند رابطه هویت ملی و قومی و تأثیر احساس محرومیت و جامعه‌پذیری قومی را بر روی دانشجویان ترک، کرد و عرب مطالعه کنند. تعداد جامعه نمونه در این ۶۸۷ نفر گزارش شده است. در این پژوهش برای سنجش هویت قومی از عناصری چون میزان آگاهی، وفاداری و گرایش افراد به نمادهای قومی همچون زبان، مذهب، آداب و مناسک و مفاخر فرهنگی استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که دانشجویان عرب دارای بیشترین میزان هویت قومی در بین دانشجویان هستند و پس از آنها دانشجویان کرد و ترک قرار دارند. دانشجویان شیعه و غیر بومی نیز نسبت به دانشجویان سنی و بومی از هویت قومی بالاتری برخوردار هستند. ولی تفاوت گروه‌های تحصیلی (علوم انسانی، علوم پایه و فنی و

مهندسی) از نظر میزان هویت قومی معنادار نیست. بررسی رابطه بین هویت قومی و ملی نیز نشان داد که در نمونه مورد مطالعه این دو متغیر در طول هم قرار دارند و مکمل یکدیگر هستند. همچنین نتایج نشان داد که بین احساس محرومیت و هویت ملی رابطه معکوس و منفی ( $R = -0/56$ ) و بین احساس محرومیت نسبی و هویت قومی رابطه مثبت ( $R = 0/18$ ) برقرار است. بررسی متغیر جامعه پذیری قومی با هویت ملی و قومی نیز نشان داد که این متغیر با هر دو نوع متغیر رابطه مثبت دارد. در پایان محققان نتیجه گیری کرده اند که ارتباط مثبت بین هویت قومی و ملی نشان می دهد که هویت ایرانی ترکیب و برآیند دیالکتیکی حاصل از تعامل و کنش همه اقوام و فرهنگ های ایرانی است. بنابراین تأکید بر یک یا چند بعد از آن در نهایت به نفع انسجام ملی نیست و اجرای تکثر قومی و فرهنگی و احترام به فرهنگ های بومی ضرورتی انکارناپذیر است. این موضوع می تواند علاوه بر تقویت هویت های قومی به تقویت هویت و انسجام ملی نیز منجر شود.

همچنین حاجیانی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «نسبت هویت ملی و قومی در میان اقوام ایرانی» که با روش پیمایش در بین ۶ گروه قومی (کرد، بلوچ، ترک، عرب، ترکمن و لر) تلاش کرده علاوه بر سنجش میزان هویت ملی و هویت قومی در ابعاد سه گانه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، نسبت و رابطه این دو هویت را بررسی کرده و مورد آزمون قرار دهد. جمعیت آماری پژوهش شامل افراد ۱۸ سال به بالا ساکن ۹ شهر بزرگ قوم نشین کشور بوده و با روش نمونه گیری چندمرحله ای، موارد نمونه انتخاب شده اند. نتایج به دست آمده در رابطه با میزان هویت ملی و قومی نشان می دهد که میزان هر دو هویت در بین اقوام مختلف نسبتاً بالا است. براساس یافته های این پژوهش، هویت قومی اقوام به ترتیب نزد ترکمن ها، عرب ها، لر ها، کردها، بلوچ ها و ترک ها قوی تر است. بررسی رابطه همبستگی میان ابعاد سه گانه دو متغیر هویت قومی و هویت ملی نیز نشان می دهد: میان بعد فرهنگی و بعد اجتماعی هویت ملی و هویت قومی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد و تنها میان بعد سیاسی هویت ملی و بعد سیاسی هویت قومی رابطه منفی و معکوس برقرار است. نتایج حاکی از آن است که هویت قومی و هویت ملی هر دو در میان اقوام ایرانی، به طور توأمان، قوت و برجستگی دارند و میان آنها رابطه تعارض آمیز و قطبی وجود ندارد. همچنین می توان گفت: میان ابعاد فرهنگی و اجتماعی هویت قومی و ابعاد فرهنگی (و تا حدودی اجتماعی) هویت ملی رابطه مثبت و قوی برقرار است، اما ابعاد سیاسی این دو نوع هویت



رابطه منفی با یکدیگر دارند.

مقدس جعفری و دیگران (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان کرد» به سنجش هویت ملی و قومی در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور سقز و بررسی رابطه بین این دو هویت و عوامل مؤثر بر پایداری به هویت قومی و ملی پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد: دانشجویان کرد نسبت به همه مؤلفه‌های هویت ملی و هویت قومی، به جز پایداری به دولت، پایداری زیادی دارند. این مسئله ناشی از نوعی احساس نابرابری (وجود تبعیض و محرومیت) است که دولت را عامل آن می‌دانند. نتایج پژوهش در ارتباط با نوع رابطه هویت ملی و قومی نیز داد که بین این دو هویت، برخلاف برخی نظریه‌ها، رابطه معکوس و متضاد وجود ندارد، بلکه رابطه بین آنها مستقیم و سازگار است. تحلیل چندمتغیره اطلاعات به دست آمده نشان می‌دهد که متغیر نابرابری اجتماعی بیش از سایر متغیرها بر هویت قومی و ملی تأثیرگذار است و بیشترین سهم را در تبیین و پیش‌بینی پایداری به هویت ملی و هویت قومی دارد.

اکوانی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان» به بررسی میزان گرایش به هویت ملی و قومی عرب‌های خوزستان می‌پردازد. تمام عرب‌های بالای هجده سال و دست کم دیپلم هفت شهر اهواز، آبادان، خرمشهر، سوسنگرد، شادگان، ملاتانی و اروندکنار جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند. هدف اصلی تحقیق، بررسی میزان گرایش عرب‌های خوزستان به هویت ملی و قومی و نیز بررسی رابطه بین وضعیت اقتصادی و میزان همگرایی افراد و گرایش آنها به عناصر هویت ایرانی است. برای گرایش به هویت ملی مؤلفه‌های «تعلق سرزمینی، تعلق به ملت، اعتماد به مسئولان و دستگاه اجرایی (دولت) و زبان فارسی» در نظر گرفته شده و هویت قومی نیز بر اساس دو شاخص «آداب و رسوم فرهنگی» و «زبان محلی» سنجش شده است. نتایج نشان می‌دهد: عرب‌ها نه تنها گرایش زیادی به هویت ایرانی و اسلامی دارند، بلکه به هویت قومی خود نیز علاقه دارند و علاقه به هویت قومی آنان باعث کاهش گرایش به هویت ملی نمی‌شود. ضمن آنکه منشأ برخی ناهمگرایی‌ها را باید در بررسی شاخص‌های عینی، همچون مشکلات اقتصادی و اجتماعی و به تبع آن «احساس محرومیت نسبی» جست‌وجو کرد، نه در مؤلفه‌های ذهنی و تمایزگرایانه.

### ۳-۵. آسیب‌شناسی مطالعات انجام‌شده

توجه و بررسی علمی این موضوع در کشور از قدمت چندانی برخوردار نیست و بیشتر مطالعات این حوزه در دهه ۱۳۸۰ انجام شده است. بررسی مطالعات قبلی نشان می‌دهد که این مسئله در سایه نگاه امنیتی قرار داشته و ورود صاحب‌نظران به این حوزه با حساسیت‌هایی همراه بوده است. بررسی مطالعات گذشته و آسیب‌شناسی آنها نشان می‌دهد که مطالعات این حوزه با برخی ضعف‌ها و کاستی‌هایی همراه بوده است. مهم‌ترین این ضعف‌ها عبارتند از:

۱. نبود اجماع در تعریف تعداد قومیت‌ها: مسئله بعدی نبود تعریف جامع از تعداد قومیت‌ها در کشور است. به‌عنوان مثال برخی از صاحب‌نظران اقوامی چون فارس، لر، تالش، گیلک، مازنی و... را در مطالعات خود وارد می‌کنند و برخی نیز اعتقاد دارند این گروه‌ها را نمی‌توان به‌عنوان یک قوم تعریف کرد. این مسئله گذشته از ریشه داشتن در برخی اختلافات سلیقه‌ای و نگرشی در تعاریف مرتبط با قومیت (که امری طبیعی است) گاه ناشی از حساسیت‌های سیاسی و غیرعلمی است.

۲. محدود بودن جامعه آماری و جمعیت نمونه: جامعه آماری این پژوهش‌ها به جز چند مورد، اکثراً به سنجش گرایش‌های قومی دانشجویان محدود شده و جمعیت نمونه آنها به چندصد نمونه خلاصه شده است. به طوری بعد از مطالعه چلبی (۱۳۷۸) تقریباً هیچ پیمایش جامعی در سطح ملی انجام نشده است. هر چند در پیمایش «نگرش‌ها ملی ایرانیان» در سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۲ بررسی هویت قومی پیش‌بینی شده، اما با توجه به محدود بودن شاخص‌های در نظر گرفته برای سنجش میزان آن، شناختی که از این مسئله ارائه می‌دهد بسیار کلی است.

۳. نبود ابزار استاندارد و واحد برای سنجش: تقریباً اکثر مطالعات انجام شده با شاخص‌های ابداعی خویش هویت قومی را مورد سنجش قرار داده‌اند و هیچ نوع ابزار سنجش استاندارد و پذیرفته شده‌ای در این زمینه وجود ندارد. علت بخشی از مطالعاتی که در ارتباط با یک قوم و در یک مقطع زمانی انجام می‌شود می‌تواند ناشی از این مسئله باشد.

۴. سطحی‌نگری در تعریف متغیرها و شاخص‌ها: تعریف متغیرها و شاخص‌های هویت قومی و به‌ویژه در بررسی عوامل مؤثر بر هویت قومی هنوز متأثر از نظریات رویکرد دیدگاه نوسازی است. وارد کردن متغیرهایی چون تحصیلات، پایگاه اجتماعی، وضعیت

اقتصادی و... و پیش فرض گرفتن رابطه معکوس این عوامل با هویت قومی و بی توجهی به مسائل ریشه‌ای تر می‌تواند باعث ایجاد شناخت مبهم از مسئله قومی در کشور شده است، چراکه این عوامل بیشتر در داخل یک گروه قومی می‌تواند کاربرد داشته باشد و مسئله تحقیر قومی که در نتیجه سیاست‌های همانندسازانه حکومت پهلوی به وجود آمده، از طریق سیستم آموزشی اعمال می‌شد. طبیعتاً افراد تحصیلکرده که امکان دستیابی به شغل و پایگاه اجتماعی بالا توسط آنها بیشتر است، به مراتب بیشتر از سایر گروه‌های اجتماعی در معرض این سیاست‌ها قرار داشته‌اند. دیگر آنکه مطالعه جنبش‌های قومی از جمله آذربایجان و تا حدودی کردستان نشان می‌دهد: گرایشات قومی در بین نخبگان و دانشجویان دارای پایگاه ویژه‌ای است و این گرایشات از سوی قشر نخبه و تحصیلکرده به سوی توده مردم در حال سرایت و نفوذ است.

۵. ملاحظات و حساسیت‌های غیرعلمی: مسئله قومی در ایران با وجود دستاوردها و پیشرفت‌های قابل توجه، هنوز با برخی حساسیت‌ها دست به گریبان است. یکی از این حساسیت‌ها نگاه بدبینانه و تردیدآمیز به قومیت‌ها است. این نگاه در اکثر مطالعات و پژوهش‌های علمی انجام شده در این حوزه به نوعی انعکاس داشته و بر نحوه انجام آنها اثر گذاشته و باعث نادیده گرفتن بسیاری از مسائل قومی شده و بی توجهی به آنها را در پی داشته است.

۶. سطحی‌نگری و کم توجهی به ابعاد چندگانه هویت قومی: اکثر مطالعات انجام شده، هویت قومی را به صورت یک شاخص کلی در نظر گرفته‌اند، در حالی که هویت قومی دارای ابعاد گوناگونی است و وزن و اهمیت هر یک از این ابعاد با هم تفاوت دارد.

۷. کم توجهی به تفاوت‌ها و ویژگی‌های اختصاصی اقوام: اگرچه ممکن است اقوام مختلف در برخی زمینه‌ها و مسائل کلی تشابهاتی با یکدیگر داشته باشند، باید در نظر داشت که هر قوم با توجه به شرایط و حساسیت‌های خاص خویش از سایر اقوام متمایز می‌شود. از طرف دیگر میزان خودآگاهی قومی، شدت احساس تبعیض و احساس محرومیت و... در اقوام مختلف متغیر است. بنابراین نمی‌توان همه اقوام را با یک نگاه کلی و واحد مورد بررسی قرار داد.

۸. کم توجهی به ابعاد فرهنگی قومی: در مطالعات انجام شده و بررسی عوامل مؤثر بر گرایشات قومی ابعاد سیاسی و اقتصادی بیش از سایر ابعاد مورد توجه قرار گرفته است. این

در حالی است که یکی از مسائل اصلی اقوام دغدغه‌های فرهنگی است. امان‌اللهی که به نقش فرهنگ در دگرگونی قومی تأکید کرده بر این باور است که فرهنگ نه تنها در شکل‌گیری هویت قومی عامل تعیین‌کننده است، بلکه در تداوم، تغییر یا از بین رفتن آن نیز عامل اصلی به شمار می‌آید. وی در ادامه این مبحث به جنبه‌هایی از فرهنگ که پیدایش و تداوم یا تغییر قومیت و گوناگونی قومی - فرهنگی دخالت دارند اشاره کرده و آورده است: «بررسی گروه‌های قومی در ایران بیانگر این واقعیت است که دو عنصر فرهنگی یعنی زبان و دین بیش از عناصر دیگر در تعیین هویت قومی دخالت دارند» (گودرزی، ۱۳۸۰: ۱۹). طرح مسائل فرهنگی از قبیل داشتن نشریه محلی، تلویزیون به زبان قومی و تحصیل به زبان مادری از موضوعاتی است که از سوی اقوام مورد تأکید قرار می‌گیرد.

۹. کم‌توجهی به عنصر مذهب: اکثر اقلیت‌های قومی کشور از اقلیت‌های مذهبی نیز محسوب می‌شوند. با توجه به قابلیت‌های ویژه مذهب و وجود برخی تبعیض‌های مذهبی در کشور، این مسئله می‌تواند به‌عنوان عامل تشدیدکننده قومیت عمل کند. در مطالعات انجام شده در این حوزه به جز مطالعه ربانی و دیگران (۱۳۸۷) تفاوت مذهبی مورد توجه نبوده است.

گذشته از حساسیت و اهمیت مسائل فوق و ضرورت توجه به آنها در مطالعات قومی، مدنظر قرار دادن نکات زیر نیز لازم و ضروری است:

الف) جهانی‌شدن: با توجه به تأثیر زیاد این مسئله در فراهم کردن زمینه و عرصه‌های جدید برای تولید معنا و چالش کشیدن برخی ایده‌های سنتی و همچنین در برخی مواقع تثبیت برخی از آنها، نقش زیادی در حیات اجتماعی پیدا کرده است. زیرا جهانی‌شدن ارتباطات در عین کمک به نزدیکی و تفاهم ملت‌ها و فرهنگ‌ها، زمینه‌ساز شکل‌گیری انواع هویت‌های جداگانه قومی و رجوع به ابتدایی‌ترین وفاداری‌های قومی و منطقه‌ای شده است. روند نوسازی در شرایط جهانی‌شدن بازارهای اقتصادی و ارتباطات همگانی خود، موجب پیدایش پدیده قوم‌گرایی و جست‌وجو برای هویت قومی بوده است (سیدامامی، ۱۳۷۷: ۹).

ب) توجه به تفاوت‌های مسئله قومی در ایران از سایر نقاط جهان: برخلاف ایران در سایر نقاط جهان بین هویت قومی و مهاجرت ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. اقوام در کشورهای غربی و مهاجرپذیر در واقع مهاجرانی هستند که (به دلایل گوناگون) از سایر

کشورها در کشور مقصد سکنی گزیده‌اند. به همین دلیل، رویکرد اصلی بررسی و مطالعه هویت قومی در این جوامع، منبعث از این ویژگی است. فینی بر این باور است که افزایش جمعیت گروه‌های اقلیت (و مهاجر) در آمریکا و سایر کشورهای غربی، موجب توجه بیشتر رسانه‌ها به مسائلی همچون قطبی شدن، تبعیض و نژادپرستی شده است (Phinney, 1990: 499)، ولی اقوام ایرانی از ساکنان اصلی و بومی مناطق خود بوده و از دیرباز ساکن این مناطق هستند.

## ۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

شناخت چگونگی رابطه بین هویت قومی و هویت ملی امر بسیار حیاتی برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کلان کشور است. در دهه‌های اخیر محققان توجه ویژه‌ای به موضوع هویت جمعی به کلی و هویت‌های ملی و قومی به‌طور خاص داشته‌اند. در دو دهه اخیر مطالعات مختلفی با رویکردها و روش‌های متنوع برای بررسی وضعیت هویت قومی و هویت ملی ایرانیان انجام شده است.

یافته‌ها حکایت از آن دارد که تعداد مقالات و پایان‌نامه‌ها در دوره‌هایی با فراز و فرودهایی مواجه بوده است. به نظر می‌رسد تغییر قابل توجه و افول در تعداد این مطالعات با تغییر سیاست‌های دولت در این حوزه همسو باشد. مطالعات مورد بررسی رابطه بین دو هویت جمعی ملی و قومی را مورد سنجش قرار داده‌اند و بی‌تردید با توجه به هدف، متغیرهای مورد بررسی، روش به کار گرفته شده و جامعه آماری مورد بررسی، نتایج متفاوتی حاصل شده است. بررسی نتایج و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با نوع رابطه بین هویت ملی و هویت قومی نشان می‌دهد: اکثر پژوهش‌ها از داوری و اظهار نظر تک‌وجهی در رابطه با رابطه هویت ملی و قومی اجتناب کرده‌اند و بیشتر به بررسی عوامل مؤثر بر هویت ملی و قومی و همچنین دلایل و عوامل مؤثر بر کاهش و افزایش میزان هر یک از دو هویت پرداخته‌اند. بررسی نتایج پژوهش در ارتباط با رابطه بین هویت قومی و ملی به تفکیک قومیت‌ها حاکی از وضعیت‌های متفاوتی در بین اقوام مختلف در کشور است. به نظر می‌رسد که علت اساسی در تفاوت نتایج مطالعات مختلف، متغیرهای مورد سنجش است. در بررسی‌هایی که «احساس محرومیت نسبی»، «احساس بی‌قدرتی» و «تعارضات سیاسی» و گاه «عوامل اقتصادی» را بررسی کرده‌اند، رابطه بین دو نوع هویت را معکوس و واگرا گزارش کرده و پژوهش‌هایی که این متغیرها را مورد سنجش قرار

نداده‌اند، وضعیت‌های دیگری را اعلام داشته‌اند. با توجه به این مهم، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که واگرایی بین دو هویت را می‌توان با تمهیداتی نظیر محرومیت‌زدایی، بهبود و رونق اقتصادی در مناطق قومی و استفاده از ابزارهای فرهنگی، تقلیل داد و تلاش کرد از این طریق انسجام ملی را تقویت کرد.

در پایان ذکر چند نکته کلی که در حین فرایند انجام تحقیق به دست آمد خالی از لطف نخواهد بود:

- با توجه به حساسیت موضوع قومیت و هویت قومی در کشور، دانشگاه‌ها، مراکز دانشگاهی و دانشجویان نسبت به سایر اقشار جامعه در پرداختن به این مباحث پیشرو بوده‌اند، چراکه مطالعات این حوزه در دهه ۱۳۷۰ و قبل از آن در انحصار عده‌ای خاص بوده که عموماً رویکردی امنیتی به مسئله داشتند و سایرین چندان رغبتی به پرداختن به این مباحث حوزه از خود نشان نمی‌دادند.

- نمودار رشد مطالعات این حوزه حاکی از آن است که باز شدن نسبی فضای سیاسی دانشگاه‌ها در اوایل دهه ۱۳۸۰ در گسترش مطالعات این حوزه نقش بسیار زیادی داشته است. همان‌گونه که با تغییر دولت در نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ شاهد کاهش قابل توجه در تعداد پژوهش‌های این حوزه هستیم. در واقع از آنجا که برخی از شاخص‌ها و متغیرهای مورد بررسی در سنجش هویت قومی «احساس محرومیت نسبی» و «احساس رضایت اجتماعی» است، با توجه به فضای حاکم بر دانشگاه‌ها و جامعه در اواخر دهه ۱۳۸۰، سنجش چنین متغیرهایی را با مشکلاتی مواجه می‌کرد و محتمل است که کمتر محقق‌های علی‌رغم مسئله بودن موضوع هویت، تمایل به رصد آن داشته است.

- نکته بعدی اینکه توجه همزمان چند رشته به مباحث این حوزه، امکان بررسی عمیق‌تر و از ابعاد گوناگون این مسئله را فراهم کرده است. چنانکه یافته‌ها نشان می‌دهد: علاوه بر حضور افراد و صاحب‌نظران علاقمند خارج از دانشگاه، در سطح دانشگاهی نیز رشته‌های مختلفی چون جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، ارتباطات، علوم سیاسی، جغرافیای سیاسی و... به پژوهش در این حوزه علاقه نشان داده‌اند. هر چند جای خالی پژوهشگران و صاحب‌نظرانی از رشته‌های حقوق، روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، علوم تربیتی و... تا حدودی احساس می‌شود.

- اگرچه بررسی مسئله هویت قومی در رشته‌های مختلف و از ابعاد گوناگون این

فرا تحلیل رابطه هویت ملی و هویت قومی در ایران ۹۳

موضوع، اتفاق درخور توجه و میمونی است، متأسفانه سهم پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در بررسی موضوع قومیت بسیار ناچیز و اندک است و علی‌رغم فراهم بودن زمینه‌ها و بسترهای پژوهش بین‌رشته‌ای در این حوزه، اقدام قابل تأملی صورت نگرفته است.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. آموسی، مجنون (۱۳۸۴). بررسی احساس تعلق به هویت ملی و قومی در بین جوانان پیرانشهر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۲. احمدلو، حبیب (۱۳۸۱). بررسی رابطه میزان هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۳. احمدی طامه، محمدرضا (۱۳۸۷). رویکردی نظری به رابطه دولت سرزمینی مدرن و قوم‌گرایی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا، تهران: دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
۴. احمدی، حمید (۱۳۸۴). «هویت ملی ایرانی در گستره تاریخ»، مجموعه مقالات در آمدی بر فرهنگ و هویت ایرانی، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۵. اکوانی، سیدمحمدالله (۱۳۸۷). «گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، زمستان، شماره ۳۶: ۱۲۶-۹۹.
۶. امیدیان، مرتضی (۱۳۸۴). «مقایسه وضعیت هویت‌یابی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در گروه‌های قومی استان خوزستان»، فصلنامه مطالعات ملی، سال ۴، شماره ۷ (پیاپی ۲۸): ۱۲۴-۱۰۹.
۷. اوزکریملی، اوموت (۱۳۸۳). نظریه‌های ناسیونالیسم، ترجمه مصطفی امیری، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۸. پیردشتی، حسن (۱۳۸۰). رفتار سیاسی قوم ترکمن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۹. تقوی نسب، سیدمجتبی (۱۳۸۶). بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی دانشگاه شیراز.
۱۰. جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۸۹). «کتاب‌های درسی و هویت ملی: فراتحلیل مطالعات انجام شده بر کتاب‌های درسی»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات ملی، شماره ۴۲.
۱۱. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۷). «نسبت هویت ملی و هویت قومی در میان اقوام ایرانی»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۳ و ۴، پاییز و زمستان: ۱۶۴-۱۴۳.
۱۲. حبیبی، اکرم، اسکندر فتحی آذر و بهمن محمدبخش (۱۳۸۹). «جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره سوم، شماره ۲، تابستان: ۱۲۱-۱۰۱.
۱۳. دوست‌امیری، علی (۱۳۸۵). نقش نیروهای مرکز‌گرا و مرکز‌گریز در همبستگی ملی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیای سیاسی، دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
۱۴. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۲). مشکله هویت ایرانیان امروز، تهران: نشر نی.
۱۵. رحمانی، سمیه (۱۳۸۸). بررسی نگرش نخبگان کرد به هویت جمعی (قومی / ملی): تحلیل



- گفتمان هویت قومی و ملی نخبگان استان کردستان، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۶. رمضان‌زاده، عبدالله و محمدعلی بهمنی قاجار (۱۳۸۷). «هویت ایرانی و چندگانگی قومی»، فصلنامه مطالعات ملی ۳۳، سال نهم، شماره ۱.
۱۷. سبحانی، جلیل (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی شدن بر هویت قومی (مطالعه موردی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان بوکان)»، فصلنامه مطالعات ملی، سال یازدهم، شماره ۱، پیاپی ۴۱.
۱۸. سیدامامی، کاووس (۱۳۷۷). «یکپارچگی ملی و رشد هویت‌های قومی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۱.
۱۹. سیف‌زاده، سیدحسن (۱۳۷۳). نوسازی و دگرگونی سیاسی، تهران: نشر قومس.
۲۰. صدیق سروسستانی، رحمت‌اله و ابراهیم حاجیانی (۱۳۸۷). «مطالعه تجربی منابع هویت ایران»، فصلنامه مطالعات ملی ۳۴، سال نهم، شماره ۲.
۲۱. علایی، بهلول (۱۳۸۵). «رابطه قوم‌مداری زبانی و جمع‌گرایی با کاربرد زبان فارسی در محیط‌های آموزشی یک منطقه ترک زبان»، نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی، نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی (تبریز) پاییز و زمستان، شماره ۴۹: ۳۹-۱۵.
۲۲. قاضی طباطبایی، محمود و ابوعلی ودادهیر (۱۳۸۹). فرا تحلیل در پژوهش‌های اجتماعی و رفتاری، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۲۳. کفاش جمشید، محمدرضا (۱۳۸۲). «زمینه‌های انسجام ملی در آذربایجان ایران»، فصلنامه مطالعات ملی، سال چهارم، شماره ۴ (پیاپی ۱۶)، زمستان: ۳۹-۱۵.
۲۴. کوزر، لوئیس (۱۳۷۸). زندگی دامنه پیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
۲۵. گل محمدی، احمد (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نشر نی.
۲۶. گنج‌خانلو، مصدق (۱۳۸۶). همگرایی و واگرایی از هویت ملی در نشریات دانشجویی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسیدانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی.
۲۷. گودرزی، حسین (۱۳۸۰). «توسعه سیاسی و مشارکت‌پذیری جامعه کرد در ایران»، فصلنامه مطالعات ملی، سال سوم، شماره ۹.
۲۸. گودرزی، حسین (۱۳۸۵). مفاهیم بنیادین در مطالعات قومی، انتشارات تمدن اسلامی.
۲۹. منصورنژاد، محمد (۱۳۸۳). «روش‌های قرآنی و روایی در حل بحران هویت دختران»، مبانی نظری هویت و بحران هویت، علی علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۳۰. معیدفر، سعید و عبدالوهاب شهلی بر (۱۳۸۶). «جهانی شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی: مصرف رسانه‌ای بلوچ‌های ایران و چالش‌های هویت قومی و هویت ملی»، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تربیت معلم بهار و تابستان، شماره ۱۵ (پیاپی ۵۷-۵۶): ۲۰۸-۱۸۳.
۳۱. معین، محمد (۱۳۷۷). فرهنگ معین، جلد ششم، تهران: انتشارات امیرکبیر.

۳۲. مقدس جعفری، محمدحسن، داور شیخاوندی و حامد شریف پور (۱۳۸۷). «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان کرد: مطالعه موردی دانشگاه پیام نور سقز»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، بهار، شماره ۳۳: ۹۷-۱۲۶.
۳۳. مقدس، علی اصغر و الله رحیم حیدری (۱۳۸۷). «رابطه هویت طایفه‌ای و هویت ملی با تأکید بر متغیرهای نگرشی در شهر نورآباد ممسنی»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، شماره ۱۹: ۱۷۷-۱۵۱.
۳۴. میرمحمدی، داود (۱۳۷۳). مطالعه و بررسی مولفه‌های بارز هویت فرهنگی و قومی مردم بلوچ و نسبت و رابطه آن با هویت فرهنگ ملی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳۵. نصرتی، روح‌الله (۱۳۸۴). بررسی صورت‌بندی الگوهای هویتی (محلی، ملی و جهانی) در میان دانشجویان دانشگاه تهران، مطالعه موردی: تطبیقی دانشجویان آذری و کرد دانشکده‌های علوم انسانی و فنی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳۶. نصیری فرد، تیمور (۱۳۸۱). شکل‌گیری دولت مدرن و تأثیر آن بر قوم‌گرایی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
۳۷. نوشادی، سارا (۱۳۸۴). بررسی هویت ملی و هویت قومی جوانان کرد: مطالعه موردی جوانان کرد مهاباد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳۸. یوسفی، علی (۱۳۸۰). «روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت اقوام در ایران»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۸، تابستان: ۱-۲۹.

## ب) منابع لاتین

1. Phinney, Jean (1990). "Ethnic Identity in Adolescents and Adults: Review of Research", *Psychological Bulletin*, Vol. 108, No. 3 .

## بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای هویت ملی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان مدیریت امور فرهنگی دانشگاه جامع علمی - کاربردی رشت)

سیدرضا صالحی امیری<sup>۱</sup> \* محمدباقر نوبخت حقیقی<sup>۲</sup> \* طاهره ذره پرست ملکزاده<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف این مقاله بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای هویت ملی دانشجویان است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا توصیفی-پژوهشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان رشته مدیریت امور فرهنگی دانشگاه جامع علمی - کاربردی شهر رشت است که با توجه به تعداد دانشجویان از روش نمونه‌گیری سرشماری (کل شماری غیرتصادفی) و جهت بررسی ارتباط فرضیه‌ها از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج نشان داد: هیچ‌یک از متغیرهای مستقل سرمایه اجتماعی، سبک زندگی و احساس تبعیض با هویت ملی در ارتباط نیستند و تنها متغیر میزان اعتماد به رسانه به هر سه بعد هویت ملی - که در این پژوهش مورد سنجش قرار گرفته‌اند - در ارتباط است. میزان اعتماد به رسانه بر بعد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیر دارد. می‌توان گفت: میزان اعتماد به رسانه بر ارتقای هویت ملی دانشجویان تأثیرگذار است.

**واژگان کلیدی:** هویت ملی، سرمایه اجتماعی، احساس تبعیض، اعتماد به رسانه و سبک زندگی.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال سوم • شماره یازدهم • تابستان ۹۳ • صص ۹۳-۱۱۶

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۱۱/۲۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۴/۱۰

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات (dr.salehiamiri@gmail.com).
۲. عضو هیئت علمی پژوهشکده تحقیقات راهبردی.
۳. کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، نویسنده مسئول (baran\_nirvana\_da@yahoo.com).

## مقدمه

همه انسان‌ها در طول حیات، خود آگاهانه یا ناآگاهانه در حفظ اصل یا بازگشت به اصل می‌کوشند. مهر به زادگاه، تعلق خاطر به خاطرات فردی و تباری در محیطی ویژه، دلبستگی‌های قوی را پدید می‌آورند که مهم‌ترین بستر شکل‌گیری هویت آن فرد یا گروه انسانی است. هویت سطوح و جنبه‌های گوناگون دارد که همزمان با رشد فرد حاصل می‌شوند. در سطح کشور و به عبارتی دولت، ملت و «هویت ملی» مطرح می‌شود که به نظر بسیاری از صاحب‌نظران، از مهم‌ترین اشکال هویت جمعی است. هویت ملی که نشانگر احساس تعلق به ملت است، به دلیل نقش تعیین‌کننده‌ای که در حوزه فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد، مهم‌ترین، فراگیرترین و مشروع‌ترین سطح هویت در کلیه نظام‌های اجتماعی است.

تحقیقات نظری و تجربی متعدد نشان داده‌اند که نظام هویتی ایرانیان در یکصد سال گذشته دچار چالش‌ها و آسیب‌های جدی شده است. فرایندهای نوسازی و تجدید، جامعه ایران را در معرض ارزش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی جدید قرار داده و روند جهانی‌شدن در دهه‌های اخیر بر دامنه و حدت مسائل افزوده است (حاجیان، ۱۳۸۸: ۲۲۸-۱۹۳).

هم‌اکنون جامعه ایران به واسطه فرایندهای متعدد درونی (مانند چالش‌های محتمل قومی - مذهبی) و نیز فشارها و روندهای منطقه‌ای و بین‌المللی در معرض مخاطرات فراوانی قرار دارد. البته شدت و ضعف مسائل و چالش‌ها در ابعاد مختلف هویت ملی ایرانی، یکسان نیست. حادترین مسائل در بعد اجتماعی هویت ملی مشهود است و در ضعف هویت جمعی در سطح اجتماع، بی‌اعتمادی اجتماعی، نارضایتی عمومی و احساس محرومیت نسبی نمود می‌یابد. افراد جامعه و به خصوص نوجوانان و جوانان دشوارترین شرایط را از نظر اجتماعی شدن و فرهنگ‌پذیری تحمل می‌کنند و با نوعی نابهنجاری و یا حتی بی‌هنجاری دست به گریبانند که نتیجه آن بروز بحران هویت است. بنابراین دوره یا زمان

سکوت، ابهام و ابهام درباره هویت و آنچه باید انجام داد، سپری شده و نیازمند کنش فعال و اتخاذ سیاست‌های هویتی کلان هستیم (انصاری، ۱۳۹۰: ۷). به‌ویژه در سال‌های اخیر تقابل زندگی مدرن با سنت‌های بومی چنان روند شتاب‌آلودی به خود گرفته که فرصت جایگزینی فرهنگی و شکل گرفتن ساختارها و نهادهای منطبق بر مقتضیات زمانی (تغییرات جدید) و فرهنگ بومی را سلب کرده است. به طوری که افراد جامعه و به‌خصوص نوجوانان و جوانان دشوارترین شرایط را از لحاظ اجتماعی شدن و فرهنگ‌پذیری تحمل می‌کنند و با نوعی نابهنجاری و یا حتی بی‌هنجاری دست به‌گریبانند که نتیجه آن بروز بحران هویت است.

از آنجا که دانشجویان در مقایسه با گروه‌های دیگر روابط اجتماعی گسترده‌تری دارند و همچنین با مظاهر و وسایل تجدد و نوسازی، جهانی‌شدن 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 ارتقای هویت ملی آنها می‌تواند در شناخت علل و پیامدهای مسائل هویتی مفید واقع شود.

مسئله اساسی مورد بررسی در تحقیق حاضر، این است که عوامل ارتقای هویت ملی در میان دانشجویان چیست. بنابراین نظر به وجود بحران هویت و افزایش سن هویت‌یابی در بین جوانان با توجه به تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده، لازم است ابعاد و مؤلفه‌های مختلف ارتقای هویت در بین دانشجویان که اکثراً از قشر سنی نوزده تا بیست و هفت سال هستند مورد بررسی قرار گرفته تا بتوان با شناخت علل و عوامل مورد نظر در جهت ارتقای هویت ملی به منظور مرتفع‌سازی مشکلات مربوط به هویت ملی گامی برداشته شود.

هویت ملی هم عامل همبستگی و شکل‌گیری روح جمعی در یک ملت و هم وجه مشخصه و معرفه آن در میان دیگر جوامع است. وقتی به مسئله هویت ملی توجه می‌کنیم، در حقیقت به شخصیت واقعی یک قوم و یا یک ملت نظر می‌افکنیم؛ شخصیت و تشخصی که از خصوصیات، ویژگی‌ها و امتیازات مردم یک سرزمین حکایت دارد (رضوی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۴). هویت ملی عاملی است که می‌تواند ملت ما را در میان ملت‌های دیگر مطرح سازد و موجبات استقلال و مورد توجه قرار گرفتن را فراهم سازد. انجام چنین تحقیقی در شرایط حال حاضر از آن‌جا ضروری می‌نماید که در سطح کلان و جهانی با

پدیده رو به تزاید جهانی شدن و به تبع آن، هویت جهانی مواجه هستیم و از طرف دیگر، جامعه ما در قید و بند معیارها، ارزش‌ها و مذهب و آیین ملی بوده و اغلب نوجوانان در مواجهه الگوهای مذهبی، ملی و جهانی متفاوت قرار گرفته‌اند. بسیاری از جوانان با کنده شدن از بنیادهای سنتی و در شرایط ضعف یا نبود ساختارهای نوین مدنی و یا مقاومت‌های ناشیانه برخی سیاست‌گذاران، دچار نوعی بحران هویت می‌شوند. این عوامل، ضرورت پی بردن به عواملی را که بر تقویت و ارتقای هویت ملی - به‌عنوان عامل وحدت‌بخش - تأثیرگذارند ضروری می‌سازد. بنا بر آنچه گفته شد، ایجاد حس وفاداری و تعهد یکسان و هماهنگ میان تمام افراد و گروه‌ها نسبت به اصول و ارزش‌های مشترک جامعه به محوریت «هویت ملی» در شرایط حال حاضر فرهنگ ما امری ضروری است.

به‌طور کلی هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای هویت ملی<sup>۱</sup> در میان دانشجویان است. اهداف فرعی آن نیز عبارتند از: ۱. شناسایی تأثیر افزایش سرمایه اجتماعی<sup>۲</sup> دانشجویان بر ارتقای هویت ملی آنان، ۲. شناسایی تأثیر اعتماد به رسانه‌های جمعی<sup>۳</sup> بر ارتقای هویت ملی دانشجویان، ۳. شناسایی تأثیر بهبود سبک زندگی<sup>۴</sup> دانشجویان بر ارتقای هویت ملی آنان و ۴. شناسایی تأثیر احساس تبعیض<sup>۵</sup> بر ارتقای هویت ملی دانشجویان.

## ۱. تعریف مفاهیم

### ۱-۱. هویت ملی

هویت ملی نوعی احساس مشترک در میان انسان‌هایی است که در یک واحد جغرافیایی - سیاسی به سر می‌برند و دارای تاریخ، فرهنگ، دین، نژاد و... مشترک هستند. هویت ملی از دیدگاه جامعه‌شناسی، به مثابه نوعی احساس تعلق عاطفی نسبت به اجتماع است که موجب وحدت و انسجام ملی شده و دارای ابعاد مختلف مادی، فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی، دینی، زبانی، سیاسی، تاریخی و روانی است که سبب تفاوت جوامع از یکدیگر می‌شود

- 
1. National identity
  2. Social capital
  3. Trust to media
  4. Lifestyle
  5. Sensation of discriminated

(صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۶۴). هویت ملی در سه بعد اجتماع، فرهنگ و دولت مورد سنجش قرار می‌گیرد که این سه، معادل میهن‌دوستی<sup>۱</sup> یا وطن‌پرستی در نظر گرفته می‌شود.

#### ۱-۱-۱. هویت فرهنگی (هویت جمعی فرهنگی ایرانی)

منظور از هویت فرهنگی، تعهد، تعلق و ارزیابی مثبت و احساس علاقه عاطفی (تعلقات وطنی) به فرهنگ ایران است. این بعد که جنبه فرهنگی هویت ملی یا میهن‌پرستی را بیان می‌کند، نشان‌دهنده احساس همدلی، همفکری، تعلق، سربلندی و افتخار به میراث و نهادهای مشترک و علاقه عاطفی و احساسی به آنها است که موجب غرور ملی<sup>۲</sup> می‌شود. شاخص‌های بُعد فرهنگی به قرار زیر است:

۱. احساس تعلق به میراث فرهنگی (شامل زبان فارسی، ادبیات، موسیقی، معماری، جشن‌های باستانی مثل نوروز و چهارشنبه سوری، سنت‌های فرهنگی، مشاهیر ادبی و شخصیت‌های تاریخی (و تاریخ ملی) است؛
۲. تعلق خاطر به نمادهای ملی و میهن‌پرستی، مثل پرچم، سرود و ترجیح سرزمین مادری و عشق ورزیدن به ایران؛
۳. احساس تعلق به فرهنگ و روش زندگی (سنتی) ایرانیان، مانند رسوم، آداب، تابوها و ارزش‌های اجتماعی و اعتقاد به ضرورت حفظ سنت‌های ایرانی؛
۴. احساس افتخار به هویت تاریخی مشترک و دلبستگی تاریخی.

#### ۱-۱-۲. تعهد و عضویت (مشارکت) در اجتماع ملی

این بعد هویت ملی، به معنی نوع نگرش و کیفیت رابطه با سایر کنشگران در سطح ملی است. در اینجا مجموعه نگرش‌ها و برداشت‌های شخصی از جامعه ایران و میزان همدلی با سایر عناصر نظام اجتماعی در ایران مورد سنجش قرار می‌گیرد. شاخص‌های اصلی این بُعد عبارتند از:

۱. تلقی فرد از صفات آحاد ایرانیان (مثبت و منفی) و اعتقادات به صفات متفاوت و خاص ایرانیان (به‌ویژه صفات مثبت)؛

---

1. Patriotism  
2. National pride

۲. تلقی فرد از میزان ایرانی بودن خود و اینکه ایرانی بودن با چه ویژگی‌هایی تعریف می‌شود؟
۳. نوع نگرش به پیروان سایر مذاهب، اقوام و گروه‌های فرهنگی موجود در ایران؟
۴. اعتماد به مردم ایران؟
۵. ترجیح مردم ایران نسبت به سایر مردم؟
۶. احساس وجود انسجام، همبستگی و همدلی بین مردم ایران؟
۷. نگرش نسبت به حیات اجتماعی و شرایط زندگی در ایران.

### ۳-۱-۱. بعد سیاسی هویت ملی

بعد سیاسی هویت ملی، وفاداری ملی و احساس تعهد، تعلق و احساس تکلیف در برابر کشور ایران یا همگامی ملی است. به عبارت مشخص‌تر، احساس وظیفه در پاسداری از اجتماع ملی، اعتقاد به حاکمیت مستقل ملی در محدوده مرزهای موجود، آگاهی به تفاوت‌های موجود ملی (از سایر ملل) و تعهد به اهداف ملی و نهادهای اساسی کشور (دولت و...) که شاخص‌های آن عبارتند از:

۱. آگاهی ملی، آگاهی و اشراف به وجود کشور ایران به‌عنوان یک کشور متفاوت؛
۲. وابستگی و دلبستگی<sup>۱</sup> به ارزش‌های بنیادی و نهادهای اساسی کشور؛
۳. تأکید بر استقلال کشور؛
۴. احساس غرور و رضایت از ایرانی بودن؛
۵. اعتقاد به تداوم تاریخی کشور ایران؛
۶. اعتقاد به ضرورت حاکمیت ملی مستقل؛
۷. تعهد به اهداف کشور؛
۸. تمایل به دفاع از کشور و ضروری دانستن آن (صالحی امیری، ۱۳۹۰: ۱۵۸-۱۵۶).

### ۲-۱. سبک زندگی

سبک زندگی را می‌توان مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آنها را به کار می‌گیرد. این عملکردها نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌سازد، بلکه

---

1. Attachment



روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خویش برمی‌گزیند، در برابر دیگران مجسم می‌سازد. سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰).

شاخص‌های سبک زندگی مورد نظر در این تحقیق عبارتند از: الگوی مصرف مادی، الگوی مصرف فرهنگی، اعتماد به خانواده، اعتماد به دوستان، اعتماد به نهادهای غیررسمی، اعتماد به نهادهای رسمی، اعتماد به مشاغل اجتماعی و...

### ۳-۱. رسانه‌های ارتباطی

رسانه‌های جمعی نهادهایی هستند که اطلاعات و توصیفات و تصاویر شنیداری و دیداری را در مقیاس وسیع تولید و توزیع می‌کنند (ادگار و سنچ‌ویک، ۱۳۸۷: ۱۴۴). شکل‌های ارتباط مانند روزنامه، مجلات، رادیو یا تلویزیون که به منظور رساندن پیام به پیام‌گیرندگان انبوه طرح ریزی شده است.

رسانه‌های جمعی مورد نظر به‌عنوان شاخص در این تحقیق شامل رادیو، تلویزیون، روزنامه، اینترنت، سینما و ماهواره هستند. شاخص‌های مورد نظر، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی داخل عبارتند از: میزان استفاده از شبکه سراسری صدا، شبکه سراسری سیما، صدای مرکز گیلان، سیمای مرکز گیلان، اینترنت، روزنامه‌ها و جرید سراسری، سینما و ماهواره.

### ۴-۱. احساس تبعیض

احساسی است که محرومیت گروهی را برای مثال، از عضویت گروهی، داشتن منابع و... به دنبال دارد (شایان‌مهر، ۱۳۷۹: ۴۶۹). متغیر مذکور در تحقیق حاضر بر اساس شاخص‌هایی چون احساس تبعیض در ادامه تحصیل، وضعیت بهداشتی و فرصت شغلی در سطح سنجش فاصله‌ای اندازه‌گیری شده است.

### ۵-۱. سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی یک مفهوم فرارشته‌ای است که اخیراً مورد توجه بسیاری از شاخه‌های علوم انسانی قرار گرفته است. منظور از سرمایه اجتماعی، «شبکه‌ای از روابط و

پیوندهای مبتنی بر اعتماد اجتماعی بین فردی و بین گروهی و تعاملات افراد و گروه‌ها از حمایت اجتماعی و انرژی لازم برای تسهیل کنش‌ها در جهت تحقق اهداف فردی و جمعی است» (عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶: ۱۹۶).

شاخص‌های سرمایه اجتماعی در این تحقیق عبارتند از: اهمیت به شرکت در انتخابات، اهمیت به شرکت در بحث‌های سیاسی، اهمیت به پابندی به تعهدات، اهمیت به کمک به دیگران در هنگام بروز مشکلات، اهمیت به شرکت در مراسم خانوادگی و فامیلی، اهمیت به احترام به بزرگ‌ترها، اعتماد به اعضای خانواده و اعتماد به دوستان.

## ۲. پیشینه پژوهش

تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور در ارتباط با هویت ملی انجام گرفته است. از جمله این تحقیقات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- در تحقیقی که سباتیر در خصوص هویت ملی و قومی در بین نسل دوم مهاجران در کشور فرانسه با موضوع نقش خانواده و بافت اجتماعی، روی ۳۶۵ نفر انجام داد، به این نتیجه دست یافت که تأثیر همسالان، دوستان و احساس تبعیض بر هویت معنادار بوده است. همچنین براساس تحلیل رگرسیونی صورت داده شده، عامل خانواده و احساس تبعیض بر روی هویت ملی بیشتر از سایر متغیرها بوده و تأثیر خانواده بر هویت ملی مثبت بوده است (Sabatier, 2008).

- «سرمایه اجتماعی زنان و مشارکت سیاسی» عنوان مطالعه‌ای است که توسط وی وین لوندز انجام گرفته است. وی مفهوم سرمایه اجتماعی را در تبیین تفاوت‌ها در الگوهای مشارکت سیاسی در میان زنان و مردان در نظر گرفته و درصدد است ثابت کند که سرمایه اجتماعی می‌تواند بر تبیین تفاوت‌ها در الگوهای درگیری (مشغله‌های) سیاسی زنان و مردان کمک کند. یکی از نتایج این بررسی، این است که زنان مثل مردان از سرمایه اجتماعی بالایی برخوردارند و همچنین احتمال بیشتری وجود دارد که زنان بیش از مردان سرمایه اجتماعی را به‌عنوان منبعی برای ایجاد توازن میان خانه و کار و حفظ سلامت، آسایش و رفاه خود و خانواده به کار ببرند (Lowndes, 2004).

- تحقیقی با عنوان «گرایش به هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن» توسط توسط اقدم و همکارانش به شیوه پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد: متغیرهای ترم تحصیلی، تبعیت از خانواده، میزان استفاده از

رسانه‌های گروهی و احساس رضایت از زندگی، رابطه معناداری با گرایش به هویت ملی داشته‌اند و این چهار متغیر توانسته‌اند در مجموع ۲۱ درصد از تغییرات متغیر گرایش به هویت ملی را در مدل رگرسیونی مورد تبیین قرار دهند (اقدام و همکاران، ۱۳۹۰).

- پژوهش دیگری توسط رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷) با عنوان «اینترنت و هویت اجتماعی» انجام شده است. این پژوهش به مطالعه تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی کاربران می‌پردازد. در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات از روش پیمایش استفاده شده است. این مطالعه در شهر سنندج در میان دو گروه از دختران، یعنی آنهایی که از اینترنت استفاده می‌کردند و آنهایی که از اینترنت استفاده نمی‌کردند، صورت گرفته است. این مطالعه نشان می‌دهد که میان دو گروه مذکور به لحاظ هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی تفاوت معناداری وجود دارد و هویت دینی، قومی و خانوادگی و هویت شخصی در افراد گروه اول، نسبت به افراد گروه دوم از قوت کمتری برخوردار بود (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۷).

### ۳. روش پژوهش

با توجه به تقسیم‌بندی پژوهش‌ها از نظر هدف، پژوهش حاضر از نوع پژوهش کاربردی است. همچنین پژوهش حاضر را از نظر دسته‌بندی پژوهش‌ها، بر حسب نوع گردآوری داده‌ها می‌توان از نوع پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی محسوب کرد. جامعه آماری این پژوهش شامل همه دانشجویان رشته مدیریت امور فرهنگی دانشگاه جامع علمی - کاربردی شهر رشت است که از روش نمونه‌گیری سرشماری استفاده شده است. در مجموع، ۲۰۵ پرسشنامه تکمیل و به محقق عودت داده شده است. برای استفاده از داده‌های خام و پردازش نشده از نرم افزار spss استفاده شده است و برای بررسی میزان همبستگی متغیرها و آزمون فرضیات با توجه به کیفی بودن متغیرها و غیرنرمال بودن توزیع آنها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

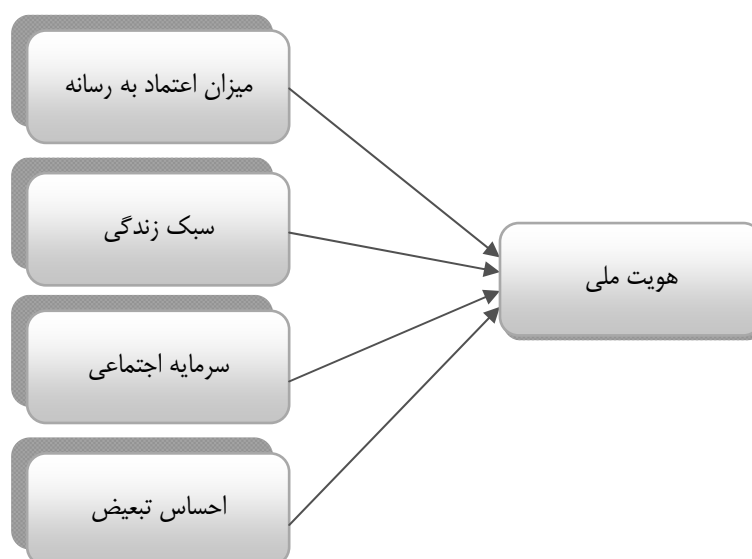
روایی پرسشنامه با استفاده از روش روایی محتوا و با نظر اساتید و صاحب‌نظران خبره فرهنگی در حوزه مطروحه پس از اعمال اصلاحات محدود مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش پایایی در این تحقیق از آماره آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای کل پرسشنامه برابر ۰/۸۷۵ است. از آنجایی که این مقدار بیشتر از ۰/۷ است، پرسشنامه‌های تحقیق، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی

لازم برخوردار است. با توجه به جدول زیر کلیه متغیرهای تحقیق دارای آلفای بیشتر از ۰/۷ است.

جدول ۱. متغیرها و ضرایب آلفای کرونباخ

ضریب آلفا	تعداد گویه	متغیر
۰/۷۵۹	۱۳	بعد فرهنگی هویت ملی
۰/۷۹۴	۱۴	بعد اجتماعی هویت ملی
۰/۷۹۲	۵	بعد سیاسی هویت ملی
۰/۸۴۲	۲۳	سرمایه اجتماعی
۰/۸۱۳	۸	اعتماد به رسانه
۰/۸۵۲	۱۱	سبک زندگی
۰/۷۷۴	۳	احساس تبعیض

#### ۴. مدل مفهومی تحقیق



## ۵. چارچوب نظری

در ارتباط با متغیر هویت از نظریه کنش متقابل نمادین استفاده شده، چراکه بهترین و کامل ترین پاسخها از موضع جامعه‌شناختی به سؤالات این تحقیق درباره هویت ایرانی در این چارچوب فکری یافت می‌شود. هویت و هویت جمعی موضوع و محور اصلی کار مید، کولی، بلومر و پیروان بعدی این مکتب و تلاش اصلی آنها معطوف به بررسی ماهیت و محتوای «خود» و نحوه شکل‌گیری «خود» در زمینه ساختی و اجتماعی بوده است. از آنجایی که «خود» مفهوم مرکزی و محوری نظریه کنش متقابل نمادین و مراد از آن - مطابق نظریه مید و پیروانش - هویت است، بنابراین نظریه SIT، مهم‌ترین نظریه هویت در حوزه نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی تلقی می‌شود (توسلی، ۱۳۸۰: ۲۶۸) و به همین دلیل نظریه اصلی در این پژوهش به شمار می‌آید.

در ارتباط با متغیر میزان اعتماد به رسانه از نظریه اعتبار منبع اندرسون استفاده شده است. اندرسون، بنیان نظری تفکر درباره اعتبار منبع و اجزای آن را فراهم کرد. به نظر اندرسون، اعتبار منبع را می‌توان به‌عنوان وزنه‌ای تصور کرد که ارزش اطلاعات را در یک پیام بیشتر می‌کند. ویژگی‌های مختلف منبع، وزن را معین می‌کند. پایگاه، اعتمادپذیری و تخصص منبع همگی بر این وزن تأثیر می‌گذارد. پژوهشگران دیگری به شواهدی رسیده‌اند که نشان می‌دهد اعتبار منبع نقش مهمی در تعیین اثر ارتباط جمعی بر افکار عمومی دارد (سورین و تانکار، ۱۳۸۱: ۲۴۹-۲۴۴).

در پژوهش حاضر نظریه مربوط به متغیر مستقل سرمایه اجتماعی بر اساس نظریات کلمن، پوتنام و فوکویاما درباره عناصر و شاخص‌های اصلی در ساخت مفهوم سرمایه اجتماعی به‌صورت ترکیبی شکل گرفته است. پاتنام، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیم چون اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد (پاتنام، ۱۳۸۴: ۹۸-۹۵). همچنین کلمن بر سودمندی سرمایه اجتماعی به‌عنوان منبعی برای همکاری، روابط دوجانبه و توسعه اجتماعی تأکید می‌ورزد (Coleman, 1990: 307).

فوکویاما معتقد است که سرمایه اجتماعی، سرمایه فردی نیست، بلکه سرمایه گروهی است. در نهایت در صورت وجود سرمایه اجتماعی، شاهد بسط و گسترش فرایند مشارکت در حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و نیز بسط انجمن‌های داوطلبانه خواهیم

بود، فرایندی که می‌تواند سازوکاری مؤثر برای نیل به توسعه باشد (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۹۷). از مجموع نظرات نظریه پردازان پیش گفته چنین استنباط می‌شود که نظریه سرمایه اجتماعی در حقیقت در یک جمله ساده خلاصه شده: «روابط مهم است». به سخن دیگر، انسان‌ها با ایجاد ارتباط با همدیگر کار کرده و به اهدافی دست می‌یابند که اگر به تنهایی کار می‌کردند، یا موفق نمی‌شدند و یا به سختی به موفقیت می‌رسیدند (فیلد، ۱۳۸۵: ۱). از میان نظریات ارائه شده در مورد متغیر سبک زندگی، از نظریه پردازانی چون وبر، بوردیو، زیمل و...، آرای گیدنز جمع‌بندی مناسبی برای مباحث نظری ما فراهم می‌سازد. به نظر وی، سبک زندگی در کانون هویت فردی یا گروهی قرار می‌گیرد، چراکه فرد هویت خود را به واسطه گزینش‌های معناداری بیان می‌کند که از میان انبوهی از اقلام و الگوهای معین رفتاری ممکن، صورت می‌دهد. جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرش اهمیت روبه افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت شخصی و جمعی است (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۰-۱۱۹).

تد رابرت گر (۱۹۶۰) در تبیین خشونت، پرخاشگری و شورش‌های اجتماعی با نظریه‌ای که به محرومیت نسبی معروف است، رهیافت‌هایی ارائه کرده است. از دیدگاه وی، محرومیت نسبی عبارت است از: نسبت ارزش‌های درخواستی (مطلوب) به ارزش‌های بالفعل (امکانات). نظریه محرومیت نسبی برای تشریح منشأ بحران‌های قومی و جنگ‌های داخلی در مطالعات اجتماعی کاربرد فراوانی دارد. بر اساس این دیدگاه، شورش‌ها و بحران‌های سیاسی هنگامی صورت می‌گیرد که مردم به این نتیجه رسند که کمتر از آنچه حقتشان است، دریافت می‌کنند (صالحی، ۱۳۸۸: ۱۲۱).

## ۶. آزمون فرضیه‌های پژوهش

- فرضیه اول: بین سرمایه اجتماعی و ارتقای هویت ملی دانشجویان رابطه وجود دارد. فرض صفر ( $H_0$ ) نیز مبنی بر عدم وجود رابطه معنادار بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی دانشجویان و فرض مقابل ( $H_1$ )، مبنی بر وجود رابطه معنادار بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی دانشجویان است.

جدول ۲. بررسی آزمون همبستگی اسپیرمن بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی دانشجویان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری	نتیجه
سرمایه اجتماعی	بعد فرهنگی	۲۰۵	۰/۴۸۶	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار
سرمایه اجتماعی	بعد اجتماعی	۲۰۵	۰/۰۷۵	۰/۲۸۶	عدم وجود ارتباط معنادار
سرمایه اجتماعی	بعد سیاسی	۲۰۵	۰/۵۱۳	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار

چنانکه مشاهده می‌شود، سطح معناداری آزمون همبستگی بین متغیر سرمایه اجتماعی با بعد فرهنگی و سیاسی برابر ۰/۰۰۰ است، که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی بر بعد فرهنگی و سیاسی تأثیر دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت: بین دو متغیر همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است. به عبارت دیگر، با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند. سطح معناداری آزمون همبستگی بین متغیر سرمایه اجتماعی با بعد اجتماعی هویت ملی برابر ۰/۲۸۶ است که این مقدار بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر رد نشده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود ندارد.

- فرضیه دوم: بین میزان اعتماد به رسانه و ارتقای هویت ملی دانشجویان رابطه وجود دارد. فرض صفر ( $H_0$ ) مبتنی بر عدم وجود رابطه معنادار و فرض مقابل ( $H_1$ ) مبتنی بر وجود رابطه معنادار بین میزان اعتماد به رسانه و هویت ملی دانشجویان است.

جدول ۳. بررسی آزمون همبستگی اسپیرمن بین اعتماد به رسانه و هویت ملی دانشجویان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری	نتیجه
میزان اعتماد به رسانه	بعد فرهنگی	۲۰۵	۰/۲۱۹	۰/۰۰۲	وجود ارتباط معنادار
میزان اعتماد به رسانه	بعد اجتماعی	۲۰۵	۰/۵۱	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار
میزان اعتماد به رسانه	بعد سیاسی	۲۰۵	۰/۲۶۷	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود، سطح معناداری آزمون همبستگی بین متغیر میزان اعتماد به رسانه با بعد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی برابر ۰/۰۰۲ و ۰/۰۰۰ است، که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت:

ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارت دیگر، میزان اعتماد به رسانه بر بعد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیر دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت: بین دو متغیر همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است و با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

- فرضیه سوم: بین سبک زندگی دانشجویان و ارتقای هویت ملی دانشجویان رابطه وجود دارد. بنابراین فرض صفر ( $H_0$ ) مبنی بر عدم وجود رابطه معنادار و فرض مقابل ( $H_1$ ) مبتنی بر وجود رابطه معنادار بین سبک زندگی دانشجویان و هویت ملی دانشجویان است.

جدول ۴. بررسی آزمون همبستگی اسپیرمن بین سبک زندگی دانشجویان و هویت ملی دانشجویان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری	نتیجه
سبک زندگی دانشجویان	بعد فرهنگی	۲۰۵	۰/۱۸	۰/۰۱	وجود ارتباط معنادار
سبک زندگی دانشجویان	بعد اجتماعی	۲۰۵	۰/۱۱۴	۰/۱۰۳	عدم وجود ارتباط معنادار
سبک زندگی دانشجویان	بعد سیاسی	۲۰۵	۰/۰۳۸	۰/۵۸۸	عدم وجود ارتباط معنادار

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود، سطح معناداری آزمون همبستگی بین متغیر سبک زندگی دانشجویان با بعد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به ترتیب برابر ۰/۱۰۳، ۰/۰۱ و ۰/۵۸۸ است، که تنها سطح معناداری بعد فرهنگی (۰/۰۱) کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارت دیگر، سبک زندگی دانشجویان بر بعد فرهنگی هویت ملی دانشجویان تأثیر دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت: بین دو متغیر همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است و با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند. سطح معناداری آزمون سبک زندگی با دو بعد اجتماعی (۰/۱۰۳) و سیاسی (۰/۵۸۸) بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: رابطه معناداری بین سبک زندگی با دو بعد اجتماعی و سیاسی وجود ندارد.

- فرضیه چهارم: بین احساس تبعیض دانشجویان و ارتقای هویت ملی دانشجویان رابطه وجود دارد. بنابراین فرض صفر ( $H_0$ ) مبنی بر عدم وجود رابطه معنادار و فرض مقابل ( $H_1$ ) مبتنی بر وجود رابطه معنادار بین احساس تبعیض دانشجویان و هویت ملی دانشجویان است.



جدول ۵. بررسی آزمون همبستگی اسپیرمن بین احساس تبعیض دانشجویان و هویت ملی دانشجویان

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی	تعداد	متغیر دوم	متغیر اول
وجود ارتباط معنادار	۰/۰۴۴	۰/۱۴۱	۲۰۵	بعد فرهنگی	احساس تبعیض دانشجویان
عدم وجود ارتباط معنادار	۰/۱۵۱	-۰/۱۰۱	۲۰۵	بعد اجتماعی	احساس تبعیض دانشجویان
وجود ارتباط معنادار	۰/۰۰۰	۰/۴۰۱	۲۰۵	بعد سیاسی	احساس تبعیض دانشجویان

با توجه به جدول بالا مشاهده می‌شود، سطح معناداری آزمون همبستگی بین متغیر احساس تبعیض دانشجویان با بعد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به ترتیب برابر ۰/۰۴۴، ۰/۱۵۱ و ۰/۰۰۰ است که تنها سطح معناداری بعد فرهنگی (۰/۰۴۴) و بعد سیاسی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارت دیگر، احساس تبعیض دانشجویان بر بعد فرهنگی و سیاسی هویت ملی دانشجویان تأثیر دارد. با توجه به مقدار مثبت ضریب همبستگی می‌توان گفت: بین دو متغیر همبستگی مثبتی وجود دارد و رابطه دو متغیر مستقیم است و با افزایش یکی، دیگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

سطح معناداری آزمون احساس تبعیض دانشجویان با بعد اجتماعی (۰/۱۵۱) بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: رابطه معناداری بین احساس تبعیض دانشجویان با بعد اجتماعی وجود ندارد.

- فرضیه اصلی: عواملی چون سرمایه اجتماعی، میزان اعتماد به رسانه، سبک زندگی و احساس تبعیض بر ارتقای هویت ملی اثرگذار است. بنابراین فرض صفر ( $H_0$ ) مبتنی بر عدم وجود رابطه معنادار و فرض مقابل ( $H_1$ ) مبتنی بر وجود رابطه معنادار بین سرمایه اجتماعی، میزان اعتماد به رسانه، سبک زندگی و احساس تبعیض با هویت ملی دانشجویان است.

جدول ۶. بررسی آزمون همبستگی اسپیرمن

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری	نتیجه
سرمایه اجتماعی	بعد فرهنگی	۲۰۵	۰/۴۸۶	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار
	بعد اجتماعی	۲۰۵	۰/۰۷۵	۰/۲۸۶	عدم وجود ارتباط معنادار
	بعد سیاسی	۲۰۵	۰/۵۱۳	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار
میزان اعتماد به رسانه	بعد فرهنگی	۲۰۵	۰/۲۱۹	۰/۰۰۲	وجود ارتباط معنادار
	بعد اجتماعی	۲۰۵	۰/۵۱	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار
	بعد سیاسی	۲۰۵	۰/۲۶۷	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار
سبک زندگی دانشجوی	بعد فرهنگی	۲۰۵	۰/۱۸	۰/۰۱	وجود ارتباط معنادار
	بعد اجتماعی	۲۰۵	۰/۱۱۴	۰/۱۰۳	عدم وجود ارتباط معنادار
	بعد سیاسی	۲۰۵	۰/۰۳۸	۰/۵۸۸	عدم وجود ارتباط معنادار
احساس تبعیض دانشجوی	بعد فرهنگی	۲۰۵	۰/۱۴۱	۰/۰۴۴	وجود ارتباط معنادار
	بعد اجتماعی	۲۰۵	-۰/۱۰۱	۰/۱۵۱	عدم وجود ارتباط معنادار
	بعد سیاسی	۲۰۵	۰/۴۰۱	۰/۰۰۰	وجود ارتباط معنادار

با توجه به جدول بالا، تنها متغیر میزان اعتماد به رسانه است که با هر سه بعد متغیر هویت ملی رابطه معناداری دارد. بنابراین می توان گفت: متغیر میزان اعتماد به رسانه بر هویت ملی تأثیر می گذرد. با توجه به مثبت بودن علامت هر سه ضریب همبستگی، می توان گفت که رابطه میزان اعتماد به رسانه با هر سه بعد متغیر هویت ملی مستقیم و مثبت است. بنابراین میزان اعتماد به رسانه بر ارتقای هویت ملی اثر گذار است.

## ۷. جمع بندی و نتیجه گیری

برای تمام ملت های جهان، هویت ملی از اهمیت خاصی برخوردار است. در واقع، هویت ملی برای یک ملت، به منزله روح برای بدن است که فقدان آن به منزله مرگ خواهد بود. هویت ملی، هم عامل همبستگی و شکل گیری روح جمعی در یک ملت و هم وجه مشخصه و معرفه آن در میان ملل دیگر است. در واقع، قوام و دوام زندگی توأم با عزت و آزادی یک ملت، به هویت ملی آن در معنای عام و گسترده بستگی دارد. هویت ملی پدیده ای جمعی است که به بنیادهای فرهنگی، تاریخی و اعتقادی یک ملت مربوط می شود.

هر جامعه‌ای در نگرش‌ها و رویکردهایش به مقوله‌های قابل طرح در گسترهٔ تعلیم و تربیت رسانه‌ها، همچنان هنجارها و ارزش‌های خود را مد نظر قرار داده و به انتقال آنها به نسل‌های آینده اهتمام می‌ورزد. این هنجارها و ارزش‌ها طی فرایند جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری از طریق عوامل اجتماعی‌کننده مانند خانواده، مدرسه و رسانه‌های گروهی به نسل جدید انتقال می‌یابد.

در عصر جهانی شدن و ارتباطات و در شرایطی که تحولات جهانی و منطقه‌ای در عرصه‌های سیاست، اقتصاد و فرهنگ پرشتاب است، تأکید بر هویت ملی و توجه خاص به تاریخ در این زمینه به‌عنوان عاملی قدرتمند که استحکام‌بخش وحدت و یکپارچگی ملی است اهمیت ویژه‌ای دارد. حال با توجه به یافته‌های تحقیق، مشاهده می‌شود که از میان متغیرهای برگزیده شده به‌عنوان عوامل مؤثر بر ارتقا هویت ملی، متغیر میزان اعتماد به رسانه است که با هر سه بعد متغیر هویت ملی رابطه معناداری دارد. بنابراین می‌توان گفت: متغیر میزان اعتماد به رسانه بر هویت ملی تأثیر می‌گذرد. با توجه به مثبت بودن علامت هر سه ضریب همبستگی، می‌توان گفت: رابطه میزان اعتماد به رسانه با هر سه بعد متغیر هویت ملی مستقیم و مثبت است. بنابراین میزان اعتماد به رسانه بر ارتقای هویت ملی اثرگذار است. به عبارت دیگر، باید از طریق رسانه‌های ملی - چه رادیو و تلویزیون و ... - اطلاعات درست و کافی و تا حد امکان به دور از سوگیری پیرامون حوادث و رویدادها از طریق رسانه‌ها در اختیار مخاطب قرار داده شود تا بدین وسیله امکان افزایش سطح اعتماد اجتماعی - به‌عنوان عاملی که در تقویت همبستگی و انسجام اجتماعی مؤثر است و در نتیجه امکان ارتقای هویت ملی و تقویت وحدت و انسجام ملی در سطح جامعه فراهم شود که همه اینها مؤید نقش بسیار زیاد رسانه‌ها در حیات فرهنگی یک جامعه است.

با توجه به یافته‌های حاصل از پژوهش و نتایج آن می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه کرد:

۱. جوانان کشور باید در معرض تبلیغات فرهنگ بومی قرار بگیرند تا به جای توجه به فرهنگ سایر ملت‌ها و کشورها به فرهنگ ایرانی - اسلامی و آداب و رسوم آن افتخار کنند. بهترین شیوه برای دستیابی به این مهم، تولید و تهیه و پخش برنامه‌های مستند در ارتباط با تاریخ و فرهنگ این مرز و بوم توسط رسانه‌های ملی است.

۲. مسئولین نهادهای فرهنگی و به‌ویژه مدیران فرهنگی کشور می‌توانند با نتایج حاصل

از تحقیقاتی که در زمینه هویت ملی و عوامل مؤثر بر ارتقای آن در ایران انجام می‌شود، از جمله این تحقیق، زمینه را جهت ارتقای هویت ملی در سطح کشور فراهم کنند تا بدین وسیله، علاوه بر ایجاد زمینه‌هایی جهت ارتقای همبستگی ملی، امکان ایجاد مصونیت در مقابل آثار جهانی شدن در داخل کشور به‌ویژه نسل جوان فراهم آورند.

۳. توجه بیشتر به سلیقه مخاطب در رسانه‌های سراسری و استانی با توجه به موج پر قدرت جهانی شدن و خواسته‌های جدید مخاطبین، به‌ویژه نسل جوان.

۴. جهت حفظ گذشته تاریخی و میراث فرهنگی کشورمان ایران، وبسایت تخصصی در این زمینه به منظور آشنایی بیشتر ایرانیان و سایر ملت‌ها طراحی شود تا هویت ملی مردم این سرزمین بیشتر معرفی گردد.

۵. پیشنهاد می‌شود سازمان ملی جوانان و انجمن مدیریت امور فرهنگی از طریق فراخوان آدرس الکترونیکی جوانان یک مقطع سنی خاص به این آدرس‌ها دسترسی داشته و به‌طور مرتب از طریق ارسال پیام‌ها به جوانان آنها را از برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی خود آگاه سازد و در واقع محصولات فرهنگی ارائه نماید.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. ادگار، آندرو و پیترو سنج‌ویک (۱۳۸۷). مفاهیم بنیادی نظریه فرهنگی، ترجمه مهرا مهران مهاجر و محمد نبوی، تهران: نشر آگه.
۲. اقدام، محمداقبر، کمال کوهی، محمد عباس‌زاده و مرتضی مبارک بخشایش (۱۳۹۰). «گرایش به هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شماره ۶۱ و ۶۲: ۷۲-۵۹.
۳. انصاری، محمدرضا (۱۳۹۰). تعیین و سنجش وضعیت مؤلفه‌های هویت ایرانی - اسلامی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی و ارائه راهکارهای مدیریتی جهت ارتقا آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.
۴. پاتنام، رابرت (۱۳۸۴). جامعه برخوردار - سرمایه اجتماعی و زندگی عمومی، به کوشش کیان تاجبخش، تهران: انتشارات شیرازه.
۵. توسلی، غلامرضا (۱۳۸۰). نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۶. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۷. رضوی دینانی، ابتسام، هادی شریفی و مجتبی علی‌بخشی (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر هویت ملی جوانان؛ مطالعه موردی شهر اراک»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شماره ۳۹ و ۴۰: ۴۷-۳۰.
۸. رفعت‌جاه، مریم و علی شکوری (۱۳۸۷). «اینترنت و هویت اجتماعی»، مجله اینترنتی مجله جهانی رسانه، بهار و تابستان ۱۳۸۷، شماره ۵.
۹. سورین، ورنرو جیمز تانکارد (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباط جمعی، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: نشر دانشگاه تهران.
۱۰. شایان‌مهر، علیرضا (۱۳۷۹). دایرةالمعارف تطبیقی علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کیهان.
۱۱. صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۹). انسجام ملی و تنوع فرهنگی، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۱۲. صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۸). مدیریت منازعات قومی در ایران، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۱۳. صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۹۰). طرح پژوهشی طراحی شاخص‌های ترکیبی هویت (ملی، مذهبی و انقلابی)، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۱۴. عبداللهی، محمد و میرطاهر موسوی (۱۳۸۶). «سرمایه اجتماعی در ایران؛ وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان‌شناسی گذاره»، رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۵: ۲۲۳-۱۹۵.
۱۵. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹). پایان نظم، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات جامعه ایرانیان.
۱۶. فیلد، جان (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی، ترجمه جلالی متقی، تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.

۱۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). فراسوی چپ و راست، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

۱۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخص، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

### ب) منابع لاتین

1. Coleman, J. (1990). *Foundation of Social Theory*, Cambridge: Harvard University Press.
2. Lowndes, Vivien (2004). *Women, Social Capital and Political Participation*, Political studies association, Oxford: Blackwell publishing ltd .
3. Sabatier, Colette (2008). "Ethnic and National Identity Among Second-generation Immigrant Adolescents in France: The Role of Social Context and Family", *Journal of Adolescence* 31: 185-205.

# کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی و رویکرد جمهوری اسلامی ایران و اتحادیه اروپا نسبت به آن

مجید وحید<sup>۱</sup> \* مریم اسماعیلی فرد<sup>۲</sup>

## چکیده

در این مقاله برآنیم زمینه‌های تاریخی و نظری شکل‌گیری مرجعیت جدید فرهنگ بر اساس تنوع و تکثر را بشناسیم و نشان دهیم که در سطح جهان این مرجعیت مبنای توسعه انسانی و پایدار شمرده می‌شود. دوم، می‌کوشیم به بررسی چرایی رویکرد جمهوری اسلامی ایران و اتحادیه اروپا نسبت به کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی به‌عنوان دو مجموعه با رویکرد اعلانی یکسان در ابتدا و رویکرد عملی متفاوت در ادامه بپردازیم. با این هدف، به شیوه مطالعه اسنادی و به منظور آزمون فرضیه پژوهش، به بررسی مرجعیت رسمی سیاست‌گذاری فرهنگی ایران و اروپا پرداخته‌ایم. یافته‌های پژوهش نشان داد: رویکرد جزر و مدی و متناقض ایران ناشی از عدم اجماع در مرجعیت سیاست‌گذاری فرهنگی و رویکرد موافق و پویای اروپا، ناشی از همسویی مرجعیت سیاست‌گذاری فرهنگی اتحادیه اروپا و کنوانسیون است.

**واژگان کلیدی:** سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، سیاست‌گذاری فرهنگی اتحادیه اروپا، کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی و مفهوم مرجعیت.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال سوم • شماره یازدهم • تابستان ۹۳ • صص ۱۴۸-۱۱۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۱۰/۱۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۴/۱۵

۱. استادیار علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، نویسنده مسئول (mvahid@ut.ac.ir).

۲. دانشجوی دکترای سیاست‌گذاری عمومی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران (maryam.esmaeilifard@gmail.com).

## مقدمه

موضوع توسعه از نیمه دوم قرن بیستم به این سو محور سیاست‌های شمار گسترده‌ای از کشورهای جهان بوده است و دغدغه آن به ظهور پارادایم‌های متفاوتی انجامیده است که هر یک تحت تأثیر زمان و مکان خاص خود بنیان یافته، به محک آزمون نهاده شده و راه را بر پارادایم‌های غنی‌تر گشوده‌اند. محور اساسی این پارادایم‌ها متفاوت بوده است. نظریات متقدم بیشتر اقتصادمحور بودند. تأکید صرف بر اقتصاد، تلاش برای ارائه الگویی فرازمانی و فرامکانی، بی‌توجهی به ابعاد مختلف انسان و نیز تفاوت‌های جوامع بشری در عمل کم‌بخت جلوه گر شد. از این رو، پارادایم‌هایی ظهور یافتند که به لحاظ موضوع، روش و هدف تکثر را مبنا قرار دادند. بنیان این گردش در پارادایم را در کارهای سازمان آموزشی، علمی، فرهنگی ملل متحد (یونسکو) می‌توان جست و نمود آن را در ایجاد مرجعیت تنوع فرهنگی به‌عنوان محور توسعه فرهنگی. این مرجعیت با کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی ساختاری عملیاتی و کاربردی یافته است.

مقصود از تنوع فرهنگی، ارزش یکسان فرهنگ‌های گوناگون و لزوم برابری آنها در پیشگاه انسان‌هاست. در نگاه یونسکو، تنوع فرهنگی قابل مقایسه با تنوع زیست‌محیطی است. همان‌گونه که در محیط زیست تنوع مخلوقات زیباست و مطلوب، در زندگی اجتماعی نیز تنوع فرهنگی لازم است و اجتناب‌ناپذیر. تنوع فرهنگی را می‌توان به رودخانه رنگین‌کمان<sup>۱</sup> تعبیر کرد که رنگ‌های گوناگون آن همه زیبا هستند و زیبایی یکسان دارند و بدون همه آنها پدیده رنگین‌کمان فاقد معنا خواهد بود. اجتماع خلاق انسانی نیز بدون همه فرهنگ‌ها که از احترام یکسان برخوردارند، فاقد بنیان خواهد بود. در این نگاه، محدود

۱. تعبیر «رودخانه رنگین‌کمان» وام‌گرفته از عنوان بخش اول گزارش جهانی فرهنگ ۲۰۰۰: تنوع‌گرایی، تضاد و تکثر‌گرایی (۱۳۸۱) است. این بخش با الهام از نظریه «ملت رنگین‌کمان» نلسون ماندلا، رئیس‌جمهور سابق آفریقای جنوبی، مفهوم «رودخانه رنگین‌کمان» فرهنگ‌ها را عرضه کرده که در پرتو آن فرهنگ‌ها با جریان‌های مختلف در هم می‌آمیزند.



ساختن تنوع فرهنگی، آغاز راه توتالیترسیم است.

یونسکو مبانی فکری تنوع فرهنگی را در تلاش‌هایی می‌بیند که به‌ویژه در قرن بیستم میلادی به بار نشسته است. عمده‌ترین این مبانی عبارتند از: دموکراسی به منزله نظام سیاسی مطلوب که اسباب مشارکت فعالانه شهروند را در زندگی سیاسی و اجتماعی فراهم می‌سازد، کثرت‌گرایی که عرصه را بر تضارب آرا و اندیشه‌های برآمده از افق‌های گوناگون تمدنی و سرزمینی مستعد می‌سازد و به همراه خود تساهل را به ارمغان می‌آورد و حقوق بشر که بنیان حقوقی تفکر تنوع را پدید می‌آورد. در زمینه حقوق بشر، اعلامیه جهانی حقوق بشر، مصوب سازمان ملل متحد، بستر ساز مجموعه‌ای از حقوق بنیادین برای انسان شده است که احترام به آن طبعاً و قطعاً به گسترش تنوع فرهنگی منجر می‌شود.

در این نوشتار برآنیم ضمن مروری اجمالی بر زمینه‌های فکری و تاریخی این کنوانسیون، پرتویی بر منطق حاکم بر آن اندازیم. سپس به چرایی رویکرد جمهوری اسلامی ایران و اتحادیه اروپا نسبت به کنوانسیون به‌عنوان دو مجموعه با رویکرد اعلانی یکسان در آغاز کار و رویکرد عملی متفاوت در ادامه خواهیم پرداخت. شایان ذکر است که مجلس جمهوری اسلامی ایران هنوز این کنوانسیون را علی‌رغم تأیید از سوی دولت در سال ۲۰۰۵، در دستور کار خود برای تصویب قرار نداده است، حال آنکه کشورهای عضو اتحادیه اروپا در این خصوص تأخیر نداشته‌اند. در پاسخ به چرایی این، از روش مطالعه اسنادی و چارچوب مفهومی مرجعیت<sup>۱</sup> در سیاست‌گذاری عمومی بهره خواهیم برد.

مفهوم مرجعیت از مفاهیم بنیادین رشته سیاست‌گذاری عمومی است و به کار بستن آن راه را بر فهم چرایی اقدامات دولت‌ها بسیار می‌گشاید. مرجعیت‌ها، نظام‌های تصویری از واقعیت هستند که به واسطه آن می‌توان جهان پیرامون را شناخت و آن را موضوع تفسیر یا تغییر قرار داد. مرجعیت‌ها بنیان‌های شناختی اقدامند. به‌عنوان مثال در عرصه پیشرفت، مرجعیت دانش‌محور، در بخش کشاورزی مرجعیت خودکفایی و در بخش دفاع، مرجعیت بازدارندگی، منطق و امکانات اقدامی را فراهم می‌آورند که با منطق و امکانات اقدام بر بنیان مرجعیت‌های دیگر در مغایرت تام است.

وجود مرجعیت‌ها در ابعاد کلان و بخشی و هماهنگی آنها، نشان از نظام‌های زندگی انسانی کارآمد دارد و نبود یا تعارض میان مرجعیت‌ها در یک جامعه انسانی، کار را بر

سیاست و سیاست‌گذاری دشوار می‌سازد.

اتحادیه اروپا، در حال حاضر، وضعیتی از اجماع مرجعیتی را پیش رو می‌گذارد که در آن مرجعیت اقتصاد، سرمایه‌داری، مرجعیت سیاست، دموکراسی، مرجعیت اجتماع، کثرت‌گرایی و مرجعیت فرهنگ و تنوع است. بخش‌های گوناگون سیاست‌گذاری در اتحادیه اروپا قاعده‌تاً باید خود را با این اجماع مرجعیتی کلان هماهنگ سازند (وحید، الف ۱۳۸۴: ۲۶۷-۲۶۶؛ وحید، ۱۳۸۴ ب: ۳۲۹-۳۲۷؛ مولر، ۱۳۷۸: ۵۸-۵۱). نمود این اجماع‌سازی اروپایی (که از مرزهای اروپا گذشته است و بعدی جهانی یافته است) در حوزه فرهنگ، کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی است. ایران، چنانکه پیش‌تر ذکر شد، امضاکننده این کنوانسیون است. ایران البته بنیان‌های مرجعیتی متفاوتی نسبت به اروپا و حوزه تمدن غربی دارد. در اینجا، این بنیان‌ها را مقایسه می‌کنیم تا منطق تمایز در اقدامات را دریابیم.

ساختار این مقاله، بر اساس آنچه ذکر شد، بر سه بخش استوار است. در بخش نخست، بحثی در خصوص زمینه‌های فکری و تاریخی شکل‌گیری این کنوانسیون مطرح شده و در پی آن رویکرد جمهوری اسلامی ایران به این کنوانسیون محور بحث قرار داده شده و در بخش آخر به رویکرد جامعه اروپا پرداخته می‌شود. در پایان نتیجه در قالب سنتز عرضه خواهد شد.

### ۱. زمینه‌های فکری و تاریخی کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی

در این بخش در جست‌وجوی زمینه‌های فکری و تاریخی کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی، شمایی از سیر تطور نظریات توسعه، مفهوم رشد اقتصادی تا مفهوم توسعه فرهنگی و توسعه با سیمای انسانی ارائه می‌شود. تلاش شده است تصویر ارائه شده تا حد امکان بنیادی و جامع باشد. بدین منظور بررسی تطور تاریخی را با نگاهی بر آرای پدران نظریات توسعه (کلاسیک‌ها) آغاز می‌کنیم. بر بنیان توسعه، نقد و تفسیر این آراء، به باور بسیاری مفسران، نظریات آتی عرضه شده‌اند.

نزد کلاسیک‌ها، بیش از آنکه سخن از توسعه باشد، درباره رشد بحث می‌شود؛ رشدی که از طریق بازارهای خودتنظیم و قواعد دست‌نامرئی و بدون دخالت نیروهای خارجی حاصل می‌شود. بر این مبنای رفاه و سعادت تنها در نظامی مبتنی بر لیبرالیسم و نفع شخصی به دست می‌آید. کلاسیک‌ها با روشی قیاسی نظریه‌ای کلی و جهانگیر را ارائه

کردند که مورد جرح و تعدیل مارژینالیست‌ها و رد پیروان مکتب تاریخی و نهاد‌گرا و واژگونی سوسیالیست‌ها قرار گرفت.

پیروان مکتب تاریخی با روشی استقرایی و تجربی امکان ارائه تئوری اقتصادی جهانگیر را زیر سؤال برده و بر به کارگیری آمار اقتصادی، منحصر به فرد بودن اقتصاد هر کشور و بنابراین ضرورت الگوی بومی توسعه، اجتناب از الگوهای انتزاعی در تحلیل اقتصادی، لزوم یافتن تعامل پدیده‌های اقتصادی با عوامل غیر اقتصادی و تلاش برای درک تطور تاریخی اقتصادها پای فشردند. نظریه پردازان این مکتب معتقد بودند: برای بالا بردن سطح رفاه اقتصادی جامعه، ابتدا باید ملیت و فرهنگ هر کشور مبنای نظریه‌پردازی و سیاست‌گذاری قرار داده شود (تفضلی، ۱۳۷۲: ۱۹۷-۱۹۶).

لبه تیز انتقادات مکتب تاریخی به سوی اصل هماهنگی و وجود قانون اقتصادی جهانگیر و لایتغیر اقتصادی، اصل خودخواهی انسان، نادیده گرفتن نقش دولت در اقتصاد به‌عنوان نگهبان، بینش مادی و ارجحیت ثروت نسبت به نیروی مولد و روش قیاسی کلاسیک‌ها بود (نمازی، ۱۳۸۷: ۶۸).

نهادگرایان نیز همچون پیروان مکتب تاریخی، هرگونه ادعای نظری لامکانی و لازماتی را رد کردند و در محیط مملو از دشواری برای نیروی کار و رانت‌خواری دلال‌ها و سفته‌بازان و انحصارات بنگاه‌ها در دهه ۱۹۸۰- که ثمره رهنمودهای کلاسیک‌ها و اقتصاد لسه‌فر بود- کوشیدند در دفاع از نیازها و آرمان‌های بنگاه‌های کوچک، طبقه متوسط، کارگر و روستایی، راه‌حلی برای مشکلات اقتصادی و اجتماعی ارائه کنند. این راه‌حل عبارت بود از: مداخله دولت برای انجام اصلاحات ملایم و توزیع عادلانه درآمد و ثروت (دادگر، ۱۳۸۳: ۴۲۴).

به این ترتیب منتقدان نظریات کلاسیک به‌طور کلی از سویی روش قیاسی آنان را که منجر به ارائه یک تئوری با ادعای جهان‌گیری می‌شود، زیر سؤال بردند. از سوی دیگر، از منظر نقد گروه هدف کلاسیک‌ها کوشیدند به منظور جلوگیری از بحران‌های بیکاری و رکود اقتصادی، گروه‌های اجتماعی پایمال شده توسط اقتصاد لسه‌فر را از طریق اداره امور عمومی توسط دولت مورد توجه قرار دهند.

مارژینالیست‌ها (نئوکلاسیک‌ها) با تغییراتی جزئی در جایگزینی نظریه ارزش کار کلاسیک‌ها با نظریه مطلوبیت نهایی پا در مسیر سلف خود نهادند. اما حضور کم رقیب

آنان با وقوع بیکاری و رکود اقتصادی در بحبوحه بحران بزرگ (۱۹۳۱-۱۹۲۹) توسط کینز زیر سؤال رفت. کینز با زیر سؤال بردن همسو بودن نفع شخصی و نفع عمومی، رها کردن اقتصاد به دست نامرئی را عامل ایجاد تنازع منافع کاپیتالیست‌ها، کارگران و مصرف‌کنندگان دانست. مدل پیشنهادی او برای پیشگیری از وقوع این تنازع، مدل مشارکت بخش دولتی و خصوصی بود. در این مدل دولت از طریق تصدی مسئولیت‌های اجتماعی نظیر آموزش و امنیت و تدوین قوانین کنترل‌کننده نظیر قوانین مربوط به حداقل دستمزد، منع کار کودکان و حفاظت از محیط زیست به حفاظت از منافع ضعیف می‌پردازد. به این ترتیب اقتصاد سرمایه‌داری به سبب مداخله‌های منظم دولت رفاه، انسانی‌تر می‌شود (توحیدفام، ۱۳۸۱: ۱۱۳-۱۰۹).

بروز بحران اقتصادی دهه ۱۹۷۰ سبب زیر سؤال رفتن الگوی اقتصاد کینزی توسط نئولیبرالیست‌هایی همچون فریدمن شد. فریدمن خواهان اعتماد دوباره به بازار آزاد، اهمیت مسئولیت فردی و دولت حداقلی و غیر مداخله‌گر، مقابله با تقاضای حمایت اقتصادی از سوی بخش‌های اقتصادی، برطرف کردن محدودیت‌ها و قیدهای رقابت، کاهش مالیات، خصوصی‌سازی، توسعه بورس و محدودیت دولت رفاه شد. فریدمن تحقق آزادی سیاسی را منوط به آزادی اقتصادی می‌دانست و معتقد بود: هر جا میزان قابل توجهی از آزادی فردی وجود دارد، ترقیات مادی در دسترس شهروندان عادی است و امید گسترده به پیشرفت بیشتر در آینده مشاهده می‌شود، ضرورتاً فعالیت‌های اقتصادی از طریق بازارهای آزاد ساماندهی می‌شوند (باتلر، ۱۳۷۷: ۲۲۷).

در چارچوب اندیشه نئولیبرالیست‌ها، وظایف دولت بسیار محدود و منحصر به حمایت از افراد جامعه در برابر فشارهای ناشی از هموطنان و یا تحمیل از خارج، تسهیل مبادلات ارادی از طریق قوانین، تأمین کالاهای عمومی و نگهداری از کودکان و بیماران روانی است. در اوایل دهه ۱۹۸۰ پارادایم نئولیبرالیسم با اقبال دولت ریگان و تاچر به‌عنوان مرجعیت اقتصادی انگلیس و آمریکا قرار گرفت و از طریق شروط بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول جهانگیر شد. به این ترتیب تا به اینجا در میان دولت‌های غربی الگویی از توسعه طرح شد که با وجود باور به اقتصاد آزاد، گروه هدفش نسبت به الگوی کلاسیک‌ها و نئوکلاسیک‌ها (و نه نسبت به کینزی‌ها) گسترده‌تر بوده و تا حدی به منافع اقشار ضعیف‌تر جامعه نیز در فرایند توسعه توجه داشت.

در سمت دیگر جهان، از فردای جنگ جهانی دوم و در میان کشورهای تازه رها شده از استعمار، شاهد ظهور و گسترش نظریه‌هایی از توسعه بودیم که دغدغه اصلی آنها توصیف و تبیین اوضاع کشورهای جهان سوم و ارائه راهکار برون‌رفت از بحران بود. این نظریات را می‌توان در قالب دو دسته کلی نظریات نوسازی و نظریات وابستگی مطرح کرد. نظریات نوسازی با حمایت مالی آمریکا و در پاسخ به نیاز کشورهای نوظهور پس از جنگ جهانی دوم به الگوی توسعه و با توجه به خطر الگوی سوسیالیسم ظهور یافت. در این چارچوب، نوسازی، فرایندی مرحله به مرحله، همگون‌ساز، غیرقابل بازگشت، رو به پیشرفت و زمان‌بر است. نوسازی فرایند تغییر به طرف انواعی از نظام‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است که در اروپای غربی و آمریکای شمالی از قرن ۱۷ تا ۱۹ توسعه یافته است. نوسازی فرایندی نظام‌یافته، همه‌جانبه، درون‌زا و مستلزم جابجایی کلی ساختارها و ارزش‌های سنتی با نو (سو، ۱۳۷۸: ۳۵-۳۱) است.

شاه‌بیت نظریات نوسازی، غربی‌سازی است. باور به توسعه تک‌خطی به همراه خوش‌بینی بیش از حد، بی‌توجهی به نقش طبقات در فرایند توسعه، غفلت از عوامل خارجی و ضروری دانستن محور ارزش‌های سنتی به منظور نیل به توسعه، پاشنه آشیل نظریات نوسازی است.

در واکنش به تفسیر دوآلیستی درباره علل عقب ماندگی (Outhwaite & Bottomore, 1993: 146) مکتب وابستگی، به‌طور کلی، وابستگی را میراث تاریخی استعمار، تداوم تقسیم کار نابرابر بین‌المللی و بزرگ‌ترین مانع توسعه ملی کشورهای جهان سوم می‌داند. وابستگی، فرایندی اقتصادی، تحمیل شده از خارج و ناشی از انتقال مازاد اقتصادی جهان سوم به کشورهای سرمایه‌داری است. توسعه‌نیافتگی در پیرامون و توسعه‌یافتگی در مرکز، دو وجه مختلف از یک جریان واحد انباشت سرمایه است که قطب‌بندی‌های اجتماعی را ایجاد می‌کند.

طرفداران مکتب وابستگی معتقدند: لازم است تعریف دوباره‌ای از اصطلاح توسعه فراتر از در اختیار داشتن صنایع و فناوری پیشرفته، تولیدات بیشتر و بهره‌وری بالاتر ارائه شود. شاخص پیشنهادی بر حسب بهبود سطح زندگی همه مردم پیرامون است. برنامه‌های توسعه به جای اینکه برای رفاه حال نخبگان و شهرنشینان طراحی شود، باید هدف خود را تأمین نیازهای انسانی دهقان و روستائین، بیکاران و محرومان قرار دهد، چراکه هر برنامه

توسعه که مبتنی بر منافع تنها بخش کوچکی از جامعه به هزینه اکثریت مردم محروم باشد، ناکارآمد است (ساعی، ۱۳۸۹: ۱۱۹-۱۱۶).

نظریات وابستگی از دهه ۱۹۷۰ به دلیل تلاش برای ارائه الگوی عام، عدم توجه به تنوعات ملی، سطح بالای انتزاع، کم توجهی به نیروهای محرکه داخلی و منازعات سیاسی و امکان مقاومت و وجود فرصت‌های پیرامون و ناممکن دانستن همزیستی و وابستگی و توسعه آماج نقد قرار گرفت. به این ترتیب در دهه ۱۹۸۰ شاهد دو رویکرد رقیب اقتصادی و فرهنگی نسبت به توسعه هستیم. تا این زمان سیاست فرهنگی در معنای عام مسیری طولانی را از سیاست‌های تحمیل‌زبانی و جوایز سلطنتی، سیاست‌های آموزشی در کشورهای رها شده از استعمار، ظهور سیاست‌های مهندسی مجدد شهروندان<sup>۱</sup> و فرهنگ‌های دستوری<sup>۲</sup> در کشورهای کمونیستی، ظروف ذوب<sup>۳</sup> و تک‌گرایی فرهنگی<sup>۴</sup> تا سیاست جذب اقوام و ذوب آنها در ناسیونالیسم آمریکا (پیرو اجرای سیاست‌های کینزی)، سیاست فرهنگی به‌عنوان ابزار تبلیغاتی علیه جبهه مخالف (در دوران جنگ) و جایگزین سلاح (در دوران جنگ سرد) طی کرده بود (Denning<sup>۵</sup>, 1995: 76; Yudice<sup>۶</sup>, 2000: 2).

همزمان با جنگ سرد فرهنگی آمریکا و شوروی و درگیری اروپا در بازسازی خرابی‌های جنگ، وجه مشخصه کشورهای در حال توسعه استعمارزدایی و تقویت هویت‌های فرهنگی سرکوب شده ملی بود. در همین زمان تحت تأثیر بحران راهبرد توسعه اکلا و مارکسیسم ارتدوکس، پارادایم وابستگی در انتقاد به رویکرد تک‌خطی خوش‌بینانه، سنت‌ستیز و غیر تاریخی پارادایم نوسازی ظهور کرد.

دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ شاهد طرح مفاهیمی همچون پژوهش فرهنگی، اقتصاد فرهنگی، آموزش کارگزاران فرهنگی، برنامه‌ریزی، اقبال به سیاست فرهنگی و تأکید بر مسئولیت دولت‌ها در حوزه فرهنگ و تأسیس نهادها و وزارتخانه‌های امور فرهنگی بود. همچنین در سطح فراملی همکاری‌های گسترده‌ای در زمینه سیاست فرهنگی و با محوریت تأکید بر نقش فرهنگ به‌عنوان ابزار توسعه شکل گرفت. یونسکو مرکز این فعالیت‌ها بود و

---

1. Reengineering

2. Command cultures

3. Melting pots

4. Monoculturalism

5. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/129016\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/129016_en.htm)

6. <http://www.nyu.edu/classes/bkg/tourist/yudice-stake.pdf>

جنبش عدم تعهد نیز همگرایی‌هایی را در میان کشورهای تازه رها شده ساماندهی کرد. بی‌جهت نیست که صاحب‌نظران (فراهانی، ۱۳۸۵: ۱۳۹) این دو دهه را عصر طلایی سیاست‌های فرهنگی نام نهاده‌اند.

در سال ۱۹۷۰ کنفرانس بین‌دولتی جنبه‌های مالی، اداری و نهادهای سیاست‌گذاری فرهنگی در ونیز برگزار شد. تأکید کنفرانس بر ضرورت ارتباط نزدیک میان برنامه‌ریزی فرهنگی و عمومی و لزوم مشارکت دولت در امور فرهنگی از طریق به رسمیت شناختن حق بهره‌مندی مردم از فرهنگ بود. پیرو آن، کنفرانس‌های منطقه‌ای هلسنکی (۱۹۷۲)، جاکارتا (۱۹۷۲) و آکرا (۱۹۷۵) برگزار شد که با وجود تفاوت‌هایی در محورهای بحث در خصوص نقطه‌کانونی توسعه در بستر فرهنگ هم‌سویی داشتند. بدین ترتیب در تطور تاریخی نظریات توسعه در دهه ۱۹۸۰ با دو دیدگاه عمده در زمینه توسعه روبرو هستیم: دیدگاه اقتصادمحور که در قالب سیاست‌های اقتصادی نئولیبرال نمایان است و دیدگاه فرهنگ‌محور که در قالب کنفرانس جهانی سیاست‌گذاری فرهنگی (مکزیکوسیتی) تبلور یافته است. اعلامیه‌نهایی این کنفرانس ضمن ارائه تعریف گسترده از فرهنگ به لزوم توجه به ابعاد فرهنگی توسعه، همکاری‌های بین‌المللی فرهنگی، نقش مهم دولت‌ها در تدوین و اجرای سیاست‌های فرهنگی، لزوم استفاده از خلاقیت و مشارکت شهروندان در زندگی فرهنگی تأکید کرد (Mexico City Declaration, 1982). در این چارچوب در دهه جهانی توسعه (۱۹۹۷-۱۹۸۸)، یونسکو چهار هدف توجه به ابعاد فرهنگی توسعه، تأکید و تقویت هویت‌های فرهنگی، تشویق مشارکت در حیات فرهنگی و ترویج همکاری‌های فرهنگی را دنبال کرد.

ناکامی پارادایم تعدیل اقتصادی در سال ۱۹۸۸ و افزایش فقر، طرد اجتماعی، مشاغل ناپایدار و شکاف درآمدی در کشورهای توسعه‌یافته و کم‌سود شدن فرهنگ و زبان‌های محلی، تشدید اختلافات طبقاتی و توسعه بنیادگرایی مذهبی و غرب‌ستیزی در کشورهای در حال توسعه سبب تقویت ایده توسعه فرهنگ‌محور در پایان دهه ۱۹۸۰ شد که در بعد نهادی و علمی در قالب تأسیس کمیسیون فرهنگ و توسعه و انتشار گزارش تنوع خلاق ما، کنفرانس استکهلم و گزارش‌های جهانی فرهنگ تبلور یافت (وحید، ۱۳۸۳: ۲۵۷-۲۵۶). بر مبنای توسعه فرهنگ‌محور، از آنجا که توسعه وسیله‌ای برای پاسخ به نیازهای

1. [http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/1129541661mexico\\_en.pdf/mexico\\_en.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/1129541661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf)

انسانی است و نیازهای انسانی نیز در فرهنگ‌های مختلف متفاوت است، الگوی توسعه جوامع انسانی مشابه یکدیگر نیست. توسعه تعهدی پیچیده، غیرخطی و چندبعدی است و حق انتخاب الگوی توسعه منحصر به خود و مطابق با نیازهای پیچیده هر جامعه انکارناپذیر است. به این ترتیب جانمایه توسعه فرهنگ محور، احترام به تنوع فرهنگی است.

دیدگاه‌های فرهنگ محور توسعه با دیدگاه‌های جامعه‌شناسانی همچون گیدنز هم‌سوئی دارد. به باور وی، به رغم مخاطرات آن، جهانی شدن فرایندی است که از آن گریزی نیست. وی در جست‌وجوی راهکار مقابله با نتایج مخاطره‌آمیز جهانی شدن و دستیابی به توسعه‌ای منصفانه سنت ابداعی، راه سوم را ارائه می‌کند که عبارت است از: میانه رادیکال، دولت نوین دموکراتیک، جامعه مدنی فعال، خانواده دموکراتیک، اقتصاد مختلط نوین، برابری به معنی ادغام، رفاه مثبت، دولت سرمایه‌گذار اجتماعی، ملت جهان‌میهنی و دموکراسی جهان‌میهنی (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۰-۷۳).

دولت پیشنهادی گیدنز، دولتی دموکراتیک و برخاسته از متن جامعه مدنی است، چراکه «در کشورهایی که هنوز اصول جامعه مدنی تحقق نیافته و در نتیجه دموکراسی محدودی حاکم است، احتمال توسعه اقتصادی کارآمد نیز اندک است. از این رو در مقایسه با کشورهای صنعتی پیشرفته، سرمایه‌گذاری وسیع در زمینه منابع انسانی، تشویق دخالت‌های سازنده و مؤثر همراه با تغییرات ساختاری در دولت و جامعه مدنی، در کشورهای رو به رشد بسیار حیاتی است. برای نیل به این هدف، همکاری‌های وسیع در سطح بین‌المللی را باید پی‌ریزی کرد؛ همکاری برای دسترسی به برابری بیشتر در محیط تکثرگرایی» (گزارش جهانی فرهنگ ۲۰۰۰، ۱۳۸۱: ۷۹-۷۸).

حضور همزمان دو رویکرد اقتصادمحور و فرهنگ‌محور، هم‌آوا با نگرش‌های جامعه‌شناسی تا دهه ۱۹۹۰ ادامه یافت. این دهه از سویی شاهد تجربه خصوصی‌سازی ناموفق روسیه، ورشکستگی آرژانتین و بحران شرق آسیا ناشی از پیگیری سیاست‌های تعدیل اقتصادی و از سوی دیگر تجربه موفق چین بدون استفاده از سیاست‌های تعدیل اقتصادی بود. در این میان استیگلیتز با مشاهده اینکه توصیه‌های یکسان بانک جهانی به کشورهای جهان بدون در نظر گرفتن اقتضائات ساختاری و نهادی این کشورها، نه تنها آنها را به توسعه اقتصادی نرسانده، بلکه مشکل این کشورها را حادتر نیز کرده است، نظریه فراتعدیل را طرح کرد.



به اعتقاد وی، «هر زمان و هر کشوری با دیگری متفاوت است و برنامه‌های ترتیبات بین‌المللی باید با توجه به اقتضائات کشورهای توصیه شده و با مشورت آنها طراحی شود. کشورها باید گزینه‌های مختلف را بررسی و از راه فرایندهای مردم‌سالاری، گزینه خود را مشخص کنند (استیگلیتز، ۱۳۸۲: ۱۱۸). در این راه کشورهای در حال توسعه نیازمند دولت‌هایی کارآمد، بخش خصوصی نیرومند و رقابت‌پذیر و پایدار، قوه قضائیه مستقل و قدرتمند، مسئولیت‌پذیری مردم‌سالارانه، توسعه خانواده، توسعه فردی، بازبودن فضا و شفافیت اطلاعات، تقویت جامعه مدنی و به رسمیت شناختن حق دانستن و رهایی از فساد اداری، که مانع کارایی بخش دولتی و رشد بخش خصوصی است، هستند.

الگوی توسعه استیگلیتز، توسعه همه‌جانبه یا توسعه با سیمای انسانی است و عبارت است از: تحول جوامع، بهبود زندگی فقرا و فراهم کردن امکانات برای همه که بخت موفقیت و دسترسی به درمان، بهداشت و آموزش و پرورش را داشته باشند (همان: ۳۰۴). این تصویر از توسعه مستلزم اصلاحاتی در نحوه اداره سازمان‌های بین‌المللی است، به نحوی که صدای تک‌تک افراد جامعه از فقیر و غنی، در جهان توسعه یافته یا در حال توسعه، از سطح خانواده تا سطح جهانی شنیده شود. توسعه‌ای که مبنای آن بر پاسداشت تنوع فرهنگ‌ها به عنوان منبع نوآوری، تبادل و خلاقیت، توسعه و صلح بشری و انسانی کردن و منصفانه کردن روند جهانی شدن است.

کنفرانس جهانی سیاست‌گذاری فرهنگی استکهلم ۱۹۹۸ نقطه عطفی در روند پذیرش تنوع فرهنگی (بیگ‌زاده، ۱۳۸۶: ۷۲۹) به عنوان کلید توسعه پایدار بود. در برنامه اقدام کنفرانس توجه وافر به صنایع فرهنگی شد و بر لزوم شناسایی ماهیت متفاوت کالا و خدمات فرهنگی تأکید شد. کنفرانس استکهلم زمینه‌ساز تصویب اعلامیه تنوع فرهنگی در مجمع عمومی یونسکو (۲۰۰۱) شد. این سند غیر الزام‌آور، تنوع فرهنگی را به عنوان میراث مشترک بشری اعلام کرد و پایه‌های اصلی سندی الزام‌آور را بنا نهاد. ماده ۱۲ اعلامیه و نیز برنامه اقدام آن از یونسکو خواست تلاش‌های هنجارگرای خود را برای دستیابی به یک سند حقوقی بین‌المللی در مورد تنوع فرهنگی ادامه دهد. چنین تأکیدی در کنفرانس عمومی اکتبر ۲۰۰۳ تکرار شد و مجمع عمومی از دبیرکل خواست تا نسبت به تنظیم پیش‌نویس سند و ارائه آن در کنفرانس عمومی آتی اقدام کند. پیش‌نویس یادشده در قالب «کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی» در سی و سومین کنفرانس عمومی

یونسکو در اکتبر ۲۰۰۵ (مهرماه ۱۳۸۴) در پاریس با ۱۴۸ رأی موافق، ۲ رأی مخالف (آمریکا و اسرائیل) و ۴ رأی ممتنع (لیبریا، هندوراس، استرالیا و نیکاراگوئه) تصویب و از تاریخ ۲۷ اسفند ۱۳۸۵ (۷ مارس ۲۰۰۷) اجرایی شده است (فراهانی، ۱۳۸۶: ۱۲). این کنوانسیون به طور خاص درصدد نیل به اهداف زیر است:

۱. به رسمیت شناختن حق دولت‌ها در ایجاد سیاست فرهنگی به منظور حمایت از تنوع فرهنگی؛
  ۲. شناسایی ماهیت ویژه کالاها و خدمات فرهنگی به عنوان مبنای هویت‌ها، ارزش‌ها و معانی؛
  ۳. تقویت همکاری و همگرایی بین‌المللی به نفع بیان‌های فرهنگی تمام کشورهای عضو (گروهی از نویسندگان، ۱۳۸۷: ۳).
- منطق کنوانسیون، بر احترام به اصول دموکراسی، حقوق بشر، ارزش یکسان فرهنگ‌ها و تکرارگرایی فرهنگی استوار است. به باور تدوین‌کنندگان و تصویب‌کنندگان کنوانسیون، اهداف فوق تنها بر اساس این اصول، دست‌یافتنی هستند.

## ۲. رویکرد جمهوری اسلامی ایران نسبت به کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی

رویکرد جمهوری اسلامی ایران نسبت به کنوانسیون تنوع فرهنگی، رویکردی جزر و مدی است. ایران در جریان تصویب «اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی» و نشست سال ۲۰۰۳ یونسکو پیرامون ضرورت تدوین سندی الزام‌آور بر مبنای اعلامیه و نیز نشست سال ۲۰۰۵ به عنوان کنشگری موافق ظاهر شد. علاوه بر این، در اجلاس «وزاری عدم تعهد پیرامون حقوق بشر و تنوع فرهنگی» (تهران - سپتامبر ۲۰۰۷) اعتقاد خود را به ضرورت پاسداشت تنوع فرهنگ‌ها به عنوان «میراث مشترک بشری» و به منظور جلوگیری از یکدست‌سازی فرهنگی ناشی از فرایند جهانی شدن اعلام کرد. اما پس از گذشت ۹ سال از تصویب (اکتبر ۲۰۰۵) و ۷ سال از اجرایی شدن کنوانسیون (مارس ۲۰۰۷)، از پیوستن به کنوانسیون خودداری کرده است. در این بخش در جست‌وجوی چرایی این رویکرد جزر و مدی، به بررسی مرجعیت رسمی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران می‌پردازیم.

پیامد هر انقلاب دگرگونی و تغییر و تحول بنیادین در عرصه‌های گوناگون اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. به همین دلیل و با توجه به اینکه به باور مسئولان کشور، انقلاب

ایران اساساً انقلابی فرهنگی اسلامی است، مقوله فرهنگ از ابتدا از جایگاه ویژه و ممتازی به منظور ایجاد جامعه اسوه اسلامی برخوردار بوده است. پیام نوروزی بنیانگذار انقلاب در اول فروردین ۱۳۵۹ در زمینه ضرورت اسلامی کردن دانشگاه‌های سراسر کشور، تصفیه اساتید مرتبط با شرق و غرب و تبدیل دانشگاه به محیطی سالم برای تدوین علوم انسانی را می‌توان نقطه مناسبی برای آغاز بررسی سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در نظر گرفت. این حرکت به تشکیل ستاد انقلاب فرهنگی توسط شورای انقلاب به منظور «رهاسازی مراکز فرهنگ از خدمات استعمارگران» انجامید. ستاد انقلاب فرهنگی پس از ترمیم دوم در آذر ۱۳۶۳ به شورای عالی انقلاب فرهنگی تبدیل شد. از این زمان به نحو مشخص، مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی را می‌توان به‌عنوان مرجعیت فرهنگی رسمی کشور محسوب کرد. این نهاد با وجود پیدا شدن شائبه‌هایی پیرامون جایگاه حقوقی آن در کنار مجمع تشخیص مصلحت، مجلس و وزارتخانه‌های فرهنگی در مقاطع بعد، همچنان از منظر رهبران جمهوری اسلامی ایران مرکز سیاست‌گذاری فرهنگی نظام و مرجع وضع ضوابط و قواعد مؤثر فرهنگی بوده و مصوبات آن لازم‌الاجرا (خامنه‌ای<sup>۱</sup>)، (۱۳۷۵)، واجب‌الاطاعه (خامنه‌ای<sup>۲</sup>)، (۱۳۷۶) و مُرّ قانون (خامنه‌ای<sup>۳</sup>)، (۱۳۷۸) است.

هدف شورای عالی انقلاب فرهنگی، همه‌جانبه کردن، استمرار بخشیدن به انقلاب فرهنگی، دوباره زنده کردن، رو آوردن به مفاهیم اسلامی و فرهنگ اسلامی، عمومی کردن این فرهنگ، پویا کردن فرهنگ جامعه، دور کردن عناصر مضر و منحرف‌کننده از فرهنگ کنونی جامعه و جذب عناصر تکمیل‌کننده و مفید برای فرهنگ‌ها (خامنه‌ای<sup>۴</sup>)، (۱۳۶۴) است.

پس از پایان جنگ تحمیلی از یک سو زمینه‌های تحول سیاسی و اقتصادی در کشور افزایش یافت و از سوی دیگر ضرورت بازسازی اقتصادی و ایجاد زمینه‌های بهبود وضع معیشت نمایان‌تر شد (مرکز پژوهش‌های مجلس،<sup>۵</sup> ۱۳۷۵: ۳). مقارن با این ایام، اولویت شورا هم از تأکید بر دانشگاه‌ها به سمت فرهنگ عمومی و پیدا کردن و شناختن

1. <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=1362>
2. <http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=9616>
3. <http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=9617>
4. <http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-07.php>
5. <http://majlesdb.majlis.ir/ReportsShow.asp?6544>

بیماری‌های فرهنگی و راه علاج آن (خامنه‌ای، ۱۳۶۸) گردش یافت، چراکه در این زمان باور بر این بود که «برای توسعه اقتصادی باید فرهنگ عمومی جامعه اعم از فرهنگ کار، وجدان کار و... بالا رود» (خامنه‌ای، ۱۳۶۹).

از اوایل دهه ۱۳۷۰ نظام جمهوری اسلامی ایران به این تحلیل رسید که دشمنی دشمنان از طریق شیوه‌هایی به جز نظامی‌گری در جریان است و انقلاب فرهنگی به‌عنوان اصل فرهنگ ملی و اسلامی در تهدید دشمنان قرار دارد (خامنه‌ای، ۱۳۷۰). در پی این تحلیل، ادبیات مقابله با تهاجم و شیخون فرهنگی نقش بارزی در سوگیری فرهنگی پیدا کرد.

شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۷۱ اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران را تصویب کرد. سیاست فرهنگی در این سند به‌عنوان «اصول راهنمای کارگزاران فرهنگی» و توافق رسمی و اتفاق نظر متصدیان امور در تشخیص، تدوین شد و تعیین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های لازم رعایه در حرکت فرهنگی تعریف شده است. سیاست فرهنگی، سیاست انقلاب اسلامی است. انقلاب اسلامی بدین معناست که فرهنگ اسلامی در کلیه شئون فردی و اجتماعی کشور اصل و پایه و مبنا قرار گرفته است. سه منبع مشخص الهام‌بخش سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی دین اسلام، اندیشه‌های آیت الله خمینی<sup>(ره)</sup> و قانون اساسی جمهوری اسلامی است.

دیدگاه تدوین‌کنندگان اصول سیاست فرهنگی نگاهی از بالا به پایین و نگاه دولتی به تمام عرصه‌های فرهنگی کشور است. بر این اساس بخش وسیعی از فعالیت‌های فرهنگی، دولتی است و فعالیت بخش خصوصی در این زمینه نیز به شدت وابسته به دولت (حسین‌لی، ۱۳۷۹: ۱۲) است و دولت دولتی متصدی (وحید، ۱۳۸۲: ۱۵) است.

از زمان ترمیم سوم شورای عالی انقلاب فرهنگی در ۱۳۷۵ به منظور مقابله با تهاجم فرهنگی، مباحث مرتبط با مدیریت و انضباط فرهنگی با جدیت بیشتری دنبال شد و شورای عالی انقلاب فرهنگی موظف شد در رأس فعالیت‌های خود به «مدیریت فرهنگی جامعه» در عرصه‌های مختلف پردازد و با سیاست‌گذاری‌های خود زمینه را برای پیدایش جامعه‌ای بهره‌مند از حیات طیبه الهی فراهم سازد. این مباحث با روی کار آمدن جریان جدید سیاسی

1. <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=222>

2. <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=405>

3. <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=597>

از خرداد ۱۳۷۶ و احساس خطر مقام رهبری نسبت به «رهاسازی فرهنگ» (خامنه‌ای،<sup>۱</sup> ۱۳۷۷) در دولت اصلاحات اوج گرفت. دیدگاه نظام در زمینه لزوم مدیریت فرهنگی را به این پشتوانه نظری می‌توان مربوط کرد که تعبیر نظام از فرهنگ بیشتر عقاید و اخلاقیات یک فرد و جامعه است و با توجه به باور به اهمیت مقوله فرهنگ در آینده یک ملت و یک کشور، دغدغه فرهنگی ناشی از دغدغه نسبت به انسانیت انسان و نسبت به اهداف والای انسانی است. «بنابراین اگر فرض کنیم که در کشور محصولات فرهنگی ناسالمی وجود داشته باشد؛ فکر ناسالم، اخلاق ناسالم، رفتار ناسالم، ابزار فرهنگی ناسالم، رسانه‌های ناسالم، کتاب ناسالم، وسایل هنری ناسالم که بتواند با خرافات و کج‌اندیشی‌ها و کج‌روی‌ها عقاید راست را مخدوش کند، اینها فراورده‌های ضد انسانی‌اند، مقابله با آنها باید با انگیزه دفاع از انسانیت صورت بگیرد و همه باید در این زمینه احساس وظیفه کنند» (خامنه‌ای،<sup>۲</sup> ۱۳۷۹).

این الزام به احساس وظیفه، به قرائتی از اسلام بازمی‌گردد که معتقد است: برخلاف بی‌طرفی و موضع نداشتن در زمینه عقیده و اخلاق در مکاتب مادی، دین اسلام نسبت به مسئله عقیده و اخلاق بدون مسئولیت نیست و بخشی از گستره عدالت با این موضوع مرتبط است و باور دارد: «اگر به کسی که می‌توان از انحراف او جلوگیری کرد، کمک نشود، نسبت به او بی‌عدالتی شده است، اگر کسی را می‌توان در زمینه مسائل اخلاقی هدایت و تربیت کرد و انسان چنین کاری را نکند، نسبت به او ظلم و بی‌عدالتی کرده است» (همان). با تعبیری که جمهوری اسلامی ایران نسبت به رابطه حکومت و ملت دارد- رابطه ولی و عائله (همان) و باغبان و باغ (خامنه‌ای،<sup>۳</sup> ۱۳۸۲)- وظیفه حکومت نسبت به ملت بسیار سنگین است و نباید با بسنده کردن به تأمین امنیت و آزادی و با بی‌تفاوتی نسبت به عقاید و اخلاق مردم و واگذار کردن فرهنگ به مناسبات عرضه و تقاضای بازار، اجازه گمراهی ملت را داد. بنابراین حکومت ایران به‌عنوان یک دولت دینی بر خود فرض می‌داند، در جایی با موعظه و دعوت و در جایی با عمل در مسائل فرهنگی دخالت کند، صف‌بندی دینی، اسلامی و انقلابی داشته باشد و نسبت به «نظارت هوشمندانه، متفکرانه، آگاهانه، مراقبت از هرزروی نیروها و هرزه‌روی علف هرزه‌ها، هدایت جامعه به سمت درست،

1. <http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-07.php>

2. <http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-16.php>

3. <http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-06.php>

کمک به رشد و ترقی فرهنگی افراد جامعه» (همان) اهتمام ورزد.

از سال ۱۳۸۱ بحث مدیریت فرهنگی در قالب مهندسی فرهنگی و مهندسی فرهنگ مورد عنایت مقام رهبری و به تبع آن شورای عالی انقلاب فرهنگی قرار گرفت. این مباحث به پشتوانه این باور ایجاد شد که ایران در دوران گذار قرار دارد و در دوران گذار تغییر و تحولات فراوانی در ارزش‌ها، رفتارها و به‌طور کلی فرهنگ رخ می‌دهد. از آنجا که بسیاری از تغییرات فرهنگی مطلوب نظام اسلامی و انقلابی نیست و اقدامات جزئی در عرصه فرهنگ نیز تأثیرات بنیادین نخواهد داشت، باید نخست در قالب مهندسی فرهنگ با رویکرد سیستمی اجزای فرهنگ، اعم از فرهنگ ملی، فرهنگ تخصصی و فرهنگ سازمانی، در مجموعه فرهنگ جانمایی شده و روابط آنها به خوبی تنظیم شود. سپس در قالب مهندسی فرهنگی به هماهنگی و انسجام بخشیدن به دستگاه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کشور در جهت فرهنگ و ارزش‌های اسلامی پرداخت.

شورای عالی انقلاب فرهنگی از این زمان کوشید به طراحی نقشه فرهنگی کشور بپردازد. تبلور این گفتمان فرهنگی را می‌توان در سیاست‌های برنامه پنجم توسعه و اولویت امور فرهنگی در صدر سیاست‌ها و الزام تهیه پیوست فرهنگی جهت کلیه طرح‌های مهم کشور مشاهده کرد.

در بررسی مرجعیت رسمی سیاست فرهنگی ایران شاهد نوعی تشتت درون‌متنی و بینامتنی هستیم. متون مبنایی همچون قانون اساسی از سویی بر مکتبی بودن و اسلامی بودن انقلاب و هدف آن مبتنی بر ایجاد حکومت اسلامی تأکید می‌کنند و از سوی دیگر، برای جذب حداکثری نیروهای متفاوت در صف انقلاب، سخن از تضمین گستره وسیعی از آزادی‌های بنیادین و حقوق اعم از حقوق بشر، حقوق شهروندی و حقوق اقلیت‌ها به میان می‌آورند.

سخنان رهبران ایران مبتنی بر برداشتی منحصر به فرد از دین و مدرنیته است. این دیدگاه‌ها عمدتاً قائل به کلیتی واحد به نام فرهنگ خودی یا فرهنگ ایرانی اسلامی و لزوم حفظ آن در مقابل تهاجم دشمنان است. این تلقی در قالب اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز نمایان است و آن را به متنی با گرایش ترجیحی و ارزشی تبدیل کرده است.

دولت‌های هشت ساله نیز عامل مهمی در شکل‌گیری سیاست‌گذاری فرهنگی ایران

هستند. نمود این موضوع به خوبی در قالب برنامه‌های توسعه نمایان است. به این ترتیب شاهد دولت تصدی‌گر در برنامه اول و دوم توسعه و حرکت به سمت دولت نظارت‌گر و حمایت‌گر و مدیر در برنامه‌های بعدی هستیم.

برنامه اول توسعه بر توسعه اقتصادی و سیاست‌های تعدیل اقتصادی تأکید دارد و توجه تنها بند فرهنگی آن به رسالت جهانی انقلاب و آثار ناشی از ارتباط فرهنگی با جهان غرب، معطوف است. برنامه دوم توسعه دو هدف کلان را دنبال می‌کند. نخست، رشد فضائل بر اساس اخلاق اسلامی و ارتقای کمی و کیفی فرهنگ عمومی و دوم هدایت جوانان و نوجوانان در عرصه‌های ایمانی مذهبی، فرهنگ خودی، خلاقیت، علم، هنر و ... دولت در قالب این دو برنامه دولت تصدی‌گر است. اما از برنامه سوم شاهد گردش نقش دولت از تصدی‌گری به سمت نظارت و حمایت هستیم. در چارچوب برنامه سوم و چهارم، به‌ویژه در قالب برنامه چهارم با وجود تأکید بر حفظ مبانی تفکرات دینی و انقلابی، از مباحث جدیدی هم چون لزوم حمایت از زبان‌ها و آداب و رسوم بومی و میراث معنوی ملی و حقوق زنان و حمایت از حقوق پدیدآورندگان فرهنگی با تأکید بر تشویق مشارکت جامعه مدنی سخن به میان می‌آید. دقیقاً در این دوران است که ایران نه تنها با اعلامیه تنوع فرهنگی موافقت می‌کند که از تبدیل آن به کنوانسیون نیز حمایت می‌کند. اما در همین زمان منابع دیگر مرجعیت رسمی راهی دیگر را در پیش دارند.

به این ترتیب از سویی با رویکرد جزر و مدی جمهوری اسلامی ایران با مقوله تنوع فرهنگی روبرو هستیم و از سوی دیگر در بررسی اصول سیاست‌های فرهنگی ایران علاوه بر وجود تناقضات در شماری از منابع با تناقضاتی میان منابع متفاوت نیز مواجهیم. این دو مسئله سبب شده است که جمهوری اسلامی ایران نتواند رویکرد واحدی مبتنی بر اجماع مرجعیت فرهنگی را پیش رو گذارد و دولتی داشته باشد که کنوانسیون جهانی را به تصویب می‌رساند و مجلسی که از تأیید آن سر باز می‌زند.

### ۳. رویکرد اتحادیه اروپا نسبت به کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی

کمیسیون اروپا و ۱۲ کشور اروپایی<sup>۱</sup> هفت ماه پس از تصویب «کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی» در ۱۸ دسامبر ۲۰۰۶ به پذیرش همزمان کنوانسیون اقدام کردند. تا

۱. اتریش، دانمارک، استونی، فنلاند، فرانسه، لیتوانی، لوکزامبورگ، مالت، اسلواکی، اسلونی، اسپانیا، سوئد و به فاصله کمی بلغارستان.

این تاریخ ۲۲ کشور اقدام به پذیرش کنوانسیون کرده بودند و با پیوستن کمیسیون اروپا و ۱۲ کشور عضو، کنوانسیون با رسیدن کشورهای متعاقد به عدد ۳۰ (ماده ۲۹) امکان اجرایی شدن پیدا کرد. این استقبال که در مراسمی با حضور دبیر کل یونسکو پاس داشته شد، در امتداد رویکرد مثبت اتحادیه نسبت به بیانیه تنوع فرهنگی و روند تبدیل آن به کنوانسیون و «نشانه آشکاری از تعهد اتحادیه اروپا به تنوع فرهنگی هم در بعد داخلی و هم بین‌المللی است» (Figel, 2006). در این بخش در جست‌وجوی چرایی رویکرد موافق و پویای اتحادیه اروپا نسبت به کنوانسیون به بررسی مرجعیت رسمی سیاست‌های فرهنگی اتحادیه اروپا می‌پردازیم.

ایده همگرایی اروپا به شیوه صلح‌آمیز بر پایه امکان جلوگیری از نزاع از طریق تنظیم روابط میان افراد و به تبع آن جامعه با استفاده از قانون شکل گرفت. به‌عنوان نمونه می‌توان به ایده طرح عظیم هنری چهارم (۱۶۱۰-۱۵۵۳) مبتنی بر تجمیع پادشاهی‌ها و امیرنشین‌های متفرق و تشکیل جمهوری عظیم اروپا، ایده نهاد اروپایی به منظور تضمین صلح و بلیام پن (۱۷۱۸-۱۶۴۴)، ایده صلح جاوید<sup>۵</sup> کانت (۱۸۰۴-۱۷۱۸) مبتنی بر امکان خنثی کردن طبیعت تهاجم محور دولت از طریق قانون و ایده پارلمان اروپایی مردمی سنت سیمون (۱۸۲۵-۱۷۶۰) (Allister, 1997: 14-21) اشاره کرد. اما برخلاف ایده‌های نظری صلح‌آمیز همگرایی، نمونه‌های تاریخی عمدتاً نشئت گرفته از اهداف خونبار و بلندپروازی‌های کشورگشایانه و در قالب امپراتوری‌های مبتنی بر آرمان‌های شاهانه، ملی‌گرایانه، ایدئولوژیک و نژادی تحقق یافت.

پس از پایان جنگ جهانی دوم ناتوانی اروپا در بازسازی اقتصادی خود و نیز لزوم تعریف سازوکار جدید امنیتی در اروپای غربی سبب طرح مجدد اندیشه‌های همگرایی به شیوه صلح‌آمیز شد. هدف از همگرایی «حفظ صلح، آزادی و رفاه بود. بدین معنا که فرایند وحدت باید در سه جبهه نظامی (ممانعت از جنگ و ایجاد یک نیروی دفاعی معتبر)، اخلاقی - حقوقی (حفظ صلح و تضمین حقوق بشر)، اقتصادی (ایجاد شرایط رفاهی جدید

۱. کانادا، موریس، مکزیک، رومانی، موناکو، بولیوی، جیبوتی، کرواسی، توگو، بلاروس، ماداگاسکار، بورکینافاسو، مولداوی، پرو، گواتمالا، سنگال، اکوادور، مالی، آلبانی، کامرون، نامیبیا و هند.

2. [http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/unesco\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/unesco_en.htm)

3. [http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/pdf/FigelDiscours19\\_12\\_06.pdf](http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/pdf/FigelDiscours19_12_06.pdf)

4. Grand design

5. Perpetual peace



در اروپای غربی، به‌ویژه در وهله نخست از طریق طرح مارشال و سازمان همکاری اقتصادی اروپایی<sup>۱</sup>) (هارشر، ۱۳۸۴: ۱۵۹) پیشروی کند.

در بررسی فرایند همگرایی باید به انفکاک وجوه مختلف آن در قالب اقتصادی، سیاسی و فرهنگی توجه کرد. بعد اقتصادی همگرایی در قالب بازار و پول واحد کمتر ابهام‌آمیز و محل نزاع و مقاومت بوده است، اما دغدغه اصلی اتحادیه ورای همگرایی اقتصادی مرتبط با دو بخش دیگر همگرایی، یعنی همگرایی سیاسی و فرهنگی است. از همین منظر است که مباحث مرتبط با هویت در قالب لزوم «روح» بخشیدن به اروپا طرح شد. این مباحث ناظر به این واقعیت بود که تکوین یک هویت اروپایی پا به پای افزایش همبستگی و توانایی جامعه اروپا پیش نرفته بود. از این رو، در سال ۱۹۷۳ جامعه اروپا اعلامیه‌ای درباره هویت اروپایی<sup>۲</sup> تصویب کرد. هویت بخشیدن به اروپا به این معنا است که «در یک بحث عمومی مستمر در جستجوی ارزش‌ها، اصول و قوانین و هدف‌های سیاسی باشیم که بهترین دلایل را برای توجیه بنای یک نظام سیاسی جدید ارائه می‌کنند» (چروتی، ۱۳۸۴: ۲۷). اتحادیه برای شکل‌دهی به این هویت مشترک با ۳ گزینه روبرو بود: همگون‌سازی<sup>۳</sup>، ضد همگون‌سازی<sup>۴</sup> و ادغام<sup>۵</sup> (هارشر، پیشین: ۱۷۶).

همگون‌سازی، فرایند همسان‌شدن اقلیت‌های هویتی با اعضای اکثریت هویتی در دهه‌های متمادی است. طی این فرایند، «دیگری» و «تفاوت» از میان می‌رود و اقلیت با اکثریت هم هویت شده و جامعه‌ای یکدست و فاقد تنوع سودمند و خلاق فرهنگ‌ها ایجاد می‌شود.

ضد همگون‌سازی و همزیستی به شرایطی اطلاق می‌شود که گروه‌های هویتی کاملاً متفاوت و متمایز در کشور وجود دارند که حداقل گفت‌وگو و شناخت را از یکدیگر داشته و احساس تعلق به یک «ما»ی واحد و مشترک ندارند. ستیزه و تضاد و قطبی شدن دستاورد محتوم این نوع جوامع است.

در ادغام، گروه‌های مختلف با حفظ ویژگی‌های هویتی خود با گروه‌های دیگر ارتباط داشته و به شکل متعادلی باز و پذیرا هستند و برای ساختن هویتی مشترک در

1. OEEC
2. Declaration on european identity
3. Assimilation
4. Anti- assimilation
5. Integration

سطحی دیگر می‌کوشند. این الگو بهترین گزینه برای ساختن هویت مشترک در جوامعی با گروه‌های هویتی متفاوت و متعدد است. اتحادیه اروپا نیز الگوی موفق از کاربست همین الگوست. اتحادیه اروپا به دنبال نابود کردن هویت‌های ملی و محلی مردمان عضو در کلیتی با نام اروپا نیست. در این زمینه به نظر می‌رسد، سخن چرچیل گویاترین توضیح در این زمینه باشد که «مردان و زنان هر کشوری باید فکر کنند، همان قدر که به سرزمین خود وابسته‌اند، اروپایی نیز هستند» (مصطفوی کاشانی، ۱۳۷۹: ۴۰).

در زمینه هویت اروپایی توجه به افتراق میان هویت فرهنگی و سیاسی ضروری است. هویت اروپایی در بعد فرهنگی مفهومی دیرپاست و اروپایی‌ها طی قرن‌ها، حتی هنگامی که با هم می‌جنگیدند و یکدیگر را به خاک و خون می‌کشیدند، بسیاری از ویژگی‌های یک هویت فرهنگی مشترک را بسط دادند. این در حالی است که هویت سیاسی اروپایی نشئت گرفته از تجربه جمعی زمان حال و ناشی از نیاز «جنگ دیگر نه» و تصمیم‌گیری «می‌خواهیم با هم متحد باشیم نه در هم ادغام شویم» است (چروتی، پیشین: ۳۸).

تفاوت دیگر هویت سیاسی و فرهنگی در میزان تمرکز است. به باور چروتی (۱۳۸۴: ۴۱) هویت سیاسی نیازمند ساختاری متمرکز است و نمی‌تواند از مجموعه‌ای از هویت‌های تا حدودی همپوشان تشکیل شود. به این معنا که با وجود لایه‌های مضاعف تصمیم‌گیری در اتحادیه، تصمیم‌گیری‌ها در مورد امور اساسی باید با هم و بر اساس دلایل واحدی - که در یک دموکراسی دیکته یا تحمیل نمی‌شوند، بلکه در گفت‌وگوهای عمومی تعریف و تفسیر می‌شوند - اتخاذ شوند. این در حالی است که در زمینه هویت فرهنگی مسئله یک جامعه ملی چگونگی استقرار و حفظ وحدت بدون فدا کردن غیر لازم کثرت است. به این ترتیب، هویت فرهنگی اروپا عبارت است از: واکنش متقابل هویت‌های متکثر که گاه با هم همپوشانی پیدا می‌کنند و زمانی دیگر در هم می‌آمیزند و سرانجام از هم جدا می‌شوند. این فرایند همواره در طول تاریخ رخ داده است، با این تفاوت که این بار در فضای سیاسی جدیدی رخ می‌دهد که در آن تفاوت دیگر نمی‌تواند منشأ خصومت شود. غیر از این هم نمی‌تواند باشد، چرا که استمرار تکثر فرهنگی و نیز اجتماعی در اروپا پارسنگ سالمی است در برابر ساختار قدرت و هویت سیاسی که مرکزگراتر شده است.

ایده اولیه سیاست فرهنگی اروپایی در معاهده رم ۱۹۵۷ مطرح شد. در این معاهده با

---

## 1. Centeripetal

وجود آنکه فصل جداگانه‌ای برای فرهنگ در نظر گرفته نشد، فرهنگ به‌عنوان عاملی برای اتحاد افراد و توسعه اجتماعی و اقتصادی معرفی شد. این معاهده از حیث احترام به تنوع ملت‌ها و فرهنگ‌ها در قالب یک اتحادیه نیز قابل توجه است. در سطر اول پیش‌درآمد پیمان رم چنین تصریح شده است که اعضا، عزم جزم کردند پایه‌های اتحادیه‌ای هر چه وثیق‌تر متشکل از اقوام اروپا را بگذارند. به دیگر سخن، معاهده رم به‌طور کامل به هویت متمایز و غنای فرهنگی و سیاسی دولت-ملت‌هایی که اروپا را تشکیل می‌دهند، احترام می‌گذارد.

نشست کپنهاک شورای اروپا در سال ۱۹۷۳ عنایت بیشتری به نقش فرهنگ در تعمیق همگرایی اروپا داشت و در نهایت توجه به نقش فرهنگ در سازوکار اداری و قانونی اتحادیه به‌صورت کنوانسیون فرهنگی اروپا تبلور یافت. در این سال همچنین پارلمان اروپا در بیانیه‌ای کشورهای عضو را به حمایت از میراث فرهنگی، هنرهای تجسمی، یکسان‌سازی قانونگذاری در زمینه مالیات محصولات فرهنگی و حمایت از حقوق مؤلف فراخواند.

اعضای اولیه شورای اروپا در ۱۹۷۴ «کنوانسیون فرهنگی اروپا» را تعریف کردند. هدف اصلی این کنوانسیون، جلوگیری از جهانی‌سازی فرهنگ و ممانعت از سلطه آمریکا در زمینه فرهنگی بود. در سند ارائه شده توسط کمیسیون به پارلمان در ژانویه ۱۹۷۶ بر ضرورت همکاری در فعالیتهای فرهنگی تأکید مجدد شد.

در گزارش سال ۱۹۷۷، کمیسیون ضمن بررسی تأثیرات مقررات مربوط به گردش آزاد کالاهای فرهنگی، مالکیت معنوی و قوانین مالیاتی، پیشنهادهایی جهت توسعه حمایت از میراث فرهنگی و ارتقای تبادل فرهنگی ارائه داد (European Commission, 1977).

احساس نیاز به انعقاد پیمان‌های فرهنگی در سطح شورای اروپا سبب شد در سال ۱۹۷۹ پارلمان اروپا، کمیسیون را موظف به ارائه پیشنهادات جهت انعقاد این گونه معاهدات نماید. در سال ۱۹۸۲ اولین نشست وزرای فرهنگ کشورهای عضو برگزار شد و دولت‌ها را به شناخت زمینه‌های همکاری برای حفاظت از میراث فرهنگی، ایجاد تسهیلات جهت ارتباط هنرمندان کشورهای عضو و توسعه سطح فعالیت‌های آنان فراخواند (Kufimam & Rauning, 2002).

تشکیل شورای وزیران فرهنگ<sup>۱</sup> و شورای عالی مسائل فرهنگی در سال ۱۹۸۷ را می‌توان نقطه عطف سیاست فرهنگی مشترک در اروپا به شمار آورد. اتحادیه اروپا با آگاهی از نقش بی‌بدیل رسانه در ایجاد هویت اروپایی، برگ سبزی<sup>۲</sup> (۱۹۸۴) با عنوان تلویزیون بدون مرز منتشر کرد و متعاقب آن «طرح تلویزیونی بدون مرز»<sup>۳</sup> (۱۹۸۹) با هدف آنکه تلویزیون بتواند هر دو نقش اقتصادی (با گشودن بازار تبلیغ و ایجاد مشاغل در صنعت تلویزیون) و فرهنگی (با اشاعه هویت اروپایی) را ایفا کند، تصویب شد و از طریق تنظیم شرایط لازم برای پخش میان‌مرزی برنامه‌های تلویزیونی، چارچوب قانونی برای گردش آزاد محتوای سمعی و بصری در درون اتحادیه را فراهم شد. این مسئله به تقویت کثرت‌گرایی رسانه‌ای و تنوع فرهنگی کمک کرد و علاوه بر آن، اقدامات ترویجی به منظور گسترش تولیدات مستقل اروپایی را توسعه داد.

در بخش سمعی و بصری، برنامه «رسانه»<sup>۴</sup> صنعت سمعی و بصری اروپا را توسعه داد. چشم‌انداز این برنامه ترویج گفت‌وگوی میان فرهنگی، افزایش آگاهی متقابل در میان فرهنگ‌های اروپایی و توسعه پتانسیل‌های فرهنگی است.

در فوریه ۱۹۹۵ کشورهای عضو اتحادیه «کنوانسیون چارچوب برای حمایت از اقلیت‌های ملی» را تصویب کردند. این سند که نخستین سند حمایت از اقلیت‌ها محسوب می‌شود، می‌کوشد شرایط لازم را برای آزادی بیان، توسعه و حفظ هویت اقلیت‌های ملی با تکیه بر احترام به حاکمیت و تمامیت ارضی کشور مهیا نماید. به منظور تحقق این هدف کنوانسیون بر اصولی چون برابری اقلیت و اکثریت، عدم تبعیض، مهیا نمودن شرایط مناسب جهت توسعه اقلیت‌ها در بعد فرهنگی، مذهبی، زبانی و آیینی، تضمین آزادی بیان، تجمع قانونی، دسترسی به ابزارهای بیان هویتی در قالب رسانه، ارتباطات فرامرزی، حق مشارکت فعال اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی پای می‌فشارد.

این کنوانسیون به همراه کنوانسیون اروپایی حقوق بشر<sup>۵</sup> (نوامبر ۱۹۵۰)، منشور اجتماعی اروپا<sup>۶</sup> (اکتبر ۱۹۶۱)، کنوانسیون اروپایی منع شکنجه و رفتار یا مجازات‌های

- 
1. Council of ministers of culture
  2. Green paper
  3. Television without frontiers
  4. Media
  5. European convention for the protection of human rights and fundamental freedom
  6. European social charter

غیرانسانی یا تحقیر آمیز (۱۹۸۷) و منشور حقوق اساسی اتحادیه اروپا (دسامبر ۲۰۰۲) منابع حقوقی سیستم اروپایی حقوق بشر را تشکیل می‌دهند.<sup>۱</sup>

مبنای حقوقی کلیه اقدامات فرهنگی اتحادیه اروپا از زمان تأسیس، ماده ۱۲۸ معاهده ماستریخت (ماده ۱۵۱ آمستردام) است. مطابق این معاهده، عملکرد فرهنگی باید به شکوفایی هویت‌های ملی و منطقه‌ای انجامد. همچنین در قالب هویت یا فرهنگ اروپایی باید به میراث فرهنگی و ارزش‌های ملی جنبه اشتراکی داد. در قالب این پیمان، کشورهای عضو «تصمیم به پایه‌گذاری مرحله جدیدی در فرایند همگرایی اروپا» گرفتند (Treaty on European Union, 1992). این پیمان توسعه یافت و به‌ویژه در شکل‌گیری شهروند اروپایی و گسترش صلاحیت جامعه به زمینه‌های جدید، از جمله فرهنگ، تجلی یافت. ماستریخت به فرهنگ جایگاه به حق خود را داد و به همکاری‌های فرهنگی به‌عنوان یکی از اهداف رسمی فعالیت اتحادیه رسمیت بخشید.

ماده ۱۲۸ اتحادیه را موظف به کمک در جهت شکوفایی فرهنگ دولت‌های عضو با احترام به تنوع ملی و منطقه‌ای آنان و در عین حال تلاش برای به میان آوردن میراث مشترک فرهنگی اروپا می‌کند (بند ۱). تعهد جامعه به تشویق همکاری میان دولت‌ها و در صورت لزوم حمایت و تکمیل اقدامات آنها، بخش دیگری از تعهدات جامعه بر مبنای این اصل است.

حمایت از اقدامات دولت‌ها در چهار حیطه بهبود دانش و اشاعه فرهنگ و تاریخ اروپا، حفاظت و حراست از میراث فرهنگی شاخص اروپا، تبادلات غیرتجاری فرهنگ و خلق آثار هنری و ادبی، از جمله در بخش سمعی و بصری، انجام می‌پذیرد (ماده ۲).

ماستریخت چهار نوع آزادی با عنوان آزادی سرمایه، اعم از کالا و خدمات، آزادی جابجایی از جایی به جای دیگر، آزادی هماهنگی سیاست‌های داخلی و آزادی تبادلات فرهنگی را به رسمیت شناخت. این پیمان همچنین، اتحادیه و دولت‌های عضو را موظف به در نظر گرفتن جنبه فرهنگی در سایر مواد و سیاست‌ها به منظور احترام و ترویج تنوع فرهنگی می‌کند. از این زمان کلیه سیاست‌های فرهنگی اتحادیه اروپا با مرجعیت این ماده قانون و بر اساس «تأکید بر جنبه‌های مشترک میراث اروپایی، ارتقای احساس تعلق به یک

1. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:EN:PDF>

2. <http://www.eurotreaties.com/maastrichteu.pdf>

جامعه مشترک در عین به رسمیت شناختن تنوع فرهنگی ملی و منطقه‌ای و کمک به توسعه فرهنگ‌ها و شناخت گسترده‌تر آنان» (3: 2002, 'A Community of cultures) بنا شد.

پس از ماستریخت، اقبال به نقش فرهنگ ابتدا در قالب نسل اول برنامه‌های اقدام فرهنگی و به عبارتی، تصمیم کالیدوسکوپ، برنامه‌های رافائل و آریان و سپس برنامه فرهنگ ۲۰۰۰، برنامه فرهنگ ۲۰۰۷ و دستور کار فرهنگ استمرار یافت. برنامه کالیدوسکوپ، برنامه اقدام اروپا در زمینه حمایت از فعالیت‌های هنری و فرهنگی با ابعاد اروپایی است. این برنامه که در سال ۱۹۹۶ توسط پارلمان اروپا و شورای اروپا با بودجه معادل ECU ۲۶/۵ تصویب شد، اولین برنامه جامع در زمینه فرهنگ بر اساس ماده ۱۵۱ پیمان ماستریخت به حساب می‌آید. این برنامه با هدف کلی تشویق آفرینش هنری و فرهنگی از طریق ترویج همکاری و مشارکت در سطح اروپا، چهار هدف خاص را دنبال می‌کرد: تشویق فعالیت‌های هنری مشارکت‌محور، پشتیبانی از پروژه‌های خلاقانه اروپا، کمک به بهبود مهارت‌های حرفه‌ای هنرمندان و دیگر اپراتورهای فرهنگی و کمک به گسترش آگاهی متقابل نسبت به فرهنگ اروپا (Kaleidoscope decision, 1996).

برنامه رافائل، برنامه حمایت از میراث فرهنگی اروپاست که در سال ۱۹۹۷ توسط پارلمان اروپا و شورای عالی برای مدت چهار سال تصویب شد. بخش‌های اصلی تحت پوشش این برنامه میراث فرهنگی منقول و غیرمنقول (موزه‌ها، مجموعه‌ها، کتابخانه‌ها و آرشیوها)، باستان‌شناسی و میراث زیرآب، میراث معماری و مناظر فرهنگی (اشیای طبیعی و فرهنگی) است.<sup>۲</sup>

برنامه آریان به‌عنوان مکمل برنامه‌های رافائل و کالیدوسکوپ در زمینه‌های فرهنگی و سایر برنامه‌ها در زمینه آموزش و پرورش در سال ۱۹۹۷ با بودجه‌ای بالغ بر ۱۰ میلیون یورو توسط پارلمان اروپا و شورا تصویب و به مدت دو سال به اجرا درآمد. هدف کلی این برنامه، تشویق همکاری میان کشورهای عضو در زمینه کتاب و مطالعه، افزایش آگاهی و انتشار آثار ادبی و تاریخی مردم اروپا در قالب طرح‌های پشتیبانی از کتاب و ترجمه بود (Ariane programme, 1997).

در سال ۱۹۹۸ کمیسیون پیشنهاداتی را پیرامون یک برنامه واحد فرهنگی ارائه داد که

1. [http://ec.europa.eu/publications/booklets/move/31/txt\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/publications/booklets/move/31/txt_en.pdf)
2. <http://ec.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/96/961&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
3. [http://ec.europa.eu/culture/archive/culture2000/historique/raphael\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/archive/culture2000/historique/raphael_en.html)

در قالب برنامه فرهنگ ۲۰۰۰ جایگزین برنامه‌های فرهنگی نسل اول شد. این برنامه توسط پارلمان و شورای اروپا و با هدف توسعه مشترکات فرهنگی به وسیله ترویج گفت‌وگوی فرهنگی، آگاهی از تاریخ، تولید و انتشار فرهنگ، تحرک هنرمندان و آثار هنری، میراث فرهنگی اروپایی، اشکال جدید بیان‌های فرهنگی و نقش اجتماعی - اقتصادی فرهنگ تصویب شد.<sup>۱</sup>

در فاصله تصویب و اجرایی شدن پیمان ماستریخت تا سال ۲۰۰۰ تحولات مهمی در زمینه جایگاه فرهنگ در اتحادیه اروپا رخ داده و توافقی همه‌جانبه مبنی بر توسعه مفهوم فرهنگ در میان دولت‌های عضو، اعضای پارلمان، کمیسیون، سازمان‌های بین‌المللی و سازمان‌های فرهنگی به وجود آمده بود. توسعه مفهوم فرهنگ سبب شد مفاهیم فرهنگ عامه<sup>۲</sup>، فرهنگ تولید انبوه<sup>۳</sup> و فرهنگ روزمره<sup>۴</sup> در چارچوب این مفهوم بسیط بگنجد و فرهنگ به منزله پاسخی برای مواجهه با چالش‌های بزرگ معاصر نظیر شتاب یکپارچگی اروپا، جهانی‌شدن، جامعه اطلاعاتی، اشتغال و همبستگی اجتماعی درآید. برنامه فرهنگ ۲۰۰۰ نمود این رویکرد جدید نسبت به فرهنگ بود. این برنامه کوشید فرهنگ مشترک اروپایی را از طریق ترویج همکاری میان هنرمندان خلاق، اپراتورها و نهادهای فرهنگی کشورهای عضو ارتقا داده و خلاقیت، توزیع فراملی فرهنگ، حرکت خلق‌کنندگان فرهنگ و اپراتورهای فرهنگی و آثار آنها را توسعه دهد.

بر مبنای گزارش ۳۱ دسامبر ۲۰۰۵ کمیسیون اروپا به پارلمان و شورا در زمینه ارزیابی دقیق نتایج حاصل از برنامه فرهنگ ۲۰۰۰، دستورالعمل مالی و برنامه‌ریزی جدید اتحادیه اروپا در قالب برنامه فرهنگ ۲۰۱۳-۲۰۰۷ و برای دوره زمانی ژانویه ۲۰۰۷ تا ۳۱ دسامبر ۲۰۱۳ تدوین شد. این برنامه نسبت به برنامه فرهنگ ۲۰۰۰ در قالبی کامل‌تر، بازتر و کاربرپسندتر تنظیم شده است و حمایت از اقدامات همکاری فرهنگی، سازمان‌های اروپایی فعال در زمینه فرهنگ و جمع‌آوری و اشاعه اطلاعات در زمینه فرهنگ را دنبال می‌کند.

به پیروی از هدف کلی برنامه‌های فرهنگی اروپا، هدف این برنامه نیز گسترش سطح فرهنگ مشترک برای اروپایی‌ها به منظور تشویق ظهور شهروند اروپایی است. در این

1. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/129006\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/129006_en.htm)

2. Popular culture

3. Mass- produced culture

4. Everyday culture

چارچوب به‌طور خاص سه هدف حمایت از تحرک فراملی متخصصان در بخش فرهنگ، تشویق تحرک آثار هنری و محصولات فرهنگی فراتر از مرزهای ملی، ترویج گفت‌وگوی میان فرهنگی تعریف شده است. این برنامه علاوه بر دربرگرفتن کشورهای عضو اتحادیه اروپا، رویکردی باز نسبت به سایر کشورها دارد. این کشورها می‌توانند شامل کشورهای حوزه اقتصادی اروپا (ایسلند، نروژ و لیختن‌اشتاین)، کشورهای داوطلب الحاق، کشورهای حوزه بالکان غربی و به‌طور کلی همه کشورهایی باشند که با اتحادیه اروپا قراردادهای دوجانبه با مفاد فرهنگی منعقد می‌کنند.<sup>۱</sup>

در می ۲۰۰۷ دستور کار فرهنگ اروپا توسط پارلمان اروپا تصویب و به‌عنوان مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی اتحادیه مطرح شد. دستور کار بر مبنای سه هدف شکل گرفت: ترویج تنوع فرهنگی و گفت‌وگوی فرهنگ‌ها، پاسداشت فرهنگ به‌عنوان کاتالیزور و حمایت از فرهنگ به‌عنوان یک جزء کلیدی در روابط بین‌الملل.

در چارچوب هدف اول، حمایت از شکوفایی فرهنگ اعضا و احترام به ویژگی‌های فرهنگی آنان، در عین تلاش برای توسعه گفت‌وگو و شناخت متقابل و همکاری‌های فراملی اولویت دارد. به این منظور اقداماتی توصیه شده است: ارتقای تحرک هنرمندان و اپراتورهای فرهنگی فراتر از مرزهای ملی، بسیج منابع عمومی و خصوصی به نفع تحرک فراملی آثار هنری و محصولات فرهنگی، تشریک مساعی اعضا با هدف ارائه تسهیلات مورد نیاز جهت تحرک اپراتورهای فرهنگی و آثارشان، ترویج و تقویت تلاش‌های بین‌فرهنگی و گفت‌وگوی میان‌فرهنگی به‌ویژه در زمینه زبان.

در مجموعه دوم اهداف، بر ارتقای فرهنگ به‌عنوان کاتالیزور خلاقیت تأکید می‌شود؛ عاملی که می‌تواند در چارچوب استراتژی لیسبون به رشد و اشتغال کمک کند. در این چارچوب نقش فرهنگ در حمایت و پرورش خلاقیت باید کشف، حمایت و تقویت شود. از آنجا که خلاقیت پایه نوآوری اجتماعی و تکنولوژیکی و بنابراین شاخه مهم رشد و اشتغال است، حمایت از فرهنگ در نهایت به اشتغال و رفاه منجر می‌شود.

ارتقای فرهنگ به‌عنوان یک عنصر حیاتی در روابط بین‌المللی اتحادیه، مجموعه سوم اهداف است. در چارچوب این هدف، اتحادیه اروپا به‌عنوان عضوی از کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی یونسکو، متعهد شده است نسبت به توسعه نقش جدید و فعال

1. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/129016\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/129016_en.htm)



بین‌المللی اروپا و یکپارچه کردن اقدامات فرهنگی به‌عنوان عنصر حیاتی در ارتباط اروپا با سایر کشورها و مناطق کوشا باشد. اتحادیه اروپا ادغام سیستماتیک ابعاد فرهنگی در تمام سیاست‌های خارجی و توسعه‌ای، پروژه‌ها و برنامه‌ها را به‌عنوان ابزاری برای تقویت کیفیت تلاش‌های دیپلماتیک و پایداری همگرایی می‌داند.

دستور کار در چارچوب این هدف مواردی را توصیه می‌کند: توسعه بیشتر گفت‌وگوی فرهنگی کشورهای عضو اتحادیه با کشورهای ثالث، کمک به ارتقای دسترسی کالاهای فرهنگی کشورهای در حال توسعه به بازارهای اروپا و سایر کشورها، استفاده از ابزارهای سیاسی و اقتصادی جهت پشتیبانی مالی و تکنیکی از حفظ میراث فرهنگی و دسترسی مناسب به ابزارهای بیان فرهنگی.

به منظور پیاده‌سازی اهداف یاد شده، کمیسیون چند سطح گفت‌وگو و همکاری را توصیه می‌کند. در سطح اول، پیشنهاد کمیسیون شامل گفت‌وگوی ساختاریافته با کلیه بخش‌های فرهنگی به منظور درک بهتر از طیف وسیعی از ذی‌نفعان است. در سطح دوم، ذی‌نفعان گوناگون در بخش فرهنگ، سازمان‌های حرفه‌ای، نهادهای فرهنگی، سازمان‌های غیردولتی، شبکه‌های اروپایی، بنیادها و... این امکان را می‌یابند تا موضوعات مربوط به خود را در میان خود طرح کرده و به گفت‌وگو با سازمان‌های اتحادیه و دولت‌های عضو بپردازند. در مورد کشورهای عضو اتحادیه، دستور کار جدید مستلزم یک قدم همکاری بیشتر با استفاده از روش‌های باز همکاری است. این روش شامل توافق آزادانه بر اهداف مشترک، پیگیری منظم در جهت پیشرفت آنها و تبادل بهترین اطلاعات و عملکردهاست.<sup>۱</sup> بر اساس آنچه ذکر شد، رویکرد مثبت و فعالانه اتحادیه اروپا نسبت به کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی را می‌توان با رجوع به مرجعیت رسمی سیاست‌های فرهنگی اتحادیه اروپا توجیه کرد. در اساس، شکل‌گیری اتحادیه اروپا تلاشی است برای بازتعریف هویت اروپایی در عین احترام به هویت‌های متمایز و غنای فرهنگ‌های ملی. در سطح فراملی نیز تلاش‌های اتحادیه معطوف به آن است تا در چارچوب اسناد متفاوت به ویژه: «اعلامیه استراسبورگ درباره حمایت از اقلیت‌های ملی، منطقه‌ای یا زبانی»، «منشور اروپایی زبان‌های منطقه‌ای یا زبان‌های اقلیت» دولت‌های اروپایی تشویق به فراهم آوردن شرایط لازم برای آزادی بیان، توسعه و حفظ هویت اقلیت‌های ملی با تکیه بر احترام به

1. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:EN:PDF>

حاکمیت و تمامیت ارضی واحدهای ملی گردند.

در واقع اصل وحدت در کثرت و تأکید بر جنبه‌های مشترک میراث اروپایی، ارتقای احساس تعلق به یک جامعه مشترک در عین به رسمیت شناختن تنوع فرهنگی ملی و منطقه‌ای و کمک به توسعه فرهنگ‌ها و شناخت گسترده‌تر آنان مبنای شکل‌گیری اتحادیه و مرجعیت رسمی سیاست‌گذاری فرهنگی اروپا در بعد داخلی است.

اتحادیه اروپا در بعد بین‌المللی نیز نه تنها رسالت خود را در دنیای جهانی شده امروز ارائه الگویی از قدرتی نرم و مبتنی بر تنوع می‌داند، بلکه بر اساس دستور کار فرهنگ اروپا، حمایت از تنوع فرهنگی در جهان را عامل قدرت خود به حساب می‌آورد. بدین ترتیب مرجعیت سیاست‌گذاری فرهنگی اروپا چیزی جز مرجعیت کنوانسیون مبنی بر تنوع و تکثر نیست و رویکرد فعالانه اروپا نسبت به کنوانسیون نه تنها دور از انتظار نیست، بلکه در جهت منافع اروپا و کاملاً قابل انتظار است.

#### ۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این مقاله تأکید بر موضوعاتی چند در حوزه فرهنگ و سیاست‌گذاری فرهنگی مورد توجه نگارندگان بوده است. نخست اینکه فرهنگ اکنون بنیان‌ساز پروژه توسعه کشورهای جهان در نظر گرفته می‌شود و هر کشور باید بنای توسعه بومی خود را بر قاعده فرهنگ خود قرار دهد. البته فرهنگ‌ها محلی هستند و درخشش آنها طبعاً باید جهانی باشد. سپس اینکه توسعه پارادیمی است غالب در جهان کنونی ما و جهت‌گیری فعلی این پارادایم در جهان، سمت و سوی فرهنگی دارد. توسعه همه‌جانبه و توسعه انسان‌محور، توسعه‌ای است مبتنی بر احترام به تمام فرهنگ‌ها. این نگاه از توسعه، مرجعیتی فرهنگی را در جهان غالب کرده است که خاستگاه خود را در اصل تنوع فرهنگی می‌یابد. بر پایه این مرجعیت، تنوع فرهنگی به همان اندازه لازمه زندگی انسانی است که تنوع در محیط زیست. سوم اینکه، ایران کشوری است منحصر به فرد با نظامی خاص خود. جمهوری اسلامی ایران طبیعتی فرهنگی دارد و مرجعیت فرهنگی نظام جمهوری اسلامی ایران در جاهایی به مرجعیت جهانی نزدیک شده و در جاهایی از آن فاصله می‌گیرد. چنین است که موضع کشور در خصوص کنوانسیون جهانی تنوع فرهنگی بر حسب مراکز گوناگون قدرت متفاوت است و سخن دولت به منزله نهاد صاحب حاکمیت در خصوص آن سخنی چند نواست. در نهایت اینکه، اتحادیه اروپا، بر خلاف ایران، موضعی هماهنگ را در خصوص این کنوانسیون

پیش رو گرفته است. چنین موضعی برخاسته از برنامه‌های هماهنگ اتحادیه اروپا در عرصه فرهنگ در طول دهه‌ها و نشئت گرفته از تأثیرپذیری سیاست‌های فرهنگی اتحادیه اروپا از مرجعیت تنوع فرهنگی است. سخن اتحادیه اروپا در حوزه فرهنگ، سخنی نو است. تأکید بر این موضوعات، از این رو صورت پذیرفت که نگارندگان، نخست، خود بر این باورند که بنیان پیشرفت هر کشوری را در سامان فرهنگی آن کشور باید جست‌وجو کرد و، دیگر اینکه آگاهند دولت جمهوری اسلامی ایران طرح تصویب کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی را باید روزی، نه چندان دور، در دستور کار مجلس خود قرار دهد و هر اندازه کنوانسیون و شرایط امکان و ایجاد آن بهتر شناخته شود، اتخاذ موضع رسمی در قبال آن نیز با سهولت بیشتری همراه خواهد شد و مجلس شورای اسلامی این امکان را خواهد یافت که به جای تعویق در اقدام، اقدام بر اساس تعمیق را مبنای عمل خود در این زمینه قرار دهد.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. استیگلیتز، جرج (۱۳۸۲). جهانی سازی و مسائل آن، ترجمه حسن گلریز، تهران: نشر نی.
۲. باتلر، ایمون (۱۳۷۷). اندیشه های اقتصادی میلتن فریدمن، ترجمه فریدون تفضلی، تهران: نشر نی.
۳. بیگ زاده، ابراهیم (۱۳۸۶). «نگرشی بر کنوانسیون حمایت و ارتقای تنوع مظاهر فرهنگی»، فصلنامه سیاست خارجی، شماره ۸۴: ۷۵۲-۷۲۷.
۴. تفضلی، فریدون (۱۳۷۲). تاریخ عقاید اقتصادی، تهران: نشر نی.
۵. توحیدفام، محمد (۱۳۸۱). دولت و دموکراسی در عصر جهانی شدن: سیری در اندیشه های سیاسی معاصر غرب (نظریه های دولت و دموکراسی)، تهران: روزنه.
۶. چروتی، فوریو (۱۳۸۴). به سوی هویت سیاسی اروپایی، در روح اروپا، (۶۴-۱۷)، ترجمه گیتی خرسند، تهران: نگاه معاصر.
۷. حسین لی، رسول (۱۳۷۹). مبانی و اصول سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران (مجموعه مقالات)، تهران: نشر آن.
۸. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۶۴). پاسخ های رئیس جمهور و رئیس شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-07.php>.
۹. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۶۸). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=222>.
۱۰. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۶۹). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=405>.
۱۱. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۷۰). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی به مناسبت هفتمین سالگرد تشکیل این شورا: <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=597>.
۱۲. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۷۵). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=bayanat&id=1362>.
۱۳. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۷۶). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=9616>.
۱۴. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۷۷). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-07.php>.
۱۵. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۷۸). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=9617>.
۱۶. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۷۹). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی: <http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-16.php>.
۱۷. خامنه ای، سیدعلی (۱۳۸۲). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی:

کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی و رویکرد جمهوری اسلامی ایران و ... ۱۴۷

<http://www.iranculture.org/about/rahbar/mrahbar/b01-06.Php>

۱۸. دادگر، یدالله (۱۳۸۳). تاریخ تحولات اندیشه اقتصادی (آزمون مجدد)، قم: مؤسسه انتشارات دانشگاه علوم مفید.
۱۹. ساعی، احمد (۱۳۸۹)، توسعه در مکاتب متعارض، تهران: قومس.
۲۰. سو، آلوین وای (۱۳۸۴). تغییر اجتماعی و توسعه: مروری بر نظریات نوسازی، وابستگی و نظام جهانی، ترجمه محمود حبیبی مظاهری، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۲۱. فراهانی، فاطمه (۱۳۸۵). «سیاست‌گذاری فرهنگی و توسعه»، فصلنامه فرهنگ و اندیشه، شماره ۱۸: ۱۶۲-۱۳۵.
۲۲. فراهانی، فاطمه (۱۳۸۶). آشنایی با کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی یونسکو، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۲۳. گروه نویسندگان (۱۳۸۱). گزارش جهانی فرهنگ ۲۰۰۰: تنوع گرایی، تضاد و تکثرگرایی، ترجمه گروه مترجمان، تهران: انتشارات کمیسیون ملی یونسکو.
۲۴. گزارش دومین نشست در مورد کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (۱۳۸۷). گروه فرهنگی کرسی صلح، دموکراسی و حقوق بشر، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی.
۲۵. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). راه سوم: بازسازی سوسیال دموکراسی، ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران: پردیس دانش.
۲۶. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۵). ارزیابی کارنامه هشت ساله دولت: <http://majlesdb.majlis.ir/ReportsShow.asp?6544>
۲۷. مصطفوی کاشانی، لیلی (۱۳۷۹). احوال انسان غربی، تهران: محراب قلم.
۲۸. مولر، پیر (۱۳۷۸). سیاست‌گذاری عمومی، ترجمه حمیدرضا ملک‌محمدی، تهران: نشر دادگستر.
۲۹. نمازی، حسین (۱۳۸۷). نظام‌های اقتصادی، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۳۰. وحید، مجید (۱۳۸۲). «از فرهنگ سیاست‌گذاری تا سیاست‌گذاری فرهنگی»، در سیاست‌گذاری و فرهنگ در ایران امروز (مجموعه مقالات)، به اهتمام مجید وحید، تهران: نشر باز.
۳۱. وحید، مجید (۱۳۸۳). «کنوانسیون جهانی تنوع فرهنگی بررسی زمینه‌های فکری - تاریخی - موضوع و چشم‌انداز تصویب و تبعات در سیاست‌گذاری فرهنگی»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۳: ۲۶۹-۲۵۳.
۳۲. وحید، مجید (۱۳۸۴). «جستاری پیرامون مشکل سیاست‌گذاری در ایران»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۷: ۲۷۳-۲۶۱.
۳۳. وحید، مجید (۱۳۸۴). «نگاهی به مشکل سیاست‌گذاری عمومی در ایران در قالب جامعه‌شناسی سازمان‌ها و با بهره‌گیری از مفهوم مرجعیت»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۹: ۳۲۹-۳۱۷.
۳۴. هارشر، گای (۱۳۸۴). روح اروپا: آزادی و حقوق، در روح اروپا، (۱۸۲-۱۵۵)، ترجمه گیتی

خرسند، تهران: نگاه معاصر.

## ب) منابع لاتین

1. A Community of Cultures (2002). European Commission:  
[http://ec.europa.eu/publications/booklets/move/31/txt\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/publications/booklets/move/31/txt_en.pdf).
2. Allister, Richard (1997). From EC to EU: An Historical and Political Survey, London: Routledge Press .
3. Ariane programme for books and reading (1998):  
<http://eurlex.europa.eu/Notice.do?val=203519:cs&lang=en&list=203519:cs,298237:cs,154267:cs,144949:cs,384178:cs,&pos=1&page=4&nbl=35&pgs=10&hwords=ARIANE-&checktexte=checkbox&visu=#texte>
4. Denning, Micheal (1995). The Cultural Front: The Laboring of American Culture in the Twentieth Century, London: Verso:  
[http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/l29016\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/l29016_en.htm).
5. European Commission (1977). Community action in cultural sector:  
[http://aei.pitt.edu/5321/1/001743\\_1.pdf](http://aei.pitt.edu/5321/1/001743_1.pdf)
6. Figel, Ján (2006). Opening intervention in Celebration of the UNESCO Convention the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Brussels:
7. [http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/pdf/FigelDiscours19\\_12\\_06.pdf](http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/pdf/FigelDiscours19_12_06.pdf).
8. [http://ec.europa.eu/culture/archive/culture2000/historique/raphael\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/archive/culture2000/historique/raphael_en.html).
9. [http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/unesco\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/portal/action/diversity/unesco_en.htm).
10. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:EN:PDF>.
11. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/l29006\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/l29006_en.htm).
12. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/culture/l29016\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/culture/l29016_en.htm).
13. Kaleidoscope decision (1994): <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/96/961&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
14. Kaufmann, Therese and Gerald Raunig (2002). Anticipating European Cultural Policies, Vienna: European Institute for progressive cultural policy .
15. Mexico City Declaration on Cultural Policies.(1982):[http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico\\_en.pdf/mexico\\_en.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf)
16. Outhwaite, William and Tom Bottomore (Editors) (1993). The Blackwell Dictionary of Twentieth-Century Social Thought, UK: Blackwell.
17. Treaty on European Union(1992): <http://www.eurotreaties.com/maastrichteu.pdf>
18. Yúdice, George (2000) . Stakeholders in cultural policy- making, Cultural Policy Formulations and Reviews: A Resource Handbook Unesco: <http://www.nyu.edu/classes/bkg/tourist/yudice-stake.pdf>

# هویت جمعی جوانان و برساخت جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی (مطالعه موردی: جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان گلستان)

فرح ترکمان<sup>۱</sup> \* محمدرضا نعیمی<sup>۲</sup>

## چکیده

پژوهش حاضر با هدف تعیین برجستگی ابعاد فراملی (جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی) هویت جمعی در مقایسه با ابعاد ملی و فراملی، تعیین برجستگی هر یک از ابعاد فراملی در مقایسه با یکدیگر، تعیین برجستگی جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری تشکیل‌دهنده هر یک از ابعاد فراملی و نیز تعیین میزان تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری در ساخت ابعاد فراملی هویت جمعی و تبیین مناسبات میان آنها بر ۳۸۰ نفر از جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان گلستان در سال ۱۳۹۱ به انجام رسید. یافته‌ها نشان داد: ابعاد فراملی هویت جمعی در هر سه جنبه شناختی، احساسی و رفتاری از برجستگی بالاتری نسبت به ابعاد ملی و فراملی برخوردار بودند. خانواده سازوکار اصلی جامعه‌پذیری در شکل‌دهی به ابعاد فراملی هویت جمعی است، سپس برنامه‌های ماهواره‌ای، نظام آموزشی و در نهایت، برنامه‌های صداوسیما قرار دارند.

**واژگان کلیدی:** هویت جمعی، هویت فراملی (جهانی)، هویت ملی، هویت جنسیتی و کارگزاران جامعه‌پذیری.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال سوم • شماره یازدهم • تابستان ۹۳ • صص ۱۴۹-۱۹۸

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۱۱/۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۵/۲

۱. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی (ft134013@gmail.com).  
۲. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آزادشهر، نویسنده مسئول (rmaeimi@yahoo.com).

## مقدمه

موضوع هویت<sup>۱</sup> و مسئله کیستی و چستی انسان از دغدغه‌های حیاتی، ذهنی و عینی است که به واقع با پیدایش بشر متولد شده و انسان از همان ابتدا برای فهم و درک اینکه کیست و چیست، پاسخ‌های متفاوتی داشته است. هویت یک واژه مبهم و لغزنده است که به‌خصوص در سال‌های اخیر در بسیاری از زمینه‌های مختلف و برای مقاصد گوناگون مورد استفاده واقع شده است (Buckingham, 2008). در واقع، پرسش‌های بسیاری درباره هویت وجود دارد: چگونه می‌دانیم ما که هستیم و دیگران ما را چگونه شناسایی می‌کنند؟ چگونه می‌توانیم احساس خود را به‌عنوان افراد منحصر به فرد تحقق بخشیم و یا اینکه بسیاری از جنبه‌های هویتمان را با دیگران به اشتراک بگذاریم؟ پاسخ به این سؤال‌ها است که یک فرد انسانی را از هم‌نوع خود متمایز می‌کند. بدین ترتیب باید گفت: هویت جمعی<sup>۲</sup> احساس تعلق و وابستگی به یک جمع، بر اساس ویژگی‌های مشترک و مشابه در بین گروهی از افراد است، به نحوی که عضو یک جامعه را از سایر جوامع متمایز سازد، فرد در مقابل معیارها و ارزش‌های جمعی خود احساس تعهد و تکلیف کند، در امور مختلف آن مشارکت جوید و انتظارات جامعه را از خود پاسخ دهد (راسخ و دیگران، ۱۳۸۶؛ Ashmore et al., 2004). پس هویت جمعی از عضویت فرد در گروه‌های اجتماعی تعیین شده و آنچه فرد را به این گروه‌ها پیوند می‌دهد، نقشی است که فرد در گروه‌ها ایفا می‌کند.

در جوامع سنتی و ماقبل مدرن، هویت دینی به سبب مرجعیت دین و هنجارهای دینی، هویت فائق و برتر تلقی می‌شد. پس از دوران نوزایی و رنسانس بود که هویت ملی جای هویت دینی را به خود اختصاص داد که از تعلق خاطر و پیوند آن به سرزمینی خاص نشئت می‌گرفت (کچویان، ۱۳۸۴). اما در عصر حاضر منابع هویت‌ساز به واسطه عوامل گوناگون،

- 
1. Identity
  2. Collective identity



از جمله تحولات ساختاری در جامعه، اقتصاد و فرهنگ نظیر گسترش شهرنشینی، صنعتی شدن، مهاجرت، گسترش آموزش و تحرک طبقاتی و تحولات اجتماعی و فرهنگی ناشی از انقلاب ارتباطات و فرایند جهانی شدن، دچار دگرگونی چشمگیری شدند که در نتیجه آن، تعلقات و وابستگی‌ها و دلبستگی‌های افراد نسبت به جنسیت، طبقه، خانواده، شغل، ورزش، موسیقی و... بخشی از منابع هویتی آنان را شکل می‌دهد. خودفهمی‌های طبقاتی در قالب جنبش‌ها و حرکت‌های طبقاتی مثل کارگران و یا معلمان، گسترش جنبش‌های زنان برای بازتولید هویت جنسیتی، ایجاد فرقه‌ها و شکاف‌هایی در گروه‌های مذهبی، قومی، زبانی و... تعلقات خانوادگی و خویشاوندی و نظایر آن، نشانه‌هایی از این دست هستند. از این رو ضرورت دارد به ابعاد فراملی هویت جمعی نظیر جنسیت، خانواده و طبقه که در عرصه کنش‌های جهت‌یافته روزمره و پذیرش نقش‌های حاصل از این کنش‌ها که تماماً تحت تأثیر فرایند جامعه‌پذیری است، پرداخته شود. بنابراین هویت و جامعه‌پذیری دو فرایند درهم‌تنیده و غیرقابل تفکیک هستند؛ چراکه انسان از بدو تولد تا پایان حیات در فرایند جامعه‌پذیری است که به کسب هویت می‌پردازد.

آنچه بدیهی به نظر می‌رسد، آن است که در زمان گذشته نهاد خانواده به‌عنوان کارگزار مسلط جامعه‌پذیری افراد محسوب می‌شد. اما به موازات حرکت جامعه به سمت توسعه، شاهد تحولات و دگرگونی‌های مختلف و متفاوتی در یکی دو دهه اخیر از جمله گسترش شهرنشینی، تغییر نوع معیشت، اجباری شدن آموزش همگانی و افزایش سطح تحصیلات، توسعه صنعت حمل و نقل و نیز ارتباطات در سطح جامعه بوده‌ایم. چنین تغییراتی باعث افزایش قدرت رقیبان در امر جامعه‌پذیری افراد در کنار خانواده شدند؛ خانواده که تا آن زمان به‌عنوان کارگزار مسلط و سنتی محسوب می‌شد با نهادینه شدن چنین تغییراتی قدرت نامحدود خود را از دست داده و رقبای دیگری نظیر نظام آموزشی و رسانه‌های ارتباط جمعی نقش مهمی را در امر جامعه‌پذیری افراد عهده‌دار شدند که الگوها و ارزش‌های انتقالی آنها عمدتاً همسو با تغییرات صورت گرفته بود (اعزازی، ۱۳۸۶). این الگوپذیری گاه متضاد افراد- در برهه‌ای که تداخل کارکردی میان کارگزاران جامعه‌پذیری وجود دارد- باعث می‌شود که فرد در جهت پذیرش الگوها و ارزش‌های انتقالی و نیز هویت‌یابی دچار سردرگمی و عدم تعادل شود. با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص عدم تعامل مناسب کارگزاران

جامعه‌پذیری در زمینه‌های گوناگون اجتماعی (هومین فر، ۱۳۸۲؛ طالبان، ۱۳۷۸؛ موحد و عباسی شوازی، ۱۳۸۵؛ نعیمی، ۱۳۹۰؛ قائمی فر و حمایت خواه بهرامی، ۱۳۸۸) و با توجه به پیشینه مطالعات با موضوع هویت جمعی در ایران که در دو محور فرایند تکوین و ساخت هویت جمعی و نقش مؤلفه‌های سازنده و دیگری تمرکز بر هویت و ابعاد آن به‌طور کلی قابل جمع‌بندی هستند، به مواردی توجه نشده است که به صورت سؤالات اصلی این پژوهش مورد توجه قرار گرفته‌اند. پژوهش حاضر برای دستیابی به پاسخ سؤالاتی از این قبیل که برجستگی ابعاد فروملی هویت جمعی در مقایسه با ابعاد فراملی و ملی آن چگونه است و اینکه مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری و نقش هر یک در ساخت ابعاد فروملی هویت جمعی به چه صورت است، مطالعه خود را روی جوانان ۲۹-۱۵ ساله استان گلستان - که به لحاظ سنی در مرحله‌ای قرار دارند که در جست‌وجوی کسب آگاهی از پیرامونشان، محله‌شان و هویت جمعی و فرهنگی‌شان هستند (اکبرزاده، ۱۳۷۶) - در سال ۱۳۹۱ متمرکز کرده است. فرضیه‌های مورد بررسی عبارتند از:

۱. به نظر می‌رسد هویت جمعی جوانان بیشتر تحت تأثیر ابعاد فروملی است تا ابعاد ملی و فراملی.
۲. به نظر می‌رسد تأثیر جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی در درون هویت جمعی با یکدیگر متفاوت است.
۳. به نظر می‌رسد برجستگی ابعاد جامعه‌پذیری (شناختی، احساسی و رفتاری) در جامعه‌پذیری‌های (جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی) متفاوت است.
۴. به نظر می‌رسد تأثیر انواع کارگزاران جامعه‌پذیری (خانواده، نظام آموزشی، برنامه‌های صدا و سیما و برنامه‌های ماهواره‌ای) بر میزان برجستگی جنبه‌های سه‌گانه ابعاد فروملی هویت جمعی جوانان متفاوت است.

## ۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### ۱-۱. پیشینه پژوهش

مطالعه بر روی هویت جمعی را می‌توان در دو محور مجزا قرار داد که البته مکمل یکدیگر نیز هستند. محور اول به بررسی فرایند تکوین و ساخت هویت جمعی و نقش مؤلفه‌های سازنده آن می‌پردازد و محور دوم بر روی کلیتی به نام هویت و ابعاد آن متمرکز است.

در محور اول، واقعیت آشکار و غیرقابل انکار این است که هویت در هر سطحی، امری اجتماعی و محصول ارتباط و کنش متقابل فرد با دیگری است. اساس ارتباط و کنش متقابل انسان‌ها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که جامعه برای تسهیل این روابط و ممانعت از برخورد و اصطحکاک ایجاد کرده است. ارزش‌ها و هنجارها، قالب و الگویی برای ساخت هویت ایجاد می‌کنند که موجب هماهنگی و یکپارچگی فعالیت و نزدیکی اعضای جامعه به یکدیگر می‌شود. در همه جوامع انسانی فرایند جامعه‌پذیری به واسطه کارکرد آشناسازی اعضای جامعه با ارزش‌ها و هنجارهای موجود، وجه غیرقابل انکار زندگی انسانی بوده و فرایندی دائمی است که از تولد کودک آغاز و تا پایان زندگی وی ادامه می‌یابد. در گذشته، خانواده به دلیل محیط محدود و کنترل‌شده، سیستم زندگی مشابه، هنجارهای تعریف‌شده و... عمدتاً به‌عنوان نهاد مسلط در جامعه‌پذیر کردن افراد شناخته می‌شد، اما در جوامع جدید و امروزی، با توجه به گسترش شهرنشینی و رواج مهاجرت، ایجاد خانواده هسته‌ای، ورود فناوری ارتباطی و... رقبای عمده‌ای در کنار خانواده برای جامعه‌پذیری نظیر نظام آموزشی، رسانه‌های ارتباط جمعی و... پیدا شده‌اند و امر جامعه‌پذیری را به مثابه یک فرایند پیچیده مبدل ساخته‌اند. بدین ترتیب است که تعدد نهادهای جامعه‌پذیرکننده و ارتباط میان آنها نیز یک اصل پذیرفته شده است. این ارتباط میان نهادی در جامعه‌های جدید بسیار شدید و تأثیرگذار است.

در مواقعی که چنین تداخل کارکردی میان نهادها برقرار باشد، باید هماهنگی و تعادل مناسبی میان نهادها برقرار شود، در غیر این صورت حالت سردرگمی و عدم تعادل در هویت‌یابی در افراد به وجود می‌آید. دغدغه‌ای که ذهن بسیاری از پژوهشگرانی که در عرصه تکوین و ساخت هویت جمعی - نظیر احمدی و گروسی (۱۳۸۳)، هومین فر (۱۳۸۲)، قائمی فر و حمایت خواه بهرامی (۱۳۸۸)، نعیمی (۱۳۹۰) و عریضی و همکاران (۱۳۸۵) - قدم برداشته‌اند را به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم معطوف به بررسی تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری در روند ساخت هویت جمعی کرده است. عده‌ای از این پژوهشگران به تعارض میان خانواده و سایر نیروهای جامعه‌پذیرکننده (نظام آموزشی و رسانه‌های ارتباط جمعی) و عده‌ای دیگر نیز به تعارض میان خانواده و نظام آموزشی با رسانه‌های ارتباط جمعی اشاره کرده‌اند. حال این سؤال به ذهن مخاطب می‌آید که آیا خانواده با سایر نیروهای جامعه‌پذیرکننده در فرایند ساخت هویت جمعی، در همه ابعاد و مؤلفه‌ها متعارض

است یا خیر. همان چیزی که مورد غفلت این پژوهشگران بوده است که نقاط تعارض میان نیروهای جامعه‌پذیرکننده را به صورت ریز و دقیق مشخص نکرده‌اند.

زمانی می‌توان از شکل‌گیری هویت جمعی سخن به میان آورد که ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای جمع (گروه) از طریق فرایند جامعه‌پذیری در افراد درونی شده باشند، افراد به ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای آن جمع (گروه) باور داشته باشند. احساسات و طرز تلقی‌های آنان با دیگر اعضای جمع همانند شود و افراد پایگاه خود را در ساختار اجتماعی بیابند، به آن تعلق پیدا کنند و نسبت به ایفای نقش خود تعهد داشته باشند. بدین ترتیب عناصر سازنده هر هویت جمعی در هر سطحی شامل عناصر شناختی، احساسی و رفتاری است. در بسیاری از مطالعات (Aries & Seider, 2007؛ رجایی، ۱۳۸۳، حاجیانی، ۱۳۸۸) مؤلفه‌هایی که به‌عنوان ارکان و عناصر سازنده هویت جمعی قلمداد شده‌اند، متعدد و متفاوتند و مؤلفه‌ها بدون آنکه وزن مشخصی داشته باشند در کنار هم چیده شده‌اند. مخاطب این دیدگاه‌ها برای این پرسش پاسخی نمی‌یابد که آیا این عناصر در همه زمان‌ها و در همه مکان‌ها شناسه هویت جمعی مورد نظر می‌تواند باشد یا خیر.

در عصر حاضر منابع هویت‌ساز به واسطه عوامل گوناگون، از جمله تحولات ساختاری در جامعه، اقتصاد و فرهنگ دچار دگرگونی چشمگیری شدند که در نتیجه آن تعلقات، وابستگی‌ها و دلبستگی‌های افراد نسبت به جنسیت، طبقه، خانواده، شغل، ورزش و... بخشی از منابع هویتی آنان را تشکیل می‌دهد. در حالی که تعدادی از پژوهش‌ها (Benson & Trew, 1995; Kim, 1999؛ حاجیانی، ۱۳۸۸، رجایی، ۱۳۸۳) که بر روی هویت‌های جمعی صورت گرفته‌اند، شکل‌گیری هویت‌ها را با شناسایی دسته‌های اجتماعی در مقیاس بزرگ نظیر ملت، نژاد، مذهب و... مورد بحث و بررسی قرار داده و از پرداختن به هویت‌ها و دسته‌های اجتماعی کوچک نظیر خانواده، طبقه، جنسیت و... که بر خلاف هویت‌های سطح کلان، افراد در زندگی روزمره و در تعاملات خود با دیگران به صورت مستمر در لایه‌های نقشی که باعث شکل‌گیری چنین هویت‌هایی می‌شوند، قرار می‌گیرند و آنها را تولید و بازتولید می‌کنند، غفلت کرده‌اند.

در باب محور دوم که در آن بررسی هویت و ابعاد آن مورد نظر است، باید گفت: هویت در عصر حاضر یک هویت بریکولازی است. «واژه بریکولاژ نخستین بار در جامعه‌شناسی زیمل به کار رفت و حاکی از آن است که کنشگران اجتماعی با دقت و از

اجتماعات محلی، ملی و فراملی چیزهایی را گزینش می‌کنند و هویت آنان تصویری رنگارنگ از این قطعات انتخاب شده است» (کوثری، ۱۳۸۳: ۱۳۸). یکی از چالش‌های احتمالی انسان این خواهد بود که در این گوناگونی ناتوان از سازگاری باشد. برای برون‌رفت از این بحران احتمالی، باید از پس این پراکندگی و آشفته‌بازاری، نظامی منسجم ایجاد کرد و از دل این چندگونگی به همبستگی متقابل و همه‌جانبه دست یافت. آنچه لازم به نظر می‌رسد، انجام تحقیقات و تألیفات متعدد در جهت شناخت نحوه تعامل میان ابعاد گوناگون هویت جمعی در هر سطحی است، تا بتوان قالبی جدید فراهم آورد که همزیستی آنها در کنار یکدیگر بیش از پیش امکان‌پذیر شود؛ نظیر پژوهش‌هایی که حاجیانی (۱۳۸۸)، رجایی (۱۳۸۳)، بنسون و ترو (۱۹۹۵)، کارن بکویت<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) به انجام رسانده‌اند. اما در نقطه مقابل، برخی پژوهش‌ها (Kiecolt & Lomoscolo, 2003; Scabini & Manzi, 2011; Morrison, 2010, Higgs & Gillard, 2006; Aries & Seider, 2007) علی‌رغم برخورداری از جنبه‌های علمی و یافته‌های جدید، به پدیده هویت جمعی به صورت تک‌بعدی پرداخته و تنها بر یکی از ابعاد هویت جمعی متمرکز بوده‌اند.

## ۲-۱. رویکردهای مرتبط با هویت جمعی

برای درک عمیق و فهم مناسب از هویت جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی به‌عنوان ابعاد فراملی هویت جمعی در این پژوهش، بهتر آن است ابتدا به تعریفی از هویت جمعی که از دو رویکرد کنش متقابل ساختی و کنترل هویت برگرفته شده است، اشاره کرد تا با یک پشتوانه نظری محکم از هویت جمعی به بحث درباره هر یک از ابعاد فراملی هویت جمعی پرداخت.

کنش متقابل ساختی<sup>۲</sup> یکی از شاخه‌های کنش متقابل نمادی است که سعی در توجه بیشتر به ساخت‌های کلان اجتماعی در جهت کارآمدتر نمودن مکتب کنش متقابل نمادی دارد. شلدون استرایکر<sup>۳</sup> از چهره‌های شاخص این رویکرد است. استرایکر معتقد است: برای هر یک از موقعیت‌های اشغال شده و نقش‌های برنامه‌ریزی شده در مجموعه روابط اجتماعی سازمان‌یافته، هویت‌هایی داریم (Cassidy, 2001).

- 
1. Beckwith
  2. Structural symbolic interactionism
  3. Stryker

بدین ترتیب هویت‌ها در واقع حلقه ارتباطی بین فرد و ساختار اجتماعی هستند، چراکه گزینش‌هایی هستند که فرد در راستای جایگاه خود در ساختارهای اجتماعی و نقش‌هایی که در آن موقعیت‌ها قرار دارد، اتخاذ می‌کند (Stryker, 1982).

ما آمده‌ایم که از طریق تعامل با دیگران بدانیم که و چه هستیم. ما به واسطه پیوند با نمادهای خودمان که از طریق کنش با دیگران به دست می‌آید، به موضوعاتی برای خود تبدیل می‌شویم. نمادها دارای معانی هستند که از طریق همین کنش با دیگران حاصل می‌شود. مثل نمادهای دیگر، نمادهای خود نیز یک سری مفاهیم کنش را در خود دارد: به ما می‌گویند چگونه می‌توانیم آنطور که انتظار می‌رود در فعالیت‌های در حال انجام خود عمل کنیم. افراد نام‌هایی را برای خود در حین کنش در چارچوب رفتار سازمان‌یافته به کار می‌برند که چنین نامگذاری بر حسب موقعیت مورد استفاده قرار می‌گیرد و تبدیل به بخشی از خود می‌شود و در افراد با توجه به رفتار خودشان انتظاراتی را به وجود می‌آورد (Ibid: 202-203).

همچنین به نظر استرایکر، فرض اینکه هویت‌ها در سلسله‌مراتبی از برجستگی قرار دارند و این سلسله‌مراتب شیوه‌ای است که بدان شیوه خود سازمان می‌یابد، فرض معقولی می‌تواند باشد. بر این منوال، برجستگی هویت برای یک شخص به‌خصوص را می‌توان احتمال اینکه یک هویت خاص در موقعیت‌های متنوع مورد استفاده قرار بگیرد تعریف کرد (حاجیانی، ۱۳۸۸).

استرایکر در ادامه به معرفی ایده «تعهد»<sup>۱</sup> می‌پردازد و از آن برای ساختن پلی میان ساختار اجتماعی و هویت فرد کمک می‌گیرد، بدین صورت که «هرچه تعهد<sup>۲</sup> فرد به یک هویت بیشتر باشد، آن هویت در مرتبه بالاتری از سلسله‌مراتب هویتی قرار خواهد گرفت» (Turner, 1998: 273).

تئوری کنترل هویت<sup>۳</sup> بر ماهیت هویت‌های افراد (که چه کسانی هستند) و روابط بین

### 1. Commitment

۲. این مفهوم به روابطی با دیگران اشاره دارد که به‌عنوان خدمت از روی انتخاب شکل گرفته، به قسمی که تغییر الگوی انتخاب، نیازمند تغییر الگوی روابط با دیگران است. به‌میزانی که روابط شخص با دیگران، به گونه‌ای از خاص بودن بستگی داشته باشد، شخص به آن گونه خاص بودن متعهد شده است. بدیهی است که تعهد به هویت‌ها به معنای ورود به روابطی است که نیازمند به حساب آوردن و پذیرفتن صفات موقعیتی است.

### 3. Identity Control Theory (ICI)

هویت‌های افراد و چگونگی احاطه ساختار اجتماعی بر روی هویت‌ها، متمرکز است (Burke, 2004). برک، پرچمدار این رویکرد، معتقد است: اتصال فرد با ساختار اجتماعی برای شکل‌گیری هویت به دو طریق انجام می‌پذیرد: ۱. «معنا» که اغلب به صورت محلی در ساختار اجتماعی تعریف می‌شود؛ پدر یا پسر بودن به چه معناست، معلم بودن به چه معناست؟» (Burke, 1991: 837) و ۲. منابع<sup>۲</sup> که فرایندی برای حفظ افراد، گروه‌ها و کنش متقابل است و به دو دسته ملموس و غیرملموس نظیر ارزش‌ها، حمایت‌های اجتماعی، مواد مصرفی و... تقسیم می‌شوند (Freese & Burke, 1994). بنابراین باید گفت: منابع به مثابه ابزاری است که به واسطه نقش شخص در موقعیت، تحت کنترل او قرار می‌گیرد. با اتصال فرد با ساختار اجتماعی به واسطه مجموعه معانی و منابع در اختیار، شکل‌گیری هویت که دارای حلقه برگشتی و دور کامل است به وقوع می‌پیوندد (Burke, op.cit) که شامل چهار حلقه است: ۱. مجموعه معانی برای یک هویت خاص که در این تئوری، استاندارد هویت<sup>۳</sup> نامیده می‌شود، ۲. داده‌های ادراکی که از موقعیت حاصل می‌شود، اینکه یک نفر خودش را چگونه می‌بیند و بازخورد معناداری که خود از دیگران می‌گیرد، ۳. فرایندی که داده‌های ادراکی را با استاندارد هویت مقایسه می‌کند و در نهایت، ۴. خروجی برای محیط (رفتار معنادار) که نتیجه این مقایسه همان خوداثباتی<sup>۴</sup> است (Ibid; Burke, 2004: 574; Stets, 2006: 96).

بنابراین می‌توان در فرایند شکل‌گیری هویت، مطابق رویکرد کنترل چگونگی تأثیر ساختارهای اجتماعی بر ساختار خود و چگونگی تأثیر ساختار خود بر روی رفتار اجتماعی (Renolds & Aerman-Kinney, 2003) را به خوبی لمس کرد. بنا بر این نظریات، می‌توان هویت جمعی را بر محوریت نقش‌های اجتماعی مشتمل بر سه عنصر و وجه دانست:

۱. عنصر (وجه) شناختی: آگاهی فرد از اینکه به یک گروه تعلق دارد. البته، در این وجه، فرد جایگاه و نقش خاصی را نیز برای خود تعریف می‌کند.
۲. عنصر (وجه) احساسی: احساسات (حس تعهد و تعلق خاطر) نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند.

- 
1. Meaning
  2. Sources
  3. Identity standard
  4. Self-verification

۳. عنصر (وجه) رفتاری: ایفای نقش محول شده در گروهی خاص و برآورده کردن انتظارات افراد گروه و مشارکت در امور جمعی آن گروه. حال پس از فهم پایه‌های بنیادین هویت جمعی، باید به تبیین نظری هویت جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی به‌عنوان یکی از ابعاد هویت جمعی پرداخت که در بخش جنسیتی و خانوادگی، از رویکرد ساختی - کارکردی برای تبیین چگونگی شکل‌گیری این ابعاد از هویت جمعی بر پایه جامعه‌پذیری جنسیتی و خانوادگی و در بخش طبقاتی از رویکردهایی همچون مارکس، ماکس وبر و وبلن استفاده شده است.

### ۳-۱. رویکرد مرتبط با هویت جنسیتی

پارسنز به‌عنوان یکی از نمایندگان این رویکرد معتقد است: جامعه‌پذیری روندی است که طی آن فرد به مفهوم عام می‌آموزد که نقش‌هایش چیست و یا به بیان دیگر جامعه‌پذیری عبارت است از: جریان فراگیری رفتارها و قابلیت‌های لازم برای ایفای یک نقش اجتماعی خاص (Parsons & Bales, 1954/2003). «پارسنز براساس مراحل جامعه‌پذیری فروید<sup>۱</sup>، این مراحل را به پنج مرحله دسته‌بندی می‌کند که در هر مرحله نسبت به مراحل پیشین، هم گسترده‌تر و هم پیچیده‌تر می‌گردد و به عبارتی، فرد با ورود به هر مرحله جدید می‌آموزد که نسبت به مرحله قبلی باید رفتاری متفاوت و در عین حال پیچیده‌تر با پیرامون خود داشته باشد» (هژبری، ۱۳۸۹: ۳۷).

در مرحله اول، نوزاد مادر را در خود درونی می‌کند، اما هنوز در موقعیتی نیست تا مادرش را که منبع پاسخگویی به نیازهایش است را جدا از خود بداند. پارسنز چنین مرحله‌ای را «هویت مادر - کودک»<sup>۲</sup> نامگذاری می‌کند که در آن «نظام وابستگی»<sup>۳</sup> در کودک نهادینه و درونی می‌شود (Parsons & Bales, op.cit: 48-49). در مرحله دوم به تدریج کودک شروع به شناخت نیازهای عمومی خود کرده و به‌صورت تدریجی می‌آموزد که موجودی جدا از مادر است. با چنین شناختی، روابط متقابل بین مادر و کودک آغاز می‌شود. ارتباط متقابل مادر و کودک از یک سو موجب تشدید وابستگی کودک به مادر می‌شود و از سوی دیگر کودک مادر را چنان در خود جذب و درونی می‌کند که به درجه

- 
1. Freud
  2. Mother-child identity
  3. Dependency system



«خودگردانی»<sup>۱</sup> برسد. بدین ترتیب تا پایان مرحله دوم، دو نظام در کودک درونی شده‌اند: «نظام وابستگی» و «نظام خودگردانی» (Ibid). در مرحله سوم پدر نیز وارد عرصه جامعه‌پذیری شده و در واقع نظام درونی در «مادر - کودک» تبدیل به نظام بیرونی «مادر - کودک - پدر»<sup>۲</sup> می‌شود. بدین ترتیب کودک به نقش ابزاری پدر و مدیریت وی جهت رفع نیازهای مادی خانواده و نقش مادری در جهت ایجاد امنیت روحی و عاطفی خانواده پی می‌برد. در چنین روندی، پسر، پدر و نقش وی را الگوی خویش قرار می‌دهد. دختر نیز با درونی کردن نقش مادر، هویت او را می‌پذیرد. نقش جنسیتی در فرد برای پسران بر نظام ابزاری<sup>۳</sup> و برای دختران بر نظام عاطفی<sup>۴</sup> استوار است. اما هنوز این مرحله پایان نیافته، چراکه نقش ابزاری را دختر بچه‌ها هم در رفتار متقابل با پدر و هم برادر خویش و پسر بچه‌ها نیز در رفتار متقابل با مادر و خواهر خویش نقش عاطفی را فرامی‌گیرند. فرد در پایان مرحله سوم، چهار نظام وابستگی، خودگردانی، عاطفی و ابزاری را در خود درونی کرده است. مرحله چهارم، وارد عمل شدن نظام بیرونی همسالان و ایجاد دو نظام عام و خاص است و در نهایت، در مرحله پنجم که آخرین مرحله جامعه‌پذیری است، انتخاب شغل مورد توجه است و در اینجا است که کودک به تفاوت بین نقش نسلی و نقش جنسیتی پی می‌برد (Ibid).

#### ۴-۱. رویکرد مرتبط با هویت خانوادگی

اگر بخواهیم هویت خانوادگی را بر پایه نقش مورد بررسی قرار دهیم، از رویکردهای متفاوتی می‌توان نام برد. یکی از مهم‌ترین رویکردها، رویکرد ساختی - کارکردی است که هویت خانوادگی را بر مبنای ایفای نقش‌های خانوادگی در راستای رسیدن به هدف مشترک تعریف می‌کند. عنصر اساسی در این رویکرد، سؤالاتی نظیر این است که «چرا چیزهایی وجود دارد»<sup>۵</sup> که در واقع به وسیله پاسخ به سؤالاتی از قبیل «چگونه چیزهایی وجود دارند»<sup>۶</sup> یا «کارکرد چیزها»<sup>۷</sup> تبیین می‌شوند (White & Klein, 2008: 34). رویکرد

1. Autonomy
2. Mother-child-father
3. Instrumental system
4. Expressive system
5. Why things exist
6. How things exist
7. Thing's function

ساختی - کارکردی<sup>۱</sup> جامعه را همانند مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی، که هر کدام کارکردهای خاصی را در جهت حصول اطمینان از تداوم<sup>۲</sup> و اجماع<sup>۳</sup> دارند، می‌بیند. در واقع، نهادها الگوها و راه‌های قابل پیش‌بینی تفکر و رفتار، اعتقادات، ارزش‌ها، نگرش‌ها و هنجارها هستند که در اطراف جنبه‌های حیاتی زندگی گروهی سازماندهی شده و در خدمت کارکردهای ضروری اجتماعی هستند. خانواده در این رویکرد وظایف مهمی در دستیابی به نیازهای اساسی جامعه انجام داده و به تداوم نظم اجتماعی کمک می‌کند (Lamanna & Reidmann, 2008). برنز<sup>۴</sup> (۲۰۰۹: ۸۱) و کلارک - استوارت و برنتانو<sup>۵</sup> (۲۰۰۶: ۳۰) کارکردهایی را برای خانواده قائل هستند که مهم‌ترین آنها عبارتند از: «تولید مثل، ارضای نیازهای جنسی، واگذاری نقش‌های اجتماعی، حمایت اقتصادی و حمایت تربیتی - عاطفی». در واقع «هریک از اعضای خانواده به منزله تکه‌ای از پازل هستند و باید موقعیت خود را در جهت حفظ تمامیت ساختار اجتماعی خانواده به کار بندند» (How, 2001: 35).

نظریه پارسنز درباره خانواده در درون نظریه بزرگ‌تر او از نظام‌های اجتماعی بهتر درک می‌شود. پارسنز جهان اجتماعی را به سه نظام تقسیم می‌کند: نظام فرهنگی<sup>۶</sup> متشکل از نمادها و معانی، نظام اجتماعی<sup>۷</sup> متشکل از گروه‌های اجتماعی و نهادهای سازمان‌یافته و در نهایت، نظام شخصیتی<sup>۸</sup> متشکل از انواع گونه‌های عمومی شخصیت. کار پارسنز بر روی خانواده، شامل فرایندهای جامعه‌پذیری مورد نیاز برای نظام اجتماعی و راه‌هایی است که در آن افراد بالغ با گروه یا نظام اجتماعی یکپارچه می‌شوند (Turner, 1991).

پارسنز چهار ضرورت کارکردی را که همه نظام‌ها برای دستیابی به نظم و تعادل به آن نیازمندند، چنین بیان می‌کند: «سازگاری (تطابق)؛ دستیابی به هدف؛ انسجام» و

- 
1. Structural-functional approach
  2. Continuity
  3. Consensus
  4. Berns
  5. Clark-Stewart & Brentano
  6. Cultural system
  7. Social system
  8. Personality system
  9. Adaptation
  10. Goal attainment
  11. Integration

پایداری<sup>۱</sup>. این نظام کارکردها (کارکردی) را معمولاً به صورت مخفف AGIL می‌گویند» (Ritzer, 1989: 208). به اعتقاد وی، کارکردهای اساسی و غیرقابل تقلیل خانواده عبارتند از: نخست، «جامعه‌پذیری کودکان؟ به طوری که آنها واقعاً می‌توانند تبدیل به اعضای جامعه‌ای که در آن متولد شده‌اند، باشند» (Parsons & Bales, 1954/2003: 17). بدین معنی که در چنین فرایندی کودکان هنجارهای فرهنگی جامعه خود را فرامی‌گیرند (Giddens, 2006)، دوم، «ثبات شخصیت بزرگسالان»<sup>۲</sup> (Parsons & Bales, op.cit). از آنجایی که فرایند جامعه‌پذیری در سال‌های اولیه کودکی اتفاق می‌افتد، خانواده مهم‌ترین عرصه برای رشد شخصیت انسانی است (Giddens, op.cit). به نظر پارسنز، این دو کارکرد رابطه‌ای تنگاتنگ دارند، چراکه کودک تنها در صورتی می‌تواند جامعه‌پذیر شود که جامعه بر مبنای ساختارهای نقشی مورد انتظار<sup>۳</sup>، نهادینه شده و سازمان یافته باشد و بزرگسالان به صورت ثابت چنین ساختارهای نقشی را دریافت کرده باشند.

هرچند پارسنز (۱۹۵۴) ادعا می‌کند که صنعتی شدن و شهرنشینی<sup>۴</sup> باعث از بین رفتن خانواده گسترده در آمریکا شده است، با این حال تأکید دارد که هنوز هم خانواده نهادی قوی و پایدار است که قادر است این دو کارکرد را به انجام برساند. بر این اساس، ما می‌توانیم هم از جامعه‌پذیری کودکان و هم از ثبات شخصیت بزرگسالان، به ساختارهای نقشی نهادی شروع کنیم (White & Klein, 2008).

ساختار خانواده را می‌توان ویژگی‌های منظم و عادی، خانواده در سبک، الگوهای کنش متقابل و سلسله‌مراتب قدرت دانست که در اثر و به صورت ماهیت گروهی در خانواده ایجاد می‌شوند (Duvall, 1971: 552). در تحلیل ساخت خانواده در صورتی که نقش و انتظارات نقشی تحلیل شوند، مهم‌ترین جنبه ساخت خانواده تحلیل شده و به همین علت است که پارسنز آمیزه نقش پایگاه<sup>۵</sup> را به عنوان واحد بنیادی در بررسی نظام اجتماعی نظیر خانواده به کار برده است.

ساختار خانواده هسته‌ای را می‌توان به عنوان یک نتیجه از تمایز در دو محور دانست:

1. Latency
2. Primary socialization of children
3. Stability of adult personality
4. Expected role structured
5. Industrialization and urbanization
6. Role-status

کارکرد ابزاری و عاطفی<sup>۱</sup>. بر این اساس می‌توان چهار نوع اساسی از نقش - پایگاه را به تصویر کشید (Parsons & Bales, 1954/2003: 45). چنین نظری را می‌توان در جدول ۱ نشان داد. در این جدول قدرت اعضای خانواده در این سیستم، وابسته به میزان کارکردی است که هریک از آنان در فرایند کنش دارند.

جدول ۱. ساختار نقش در خانواده هسته‌ای

جهت‌گیری نقش <sup>۲</sup>		سلسله‌مراتب قدرت <sup>۳</sup>
عاطفی	ابزاری	
مادر	پدر	قدرت برتر <sup>۴</sup>
زن	شوهر	
دختر	پسر	قدرت فروتر <sup>۵</sup>
خواهر	برادر	

source: Parsons & Bales, 1954/2003: 46

پارسنز و بلز (۱۹۵۶/۲۰۰۳: ۴۷) مفروضاتی را دربارهٔ توجه به ساختار نقش در خانواده نظیر انتساب جهت‌گیری نقش بر مبنای جنسیت ارائه می‌دهند: زنان بیشتر نقش‌های عاطفی و مردان عمدتاً نقش‌های ابزاری را برعهده دارند. جهت‌گیری ابزاری شامل روابط نظام با موقعیت‌های بیرون از نظام برای ایجاد تطابق و حفظ تعادل نظام است. از سوی دیگر جهت‌گیری عاطفی مربوط به امور داخلی نظام، حفظ روابط منسجم میان اعضا و... است. سپس، پارسنز با بیان اینکه «پدر کارشناس فنی و اجرایی، مادر رهبر کاریزماتیک عاطفی<sup>۶</sup> و کارشناس فرهنگی است، بیشتر به توضیح و تبیین این مسئله می‌پردازد» (White & Klein, 2008: 39).

به اعتقاد پارسنز و بلز (۱۹۵۶/۲۰۰۳: ۴۹)، اولین مرحلهٔ جامعه‌پذیری کودک «هویت مادر - کودک<sup>۷</sup>» است که معادل هویت‌یابی اولیه در مباحث فروید است. جدایی از این

- 
1. Instrumental and expression function
  2. Hierarchy of power
  3. Role orientation
  4. Superior power
  5. Inferior power
  6. Expressive charismatic leader
  7. Mother-child identity

هویت و حرکت کودک به سمت دیگر روابط دوتایی خانوادگی (پدر - پسر، پدر - دختر و برادر - خواهر) عناصر ضروری جامعه‌پذیری هستند. در واقع، «فرایند جامعه‌پذیری دارای یک هدف، که یک کنشگر اجتماعی تولید کند، است. کنشگری که به یک سیستم روابط با دیگران گره خورده است» (Parsons & Bales, 1954/2003: 57).

پارسنز در مواردی چند مورد انتقاد قرار می‌گیرد، از جمله ایجاد یک تصویر ایده‌آل از خانواده، عدم اثبات ویژگی‌های خانواده به وسیله بررسی‌های تجربی، عدم توجه به روابط درون خانواده، عدم توجه به نقش طبقه اجتماعی در مناسبات و رشد و تکامل خانواده، عدم توجه به رقیبان خانواده در جامعه‌پذیری فرزندان، ثابت فرض کردن فرایند جامعه‌پذیری خانوادگی و شکل‌گیری هویت خانوادگی.

#### ۵-۱. رویکردهای مرتبط با هویت طبقاتی

مفهوم طبقه از بنیادی‌ترین مفاهیم علوم اجتماعی است. در تعریف طبقه، ادبیات گسترده‌ای وجود دارد. «طبقه کلمه‌ای است با شماری از معانی» (Saha, 2006: 73). تشخیص اینکه طبقه چیست، چگونه شناسایی شده و چگونه از هم متمایز می‌شوند، دارای پیچیدگی‌ها و ابهامات فراوانی است. هر چند متفکران علوم اجتماعی در قرون قدیم به مفهوم طبقه اشاراتی داشته‌اند، اما این مارکس بود که با پیش کشیدن این مفهوم و مبنا قرار دادن آن در تمامی تحلیل‌ها و بررسی‌های تاریخی و اجتماعی - اقتصادی‌اش اهمیت مضاعف به آن بخشید و آن را به صورت یک مفهوم فعال در جامعه‌شناسی کلاسیک مطرح کرد. اما خود مارکس هم تعریفی مشخص از طبقه ارائه نداد، بلکه در سراسر آثار خویش به صورت ضمنی به ویژگی‌ها و ابعاد آن اشاره کرده است. بدین ترتیب است که ارائه تعریفی دقیق و خالی از اشکال برای طبقه به آسانی میسر نیست، چراکه اختلاف نظر در این مورد وجود دارد. تا جایی که برخی صاحب‌نظران نظیر بوردیو تا نفی طبقه و استفاده از مفاهیم دیگر به عنوان جایگزین پیش رفته‌اند. مارکس (۱۸۴۸) طبقه را متشکل از گروه‌هایی از افراد می‌داند که در جریان تولید موقعیت همه آنها یکسان باشد، منافع و شرایط اقتصادی مشترک داشته باشند و به مرحله آگاهی طبقاتی رسیده و دارای خصومت طبقاتی با دیگر طبقات باشند.

افرادی نظیر ماکس وبر<sup>۱</sup> (۱۹۷۸) به جای استفاده از مفهوم طبقه، به مفهوم قشر می‌پردازند که بر سه عامل اصلی و اساسی قرار دارد. او ابتدا به تعریف نظام اقتصادی می‌پردازد که مشابه مفهوم طبقه از نظر مارکس است و افرادی را در یک دسته قرار می‌دهد که به لحاظ فرصت‌های زندگی مبتنی بر مالکیت اقتصادی کالاها و امکانات شغلی و درآمدی تحت شرایط بازار، دارای مشابهت هستند. عامل دوم از نظر وبر، نظام اجتماعی است که منظور از آن توزیع احترام و اعتبار است که از آن می‌توان با عنوان سلسله‌مراتب منزلت اجتماعی نام برد. عامل سوم نیز نظام سیاسی است که توزیع قدرت در جامعه را نمایان می‌سازد.

آنتونی گیدنز به مسئله طبقه از دیدگاه ساخت‌یابی<sup>۲</sup> خود نگاه می‌کند. هرچند گیدنز در تحلیل طبقه از دیدگاه‌های مارکس سود جسته، اما باید او را یک نووبری دانست که پایبندی بیشتری به سنت وبری دارد تا مارکس. منظور گیدنز (۱۹۸۲) از ساخت‌یابی، این است که تا چه اندازه طبقات در طول زمان و در مکان‌های متفاوت به مثابه دسته‌های اجتماعی مشخص و متمایز پدید می‌آیند و بازتولید می‌شوند، بدین اعتبار می‌توان استدلال کرد که دارایی و صلاحیت‌های تحصیلی و نیروی کار به مثابه قدرت یا حقوق اصلی عمل می‌کند که اقتصاد و طبقات ناشی از آن را به هم متصل می‌سازد یا به بیان دیگر واسطه‌ای است بین اقتصاد و طبقات.

ساخت‌یابی با واسطه روابط طبقاتی بیش از هر چیز با توزیع فرصت‌ها و امکانات‌های تحرک هدایت می‌شود که در جامعه‌ای معین حضور دارند. در جامعه سرمایه‌داری بنیان نظام اولیه سه طبقه‌ای گذاشته خواهد شد: طبقه بالا، متوسط و پایین یا کارگر. سه منبع همجوار ساخت‌یابی طبقاتی وجود دارد که به یکدیگر مرتبط هستند: تقسیم کار در کسب و کار تولیدی، روابط اقتدار در این کسب و کار و تأثیر آنچه می‌توان آن را «گروه‌بندی‌های توزیعی» نامید (Giddens, 1982؛ کسل<sup>۳</sup>، ۱۳۸۳). گیدنز برخلاف مارکس عقیده دارد که یکی از حوزه‌های ساخت‌یابی متفاوت طبقاتی در حوزه مصرف ایجاد می‌شود و نه در حوزه تولید. از دید گیدنز (۱۹۸۲) مفاهیم منزلت و گروه منزلتی وبر، دو عنصر تفکیک‌پذیر را در هم می‌آمیزد. از یک سو، شکل‌گیری گروه‌بندی بر اساس

---

1. Weber  
2. Structuration  
3. Cassell

مصرف و از سوی دیگر، شکل‌گیری انواع تمایزهای اجتماعی مبتنی بر نوعی ارزش‌های غیراقتصادی که معیاری برای پرستیژ یا مباحات به دست می‌دهد.

به موازات چنین تبیین‌هایی، بسیاری از تحقیقات تجربی که صورت گرفتند، به این واقعیت اشاره دارند که سنخ‌شناسی‌های ساختاری و به‌خصوص طبقاتی دیگر نمی‌توانند پیچیدگی‌های دنیای امروزین را تبیین کنند. این افراد در تبیین‌هایشان از مصرف و سبک زندگی یاد می‌کنند. از جمله چنین افرادی می‌توان به تورستن وبلن (۲۰۰۴-۱۹۳۴)<sup>۱</sup> اشاره کرد که گرچه به طور مستقیم از سبک زندگی صحبت نکرده، اما این ایده را مطرح می‌کند که داشتن سبکی خاص به معنای چیزی بیشتر از علایق خاص فراغت است. داشتن سبک زندگی خاص و خودنمایی برای نشان دادن تعلق به گروه خاص در جامعه، به برجسته کردن تمایزهای گروه‌های دیگر منجر شده است (Gibbins & Reimer, 1999).

همچنین بوردیو<sup>۲</sup> (۱۹۸۴) تغییرات فرهنگی معاصر را به‌عنوان حرکت از دنیای اجتماعی مبتنی بر روابط گروه‌ها، طبقات و افراد با ابزار تولید به دنیایی که در آن روابط با ابزارهای مصرف تعیین‌کننده اصلی به شمار می‌آید، متصور می‌شود و تعریف کاملاً متفاوتی را مبنای کار خود قرار می‌دهد که در آن عوامل فرهنگی به موازات عوامل اقتصادی دست‌اندرکارند و هیچ‌یک اولییتی بر دیگری ندارد. او اصطلاح فضای اجتماعی را به جای طبقه اجتماعی می‌نماید و مقصود از آن، توزیع چندبعدی صور مؤثر قدرت (یا سرمایه اعم از این که اقتصادی باشد یا فرهنگی یا اجتماعی) است که زیربنای موقعیت‌های اجتماعی است. سخن گفتن از فضای اجتماعی، بدین معناست که بدون توجه به قضاوت‌های بنیادی، به‌خصوص تفاوت‌های اقتصادی و فرهنگی، نمی‌توان هیچ‌کس را با دیگری در یک گروه جای داد. بدین ترتیب است که طبقات کاملاً به‌طور قراردادی و براساس سهمی که در یک مطالعه خاص دارند، تعیین می‌شوند، هرچند انجام چنین امری اصولی به نظر نمی‌رسد، اما چاره‌ای جز آن نیز وجود ندارد.

در مجموع، با مقداری ساده‌سازی سه معنی متفاوت از مفهوم طبقه را می‌توان شناسایی کرد: ۱. طبقه به‌عنوان منزلت، پایگاه، فرهنگ یا سبک زندگی،<sup>۳</sup> ۲. طبقه به‌عنوان نابرابری

---

1. Veblen

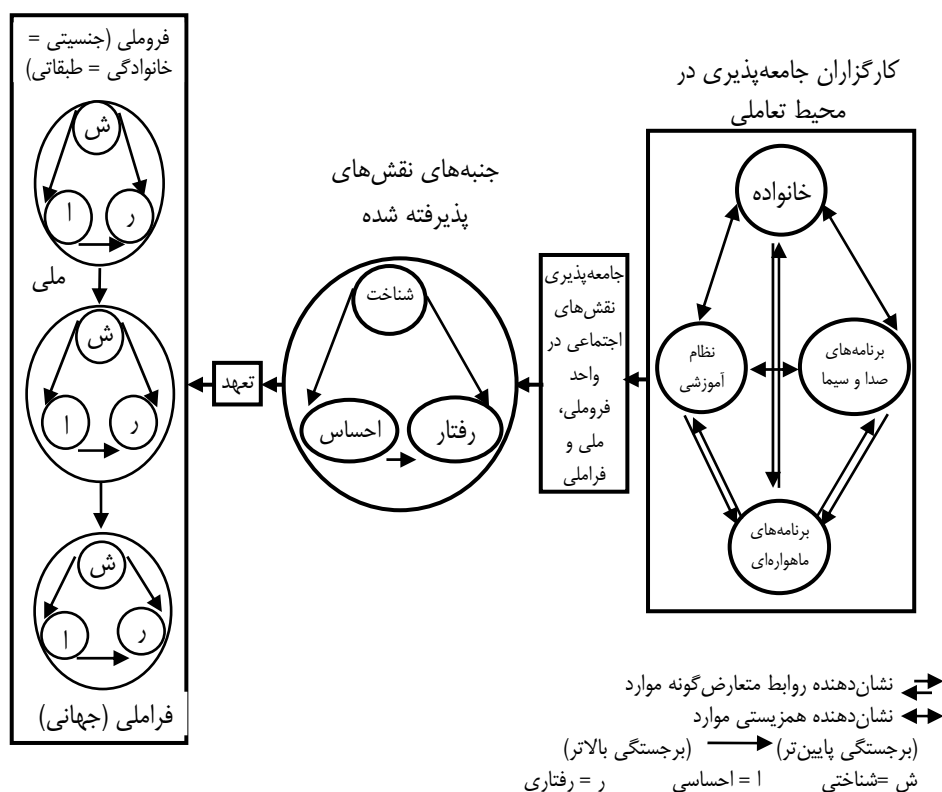
2. Bourdieu

3. Class as prestige, status, culture or lifestyles

اجتماعی و اقتصادی ساختاریافته<sup>۱</sup> (مربوط به مالکیت منابع اقتصادی و قدرت) و ۳. طبقه به عنوان کنشگران بالفعل یا بالقوه سیاسی و اجتماعی<sup>۲</sup> (Crompton, 2008: 15).

### ۶-۱. مدل نظری پژوهش

به طور خلاصه باید گفت که برای مباحث نظری عنوان شده می توان چنین الگویی را ترسیم کرد و از طریق جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از جامعه هدف آن را آزمود.



فراملی (جنسیتی = خانوادگی = طبقاتی) به معنای برجستگی یکسان هویت های مورد نظر و نیز برجستگی بالاتر جنبه شناختی نسبت به سایر جنبه ها و برجستگی بالاتر جنبه احساسی نسبت به جنبه رفتاری در همه آنها است.

نمودار ۱. مدل نظری پژوهش

1. Class as structured social and economic inequality
2. Class as actual or potential social and political actors



## ۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر که در آن هویت جمعی جوانان به‌عنوان متغیر وابسته مطرح شده و هویت جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی به‌عنوان متغیرهای مستقلی که در ارتباط با هم در فرایند جامعه‌پذیری فرد مورد توجه قرار گرفته‌اند به روش پیمایشی از نوع توصیفی و تبیینی انجام گرفت. همچنین تکنیک گردآوری اطلاعات به دو صورت پرسشنامه و مصاحبه بود. جامعه آماری پژوهش حاضر، جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان گلستان در سال ۱۳۹۱ بودند که با توجه به نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان گلستان در سال ۱۳۸۵ و نرخ رشد جمعیت در ۶ سال بعد از آن، تعداد آنان ۵۰۰۱۰۹ نفر برآورد شد. ۳۸۰ نفر از طریق فرمول کوکران به‌عنوان نمونه مورد بررسی برگزیده شد و از طریق روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای انتخاب شدند. همچنین اعتبارسنجی ابزار پژوهش حاضر از طریق اعتبار صوری و سازه‌ای و تحلیل اعتماد نیز از روش آلفای کرونباخ صورت گرفت.

## ۳. یافته‌های پژوهش

### ۳-۱. خصوصیات و ویژگی‌های فردی

در پژوهش حاضر ۵۱ درصد پاسخگویان را زنان و ۴۹ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین ۲۵ درصد پاسخگویان در گروه سنی ۱۹-۱۵ ساله، ۴۰ درصد در گروه سنی ۲۴-۲۰ ساله و ۳۵ درصد در گروه سنی ۲۹-۲۵ ساله قرار دارند. البته یافته‌های حاصل در این دو محور متناسب با نتایج حاصل از سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان گلستان در سال ۱۳۸۵ است. براساس یافته‌های پژوهش، نزدیک به ۶۰ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات غیرآکادمیک و تقریباً ۴۰ درصد نیز دارای تحصیلات آکادمیک هستند. از نظر وضعیت تأهل، ۴۹/۷۴ درصد را گروه مجردین و ۵۰/۲۶ درصد را گروه متأهلین تشکیل می‌دهند. همچنین ۶۱ درصد پاسخگویان دارای مذهب شیعه و ۳۱ درصد نیز اهل تسنن هستند. وضعیت فعالیت پاسخگویان نشان می‌دهد که تقریباً ۵۰ درصد پاسخگویان شاغل و بقیه آنها از نظر فعالیت بیکار و یا به فعالیت‌هایی نظیر تحصیلات، خانه‌داری و... مشغول هستند که از کسب درآمد در ازای انجام فعالیت بی‌بهره‌اند. مشاغل دولتی نیز بالاترین درصد اشتغال در نزد پاسخگویان را به خود اختصاص داده است. اکثر پاسخگویان نیز فاقد مهارت حرفه‌ای هستند. همچنین میانگین هزینه‌های خانواده در طول یک ماه در بین

پاسخگویان برابر ۸۷۹۴۳۵ تومان است. یافته‌ها حاکی از آن است که پاسخگویان عمدتاً دارای خانواده‌هسته‌ای بوده و در منازل شخصی خود اقامت دارند. یافته‌های حاصل از میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی نشان می‌دهد که همه پاسخگویان از برنامه‌های صدا و سیما، تقریباً ۹۲ درصد از برنامه‌های ماهواره‌ای و ۷۷ درصد از اینترنت استفاده می‌کنند. میانگین استفاده پاسخگویان از برنامه‌های صدا و سیما در طول شبانه روز ۱۵۵/۴ دقیقه، برنامه‌های ماهواره‌ای ۱۵۳/۷ دقیقه و اینترنت ۳۱/۲ دقیقه است. همچنین انتخاب برنامه‌های صدا و سیما و برنامه‌های ماهواره‌ای نزد پاسخگویان عمدتاً با انگیزه سرگرمی و تفریح است که در این میان فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها، موسیقی و برنامه‌های ورزشی در رأس برنامه‌های منتخب قرار دارند. در مقابل، انگیزه‌های هویتی از تماشای برنامه‌ها، هم در برنامه‌های صدا و سیما و هم برنامه‌های ماهواره‌ای پایین‌ترین درصد و اولویت را به خود اختصاص داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که تقریباً ۵۰ درصد پاسخگویان خود را متعلق به طبقه متوسط، تقریباً ۱۱ درصد به طبقه متوسط رو به پایین و نزدیک به ۹ درصد خودشان را متعلق به طبقه متوسط رو به بالا دانسته و سایر پاسخگویان از عناوین دیگری استفاده کرده‌اند که از فراوانی پایینی برخوردار هستند. همچنین، شغل، تحصیلات، پایبندی به اصول مذهبی، درآمد، پوشش و اتومبیل به ترتیب پررنگ‌ترین معیارهایی هستند که افراد برای قرار گرفتن در طبقه از آنها یاد کرده‌اند.

### ۲-۳. جنبه‌های سه‌گانه ابعاد هویت جمعی

یافته‌ها حاکی از آن است که میانگین هویت فراملی (جهانی) در هر سه جنبه شناختی، احساسی و رفتاری از برجستگی بسیار پایینی برخوردار است و فاصله زیادی با دیگر ابعاد ملی و جنسیتی هویت جمعی دارد. بدین ترتیب می‌توان گفت: هویت فراملی جایگاه پایینی نزد پاسخگویان در همه جنبه‌ها به خود اختصاص داده است. در ادامه، میانگین جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری هویت ملی نشان می‌دهد که هویت ملی نیز نزد پاسخگویان از برجستگی برخوردار نیست؛ به طوری که در جنبه‌های شناختی و رفتاری پایین‌تر از حد متوسط و در جنبه احساسی در حالت متوسط به سر می‌برد و در مقایسه با جنبه‌های سه‌گانه ابعاد فراملی هویت جمعی جایگاه پایینی را داراست.

یافته‌های حاصل از سنجش هویت جنسیتی زنان نشان می‌دهد: میانگین جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی در میان پاسخگویان از برجستگی بالایی برخوردار است و این بدان معناست که آموخته‌های زنان از طریق جامعه‌پذیری منطبق با هویت جنسیتی آنها بوده و معمولاً رفتارهایشان نیز با آموخته‌هایشان هماهنگی و تطابق لازم را دارد. نکته قابل توجه، این است که احساس خوبی نسبت به این آموخته‌ها و رفتارها از خود نشان نمی‌دهند.

یافته‌های حاصل از سنجش هویت خانوادگی نشان می‌دهد: میانگین جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری هویت خانوادگی در میان پاسخگویان از برجستگی بالاتری نسبت به ابعاد فراملی و ملی برخوردار است و این بدان معناست که آموخته‌ها، احساس‌ها و رفتارهایی که پاسخگویان در زندگی روزمره به انجام می‌رسانند بیشتر تحت تأثیر بعد خانوادگی است. هرچند برجستگی هویت خانوادگی در جنبه رفتاری در هر سه دسته از پاسخگویان نسبت به دو جنبه دیگر پایین‌تر است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که هویت طبقاتی در جنبه‌های شناختی و رفتاری برجسته‌تر از ابعاد فراملی (جهانی) و ملی هویت جمعی است، اما در جنبه احساسی برجسته‌تر از هویت فراملی و در مقابل هویت ملی از برجستگی کمتری برخوردار است (البته باید گفت که اختلاف این جنبه از ابعاد هویت جمعی بسیار ناچیز است). در مجموع می‌توان گفت که هویت طبقاتی در جنبه‌های مورد بررسی از نظر برجستگی در حالت حد متوسط قرار دارد.

جدول ۲. میانگین ابعاد هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه

ابعاد هویت جمعی	جنبه شناختی	جنبه احساسی	جنبه رفتاری
فراملی (جهانی)	۱/۳۷	۰/۹۸	۱/۱۲
ملی	۲/۲۲	۲/۵۳	۱/۹۴
خانوادگی	مادر - همسر	۳/۴۰	۳/۰۶
	پدر - همسر	۳/۳۲	۲/۷۷
	فرزندان	۳/۳۹	۲/۷۳
	کل پاسخگویان	۳/۳۸	۲/۸۳
جنسیتی	زنان	۲/۱۶	۳/۳۶
	مردان	۳/۵۷	۳/۶
	کل پاسخگویان	۳/۳۹	۳/۴۸
طبقاتی	۲/۶۳	۲/۳۷	۲/۲۶

میانگین‌های مورد نظر بین اعداد ۰ تا ۴ در نوسان است (البته لازم به ذکر است که از درج میانگین مربوط به گویه‌های هر کدام از جنبه‌ها به دلیل حجم بالا صرف نظر شده است).

### ۳-۳. تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری در ساخت جنبه‌های سه‌گانه هریک از ابعاد فراملی هویت جمعی

جدول ۳. میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر جنبه‌های سه‌گانه هویت خانوادگی

رفتاری	احساسی	شناختی	کارگزاران جامعه‌پذیری	بعد هویت جمعی
۳/۸۲	۲/۰۲	۴/۰۱	خانواده	هویت جنسیتی زنان
۲/۴۴	۲/۸۰	۲/۵۹	نظام آموزشی	
۲	۲/۹۰	۲/۱۶	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۳۱	۳/۴۷	۱/۳۲	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۸۰	۳/۹۰	۳/۹۳	خانواده	هویت جنسیتی مردان
۲/۱۱	۲/۰۹	۲/۱۲	نظام آموزشی	
۲/۰۸	۲/۱۲	۲	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۴	۱/۰۷	۱/۱۵	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۴/۰۲	۳/۸۹	۴/۰۱	خانواده	هویت خانوادگی مادر - همسر
۲/۴۴	۲/۳۲	۲/۲۷	نظام آموزشی	
۱/۸۳	۱/۰۶	۱/۹۷	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۹	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۵۹	۳/۶۸	۳/۷۱	خانواده	هویت خانوادگی پدر - همسر
۲/۰۵	۲/۴۱	۲/۳۶	نظام آموزشی	
۱/۸۶	۲/۱۹	۱/۹۴	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۶	۱/۳۰	۱/۳۸	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۹۴	۴/۲۵	۴/۳۰	خانواده	هویت خانوادگی فرزندان
۲/۶۱	۲/۴۱	۲/۶۵	نظام آموزشی	
۲/۰۱	۱/۸۸	۲/۳۹	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۳	۱	۰/۹۲	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۳۳	۳/۳۶	۳/۲۸	خانواده	هویت طبقاتی
۱/۸۹	۲/۳۰	۲/۱۸	نظام آموزشی	
۲/۵۴	۲/۴۶	۲/۴۴	برنامه‌های صدا و سیما	
۳/۹۱	۴/۰۴	۴	برنامه‌های ماهواره‌ای	

لازم به ذکر است میانگین‌های ارائه شده در خصوص میزان تأثیرگذاری هریک از کارگزاران جامعه‌پذیری بر گویه‌های موردنظر بین ۰ تا ۵ در نوسان است.

قسمت اول یافته‌های مندرج در جدول ۳ میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر هویت جنسیتی زنان را نشان می‌دهد که در جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی، خانواده بیشترین و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین تأثیر را بر زنان داشته‌اند، اما در جنبه احساسی برنامه‌های ماهواره‌ای بیشترین و خانواده کمترین تأثیر را بر روی زنان داشته‌اند. اما قسمت دوم یافته‌ها میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر روی هویت جنسیتی مردان را نشان می‌دهد که خانواده در هر سه جنبه بیشترین تأثیر و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین اثرگذاری را از خود برجای گذاشته‌اند.

قسمت سوم یافته‌های مندرج در جدول ۳ میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر هویت خانوادگی در بین سه دسته از پاسخگویان را نشان می‌دهد که خانواده در هر سه جنبه بیشترین تأثیر و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین تأثیر را در این زمینه از خود برجای گذاشته‌اند.

همچنین در قسمت پایانی این جدول برنامه‌های ماهواره‌ای در هر سه جنبه هویت طبقاتی دارای بیشترین تأثیر هستند. خانواده نیز با میزان تأثیر نزدیک به برنامه‌های ماهواره‌ای در جایگاه دوم تأثیرگذاری در ساخت و شکل‌دهی به هویت خانوادگی دارد. سپس برنامه‌های صدا و سیما در رتبه سوم و در نهایت، نظام آموزشی اختلاف جزئی با برنامه‌های صدا و سیما در جایگاه چهارم قرار دارد. نکته قابل ملاحظه، این است که با توجه به کسب رتبه اول برنامه‌های ماهواره‌ای در تأثیر بر هویت طبقاتی، افراد باز هم بیشتر به مواردی که خانواده بر روی آنها تأکید دارد، گرایش از خود نشان داده‌اند.

#### ۳-۴. تحلیل روابط دوجانبه متغیرها و آزمون فرضیات

یافته‌ها حاکی از آن است که در هجده تقابل موجود میان ابعاد مورد نظر، در هفده تقابل ابعاد فروملی نسبت به ابعاد ملی و فراملی از برجستگی بالا و معناداری برخوردار بوده‌اند و تنها در یک مورد که مربوط به احساس پاسخگویان به هویت ملی و طبقاتی است تفاوت معناداری در برجستگی ابعاد مورد مقایسه وجود ندارد. می‌توان گفت: ابعاد فروملی هویت جمعی در مقایسه با ابعاد ملی و فراملی هویت جمعی از برجستگی بیشتری برخوردارند و سهم این ابعاد در هویت جمعی جوانان پررنگ‌تر بوده و به عبارتی، پاسخگویان عمدتاً تحت تأثیر چنین ابعادی هستند. بدین ترتیب فرضیه اول مورد تأیید و پذیرش قرار می‌گیرد.

جدول ۴. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت

در برجستگی ابعاد فراملی، ملی و فروملی (جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی) هویت جمعی

نحوه وجود تفاوت	سطح معناداری	مقدار آزمون تحلیل واریانس	درجه آزادی	تعداد پاسخگویان	جنبه‌های سه‌گانه	نوع مقایسه
هویت جنسیتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۱۹۲۱/۳۲	۱۱۲۷	۳۷۶	شناختی	فراملی، ملی و جنسیتی
هویت جنسیتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۶۷۲/۹۷	۱۱۳۰	۳۷۷	احساسی	
هویت جنسیتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۲۵۹۲/۱۴	۱۱۳۰	۳۷۷	رفتاری	
هویت خانوادگی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۱۲۵۶/۹۳	۱۱۲۷	۳۷۶	شناختی	فراملی، ملی و خانوادگی
هویت خانوادگی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۷۱۳/۹۶	۱۱۳۴	۳۷۸	احساسی	
هویت خانوادگی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۸۸۴/۲۴	۱۱۳۴	۳۷۸	رفتاری	
هویت طبقاتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۴۳۷/۴	۱۱۳۴	۳۷۸	شناختی	فراملی، ملی و طبقاتی
هویت طبقاتی و ملی از برجستگی متوسط و مشابه برخوردارند و در مقابل هویت فراملی قرار می‌گیرند که دارای برجستگی بسیار ضعیف است.	۰/۰۰۰	۴۱۲/۳۳	۱۱۳۴	۳۷۸	احساسی	
هویت طبقاتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.	۰/۰۰۰	۴۲۰/۶۲	۱۱۳۴	۳۷۸	رفتاری	

یافته‌ها حاکی از آن است که در تقابل‌هایی که مورد آزمون قرار گرفته‌اند، تنها در یک مورد که مربوط به شناخت پاسخگویان به هویت خانوادگی و جنسیتی است، تفاوت معناداری در برجستگی ابعاد مورد مقایسه وجود ندارد. بر اساس یافته‌های جدول ۵ می‌توان گفت: ابعاد فروملی هویت جمعی از برجستگی متفاوت و معناداری در مقایسه با یکدیگر

هویت جمعی جوانان و برساخت جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی ... ۱۷۳

در هویت جمعی جوانان برخوردار هستند و سهم این ابعاد در هویت جمعی جوانان متفاوت است. بدین ترتیب فرضیه دوم، مبنی بر وجود تفاوت در برجستگی ابعاد فراملی هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه، مورد تأیید و پذیرش واقع می‌شود.

جدول ۵. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت در برجستگی ابعاد جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه

جنبه‌های مورد نظر	تعداد پاسخگویان	درجه آزادی	مقدار آزمون تحلیل واریانس	سطح معناداری	نحوه وجود تفاوت
شناختی	۳۷۷	۱۱۳۰	۵۵۱/۶۰	۰/۰۰۰	هویت جنسیتی و خانوادگی از برجستگی بالاتری نسبت به هویت طبقاتی برخوردار است.
احساسی	۳۷۶	۱۱۲۷	۶۳۲/۵۳	۰/۰۰۰	هویت خانوادگی از برجستگی بالاتری نسبت به هویت جنسیتی و هویت جنسیتی نیز از برجستگی بالاتری نسبت به هویت طبقاتی برخوردار است.
رفتاری	۳۷۷	۱۱۳۰	۶۸۱/۵۶	۰/۰۰۰	هویت جنسیتی و خانوادگی از برجستگی بالاتری نسبت به هویت طبقاتی برخوردار است.

یافته‌ها حاکی از آن است که در تقابل‌هایی که مورد آزمون قرار گرفته‌اند، در سه مورد که مربوط به جنبه‌شناختی و احساسی هویت خانوادگی، جنبه‌شناختی و رفتاری هویت جنسیتی و جنبه‌احساسی و رفتاری هویت طبقاتی است، تفاوت معناداری در برجستگی جنبه‌های مورد نظر ابعاد فراملی هویت جمعی وجود ندارد. بدین ترتیب فرضیه سوم، در این سه تقابل موجود مورد تأیید واقع نمی‌شود و سایر جنبه‌هایی که در مقایسه با یکدیگر دارای تفاوت معناداری در برجستگی بوده‌اند، محل تأیید و پذیرش فرضیه تلقی می‌شوند.

جدول ۶. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت

در برجستگی جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری ابعاد فرمولی هویت جمعی

جنبه‌های سه‌گانه	تعداد پاسخگویان	درجه آزادی	مقدار آزمون تحلیل واریانس	سطح معناداری	نحوه وجود تفاوت
جنبه‌های سه‌گانه هویت جنسیتی	۳۷۶	۱۱۲۷	۵۱۱/۴۷	۰/۰۰۰	جنبه‌های شناختی و رفتاری از برجستگی بالا و مشابه، اما جنبه احساسی از برجستگی پایین و متفاوت با دو جنبه دیگر برخوردار است.
جنبه‌های سه‌گانه هویت خانوادگی	۳۷۷	۱۱۳۰	۵۱۶/۲۴	۰/۰۰۰	جنبه‌های شناختی و احساسی از برجستگی بالا و مشابه، اما جنبه رفتاری از برجستگی پایین و متفاوت با دو جنبه دیگر برخوردار است.
جنبه‌های سه‌گانه هویت طبقاتی	۳۷۶	۱۱۲۷	۴۳۷/۲۹	۰/۰۰۰	جنبه شناختی برجسته‌تر از دو جنبه دیگر است که دارای برجستگی مشابه هستند.

نتایج جدول ۷ به‌طور کلی نشان می‌دهد که میزان و نحوه تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری در زمینه یادشده با یکدیگر متفاوت است که در فرضیات فرعی ارائه شده در فرضیه چهارم چنین نکته‌ای به تأیید رسید. اما در مورد اینکه تفاوت این تأثیرگذاری به چه شکلی است، می‌توان گفت: بیشترین تفاوت‌ها و تعارض‌ها مربوط به خانواده با نظام آموزشی، برنامه‌های صدا و سیما و برنامه‌های ماهواره‌ای است و چنین تقابلهایی باعث شده است که خانواده در یک سو متفاوت از سایر کارگزاران قرار بگیرد. عکس چنین حالتی را برنامه‌های ماهواره‌ای در سوی دیگر با تعارض خود در مقایسه با سایر کارگزاران به خود اختصاص داده‌اند. اما کمترین تفاوت موجود در میان کارگزاران جامعه‌پذیری مربوط به نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما است؛ به گونه‌ای که این دو کارگزار نیز در یک دسته مشابه قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، خانواده از میان کارگزاران بیشترین تعهد پاسخگویان را به سمت خود روان ساخته، بدین معنی که افراد در بحث هویت جمعی خود (در هر سه بعد) عمدتاً تحت تأثیر خانواده هستند و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین تعهد را از سوی پاسخگویان (علی‌رغم مانور زیاد برنامه‌های ماهواره‌ای در حوزه هویت طبقاتی) دریافت کرده است.



هویت جمعی جوانان و برساخت جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی ... ۱۷۵

جدول ۷. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت

تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر جنبه‌های سه‌گانه هریک از ابعاد فراملی هویت جمعی

ابعاد فراملی هویت جمعی	جنبه‌های سه‌گانه	تعداد پاسخگویان	درجه آزادی	مقدار آزمون تحلیل واریانس	سطح معناداری	نحوه وجود تفاوت
جنسیتی	شناختی	۳۴۵	۱۳۷۹	۳۹۷/۱۴	۰/۰۰۲	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
	احساسی	۳۴۶	۱۳۸۳	۹۴/۱۷۲	۰/۱۸۳	هیچگونه تفاوت معناداری بین تأثیر کارگزاران وجود ندارد.
	رفتاری	۳۴۶	۱۳۸۳	۴۰۳/۴۷	۰/۰۰۱	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
خانوادگی	شناختی	۳۴۷	۱۲۸۷	۶۸۵/۳۶	۰/۰۰۰	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
	احساسی	۳۴۶	۱۲۸۲	۶۱۱/۲۹	۰/۰۰۰	هیچگونه تفاوت معناداری بین تأثیر کارگزاران وجود ندارد.
	رفتاری	۳۴۵	۱۲۷۹	۵۴۳/۴۷	۰/۰۰۰	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
طبقاتی	شناختی	۳۴۵	۱۳۷۹	۴۱۱/۲۱	۰/۰۰۱	برنامه‌های ماهواره‌ای با بیشترین تأثیر در یک دسته، سپس خانواده نیز در دسته دیگر و نهایتاً برنامه‌های صدا و سیما و نظام آموزشی نیز با کمترین تأثیر در دسته سوم قرار می‌گیرند.
	احساسی	۳۴۷	۱۳۸۷	۲۵۷/۳۳	۰/۰۱۸	برنامه‌های ماهواره‌ای با بیشترین تأثیر در یک دسته، سپس خانواده نیز در دسته دیگر و نهایتاً برنامه‌های صدا و سیما و نظام آموزشی نیز با کمترین تأثیر در دسته سوم قرار می‌گیرند.
	رفتاری	۳۴۶	۱۳۸۴	۳۹۷/۶۵	۰/۰۱۳	برنامه‌های ماهواره‌ای و خانواده با تأثیر بالای خود در یک دسته و برنامه‌های صدا و سیما و نظام آموزشی نیز با تأثیر پایین خود در دسته دیگر قرار می‌گیرند.

یافته‌های مندرج در جدول ۸ نیز نحوه تعامل (مناسبات) میان کارگزاران جامعه‌پذیری را

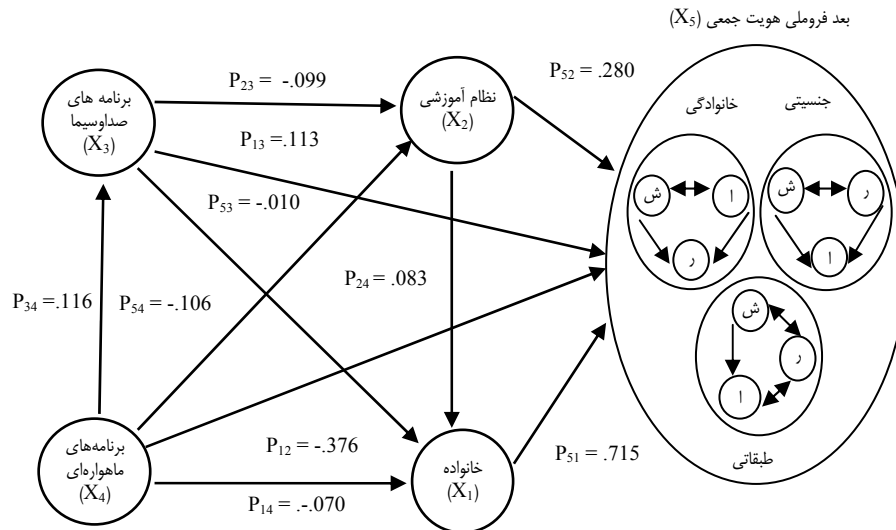
براساس ضریب همبستگی کندال نشان می‌دهد. وجود رابطه مستقیم نشان دهنده همزیستی، وجود رابطه معکوس نشان دهنده تعارض و عدم وجود رابطه نیز نشان دهنده عدم تعامل میان کارگزاران است. نتایج نشان می‌دهد: از تعداد ۵۴ تعامل ممکن میان کارگزاران جامعه‌پذیری، ۳۱ رابطه میان کارگزاران به صورت متعارض، ۷ رابطه به صورت همزیستی و در ۱۶ حالت، عدم تعامل میان کارگزاران جامعه‌پذیری وجود دارد. بنابراین باید گفت که عمده نحوه تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری متعارض گونه است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد: بیشترین تعارض موجود میان کارگزاران مربوط به رابطه خانواده و نظام آموزشی با برنامه‌های ماهواره‌ای است که در همه حالات با یکدیگر متعارض هستند. همچنین بیشترین حالت همزیستی و هماهنگی مربوط به رابطه برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما با ۵ حالت و سپس خانواده با نظام آموزشی با ۲ حالت است. بیشترین حالت عدم وجود تعامل (نه متعارض و نه همزیست) به رابطه میان خانواده با نظام آموزشی با ۷ حالت و سپس خانواده با برنامه‌های صدا و سیما با ۵ حالت مربوط می‌شود.

جدول ۸. نحوه تعامل (مناسبات) میان کارگزاران جامعه‌پذیری در جنبه‌های ابعاد فراملی هویت جمعی بر مبنای

همزیستی، تعارض و عدم تعامل

برنامه‌های ماهواره‌ای	برنامه‌های صدا و سیما	نظام آموزشی	خانواده	تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری با یکدیگر					
				کارگزار	جنبه‌های سه‌گانه	ابعاد			
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	عدم تعامل	خانواده	شناختی	شناختی			
				نظام آموزشی					
				برنامه‌های صدا و سیما					
	تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	عدم تعامل			برنامه‌های ماهواره‌ای		
							خانواده	احساسی	
							نظام آموزشی		
	همزیستی	تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل			برنامه‌های صدا و سیما		
							برنامه‌های ماهواره‌ای		
							خانواده		
	تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	عدم تعامل			خانواده		رفتاری
							نظام آموزشی		
							برنامه‌های صدا و سیما		
تعارض	تعارض	عدم تعامل	متعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای					
				خانواده	شناختی				
				نظام آموزشی					
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	عدم تعامل	برنامه‌های صدا و سیما					
				برنامه‌های ماهواره‌ای					
				خانواده					
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	عدم تعامل	خانواده		احساسی			
				نظام آموزشی					
				برنامه‌های صدا و سیما					
تعارض	تعارض	عدم تعامل	متعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای					
				خانواده			رفتاری		
				نظام آموزشی					
همزیستی	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های صدا و سیما					
				برنامه‌های ماهواره‌ای					
				خانواده					
تعارض	تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	خانواده	شناختی				
				نظام آموزشی					
				برنامه‌های صدا و سیما					
همزیستی	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای					
				خانواده		احساسی			
				نظام آموزشی					
تعارض	تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	برنامه‌های صدا و سیما					
				برنامه‌های ماهواره‌ای					
				خانواده					
تعارض	تعارض	همزیستی	عدم تعامل	خانواده			رفتاری		
				نظام آموزشی					
				برنامه‌های صدا و سیما					
همزیستی	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای					

۳-۵. تحلیل روابط چندجانبه متغیرها (تحلیل مسیر)



نمودار ۲. تحلیل مسیر تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر بعد فرمولی هویت جمعی جوانان

نمودار ۲ چگونگی تأثیر و نیز تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری در ساخت ابعاد فرمولی هویت جمعی را متناسب با برجستگی ابعاد جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی و نیز جنبه‌های سه‌گانه هر کدام از این ابعاد نشان می‌دهد. یافته‌ها حاکی از آن است که در ساخت هویت جمعی جوانان که تحت تأثیر ابعاد فرمولی است، خانواده با ضریب تأثیر  $0/715$  بیشترین نقش را در ساخت ابعاد فرمولی هویت جمعی دارد و به همین تناسب، بالاترین تعهد را از سوی پاسخگویان به خود اختصاص داده است. برنامه‌های ماهواره‌ای نیز با ضریب تأثیر  $0/376$  - از نظر نقش و اهمیت در رده دوم قرار دارند. سپس نظام آموزشی با ضریب تأثیر  $0/280$  و در نهایت، برنامه‌های صدا و سیما با ضریب تأثیر  $0/113$  در رده‌های سوم و چهارم قرار دارند. اثرات غیرمستقیم مربوط به کارگزاران جامعه‌پذیری نشان می‌دهد که تعامل بالایی میان کارگزاران در ساخت هویت جمعی مشاهده نمی‌شود. در همین حال، تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما بر نظام آموزشی و خانواده در ساخت هویت جمعی به صورت معکوس و متعارض و در جهت خنثی کردن تأثیرات این کارگزاران است. اما تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر برنامه‌های صدا و سیما و نیز نظام آموزشی بر خانواده در جهت هم‌افزایی کارگزاران صورت می‌گیرد.

## ۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

### ۴-۱. هویت جنسیتی

برای تبیین و چرایی وضع موجود، ابتدا تأثیر متغیرهای زمینه‌ای همچون گروه‌های سنی، هزینه‌های زندگی، نوع شغل، نوع زندگی خانوادگی و تعداد اعضای خانواده بر هویت جنسیتی به تفکیک جنبه‌های سه‌گانه مورد سنجش واقع شد که نتایج نشان‌دهنده عدم تأثیر این متغیرها بر هویت جنسیتی بود؛ نتایجی که با یافته‌های پژوهش احمدی و گروسی (۱۳۸۳) مبنی بر تأثیر تعداد اعضای خانواده و نوع زندگی خانوادگی بر هویت جنسیتی و عریضی و همکاران (۱۳۸۵) در مورد تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی (درآمد، شغل و...) بر هویت جنسیتی در تعارض است.

در گام بعدی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما بر هویت جنسیتی مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که میزان تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما در طول شبانه‌روز نزد پاسخگویان به‌طور متوسط بیشتر از ۵ ساعت است؛ بدین ترتیب رسانه‌های ارتباط جمعی جایگاه بالایی در گذران اوقات روزمره پاسخگویان دارند. در زمینه دسترسی و استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی، به‌ویژه ماهواره، هومین فر (۱۳۸۲) با انجام پژوهشی به این نتیجه می‌رسد که دسترسی و استفاده افراد از ماهواره باعث تضعیف هویت جنسیتی در آنها می‌شود. همچنین عریضی و همکارانش (۱۳۸۵) نیز در بخشی از پژوهش خود میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای را عاملی در جهت تضعیف هویت جنسیتی قلمداد کرده‌اند. اما نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما و به‌ویژه برنامه‌های ماهواره‌ای هیچ‌گونه تأثیر معناداری در شدت و ضعف هویت جنسیتی از خود به نمایش نگذاشته‌اند. به این منظور نگاه پژوهش حاضر به انگیزه‌ها و نوع برنامه‌های منتخب از سوی پاسخگویان متمرکز شد و با ورود متغیر انگیزه تماشا به عنوان متغیر تعدیل‌کننده مشخص شد پاسخگویانی که برنامه‌ها را با انگیزه‌های هویتی انتخاب کرده‌اند، دارای هویت جنسیتی پایین‌تر البته در جنبه احساسی هستند و جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی همچنان در سطح بالا باقی مانده است. بنابراین می‌توان چنین استنباط کرد که عامل اصلی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما، انگیزه تماشا است و نه میزان تماشا. نتیجه‌ای که رد نظریه کاشت در حوزه تأثیر رسانه‌ها و نتایج پژوهش‌های ذکر شده را رقم زده، اما تأییدکننده نظریه استفاده و

التذاذ است که انگیزه تماشا را مهم‌ترین عامل تأثیرگذاری رسانه بر مخاطب می‌داند، همان چیزی که عریضی و همکارانش (۱۳۸۵) در بخش دیگری از پژوهش خود به آن اشاره کرده‌اند. اما نکته‌ای که باید بیشتر به آن پرداخت، این است که چرا صرفاً یکی از جنبه‌های هویت جنسیتی (جنبه احساسی) از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی خصوصاً ماهواره دچار نوسان شده و جنبه‌های رفتاری و شناختی به صورت ثابت و در سطح بالا باقی مانده‌اند. پاسخ به این سؤال را می‌توان در چند محور مورد تجزیه و تحلیل قرار داد:

۱. از آنجایی که عامل زمان یکی از اساسی‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر ثبات و پایداری منابع هویت‌ساز است؛ چنانکه حاجیانی در یافته‌های پژوهش خود به آن اشاره می‌کند و با توجه به اینکه تعداد مخاطبان برنامه‌های ماهواره‌ای در دو سه سال اخیر روند رو به رشدی به خود گرفته است (حداقل در محل انجام پژوهش)، نمی‌توان انتظار داشت که برنامه‌های ماهواره‌ای در انتقال الگوها و ارزش‌ها و درونی کردن آنها با کارگزاری همچون خانواده که سال‌هاست ارزش‌ها و الگوهای بنیادین خود را در افراد نهادینه کرده است، موفقیت چندانی کسب کند. پیش‌بینی می‌شود که با گذشت زمان طولانی تأثیرپذیری جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی از برنامه‌های ماهواره‌ای افزایش یابد.

۲. به دلیل اینکه رسانه‌های ارتباط جمعی (برنامه‌های ماهواره و صدا و سیما) یکی از عوامل مهم جمع کردن اعضای خانواده در کنار یکدیگر است، انتخاب برنامه‌های مورد تماشا از ماهواره و صدا و سیما عمدتاً بر مبنای سلیق خانوادگی صورت می‌پذیرد و افراد در اکثر اوقات قدرت انتخاب برنامه‌ها را در محیط خانواده به صورت انفرادی ندارند. به این ترتیب می‌توان تأثیر خانواده بر انگیزه افراد از تماشای برنامه‌ها را مشاهده کرد که عمدتاً جهت آن به سمت انگیزه تفریح و سرگرمی است که کمترین تأثیر را بر هویت جنسیتی می‌گذارد.

۳. مطابق با تئوری کنترل هویت، نظام کنترل فرایند هویت به وسیله اصلاح بازده (رفتار) برای موقعیت اجتماعی به کار می‌رود تا داده‌ها (ارزیابی‌های انعکاس یافته از بیرون روی افراد) را برای سازگاری با استانداردهای داخلی اصلاح کند. به عبارتی این نظام کنترل در صورتی که ضعیف شود، هویت جمعی سازگار حاصل نخواهد شد. به دلیل فقدان حضور نظام کنترل رسانه‌های ارتباط جمعی و نیز عدم تطابق آن با نظام کنترل حاصل از خانواده و نظام آموزشی در زمینه هویت جنسیتی، ارزیابی‌های انعکاس یافته از

رفتار فرد به خاطر قدرت تأثیر‌گذاری بالای خانواده با توجه به یافته‌ها، تحت تأثیر خانواده خواهد بود. به عبارت دیگر تا زمانی که خانواده مهم‌ترین منبع کنترل هویت جنسیتی است و ارزیابی‌هایی که انعکاس آن باعث اصلاح رفتار جنسیتی افراد می‌شود، از خانواده حاصل می‌شود، نمی‌توان انتظاری از موفقیت چنان برنامه‌های ماهره‌ای حداقل در زمینه رفتاری داشت.

نگاهی به نتایج پژوهش‌های احمدی و گروسی (۱۳۸۳) و همچنین هومین فر (۱۳۸۲) نشان می‌دهد که بالا رفتن سطح تحصیلات، هویت جنسیتی افراد را تضعیف می‌کند، اما یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد: افزایش سطح تحصیلات تنها باعث تضعیف احساس افراد به هویت جنسیتی شده است و تأثیری بر جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی نداشته است. از جمله عواملی که تأثیر تحصیلات بر تضعیف هویت جنسیتی در جنبه‌های شناختی و رفتاری را خنثی می‌کنند، می‌توان به تفکیک جنسیتی در محیط‌های آموزشی، منع ادامه تحصیل در بخشی از رشته‌های تحصیلی بر پایه جنس، رفتار متفاوت معلمان و اساتید در برخورد با دو گروه جنسی، نوع برنامه‌ریزی درسی و... اشاره کرد که همگی آنها را می‌توان در قاعده‌تقابل گروه خودی و گروه غریبه در نظر آورد که در این تقابل با افزایش تضاد و تفاوت بین دو گروه (زنان و مردان)، انسجام رفتاری میان اعضای هر گروه به حد بالایی رسیده و هویت جنسیتی را برجسته نگه می‌دارد. بدین ترتیب خانواده تنها کارگزاری است که قدرت تأثیر‌گذاری بالایی بر جنبه‌های سه‌گانه هویت جنسیتی را دارد. چنانکه یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد، جنبه‌های سه‌گانه هویت جنسیتی به شدت تحت تأثیر قدرت تأثیر‌گذاری خانواده قرار دارند. هومین فر (۱۳۸۲) نیز خانواده را به‌عنوان سازوکار اصلی جامعه‌پذیری جنسیتی در مقایسه با سایر کارگزاران معرفی می‌کند. برای تبیین تأثیر‌گذاری خانواده بر هویت جنسیتی می‌توان گفت: بر اساس گفته‌های پورتمن که معتقد است با متولد شدن انسان یک تولد نارس رخ می‌دهد که صرفاً دارای جنبه‌زیست‌شناختی بوده و برای تبدیل شدن به یک انسان کامل نیاز به آموختن جنبه‌های فرهنگی دارد، خانواده به واسطه‌این که اولین کارگزاری است که ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی خود را به فرد انتقال داده، نسبت به سایر کارگزاران مدت زمان بیشتری با افراد در تعامل است و همچنین کانون روابط منحصر به فرد و صمیمانه میان اعضا است، بیشترین آموخته‌های فرد را به خود اختصاص می‌دهد.

چنانکه قبلاً نیز اشاره شد، ارزیابی‌های انعکاس‌یافته از رفتار افراد عمدتاً در کنش و تقابل با اعضای خانواده صورت می‌گیرد. بنابراین می‌توان انتظار داشت که خانواده نظام کنترل اصلی ابعاد هویت جمعی در افراد باشد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که اعتقادات و مناسک مذهبی و پایبندی به آنها در نزد پاسخگویان جایگاه بالایی را به خود اختصاص داده است و از آنجایی که آموزه‌های تربیتی خانواده‌ها نیز بر پایه ارزش‌های مذهبی و معنوی، که نقش‌ها و تکالیف متفاوت را برای دو گروه زنان و مردان قائل هستند، استوار است، بنابراین تأثیر بالای خانواده بر هویت جنسیتی را به واسطهٔ دیالکتیک با اصول مذهبی می‌توان تبیین کرد.

از دیگر عوامل مهم موفقیت خانواده در تأثیر بر جنبه‌های سه‌گانهٔ هویت جنسیتی از نظر خود پاسخگویان، فقدان اعتماد و عدم احساس امنیت نسبت به سایر نهادهای جامعه‌پذیرکننده است؛ چنانکه پاسخگویان، به‌ویژه زنان، خانواده را تنها محل امن و تکیه‌گاه مطمئن در زندگی خود متصور شده‌اند و برای تضمین حمایت از سوی خانواده، رفتاری منطبق با انتظارات خانواده از خود به نمایش می‌گذارند. همچنین خانه‌داری بیش از نیمی زنان مورد بررسی که باعث تقسیم کار جنسی میان زن و مرد و نیز عدم تقارن در وظایف خانگی می‌شود، از جمله دلایل موفقیت خانواده در تأثیرگذاری بر هویت جنسیتی بوده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد: تأثیر خانواده بر هویت جنسیتی تنها در سال‌های اولیهٔ پس از ازدواج با کاهش نسبی روبرو می‌شود، اما با گذشت زمان از تشکیل خانواده، میزان تأثیرگذاری خانواده بر هویت جنسیتی افزایش می‌یابد. چنین فرایندی می‌تواند حاصل قرار گرفتن افراد و نقش‌های جدید (مادری - پدری - همسری) و آشنایی با تکالیف آن نقش‌ها، فرزندآوری زنان در سال‌های بعد و... باشد. در نهایت باید گفت: هویت جنسیتی نزد پاسخگویان در پژوهش حاضر را می‌توان بر پایهٔ رویکرد ساختی - کارکردی که افراد از طریق جامعه‌پذیری خانوادگی نقش‌ها و تکالیف جنسیتی خود را فراگرفته و بدان عمل می‌کنند، تبیین کرد.

## ۲-۴. هویت خانوادگی

هویت خانوادگی پاسخگویان متناسب با نقش‌هایشان در محیط خانواده در سه دستهٔ زنان



متأهل (مادر - همسر)، مردان متأهل (پدر - همسر) و فرزندان (دختر - پسر) مورد سنجش قرار گرفت. یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه هویت خانوادگی در هر سه دسته نشان می‌دهد که هویت خانوادگی در جنبه‌های شناختی و احساسی با کسب میانگین بالا دارای برجستگی زیاد و در جنبه رفتاری با کسب میانگین پایین، از برجستگی کمتری برخوردار است. همچنین خانواده به‌عنوان مؤثرترین کارگزار در جهت تقویت برجستگی هویت خانوادگی تلقی می‌شود. نظام آموزشی نیز با ضریب تأثیر بسیار پایین‌تر از خانواده در جهت برجستگی هویت خانوادگی در رتبه دوم کارگزاران قرار دارد. برنامه‌های ماهواره‌ای نیز با ضریب اهمیت پایین‌تر از نظام آموزشی در رتبه سوم قرار دارد، اما تأثیر این برنامه‌ها در جهت کاهش برجستگی هویت خانوادگی بوده است. برنامه‌های صدا و سیما نیز با ضریب تأثیر بسیار پایین به‌عنوان کارگزاری که نقش چندانی در شدت و ضعف هویت خانوادگی ندارد، معرفی شد. بر مبنای چنین یافته‌هایی، گونه‌های جدیدی در هویت خانوادگی شناخته شد که البته شرح مبسوط آن در بخش دستاوردهای نظری آورده شده است. حال باید یافته‌های پژوهش را با یافته‌های پژوهش‌های پیشین و مبانی نظری ترکیب و در نهایت، تبیین درستی از وضع موجود ارائه کرد.

از مهم‌ترین کاستی‌های پژوهش‌های پیشینی که مورد توجه پژوهش حاضر بود، این است که هویت خانوادگی را با توجه به عناصر و ابعاد تشکیل‌دهنده آن مورد سنجش و تحلیل قرار نداده‌اند و نیز در تبیین هویت خانوادگی صرفاً بر روی عوامل خانوادگی متمرکز شده‌اند؛ نظیر پژوهش فیبر و همکاران (۲۰۰۳)، کی کلت و لوماسکولو (۲۰۰۳) و زارع (۱۳۸۲). در حالی که شناخت یک پدیده نظیر هویت خانوادگی بدون توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن، دور از واقعیت بوده و دیگر این که تأثیر خانواده را جدا از سایر نهادهای جامعه‌پذیرکننده حاضر در جامعه نمی‌توان مورد تحلیل قرار داد.

به‌عنوان نمونه فیبر و همکاران (۲۰۰۳) و زارع (۱۳۸۲) در پژوهش‌های تجربی خود، هویت خانوادگی در افراد مورد بررسی را صرفاً با جنبه احساسی مورد سنجش قرار داده‌اند و یافته‌ها حاکی از آن است که هویت خانوادگی تحت تأثیر ساختار (الگوهای تعاملاتی) خانوادگی دچار شدت و ضعف می‌شود. این نکته را باید متذکر شد که احساس تنها بخشی از فرایند هویت محسوب می‌شود و چنین سبک سنجشی پژوهشگر را به خطا وامی‌دارد. همچنین نتایج پژوهش برخلاف پژوهش‌های یاد شده نشان می‌دهد که جنبه

احساسی هویت خانوادگی در شرایط گوناگون و متفاوت به صورت ثابت و در سطحی بالا قرار دارد. همچنین اشاره صرف به تأثیر ساختار خانواده بر هویت خانوادگی با وجود نفوذ سایر نهادهای جامعه‌پذیر کننده نمی‌تواند تبیین مناسبی از وضعیت هویت خانوادگی ارائه دهد.

برای تبیین درست یافته‌های حاصل از سنجش هویت خانوادگی، ابتدا باید هویت خانوادگی را به عناصر تشکیل‌دهنده آن شکسته و آن را از جنبه‌های مختلف با دیدی چندبعدی نگریم. در پژوهش حاضر برای تبیین صحیح هویت خانوادگی، ابتدا باید دید که چرا برجستگی جنبه رفتاری هویت خانوادگی آن هم در ابعاد تعاملات و هم‌رنگی پایین است و چرا بعد هم‌رنگی در هویت خانوادگی میانگین پایینی را در هر سه جنبه به خود اختصاص داده است؟ تأثیر خانواده به‌عنوان قوی‌ترین کارگزار در چه شرایطی تغییر پیدا کرده و اگر کارگزاران دیگر جامعه‌پذیرکننده در کنار خانواده قرار گیرند، هویت خانوادگی چه شرایطی را پیدا می‌کند؟

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هویت خانوادگی در جنبه‌های سه‌گانه به هیچ عنوان تحت تأثیر متغیرهای زمینه‌ای همچون گروه‌های سنی، محل سکونت، تعداد اعضای خانواده، مذهب، هزینه‌های خانوادگی، نوع شغل و نوع زندگی خانوادگی قرار ندارد. یافته‌هایی که بخشی از یافته‌های فیبر و همکاران (۲۰۰۳) و زارع (۱۳۸۲) را در زمینه‌های تعداد اعضای خانواده، نوع شغل والدین و نوع زندگی خانوادگی رد می‌کند. نحوه تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی، به‌ویژه برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت خانوادگی همانند تأثیر این برنامه‌ها بر هویت جنسیتی است. انگیزه تماشا در فرایند تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت خانوادگی مهم‌ترین واسطه‌ای است که سبب تأثیر فزاینده‌تر برنامه‌های ماهواره‌ای می‌شود و اینکه چرا برنامه‌های ماهواره‌ای قدرت تأثیر بالایی بر هویت خانوادگی نزد پاسخگویان نداشته‌اند را می‌توان همانند بخش هویت جنسیتی تبیین کرد.

خانواده در ایران و جوامع سنتی نظیر آن وظایف و کارکردهای متعددی داشته و یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی به شمار می‌رود (در روستاها کوچک‌ترین واحد تولیدی و در شهرها کوچک‌ترین واحد مصرف). با این همه در شهرها نیز غالباً پدر تأمین‌کننده معاش کل اعضای خانواده است. در نتیجه وابستگی اقتصادی زن به مرد یکی از پایه‌های اصلی تقسیم کاری است که در خانواده‌های ایرانی به چشم می‌خورد. این تقسیم جنسی

کار بر پایه کار خانگی زن و کار اجتماعی مرد استوار است. مرد نان‌آور و سرپرست خانواده است و وظیفه تأمین نیازهای اقتصادی را بر عهده دارد و زن نیز وظیفه انجام کار خانگی، تولید مثل، رفع نیازهای جنسی و تأمین آسایش روحی مرد و مراقبت از کودکان را دارد. بدین ترتیب است که خانواده با انتقال چنین الگوهایی به فرزندان خود نشان می‌دهد که برای تقویت هویت خانوادگی خود باید به وظایف و تکالیف خود در هر شرایطی پایبند باشند و به همین خاطر است که هویت خانوادگی پاسخگویان در هر سه جنبه بر پایه وظایف تعریف شده است. نمود برجسته چنین فرایندی در خانواده‌ها را می‌توان در مراسم خواستگاری و هنگام ازدواج مشاهده کرد که برای دختر و خانواده‌اش موقعیت اقتصادی - اجتماعی مرد از اصلی‌ترین معیارها و برای مرد نیز زیبایی زن، نجابت و خانه‌داری عموماً از اصلی‌ترین معیارها به شمار می‌آید. این نوع جامعه‌پذیری از سوی خانواده‌ها که یافته‌های پژوهش مهر تأیید بر آن می‌زند، نشان‌دهنده تأیید رسیدن رویکرد پایگاه - نقش در مورد خانواده است؛ رویکردی که در آن پارسنز معتقد است: زنان بیشتر نقش‌های عاطفی و مردان عمدتاً نقش‌های ابزاری را بر عهده دارند و ایفای چنین نقش‌هایی است که تعلقات فرد به خانواده را برجسته می‌کند.

سؤال اینجاست که با توجه به نقش بالای خانواده در هویت خانوادگی چه چیزی باعث تضعیف هم‌رنگی فرزندان و خانواده و تضعیف تعاملات میان اعضای خانواده می‌گردد؟ ژان پیازه بر این واقعیت تأکید می‌کند که روابط همالان دموکراتیک‌تر از روابط میان فرزند با پدر و مادرش است و روابط دوستی که میان نوجوانان و جوانان برقرار می‌شود، به‌طور معقول گرایش به برابری طلبی دارد و از آنجا که روابط گروه همالان بر پایه رضایت متقابل استوار است و نه بر پایه وابستگی‌های ذاتی خانوادگی، ناچار باید میزان زیادی بده و بستان وجود داشته باشد. والدین به واسطه قدرتشان قادرند به درجات متفاوت قواعد رفتار را به فرزندانشان تحمیل کنند. برعکس، در گروه همالان فرد زمینه‌کنش متقابل متفاوتی را کشف می‌کند که در آن می‌توان قواعد رفتار را مورد آزمون و کاوش قرار داد. بدین ترتیب است که گروه همالانی که در محیط‌های نظام آموزشی (البته به‌صورت خودجوش و نه با هدف مقابله با خانواده) و سایر محیط‌ها ایجاد می‌گردد، از نظر صمیمیت موجود در روابط افراد گروه، باعث تضعیف هم‌رنگی نزد فرزندان خانواده‌ها و از نظر مدت زمانی که در کنار هم سپری می‌کنند، باعث تضعیف میزان تعاملات میان اعضای

خانواده می شود.

همچنین قوانین و مقرراتی که در محیط نظام آموزشی اعمال می شود، مبنی بر اینکه باید یاد بگیرند در کلاس ها آرام باشند، به موقع در کلاس حاضر شوند، اقتدار معلم و استاد را بپذیرند و نسبت به آنها پاسخگو باشند و... باعث برجستگی بخش تکالیف نقش های اجتماعی افراد می شود، اما عدم تعامل میان نظام آموزشی با خانواده ها تضعیف نقش تعاملاتی افراد را هر چند اندک به همراه دارد.

تغییر نوع گذران اوقات فراغت در میان زنان و فرزندان که در چنین فرایندی گذران اوقات فراغت فرزندان از حالت گروهی به انفرادی نظیر بازی های رایانه ای و... تبدیل شده و زنانی که انجام فعالیت های فراغتی خود را از منزل به محیط بیرون هدایت کرده اند، باعث تضعیف بعد تعاملات و هم رنگی هویت خانوادگی می شود.

نکته ای که در پایان بحث هویت خانوادگی باید به آن اشاره کرد، این است که هویت خانوادگی در بعد تعاملات و هم رنگی در میان زوجینی که تازه ازدواج کرده بودند و فرزندی نداشتند، برجسته تر از سایر پاسخگویان است. یافته ای که نشان دهنده اهمیت سن اعضای خانواده در هویت خانوادگی و منطبق با یافته های هاروود، سالیز و لین (۲۰۰۶) است که اشاره به محدوده های بین گروهی به عنوان جایگزینی برای هویت خانوادگی دارند، مثل روابط میان هم نسلی ها. اما با تولد فرزند و وارد شدن نفر سوم به محیط خانواده از کیفیت هویت خانوادگی در بعد تعاملات و هم رنگی کاسته می شود، یافته ای که می توان آن را با تئوری «جنبه های کمی گروه» زیمل که در آن افزایش تعداد اعضای گروه باعث تغییر در کیفیت روابط گروه می شود، تعیین کرد. همچنین یافته ها در این زمینه نشان می دهد که برخلاف اعتقاد پاسخگویان به این که خود را به عنوان عضوی از یک کل به نام خانواده می دانند، هویت خانوادگی در سطح روابط دوتایی (زن و شوهری) برجسته تر است که چنین یافته ای را می توان بر پایه مطالعه نظری اسکابینی و منزلی (۲۰۱۱) در مورد سطوح هویت خانوادگی قرار داد.

### ۳-۴. هویت طبقاتی

یافته های پژوهش حاضر در زمینه هویت طبقاتی نشان می دهد که هویت طبقاتی در جنبه های شناختی، احساسی و رفتاری با کسب میانگین در حد متوسط از برجستگی بالایی

برخوردار نبوده و در حالت حد متوسط به سر می‌برد و برخلاف یافته‌های پژوهش آریس و سیدر (۲۰۰۷) سهم کمتری در هویت جمعی جوانان دارد؛ هرچند که جنبه شناختی هویت طبقاتی تفاوت معناداری با جنبه رفتاری این بعد از هویت جمعی دارد؛ به گونه‌ای که شناخت و آگاهی پاسخگویان از مقوله‌های هویت طبقاتی برجسته‌تر از رفتارهایشان در این زمینه است. یافته‌ها نشان می‌دهد که برنامه‌های ماهواره‌ای در جهت تقویت برجستگی هویت طبقاتی به‌عنوان قوی‌ترین کارگزار البته در جنبه‌های شناختی و احساسی شناخته می‌شود. اما خانواده که البته در جنبه رفتاری برتر بوده با اختلاف بسیار ناچیز از برنامه‌های ماهواره‌ای در تأثیرگذاری بر هویت طبقاتی در جهت تضعیف هویت طبقاتی گام برداشته و اثرات برنامه‌های ماهواره‌ای رابه‌طور کامل و به کمک نظام آموزشی خنثی می‌کند. برنامه‌های صدا و سیما نیز تأثیر کمی را البته هم جهت با برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت طبقاتی از خود برجای می‌گذارد.

یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه تعلقات طبقاتی نشان می‌دهد که تقریباً ۵۰ درصد پاسخگویان خود را متعلق به طبقه متوسط، تقریباً ۱۱ درصد به طبقه متوسط رو به پایین و نزدیک به ۹ درصد خودشان را متعلق به طبقه متوسط رو به بالا دانسته و سایر پاسخگویان از عناوین دیگری استفاده کرده‌اند که از فراوانی پائینی برخوردار هستند. همچنین شغل، تحصیلات، پایبندی به اصول مذهبی، درآمد، پوشش، اتومبیل و قومیت به ترتیب پررنگ‌ترین معیارهایی هستند که افراد برای قرار گرفتن در طبقه از آن یاد کرده‌اند. بدین ترتیب نتایج حاصل از شاخص‌های تعلقات طبقاتی پاسخگویان، برداشتی را در مخاطب ایجاد می‌کند که افرادی که از پایگاه شغلی، تحصیلی و درآمدی یکسان برخوردار هستند، بیشترین تعاملات را با یکدیگر داشته و از نمادهای خاص و مشابه‌ای همانند پوشش و اتومبیل برای نمایش تعلق طبقاتی‌شان استفاده می‌کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در واقع، این تعلقات قومیتی و مذهبی هستند که تعاملات و نمادهای طبقاتی و در یک کلام هویت طبقاتی افراد را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. بنابراین در مورد دسته‌بندی موریسون (۲۰۱۰) از تعاریف موجود درباره هویت طبقاتی این نکته را باید گفت که پاسخگویان در بحث طبقه و هویت طبقاتی بر جنبه‌های عینی و ذهنی حاصل از ساختارهای نابرابر اقتصادی - اجتماعی که مبتنی بر نظریات افرادی همچون مارکس و وبر بنا نهاده شده است، تأکید کرده‌اند. براساس نتایج پژوهش در واقعیت مورد مشاهده شاید بتوان تعریف جدیدی از

هویت طبقاتی بر پایه شاخص‌هایی نظیر قومیت، پایبندی به اصول مذهبی و نوع مذهب ارائه کرد که در آن سلسله‌مراتب اهمیتی چندانی نداشته باشند. بر همین مبنا، نتایج پژوهش، نتایج پژوهشی که ممتاز (۱۳۸۳) درباره معرفی طبقه از نظر بوردیو انجام می‌دهد و معتقد است که چنین تعریفی از طبقه را می‌توان برای جامعه ایران به کار برد و نیز پژوهش اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱) که با ارائه رویکردی نظری مبتنی بر جنبه‌های فرهنگی قصد نشان دادن تمایزات طبقاتی به واسطه سبک زندگی و مصارف متفاوت در جوامع امروزی مثل جامعه ایران دارند، را رد می‌کند. باقی ماندن پژوهش‌های اینچنین در حوزه هویت طبقاتی در جامعه ایران در سطح نظری از عوامل مهم پدید آمدن چنین تناقض‌هایی میان یافته‌های علمی محققان مختلف است. عدم وجود مراکز و امکانات متعدد و متفاوت (حتی در اکثر شهرهای بزرگ ایران) که گذران متفاوت گونه اوقات فراغت و سبک زندگی متمایز افراد را سبب شود، خود نشان از عدم موفقیت در کاربرد نظریات بوردیو، گولدتروپ و... در جامعه ایران دارد. همچنین سطح زندگی پاسخگویان از نظر درآمدی، گرایش‌های قومی و مذهبی و مواردی نظیر آن، عدم کارایی چنین نظریاتی را بیش از پیش به نمایش می‌گذارد. نتایج پژوهش‌های هیگز و گیلرد (۲۰۰۶) و نیز آریس و سیدر (۲۰۰۷) که به صورت تجربی هویت طبقاتی را با جنبه‌های فرهنگی، مصرفی و شخصیتی (روان‌شناختی) حاصل از ساختارهای اقتصادی - اجتماعی نابرابر مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌دهند، به واسطه نتایج پژوهش حاضر مورد تأیید واقع نمی‌شوند.

در تبیین و چرایی نحوه تأثیرگذاری کارگزاران جامعه‌پذیری بر هویت طبقاتی خصوصاً خانواده که با وجود تأثیرگذاری ماهواره در این زمینه باز هم بیشترین تعهدات را از سوی پاسخگویان به خود اختصاص داده است؛ اینکه چرا خانواده به‌عنوان کارگزار جامعه‌پذیری وظیفه انتقال الگوها و ارزش‌های فرهنگی مسلط جامعه را بر افراد بر عهده دارد. جامعه‌ای که در آن مناسبات میان افراد و ارزش‌های حاکم بر پایه تعلقات قومی و مذهبی استوار است، ارزش‌ها و الگوهای انتقالی کارگزاران داخلی جامعه مورد نظر، نظیر خانواده نیز به‌عنوان نمونه در هویت طبقاتی مبتنی بر چنین تعلقاتی خواهد بود که در ادامه به نمونه‌هایی از آن اشاره می‌شود.

پوشش با استفاده از مجموعه علائم مادی، نظام ارتباطی فرهنگی ویژه‌ای را در میان یک قشر یا طبقه برقرار می‌کند و ارزش‌های نمادین موجود در یک گروه را به تصویر

می‌کشد. هر یک از گروه‌های انسانی که در مناطق مختلف ایران زندگی می‌کنند، تحت تأثیر عوامل گوناگون از جمله ویژگی‌های بوم‌شناختی منطقه قرار دارند، تن‌پوش ویژه‌ای دارند که در نگاه نخست قومیت، زبان و حتی مذهب افراد را نمایان می‌کند. این ویژگی در استان گلستان در میان زنان قوم ترکمن که تقریباً یک چهارم پاسخگویان پژوهش حاضر را تشکیل می‌دادند، از برجستگی ویژه‌ای برخوردار است. بدین ترتیب تنوع پوششی که نماد یک طبقه خاص باشد را در پژوهش حاضر نمی‌توان ملاحظه کرد. اما نتایج پژوهش حاضر نشان از برجستگی شاخص پوشش به عنوان تعلق طبقاتی نزد پاسخگویان دارد. در توضیح این مسئله باید متذکر شد که هزینه‌های صرف شده برای به دست آوردن پوشش مورد نظر است که این شاخص را برجسته می‌کند و نه تنوع پوششی. بدین ترتیب هزینه‌های پرداخت شده برای پوشاک و همچنین اتومبیل را می‌توان جزء مصارفی که به خاطر چشم و هم‌چشمی و نیز کسب احترام و فخر فروشی است، به حساب آورد که از آن می‌توان با عنوان مصرف نمایشی - که وبلن و نیز دوزنبری به آن اشاره کرده‌اند - یاد کرد که در آن جهت‌گیری مصرف تنها ناشی از ضرورت رفع نیازهای زیستی نیست، بلکه انتخابی است که هویت متمایز را آشکار می‌سازد. اما نکته قابل توجه این است که واحد مصرف نمایشی نزد پاسخگویان نه فردی بوده و نه خانوادگی، بلکه تعلقات قومی و مذهبی است. نمونه عینی و برجسته آن را در گرایش زنان و مردان ترکمن به اتومبیل‌های ساخت شرکت تویوتا و گرایش زنان ترک و آذری زبان را به سنگ‌دوزی بر روی پیراهن‌های خود مشاهده کرد.

همچنین با علم به اینکه تأثیر مذهب و آموزه‌های مذهبی در جوامع کوچک و به‌طور مشخص جامعه مورد مطالعه غیرقابل انکار است، وجود رقابت در گروه‌های محلی موجب شکل‌گیری کانون‌های مذهبی متعدد و مجزا شده و مناسک مذهبی بسیار جدی و پررنگ بر گزار می‌شود که همین امر رویارویی و رقابت بین گروهی بر مبنای تفکیک طبقاتی نظیر شرکت در مراسمات و مناسبت‌ها، یاری رساندن به افراد گروه (طبقه)، حفظ منافع جمعی (طبقاتی)، مشورت و... را به حداقل ممکن می‌رساند.

همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که زبان قومی از جایگاه شایسته‌ای در جامعه مورد مطالعه برخوردار است و در مواجهه با زبان فارسی برتری قابل ملاحظه‌ای از خود نشان می‌دهد. براساس مشاهدات انجام شده توسط محقق، مشخص شد که میزان

گویش‌های محلی در منطقه مورد بررسی در حد بالایی بوده، به گونه‌ای که در تعاملات افراد حتی در محیط‌های اداری و آموزشی نیز گرایش و ترجیح به سمت زبان قومی است. این ویژگی، آگاهانه یا ناآگاهانه یکی از نمادهای هویت طبقاتی با عنوان «لحن سخن گفتن» را به شدت تضعیف می‌کند.

بدین ترتیب گویش‌های محلی، شیوه خاص همسرگزینی، تعلقات مذهبی و مواردی نظیر آن، عناصر و شاکله نظام کنترل فرایند هویت در بعد طبقاتی را تشکیل می‌دهند که به نمایندگی خانواده با وجود تأثیر بالای ماهواره در این زمینه ارزیابی‌های خود را برای اصلاح رفتار افراد به آنها انعکاس می‌دهند و تا زمانی که چنین نظام کنترلی بر تمامی جنبه‌های زندگی اجتماعی و فرهنگی افراد سیطره دارد، نمی‌توان به تقویت هویت در ابعادی نظیر طبقه امید داشت.

#### ۴-۴. تقابل ابعاد فراملی و فروملی هویت جمعی

یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه ابعاد فراملی و ملی هویت جمعی نشان می‌دهد که هویت فراملی (جهانی) در هر سه جنبه شناختی، احساسی و رفتاری میانگین بسیار پایینی را به خود اختصاص داده است؛ بدین معنی که در بین پاسخگویان از جایگاه بسیار پایینی برخوردار است. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که پاسخگویان در حوزه هویت فراملی (جهانی) صرفاً به مصرف غذاها و استفاده از لباس‌ها و پوشش‌های دارای مارک خارجی (بین‌المللی) گرایش دارند. بدین ترتیب گرایش افراد به هویت جهانی در جنبه‌های مصرفی و ظاهری خلاصه شده که البته میانگین برجستگی آنها نیز در حد متوسط است.

همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که هویت ملی نیز در جنبه‌های شناختی و رفتاری در سطح پایین و در جنبه احساسی در حد متوسط قرار دارد؛ چنین نتایجی نشان از جایگاه پایین هویت ملی نزد پاسخگویان نسبت به ابعاد فروملی هویت جمعی است. همچنین عناصر مذهبی هویت ملی دارای برجستگی بیشتری نسبت به سایر عناصر هویت ملی هستند. نتایج حاصل از هویت ملی در این پژوهش در مقابل نتایج و یافته‌های پژوهش‌های ابوالحسنی (۱۳۸۸)، حاجیانی (۱۳۸۸)، میرمحمدی (۱۳۹۰)، فکوهی (۱۳۸۸)، شیخاوندی (۱۳۸۱) و... مبنی بر برجسته بودن هویت ملی قرار می‌گیرد. مهم‌ترین نکته‌ای که درباره کاستی پژوهش‌های مذکور می‌توان بیان کرد، این است که محققان در بررسی هویت ملی مطالعه



خود را صرفاً بر روی جنبه احساسی هویت ملی متمرکز کرده‌اند؛ در حالی که احساس تنها بخشی از هویت جمعی افراد را شامل می‌شود.

در تبیین عدم برجستگی و کم‌رنج بودن هویت جمعی در سطح فراملی و ملی باید گفت: انتقال ارزش‌ها و الگوها از سوی کارگزاران خود به خود و به شکل ابزاری نمی‌تواند هویت‌آفرینی کند؛ افراد آنچه را یاد می‌گیرند که کنش‌های روزمره خود را بر مبنای آنها هدایت می‌کنند، نظیر خانواده، جنسیت، شغل، قومیت و... بنابراین تا زمانی که در کنش‌های روزمره افراد موقعیت‌ها و نقش‌های متناسب با الگوها و ارزش‌های انتقالی که افراد به واسطه قرار گرفتن در آنها قادر به کسب هویت جمعی مورد نظر باشند، تولید نشود، نمی‌توان انتظار داشت آن بعد از هویت جمعی در نزد افراد به‌طور کامل شکل گرفته و برجسته باشد. بدین ترتیب می‌توان گفت: تلاش کارگزاران داخلی جامعه‌پذیری در جهت تقویت برجستگی هویت ملی تنها بر جنبه احساسی هویت ملی اثرگذار است و به دلیل فقدان نقش‌های اجتماعی مرتبط با این بعد از هویت در نزد افراد، انتظار موفقیت در جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت ملی بیهوده است.

#### ۴-۵. ارائه مدل تحلیلی برای مناسبات کارگزاران جامعه‌پذیری

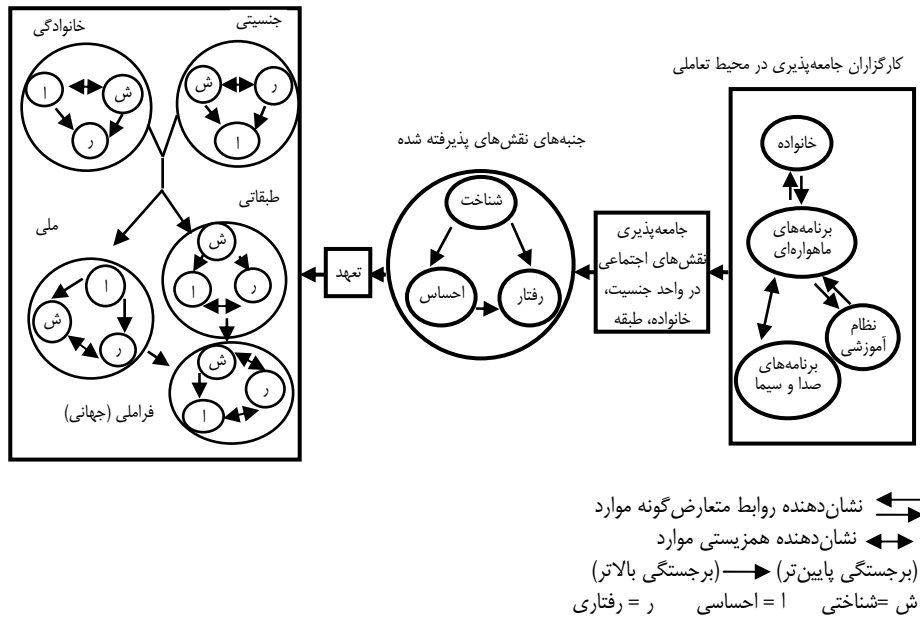
در زمینه مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری نظریه‌پردازی‌های متعددی صورت گرفته و پژوهش‌های بسیاری تمرکز مطالعاتی خود را بر روی این محور قرار داده‌اند. گکاس، پورتمن، ایلچ و حتی گیدنز از جمله این نظریه‌پردازان و وودوارد، ساها، سونگ، هومین فر، عریضی، قائمی فر و حمایت خواه بهرامی و... نیز از جمله محققانی هستند که در این زمینه دارای یافته‌هایی علمی هستند. برخی از این افراد به همزیستی و هماهنگی کارگزاران جامعه‌پذیری معتقدند. برخی دیگر خانواده را در مقابل سایر کارگزاران جامعه‌پذیری قرار می‌دهند، عده‌ای از پژوهشگران ایرانی نیز کارگزاران داخلی (خانواده، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما) را با کارگزارانی همچون برنامه‌های ماهواره‌ای و اینترنت در تعارض می‌بینند. پس از مطالعه منابع خارجی و ایرانی متعدد در زمینه مورد نظر، با توجه به تفاوت‌های ارزشی و فرهنگی جامعه ایران با جوامع دیگر، مدل نظری که در پژوهش حاضر ترسیم شد، بر مبنای تقابل و تعارض کارگزاران داخلی و خارجی بنا نهاده شد. برای آزمون مدل نظری پیشنهادی و ارائه یک مدل تحلیلی که زمینه نظری

پژوهش‌های دیگری که مرتبط با موضوع مورد مطالعه هستند را فراهم سازد، اطلاعات مورد نیاز از نمونه مورد بررسی جمع‌آوری شده و تکنیک تحلیل مسیر برای دستیابی به هدف مورد نظر به اجرا گذاشته شد.

در پژوهش حاضر، مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری در جنبه‌های سه‌گانه ابعاد فراملی هویت جمعی مورد سنجش و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان می‌داد که خانواده با ضریب اهمیت بسیار بالا، کارگزار و سازوکار اصلی و مسلط جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی است. برنامه‌های ماهواره‌ای در این زمینه در رتبه دوم، نظام آموزشی در رتبه سوم و در نهایت، برنامه‌های صدا و سیما در رتبه چهارم قرار گرفتند. اما در مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری از ۵۴ حالت ممکن مورد بررسی، ۳۱ حالت دارای رابطه متعارض، ۷ حالت به صورت همزیستی و انطباق و ۱۶ حالت عدم تعامل میان کارگزاران جامعه‌پذیری را نشان می‌داد. همچنین یافته‌ها نشان‌دهنده این بود که خانواده و نظام آموزشی به طور کامل با برنامه‌های ماهواره‌ای در تعارض به سر می‌برند. بیشترین حالت همزیستی نیز با ۵ حالت مربوط به مناسبات میان برنامه‌های ماهواره‌ای و برنامه‌های صدا و سیما بود.

همچنین نتایج تحلیل مسیر در خصوص اثرات کارگزاران جامعه‌پذیری بر یکدیگر نشان می‌داد که کارگزاران داخلی در ساخت ابعاد فراملی هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه آن تأثیر بسیار اندکی از یکدیگر پذیرفته و عمدتاً به صورت مستقل از یکدیگر عمل می‌کنند، به طوری که بیشترین حالت عدم تعامل مربوط به رابطه کارگزاران داخلی با یکدیگر بود؛ نکته‌ای که دستاوردهای نظری پژوهش حاضر در زمینه مناسبات کارگزاران جامعه‌پذیری بر پایه آن استوار است. بدین ترتیب مهم‌ترین مسئله در مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری، عدم تعامل میان کارگزاران داخلی (خانواده، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما) است، به طوری که از نظر ماهیت و جهت تأثیرگذاری هر سه عمدتاً در یک دسته قرار می‌گیرند، اما کمترین تعامل ممکن بین آنها موجود است. همین مسئله سبب شده است که برنامه‌های ماهواره‌ای از شکاف موجود میان کارگزاران داخلی استفاده کرده و جدایی هرچه بیشتر آنان را رقم بزنند؛ کما اینکه مطابق مدل تحلیلی ارائه شده، برنامه‌های ماهواره‌ای دو کارگزار نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما را تا حدودی کنار زده و تنها خانواده را در بالای سر خود می‌بیند. بر همین اساس می‌توان مدل تحلیلی

جدیدی در خصوص مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری را ارائه کرد که مورد تأمل پژوهشگرانی که در زمینه‌های مرتبط فعالیت می‌کنند، واقع شود.



نمودار ۳. مدل تجربی پژوهش

## ۵. ارائه پیشنهادات

از آنجایی که یافته‌های پژوهش‌های متعدد از جمله پژوهش حاضر سهم هویت‌های ملی و فراملی در هویت جمعی را ناچیز نشان می‌دهند، به پژوهشگران توصیه می‌شود تمرکز مطالعاتی خود در حوزه هویت جمعی را بر ابعاد فروملی که عرصه کنش‌های روزمره افراد هستند، گذاشته و نسبت به استخراج گونه‌های مناسب از ابعاد مورد مطالعه از طریق تحلیل گونه‌شناسی اقدام کنند.

گروه همالان به‌طور حتم از کارگزاران بسیار مهم در فرایند جامعه‌پذیری افراد محسوب می‌شود که اهمیت آن برای محقق نیز مشخص است، اما به دلیل وسعت مطالعاتی پژوهش از سنجش تأثیر آن صرف نظر شد. پرداختن به این مهم می‌تواند از اولویت‌های پژوهشی علاقمندان به مطالعه در حوزه جامعه‌پذیری باشد.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد: چنانچه برنامه‌های ماهواره‌ای با انگیزه تفریح و سرگرمی

مورد تماشا واقع شوند، کمترین تأثیر را بر روی مخاطبان می‌گذارند و با توجه به اینکه نمی‌توان از نفوذ ماهواره به درون خانواده‌ها جلوگیری به عمل آورد و اینکه بیشترین ترجیح در تماشای برنامه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای به صورت جمعی، سرگرمی و تفریح است، توصیه می‌شود خانواده‌ها بخشی از اوقات فراغت خود را در کنار هم و تماشای دسته‌جمعی برنامه‌های ماهواره‌ای با انگیزه تفریح و سرگرمی پردازند تا کمترین آسیب به لحاظ تعارض ارزش‌ها و الگوهای انتقالی متوجه اعضای خانواده شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد که پایین‌ترین میانگین‌های اختصاص یافته به گویه‌ها در جنبه احساسی هویت جنسیتی زنان مربوط به وضعیت هرم قدرت در خانواده است و نه وضعیت تقسیم کار و عدم تقارن در وظایف خانگی. بنابراین از طریق آموزش و ایجاد آگاهی در مردان در این زمینه در محیط‌های آموزشی - تحصیلی و شغلی می‌توان زمینه‌های تبدیل هرم قدرت در خانواده از نوع عمودی به افقی و به تبع آن بهبود احساس زنان نسبت به هویت جنسیتی آنها را فراهم آورد.

نظام آموزشی و خانواده با اجرای سیاست‌ها و رویه‌های خود در شکل‌دهی به هویت خانوادگی عمدتاً بر روی وظایف متمرکز هستند و کمتر به ابعاد دیگر نظیر تعاملات پرداخته‌اند و از سوی دیگر نیز یافته‌های پژوهش حاکی از عدم تعامل میان خانواده و نظام آموزشی در شکل‌دهی به هویت خانوادگی است. بنابراین برگزاری جلسات متعدد با خانواده‌ها از سوی نظام آموزشی در قالب انجمن اولیا و مربیان، کارگاه‌های گوناگون برای والدین و... تدارک اردوهای تفریحی برای دانش‌آموزان به همراه خانواده‌هایشان و مواردی نظیر این، از یک سو می‌تواند سبب ایجاد تعامل مناسب‌تر میان خانواده‌ها و نظام آموزشی شود و هم از تأثیر غیرمستقیم و غیرعمد نظام آموزشی که کانونی برای روابط اعضای گروه همالان و کاهش تعاملات میان فرزندان و والدین است، تا اندازه‌ای بکاهد.

از آنجایی که شکاف میان کارگزاران داخلی به واسطه عدم تعامل میان آنها از یک سو باعث جامعه‌پذیری ناقص افراد شده و از سوی دیگر فرصت کافی را برای عرضه اندام برنامه‌های ماهواره‌ای می‌دهد که دارای ارزش‌ها و الگوهای متعارض با الگوها و ارزش‌های کارگزاران داخلی است، لازم است دولت و مجلس ایجاد کمیته‌ای ویژه متشکل از تعدادی از جامعه‌شناسان و روان‌شناسان زبده را جهت هماهنگی و نظارت بر انطباق الگوها و ارزش‌های انتقالی دو نهاد نظام آموزشی و سازمان صدا و سیما به تصویب رسانده و بر

فعالیت مداوم و مستمر آنها نظارت دقیقی داشته باشد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که بعد تعاملات هویت خانوادگی در جنبه رفتاری و نیز بعد هم‌رنگی در هر سه جنبه تا حدودی ضعیف است و با علم به این موضوع که از عوامل مهم و تعیین‌کننده‌ای که به برجستگی هویت خانوادگی یاری می‌رساند، تبادل عاطفی متوازن است و همان‌گونه که والدین برای تنظیم دریافت‌ها و مخارج خود از برنامه اقتصادی خاصی پیروی می‌کنند و طرح باثباتی در این زمینه دارند، جهت تقویت هویت خانوادگی در ابعاد و جنبه‌های مذکور، در خصوص مناسبات عاطفی میان اعضای خانواده نیز باید طرح‌های با ثبات و متعادلی در قالب برنامه‌های روزانه تنظیم کرد و از طریق بروشور، کتاب، سی دی و... آنها را به صورت رایگان در اختیار خانواده‌ها قرار داد.

نتایج به دست آمده در حوزه هویت طبقاتی و به حاشیه رانده شدن این بعد فرمولی هویت جمعی به واسطه تعلقات قومی و مذهبی، نیازمند انجام پژوهش‌هایی در این زمینه (هویت طبقاتی) در استان‌های مشابه استان گلستان است که از تنوع قومی و مذهبی برخوردارند تا از طریق تکرار پژوهش‌های متعدد در این زمینه به تعریفی جامع از هویت طبقاتی با توجه به شرایط فرهنگی و اجتماعی مشابه دست یافت.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. اباذری، یوسفعلی و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۰: ۲۸-۳.
۲. احمدی، حبیب و سعیده گروسی (۱۳۸۳). «بررسی تأثیر برخی عوامل اجتماعی و فرهنگی بر نابرابری جنسیتی در خانواده‌های شهر کرمان و روستاهای اطراف آن»، مطالعات زنان، شماره ۶: ۳۰-۵.
۳. اعزازی، شهلا (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی خانواده، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۴. اکبرزاده، نسرین (۱۳۷۶). گذر از نوجوانی به پیری. تهران: مؤلف.
۵. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
۶. راسخ، عبدالرحمن و دیگران (۱۳۸۶). «بررسی پنداشت زنان شاغل در دانشگاه‌های اهواز از موقعیت طبقاتی خودشان با استفاده از مدل‌های قطری تحرک»، جامعه‌شناسی ایران، دوره هشتم، شماره ۴: ۹۱-۱۱۵.
۷. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۵). مشکل هویت ایرانیان امروز. تهران: نشر نی.
۸. شیخاوندی، داور (۱۳۸۱). «تکوین و تکون هویت ملی»، رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره ۲۰ و ۲۱: ۱۱-۳.
۹. طالبان، محمدرضا (۱۳۷۸). «خانواده، دانشگاه و جامعه‌پذیری مذهبی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۳: ۵۴-۲۷.
۱۰. عریضی، فروغ السادات و همکاران (۱۳۸۵). «ماهواره و هویت جنسیتی دختران جوان»، جامعه‌شناسی ایران، شماره ۲۶: ۱۰۰-۷۶.
۱۱. قائمی فر، حسین و مجتبی حمایت‌خواه بهرامی (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر خانواده بر شکل‌گیری هویت جنسیتی دختران دانشجوی دانشگاه پیام‌نور جهرم»، پژوهش زنان، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۳: ۱۰۲-۸۳.
۱۲. کچویان، حسین (۱۳۸۴). تطورات گفتمان‌های هویتی ایران: ایرانی در کشاکش با تجدد و مابعد تجدد، تهران: نشر نی.
۱۳. کسل، فیلیپ (۱۳۸۳). چکیده آثار آنتونی گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ققنوس.
۱۴. کوثری، مسعود (۱۳۸۳). «جهانی‌شدن، هویت و بریکولاژ فرهنگی»، مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی‌شدن، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی دانشگاه تهران.
۱۵. ممتاز، فریده (۱۳۸۳). «معرفی مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو»، پژوهشنامه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۴۱ و ۴۲: ۱۶۰-۱۴۹.
۱۶. موحد، مجید و دیگران (۱۳۸۶). «جوانان، خانواده و جامعه‌پذیری»، مطالعات جوانان، شماره ۷ و ۸: ۵۴-۳۳.
۱۷. نعیمی، محمدرضا (۱۳۹۰). «تأثیر تعامل خانواده و ماهواره در بروز پدیده طلاق»، جامعه‌شناسی

هویت جمعی جوانان و برساخت جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی ... ۱۹۷

مطالعات جوانان، شماره اول: ۲۱۱-۱۹۱.

۱۸. هژبری، سارا (۱۳۸۹). بررسی نقش خانواده بر جامعه‌پذیری جنسیت دختران ترک، لر و فارس استان فارس، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده روان‌شناسی و علوم اجتماعی.
۱۹. هومین فر، الهام (۱۳۸۲). «تحول جامعه‌پذیری جنسیتی»، پژوهش زنان، شماره ۷: ۸۹-۱۱۴.

### ب) منابع لاتین

1. Aries, Elizabeth & Seider, Maynard (2007). "The Role of Social Class in the Formation Identity", *Social Psychology*, 147 (2): 137-157 .
2. Ashmore, Richard et al. (2004). "An Organizing Framework for Collective Identity: Articulation and Significance of Multidimensionality", *Psychological Bulletin*, 130 (1): 80-114 .
3. Beckwith, Karen (1998). "Collective Identities of Class and Gender: Working-class Women in the Pittston Coal strike", *Political Psychology*, 19 (1): 147-167 .
4. Benson, D. E & Trew, Karen (1995). "Facets of Self in Northern Ireland: Explorations and further Question", In R Wicklund & A. Oosterwegel (Eds). *The self in European and North American culture: Development and processes* (pp 291-397). Amsterdam: Kluwer Academic Publishing .
5. Berns, Roberta M. (2009). *Child, Family, School, Community: Socialization and Support*, New York: Wadsworth Cengage Learning .
6. Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of The Judgement of Taste*, Translated by Richard Nice. Cambridge: Harvard University Press .
7. Buckingham, David (2008). "Introducing Identity, Youth, Identity and Digital Media", In David, Buckingham et al. *foundation series on digital media and Learning*. Cambridge, MA: the Mit Press: 1-24 .
8. Burke, Peter J. (1991). "Identity Process and Social Stress", *American sociological review*, 56 (1): 836-849 .
9. Burke, Peter J. (2004). "Extending Identity Control Theory: Insights From Classifier Systems", *Sociological theory*, 22 (4): 574-594 .
10. Cassidy, Clare & Trew, Jaren (2001). "Assessing Identity Change: A Longitudinal Study of the Transition from School to College", *GPIR*, 4 (1): 49-60 .
11. Clark-Stewart, Alison & Brentano, Cornelia (2006). *Divorce*. New Haven, CT: Yale University Press .
12. Crompton, Rosemary (2008). *Class and Stratification*, Cambridge: Polity Press
13. Duvall, Evelyn M. (1971). *Family Development*. Philadelphia: J. B. Lippincott Company .
14. Freese, Lee & Burke, Peter J. (1994). "Persons, Identities and Social Interaction", In Barry Markovsky et al. (Eds), *Advances in group processes*. Greenwich: CT: JAI
15. Gibbins, J. & Reimer, B. (1999). *The Politics of Postmodernity*, London: Sage .
16. Giddens, Anthony (1982). "Class Structuration and Class Consciousness", In Anthony

- Giddens & David Held (Ed), *Classes, power and conflict* (pp 157-179). California: University of California Press .
17. Giddens, Anthony (2006). *Sociology*, Cambridge: Polity press .
  18. Higgs, Paul & Gillard, Chris (2006). "Departing the Margins: Social Class and Later Life in a Second Modernity", *Sociology*, 42 (3): 219-241 .
  19. How, Tasha R. (2011). *Marriages and Families in the 21st century*. Oxford: John Wiley & Sons .
  20. Kiecolt, K. Jill & Lomoscolo, Anna F. (2003). "Roots of Identity: Family Resemblance", Peter James Burke (Ed). *Advances in identity theory and research* (pp 27-40), New York: Springer .
  21. Kim, S. K. (1999). *Causal Attribution and Collective Identity Among Ethnic and Racial Minority Children and Adolescents: Development perspectives*, Dallas: University of Texas at Dallas .
  22. Lamanna, Mary Ann & Riedmann, Agnes (2008). *Marriages and Families*, New York: Wadsworth Cengage Learning .
  23. Morrison, Carlos D. (2010). "Class Identity", Ronald L Jackson, *Encyclopedia of identity*, Vol.1 (pp 91-95), London: Sage .
  24. Parsons, Talcott & Bales, Robert F. (1956/2003). *Family Socialization and Interaction Process*, London: Sage .
  25. Reynolds, Larry J & Aerman-Kinney, Nancy J. (2003). *Handbook Symbolic Interactionism*, Rowman & Littlefield .
  26. Ritzer, George (1989). *Sociological Theory*, New York: Alfred Aknopf .
  27. Saha, Dipali (2006). *Sociology of Social Stratification*, New Delhi: Global Vision Publishing Ho .
  28. Scabini, Eugenia & Manzi, Claudia (2011). "Family Processes and Identity", in In Seth J Schwartz et al. (Eds). *Handbook of identity theory and research*, Vol. 1 (pp 565-584), New York: Springer .
  29. Stets, Jan E. (2006). "Identity Theory", In Peter J. Burke (Ed). *Contemporary social psychological theories*. Stanford, California: Stanford University Press .
  30. Stryker, S. & Serpe (1982). "Commitment, Identity Salience and Role Behavior: Theory and Research Example", In W. Lckes & E. S. Knowles (Eds). *Personality, role and social behavior*. New York: Springer-Verlag .
  31. Turner, Bryan S. (1991). *Classical Sociology*, London: Sage .
  32. Turner, Jonathan H. (1998). *The Structure of Sociological Theory*, New York: Thomson Wads Worth .
  33. Veblen, Thorstein (1934/2004). *The Theory of the Leisure Class*, New York: Kessinger Publishing .
  34. Weber, Max (1978). *Economy and Society*, New York: University of California press .
  35. White, James M. & Klein, David M. (2008). *Family Theories*. London: Sage . .



## بررسی عوامل اثرگذار بر فرهنگ تئاتر و تعیین جایگاه آن در اوقات فراغت اقشار مختلف شهر تهران

روح الله جعفری<sup>۱</sup> \* محمود عزیزی<sup>۲</sup> \* محمدباقر نوبخت حقیقی<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف از مطالعه حاضر، بررسی عوامل اثرگذار بر فرهنگ تئاتر و تعیین جایگاه آن در اوقات فراغت اقشار کم‌درآمد و پردرآمد شهر تهران بوده است. ۳۸۴ نفر از مردم شهر تهران با میانگین سنی ۲۸±۱ سال، پرسشنامه محقق‌ساخته با روایی ۸۰ درصد را تکمیل کردند. جهت تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی ناپارامتریک (کای - اسکوئر) استفاده شد. یافته‌ها نشان داد: اقشار پردرآمد نسبت به اقشار کم‌درآمد، روزانه از میزان ساعات فراغت بیشتری برخوردارند، همچنین بیشتر راغب هستند در ایام فراغت به دیدن تئاتر بروند و در این میان، هزینه بلیت تئاتر برای انتخاب آن به‌عنوان یک فعالیت فراغتی عامل اثرگذاری محسوب نمی‌شود. در نهایت، تمامی افراد در هر دو قشر کم‌درآمد و پردرآمد، فاکتورهایی چون نداشتن وقت، مشکلات شخصی و هزینه بالای بلیت، مشکلات مالی و ترجیح دادن سینما و تلویزیون نسبت به تئاتر را علت نرفتن به تئاتر در ایام فراغت عنوان کردند.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ، اوقات فراغت، تئاتر، اقشار کم‌درآمد و اقشار پردرآمد.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال سوم • شماره یازدهم • تابستان ۹۳ • صص ۱۹۹-۲۲۲

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۱۰/۳۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۴/۱۴

۱. دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، نویسنده مسئول (Rohollah\_jafari@yahoo.com).
۲. عضو هیئت علمی پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران (mahmudazizi2010@yahoo.com).
۳. عضو هیئت علمی پژوهشکده تحقیقات راهبردی.

## مقدمه

فراغت، مفهوم سرگرمی و تفریحات و فعالیت‌هایی را ذکر می‌کند که فرد به هنگام آسودگی از کار عادی با شوق و رغبت به آنها رو می‌کند. اوقات فراغت نزدیک‌ترین پیوند را با زندگی معنوی و فرهنگی افراد دارد و ارتباط آن با حیات معنوی و فرهنگی جامعه نیز تنگاتنگ است، چراکه فرد می‌تواند در اوقات فراغت همان چیزی را که می‌پسندد انجام دهد، شخصیت نهایی خود را باز یابد و آن را ابراز کند (هی وود، ۱۳۸۰). بنابراین قابلیت‌های فرد غالباً در عرصه اوقات فراغت جلوه گر می‌شود. دولت‌ها در بحث گذران اوقات فراغت، به‌ویژه برای خانواده‌ها باید امکاناتی را فراهم کنند، و گرنه افراد خود از طریقی که همواره به نفع جامعه نیست راه حل‌هایی را پیدا خواهند کرد. سیاست فرهنگی باید موجب ایجاد وسایل سودمند گذران اوقات فراغت و راهنمایی آنها برای انتخاب آزادانه آن وسایل باشد (Dines & Erik, 2005).

هنر، بخشی از فرهنگ قلمداد می‌شود و با سایر عناصر فرهنگ، ارتباطی متقابل دارد. هنر همان‌قدر که عنصری فرهنگی است، آموزش‌دهنده فرهنگ نیز هست. تئاتر، بخشی از فرهنگ قلمداد می‌شود و با سایر عناصر و اجرای فرهنگ، ارتباطی متقابل دارد. با هر تعریفی که به سراغ فرهنگ انسان برویم، مقوم آن ارتباط است و بدون شکل‌گیری ارتباط، پیدایش فرهنگ امکان‌پذیر نیست. ریشه فرهنگ در دل ساده‌ترین ارتباط‌های انسانی جای دارد و تاریخ تمدن انسان، تاریخ پیچیده‌تر شدن این ارتباط‌های انسانی است. هنر، خلقی است برای برقراری ارتباط. هنر با ظرافت کامل، نقص دیگر رسانه‌ها را جبران کرده و ایجاد ارتباط را که مهم‌ترین کار انسان است، صورت می‌دهد. پیام‌های عمیق و ژرف بر بال هنر می‌نشینند و آنگاه که جدالی از عمق و ژرف از بالاترین درجه ظرافت برخوردار شد، جز با تئاتر نمی‌توان آن را بیان کرد. تئاتر نمادین و شکیل است. این صور، ایجاد معنا کرده و معنا، بن‌مایه ارتباط است (عظیمی ۱۳۸۶).

در نظریه نهادی، اوقات فراغت، مجزا از زندگی و قوانین و نقش‌ها نیست. اوقات فراغت با جامعه، خانواده، کار، تربیت، مذهب، دولت و سازمان ارتباط دارد. اوقات فراغت مستلزم زمان، پول و سایر لوازم است و اینها را ساختار جامعه فراهم می‌کند. جامعه نظامی است که نهادهای آن با هم در ارتباط بوده و آنچه را که برای تداوم یک نظام لازم است، فراهم می‌کند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۴).

«نومیر» از صاحب‌نظران برجسته اوقات فراغت معتقد است: اگر سرگرمی به تجدید قوا یا مشارکت فرد در حد معینی منجر نشود، نمی‌توان آن را بخشی از فعالیت‌های فراغتی یا تفریحی محسوب کرد. وی، تفریح را فعالیتی نسبتاً آزاد و اختیاری می‌داند که هدفی جز خود ندارد. در تفریح، غیر از کسب لذت و ایجاد رضایت، هدف دیگری مورد نظر نیست. او همچنین به ارتباط فراغت و فرهنگ اعتقاد دارد و بر این باور است که با دگرگونی جامعه و فرهنگ در طول تاریخ، فراغت هم دچار تحول شده و می‌شود (موموندی، ۱۳۸۰: ۴۳-۴۲). برداشت افراد از فراغت و نحوه گذران اوقات فراغت برحسب شرایط اجتماعی و تاریخی و دوره زندگی متفاوت است، اما در غالب جوامع و در شرایط اجتماعی مختلف، اوقات فراغت به‌طور بالقوه در قشر کم‌درآمد، آسیب‌هایی را نیز در بر دارد، چراکه نابرابری‌های طبقاتی، نابرابری‌های تفریحی و فرهنگی را در اوقات فراغت تشدید می‌کند (سلگی، ۱۳۸۵). عوامل گوناگون اجتماعی بر نوع فعالیتی که از سوی مردم در زمان فراغت انتخاب می‌شود، تأثیرگذار است. زمانی که فرد بیشترین وقت خود را با دوستان و یا همکاران سپری می‌کند، تحت تأثیر آنها خواسته یا ناخواسته فعالیتی را که بیشتر مورد پسند آن جامعه است، انتخاب می‌کند. همچنین، محل زندگی فرد نیز بر نوع انتخاب او تأثیرگذار است (Adams et al., 2005).

تئاتر در مقایسه با هنرهای دیگر، مانند سینما همواره با مشکل جذب مخاطب در ایام فراغت روبرو بوده است. در این خصوص می‌توان به واسطه‌های فرهنگی<sup>۱</sup> اشاره داشت که در حوزه‌های دیگر، از جمله سینما فعالیت زیادی دارند، ولی در زمینه تئاتر واسطه‌های فرهنگی، ضعیف عمل می‌کنند. در حوزه تئاتر، سیاست فرهنگی وجود ندارد. از تئاتر در آموزش و پرورش، پایگاه‌های فراغتی، تبلیغات رسانه‌ای و حتی در متن زندگی اقشار

---

۱. عرصه بازار هنر، نهادهای آموزشی، منتقدان هنری، خبرنگاران، ناشران، محافظان هنر، رسانه‌ها، تبلیغات، اطلاع‌رسانی، فضای شهری، حامیان هنر و دولت

مختلف مردم، استفاده نمی‌شود. در مورد نامخاطبان هنر (کسانی که هیچ‌گونه تعاملی با رشته‌های مختلف هنری از جمله تئاتر و یا دیگر هنرهای نمایشی در اوقات فراغت ندارند) می‌توان آنها را به‌عنوان فراموش شدگان و یا حذف شدگان فرهنگی یاد کرد (شریعتی، ۱۳۸۵).

این سؤال مطرح می‌شود که چرا تماشاگران به مراتب توجه بیشتری به تئاترهای عامه‌پسند در اوقات فراغت خود دارند و تئاترهای هنری قادر به جلب و جذب عامه مخاطبان نیستند. تئاترهای عامه‌پسند با وجود آنکه مکان و فضای ثابتی نداشته‌اند، ظرف مدتی کوتاه توانسته‌اند جایگاه و مکانی تثبیت شده در زمان فراغتی خانواده‌ها پیدا کنند و سالن‌هایشان همه به مراتب پُر تماشاگرتر از سالن‌های کوچک تئاتر شهر است. یکی از مهم‌ترین دلایل این امر، به انتخاب سینماها ارتباط پیدا می‌کند. سینما به مراتب رسانه پرمخاطب‌تری است و حداقل ساختار و بنای آن با پرده بزرگ و گیشه در خیابان‌های اصلی شهر برای همه مخاطبان آشنا است. بسیاری از تئاترهای عامه‌پسند با اجاره سالن‌های سینما، در واقع زحمت تبلیغات و آشناسازی مخاطب و فضا را کم کرده‌اند. مخاطبی که بنرها و پوستره‌های بزرگ و پرده‌های تئاترهای عامه‌پسند را روی پیشانی سینما می‌بیند و از کنار آن می‌گذرد، مسلماً می‌داند که قرار است وارد چگونه مکانی شود. سینماها در سطح شهر پراکنده شده‌اند و قابل دسترس‌تر و دست‌یافتنی‌تر هستند. همین مسئله کمک زیادی به راحتی مخاطب و فضای اجرای تئاتر برای او می‌کند. اما همین مخاطب وقتی می‌خواهد به تئاتر شهر برود و گیشه و سالن را پیدا کند، کاملاً سردرگم و گیج می‌شود، چراکه هیچ اطلاعی از این محیط فرهنگی - هنری ندارد.

مسئله‌ای که مهم‌تر از مکان و فضاست، بدون شک به ژانر و نوع نمایش‌های عامه‌پسند برمی‌گردد. در چند دهه اخیر هیچ تلاشی برای آموزش، تربیت، پرورش و علاقمندسازی مخاطبان تئاتر در ایام فراغت انجام نشده است. تئاتر، هنر تفکر برانگیز و تأثیرگذاری است و برای بهره‌برداری از این ویژگی‌ها نیازمند مخاطبی متفکر و تأثیرپذیر است. تماشاگران عام، کم‌دی و ساده‌ترین و نازل‌ترین انواع کم‌دی را برای تماشا انتخاب می‌کنند، چراکه به خندیدن و سرگرم شدن به سبک تلویزیون عادت کرده‌اند. ظاهر برخی از این آثار درست مثل طنزهای تلویزیونی، انتقادی و اجتماعی است و تماشاگری که در بسیاری از روابط اجتماعی محدود شده با شنیدن سطحی‌ترین، شعاری‌ترین و بی‌تأثیرترین

گفتارهایی که ظاهر انتقادآمیز سیاسی و اجتماعی دارند، لذت می‌برد و تئاتر و نمایش پیش رویش را هم ارزشمند می‌پندارد. کم‌دی ایرانی (برای مثال، تخت حوضی) زمانی چنین کارکرد انتقادی داشت و از این ابزار، استفاده مطلوب و مفیدی هم می‌کرد. اما تئاترهای عامه‌پسند امروزی از این کارکرد تنها برای جذابیت کاذب و موقت در کارشان بهره می‌گیرند و تنها به تکرار گفتاری که تماشاگر می‌پسندد، به سخیف‌ترین شکل ممکن، اکتفا می‌کند (Lallias et al., 2007).

بنا بر نتایج پیمایش مراکز فرهنگی و هنری ایران، سهم مراکز هنری از کل مجموعه مراکز فرهنگی کشور ۲/۶ درصد است. در این میان، سهم تالارهای نمایشی در فضای فرهنگی برای پُر کردن بخشی از اوقات فراغت اقشار مختلف جامعه، فقط ۰/۴ درصد است که در مقایسه با حدود بیش از ۱۲۰ سالن سینما در شهر تهران، تنها ۸ تالار نمایشی به این مهم اختصاص داده شده که اکثر این تالارها از نظر جغرافیایی در یک منطقه خاص قرار دارند و امکان حضور در آنها برای خانوارهای کم‌درآمد با توجه به گنجایش و بالا بودن هزینه بلیت، بسیار دشوار می‌شود. به همین علت، این قشر از جامعه مجبور هستند این کالای فرهنگی را از سبد فراغتی خود خارج کنند. نکته بسیار مهم، محدودیت سالن است. در تهران که بالغ بر ۱۵ میلیون نفر جمعیت دارد، به جز مجموعه تئاترشهر، تنها چند سالن محدود دیگر از جمله تالار وحدت، تالار هنر، مجموعه ایرانشهر و چند سالن نیمه‌خصوصی که همه در محدوده طرح ترافیک هستند، وجود دارد. این سالن‌ها همگی در روزهایی که در تقویم رسمی تعطیل اعلام شده است، تعطیل هستند (موشتوری، ۱۳۸۶).

بنابراین، عامل اقتصادی، فاصله جغرافیایی، نارسایی در اطلاع‌رسانی، محدود بودن تعداد سالن‌های نمایشی و محدودیت امکانات فرهنگی همگی مانع دسترسی عموم مردم به تئاتر می‌شود و از آنجایی که تئاتر در مبادله مداوم با مخاطبان خود نیست، خلاقیت و پویایی خود را از دست می‌دهد. در نتیجه، مخاطب آن را به‌عنوان یکی از گزینه‌های پرکننده ایام فراغت خود برنمی‌گزیند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۵؛ شریعتی، ۱۳۸۵).

با توجه به مباحث مطرح شده در بالا، پرسش اصلی این است: استفاده‌کنندگان از این کالای فرهنگی (تئاتر) در شهر تهران چه کسانی هستند؟ و این ابزار فرهنگی چه جایگاهی را در فضای فراغتی خانوارها به خود اختصاص داده است؟ علاوه بر این، روشن ساختن

عوامل تأثیرگذاری چون وضعیت اقتصادی و یا حتی فرهنگی بر نوع فعالیت انتخاب شده از سوی اقشار مختلف، از ضرورت‌های انجام این تحقیق است. به عبارتی دیگر، ضرورت اصلی این بررسی این است که آیا تئاتر نوعی فعالیت برای پر کردن اوقات فراغت محسوب می‌شود و آیا به‌عنوان یک کالای فرهنگی جایگاهی در اوقات فراغت دارد، که تا کنون نیز به این امر پرداخته نشده است.

### ۱. پیشینه پژوهش

نتایج تحقیق هاشمی نژاد (۱۳۸۶) با عنوان «گذران اوقات فراغت مردم تهران» نشان داد که زمان فراغت برای افراد به‌طور متوسط ۲۶۳ دقیقه است. زمان فراغت مردان بیشتر از زنان است. ۵۳ درصد افراد زمان فراغت را ساعت ۲۰ تا ۲۱ اعلام کرده‌اند و اکثر آنان ترجیح می‌دهند که اوقات فراغت خود را با خانواده بگذرانند. افراد بهترین اوقات فراغت خود را تماشای تلویزیون (۷۹ درصد) و گوش کردن به رادیو (۶۴ درصد) برشمرده‌اند. میزان تماشای تلویزیون در شبانه‌روز برای هر فرد به‌طور متوسط ۱۴۲ دقیقه است و آزمودنی‌ها سریال و اخبار را به‌عنوان پرمخاطب‌ترین برنامه‌ها انتخاب کرده‌اند. مسافرت، خواندن کتاب، روزنامه و مجله، گوش دادن به موسیقی، ورزش، رفتن به تماشای مسابقات ورزشی، رفتن به سینما و تئاتر به ترتیب ۵۸، ۴۵، ۳۵، ۳۰، ۱۲، ۲۱ و ۲ درصد اوقات افراد جامعه آماری را به خود اختصاص داده است. شاخص وضعیت افراد مورد بررسی جهت گذران اوقات فراغت ۵۱ درصد و در حد متوسط ارزیابی شد. در گذران اوقات فراغت، دو پارامتر گرانی و کمبود درآمد خانواده‌ها باعث شده است که خانواده‌های فعالیت‌های فراغتی متنوعی نداشته باشند.

براساس یافته‌های پژوهشی پیتساوس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۵) با عنوان «همه‌گیر شدن فعالیت‌های اوقات فراغت در سطح جامعه، شیوه زندگی و مشخصات روان‌شناسی مردها و زن‌ها در یونان» نشان می‌دهد: ۴۸ درصد زنان و ۵۳ درصد مردان به انواع فعالیت‌های هنری در زمان‌های آزاد می‌پرداختند. البته مردان نسبت به زنان دارای فعالیت‌های بیشتری بودند، در حالی که کمترین میزان مربوط به سنین ۲۵ تا ۳۵ سالگی است. کسانی که به انجام فعالیت‌های هنری مثل سینما، تئاتر و موسیقی در ایام فراغت می‌پرداختند، ترجیح می‌دادند

---

1. Pitsavos

بیشتر در محیط‌هایی زندگی کنند که زندگی در آنجا جریان داشت. فعال‌ترین افراد کسانی بودند که دارای سطح تحصیلات بالاتر و متعلق به قشر متوسط و یا بالاتر جامعه به شمار می‌آمدند. در مجموع، مردان نسبت به زنان بیشتر به سمت فعالیت‌های هنری می‌روند. در تحقیق دیگری که توسط ریان ای. رودزا و همکاران (۲۰۰۷) با عنوان «گذران اوقات فراغت: فاکتورهای مشارکت اجتماعی، دریافت‌های محیطی و فردی» انجام گرفت، مشخص شد که انتخاب تئاتر به‌عنوان یک فعالیت در زمان فراغت، ارتباطی با سطح طبقاتی و یا شغلی ندارد و افراد با توجه به علائق شخصی و تأثیرات محیطی به سمت این فعالیت می‌روند و با توجه به امکانات موجود آن را در سبب فراغتی خود جای می‌دهند. در نتیجه، سطح شغلی و درآمدی افراد، ملاک تعیین‌کننده‌ای برای دیدن و رفتن به سالن‌های نمایشی نیست.

زیگفرد ملشینگر<sup>۲</sup> در بخشی از کتاب «تئاتر سیاسی» به جایگاه مهم تئاتر به‌عنوان یک ابزار مهم فرهنگی و اجتماعی اشاره می‌کند و می‌گوید: روی خرابه‌های هر شهر آلمان بعد از جنگ جهانی نخستین ساختمان‌هایی که بنا شد، سالن‌های تئاتر بودند. تئاتر اساساً یک پدیده فرهنگی است که از دل خواسته‌ها و مناسبات اجتماعی سر برمی‌آورد و در مسیر تطور حیات خود نیز همواره بخش مهمی از تأثیرات ارتباطی‌اش را مدیون جایگاه فرهنگی و اجتماعی‌اش است. بر این اساس، تئاتر یکی از وسایل ارتباط جمعی و در نتیجه یک ابزار فرهنگی محسوب می‌شود و می‌تواند به‌عنوان یک فعالیت سرگرم‌کننده مفید در ایام فراغت به حساب آید. یکی از مهم‌ترین اهداف هر تئاتری، صرف‌نظر از اولویت‌های آن، آموزش، سرگرم‌سازی و جلب توجه مخاطبان در اوقات فراغت آنان است. اما تئاتر در ایران همواره مشکلات فراوانی در حوزه جلب و جذب مخاطب داشته است. بخش مهمی از مدیریت تئاتر در جهان به مبحث جذب مخاطب در اوقات فراغت اختصاص دارد (Pitsavos et al., 2005). در این ارتباط نهادینه‌سازی اجتماعی هنر تئاتر یک موضوع بسیار مهم است که سال‌هاست در جامعه جهانی به فراموشی سپرده شده و طبیعتاً می‌توان انتظار داشت که تئاتر به هیچ روی در جامعه نهادینه نشده و کمتر کسی نسبت به آن احساس نیاز می‌کند و طبیعتاً با مشکل دارا بودن مخاطب مواجه است» (Lallias et al., 2007). ارتباط

---

1. Ryan E. Rhodes  
2. Siegfried Melchinger

مخاطب با نمایش بر اساس دانش‌ها، معلومات، مجهولات، سلیقه، خواست و سؤالات او شکل می‌گیرد، در حقیقت زمانی که صحبت از بافت دریافت و تفسیر و هماهنگی آن با پیچیدگی‌های وجودی اوست، آنچه این بافت به تماشاجی یا مخاطب‌تئاتر می‌دهد، از طریق او به فضای جامعه وارد می‌شود و مخاطب آفریننده‌ای است که به اندازه احساس و عقل خویش در آفرینش آن مؤثر است (عظیمی، ۱۳۸۶).

تحقیق استر سرین<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۸) با عنوان «تأثیر وضعیت اقتصادی - اجتماعی بر سپری کردن اوقات فراغت» نشان داد که جوانان ۲۰ تا ۲۵ سال تحت تأثیر وضعیت اقتصادی و اجتماعی خانواده و محیط خود به سمت انواع فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی سوق پیدا می‌کنند و افرادی هم که به سطوح متوسط و یا پایین اجتماع تعلق دارند و یا دارای وضعیت اقتصادی مناسبی نیستند، بیشتر به سمت فعالیت‌های ساده‌تر مثل بازدید از نمایشگاه‌ها و یا تماشای تئاترهای خیابانی که کم‌هزینه‌تر است، می‌روند. جوانان مرفه‌تر بیشتر زمان خود را در گالری‌های خصوصی، سالن‌های نمایشی، مانند اپرا و تئاترهای حرفه‌ای می‌گذرانند. نتیجه این تحقیق گویای آن است که وضعیت اقتصادی - اجتماعی جوانان، تعیین‌کننده نوع فعالیت و میزان مشارکت آنان در انتخاب نوع فعالیت فراغتی است.

## ۲. روش‌شناسی

### ۲-۱. جامعه و نمونه آماری

بر اساس اطلاعات و آمار ارائه شده توسط مرکز آمار ایران<sup>۲</sup> تعداد کل افراد شهر تهران بدون احتساب شهرستان‌های توابع ۸۷۹۱۳۷۸ نفر بوده است. از میان این تعداد با توجه به فرمول نمونه‌گیری معتبر و استاندارد کوکران، ۳۸۴ نفر انتخاب شدند. در مورد نمونه‌گیری بر اساس فرمول کوکران، قابل ذکر است که حد مطلوب اطمینان در این پژوهش همانند سایر پژوهش‌های انجام شده، ۹۵ درصد در نظر گرفته شده که در این صورت مقدار T مساوی ۱/۹۶ است.

---

1. Ester Cerin

2 . <http://www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=1485>



## ۲-۲. روش نمونه گیری

یکی از روش های شناخت گروهی از مردم، گردآوری اطلاعات از همه اعضای آن است. این شیوه در مورد گروه های بزرگ مثل افراد مورد بررسی در تحقیق حاضر هزینه سنگینی در بر دارد و با توجه به محدودیت های زمانی و هزینه، تقریباً غیر عملی است. بنابراین در تحقیق حاضر، به دلیل گستردگی شهر تهران، این شهر را بر اساس نمونه گیری خوشه ای به ۵ منطقه جغرافیایی (شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب) تقسیم کرده و از هر منطقه جغرافیایی با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی نمونه های مورد نظر انتخاب شدند.

جدول ۱. برآورد جمعیت شهرستان های استان تهران<sup>۱</sup> در سال ۱۳۹۰<sup>۲</sup>

شهرستان	جمعیت در سرشماری سال ۱۳۸۵			جمعیت سال ۱۳۹۰	
	کل	شهری	روستایی	کل	شهرستان ۱۳۸۹
۱	۴۴۸۸۶۴	۳۹۹۶۲۷	۳۹۹۶۲۷	۴۹۴۷۷۱	اسلامشهر
۲	۲۴۲۶۹۱	۱۳۵۸۳۱	۱۰۶۸۶۰	۲۶۷۵۱۲	پاکدشت
۳	۷۹۷۵۸۹	۷۸۷۲۲۸	۱۰۳۳۹۹	۸۲۹۳۱۴	تهران
۴	۹۸۰۵۳	۷۲۳۹۸	۲۵۶۵۵	۱۰۸۰۸۱	دماوند
۵	۶۱۴۵۸۶	۵۰۸۸۵۰	۱۰۵۷۳۶	۶۷۷۴۴۲	رباط کریم
۶	۲۹۷۷۱۱	۸۲۸۹۵	۲۱۴۸۱۶	۳۲۸۱۵۹	ری
۷	۳۸۳۱۱	۲۲۴۹۸	۱۵۸۱۳	۴۲۲۲۹	شمیرانات
۸	۵۱۷۳۹۵	۴۰۰۲۹۲	۱۱۷۱۰۳	۵۷۰۳۱۱	شهریار
۹	۲۳۸۰۰۹	۲۳۰۱۴۷	۷۸۶۲	۲۶۲۳۵۱	قدس
۱۰	۲۹۱۹۶۰	۲۴۴۶۰۰	۴۷۳۶۰	۳۲۱۸۲۰	ملارد
۱۱	۳۹۲۸۴	۱۸۸۴۳	۲۰۴۴۱	۴۳۳۰۲	فیروزکوه
۱۲	۵۴۲۸۳۲	۴۲۹۷۰۶	۱۱۳۱۲۶	۵۹۸۳۴۹	ورامین
	۱۱۳۴۵۳۷۵	۱۰۴۱۷۹۶۷	۹۲۷۴۰۸	۱۲۵۰۵۷۵۰	

۱. سه شهرستان ساوجبلاغ، کرج و نظرآباد در سال ۱۳۸۹ از استان تهران جدا شده و استان البرز را به وجود آورده اند.

۲. جمعیت غیر ساکن در جمعیت کل هر شهرستان لحاظ شده است.

۳. با توجه به اینکه شهر ری از سال ۱۳۸۵ به عنوان منطقه ۲۰ شهرداری تهران سرشماری شده و جمعیت آن در شهرستان تهران لحاظ شده است، بنابراین جمعیت شهر ری در شهرستان ری منظور نشده است. همچنین اطلاعات نفوس و مسکن هر ۵ سال یک بار به روز می شود و سرشماری انجام می شود.

### ۳-۲. شاخص تعیین قشر کم درآمد و پردرآمد

شاخص قیمت‌ها و نرخ تورم از جمله مهم‌ترین متغیرهای اقتصادی هستند که مورد توجه برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران در حوزه بخش عمومی و هم در حوزه بخش خصوصی است. بنابراین دقت در اندازه‌گیری و به‌روزرسانی نحوه محاسبه آن از اهمیت زیادی برخوردار است. در این خصوص یکی از اقدامات اساسی که باید انجام شود، تغییر سال پایه در اندازه‌گیری شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی است. با گذشت زمان و با تغییراتی که در شرایط زندگی اقتصادی و اجتماعی افراد جامعه، از جمله تغییر در الگوی مصرف (ترکیب سبد مصرفی) خانوارها، تغییرات درآمدی (قدرت خرید افراد)، نیازهای جدید و تولید و عرضه کالاها، جدید لازم است در دوره‌های زمانی معینی، سال پایه شاخص مذکور نیز منظور شود. مرکز آمار ایران که به استناد ماده ۵۴ قانون برنامه پنجم به‌عنوان مرجع اصلی آمار رسمی کشور از جمله نرخ تورم شناخته شده است. سال پایه شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارها (مبنای محاسبه نرخ تورم کشور) سال پایه ۱۳۹۰ تغییر یافت. گزارش پیوست نتایج حاصل از محاسبات شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای شهری کشور در فروردین‌ماه سال ۱۳۹۱ و سال ۱۳۹۲ بر اساس سال پایه جدید (سال ۱۳۹۰) است. به همین منظور برای تعیین ملاک قشر کم‌درآمد و پردرآمد براساس اطلاعات و گزارش‌های بانک مرکزی و سازمان آمار ایران، با توجه به نرخ تورم ۳۱/۵ درصدی که در سال ۱۳۹۰ اعلام شد، افرادی که درآمد ماهیانه آنها کمتر از یک میلیون تومان بود در ردیف اقشار کم‌درآمد و افرادی که درآمد آنها از ملاک تعیین شده بیشتر بود، در ردیف اقشار پردرآمد قرار گرفتند.

### ۴-۲. ابزار اندازه‌گیری

ابزار جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق حاضر، پرسشنامه محقق‌ساخته (برگرفته از سؤالات پرسشنامه اوقات فراغت فریدون تندنویس با روایی ۸۰/۱ درصد، پرسشنامه Leisure Time and Sports "ISSP" با روایی ۹۲ درصد، صفانیا با روایی ۹۵ درصد، پرسشنامه محقق‌ساخته «توسعه و ضرورت» منتظری ۸۵ درصد و پرسشنامه محقق‌ساخته «شناخت تماشاگر» لژی با روایی ۹۰ درصد) است. این پرسشنامه جهت سنجش متغیرهای تحقیق و با توجه به اهداف

1. <http://www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=1789>

بررسی عوامل اثرگذار بر فرهنگ تنانتر و تعیین جایگاه آن در اوقات فراغت... ۲۰۹

تحقیق، به روش سؤالات بسته - پاسخ و با مقیاس ۵ ارزشی لیکرت، طراحی و تنظیم شده است. پرسشنامه آماده شده دارای دو بخش است: ۱. سؤالات مربوط به اطلاعات فردی (بسته - پاسخ) و ۲. سؤالات مربوط به تحقیق (بسته - پاسخ). پرسشنامه شامل ۵۳ سؤال (عوامل فرهنگی: ۹ سؤال، عوامل اجتماعی: ۷ سؤال، عوامل اقتصادی: ۸ سؤال و عوامل فراغتی - فرهنگی: ۲۹ سؤال) با امکان پاسخ مناسب است. برای ارزیابی سؤالات این پرسشنامه از مقیاس پنج ارزشی لیکرت استفاده شده است. در این تحقیق برای مشخص کردن پایایی درونی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب پایایی درونی پرسشنامه ۸۰ درصد به دست آمد.

## ۲-۵. روش آماری

جهت تجزیه و تحلیل متغیرهای مورد نظر از روش‌های آمار توصیفی (فراوانی و درصد فراوانی) و آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون‌های ناپارامتریک (کای - اسکوئر در سطح  $p \leq 0/05$ ) استفاده شده است.

## ۳. یافته‌های پژوهش

در این تحقیق از میان ۳۸۴ نفر پاسخ‌دهنده به سؤالات، ۴۴/۲ درصد از نمونه تحقیق را مردان و ۵۰/۸ درصد را زنان تشکیل داده‌اند که بیشترین درصد طبقات سنی (۷۲/۱) مربوط به طبقه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال و کمترین درصد (۰/۶) مربوط به طبقات سنی ۶۵ سال به بالا است. همچنین، ۴۹/۷ درصد از نمونه تحقیق را افراد کم‌درآمد و ۵۰/۳ درصد را هم با پردرآمد تشکیل داده‌اند که در قشر پردرآمد ۷۶/۵ درصد مجرد و ۲۳/۵ درصد متأهل و در قشر کم‌درآمد ۷۰/۹ درصد مجرد و ۲۹/۱ درصد متأهل بوده‌اند (جدول ۲).

جدول ۲. مشخصات فردی پاسخگویان

جنسیت	پردرآمد		کم‌درآمد	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
مرد	۷۸	۴۱/۷	۱۱۷	۵۹/۷
زن	۱۰۹	۵۸/۳	۷۹	۴۰/۳
مجموع	۱۸۷	۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰
سن				
تا ۱۴ سال	۱	۰/۵	۲	۱

ادامه جدول ۲. مشخصات فردی پاسخگویان

سن	پردرآمد		کم درآمد	
	فراوانی	درصد	جنسیت	پردرآمد
۱۷ تا ۱۵ سال	۱۰	۵/۳	۱۳	۶/۶
۱۸ تا ۲۹ سال	۱۳۸	۱۳/۸	۱۳۶	۶۹/۴
۳۰ تا ۵۴ سال	۳۶	۱۹/۳	۴۱	۲۰/۹
۵۵ تا ۶۵ سال	۱	۰/۵	۴	۲
۶۵ سال به بالا	۲	۱	۰	۰
مجموع	۱۸۷	۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰
وضعیت تاهل				
مجرد	۱۴۳	۷۶/۵	۱۳۹	۷۰/۹
متاهل	۴۴	۲۳/۵	۵۸	۲۹/۱
مجموع	۱۸۷	۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰

همچنین یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که ۳۸ درصد افراد پردرآمد در حد متوسط و ۶ درصد آنها به میزان زیادی اوقات فراغت دارند. ۴۲/۳ درصد مردان و ۱۴/۷ درصد زنان پردرآمد در حد کم اوقات فراغت داشتند و در میان اقشار کم‌درآمد ۳۴ درصد افراد در حد متوسط و ۱/۵ درصد آنها خیلی زیاد اوقات فراغت دارند که ۴۲/۷ درصد مردان کم‌درآمد و ۳۵/۴ درصد زنان کم‌درآمد در حد متوسط اوقات فراغت داشتند (جدول ۳).

جدول ۳. توزیع فراوانی داشتن فراغت در طول روز

گروه	فعالیت	کلی		مرد		زن	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
پردرآمد	خیلی کم	۳۹	۲۰/۹	۱۹	۲۳/۱	۲۰	۱۸/۳
	کم	۴۳	۲۳	۲۷	۴۲/۳	۱۶	۱۴/۷
	متوسط	۷۱	۳۸	۲۳	۲۸/۲	۴۸	۷۷
	زیاد	۲۳	۱۲/۳	۷	۳/۸	۱۶	۱۴/۷
	خیلی زیاد	۱۱	۵/۹	۲	۲/۶	۹	۸/۳
	مجموع	۱۸۷	۱۰۰	۷۸	۱۰۰	۱۰۹	۱۰۰
کم درآمد	خیلی کم	۵۴	۲۷/۶	۲۴	۲۰/۵	۱۹	۲۴/۱
	کم	۵۷	۲۹/۱	۵۰	۴۲/۷	۲۴	۳۰/۴
	متوسط	۶۷	۳۴/۲	۳۵	۲۹/۹	۲۸	۳۵/۴
	زیاد	۱۵	۷/۷	۶	۵/۱	۶	۷/۶
	خیلی زیاد	۳	۱/۵	۲	۱/۷	۲	۲/۵
	مجموع	۱۹۶	۱۰۰	۱۱۷	۱۰۰	۷۹	۱۰۰

بررسی عوامل اثرگذار بر فرهنگ تئاتر و تعیین جایگاه آن در اوقات فراغت... ۲۱۱

دیگر یافته تحقیق نشان داد که در اولین اولویت فعالیت‌های فراغتی، بیشترین درصد مربوط تماشای تلویزیون و سپس رفتن به سینما است. در دومین اولویت فعالیت‌های فراغتی، بیشترین درصد مربوط به رفتن به تئاتر و سپس استفاده از کامپیوتر است. در سومین اولویت فعالیت‌های فراغتی، بیشترین درصد مربوط به گوش دادن به موسیقی، استفاده از رایانه و با دوستان بودن است (جدول ۴).

جدول ۴. توزیع فراوانی الویت فعالیت‌های فراغتی

گروه	فعالیت	اولویت					
		اول		دوم		سوم	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
پدرآمد	رفتن به سینما	۲۳	۱۲/۳	۱۳	۷	۱۱	۹/۱
	رفتن به تئاتر	۳۱	۱۶/۶	۲۸	۱۵	۴	۱/۲
	فعالیت‌های هنری	۲۷	۱۴/۴	۱۸	۹/۶	۱۳	۷
	مطالعه غیردرسی	۱۹	۱۰/۲	۱۸	۹/۶	۱۱	۵/۹
	تماشای تلویزیون	۳۶	۱۹/۵	۴	۱/۲	۸	۳/۴
	ورزش کردن	۹	۴/۸	۱۳	۷	۱۱	۵/۹
	گوش دادن به موسیقی	۹	۴/۸	۳۸	۲۰/۳	۳۱	۱۶/۶
	استفاده از رایانه	۱۳	۷	۲۸	۱۵	۲۸	۱۵
	قدم زدن	۷	۳/۷	۱	۵/۹	۱۷	۹/۱
	با دوستان بودن	۱۲	۶/۴	۱۵	۸	۲۳	۱۲/۳
	سایر موارد	۱	۰/۵	۱	۵	۲۴	۱۲/۸
	مجموع	۱۸۷	۱۰۰	۱۸۷	۱۰۰	۱۸۷	۱۰۰
کم درآمد	رفتن به سینما	۲۴	۱۲/۲	۱۳	۱۰/۷	۱۱	۵/۶
	رفتن به تئاتر	۳۹	۱۹/۹	۲۹	۱۴/۸	۸	۱/۴
	فعالیت‌های هنری	۳۳	۱۶/۸	۱۶	۸/۲	۱۱	۵/۶
	مطالعه غیردرسی	۱۳	۶/۶	۲۱	۱۰/۷	۱۱	۵/۶
	تماشای تلویزیون	۳۹	۱۹/۹	۶	۳	۱۰	۵/۱
	ورزش کردن	۹	۴/۶	۱۹	۹/۷	۱۰	۵/۱
	گوش دادن به موسیقی	۱۵	۷/۷	۳۵	۱۷/۹	۲۷	۱۳/۸
	استفاده از رایانه	۹	۴/۶	۱۹	۹/۷	۲۹	۱۴/۸
	قدم زدن	۶	۳/۱	۱۶	۸/۲	۲۷	۱۳/۸
	با دوستان بودن	۷	۳/۶	۲۰	۱۰/۲	۲۸	۱۴/۳
	سایر موارد	۲	۱	۲	۱	۲۴	۱۲/۲
	مجموع	۱۹۶	۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰

بر اساس جدول شماره ۵، در قشر پردرآمد و کم‌درآمد بیشترین درصد مربوط به مردان است که در سالن‌های تئاتر، وقت می‌گذرانند و در قشر کم‌درآمد و پردرآمد بیشترین درصد مربوط به زنان است که در منزل وقت می‌گذرانند. در قشر کم‌درآمد، ۳/۱ درصد خیلی زیاد و ۳۱/۱ به‌طور متوسط و در افراد پردرآمد، ۴/۸ درصد خیلی زیاد و ۳۱/۶ درصد خیلی کم، نمایش‌ها و تله‌تئاترهای تلویزیونی را تماشا می‌کنند. در قشر کم‌درآمد، ۳۹ درصد و در قشر کم‌درآمد، ۳۲/۷ خیلی کم و در قشر پردرآمد، ۳/۷ درصد و در کم‌درآمد ۱ درصد خیلی زیاد به برنامه‌های نمایشی رادیویی گوش می‌دهند. با توجه به یافته‌ها، در قشر پردرآمد ۹/۶ درصد خیلی کم و ۲۸/۲ درصد خیلی زیاد و در افراد کم‌درآمد ۸/۲ درصد خیلی زیاد و ۲۶/۵ درصد خیلی کم، نقش تبلیغات را در رفتن به تئاتر در ایام فراغت مؤثر دانسته‌اند (جدول ۵).

جدول ۵. درصد و فراوانی درصد فعالیت‌های فراغتی به تفکیک قشر کم درآمد و پردرآمد

کم درآمد		پردرآمد		محل گذران اوقات فراغت
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۲/۴	۴۴	۱۹/۳	۳۶	سالن‌های تئاتر
۱۲/۸	۲۵	۱۰/۲	۱۹	سینما
۱۱/۲	۲۲	۵/۹	۱۱	کانون‌های فرهنگی
۴/۱	۸	۴/۳	۸	خوابگاه دانشجویی
۱۳/۸	۲۷	۲۱/۹	۴۱	منزل
۸/۲	۱۶	۱۲/۳	۲۳	پارک
۷/۷	۱۵	۵/۹	۱۱	باشگاه ورزشی
۶/۶	۱۳	۱۱/۲	۲۱	مراکز خرید
۵/۱	۱۰	۱/۶	۳	کافی نت
۴/۶	۹	۶/۴	۱۲	کافی شاپ
۳/۶	۷	۱/۱	۲	سایر موارد
۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰	۱۸۷	مجموع
				دیدن نمایش‌ها و تله‌تئاترهای تلویزیونی
۲۹/۱	۵۷	۳۱/۶	۵۹	خیلی کم
۳۱/۱	۶۱	۲۵/۱	۴۷	کم
۳۱/۱	۶۱	۲۹/۴	۵۵	متوسط
۵/۶	۱۱	۹/۱	۱۷	زیاد
۳/۱	۶	۴/۸	۹	خیلی زیاد
۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰	۱۸۷	مجموع

بررسی عوامل اثرگذار بر فرهنگ تئاتر و تعیین جایگاه آن در اوقات فراغت... ۲۱۳

ادامه جدول ۵. درصد و فراوانی درصد فعالیت‌های فراغتی به تفکیک قشر کم درآمد و پردرآمد

محل گذران اوقات فراغت		پردرآمد		کم‌درآمد	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
گوش دادن به نمایش‌های رادیویی					
خیلی کم	۷۳	۳۹	۶۴	۳۲/۷	
کم	۴۳	۲۳	۵۲	۲۶/۵	
متوسط	۴۷	۲۵/۱	۵۶	۲۸/۶	
زیاد	۱۷	۹/۱	۲۲	۱۱/۲	
خیلی زیاد	۷	۳/۷	۲	۱	
مجموع	۱۸۷	۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰	
نقش تبلیغات در رفتن به تئاتر در ایام فراغت					
خیلی کم	۱۸	۹/۶	۵۲	۲۶/۵	
کم	۳۸	۲۰/۳	۳۴	۱۷/۳	
متوسط	۴۵	۲۴/۱	۵۱	۲۶	
زیاد	۳۴	۱۸/۲	۳۴	۱۷/۳	
خیلی زیاد	۵۲	۲۸/۲	۱۶	۸/۲	
مجموع	۱۸۷	۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰	

با توجه به جدول ۶، می‌توان دریافت که بین احساس رضایت از فراغت با میزان اوقات فراغت ( $X^2=۲۹/۹۰۸$ ،  $P \leq ۰/۰۵$ ) رابطه معناداری وجود دارد. در نتیجه، فرض صفر، دال بر اینکه احساس رضایت از گذران اوقات فراغت رابطه‌ای با میزان اوقات فراغت در قشر کم‌درآمد ندارد، تأیید نمی‌شود و فرضیه یک تحقیق مبنی بر اینکه احساس رضایت از گذران اوقات فراغت رابطه معناداری با میزان اوقات فراغت قشر کم‌درآمد دارد، تأیید می‌شود.

جدول ۶. نتیجه آزمون کای اسکوئر در خصوص رابطه رضایت از گذران اوقات فراغت با میزان اوقات فراغت قشر

کم درآمد

Sig	X <sup>2</sup>	df	شاخص متغیر
۰/۰۰۱	۲۹/۹۰۸	۱۶	رابطه رضایت از گذران اوقات فراغت با میزان اوقات فراغت قشر کم درآمد

جدول ۷ نشان می‌دهد: بین عوامل اقتصادی (هزینه بلیت تئاتر) با رفتن به تئاتر در اوقات

فراغت (X<sup>2</sup>= ۲۵/۸۰۷، P≥۰/۰۵) تفاوت معناداری وجود ندارد. در نتیجه فرض صفر دال بر اینکه از میان عوامل اقتصادی، هزینه بلیت تئاتر رابطه‌ای با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت ندارد، تأیید می‌شود. همچنین، بین عامل اقتصادی (هزینه بلیت تئاتر) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت (X<sup>2</sup>= ۶۷/۳۰۷، P≤۰/۰۵) تفاوت معناداری وجود دارد. در نتیجه فرض صفر دال بر اینکه از میان عوامل اقتصادی، هزینه بلیت تئاتر رابطه‌ای با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت ندارد، تأیید می‌شود. در نتیجه هزینه بلیت تئاتر نسبت به سینما عاملی اثرگذار بر رفتن به تئاتر در ایام فراغت است.

جدول ۷. نتایج آزمون کای اسکور در خصوص ارتباط بین قیمت بلیت تئاتر با رفتن به تئاتر

Sig	X <sup>2</sup>	Df	شاخص متغیر
۰/۴۱۸	۲۵/۸۰۷	۲۵	ارتباط بین قیمت بلیت نسبت به سینما تئاتر با رفتن به تئاتر
۰/۰۰۱	۶۷/۳۰۷	۲۵	ارتباط بین هزینه بلیت تئاتر با رفتن به تئاتر

نتایج تحقیق نشان می‌دهد: بین عامل اجتماعی (جنسیت) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت (X<sup>2</sup>= ۵/۶۷، P≥۰/۰۵) تفاوت معناداری وجود ندارد (جدول ۸).

جدول ۸. نتایج آزمون کای اسکور در خصوص ارتباط بین جنسیت با رفتن به تئاتر در ایام فراغت

Sig	X <sup>2</sup>	Df	شاخص متغیر
۰/۳۳۸	۵/۶۷	۵	ارتباط بین جنسیت با رفتن به تئاتر

بین عامل اجتماعی (تبلیغات) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت (X<sup>2</sup>= ۸۳/۶۴۳، P≤۰/۰۵) تفاوت معناداری وجود دارد. در نتیجه فرض صفر تأیید نمی‌شود و بین عامل اجتماعی (تبلیغات) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت اقشار کم درآمد (X<sup>2</sup>= ۵۶/۳۹۸، P≤۰/۰۵) تفاوت معناداری وجود دارد.



بررسی عوامل اثرگذار بر فرهنگ تئاتر و تعیین جایگاه آن در اوقات فراغت... ۲۱۵

جدول ۹. نتایج آزمون کای اسکوئر در خصوص ارتباط بین تبلیغات با رفتن به تئاتر در ایام فراغت اقبال پر درآمد و

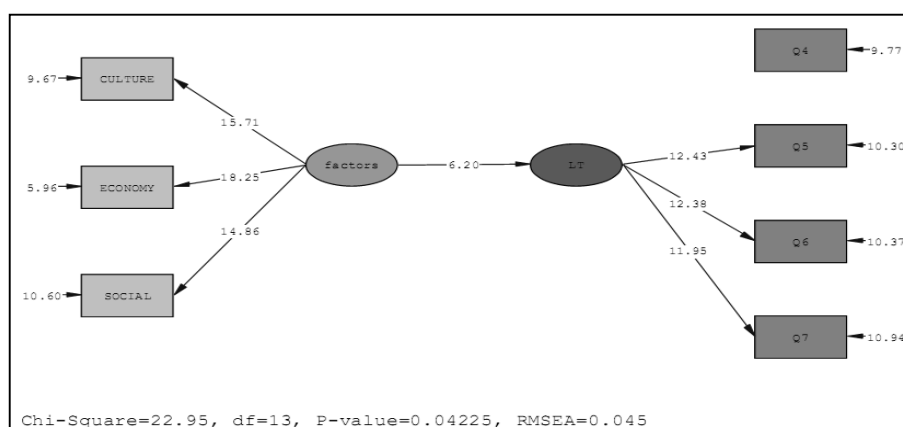
کم درآمد

Sig	X <sup>2</sup>	Df	شاخص متغیر
۰/۰۰۱	۸۳/۶۴۳	۲۰	ارتباط تبلیغات با رفتن به تئاتر در ایام فراغت افراد پر درآمد
۰/۰۰۱	۵۶/۳۹۸	۲۰	ارتباط تبلیغات با رفتن به تئاتر در ایام فراغت افراد کم درآمد

بین عامل فرهنگی (وجود سالن‌های نمایشی در محدوده سکونت) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت ( $X^2=69/191, P \leq 0/05$ ) تفاوت معناداری وجود دارد. در نتیجه فرض صفر دال بر اینکه از میان عوامل فرهنگی، وجود سالن‌های نمایشی در محدوده سکونت با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت ندارد، تأیید نمی‌شود (جدول ۱۰).

جدول ۱۰. نتایج آزمون کای اسکوئر در خصوص ارتباط بین وجود سالن‌های نمایشی در محدوده سکونت با رفتن به تئاتر

Sig	X <sup>2</sup>	df	شاخص متغیر
۰/۰۰۱	۶۹/۱۹۱	۲۰	ارتباط بین وجود سالن‌های نمایشی در محدوده سکونت با رفتن به تئاتر



شکل ۱. خروجی مدل عملیاتی نهایی (در حالت معناداری) در مورد عوامل مؤثر بر جایگاه تئاتر در اوقات فراغت

با مشاهده جدول ۱۱، مشخص شد که مدل عملیاتی در مردان کم درآمد دارای بالاترین ضریب تعیین و زنان کم درآمد دارای پایین ترین ضریب تعیین است. همچنین، مقایسه ضرایب تعیین در جدول مذکور با مدل کلی (۰/۱۵) حاکی از آن است که اعمال متغیر زنان باعث کاهش ضریب تعیین است.

جدول ۱۱. مقایسه ضرایب تعیین چهار مدل عملیاتی در اقشار کم درآمد و پردرآمد

ردیف	متغیر	ضریب تعیین	اولویت
۱	مردان پردرآمد	۰/۳۱۵	دوم
۲	مردان کم درآمد	۰/۴۳۳	اول
۳	زنان پردرآمد	۰/۰۴۳	سوم
۴	زنان کم درآمد	۰/۰۲۸	چهارم

#### ۴. جمع بندی و نتیجه گیری

نتایج تحقیق در مورد اینکه از میان عوامل اقتصادی، هزینه بلیت تئاتر نسبت به سینما رابطه‌ای با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت ندارد، نشان می‌دهد: بین عامل اقتصادی (هزینه بلیط تئاتر نسبت به سینما) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت تفاوت وجود ندارد. اما در دیگر یافته‌های تحقیق مبنی بر اینکه از میان عوامل اقتصادی، قیمت نسبی بلیت تئاتر رابطه‌ای با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت ندارد، بین عامل اقتصادی (قیمت بلیط تئاتر) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت تفاوت وجود دارد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مردم تحت تأثیر وضعیت اقتصادی و درآمد خانواده و محیط خود به سمت انواع فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی می‌روند. افرادی که به سطوح متوسط و یا پایین اجتماع تعلق دارند و یا دارای وضعیت اقتصادی مناسبی نیستند، بیشتر به سمت فعالیت‌های ساده‌تر مثل بازدید از نمایشگاه‌ها، رفتن به سینما و یا به فعالیت‌های کم‌هزینه‌تر می‌پردازند، چراکه هزینه بلیت تئاتر در مقایسه با بلیط سینما به مراتب بیشتر است. اما افراد مرفه‌تر و یا به اصطلاح پردرآمد بیشتر زمان خود را در گالری‌های خصوصی، سالن‌های نمایشی و تئاترهای حرفه‌ای می‌گذرانند که البته هزینه بلیت این گونه تئاترها نسبت به بلیط سینما به مراتب بیشتر است. در نتیجه این وضعیت اقتصادی و یا درآمندی است که تعیین کننده نوع فعالیت فرهنگی و میزان مشارکت خانواده‌ها در انتخاب

نوع فعالیت فراغتی است. این یافته با نتایج استر سرین و همکاران (۲۰۰۸) و آدامز و همکاران (۲۰۰۵) که عنوان کرده بودند افرادی که به سطوح متوسط و یا پایین اجتماع تعلق دارند و یا کم درآمد هستند و یا دارای وضعیت اقتصادی مناسبی نیستند، کمتر به سمت فعالیت‌های هنری پرهزینه مانند دیدن نمایش می‌روند، همخوانی داشت و با نتایج تحقیقات فریاری (۱۳۷۸) که خانواده‌های کم درآمد برای فعالیت‌های فرهنگی مانند رفتن به سالن‌های نمایشی هزینه می‌کنند، همخوانی نداشت. اکثر اوقات، خانواده‌های کم درآمد و یا پردرآمد برای دیدن نمایش، تئاترهای غیرحرفه‌ای را که کم هزینه‌تر و بیشتر در سالن‌های فرهنگسراها اجرا می‌شوند، انتخاب می‌کنند. در نتیجه قیمت بلیت می‌تواند عاملی اثرگذار برای نرفتن به تئاتر در ایام فراغت باشد. این یافته با نتایج تحقیق مرکز آمار (۱۳۸۶) و الهام‌پور (۱۳۸۳) که عنوان کرده بودند قیمت بلیت تئاتر در تهران مناسب با درآمدهای مردم نیست و باید فکری برای آن اندیشید، همخوانی دارد، اما به آن معنا نیست که قیمت بلیت باید پایین آورده شود و اصولاً در جوامع در حال توسعه مانند جامعه ما، بالا و پایین آوردن قیمت بلیت تئاتر نباید متوجه تماشاگران و یا هنرمندان تئاتر شود و تا وقتی که مردم نیاز به تئاتر را احساس کنند و هزینه آن را در سبد اقتصادی خود قرار دهند، دولت باید یارانه لازم را به این هنر اختصاص دهد و مردم را به دیدن تئاتر تشویق کند.

بر اساس نتایج تحقیق، بین عامل اجتماعی (جنسیت) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت تفاوت وجود ندارد. همچنین، یافته‌های توصیفی نشان داد که تنها ۵/۳ درصد زنان تمایل زیادی برای رفتن به تئاتر در ایام فراغت دارند و حدود ۳۵ درصد زنان به میزان خیلی کم این تمایل را داشتند و با توجه به ضریب تعیین مدل مفهومی نشان داده شد که زنان ترجیح می‌دهند تا در اوقات فراغت به تماشای تلویزیون بپردازند و وقت خود را با دوستان سپری کنند. از سویی دیگر در میان مردان نیز نتایج مشابه به زنان دیده شد و تنها ۸/۷ درصد به میزان خیلی زیاد و ۲۸ درصد به میزان خیلی کم به تماشای تئاتر می‌روند که آنها دلیل عدم استقبال از تئاتر را مشکلات مالی، نداشتن وقت و بی‌علاقگی عنوان کردند. البته میزان رفتن به تئاتر در میان مردان نسبت به زنان بیشتر است که با نتایج تحقیقات شون برن و همکاران (۲۰۰۲) که عنوان کردند، میزان مشارکت مردان در گذران اوقات فراغت بیشتر از زنان بوده است، همخوانی داشت.

همچنین، نتایج تحقیق در مورد این که از میان عوامل فرهنگی، وجود سالن‌های

نمایشی در محدوده سکونت رابطه‌ای با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت ندارد، نشان می‌دهد: بین عامل فرهنگی (وجود سالن‌های نمایشی در محدوده سکونت) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت تفاوت وجود دارد. هنگامی که در محدوده زندگی فرد امکانات رفاهی لازم وجود داشته و قابل دسترس باشد، به مراتب بیشتر تمایل دارد که از این گونه امکانات استفاده کند. برای مثال، وجود پارک‌ها، فرهنگسراها و یا سالن‌های ورزشی در محدوده سکونت و نزدیکی به آنها همیشه نشان داده است که افراد بیشتر ایام فراغت خود را در این گونه مکان‌ها سپری می‌کنند. با توجه به نتایج تحقیق، نشان داده شد که در محدوده سکونت خانواده‌ها اگر سالن‌های نمایشی مانند فرهنگسراها و یا سالن‌های سینما-تئاتر وجود داشته باشد، افراد بیشتر راغب خواهند بود تا در ایام فراغت به دیدن تئاتر بروند. این یافته با نتایج تحقیقات پدرام (۱۳۸۸) و الهام‌پور (۱۳۸۳)، شریعتی (۱۳۸۵) و سیبوس<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) که گفته‌اند هنرهای نمایشی در میان مردم جایگاه مطلوبی ندارد، همخوانی داشت. علت این امر، نبود مکان‌های مناسب و در دسترس برای آنان است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد: بین عامل اجتماعی (تبلیغات) با رفتن به تئاتر در اوقات فراغت تفاوت وجود دارد. این نکته نشان می‌دهد که تبلیغات شهری و محیطی در جلب توجه افراد کم‌درآمد و پردرآمد به یک میزان است. افراد از هر طبقه و جایگاه اجتماعی با دیدن این نوع تبلیغات به سوی دیدن آثار فاخر هنر تئاتر ترغیب می‌شوند و به این ترتیب و با افزایش توجه به این آثار، سالن‌ها مملو از تماشاگر شده و همین امر مدیران دولتی و گاه حتی مدیران بخش‌های خصوصی را به حمایت مالی و معنوی از یک اثر متمایل می‌کند و در نتیجه بر بهبود امکانات فنی سالن‌ها، افزایش تماشاخانه‌ها، بهبود وضعیت هنرمندان این عرصه و... کمک می‌کند. از سوی دیگر افزایش مخاطبان هنر تئاتر از راه تبلیغات و تیزرهای تلویزیونی و رادیویی را نباید دست کم گرفت. این دو رسانه به سبب فراگیر بودن و ارتباط با طیف وسیعی از مردم کشور و همچنین تکنیک‌های خاصی که با آن مخاطب را مجذوب یک کالا می‌کنند، در جلب توجه مردم به سوی هنر تئاتر نقش بسزایی دارند. کافی است برای اثبات این ادعا میزان استقبال از یک نمایشی را که شانس بهره‌گیری از تیزرهای تلویزیونی را داشته با نمایش دیگری که از چنین نعمتی محروم بوده، مقایسه کنید. نتیجه این مقایسه نشان می‌دهد که هنر تئاتر نیازمند تبلیغ و جلب توجه است.

---

1. Philippe Cibois

اگر بخواهیم این مقایسه را با آثار سینمایی انجام دهیم، درمی یابیم که تبلیغات در حیطه تئاتر بسیار کم رنگ است و همان طور که نتایج آمار توصیفی نشان داد، اگر تبلیغات کافی در این حوزه انجام شود، مردم تئاتر را به عنوان یک کالای فرهنگی در سبب فراغتی خود قرار می دهند. در ضمن، این یافته با تحقیقات پدرام (۱۳۸۸) و هاشمی نژاد (۱۳۸۶) همخوانی دارد.

## ۵. ارائه پیشنهادات

با توجه به یافته ها و نتایج حاصل از پژوهش و به کارگیری راهکارهای عملی و برداشتن گام های جدیدتر پژوهشی در راستای استفاده از تئاتر به عنوان یک کالای فرهنگی در ایام فراغت اقشار مختلف جامعه در حوزه اوقات فراغت، توصیه ها و پیشنهادات کاربردی برای این دو حوزه، به شرح زیر ارائه می شود:

۱. با توجه به تأثیر معنادار تبلیغات بر نحوه گذران اوقات فراغت، پیشنهاد می شود سازمان های مرتبط در حوزه نمایش، به گسترش تبلیغات و جذب مخاطبین خود بپردازند؛
۲. از آنجایی که به غیر از هزینه های مربوط به بلیت تئاتر، هزینه های دیگری مربوط به هزینه های جانبی مانند هزینه حمل و نقل، هزینه خورد و خوراک و... از عوامل مؤثر بر تقاضای تئاتر در اوقات فراغت است، توصیه می شود در تحقیقی خاص به بررسی چگونگی تأثیر این هزینه ها بر تقاضای تئاتر پرداخته شود؛
۳. تولید و پخش برنامه های نمایشی و اختصاص دادن یک شبکه به برنامه های نمایشی مانند تله تئاترها در ایام مختلف شبانه روز برای استفاده مردم در ایام فراغت؛
۴. تشویق رسانه های شنیداری به پخش برنامه های نمایشی و جذب مخاطبان؛
۵. ایجاد یارانه های فرهنگی برای کالاها و خدمات فرهنگی ارائه شده در حوزه تئاتر؛
۶. بررسی راهکاری برای ارائه بلیت نیم بها در تئاتر، همانند سینما؛
۷. افزایش تعداد سالن های نمایشی برای پُر کردن برنامه های ایام فراغت اقشار مختلف جامعه؛
۸. آموادگی برای تخصیص حداقل یک درصد از بودجه کل کشور به فرهنگ و هنر؛

۹. از آنجا که برقراری ارتباط مناسب با تئاتر و افزایش مخاطبان آن نیازمند بسترسازی بلندمدت است، تلاش برای نهادینه کردن تئاتر در حوزه آموزش عمومی می‌تواند به این مهم کمک کند؛
۱۰. برقراری ارتباط ساختمان‌د و تعریف شده با آموزش و پرورش برای بردن تئاتر به مدارس از طریق آموزش‌های فوق‌برنامه و اجرای چند نمایش در طول هر سال برای دانش‌آموزان و نیز دعوت از مدارس برای تماشای برخی نمایش‌های متناسب با سن دانش‌آموزان می‌تواند در بلندمدت مخاطبانی را برای تئاتر پرورش دهد که تئاتر را نیازی فرهنگی برای زندگی خود قلمداد کنند.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. الهام پور، حسین (۱۳۸۰). «بررسی الگوی گذران اوقات فراغت دانشجویان دانشگاه شهید چمران»، مجله علوم تربیتی و روانشناسی، روره سوم، شماره ۳ و ۴: ۳۹-۶۲.
۲. پدرام، فاطمه (۱۳۸۸). بررسی نقش واسطه‌های فرهنگی در ترغیب جوانان به تماشای تئاتر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۳. سازمان ملی جوانان (۱۳۸۴). سیمای جهانی گذران اوقات فراغت جوانان، دفتر مطالعات و تحقیقات و برنامه‌ریزی سازمان ملی جوانان.
۴. سلگی، محمد، بهرام صادق پور (۱۳۸۵). بررسی وضعیت اوقات فراغت جوانان، پژوهش و تحقیق سازمان ملی جوانان، گزارش ملی جوانان، تهران: انتشارات اهل قلم.
۵. شریعتی، سارا (۱۳۸۵). «ورود برای عموم در تئاتر آزاد نیست»، پژوهشنامه فرهنگستان هنر، شماره یک.
۶. عظیمی، محمدجواد (۱۳۸۶). «چرا و چگونه مخاطب برای تئاتر مهم است؟»، مجموعه مقالات سمینار پژوهشی تئاتر و مخاطب، انتشارات نمایش: ۱۶۵-۱۷۸.
۷. فریار، اکبر (۱۳۷۸). «بررسی اوقات فراغت و چگونگی گذران آن در میان اقشار مختلف مردم تبریز»، مرکز آمار ایران (۱۳۸۶) تحت عنوان «طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران».
۸. ملیشینگر، زیگفرد (۱۳۸۹). تاریخ تئاتر سیاسی، ترجمه سعید فرهودی، انتشارات سروش.
۹. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۶۵). بررسی مشخصات گرایش‌ها و نظرات تماشاگران پنجمین جشنواره سراسری تئاتر فجر.
۱۰. موشتوری، آنتیگون (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری، ترجمه حسین میرزایی، تهران: نشرنی.
۱۱. موموندی، افسر (۱۳۸۰). بررسی چگونگی گذران اوقات فراغت نوجوانان و جوانان شهر ورامین، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران.
۱۲. هاشمی‌نژاد، شهلا (۱۳۸۶). گذران اوقات فراغت مردم تهران، طرح پژوهشی، ناشر: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
۱۳. هی‌وود، لس (۱۳۸۰). اوقات فراغت، ترجمه محمد احسانی، تهران: نشر امید دانش.

### ب) منابع لاتین

1. Adams, Charles E. Matthews, Cara B. Ebbeling, Charity G. Moore, Joan E. Cunningham, Jeanette Fulton, and James R. Hebert (2005). "The Effect of Social Desirability and Social Approval on Self-Reports of leisure-time Cultural Activity", American Journal of Epidemiology. Vol. 161, No. 4 .
2. Cibois, Philippe (2007) . Les methodes d'analyse d'enquetees, PUF, coll, Que saisje? N 3782, Les publics du theatre contemporizing .

3. Dines, J.& Erik, I. (2005). Signs in USA, London: Roulledge
4. Ester Cerin, Eva Lesli. (2008). "How Socio economic Status Contributes to Participate on in Leisure – time", Journal of Social Science and Medicine.
5. Lallias et al., (2007). Le théâtre et l'école, Histoire et perspectives d'une relation passionnée, Actes sud .
6. Pitsavos, Christos, Demosthenes B Panagiotakos, Yannis Lentzas and Christodoulos Stefanadis (2005). Epidemiology of leisure-time activities in socio demography, lifestyle and psychological characteristics of men and women in Greece: the Attica Study. BMC Public Health.
7. Ryan E. Rhodes, Kerry S. Courneya, Chris M. Blanchard and Ronald C. Plotnikof (2007). Prediction of leisure-time walking: an integration of social cognitive, perceived environmental, and personality factors .International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity .
8. Schoenburn et al., (2002). A Survey Second Analysis about Leisure Times of American Citizens, National center of American Health.



## مقدمه

هویت پاسخ به چیستی و کیستی انسان‌هاست. هویت ملی بالاترین سطح هویت جمعی است که در صورت تقویت، انسجام اجتماعی را به دنبال خواهد داشت. «شرایط و زمینه‌های ساختاری، طبیعی و جغرافیایی و تنوع فرهنگی و قومی در کشور ما از یک سو و فرایند جهانی شدن و بین‌المللی‌گرایی، تحولات سیاسی در جوامع پیرامونی، به‌ویژه بعد از فروپاشی اتحاد شوروی و اشغال دو کشور عراق و افغانستان و تهدیدات مکرر دولت‌های بزرگ فرامنطقه‌ای از سوی دیگر، موجب طرح دغدغه‌ها و نگرانی‌های فزاینده‌ای از سوی مدیران ارشد و تحلیلگران مسائل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در خصوص مسائل قومی، یکپارچگی سرزمینی و اتحاد ملی در ایران شده است» (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۴۴).

از طرف دیگر در سال‌های اخیر با تسریع و تسهیل ارتباطات (جعفرزاده‌پور، ۱۳۸۹: ۴) زمینه برای ایجاد و تقویت ارتباطات قومی ایجاد شده است. این مسئله با فرایند جهانی شدن که باعث تضعیف و کمرنگ شدن نقش هویت‌ساز دولت شده، وضعیت بغرنجی را ایجاد کرده است. جهانی شدن با نفوذپذیر ساختن مرزها و فضا محوری امر اجتماعی به جای مکانمندی آن، نقش دولت را در امر هویت‌سازی به چالش طلبیده، بسترهای مناسبی برای ظهور بحران هویت و معنا فراهم آورده و در عین حرکت به سوی هم‌شکلی، انواع هویت‌های قومی را به‌عنوان مقاومت در برابر گسترش جهانی شدن تقویت کرده است. در کشور چندقومی ایران، مسئله تأثیر و چگونگی رابطه بین هویت قومی و ملی از موضوعات مهم و مورد توجه محققان و نیز سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بوده است. در همین راستا پایان‌نامه، طرح‌های پژوهشی، مقالات و کتاب‌های زیادی در این زمینه به رشته تحریر درآمده، به طوری که در چند دهه اخیر موضوع هویت ملی و هویت قومی و بررسی مسائل مرتبط با هویت و ابعاد آن، به یکی از موضوعات اصلی و محوری علوم اجتماعی و انسانی در کشور تبدیل شده و ادبیات قابل توجهی در این زمینه در سطح ملی تولید شده است.

اگرچه تمامی آنها همسو نبوده و شرایط متفاوتی را در ارتباط بین هویت ملی و قومی احصا کرده‌اند.

حاجیانی با تأکید بر این مسئله چنین آورده است: «به نظر می‌رسد که یکی از مهم‌ترین جهات و ابعاد این مسئله در ایران امروز احساس تضاد و تعارض بین هویت ملی و قومی در میان اقوام ایرانی باشد. در واقع ذات و خمیرمایه وحدت ملی را باید در هویت نسبتاً یکسان، همگرایی و همنوایی هویت‌های متعدد دانست» (همان: ۱۴۵). مطالعات قابل توجه انجام شده در حوزه هویت ملی و هویت قومی، از رویکردهای مختلف، موضوع قومیت و هویت ملی را مورد کنکاش و بررسی قرار داده‌اند. برخی صرفاً وضعیت هویت قومی در یک قوم خاص را مورد مذاقه قرار داده‌اند و گروهی به رابطه هویت قومی در دو یا چند قوم اهتمام ورزیده‌اند. دسته دیگر از مطالعات به بررسی رابطه بین هویت قومی و هویت ملی پرداخته و کوشیده است تصویری از رابطه این دو ارائه کند. بررسی اجمالی نتایج پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که در ارتباط با رابطه هویت قومی و هویت ملی نتایج مختلف و گاه متناقضی از این پژوهش‌ها به دست آمده است. همچنین این مطالعات بر مبنای هدف و روش انتخاب شده پاسخ‌های متفاوتی به این پرسش داده‌اند.

وجود هویت‌های مختلف قومی در کشور از یک سو و اهمیت هویت ملی و نقش آن در تقویت همبستگی و انسجام اجتماعی در کشور، ضرورت توجه به مسئله را دو چندان می‌کند. مقاله حاضر تلاش دارد مطالعاتی که رابطه دو هویت قومی و هویت ملی را سنجیده، با استفاده از روش فرا تحلیل مورد بررسی قرار دهد. با توجه به انباشت قابل توجه تحقیقات انجام شده در این حوزه، بازبینی و بررسی هدفمند این پژوهش‌ها می‌تواند ما را در دستیابی به تصویری شفاف از وضعیت در این حوزه ارائه عوامل تأثیرگذار بر نتایج مطالعات انجام شده، یاریگر باشد. در واقع هدف اصلی نوشتار حاضر، تبیین رابطه هویت ملی و هویت قومی در کشور است. این مقاله همچنین تلاش خواهد کرد راهکارهای عملی برای همگرایی هر چه بیشتر هویت ملی و هویت قومی ارائه کند.

## ۱. هویت

واژه «هویت» در لغت به معنای هستی، وجود، ماهیت و سرشت است. ریشه لغوی آن از

واژه «هو» گرفته شده که اشاره به غایت، نهایت و کمال مطلق دارد و موجب شناسایی و تمایز خود از دیگری می شود (معین، ۱۳۷۷). هویت در اصطلاح به معنای تلاش آگاهانه، مستمر و دائمی کنشگران برای پاسخگویی به پرسش چیستی، کیستی و نحوه شناسایی و معرفی خود در برابر دیگری است که در دو سطح خرد و کلان مطرح است. در واقع می توان گفت: آنچه به ویژگی های شخصیتی یک فرد انسانی بازمی گردد، با عنوان هویت فردی و آنچه به ویژگی هایی اجتماعی یک فرد انسانی بازمی گردد، با عنوان هویت جمعی بازشناسی می شود. بر خلاف هویت فردی، هویت های جمعی «غیر شخصی» بوده و از طریق اجتماع بر ساخته می شوند (منصورنژاد، ۱۳۸۳: ۳۶۲). هویت می تواند بر اساس تأکید بر ابعاد تمایز یا همانندی به ترتیب فردی یا جمعی باشد، اما در هر صورت اجتماعی است. به عبارت دیگر، هویت هر چند به وسیله فرد ابراز می شود و به تعریف و شناسایی فرد از خود یا انتسابش به گروه ها مربوط است، اما اساساً مقوله ای اجتماعی است، چرا که افراد هویت خود را در روند اجتماعی شدن و یا در تماس با دیگران کسب می کنند.

با توجه به تعریف فوق، هویت ملی و نیز هویت قومی یکی از انواع هویت های جمعی هستند. بنابراین یکی از مهم ترین منابع برای تعریف خود اجتماعی<sup>۱</sup> و مشتمل بر ویژگی های فرهنگ جمعی اعضا یک گروه یا جامعه و نیز روابط و مناسباتی است که فرد را احاطه کرده است. از لحاظ فرهنگی، کنشگران به وسیله فرهنگ جمعی یا مشترک اعضای یک جامعه خود را در یک مقوله طبقه بندی می کنند و بدان وسیله اشتراکاتشان را با سایر اعضای گروه (درون گروه) و تفاوت هایشان با دیگران و گروه های دیگر (برون گروه) معین ساخته و مرزبندی می کنند.

### ۱-۱. هویت ملی و هویت قومی

هویت ملی بالاترین سطح هویت جمعی است که رابطه انسان با کشورش را نشان می دهد. هویت ملی فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش هایی از خود است؛ اینکه چه کسی بوده و چه هست، خاستگاه اصلی و دائمی اش کجاست، دارای چه فرهنگ و تمدنی بوده و چه نقشی در توسعه تمدن جهانی داشته و امروز چه جایگاه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در نظام جهانی دارد و بالاخره ارزش های ملهم از هویت تاریخی او تا چه حد در

---

1. Social ego

تحقق اهداف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه مورد نظر، کارساز خواهد بود. در تعریفی دیگر هویت ملی به معنای احساس وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۷). بر اساس این تعریف، میزان تعلق و وفاداری افراد درون یک اجتماع ملی به هر یک از عناصر و نمادهای ملی؛ سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات و مردم و دولت، شدت احساس هویت ملی افراد آن اجتماع ملی را مشخص می‌سازد (همان: ۱۸).

برخی اندیشمندان هویت ملی را به معنای عبور از هویت‌های سنتی همچون مذهب، قوم، قبیله به هویت‌های فراگیرتر می‌دانند (رجایی، ۱۳۸۲: ۱۲). بر این اساس هویت ملی، هویتی است که افراد به جای این که خود را بر اساس تعلقات قومی - قبیله‌ای شناسایی کنند، بر مبنای تعلق به ملتی خاص با جغرافیا و نظام حکومتی معین شناسایی می‌کنند. هویت ملی باید چنان فراگیر باشد که تعارضی بین هویت اولیه (فردی - قومی) و هویت فراگیر (ملی) ایجاد نکند. طبق این تعریف، ویژگی‌های هویت ملی را می‌توان به داشتن ملتی خاص، جغرافیای سرزمینی و نظام حکومتی معین خلاصه کرد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تعاریف متعددی از مفهوم هویت ملی ارائه شده است. برخی به ابعاد فرهنگی و روان‌شناختی تأکید کرده و بعضی بر ابعاد جغرافیایی، تاریخ، زبان و آن را عامل پیوند و تعلق فرد به گروه یا جامعه‌ای که عضو آن است می‌دانند. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان هویت ملی را بر پایه اصول و بنیادهای مشترک دیرپای مردم یک سرزمین که بر گرد آن وحدت پیدا می‌کنند تعریف کرد (احمدی، ۱۳۸۴: ۱۳) که این بنیان‌ها اساس همبستگی ملی و توسعه اقتصادی و سیاسی در جوامع امروز هستند.

هویت قومی نیز بخشی از هویت اجتماعی افراد است که در ارتباط با هویت‌های محله‌ای، منطقه‌ای، نژادی، فرهنگی و جز آن قرار می‌گیرد. با این حال هویت قومی عنصر بارزی در میان هویت‌هاست؛ چنانکه هر یک از انسان‌ها خود را به قوم و تباری (خیالی یا واقعی) وابسته می‌دانند. ضرورت این انتساب تا حدی است که اسمیت معتقد است: اگر ملت‌ها خود را به یک ریشه قومی واقعی یا خیالی وصل نکنند، فرومی‌پاشند (گودرزی، ۱۳۸۴: ۳۲).

هویت قومی از ترکیب متنوع مؤلفه‌های قومیت به وجود می‌آید و حتی در بسیاری از موارد تنها یک مؤلفه متفاوت باعث ایجاد نوعی هویت قومی می‌شود. بنابراین در بین اقوام

مختلف مؤلفه‌های قومیت متفاوت بوده و در هر گروه قومی، هر یک از مؤلفه‌ها دارای درجات اهمیت متفاوتی هستند (احمدلو، ۱۳۸۱).

در تعریف هویت قومی اتفاق نظر چندانی وجود ندارد و هر متفکر و اندیشمندی با برجسته کردن یکی از ویژگی‌های هویتی، به تعریف آن مبادرت کرده است. آنچه از بررسی این تفاوت‌ها به دست می‌آید، این است که مسئله محوری در تعریف هویت قومی را مؤلفه‌ها و عناصر هویت قومی تشکیل می‌دهد. بنابراین «هویت قومی را بر بنیاد شناسه‌های فرهنگی، نظیر زبان، مذهب، آداب و رسوم و پیشینه تاریخی تعریف می‌کنند که با آن افراد با تمام یا برخی جنبه‌های هویتی یک گروه پیوند می‌یابند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۵۹). البته خود این مؤلفه‌ها و عناصر نیز متنوع بوده و نقش آنها در هویت‌دهی به اقوام متفاوت است. در علوم اجتماعی معاصر عموماً یک گروه قومیتی به صورت بیان مجموعه‌ای از تنوع‌ها و ویژگی‌های برآمده از دین، فرقه، کاست، منطقه، زبان، تبار، نژاد، فرهنگ و... تعریف می‌شود که گاه یک قومیت به تنهایی فقط یکی از این عناصر را در بر گرفته و با آن منطبق است و گاهی نیز شامل ترکیبی از آنها است.

## ۲. چارچوب مفهومی

با توجه به ویژگی‌های هویت قومی و هویت ملی، در بررسی حاضر از نظریات کنش متقابل نمادین، مکتب کهن‌گرایی، تئوری نوسازی و تئوری استعمار داخلی به‌عنوان چارچوب مفهومی استفاده شده است.

### ۲-۱. دیدگاه کنش متقابل نمادین

این دیدگاه تلاش دارد بنیادهای نظری هویت را در قالب سازه‌هایی اجتماعی ارائه کند. از این رو سنت جامعه‌شناختی نظریه «هویت» بیش از همه به تعامل‌گرایی نمادین پیوند خورده است. قضیه بنیادین در تعامل‌گرایی نمادین از این قرار است که مردم معانی نمادین را به اشیا، رفتارهای خودشان و دیگران اطلاق می‌کنند و این معانی را طی تعامل‌هایشان با هم منتقل کرده و بسط می‌دهند. پس معانی و در نتیجه هویت‌ها طی تعامل شکل گرفته و بسط می‌یابند. ویژگی مشترک در دیدگاه کنش متقابل نمادین، اهمیتی است که بر این محیط اجتماعی در شکل‌گیری خود قائل هستند، اما رویکردهای تعامل‌گرا به هویت، در تأکیدشان بر ساخت اجتماعی و هویت از سویی و روندها و تعاملاتی که طی آنها هویت‌ها

ساخته می‌شوند از سوی دیگر تفاوت می‌کنند (اکبرزاده، ۱۳۷۶: ۲۳).

از دیدگاه مکتب کنش متقابل نمادین، هویت معادل خود است و هویت اجتماعی که مبتنی بر اشتراکات افراد گروه یا جامعه است، ناظر بر من مفعولی. من مفعولی تحت تأثیر ارزش‌ها، ساخت‌ها، قواعد و نظام‌های اجتماعی بوده و ماهیتی متغیر، متحول و ترکیبی دارد. خود، همچنین تحت تأثیر قدرت و فرهنگ است. تعامل بین هویت (عاملیت) و ساختار اجتماعی در نظریه‌ی مید، گافمن و حتی فروید از طریق تصویرسازی از خود، تعاملات روزمره و ناخودآگاه شکل می‌یابد. بر این اساس و به دلیل اتخاذ این رویکرد و پذیرش تأثیرپذیری هویت (خود) از ساخت‌های اجتماعی، مید و سایر نظریه‌پردازان بر ترکیبی بودن، تنوع و وجود خودهای متکثر توجه داشتند (کوزر، ۱۳۷۸: ۴۹۹؛ صدیق سروستانی و حاجیانی، ۱۳۸۷: ۳۸).

چند بعدی بودن هویت ایرانی و تعامل در اجزای آن، بر اساس نظریه‌ی کنش متقابل نمادین قابل تفسیر است: «بر مبنای نظریه‌ی کنش متقابل نمادین، وجود تنوع در هویت و چندضلعی بودن آن، قابل توجیه و تبیین است. در واقع این نظریه تمهیدات لازم را برای پذیرش واقعیت هویت ترکیبی فراهم می‌سازد، چراکه بر این نکته تأکید دارد که خود، ماهیتی باز دارد و افراد بر اساس مواضع و پایگاه‌های اجتماعی متنوع خود و نیز فرایندهای جامعه‌پذیری، می‌توانند وجوه متعددی از شاکله‌ی هویتی خود ایجاد کنند و میان آنها سازگاری به وجود آورند. بر اساس این نظریه، کنشگران می‌توانند بین ابعاد مختلف هویتی خود تعادل برقرار کنند.

بر این نکته نیز باید تأکید کرد که هویت جمعی تحت تأثیر ساخت قدرت و نظام فرهنگی (به ویژه رسانه) شکل می‌گیرد؛ بنابراین هویت جمعی، ماهیتی ترکیبی دارد و نوع ترکیب آن در جامعه‌ی ایران به شکل چندبعدی نزدیک است. همچنین باید اضافه کرد که میان این ابعاد، هماهنگی، تعامل و تعادل وجود دارد، هر چند این فرض مانع از آن نیست که افراد در هر موقعیت خاص و در جریان عمل جاری خود؛ هویتی معین را به‌طور مقطعی فراخوانند» (همان: ۳۹).

## ۲-۲. مکتب کهن گرایی

این مکتب تأکید می‌کند که قومیت و ناسیونالیسم پدیده‌ای دیرین و کهن است. از مفهوم

کهن‌گرایی، بیشتر برای توصیف ریشه‌ها و استحکام وابستگی‌های قومی استفاده شده است. کهن‌گرایان دو ادعای اساسی دارند: نخست اینکه ملت‌ها و ناسیونالیسم پدیده‌های کهن هستند و دوم اینکه طبیعی و بنابراین جهانشمولند. کسانی که برجسته‌های کهن قومیت تأکید می‌ورزند، به وجود نوعی ارتباط میان قومیت و خویشاوندی و نیز روابط قومی - عاطفی میان مردمی که اجداد مشترک و گاه سرنوشت مشترک برای خود تصور می‌کنند اعتقاد دارند، هویت قومی در اینجا عنصر اساسی و محوری تحول شخصیت تلقی می‌شود که ارتباط نزدیکی با تصور «خود» مراحل اولیه جامعه‌پذیری، آموزش زبان با اعتقادات مذهبی و سیاسی دارد (احمدی، ۱۳۸۷: ۱۴۳).

کلیفورد گیدنز روابط کهن را در مفهومی فراتر از روابط خویشاوندی به کار برد و آن را با گروه‌های بسیار بزرگ مانند گروه‌های متکی به سرزمین، زبان، مذهب یا سایر سنت‌های مشترک ارتباط داد. از نظر او، در بسیاری از ملت‌های در حال تکوین، تنها معمار تشخیص واحدهای سیاسی خون، زبان، نژاد و تعلق به یک مکان، همه اجزای وابستگی‌های کهن هستند که از آنها در صورت لزوم برای تعریف گروه‌های سیاسی نیز استفاده می‌شود تا در سطح سیاست‌های ملی مطرح شوند. این گروه‌ها برای به دست گرفتن دولت با یکدیگر رقابت می‌کنند.

### ۲-۳. تئوری نوسازی

کارل دویچ بر این باور است که فرایند حذف هویت قومی در دو سطح اتفاق می‌افتد: سطح کلان و سطح خرد. در سطح کلان فرایند نوسازی به همانندسازی پیشرفته فرهنگ مسلط بر جمعیت پیرامون می‌انجامد، همچنانکه شبکه‌ای از تعاملات پهناور می‌شود و افراد پیرامون و اقلیت‌های فرهنگی و قومی روابط بیشتری با خارج از محل اقامت خود تجربه می‌کنند، این جریان همانندسازی از درون مجموعه دولت - ملت می‌انجامد (اوز کریملی، ۱۳۸۳: ۱۸۶). در سطح خرد (فردی) دویچ چنین متذکر می‌شود: «نرخ نوگرایی بستگی به میزان پذیرا بودن شخص و همبستگی وی با جلوه‌های فوق دارد. به کلامی دیگر، به اعتقاد دویچ، به میزانی که ظرفیت فرد نسبت به پذیرش تجربه‌های جدید افزایش می‌یابد، به همان نسبت میزان نوگرایی وی نیز بیشتر خواهد شد (سیف زاده، ۱۳۷۳: ۱۱۴).

#### ۲-۴. تئوری استعمار داخلی

«هشتر» مطرح کننده تئوری استعمار داخلی است. وی در کتاب خود با عنوان «استعمار داخلی» این تئوری را مطرح می‌سازد. او معتقد است: افزایش تعاملات اجتماعی میان گروه‌های قومی نیز در روند نوسازی و توسعه ضرورتاً به ایجاد اتحاد ملی و محو همبستگی‌های قومی قطعه، قطعه نمی‌انجامد، بلکه برعکس می‌تواند به تعارضات قومی منجر گردد (رمضان‌زاده و بهمنی، ۱۳۸۷: ۲۳۲). مسئله مورد تأکید در این تئوری، تعارضات قومی و جذب و ادغام اقوام است. مفروضات اصلی این تئوری چنین است که موج نامتوازن مدرن‌سازی در کشورها دو گروه را به وجود می‌آورد: گروه پیشرفته و گروه کمتر پیشرفته. در نتیجه این مزیت اتفاقی آغازین، منابع و قدرت بین دو گروه به شکلی نامساوی توزیع می‌شود که حاصل آن شکل‌گیری اقتصاد مرکز و پیرامون است. گروه پیشرفته، تخصیص نقش‌های اجتماعی را به گونه‌ای تنظیم می‌کند که نقش‌های پر اعتبارتر به اعضای آن تعلق می‌گیرند. برعکس، اعضای گروه کمتر پیشرفته از دسترسی به این نقش‌ها محروم می‌شود. هشتر این سیستم قشربندی را «تقسیم کار فرهنگی» می‌نامد. از طرف دیگر، این روند ممکن است عملاً از طریق سیاست‌های تبعیض‌آمیز - نظیر ایجاد دسترسی متفاوت به نهادهای اهداکننده نظیر نهادهای آموزشی، مذهبی یا نظامی نیز اجرا شود. تقسیم کار فرهنگی باعث می‌شود که افراد خود را با گروهشان بازشناسند و موجب رشد هویت قومی متمایز می‌گردد (گودرزی، ۱۳۸۵: ۱۸۷).

#### ۳. روش‌شناسی

امروزه در حوزه‌های مختلف علمی، با حجم وسیع و متنوعی از تولیدات علمی و آکادمیک به زبان فارسی در کتابخانه‌ها و مخازن پایان‌نامه و مجلات علمی - پژوهشی ایرانی مواجه هستیم. فراتحلیل «امکان تلخیص، ادغام، ترکیب (ستتر) و تفسیر داده‌ها، شواهد و نتایج پژوهش‌های کمی و کیفی و حتی بسط و گسترش نظریه‌ها و مدل‌های مفهومی را در بسیاری از حوزه‌های مطالعاتی از جمله علوم اجتماعی و رفتاری فراهم می‌کند» (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹: ۹). یکی از حوزه‌هایی که در کشور مطالعات قابل ملاحظه‌ای در آن حوزه انجام شده، حوزه مطالعات هویت ملی و قومی است. این پژوهش در صدد است، با توجه به اهمیت رابطه هویت قومی و ملی با یکدیگر،



پژوهش‌های موجود را در این حوزه با استفاده از روش فراتحلیل مورد کنکاش و بررسی قرار دهد.

جامعه مورد بررسی در این پژوهش، مجموعه پژوهش‌های انجام شده در قالب مقاله و پایان‌نامه که رابطه بین هویت قومی و هویت ملی را بررسی کرده‌اند در نظر گرفته شده‌اند (شامل ۲۷ اثر پژوهشی).

شیوه نمونه‌گیری در این بررسی به شیوه کل شماری است و سعی شده منابع موجود در قالب پایان‌نامه و مقاله، در دهه‌های هفتاد و هشتاد شمسی مورد مطالعه قرار گیرد. البته باید خاطر نشان کرد که گاه مقالاتی از پایان‌نامه استخراج و به صورت مقاله منتشر شده بود. بنابراین در چنین مواقعی در مرحله اول بر تحلیل و انتخاب پایان‌نامه تأکید شد، ولی چنانچه به هر دلیلی دستیابی به پایان‌نامه میسر و امکان‌پذیر نبود، مقاله استخراج شده از آن مورد استناد قرار گرفت.

#### ۴. پژوهش‌های بررسی شده

جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۱	مطالعه و بررسی مؤلفه‌های بارز هویت فرهنگی و قومی مردم بلوچ و نسبت و رابطه آن با هویت فرهنگ ملی (بلوچستان)	پایان نامه، ۱۳۷۳	داود میرمحمدی	بلوچ	پیمایش	استان سیستان و بلوچستان	در میان رؤسای خانواده‌های بلوچ ساکن شهرستان زاهدان، آن دسته از افرادی که دارای خواستگاه روستایی بوده و در مناطق روستایی و ایلی زندگی می‌کنند در مقایسه با افراد شهرنشین تمایلات قومی بیشتری دارند (همبستگی در حد ضعیف) - میان این دو متغیر (وضعیت سواد و سطح تحصیلات) با متغیر شدت قومیت‌گرایی بلوچ‌ها ارتباط شدیدی وجود دارد - افرادی که دارای مشاغل بالا و متوسط و همچنین کسانی که شاغل در رشته‌های شغلی دولتی و فروشنده‌اند در مقایسه با افراد صاحب مشاغل پایین و شاغل در رشته‌های شغلی خدمات، حمل و نقل و دامداری و کشاورزی تمایلات قومی ضعیف‌تری از خود نشان داده‌اند.	واگرا و متأثر از متغیرهای محل سکونت و نوع شغل
۲	یکپارچگی ملی و رشد هویت‌های قومی	مطالعات راهبردی، ۱۳۷۷	کاووس سید امامی	-	اسنادی	-	حفظ آداب و رسوم سنت‌ها و زبان اختصاصی هر قوم حق طبیعی آن محسوب می‌شود. در جهانی که اصل تنوع در همه شئون آن پذیرفته است، همه اقوام حق حیات و ادامه راه و روش‌های فرهنگی خود دارند. کشورهایی که چند گروه قومی را در خود جا داده‌اند با اتخاذ سیاست‌های قومی مناسب و به‌خصوص با احترام نهادن به اصل تنوع فرهنگ‌های قومی در درون مرزهای مشترک و استفاده از گفت و شنود به جای زور و اجبار می‌توانند یکپارچگی و تمامیت ارضی خود را حفظ کنند.	اظهاری نشده
۳	روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت اقوام در ایران (تحلیلی ثانویه بر داده‌های یک پیمایش ملی)	فصلنامه مطالعات ملی، ۱۳۸۰	علی یوسفی	بلوچ، ترک، فارس، کرد و لر	تحلیل ثانویه	مطالعات انجام شده در حوزه قومی	با افزایش همکاری‌های بین قومی که از ترکیب سه نوع رابطه فکری، عاطفی و معیشتی اقوام حاصل می‌شود تعلق و وفاداری اقوام به اجتماع ملی افزایش پیدا می‌کند و در مقابل با افزایش تعارضات و خصومت‌های قومی، تعلق و وفاداری اقوام به اجتماع ملی تضعیف می‌گردد. هویت ملی در هر سه بعد مذکور (تعلق خاطر مشترک به نمادهای ملی مثل: پرچم، سرزمین، سرود و زبان ملی، وفاداری مشترک به وطن، دین، مردم و دولت ملی و میراث مشترک فرهنگی و تاریخی) و در کل در بین اقوام پنج‌گانه کشور بالاست. امتیاز هویت ملی اقوام بر روی یک مقیاس ۰ تا ۱۰۰ در بین همه اقوام بالاتر از ۸۰ است که حاکی از وفاداری زیاد اقوام به اجتماع ملی است.	مستقیم و همگرا

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۴	رفتار سیاسی قوم ترکمن	پایان نامه، ۱۳۸۰	حسن پیردشتی	ترکمن	اسنادی	قوم ترکمن	افزایش همگرایی در زمان حمله یک نیروی خارجی و جنگ قبیله‌ای در مواقع ثبات؛ رفتار واگرایانه ترکمن‌ها در مرحله گذر تاریخی شکل می‌گرفت که تحت این شرایط احساس وطنی و همگرایی ملی تضعیف شده است. در این بین نقش شخصیت‌های علمی مذهبی قوم ترکمن و همچنین نیروهای کشتی بیرونی بر رفتار واگرایی نقش مهمی داشته‌اند.	همگرا در زمان وجود دشمن بیرونی - واگرا در شرایط عادی
۵	بررسی نقش هویت قومی در اتحاد ملی (مطالعه موردی: قوم بلوچ)	پایان نامه، ۱۳۸۱	ماد کاویانی راد	بلوچ	اسنادی	-	همبستگی ملی متأثر از نوع رویکرد حکومت مرکزی در برخی مناطق ایران که منطبق بر اقوام غیر فارس و غیر شیعه مذهب هستند، در دوره‌های خاص تاریخی انسجام سرزمینی کشور را به چالش گرفته است. قوم بلوچ، در جنوب خاوری کشور در استان پهناور سیستان و بلوچستان ساکن است.	اظهار نشده
۶	شکل‌گیری دولت مدرن و تأثیر آن بر قوم‌گرایی در ایران	پایان نامه، ۱۳۸۱	نصیری فرد	کلیه اقوام	اسنادی	-	سیاست‌های همانندسازی، تأکید بر ویژگی‌های قومی یک قوم خاص برای تقویت هویت ملی، عوامل خارجی و نابرابری‌های اقتصادی بر تشدید قوم‌گرایی و تضعیف هویت ملی در بین اقوام ایرانی تأثیر داشته است.	رابطه معکوس
۷	بررسی رابطه میزان رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان شهر تبریز	پایان نامه، ۱۳۸۱	حبیب احمدلو	ترک	پیمایش	جوانان شهر تبریز	افراد دارای هویت‌های گوناگونی هستند و این هویت‌ها لزوماً مقابل یکدیگر قرار نمی‌گیرند - هویت قومی و ملی دو نوع هویت جمعی هستند که افراد طی اجتماعی شدن آنها را درونی کرده و جزئی از شخصیت خود می‌سازند و از آنها در محیط‌های مقتضی استفاده می‌کنند. بنابراین افراد تناقضی بین این دو نوع هویت درک نمی‌کنند.	رابطه مستقیم و همگرا
۸	زمینه‌های انسجام ملی در آذربایجان ایران	فصلنامه مطالعات ملی، ۱۳۷۲	محمدرضا کفایش چشمید	ترک	اسنادی	-	تداوم سرزمینی که از یک سابقه چندین هزار ساله برخوردار است، به‌صورت روشن در حافظه تاریخی مردم آذربایجان نقش بسته و در ایجاد حس ایرانی در آنها، به‌عنوان یک عامل نیرومند تلقی می‌شود. تعلق خاطر عمیق آذربایجانی‌ها به مذهب تشیع در پایبندی و وفاداری واقعی آنها به کشور، تأثیری قاطع و انکارناپذیر داشته است. صرف نظر از تبعات منفی مهاجرت بی‌رویه از آذربایجان، باید اذعان داشت که این مهاجرت‌های گسترده و دگرگونی‌های جمعیتی حاصل از آن، در ادغام آذربایجان در ترکیب کلی کشور مؤثر واقع شده و در تقویت یکپارچگی ملی نقش مهم و مؤثری داشته است.	همگرا / تقویت‌کننده

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۹	بررسی صورت‌بندی الگوهای هویتی (محلی، ملیو جهانی) در میان دانشجویان دانشگاه تهران (مطالعه موردی: دانشجویان آذری و کرد دانشکده‌های علوم انسانی و فنی)	پایان‌نامه، ۱۳۸۴	روح‌الله نصرتی	آذری و کرد	پیمایش	دانشجویان آذری و کرد دانشکده‌های علوم انسانی و فنی	در مؤلفه سبک زندگی که شامل تغذیه پوشاک موسیقی تزیین منزل مدیریت بدن می‌باشد تقابل و تضادی بین سه الگو در بین هیچکدام از دانشجویان گروه‌های قومی نیست. اما در مؤلفه‌های زمینه‌ای هویت مثل مشارکت رسانه تاریخ زبان زمینه‌های تقابل دیده می‌شود که در این مورد تفاوت بارزی بین دانشجویان کرد زبان و ترک آذری زبان وجود دارد. مهم‌ترین تقابل در این زمینه میان الگوهای هویتی محلی و ملی است و تأکید بر هویت محلی به مثابه مقاومت در مقابل الگوی هویتی ملی است. به‌طور کلی باید اذعان کرد که هویت دانشجویان کرد زبان به شدت آغشته به مباحث سیاسی است و سیاست‌زدگی هویتی را در تمام عرصه‌های هویتی مثل از عرصه‌های نمادین و فرهنگی گرفته تا عرصه‌های اجتماعی و سیاسی می‌توانیم ببینیم.	تفاوت با توجه به قومیت در بین کردها رابطه معکوس در بین ترک‌ها رابطه مستقیم
۱۰	بررسی هویت ملی و هویت قومی جوانان کرد (مطالعه موردی: جوانان کرد مهاباد)	پایان‌نامه، ۱۳۸۴	سارا توشاد	کرد	پیمایش	جوانان کرد مهاباد	نتایج تحقیق قبل از هر چیز نشان‌دهنده این نکته اساسی هستند که در بررسی جوامع کردنشین شمال غرب ایران حضور اقوام ترک زبان باید به‌طور جدی در پژوهش‌ها مورد توجه قرار گیرد. مهم‌ترین نقطه این تقابل زبان کردی در برابر زبان فارسی است. و سپس مواردی چون تاریخ و سرزمین و حتی فرهنگ نامگذاری کردی اهمیت می‌یابد.	تعارض در مؤلفه‌های زبانی
۱۱	بررسی احساس تعلق به هویت ملی و قومی در بین جوانان پیرانشهر	پایان‌نامه، ۱۳۸۴	مجتوب آموسی	کرد	مصاحبه عمیق	جوانان کرد پیرانشهر	عدم تفاوت در مؤلفه‌های فرهنگی هویت قومی و ملی، تعارض شدید در مؤلفه‌های سیاسی انتقاد از حکومت	تعارض در مؤلفه‌های سیاسی - همگرایی در مؤلفه‌های فرهنگی
۱۲	نقش نیروهای مرکزگرا و مرکزگریز در همبستگی ملی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)	پایان‌نامه، ۱۳۸۵	علی نوبست امیری	کرد	پیمایش	استان کرمانشاه	مهم‌ترین چالش فراروی همبستگی ملی در استان کرمانشاه ترکیب قومی - مذهبی نیروهای مرکزگریز در چهار شهرستان سن‌نشین استان است و در بقیه نقاط پیوند مذهبی با هسته مرکزی کشور به میزان بسیار زیادی از نقش مرکزگریزی نیروهای قومی، که مهم‌ترین نیروی مرکزگریز می‌باشد، کاسته است.	تعارض به دلیل وجود نیروهای قومی - مذهبی مرکزگریز

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۱۳	عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان آذربایجانی نسبت به هویت ملی در دانشگاه تهران و تبریز	پایان نامه، ۱۳۸۵	ولی زاده	ترک	پیمایش	دانشجویان ترک در دو دانشگاه تهران و تبریز	یافته‌های تحقیق با اثبات مباحث تنوریک نشان دادند که مدرنیزاسیون ایرانی توسعه نامتوازن و همانندسازی قومی موجب افزایش احساس تبعیض و محرومیت و پنداشت بد از رفتار فارسی زبان‌ها شده و این امر خود موجب کاهش میزان رضایت از کشور می‌گردد. با کاهش میزان رضایت از کشور هویت قومی افزایش یافته و به همان نسبت از گرایش دانشجویان نسبت به هویت ملی کاسته می‌شود.	واگرایی هویت قومی و ملی احساس محرومیت و تبعیض
۱۴	رابطه قوم‌مداری زبانی و جمع‌گرایی با کاربرد زبان فارسی در محیط‌های آموزشی یک منطقه ترک زبان	نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ۱۳۸۵	پهلوان علایی	ترک	اسنادی	-	جامعه دانش‌آموزان منطقه، اساساً جامعه‌ای جمع‌گراست و این خصوصیت یکی از موانع کاربرد زبان فارسی به شمار می‌رود. از سوی دیگر، علاقه به قومیت و زبان مادری یکی از ویژگی‌های دانش‌آموزان منطقه است. اما این ویژگی بر خلاف تصور، رابط مثبتی با میزان کاربرد زبان فارسی به‌عنوان زبان دوم دارد.	همگرا
۱۵	مقایسه وضعیت هویت‌یابی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در گروه‌های قومی استان خوزستان	مطالعات ملی، ۱۳۸۵	رضی امیدیان	عرب، بختیاری و غیرعرب	پیمایش	دانش‌آموزان استان خوزستان	نتایج در رابطه با مقایسه نمره‌های هویت نشان داد که تفاوت آزمودنی‌ها در هویت کسب شده معنادار نیست ولی آزمودنی‌های عرب در حالت‌های هویت سردرگم و زود هنگام، از بختیاری‌ها و گروه غیرعرب و غیربختیاری بیشتر بودند. در حالت هویت مهلت‌خواه دانش‌آموزان عرب زبان و بختیاری‌ها از گروه سوم نمره بیشتری کسب کردند. در بعد اعتقادی، گروه عرب زبان در هویت زود هنگام بر دو گروه دیگر برتری داشتند. در حالت مهلت‌خواه، در بعد اعتقادی گروه عرب فقط بر گروه غیرعرب و غیربختیاری برتری داشت و با گروه بختیاری تفاوت معناداری نداشت. در بعد روابط بین‌فردی نتایج مشابهی به دست آمد. در حوزه هویت ملی دانش‌آموزان بختیاری از نظر هویت زود هنگام و مهلت‌خواه بر گروه سوم برتری داشتند.	اظهار نشده

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۱۶	بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز	پایان نامه، ۱۳۸۶	سید مجتبی تقوی نسب	عرب	پیمایش	اعراب شهرستان اهواز	نتایج تحلیل دو متغیره داده‌ها نشان داد که بین متغیرهای سن، شغل، درآمد، میزان مالکیت خانواده، احساس محرومیت نسبی در بعد اقتصادی، منطقه مسکونی (مختلط یا غیر مختلط)، میزان اعتماد به قوم، پابندی به هنجارهای قومی، تحصیلات، استفاده از وسایل ارتباط جمعی، رضایت از نظام جمهوری اسلامی، مشارکت در امور سیاسی و احساس محرومیت نسبی در بعد سیاسی با هویت قومی رابطه مثبت داشتند.	واگرا به دلیل احساس محرومیت در ابعاد اقتصادی و سیاسی
۱۷	تأثیر احساس محرومیت نسبی بر هویت قومی و هویت ملی (مطالعه موردی: اعراب استان خوزستان)	ایران، ۱۳۸۶ فصلنامه جامعه‌شناسی	عبدالله نوح و تقوی نسب	عرب	پیمایش	ارباب استان خوزستان	با افزایش احساس محرومیت نسبی، هویت قومی در میان مردم عرب این استان تشدید شده و در پی آن برخی جنبه‌های هویت ملی آنان کاهش می‌یابد. بنابراین، بین هویت قومی و هویت ملی اعراب استان خوزستان رابطه معکوسی وجود دارد. شایان ذکر است که در این تحقیق هویت قومی با توجه به ابعاد سه گانه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی آن مورد سنجش قرار گرفته است.	رابطه معکوس به دلیل افزایش احساس محرومیت
۱۸	همگرایی و واگرایی از هویت ملی در نشریات دانشجویی	پایان نامه، ۱۳۸۶	گنج خالو، مصدق	کرد و ترک	تحلیل محتوا	نشریات دانشجویی کرد و ترک زبان	نتایج تحلیل محتوای نشریات آذری نشان داد که سمت‌گیری این نشریات بیشتر در جهت راهبردهای تلفیقی و تخریبی است و نشریات دانشجویان کرد سمت‌گیری در جهت راهبردهای توازی و تلفیق بوده است.	اظهار نشده
۱۹	جهانی شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی: مصرف رسانه‌ای بلوچ‌های ایران و چالش‌های هویت قومی و هویت ملی	مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۸۶	سعید معینفر و شهبلی بر	بلوچ	ترکیبی (مصاحبه عمقی - بررسی اسنادی)	۳۶ نفر از مصرف‌کنندگان متون دیداری، شنیداری قومی بلوچ	جهانی شدن اقتصاد و فرهنگ، فضای جدیدی را برای بلوچ‌های ایران از حیث مصرف رسانه‌ای به وجود آورده است که از سه مشخصه عمده برخوردار است: ۱. مصرف متون قومی، ۲. مصرف انیمیشن‌های جذاب امریکایی دوبله شده به زبان قومی و ۳. مصرف گسترده فیلم‌های عامه پسند هندی. پدیده‌های فوق، نوعی سیاست فرهنگی محلی را تشکیل می‌دهند که از یک جهت، برخی از مولفه‌های سنتی هویت بلوچی را به شدت دچار چالش نموده و زمینه‌ساز نهادینه کردن مؤلفه‌های جدیدی در این هویت شده است. از جهتی دیگر، با برجسته ساختن هویت قومی سنتی، تضعیف مؤلفه‌های هویت اسلامی و شیوع عناصر فرهنگی شبه قاره هند، هویت ملی ایرانی را بحران زده کرده است.	رابطه معکوس ولی ضعیف در بعد فرهنگی و شیوع عناصر فرهنگی جهانی

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۲۰	نسبت هویت ملی و هویت قومی در میان اقوام ایرانی	مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۳۸۷	ابراهیم حاجیانی	همه اقوام	پیمایش	۸۴۰ نفر افراد بالای ۱۸ سال در ۹ شهر بزرگ کشور از ۶ گروه قومی	هویت ملی و قومی در میان اقوام ایرانی برجسته و قوی هستند و تفاوت معنی داری از لحاظ میانگین گرایش اقوام به این دو بعد هویت وجود ندارد (به جز عرب‌ها و ترکمن‌ها). روابط میان ابعاد فرهنگی و اجتماعی هویت قومی و ابعاد فرهنگی و اجتماعی ملیت، قوی و مثبت و معنادار است، اما میان ابعاد سیاسی ملیت رابطه معکوس و قوی دارند.	رابطه مثبت و همگرا بین بعد فرهنگی اجتماعی دو هویت و رابطه معکوس و قوی بین ابعاد سیاسی دو هویت
۲۱	رابطه هویت طایفه‌ای و هویت ملی با تأکید بر متغیرهای نگرشی در شهر نورآباد ممسنی	مطالعات ملی، ۱۳۸۷	مقدس و جلیبری	لر	پیمایش	۳۶۸ سرپرست خانوار لر شهر نورآباد ممسنی	همه متغیرهای فوق بجز اعتماد اجتماعی، همبستگی مثبت و معناداری با هویت ملی دارند. همبستگی متغیرهای صراحت و رابطه باز با هویت طایفه ای، منفی و معنادار بود. انگیزه عقلانی، همبستگی معناداری با هویت طایفه‌ای نداشت. همچنین، همبستگی متغیر اعتماد اجتماعی با هویت ملی و طایفه‌ای معنادار نبود. بالاخره اینکه، همبستگی هویت ملی و طایفه‌ای منفی بود. همه متغیرها با همدیگر توانستند ۵۸ درصد از واریانس تمایلات ملی گرایانه افراد مورد بررسی را تبیین کنند.	رابطه معکوس و واگرا
۲۲	بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت قومی بر اساس امنیت اجتماعی	فصلنامه دانش انتظامی، ۱۳۸۷	نبوی، حسین زاده، حسینی	کلیه اقوام	پیمایش	۶۰۰ نفر افراد ۱۶ سال و بالاتر در شهرستان اهواز	از مجموع عوامل مطرح شده، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و هویت ملی تأثیر افزایش دهنده و دو متغیر احساس محرومیت نسبی و احساس بی‌قدرتی، اثر کاهنده‌ای بر احساس امنیت اجتماعی افراد دارند. متغیر احساس بی‌قدرتی، به‌صورت مستقیم بر هویت قومی و به‌صورت معکوس بر هویت ملی افراد تأثیرگذار است. همچنین، متغیرهای هویت قومی و جنسیت، به ترتیب بر احساس امنیت جانی و احساس امنیت مالی افراد اثر گذارند.	رابطه معکوس به‌دلیل احساس محرومیت نسبی، احساس امنیت اجتماعی و احساس بی‌قدرتی

ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۲۳	رویکردی نظری به رابطه دولت سرزمینی مدرن و قوم‌گرایی در ایران	پایان نامه، ۱۳۸۷	احمدی طامه	همه اقوام	اسنادی	--	سیاست اصلی در ارتباط با قومیت‌ها در دوره پهلوی آسیمیلیاسیون و یکسان‌سازی بود ولی در دوره نوع نگاه و رویکرد به مسائل قومی و یکپارچگی ملی، دچار تغییر و تحول اساسی شده است و دولت جمهوری اسلامی به عکس دولت پهلوی، با به رسمیت شناختن تنوع قومی موجود در جامعه ایران، مبنای یکپارچگی ملی و ملت‌سازی را بر اسلام و مشارکت همه گروه‌های قومی در جامعه ملی قرار داده است، تا در سایه آن، فرایند ملت‌سازی و یکپارچگی ملی به‌طور کامل تحقق پیدا کند. این دیدگاه در قانون اساسی و سیاست‌های قومی نیز حاکم است و دولت جمهوری اسلامی با پذیرش تنوع و تکثر فرهنگی و قومی و زمینه‌سازی برای حفظ و نه استحاله آن، در عین حفظ یکپارچگی ملی، سبب تعدیل قومیت‌گرایی شدید در ایران شده است.	اظهاری نشده
۲۴	گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان	مطالعات ملی، ۱۳۸۷	اکرامی	عرب	پیمایش	عرب‌های خوزستان	بین گرایش به هویت ملی و گرایش به هویت قومی همبستگی بالایی وجود دارد، احساس محرومیت نسبی تقویت‌کننده هویت قومی	رابطه معکوس احساس محرومیت نسبی تقویت‌کننده هویت قومی
۲۵	بررسی نگرش نخبگان کرد به هویت جمعی (قومی / ملی): تحلیل گفتمان هویت قومی و ملی نخبگان استان کردستان	پایان نامه، ۱۳۸۸	سمیه رحمانی	کرد	تحلیل گفتمان	نخبگان استان کردستان	بر درون مایه فرهنگی گفتمان اغلب این نخبگان همراه با اتخاذ هویت مقاومت در برابر حاکمیت دلالت می‌کند. همچنین هویت قومی بر هویت ملی آنان برتری داشته و در کل چهار نوع نظم گفتمانی متفاوت را به خویش اختصاص داده است. گفتمان اسلامی با دو رویکرد اسلامی / قومی و روکرد اسلامی گفتمان هنری با دو رویکرد هنری و قومی / فرهنگی، گفتمان علمی با اتخاذ دیدگاهی واقع‌نگرانه از هویت قومی و گفتمان سوسیالیستی با رویکردی انسانی / قومی.	برتری هویت قومی بر هویت ملی

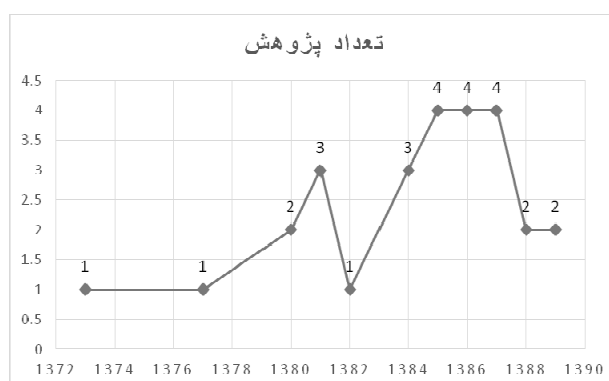


ادامه جدول ۱. فهرست پژوهش‌های بررسی شده

ردیف	عنوان پژوهش	منبع و سال	محقق	اقوام مورد بررسی	روش	جامعه آماری	یافته‌ها	نوع رابطه بین هویت ملی و قومی
۲۶	بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی شدن بر هویت قومی (مطالعه موردی: جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان بوکان	مطالعات ملی، ۱۳۸۹	بیل سحاق	کرد	پیمایش	جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان بوکان	بر اساس نتایج به دست آمده، ضریب همبستگی بین تمرکز زدایی و هویت قومی ۰/۳۳۶؛ میان تحصیلات و هویت قومی ۰/۱۲۶ و بین درآمد و هویت قومی ۰/۰۰۴ می‌باشد.	
۲۷	جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)	فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۱۳۸۹	اکرم جی، اسکندر فتحی آذر و بهمن محمدپوش	ترک	پیمایش	دانشجویان دانشگاه تبریز	بین هویت محلی پاسخگویان با هویت ملی رابطه منفی وجود دارد. به طوری که این همبستگی معکوس بین هویت محلی و هویت جهانی در میان همه گروه‌های قومی از جمله ترک‌ها، کردها و فارس‌ها به وضوح دیده می‌شود. همچنین رابطه مثبت پایگاه اجتماعی اقتصادی با هویت جهانی‌شان و رابطه منفی بین پایگاه اجتماعی اقتصادی افراد با هویت محلی آنها، قابل توجه است. در ضمن، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد: گروه‌های قومی، مذهبی و جنسی مختلف در چگونگی میزان هویت جهانی مؤثر، ولی در چگونگی میزان هویت محلی تأثیرگذار نیستند.	رابطه معکوس

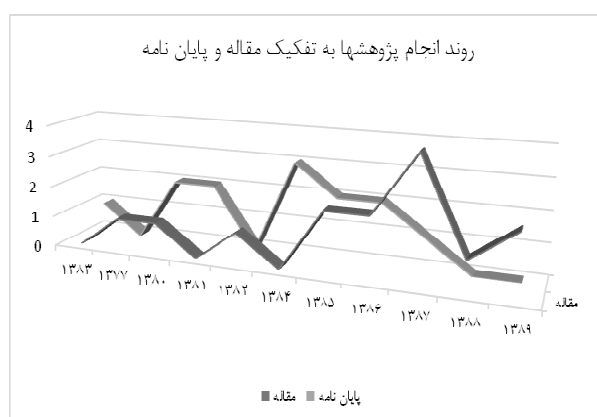
## ۵. یافته‌های پژوهش

در این پژوهش تلاش شد مقالات و پایان‌نامه‌هایی که در حوزه مطالعات قومی به بررسی رابطه هویت قومی و ملی پرداخته‌اند، جمع‌آوری و مورد ارزیابی قرار گیرد (شامل ۱۴ مقاله و ۱۳ پایان‌نامه). بررسی اقوام بررسی شده در پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد: ۳۳/۳ درصد پژوهش‌های انجام شده مطالعات خود را بر مبنای چند قومیت قرار داده‌اند. ۵۱/۹ درصد پژوهش‌های انجام شده نیز اقوام کرد، عرب و ترک را مورد بررسی و مطالعه قرار داده‌اند. همچنین اقوام مورد بررسی در پژوهش‌ها به تفکیک مقاله و پایان‌نامه نشان می‌دهد که در مقالات گروه قومی عرب و مطالعات چند قومی بیشتر از سایر موارد بوده است. قوم ترک و کرد هر یک با ۱۴/۳ درصد و اقوام بلوچ و لر هر یک با ۷/۱ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در بخش پایان‌نامه‌ها نیز مطالعات چند قومی (با ۳۸/۵ درصد) بیشتر از سایر موارد رواج داشته است. قوم کرد با ۲۳/۱، قوم بلوچ با ۱۵/۴ درصد و اقوام عرب، ترکمن و لر هر یک با ۷/۷ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. بررسی روند رشد این پژوهش‌ها نشان می‌دهد: اجرای پژوهش‌ها در این حوزه بعد از سال ۱۳۷۶ افزایش یافته است، به طوری که تا سال ۱۳۸۱ این روند همچنان سیر صعودی داشته در سال ۱۳۸۲ افت محسوسی داشته و بعد از سال ۱۳۸۲ از روند صعودی قابل توجه برخوردار بوده است. اما بعد از سال‌های ۱۳۸۵ روند نزولی آغاز می‌کند. به نظر می‌رسد که تغییر اولویت دولت، فضای سیاسی و نیز محدود شدن دانشگاه‌ها به ایجاد چنین وضعیتی انجامیده است.



نمودار ۱. تعداد پژوهش‌ها به تفکیک سال

اوج فعالیت‌های انجام شده در این حوزه مربوط به سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۴ است. به نظر می‌رسد که سیاست‌های گفت‌وگو و تعامل در دولت اصلاحات تقویت‌کننده و ترغیب‌کننده مجامع علمی برای بررسی راهکارهای ایجاد رابطه مناسب بین هویت قومی و ملی بوده است. هر چند به‌طور کلی بعد از سال ۱۳۸۴ پرداختن به این نوع پژوهش‌ها روند کاهشی داشته و بعد از سال ۱۳۸۸ این روند سیر نزولی به خود گرفته است.



نمودار ۲. روند انجام پژوهش‌ها به تفکیک نوع و سال

## ۵-۱. روش انجام پژوهش و جامعه آماری مورد بررسی

بررسی روش‌های استفاده شده در این پژوهش‌ها نشان می‌دهد: حدود ۶۳ درصد پژوهش‌های اجرا شده از روش پیمایش، ۱۱/۱ درصد از روش تحلیلی، ۷/۴ درصد از روش اسنادی و ۷/۴ درصد از روش ترکیبی بهره برده‌اند و روش‌های تحلیل ثانویه، تحلیل گفتمان و تحلیل محتوا نیز هر یک با ۳/۷ درصد کمترین کاربرد را در این پژوهش‌ها داشته‌اند. بررسی جامعه آماری پژوهش‌های انجام شده حاکی از آن است که حدود ۴۴/۴ درصد از پژوهش‌ها، یک شهر را به‌عنوان جامعه مورد بررسی انتخاب کرده‌اند. بعد از آن ۱۱/۱ درصد از پژوهش‌ها یک استان، چند استان (منطقه‌ای) و یا یک یا چند دانشگاه را به‌عنوان جامعه آماری انتخاب کرده‌اند و جامعه آماری ۳/۷ درصد نیز در سطح ملی بوده است (تنها یک مطالعه). بررسی ابزارهای استفاده شده در پژوهش‌های بررسی شده نشان می‌دهد که پرسشنامه پرکاربردترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات (با ۶۸/۴ درصد)

بوده است.

## ۲-۵. رابطه هویت ملی و هویت قومی

بررسی نتایج و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با نوع رابطه بین هویت ملی و هویت قومی نشان می‌دهد: ۵۱/۲ درصد از این پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه هویت ملی و قومی مثبت و مستقیم است، به عبارت دیگر، با افزایش میزان هویت قومی، میزان هویت ملی نیز افزایش پیدا کرده است. ۳۰/۳ درصد از پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه بین هویت قومی و هویت ملی معکوس و واگرا است. به بیان دیگر، با افزایش میزان هویت قومی، میزان هویت ملی کاهش پیدا می‌کند. حدود ۱۸/۲ درصد پژوهش‌ها نیز از داوری و اظهار نظر تک‌وجهی در رابطه هویت ملی و قومی اجتناب کرده و بیشتر به بررسی عوامل مؤثر بر هویت ملی و قومی و همچنین دلایل مؤثر بر کاهش و افزایش میزان هر یک پرداخته‌اند.

۱۸/۲ درصد نیز در گروه «بیش از یک وضعیت» قرار گرفته است. این دسته، شامل پژوهش‌هایی است که موضوع مورد مطالعه خود را به صورت عمیق‌تر و چندوجهی بررسی کرده‌اند، به طوری که از اظهار نظر کلی در مورد اینکه آیا رابطه هویت ملی و قومی واگراست یا همگرا، اجتناب کرده و ابعاد و مؤلفه‌های همگرایی و واگرایی را در فرایند پژوهش خود مشخص کرده‌اند. همچنین این گروه، مطالعاتی را شامل می‌شود که رابطه هویت قومی بیش از یک قوم را با هویت ملی بررسی کرده‌اند؛ در یکی از آنها رابطه همگرا و در دیگری رابطه واگرا گزارش شده است.

جدول ۲. نتایج پژوهش‌ها در ارتباط با نوع رابطه دو هویت

درصد تجمعی	درصد فراوانی	تعداد فراوانی	
۱۵/۲	۱۵/۲	۵	رابطه مثبت و مستقیم (همگرا)
۴۵/۵	۳۰/۳	۱۰	رابطه منفی و معکوس (واگرا)
۶۳/۸	۱۸/۲	۶	بیش از یک وضعیت
۱۰۰	۱۸/۲	۶	اظهار نشده
	۱۰۰	۲۷	کل

بررسی نتایج پژوهش در ارتباط با رابطه هویت قومی و ملی به تفکیک روش مطالعه،

حاکمی از آن است که تنها پژوهش‌هایی نتیجه رابطه هویت ملی و قومی را معکوس نشان می‌دهد که از روش کمی استفاده کرده‌اند. در واقع ۴۱/۲ درصد نتایج تحقیقاتی که از روش پیمایش استفاده کرده‌اند و ۵۰ درصد پژوهش‌هایی که از روش ترکیبی بهره گرفته‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه هویت قومی و هویت ملی رابطه‌ای معکوس و اگر است. در حقیقت می‌توان نتیجه گرفت که روش‌های پوزیتیویستی با توجه به اینکه داده‌های کیفی را به اعداد ریاضی تقلیل می‌دهند، علل و تفسیر اطلاعات را ارائه نمی‌کنند؛ این مسئله می‌تواند محققان را در تفسیر داده‌های کیفی دچار اشتباه کرده و تصویر نادرست و گاه معکوسی از واقعیت ارائه کند.

جدول ۳. روش اتخاذی و نتایج به دست آمده

جمع	رابطه همگرا		رابطه واگرا		بیش از یک وضعیت		اظهار نشده		جمع	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
پیمایش	۳	۱۷/۶	۷	۴۱/۲	۳	۱۷/۶	۴	۲۳/۵	۷	۱۰۰
تحلیلی اسنادی	۱	۲۰	۲	۴۰	۱	۲۰	۱	۲۰	۵	۱۰۰
تحلیل ثانویه	۰	۰	۰	۰	۱	۱۰۰	۰	۰	۱	۱۰۰
تحلیل گفتمان	۱	۱۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱۰۰
تحلیل محتوا	۰	۰	۰	۰	۱	۱۰۰	۰	۰	۱	۱۰۰
ترکیبی	۰	۰	۱	۵۰	۰	۰	۱	۵۰		۱۰۰
کل	۵	۱۸/۵	۱۰	۳۷	۶	۲۲/۲	۶	۲۲/۲	۲۷	۱۰۰

بررسی نتایج پژوهش در ارتباط با رابطه هویت قومی و ملی به تفکیک قومیت‌ها، حاکی از آن است که ۳۳/۳ درصد یافته‌های پژوهش‌های مرتبط با قوم ترک به این نتیجه رسیده است که رابطه بین هویت قومی و ملی این قومیت رابطه مثبت و مستقیم دارد، ۳۳/۳ درصد به این نتیجه رسیده است که بین این دو هویت رابطه متعارض وجود دارد و ۳۳/۳ درصد نیز به این نتیجه رسیده‌اند که بین این دو هویت ارتباطی وجود ندارد. در مقابل، ۴۰ درصد از یافته‌های پژوهش‌های مرتبط با قوم عرب به این نتیجه رسیده است که رابطه هویت قومی و ملی رابطه با یکدیگر رابطه معکوس دارند. به عبارت دیگر، با افزایش هویت قومی اعراب، میزان هویت ملی آنها کاهش پیدا می‌کند.

نتایج به دست آمده از یافته‌های پژوهش‌هایی که رابطه بین هویت قومی و ملی چند قوم را با هم بررسی کرده‌اند، نشان می‌دهد: حدود ۵۵ درصد این پژوهش‌ها به این نتیجه

رسیده‌اند که رابطه بین هویت قومی و ملی واگرا است.

جدول ۴. رابطه هویت قومی و ملی به تفکیک اقوام

جمع	اظهار نشده		بیش از یک وضعیت		رابطه واگرا		رابطه همگرا			
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
۱۰۰	۳	۳۳/۳	۱	۰	۰	۳۳/۳	۱	۳۳/۳	۱	ترک
۱۰۰	۵	۲۰	۱	۴۰	۲	۲۰	۱	۲۰	۱	کرد
۱۰۰	۵	۴۰	۲	۰	۰	۴۰	۲	۲۰	۱	عرب
۱۰۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۰۰	۱	ترکمن
۱۰۰	۳	۶۶/۷	۲	۳۳/۳	۱	۰	۰	۰	۰	بلوچ
۱۰۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱۰۰	۱	۰	۰	لر
۱۰۰	۹	۰	۰	۳۳/۳	۳	۵۵/۶	۵	۱۱/۱	۱	چند قومی
۱۰۰	۲۷	۲۲/۲	۶	۲۲/۲	۶	۳۷	۱۰	۱۸/۵	۵	کل

در مطالعاتی که رابطه هویت قومی و هویت ملی معکوس گزارش شده از متغیرهای تأثیرگذار و مورد سنجش «احساس محرومیت نسبی» و «احساس بی‌قدرتی» و «تعارضات سیاسی» و گاهی «عوامل اقتصادی» بوده است. چنین متغیرهایی در مطالعاتی که رابطه را همگرا گزارش کرده‌اند، مورد سنجش قرار نگرفته است. این یافته را می‌توان در راستای تأیید نظریه استعمار داخلی و کنش متقابل نمادین دانست. به‌عنوان نمونه ربانی و دیگران (۱۳۸۷) در در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه هویت ملی و قومی با تأکید بر احساس محرومیت و جامعه‌پذیری قومی» با روش پیمایش انجام شده تلاش کرده‌اند رابطه هویت ملی و قومی و تأثیر احساس محرومیت و جامعه‌پذیری قومی را بر روی دانشجویان ترک، کرد و عرب مطالعه کنند. تعداد جامعه نمونه در این ۶۸۷ نفر گزارش شده است. در این پژوهش برای سنجش هویت قومی از عناصری چون میزان آگاهی، وفاداری و گرایش افراد به نمادهای قومی همچون زبان، مذهب، آداب و مناسک و مفاخر فرهنگی استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که دانشجویان عرب دارای بیشترین میزان هویت قومی در بین دانشجویان هستند و پس از آنها دانشجویان کرد و ترک قرار دارند. دانشجویان شیعه و غیر بومی نیز نسبت به دانشجویان سنی و بومی از هویت قومی بالاتری برخوردار هستند. ولی تفاوت گروه‌های تحصیلی (علوم انسانی، علوم پایه و فنی و

مهندسی) از نظر میزان هویت قومی معنادار نیست. بررسی رابطه بین هویت قومی و ملی نیز نشان داد که در نمونه مورد مطالعه این دو متغیر در طول هم قرار دارند و مکمل یکدیگر هستند. همچنین نتایج نشان داد که بین احساس محرومیت و هویت ملی رابطه معکوس و منفی ( $R = -0/56$ ) و بین احساس محرومیت نسبی و هویت قومی رابطه مثبت ( $R = 0/18$ ) برقرار است. بررسی متغیر جامعه پذیری قومی با هویت ملی و قومی نیز نشان داد که این متغیر با هر دو نوع متغیر رابطه مثبت دارد. در پایان محققان نتیجه گیری کرده اند که ارتباط مثبت بین هویت قومی و ملی نشان می دهد که هویت ایرانی ترکیب و برآیند دیالکتیکی حاصل از تعامل و کنش همه اقوام و فرهنگ های ایرانی است. بنابراین تأکید بر یک یا چند بعد از آن در نهایت به نفع انسجام ملی نیست و اجرای تکثر قومی و فرهنگی و احترام به فرهنگ های بومی ضرورتی انکارناپذیر است. این موضوع می تواند علاوه بر تقویت هویت های قومی به تقویت هویت و انسجام ملی نیز منجر شود.

همچنین حاجیانی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «نسبت هویت ملی و قومی در میان اقوام ایرانی» که با روش پیمایش در بین ۶ گروه قومی (کرد، بلوچ، ترک، عرب، ترکمن و لر) تلاش کرده علاوه بر سنجش میزان هویت ملی و هویت قومی در ابعاد سه گانه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، نسبت و رابطه این دو هویت را بررسی کرده و مورد آزمون قرار دهد. جمعیت آماری پژوهش شامل افراد ۱۸ سال به بالا ساکن ۹ شهر بزرگ قوم نشین کشور بوده و با روش نمونه گیری چندمرحله ای، موارد نمونه انتخاب شده اند. نتایج به دست آمده در رابطه با میزان هویت ملی و قومی نشان می دهد که میزان هر دو هویت در بین اقوام مختلف نسبتاً بالا است. براساس یافته های این پژوهش، هویت قومی اقوام به ترتیب نزد ترکمن ها، عرب ها، لر ها، کردها، بلوچ ها و ترک ها قوی تر است. بررسی رابطه همبستگی میان ابعاد سه گانه دو متغیر هویت قومی و هویت ملی نیز نشان می دهد: میان بعد فرهنگی و بعد اجتماعی هویت ملی و هویت قومی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد و تنها میان بعد سیاسی هویت ملی و بعد سیاسی هویت قومی رابطه منفی و معکوس برقرار است. نتایج حاکی از آن است که هویت قومی و هویت ملی هر دو در میان اقوام ایرانی، به طور توأمان، قوت و برجستگی دارند و میان آنها رابطه تعارض آمیز و قطبی وجود ندارد. همچنین می توان گفت: میان ابعاد فرهنگی و اجتماعی هویت قومی و ابعاد فرهنگی (و تا حدودی اجتماعی) هویت ملی رابطه مثبت و قوی برقرار است، اما ابعاد سیاسی این دو نوع هویت

رابطه منفی با یکدیگر دارند.

مقدس جعفری و دیگران (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان کرد» به سنجش هویت ملی و قومی در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور سقز و بررسی رابطه بین این دو هویت و عوامل مؤثر بر پایداری به هویت قومی و ملی پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد: دانشجویان کرد نسبت به همه مؤلفه‌های هویت ملی و هویت قومی، به جز پایداری به دولت، پایداری زیادی دارند. این مسئله ناشی از نوعی احساس نابرابری (وجود تبعیض و محرومیت) است که دولت را عامل آن می‌دانند. نتایج پژوهش در ارتباط با نوع رابطه هویت ملی و قومی نیز داد که بین این دو هویت، برخلاف برخی نظریه‌ها، رابطه معکوس و متضاد وجود ندارد، بلکه رابطه بین آنها مستقیم و سازگار است. تحلیل چندمتغیره اطلاعات به دست آمده نشان می‌دهد که متغیر نابرابری اجتماعی بیش از سایر متغیرها بر هویت قومی و ملی تأثیرگذار است و بیشترین سهم را در تبیین و پیش‌بینی پایداری به هویت ملی و هویت قومی دارد.

اکوانی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان» به بررسی میزان گرایش به هویت ملی و قومی عرب‌های خوزستان می‌پردازد. تمام عرب‌های بالای هجده سال و دست کم دیپلم هفت شهر اهواز، آبادان، خرمشهر، سوسنگرد، شادگان، ملاتانی و اروندکنار جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند. هدف اصلی تحقیق، بررسی میزان گرایش عرب‌های خوزستان به هویت ملی و قومی و نیز بررسی رابطه بین وضعیت اقتصادی و میزان همگرایی افراد و گرایش آنها به عناصر هویت ایرانی است. برای گرایش به هویت ملی مؤلفه‌های «تعلق سرزمینی، تعلق به ملت، اعتماد به مسئولان و دستگاه اجرایی (دولت) و زبان فارسی» در نظر گرفته شده و هویت قومی نیز بر اساس دو شاخص «آداب و رسوم فرهنگی» و «زبان محلی» سنجش شده است. نتایج نشان می‌دهد: عرب‌ها نه تنها گرایش زیادی به هویت ایرانی و اسلامی دارند، بلکه به هویت قومی خود نیز علاقه دارند و علاقه به هویت قومی آنان باعث کاهش گرایش به هویت ملی نمی‌شود. ضمن آنکه منشأ برخی ناهمگرایی‌ها را باید در بررسی شاخص‌های عینی، همچون مشکلات اقتصادی و اجتماعی و به تبع آن «احساس محرومیت نسبی» جست‌وجو کرد، نه در مؤلفه‌های ذهنی و تمایز گرایانه.



### ۳-۵. آسیب‌شناسی مطالعات انجام‌شده

توجه و بررسی علمی این موضوع در کشور از قدمت چندانی برخوردار نیست و بیشتر مطالعات این حوزه در دهه ۱۳۸۰ انجام شده است. بررسی مطالعات قبلی نشان می‌دهد که این مسئله در سایه نگاه امنیتی قرار داشته و ورود صاحب‌نظران به این حوزه با حساسیت‌هایی همراه بوده است. بررسی مطالعات گذشته و آسیب‌شناسی آنها نشان می‌دهد که مطالعات این حوزه با برخی ضعف‌ها و کاستی‌هایی همراه بوده است. مهم‌ترین این ضعف‌ها عبارتند از:

۱. نبود اجماع در تعریف تعداد قومیت‌ها: مسئله بعدی نبود تعریف جامع از تعداد قومیت‌ها در کشور است. به‌عنوان مثال برخی از صاحب‌نظران اقوامی چون فارس، لر، تالش، گیلک، مازنی و... را در مطالعات خود وارد می‌کنند و برخی نیز اعتقاد دارند این گروه‌ها را نمی‌توان به‌عنوان یک قوم تعریف کرد. این مسئله گذشته از ریشه داشتن در برخی اختلافات سلیقه‌ای و نگرشی در تعاریف مرتبط با قومیت (که امری طبیعی است) گاه ناشی از حساسیت‌های سیاسی و غیرعلمی است.

۲. محدود بودن جامعه آماری و جمعیت نمونه: جامعه آماری این پژوهش‌ها به جز چند مورد، اکثراً به سنجش گرایش‌های قومی دانشجویان محدود شده و جمعیت نمونه آنها به چندصد نمونه خلاصه شده است. به طوری بعد از مطالعه چلبی (۱۳۷۸) تقریباً هیچ پیمایش جامعی در سطح ملی انجام نشده است. هر چند در پیمایش «نگرش‌ها ملی ایرانیان» در سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۲ بررسی هویت قومی پیش‌بینی شده، اما با توجه به محدود بودن شاخص‌های در نظر گرفته برای سنجش میزان آن، شناختی که از این مسئله ارائه می‌دهد بسیار کلی است.

۳. نبود ابزار استاندارد و واحد برای سنجش: تقریباً اکثر مطالعات انجام شده با شاخص‌های ابداعی خویش هویت قومی را مورد سنجش قرار داده‌اند و هیچ نوع ابزار سنجش استاندارد و پذیرفته شده‌ای در این زمینه وجود ندارد. علت بخشی از مطالعاتی که در ارتباط با یک قوم و در یک مقطع زمانی انجام می‌شود می‌تواند ناشی از این مسئله باشد.

۴. سطحی‌نگری در تعریف متغیرها و شاخص‌ها: تعریف متغیرها و شاخص‌های هویت قومی و به‌ویژه در بررسی عوامل مؤثر بر هویت قومی هنوز متأثر از نظریات رویکرد دیدگاه نوسازی است. وارد کردن متغیرهایی چون تحصیلات، پایگاه اجتماعی، وضعیت

اقتصادی و... و پیش فرض گرفتن رابطه معکوس این عوامل با هویت قومی و بی توجهی به مسائل ریشه‌ای تر می‌تواند باعث ایجاد شناخت مبهم از مسئله قومی در کشور شده است، چراکه این عوامل بیشتر در داخل یک گروه قومی می‌تواند کاربرد داشته باشد و مسئله تحقیر قومی که در نتیجه سیاست‌های همانندسازانه حکومت پهلوی به وجود آمده، از طریق سیستم آموزشی اعمال می‌شد. طبیعتاً افراد تحصیلکرده که امکان دستیابی به شغل و پایگاه اجتماعی بالا توسط آنها بیشتر است، به مراتب بیشتر از سایر گروه‌های اجتماعی در معرض این سیاست‌ها قرار داشته‌اند. دیگر آنکه مطالعه جنبش‌های قومی از جمله آذربایجان و تا حدودی کردستان نشان می‌دهد: گرایش‌های قومی در بین نخبگان و دانشجویان دارای پایگاه ویژه‌ای است و این گرایش‌ها از سوی قشر نخبه و تحصیلکرده به سوی توده مردم در حال سرایت و نفوذ است.

۵. ملاحظات و حساسیت‌های غیرعلمی: مسئله قومی در ایران با وجود دستاوردها و پیشرفت‌های قابل توجه، هنوز با برخی حساسیت‌ها دست به گریبان است. یکی از این حساسیت‌ها نگاه بدبینانه و تردیدآمیز به قومیت‌ها است. این نگاه در اکثر مطالعات و پژوهش‌های علمی انجام شده در این حوزه به نوعی انعکاس داشته و بر نحوه انجام آنها اثر گذاشته و باعث نادیده گرفتن بسیاری از مسائل قومی شده و بی توجهی به آنها را در پی داشته است.

۶. سطحی‌نگری و کم توجهی به ابعاد چندگانه هویت قومی: اکثر مطالعات انجام شده، هویت قومی را به صورت یک شاخص کلی در نظر گرفته‌اند، در حالی که هویت قومی دارای ابعاد گوناگونی است و وزن و اهمیت هر یک از این ابعاد با هم تفاوت دارد.

۷. کم توجهی به تفاوت‌ها و ویژگی‌های اختصاصی اقوام: اگرچه ممکن است اقوام مختلف در برخی زمینه‌ها و مسائل کلی تشابهاتی با یکدیگر داشته باشند، باید در نظر داشت که هر قوم با توجه به شرایط و حساسیت‌های خاص خویش از سایر اقوام متمایز می‌شود. از طرف دیگر میزان خودآگاهی قومی، شدت احساس تبعیض و احساس محرومیت و... در اقوام مختلف متغیر است. بنابراین نمی‌توان همه اقوام را با یک نگاه کلی و واحد مورد بررسی قرار داد.

۸. کم توجهی به ابعاد فرهنگی قومی: در مطالعات انجام شده و بررسی عوامل مؤثر بر گرایش‌های قومی ابعاد سیاسی و اقتصادی بیش از سایر ابعاد مورد توجه قرار گرفته است. این

در حالی است که یکی از مسائل اصلی اقوام دغدغه‌های فرهنگی است. امان‌اللهی که به نقش فرهنگ در دگرگونی قومی تأکید کرده بر این باور است که فرهنگ نه تنها در شکل‌گیری هویت قومی عامل تعیین‌کننده است، بلکه در تداوم، تغییر یا از بین رفتن آن نیز عامل اصلی به شمار می‌آید. وی در ادامه این مبحث به جنبه‌هایی از فرهنگ که پیدایش و تداوم یا تغییر قومیت و گوناگونی قومی - فرهنگی دخالت دارند اشاره کرده و آورده است: «بررسی گروه‌های قومی در ایران بیانگر این واقعیت است که دو عنصر فرهنگی یعنی زبان و دین بیش از عناصر دیگر در تعیین هویت قومی دخالت دارند» (گودرزی، ۱۳۸۰: ۱۹). طرح مسائل فرهنگی از قبیل داشتن نشریه محلی، تلویزیون به زبان قومی و تحصیل به زبان مادری از موضوعاتی است که از سوی اقوام مورد تأکید قرار می‌گیرد.

۹. کم‌توجهی به عنصر مذهب: اکثر اقلیت‌های قومی کشور از اقلیت‌های مذهبی نیز محسوب می‌شوند. با توجه به قابلیت‌های ویژه مذهب و وجود برخی تبعیض‌های مذهبی در کشور، این مسئله می‌تواند به‌عنوان عامل تشدیدکننده قومیت عمل کند. در مطالعات انجام شده در این حوزه به جز مطالعه ربانی و دیگران (۱۳۸۷) تفاوت مذهبی مورد توجه نبوده است.

گذشته از حساسیت و اهمیت مسائل فوق و ضرورت توجه به آنها در مطالعات قومی، مدنظر قرار دادن نکات زیر نیز لازم و ضروری است:

الف) جهانی‌شدن: با توجه به تأثیر زیاد این مسئله در فراهم کردن زمینه و عرصه‌های جدید برای تولید معنا و چالش کشیدن برخی ایده‌های سنتی و همچنین در برخی مواقع تثبیت برخی از آنها، نقش زیادی در حیات اجتماعی پیدا کرده است. زیرا جهانی‌شدن ارتباطات در عین کمک به نزدیکی و تفاهم ملت‌ها و فرهنگ‌ها، زمینه‌ساز شکل‌گیری انواع هویت‌های جداگانه قومی و رجوع به ابتدایی‌ترین وفاداری‌های قومی و منطقه‌ای شده است. روند نوسازی در شرایط جهانی‌شدن بازارهای اقتصادی و ارتباطات همگانی خود، موجب پیدایش پدیده قوم‌گرایی و جست‌وجو برای هویت قومی بوده است (سیدامامی، ۱۳۷۷: ۹).

ب) توجه به تفاوت‌های مسئله قومی در ایران از سایر نقاط جهان: برخلاف ایران در سایر نقاط جهان بین هویت قومی و مهاجرت ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. اقوام در کشورهای غربی و مهاجرپذیر در واقع مهاجرانی هستند که (به دلایل گوناگون) از سایر

کشورها در کشور مقصد سکنی گزیده‌اند. به همین دلیل، رویکرد اصلی بررسی و مطالعه هویت قومی در این جوامع، منبعث از این ویژگی است. فینی بر این باور است که افزایش جمعیت گروه‌های اقلیت (و مهاجر) در آمریکا و سایر کشورهای غربی، موجب توجه بیشتر رسانه‌ها به مسائلی همچون قطبی شدن، تبعیض و نژادپرستی شده است (Phinney, 1990: 499)، ولی اقوام ایرانی از ساکنان اصلی و بومی مناطق خود بوده و از دیرباز ساکن این مناطق هستند.

## ۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

شناخت چگونگی رابطه بین هویت قومی و هویت ملی امر بسیار حیاتی برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کلان کشور است. در دهه‌های اخیر محققان توجه ویژه‌ای به موضوع هویت جمعی به کلی و هویت‌های ملی و قومی به‌طور خاص داشته‌اند. در دو دهه اخیر مطالعات مختلفی با رویکردها و روش‌های متنوع برای بررسی وضعیت هویت قومی و هویت ملی ایرانیان انجام شده است.

یافته‌ها حکایت از آن دارد که تعداد مقالات و پایان‌نامه‌ها در دوره‌هایی با فراز و فرودهایی مواجه بوده است. به نظر می‌رسد تغییر قابل توجه و افول در تعداد این مطالعات با تغییر سیاست‌های دولت در این حوزه همسو باشد. مطالعات مورد بررسی رابطه بین دو هویت جمعی ملی و قومی را مورد سنجش قرار داده‌اند و بی‌تردید با توجه به هدف، متغیرهای مورد بررسی، روش به کار گرفته شده و جامعه آماری مورد بررسی، نتایج متفاوتی حاصل شده است. بررسی نتایج و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با نوع رابطه بین هویت ملی و هویت قومی نشان می‌دهد: اکثر پژوهش‌ها از داوری و اظهار نظر تک‌وجهی در رابطه با رابطه هویت ملی و قومی اجتناب کرده‌اند و بیشتر به بررسی عوامل مؤثر بر هویت ملی و قومی و همچنین دلایل و عوامل مؤثر بر کاهش و افزایش میزان هر یک از دو هویت پرداخته‌اند. بررسی نتایج پژوهش در ارتباط با رابطه بین هویت قومی و ملی به تفکیک قومیت‌ها حاکی از وضعیت‌های متفاوتی در بین اقوام مختلف در کشور است. به نظر می‌رسد که علت اساسی در تفاوت نتایج مطالعات مختلف، متغیرهای مورد سنجش است. در بررسی‌هایی که «احساس محرومیت نسبی»، «احساس بی‌قدرتی» و «تعارضات سیاسی» و گاه «عوامل اقتصادی» را بررسی کرده‌اند، رابطه بین دو نوع هویت را معکوس و واگرا گزارش کرده و پژوهش‌هایی که این متغیرها را مورد سنجش قرار

نداده‌اند، وضعیت‌های دیگری را اعلام داشته‌اند. با توجه به این مهم، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که واگرایی بین دو هویت را می‌توان با تمهیداتی نظیر محرومیت‌زدایی، بهبود و رونق اقتصادی در مناطق قومی و استفاده از ابزارهای فرهنگی، تقلیل داد و تلاش کرد از این طریق انسجام ملی را تقویت کرد.

در پایان ذکر چند نکته کلی که در حین فرایند انجام تحقیق به دست آمد خالی از لطف نخواهد بود:

- با توجه به حساسیت موضوع قومیت و هویت قومی در کشور، دانشگاه‌ها، مراکز دانشگاهی و دانشجویان نسبت به سایر اقشار جامعه در پرداختن به این مباحث پیشرو بوده‌اند، چراکه مطالعات این حوزه در دهه ۱۳۷۰ و قبل از آن در انحصار عده‌ای خاص بوده که عموماً رویکردی امنیتی به مسئله داشتند و سایرین چندان رغبتی به پرداختن به این مباحث حوزه از خود نشان نمی‌دادند.

- نمودار رشد مطالعات این حوزه حاکی از آن است که باز شدن نسبی فضای سیاسی دانشگاه‌ها در اوایل دهه ۱۳۸۰ در گسترش مطالعات این حوزه نقش بسیار زیادی داشته است. همان‌گونه که با تغییر دولت در نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ شاهد کاهش قابل توجه در تعداد پژوهش‌های این حوزه هستیم. در واقع از آنجا که برخی از شاخص‌ها و متغیرهای مورد بررسی در سنجش هویت قومی «احساس محرومیت نسبی» و «احساس رضایت اجتماعی» است، با توجه به فضای حاکم بر دانشگاه‌ها و جامعه در اواخر دهه ۱۳۸۰، سنجش چنین متغیرهایی را با مشکلاتی مواجه می‌کرد و محتمل است که کمتر محقق‌های علی‌رغم مسئله بودن موضوع هویت، تمایل به رصد آن داشته است.

- نکته بعدی اینکه توجه همزمان چند رشته به مباحث این حوزه، امکان بررسی عمیق‌تر و از ابعاد گوناگون این مسئله را فراهم کرده است. چنانکه یافته‌ها نشان می‌دهد: علاوه بر حضور افراد و صاحب‌نظران علاقمند خارج از دانشگاه، در سطح دانشگاهی نیز رشته‌های مختلفی چون جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، ارتباطات، علوم سیاسی، جغرافیای سیاسی و... به پژوهش در این حوزه علاقه نشان داده‌اند. هر چند جای خالی پژوهشگران و صاحب‌نظرانی از رشته‌های حقوق، روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، علوم تربیتی و... تا حدودی احساس می‌شود.

- اگرچه بررسی مسئله هویت قومی در رشته‌های مختلف و از ابعاد گوناگون این

فرا تحلیل رابطه هویت ملی و هویت قومی در ایران ۹۳

موضوع، اتفاق درخور توجه و میمونی است، متأسفانه سهم پژوهش‌های بین‌رشته‌ای در بررسی موضوع قومیت بسیار ناچیز و اندک است و علی‌رغم فراهم بودن زمینه‌ها و بسترهای پژوهش بین‌رشته‌ای در این حوزه، اقدام قابل تأملی صورت نگرفته است.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. آموسی، مجنون (۱۳۸۴). بررسی احساس تعلق به هویت ملی و قومی در بین جوانان پیرانشهر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۲. احمدلو، حبیب (۱۳۸۱). بررسی رابطه میزان هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۳. احمدی طامه، محمدرضا (۱۳۸۷). رویکردی نظری به رابطه دولت سرزمینی مدرن و قوم‌گرایی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا، تهران: دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
۴. احمدی، حمید (۱۳۸۴). «هویت ملی ایرانی در گستره تاریخ»، مجموعه مقالات در آمدی بر فرهنگ و هویت ایرانی، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۵. اکوانی، سیدمحمدالله (۱۳۸۷). «گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، زمستان، شماره ۳۶: ۱۲۶-۹۹.
۶. امیدیان، مرتضی (۱۳۸۴). «مقایسه وضعیت هویت‌یابی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در گروه‌های قومی استان خوزستان»، فصلنامه مطالعات ملی، سال ۴، شماره ۷ (پیاپی ۲۸): ۱۲۴-۱۰۹.
۷. اوزکریملی، اوموت (۱۳۸۳). نظریه‌های ناسیونالیسم، ترجمه مصطفی امیری، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۸. پیردشتی، حسن (۱۳۸۰). رفتار سیاسی قوم ترکمن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۹. تقوی نسب، سیدمجتبی (۱۳۸۶). بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی دانشگاه شیراز.
۱۰. جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۸۹). «کتاب‌های درسی و هویت ملی: فراتحلیل مطالعات انجام شده بر کتاب‌های درسی»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات ملی، شماره ۴۲.
۱۱. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۷). «نسبت هویت ملی و هویت قومی در میان اقوام ایرانی»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۳ و ۴، پاییز و زمستان: ۱۶۴-۱۴۳.
۱۲. حبیبی، اکرم، اسکندر فتحی آذر و بهمن محمدبخش (۱۳۸۹). «جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره سوم، شماره ۲، تابستان: ۱۲۱-۱۰۱.
۱۳. دوست‌امیری، علی (۱۳۸۵). نقش نیروهای مرکز‌گرا و مرکز‌گریز در همبستگی ملی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیای سیاسی، دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
۱۴. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۲). مشکله هویت ایرانیان امروز، تهران: نشر نی.
۱۵. رحمانی، سمیه (۱۳۸۸). بررسی نگرش نخبگان کرد به هویت جمعی (قومی / ملی): تحلیل

- گفتمان هویت قومی و ملی نخبگان استان کردستان، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۶. رمضان‌زاده، عبدالله و محمدعلی بهمنی قاجار (۱۳۸۷). «هویت ایرانی و چندگانگی قومی»، فصلنامه مطالعات ملی ۳۳، سال نهم، شماره ۱.
۱۷. سبحانی، جلیل (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی شدن بر هویت قومی (مطالعه موردی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهرستان بوکان)»، فصلنامه مطالعات ملی، سال یازدهم، شماره ۱، پیاپی ۴۱.
۱۸. سیدامامی، کاووس (۱۳۷۷). «یکپارچگی ملی و رشد هویت‌های قومی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۱.
۱۹. سیف‌زاده، سیدحسن (۱۳۷۳). نوسازی و دگرگونی سیاسی، تهران: نشر قومس.
۲۰. صدیق سروسرستانی، رحمت‌اله و ابراهیم حاجیانی (۱۳۸۷). «مطالعه تجربی منابع هویت ایران»، فصلنامه مطالعات ملی ۳۴، سال نهم، شماره ۲.
۲۱. علایی، بهلول (۱۳۸۵). «رابطه قوم‌مداری زبانی و جمع‌گرایی با کاربرد زبان فارسی در محیط‌های آموزشی یک منطقه ترک زبان»، نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی، نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی (تبریز) پاییز و زمستان، شماره ۴۹: ۳۹-۱۵.
۲۲. قاضی طباطبایی، محمود و ابوعلی ودادهیر (۱۳۸۹). فرا تحلیل در پژوهش‌های اجتماعی و رفتاری، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۲۳. کفاش جمشید، محمدرضا (۱۳۸۲). «زمینه‌های انسجام ملی در آذربایجان ایران»، فصلنامه مطالعات ملی، سال چهارم، شماره ۴ (پیاپی ۱۶)، زمستان: ۳۹-۱۵.
۲۴. کوزر، لوئیس (۱۳۷۸). زندگی دامنه پیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
۲۵. گل محمدی، احمد (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نشر نی.
۲۶. گنج‌خانلو، مصدق (۱۳۸۶). همگرایی و واگرایی از هویت ملی در نشریات دانشجویی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسیدانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی.
۲۷. گودرزی، حسین (۱۳۸۰). «توسعه سیاسی و مشارکت‌پذیری جامعه کرد در ایران»، فصلنامه مطالعات ملی، سال سوم، شماره ۹.
۲۸. گودرزی، حسین (۱۳۸۵). مفاهیم بنیادین در مطالعات قومی، انتشارات تمدن اسلامی.
۲۹. منصورنژاد، محمد (۱۳۸۳). «روش‌های قرآنی و روایی در حل بحران هویت دختران»، مبانی نظری هویت و بحران هویت، علی علیخانی، پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۳۰. معیدفر، سعید و عبدالوهاب شهلی بر (۱۳۸۶). «جهانی شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی: مصرف رسانه‌ای بلوچ‌های ایران و چالش‌های هویت قومی و هویت ملی»، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تربیت معلم بهار و تابستان، شماره ۱۵ (پیاپی ۵۷-۵۶): ۲۰۸-۱۸۳.
۳۱. معین، محمد (۱۳۷۷). فرهنگ معین، جلد ششم، تهران: انتشارات امیرکبیر.



۳۲. مقدس جعفری، محمدحسن، داور شیخاوندی و حامد شریف پور (۱۳۸۷). «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان کرد: مطالعه موردی دانشگاه پیام نور سقز»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، بهار، شماره ۳۳: ۹۷-۱۲۶.
۳۳. مقدس، علی اصغر و الله رحم حیدری (۱۳۸۷). «رابطه هویت طایفه‌ای و هویت ملی با تأکید بر متغیرهای نگرشی در شهر نورآباد ممسنی»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، شماره ۱۹: ۱۷۷-۱۵۱.
۳۴. میرمحمدی، داود (۱۳۷۳). مطالعه و بررسی مولفه‌های بارز هویت فرهنگی و قومی مردم بلوچ و نسبت و رابطه آن با هویت فرهنگ ملی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳۵. نصرتی، روح‌الله (۱۳۸۴). بررسی صورت‌بندی الگوهای هویتی (محلی، ملی و جهانی) در میان دانشجویان دانشگاه تهران، مطالعه موردی: تطبیقی دانشجویان آذری و کرد دانشکده‌های علوم انسانی و فنی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳۶. نصیری فرد، تیمور (۱۳۸۱). شکل‌گیری دولت مدرن و تأثیر آن بر قوم‌گرایی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
۳۷. نوشادی، سارا (۱۳۸۴). بررسی هویت ملی و هویت قومی جوانان کرد: مطالعه موردی جوانان کرد مهاباد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳۸. یوسفی، علی (۱۳۸۰). «روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت اقوام در ایران»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۸، تابستان: ۱-۲۹.

## ب) منابع لاتین

1. Phinney, Jean (1990). "Ethnic Identity in Adolescents and Adults: Review of Research", *Psychological Bulletin*, Vol. 108, No. 3 .