

هویت ملی

ابراهیم حاجیانی*

مقدمه

هویت یکی از مفاهیم مهم علوم اجتماعی است که ابزار مناسبی برای فهم و تحلیل شرایط اجتماعی- فرهنگی تلقی می‌شود و حتی به جای مفاهیمی مانند طبقه اجتماعی، نسل و جنسیت به کار می‌رود چرا که به نظر می‌رسد می‌تواند زوایا و لایه‌های عمیق‌تر و اساسی‌تر اوضاع اجتماعی را گزارش و تعریف کند. در واقع، هویت از حیث مفهومی مقوله‌ای است که جوهر و اساس بسیاری از پدیده‌های فرهنگی و اجتماعی به شمار می‌آید و شاخص یا علت آنها نیز محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، هویت بر نحوه و کیفیت بسیاری از رفتارهای کنشگران و عاملان انسانی اثرگذار است (Thompson, 2001: 18). هویت به عنوان ابزاری تحلیلی دو بعد مهم فردی و جمعی دارد. جنبه فردی آن در روان‌شناسی و علوم رفتاری و تعلیم و تربیت و اخلاق مورد توجه قرار می‌گیرد و بعد جمعی آن حوزه مورد علاقه محققان علوم اجتماعی است.

هویت جمعی^۱ ابعاد متعددی دارد و یکی از ابعاد مهم آن هویت ملی است. در این گزارش تلاش می‌شود توصیفی نسبتاً جامع و مبتنی بر یافته‌های تجربی پژوهش‌های علمی معتبر از ابعاد مختلف مفهوم هویت ملی در ایران ارائه شود. در واقع، ضرورت و اهمیت پرداختن به مقوله هویت در ایران از آن جهت است که هویت و کم و کیف آن جوهره و ذات فرهنگ هر جامعه و تحولات آن را نشان می‌دهد. در میان سطوح مختلف هویت، مقوله هویت ملی نقش برجسته‌ای دارد.

۱. تعاریف

۱.۱. هویت

مفهوم هویت ریشه در علوم ریاضی دارد و به شباهت و همسازی‌های موجود بین دو پدیده و «تفاوت درصد صفر» در ریاضیات اطلاق می‌شود. فقدان تفاوت در علم ریاضی به چیزهایی مربوط است که صرف نظر از تأثیر عوامل و شرایط بیرونی، تفاوت بسیار ناچیز (در حد صفر) با هم داشته باشند (Maleeseviac and Haugaard, 196: 2002). اصطلاح هویت با این زمینه مفهومی در علوم اجتماعی به کار گرفته شده است. در علوم اجتماعی، هویت جمعی به اعضای یک گروه یا مقوله اطلاق می‌شود که خود را متفاوت با دیگران (دیگر گروه‌ها و مقولات) و مشابه با اعضای درون گروه می‌دانند (ibid.: 197).

هویت در پاسخ به سؤال «من کیستم؟» (Who am I) در «من ... هستم» بروز می‌یابد (Woodward, 2000: 1). همچنین هویت به وسیله مشابهت^۲ و تفاوت^۳ مشخص می‌شود. شباهت به کسانی که مثل ما هستند و تفاوت با کسانی که مانند ما نیستند (ibid.: 7).

از نظر کاستلر، هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است. وی هویت را فرایند معناسازی براساس یک ویژگی فرهنگی با مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داشته باشد می‌داند و سه نوع هویت مشروعیت‌بخش، هویت مقاومت، و هویت برنامه‌دار را از هم متمایز می‌سازد (کاستلر، ۱۳۸۰: ۱۱۳). آنتونی گیدنز نیز در تعریف هویت- خود^۴ بر خصلت

2. similarity

3. difference

4. self-identity

* دکترای جامعه‌شناسی و عضو هیئت علمی مرکز تحقیقات استراتژیک

1. collective identity

درآمد، شغل، تحصیلات، اعتقادات، نگرش‌ها، سبک زندگی و نوع خانواده است (همان: ۸۶). محل اقامت، منزل، حیاط، دکوراسیون خانه، لباس، اتومبیل، و حتی لهجه هویت طبقاتی و قالب‌های رفتاری و زبانی را شکل می‌دهد.

- هویت ملی: به معنای هویت‌یابی با مرجع ملی است.

۳.۱. هویت ملی

همان‌گونه که اشاره شد، هویت جمعی می‌تواند مراجع مختلفی (مکان، سرزمین، طبقه، گروه سنی، جنسیت، معلولیت و...) داشته باشد، اما یکی از مهم‌ترین منابع هویت جمعی یا اجتماعی ملت است که موجب طرح مفهوم ملیت و هویت ملی می‌شود. از نظر تامپسون، مفهوم اساسی در هویت ملی «احساس تعلق» به یک «ملت» است. در واقع، مردم همواره می‌خواهند بخشی از ملت خودشان باشند و بدان وسیله شناسایی شوند (Thompson, 2001: 21). می‌توان گفت که در میان انواع تعلقات، تعلق به واحد ملی اولویت اساسی انسان‌ها به شمار می‌آید و تقریباً تمامی نظریاتی که معتقد به افول ملت‌ها و از بین رفتن مرزهای جغرافیایی هستند دچار سوءتفاهم و اغراق و اتخاذ رویکرد غیرواقع‌بینانه شده‌اند. آنتونی اسمیت هویت ملی را بازتولید و بازتغییر پایدار ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، افسانه‌ها و سنت‌ها می‌داند که عناصر متمایزکننده هر ملتی هستند. از دیدگاه وی، هویت ملی عبارت است از نوعی احساس تعلق فرهنگ‌محور، تمایزآفرین و تداوم‌بخش به یک ملت که دولت و گفتمان‌های مسلط با بهره‌برداری از منابعی معین آن را به وجود می‌آورند و حفظ و تعریف می‌کنند. وی اضافه می‌کند که هسته هویت ملی «تداوم و تمایز» است (اسمیت، ۱۳۸۳: ۶۸).

براساس نظریه ایساکس، هویت از احساس تعلق به آنچه گروه ملی نامیده می‌شود به وجود می‌آید. ذات هویت وابستگی و دلبستگی‌های دیرینه است. هویت از جایی که فرد در آن متولد می‌شود به وجود می‌آید یا آغاز می‌شود (Maleseviac and Haugaard, 2002: 201).

دیوید میلر نیز با تأکید بر عنصر باورهای مشترک در شکل‌گیری هویت ملی، اصرار دارد که ایستارها و باورهایی که هر ملت را می‌سازند اغلب در لایه‌های عمیق‌تر ذهنی پنهان‌اند. ملت‌ها و گروه‌های قومی مجموعه افرادی هستند که به واسطه ویژگی‌های فرهنگی مشترک و شناخت متقابل گرد هم می‌آیند و هیچ فاصله‌ای بین آنها وجود ندارد (میلر، ۱۳۸۳: ۱۰۸).

تمایزی تأکید دارد که شخص برحسب زندگینامه‌اش به طور بازتابی می‌فهمد که به نظر می‌رسد برداشت دقیق و ظریفی از تعامل فرد و جامعه باشد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۵۴). جنکینز بر این مفروض که هویت فرد ساخته اجتماع است اصرار دارد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵). با این پیش‌فرض که هویت جمعی و هویت اجتماعی یکی هستند، باید گفت هویت جمعی میزان تعلق ما را به یک گروه نشان می‌دهد (Woodward, 2000: 15). هویت جمعی دارای مشخصه‌های زیر است:

- بین اینکه من چگونه خودم را می‌بینم و اینکه دیگران چگونه من را می‌بینند ارتباط برقرار می‌سازد؛
- بین فرد و جامعه ارتباط برقرار می‌کند؛
- به وسیله تفاوت‌ها و شباهت‌ها مشخص می‌شود؛
- شامل درگیری‌های^۱ فعال است که تنش بین عاملیت انسانی و ساختار اجتماعی را نشان می‌دهد (ibid.: 13).

۲.۱. انواع هویت جمعی

- هویت فرهنگی: به این معناست که فرهنگ ما چقدر در تعریفی که از خود داریم تأثیر می‌گذارد.
- هویت قومی: به معنی استفاده از برخی ابعاد و زمینه‌ها و پیشینه فرهنگی یک گروه برای جدا کردن آن از دیگران است.
- هویت مبتنی بر جنسیت (هویت جنسی): جنسیت ما و تعریف ما از نقش جنسی خود یکی از ابعاد هویت اجتماعی ماست.
- هویت معلولیت: برداشت مبتنی بر ظاهر فیزیکی و دسته‌بندی افرادی را که ظاهری غیرمعمول دارند می‌توان نوعی شناسایی مبتنی بر معلولیت تلقی کرد (گودیکانست، ۱۳۸۳: ۸۱).
- هویت سنی (سن‌پایه): به معنای دسته‌بندی افراد براساس سن و بر مبنای ظاهر فیزیکی یا گفته‌های خود آنان است.
- هویت مبتنی بر طبقه اجتماعی: ملاک این دسته‌بندی

1. engagement

- احساس افتخار به هویت تاریخی مشترک و دلبستگی تاریخی.

۴.۱. شاخص‌های هویت ملی

- منظور از «هویت» میزان احساس تعلق و تعهد فرد به مشخصه‌های اصلی ملیت ایرانی است.
- تعلق^۱ به معنای علقه عاطفی و احساسی و تعلق خاطر فرد به عناصر ملیت ایرانی است.
- تعهد^۲ نیز به مفهوم درگیری فعالانه و مثبت فرد در عناصر ملیت ایرانی، مشارکت، و نگرش مثبت به جامعه ایرانی است.
- عناصر اصلی ملیت ایرانی معمولاً در سه بعد اجتماع، فرهنگ و دولت سنجیده می‌شوند و این سه معادل میهن‌دوستی^۳ یا وطن‌پرستی در نظر گرفته می‌شوند.

بعد اول: هویت فرهنگی (هویت جمعی فرهنگی ایرانی)

منظور از این بُعد، تعهد، تعلق، ارزیابی مثبت، و احساس علاقه عاطفی (تعلقات وطنی) نسبت به فرهنگ ایران است. این بعد که بیانگر جنبه فرهنگی هویت ملی یا میهن‌پرستی است، نشان‌دهنده احساس همدلی، همفکری، تعلق، سربلندی، افتخار به میراث و نهادهای مشترک، و علاقه عاطفی و احساسی نسبت به آنهاست که موجب غرور ملی^۴ می‌شود. شاخص‌های بُعد فرهنگی هویت به قرار زیر است:

بعد سوم: بعد سیاسی هویت ملی

معنای این بعد، همگامی ملی، وفاداری ملی، احساس تعهد و تعلق و تکلیف نسبت به کشور ایران و، به عبارت مشخص‌تر، احساس وظیفه نسبت به پاسداری از اجتماع ملی، اعتقاد به حاکمیت مستقل ملی در محدوده مرزهای موجود، آگاهی از تفاوت‌های ملی با سایر ملل، و تعهد به اهداف ملی و نهادهای اساسی کشور است.

۲. رویکرد نظری: هویت و توسعه

برای توصیف و تبیین کلی هویت، چارچوب مفهومی نظریه کنش متقابل نمادین^۵ که مید، کولی و برومر مطرح کرده‌اند تا حد زیادی پاسخگوست. مید غنی‌ترین و اقناع‌کننده‌ترین گزاره‌ها را ارائه داده است که مضمون اجمالی آن تأکید بر تکوین خود^۶ یا همان هویت

- احساس تعلق به میراث فرهنگی شامل زبان فارسی، ادبیات، موسیقی، معماری، جشن‌های باستانی مثل نوروز و چهارشنبه‌سوری، سنت‌های فرهنگی، مشاهیر ادبی و شخصیت‌های تاریخی، و تاریخ ملی؛
- تعلق خاطر به نمادهای ملی و میهنی مثل پرچم و سرود، ترجیح سرزمین مادری، و عشق ورزیدن به ایران؛
- احساس تعلق نسبت به فرهنگ و روش زندگی سنتی ایرانیان مانند رسوم، آداب، تابوها و ارزش‌های اجتماعی، و اعتقاد به ضرورت حفظ سنت‌های ایرانی؛

1. belonging

2. commitment

3. patriotism

4. national pride

5. Symbolic Interaction Theory (SIT)

6. self

می‌شوند بررسی گردد (Robyn, 2005: 17).

هویت و توسعه نیز تأثیر متقابل و دوسویه‌ای بر یکدیگر دارند. اگر توسعه را «فرایند افزایش ظرفیت‌ها» تلقی کنیم، پیش شرط مهم تحقق توسعه آن است که کنشگران انسانی، به مثابه عاملان و حاملان توسعه، از نظر فردی و اجتماعی، صاحب هویت منسجم و تثبیت‌شده‌ای باشند. در واقع، چنین انسان‌هایی می‌توانند، با ثبات و اطمینان لازم، جامعه و سازمان و خانواده و خود را به سمت اهداف تکاملی و توسعه‌ای سوق دهند. در میان انواع هویت جمعی، تقویت هویت ملی شرط ضروری‌تر تحقق توسعه است. هویت ملی قوی فرایند توسعه ملی را شتاب می‌بخشد و آن را به مثابه یک ضرورت جمعی برای جوامع مطرح می‌کند. درباره اهمیت نسبت هویت و توسعه باید گفت که معمولاً مهم‌ترین نیروی پیش‌برنده ایدئولوژی توسعه‌گرا^۲ و توسعه‌خواهی، هویت ملی بوده است. ملی‌گرایی، با ترغیب ملت برای رسیدن به ملت‌های توسعه‌یافته‌تر و پیشی گرفتن از آنها، منابع موجود را در جهت سیاست‌های توسعه‌ای بسیج می‌کند. در واقع، یکی از مؤلفه‌های مهم دولت و جامعه توسعه‌گرا و حاکمیت و هژمونی یافتن، فرهنگ و ایدئولوژی و هویتی متمایل به تغییر و تحول و پیشرفت است (لفت‌ویک، ۱۳۸۴: ۱۱). در شرایط قوت هویت ملی و یکپارچگی و انسجام آن، تفاوت‌ها و شکاف‌های شدید قومی و فرهنگی و مذهبی، به‌خصوص در جایی که توأم با نابرابری گروه‌ها باشد، تعدیل می‌شود. به همین ترتیب، هویت ملی قوی تنش‌های میان‌فرهنگی را کاهش می‌دهد و فرایند دموکراتیک کردن را تسهیل می‌کند، و دموکراسی نهادینه‌شده خود زمینه مهمی برای توسعه است. هویت ملی منسجم، با تقویت امید به آینده، انگیزه پیشرفت ایجاد می‌کند. همچنین مشارکت مؤثر دسته‌جمعی (با ماهیت داوطلبانه) را گسترش می‌دهد و، از طریق تقویت دموکراسی، بر سرعت فرایند توسعه می‌افزاید. به همین منوال، هویت ملی تقاضای خودمختاری و استقلال‌طلبی را در جوامع چندقومی کاهش می‌دهد تا امکان بسیج همه منابع برای توسعه فراهم آید. باید افزود که شرایط مساعد هویتی ائتلاف میان نخبگان سیاسی را ممکن می‌سازد و توانمندی دولت را برای کسب اجماع و توافق میان نخبگان ارتقا

یا شخصیت در طول زمان و پویای آن (توسلی، ۱۳۶۹: ۲۹۸)، تأثیرپذیری هویت از دیگران و خصلت بازتابی آن (کوزر، ۱۳۶۸: ۴۴۹)، و برخورداری آن از دو بعد من فاعلی (I) و مفعولی (me) است (ریتزر، ۱۳۸۴: ۱۵۷).

تیراکیان و همکارانش (Ezell et al., 2003)، در تفکیک مهم‌ترین رویکردهای مربوط به هویت ملی، تقسیم‌بندی زیر را براساس دو جریان نظری دیرینه‌گرایی یا جوهرگرایی و برساخت‌گرایی اجتماعی هویت و نیز روش‌شناسی سه‌گانه تجربی، هنجاری و تفسیری ارائه داده‌اند:

جدول ۱. انواع نظریه‌های هویت

برساخت‌گرایی اجتماعی	جوهرگرایی یا دیرینه‌گرایی	روش‌شناسی
کولی (۱۹۹۲) گرینفیلد (۱۹۹۲) دومونت (۱۹۹۶)	اسمیت (۱۹۸۷) گرتیز (۱۹۷۳) شیلز (۱۹۵۷)	تفسیری
پتروس (۱۹۹۳) هابرماس (۱۹۹۶) اشتاپس (۱۹۹۸، ۲۰۰۲)	توجمان (۱۹۸۱) کریستو (۱۹۹۳) مور (۲۰۰۱)	هنجاری
سکولیک، ماسی و هودسن (۱۹۹۴) بولین و مدرانو (۱۹۹۸) لایتسیو (۱۹۹۸)	هاتچینسون (۱۹۸۷) آرمسترانگ (۱۹۹۲) کونور (۱۹۹۴)	تجربی

منبع: Ezell et al., 2003: 284

در خصوص هویت ملی، علاوه بر دو رویکرد کلی سازه‌گرایی یا دیرینه‌گرایی که به بحث درباره اصالت یا عدم اصالت هویت جمعی می‌پردازند، اسمیت نیز دو الگوی نظری اساسی مطرح کرده است: الگوی مدنی یا سرزمینی و الگوی قومی یا تبارشناختی (Parmenter, 1999: 455). دیوید میلر نیز سه نظریه کلاسیک در زمینه هویت ملی را متعلق به ارنست رنان، استالین و ماکس وبر دانسته است (هاتچینسون و اسمیت، ۱۳۸۶: ۳۹-۴۰). به طور مشخص، مبنای نظری بحث حاضر درباره هویت ملی نظریه رایج و پذیرفته‌شده اجتماعات تصویری^۱ اندرسون است که مورد تأیید گلنر، گیدنز و بسیاری از دانشمندان علوم اجتماعی است. هویت، در این چارچوب، مفهومی برساختی محسوب می‌شود که باید از طریق مراجعه به ذهنیت‌ها و معانی‌ای که کنشگران برای آن قائل

2. developmentalist

1. imagined communities

۲.۳. کشورهای اروپایی

یکی از برآوردهای قابل توجه را در انگلستان روتی، لاینز و کریسچو در سال ۲۰۰۵ انجام دادند که مشخص کرد هویت ملی در انگلستان از یک سو دارای وجه مدنی یا سیاسی (در مقابل وجه یا محتوای فرهنگی و سنتی) و از سوی دیگر دارای ماهیت انتقادی از تعلیمات جاری در کشور است، به این معنی که وفاداری ملی انگلیسی‌ها دارای ماهیت انتقادی است (Rothi et al., 2005: 135). براین ترنر و ژان ادموندز، در بررسی تغییرات هویت ملی انگلیسی پس از جنگ دوم جهانی، نتیجه گرفتند که شکل‌گیری اتحادیه اروپایی باعث تغییر ماهیت هویت ملی در بریتانیا شده است. در واقع، نوعی هویت باز و ملی‌گرایی جهان‌وطنی^۱ به وجود آمده است که نقش جنبش‌های اجتماعی زنان در آن برجسته است. به این ترتیب، هویت ملی انگلیسی با نوعی جهان‌وطنی تعریف می‌شود که بر اروپایی بودن و چندفرهنگی بودن تأکید دارد و این برخلاف (یا متفاوت با) هویت ملی تهاجمی، نظامی‌گرایانه و متعصبانه انگلیسی‌هاست. این فرایند تغییر هویت به دست زنان و تحت تأثیر تحولات جنسی و نسلی جنبش زنان و نیز تغییر ارزش‌های انگلیسی از دهه ۱۹۶۰ به بعد رخ داده است (Edmund and Turner, 2001: 75). همچنین کوندور، گیسون و آبل، طی بررسی خود در سال ۲۰۰۳ (Condor et al., 2006)، هویت بریتانیایی را براساس گروه‌های قومی و نژادی مقیم انگلستان به شرح زیر ارائه کرده‌اند:

می‌دهد. سرانجام اینکه هویت ملی منسجم بسیاری از مشکلات و پیامدهای منفی ناشی از توسعه، از جمله فساد و رقابت‌های ازهم‌گسیخته و تعارضات را کاهش می‌دهد. در مجموع هویت ملی، ضمن تسریع فرایند توسعه، از هزینه‌های آن نیز می‌کاهد. برای اتخاذ یک چارچوب نظری درباره رابطه هویت و توسعه می‌توان تلفیقی از دیدگاه‌های آنتونی اسمیت، تی. اچ. مارشال و تالکوت پارسونز را در نظر گرفت. اینان معتقدند که هویت و تحولات اجتماعی تأثیر متقابلی بر یکدیگر دارند. توسعه اقتصادی- اجتماعی ابعاد جدیدی از هویت را با عنوان هویت مدنی یا شهروندی^۲ به وجود می‌آورد. به این ترتیب هویت‌ها، در جریان یا فرایند توسعه، به جای قوام یافتن بر نژاد و قوم و اسطوره‌ها، ماهیت فرهنگی‌تری می‌یابند و هویت‌های گروه‌های محروم برجسته می‌شوند. عامل تعلق و همبستگی و انسجام^۳ در جامعه جدید هویت مدنی و حقوق شهروندی است. در شرایط توسعه، به جای پیوندهای خونی و حتی عاطفی صرف، اشتراکات سرزمینی منشأ تعریف و بازیابی هویت ملی خواهد شد.

۳. وضعیت هویت ملی در دیگر کشورها

۱.۳. ایالات متحده آمریکا

سنجش هویت ملی در ایالات متحده سابقه پژوهشی مبسوطی دارد. به طور مشخص، مهم‌ترین سنجه‌های آن را ابتدا تورستن در ۱۹۳۴-۱۹۲۹ و سپس فشن‌باخ در ۱۹۸۹ تدوین کردند که پس از آن مکرراً و با اصلاحات و تعدیل‌هایی مورد استفاده دیگران قرار گرفته است. یافته‌ها در مجموع حاکی از آن است که ابعاد فرهنگی و سیاسی میهن‌پرستی در آمریکا به شدت قوی است و میزان آن اکثراً به ارقام بالای ۹۰ درصد می‌رسد (Li and Brewer, 2004: 24). هرچند عناصر ملی‌گرایی، هویت امریکایی، و غرور ملی بعد از یازده سپتامبر ۲۰۰۱ قوت بیشتری یافته است، به نظر می‌رسد هویت در آمریکا با چالش‌ها و مشکلات جدی ناشی از جهانی شدن روبه‌رو شده است (هانتینگتون، ۱۳۸۴: ۸۰).

1. civil identity

2. integration

جدول ۲. هویت ملی در انگلستان (۲۰۰۳)

اسکاتلندی	ولزی	انگلیسی	انگلیسی	انگلیسی	انگلیسی	کل
سفيد	سفيد	پاکستانی	هندي	سیاه	سیاه	سفيد
اروپایی	اروپایی	آسیایی	آسیایی	افریقای	کارائیبی	اروپایی
۵۱/۸	۵۲/۳	۸۱/۱	۷۱/۹	۳۹	۸۰/۸	۷۱/۴
۶۸/۳	۸۴/۷۵	۷۶	۹۰/۲	۷۷/۸	۷۶/۹	۸۵
۷۸/۵۲	۸۹/۴۶	۹۴/۵	۹۲/۶	۸۵/۴	۹۳/۳۴	۹۱/۲۲
۶۹/۸	۸۱/۲	۹۰/۹۴	۸۱/۲	۶۹/۸	۶۹/۸	۶۹/۸

منبع: Condor et al., 2006

در مجموع، ۸۱/۲ درصد شهروندان انگلیسی به بریتانیا دلبستگی دارند و ۶۹/۸ درصد آنها خود را بریتانیایی می‌دانند. ولزی‌ها (۹۲/۱ درصد) و اسکاتلندی‌ها (۹۵/۴ درصد) به ولز و اسکاتلند دلبستگی دارند، در حالی که خود انگلیسی‌های سفیدپوست (۸۵/۵ درصد) به انگلستان دلبستگی دارند (ibid.: 132).

معمولاً تمامی محققان اروپایی در بررسی مسائل هویت ملی نیم‌نگاهی نیز به هویت ملی و رابطه آن با هویت اروپایی (اتحادیه اروپا) دارند. در مجموع، به نظر می‌رسد هویت ملی در اکثر این کشورها قوی (بالاتر از میانگین و متوسط) است، اما برداشت و نگاه و احساس تعهد آنها نسبت به مؤلفه‌های هویتی در سطح اتحادیه اروپایی چندان قوی نیست و حول و حوش میانگین است. البته این تلقی در کشورهای انگلستان، فرانسه، آلمان و ایتالیا معمولاً منفی ارزیابی شده است. در خصوص سایر کشورهای اروپایی می‌توان به مطالعه زیتیدو در یونان در سال ۲۰۰۴ اشاره کرد که بر نقش عنصر هویت ارتدوکسی در هویت یونانی و نیز تأثیر مهاجران بالکانی الاصل در شکل‌گیری هویت یونانی تأکید دارد. نتایج پژوهش وی حاکی از آن است که ۵۵ درصد یونانی‌ها ملت خود را

1. cosmopolitan nationalism

بالاتر از اروپاییان می‌دانند و ۳۹ درصد آنان هویت خود را ترکیبی از یونانی و اروپایی می‌دانند (Zenitidou, 2004). نتایج پژوهش والدمار و دیل در آلمان در سال ۱۹۹۹ نیز بیانگر قوت هویت ملی (در بعد فرهنگی) است (Waldemar and Diehl, 1999: 24). ادوارد تیراکیان و همکارانش، در پژوهشی در سال ۲۰۰۳ در خصوص هویت ملی دانشجویان آلمانی، دریافتند که ۸۴ درصد دانشجویان خودشان را آلمانی می‌دانند، در عین حال که ۶۰ درصد آنها با فواید

اقتصادی و ۶۹ درصد با فواید سیاسی همگرایی اروپایی و، در مجموع، ۶۷ درصد با پیوستن به اتحادیه اروپایی موافق‌اند (Ezell et al., 2003: 295).

افزون بر اینها، پژوهش‌هایی که در سوئیس انجام شده، از جمله مطالعه ترشل، نیز حاکی از قوت مقولات هویت‌بخش از جمله فرهنگ سیاسی مشترک و توافق بر سر اصول مشترک سیاسی مثل دموکراسی مستقیم، فدرالیسم و بی‌طرفی است (Treschel, 115: 2004). همچنین در بررسی تجربی کریستنس در کشور نروژ در سال ۱۹۹۵ نیز میهن‌پرستی معطوف به وفاداری در حد زیاد ارزیابی شده است (Christens, 1995: 87).

۳.۳. آسیا

یکی از مهم‌ترین پژوهش‌ها را در مورد کشورهای آسیایی لین پارمنتر انجام داده است. وی دریافته است که عناصر زیادی از فرهنگ غربی در هویت ملی ژاپنی‌ها رسوخ کرده است به نحوی که سه رویکرد موازی در جامعه ژاپن قابل تفکیک است: قوت هویت ملی در مقابل غرب، غربی شدن (رویکرد رادیکال)، و رویکرد تعاملی میان هویت ژاپنی و غرب یا همان بین‌المللی‌گرایی (Parmenter, 1999: 25). همچنین امبر هاک، در پژوهشی در سال ۲۰۰۵ در امارات متحده عربی، اثبات کرده است که نفوذ مذهب و سنت‌های اسلامی و زبان عربی در بین جوانان اماراتی قوی است و در عین حال بین فرهنگ غرب و فرهنگ جامعه اماراتی تعامل نیز وجود دارد (Haque, 2005: 86-94).

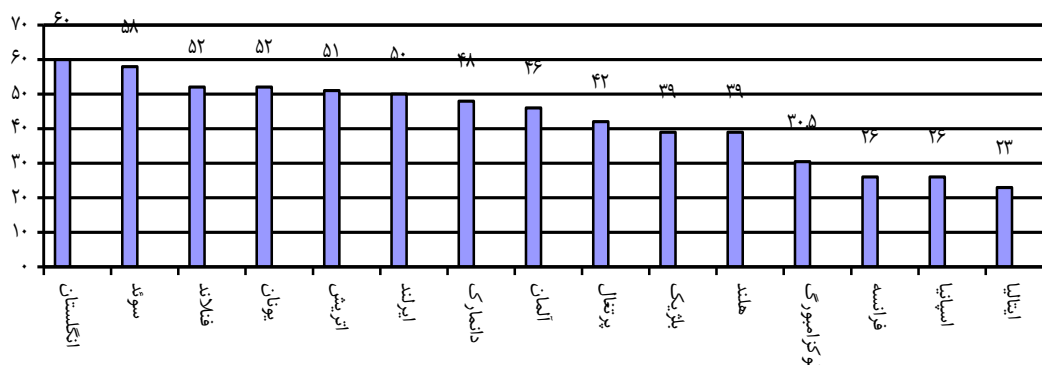
گرایش به هویت ملی تایوانی و چینی در تایوان، ۴۱ درصد هم چینی و هم تایوانی، ۲۱ درصد تایوانی، ۲۱ درصد تایوانی و سپس

چینی، ۶ درصد چینی و سپس تایوانی، و ۹ درصد چینی بوده است (Huang, 2005: 61). در مطالعه دیگری نیز که در سال ۲۰۰۵ انجام شده است، حداکثر گرایش تایوانی‌ها به هویت ملی‌شان ۵۰ درصد بوده است (Fuh-Sheng Hsieh, 2005: 17).

کنتمن در شرح نتایج بررسی تجربی خود در سال ۲۰۰۸ در ترکیه بر این نکته تأکید دارد که گرایش به اسلام (هویت‌یابی مذهبی) و گرایش به هویت ملی (ترکیه‌ای) تعارضی با هویت‌یابی اروپایی ندارد. او میزان گرایش به هویت مذهبی را ۴۱ درصد، به هویت ملی و هویت مذهبی ۱۶ درصد، به هویت ملی ۴۰ درصد و به تمامی هویت‌ها را ۳۹ درصد گزارش کرده است (Kentman, 2008: 498). پاکولسکی و ترانتر، در بررسی انواع هویت در استرالیا، گرایش کلی به هویت ملی استرالیایی را ۹۴ درصد گزارش کرده‌اند

۴.۳. گرایش به هویت ملی در کشورهای عضو اتحادیه اروپا

در مطالعه‌ای که در سال ۲۰۰۵ با حجم نمونه ۱۵۳۲۵ نفر در ۱۵ کشور عضو اتحادیه اروپا انجام شده است (Luedetke, 2005)، میزان هویت‌یابی پاسخگویان صرفاً بر مبنای هویت ملی به قرار زیر بوده است:



نمودار ۱. گرایش به هویت ملی در کشورهای اروپایی

منبع: Luedetke, 2005: 96

اتحادیه خواهد بود، تأکید دارد که احساس تعلق نسبت به هویت ملی به شدت بر هویت اروپایی تأثیر دارد. شدت احساس تعلق به کشور، سطح دلبستگی به ملت یا دیگر سطوح ملی، و دوری از دیگر هویت‌ها و فرهنگ‌ها از ترس اینکه بر فرهنگ ملی (خودی) مسلط شوند، بر هویت‌یابی در سطح اروپایی تأثیر منفی دارند (Carey, 2002: 387). ریچارد روبین، در یکی از مهم‌ترین پژوهش‌های مربوط به هویت ملی در اروپا که با روش‌شناسی انجام شده است، سه جریان ملی‌گرا، تکثرگرا و فراملی را در اروپا

همچنین نتایج مطالعه مؤسسه یوروبارومتر در سال ۲۰۰۷ درباره دلبستگی به اتحادیه اروپا نشان می‌دهد که ۶۵ درصد بلژیکی‌ها و ۶۳ درصد هلندی‌ها به اتحادیه اروپا دلبستگی دارند در حالی که این احساس فقط در ۲۵ درصد قبرسی‌ها، ۲۷ درصد فنلاندی‌ها، ۲۷ درصد انگلیسی‌ها، ۳۲ درصد هلندی‌ها، ۳۴ درصد استونیایی‌ها و ۳۰ درصد کرواسیایی‌ها وجود دارد. بیشترین دلبستگی در مقدونیه (۶۶ درصد) و کمترین آن در ترکیه (۱۷ درصد) وجود داشته است (Eurobarometer, 2008: 67).

کری، در پژوهش خود درباره رابطه هویت ملی و اتحادیه اروپایی و در پاسخ به اینکه آیا هویت ملی مانعی در برابر این

۱۱	۲/۹	۱۵/۳	ایرلند
۱۴	۲/۰	۱۶/۱	اوروگوئه
۱۵	۱/۶	۱۶/۲	پرتغال
۱۶	۱/۸	۱۶/۱	فنلاند
۱۷	۱/۶	۱۶/۶	اسپانیا
۱۸	۱/۸	۱۵/۹	ژاپن
۱۹	۲/۲	۱۵/۱	بریتانیا
۲۰	۱/۱	۱۶/۱	اسلوونی
۲۱	۱/۳	۱۶/۷	روسیه
۲۲	۱/۳	۱۴/۹	نروژ
۲۲	۱/۰	۱۶/۰	کره جنوبی
۲۴	۱/۳	۱۵/۱	جمهوری چک
۲۴	۱/۶	۱۴/۳	سوئیس
۲۶	۱/۵	۱۴/۴	فرانسه
۲۷	۰/۹	۱۵/۶	تایوان
۲۸	۱/۰	۱۴/۵	آلمان غربی
۲۸	۰/۹	۱۵/۳	هلند
۲۸	۱/۱	۱۴/۵	اسلوواکی
۳۱	۱/۲	۱۴/۰	سوئد
۳۲	۱/۰	۱۳/۴	لتونی
۳۳	۰/۷	۱۴/۲	آلمان شرقی
NA	۱/۶	NA	بلغارستان
	۱/۸	۱۵/۹	کل

منبع: Smith and Sekhokim, 2006

تغییرات غرور ملی در دو دوره نیز به صورت زیر بوده است:

جدول ۴. رتبه‌بندی غرور ملی عمومی (۱۹۹۵-۶ و ۲۰۰۳-۴)

تغییر نمره	رتبه		کشور
	۲۰۰۳-۴	۱۹۹۵-۶	
-۰/۱۴	۳	۱	اتریش
۰/۵۰	۱	۲	ایالات متحده آمریکا
۰/۴۷	۲	۳	استرالیا
۰/۳۴	۵	۴	لهستان
۰/۴۷	۴	۵	کانادا
۰/۲۰	۸	۶	فیلیپین
۰/۱۶	۷	۷	نیوزیلند
-۰/۴۹	۱۰	۸	ژاپن
-۰/۹۷	۱۲	۹	ایرلند
۰/۵۲	۸	۱۰	اسپانیا
۰/۱۲	۹	۱۱	اسلوونی
-۰/۸۸	۱۶	۱۲	نروژ

تشخیص داده و معتقد است که حرکت کلی به سمت هویت فراملی^۱ است (Robyn, 2005: 26).

در مجموع، به نظر می‌رسد هویت ملی در اکثر کشورهای دنیا از قوت جدی برخوردار است و البته گرایش به هویت فرهنگی و هویت مدنی نیز به تدریج نمود آشکار می‌یابد. اسمیت و سخوکیم، در بررسی خود دربارهٔ هویت ملی در ۳۴ کشور دنیا طی سال‌های ۱۹۹۵-۱۹۹۶ و ۲۰۰۳-۲۰۰۴ که در چارچوب برنامهٔ (پیمایش) بین‌المللی علوم اجتماعی (ISSP) انجام شده (Smith and Sekhokim, 2006)، دو متغیر «غرور ملی» و «میهن‌پرستی» را با ابزار مشابه در دو مقطع زمانی مورد سنجش قرار دادند. متغیر غرور ملی به معنی تعصب مردم نسبت به دستاوردهای ده‌گانهٔ کشورشان (ورزشی، صنعتی، علمی و...) است و معدل آن ۳۲/۶ در دامنهٔ ۱۰ تا ۵۰ بوده است. متغیر میهن‌پرستی به مفهوم وفاداری به کشور در نظر گرفته شده و میانگین آن ۱۵/۵ در دامنهٔ ۵ تا ۲۵ بوده است. غرور ملی تحت تأثیر عوامل اقتصادی (درآمد سرانه)، ارزش‌های ملی، قدرت نظامی، رسوم و تاریخ، و میهن‌پرستی متأثر از برآورد عینی مردم از موقعیت جغرافیایی و سیاسی بوده است. ضمناً همبستگی (r) میان این متغیرها در دور اول ۰/۳۹۹ و در دور دوم ۰/۳۳۶ بوده است. محققان مذکور سپس به مقایسه و رتبه‌بندی کشورها پرداخته‌اند که نتیجهٔ آن در دور دوم به شرح جدول ۳ است.

جدول ۳. رتبه‌بندی کشورها براساس غرور ملی (۲۰۰۳-۲۰۰۴)

کشور	غرور ملی عمومی	غرور ملی (ویژه)	معدل مرتبه
ایالات متحده آمریکا	۱۷/۷	۴/۰	۱
ونزوئلا	۱۸/۴	۳/۶	۱
استرالیا	۱۷/۵	۲/۹	۳
اتریش	۱۷/۴	۲/۴	۴
افریقای جنوبی	۱۷/۰	۲/۷	۵
کانادا	۱۷/۰	۲/۴	۶
شیلی	۱۷/۱	۲/۳	۷
نیوزیلند	۱۶/۶	۲/۶	۸
فیلیپین	۱۶/۷	۲/۳	۹
اسرائیل	۱۶/۲	۲/۳	۱۰
دانمارک	۱۶/۶	۱/۷	۱۱
لهستان	۱۷/۰	۱/۶	۱۱

1. supranational

هلند	۱۳	۱۳	-۰/۴۹
بریتانیا	۱۴	۱۴	-۰/۲۳
روسیه	۱۱	۱۵	۰/۳۹
سوئد	۲۰	۱۶	-۰/۴۲
جمهوری چک	۱۵	۱۷	۰/۷۵
لتونی	۲۱	۱۸	-۰/۴۷
آلمان غربی	۱۷	۱۹	۰/۸۸
آلمان شرقی	۱۹	۲۰	۰/۵۹
اسلوواکی	۱۸	۲۱	۰/۹۳

منبع: Smith and Sekhokim, 2006

(۴۱)، مصوبات متعدد شورای عالی انقلاب فرهنگی (از جمله در اصول سیاست فرهنگی کشور مصوب ۱۳۷۶)، مصوبات شورای فرهنگ عمومی، قوانین برنامه توسعه اول تا چهارم، و نهایتاً سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴، بر تقویت و ارتقای هویت ملی (در کنار هویت مذهبی) تأکید شده است. در سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴، بر ضرورت تثبیت و تعمیق هویت ایرانی-اسلامی و انقلابی اصرار و توجه جدی شده است. مضمون مشترک در قوانین برنامه توسعه جمهوری اسلامی تأکید بر ضرورت تقویت هویت فرهنگی جامعه ایرانی (برای مقابله با فرهنگ غرب) بوده است. در همین جهت، در سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴، بر اهمیت تقویت و قوام هویت ایرانی و اسلامی به مثابه یکی از ارکان توسعه کشور عنایت ویژه‌ای مبذول شده است.

۲.۴. شاخص‌ها

در آغاز باید گفت که ماهیت هویت ملی در ایران تاحدی متفاوت با کشورهای دیگر دنیاست چرا که، به دلیل تنوع فرهنگی موجود و قدمت و استقرار طولانی مدت اقوام در سرزمین ایران و مشابهت‌های نژادی، تاریخی، مذهبی و دینی آنها با یکدیگر، الگوی هویت ملی در ایران با جوامع دیگر متفاوت است. از جمله با جامعه آمریکا که تازه تأسیس است و اکثریت ساکنان آن را مهاجران و اقلیت‌ها تشکیل می‌دهند، یا با الگوی کانادایی که شامل هویت‌هایی کاملاً متمایز است، و نیز با الگوی اروپایی که ملت‌های کهن با اقلیت‌های تازه‌وارد را شامل می‌شود. بر این اساس، الگوی نهایی سنجش هویت ملی در ایران به قرار زیر است:

جدول ۵. ابعاد هویت ملی

ابعاد هویت ملی	تعلق	تعهد
فرهنگ ملی	شاخص‌ها	شاخص‌ها
اجتماع ملی	شاخص‌ها	شاخص‌ها
سیاست ملی (کشور)	شاخص‌ها	شاخص‌ها

منبع: حاجانی، ۱۳۸۸ الف: ۱

اکنون می‌توان، براساس مدل سنجش ارائه‌شده، به هدف اصلی گزارش حاضر و ارائه یافته‌های پژوهشی در خصوص ابعاد سه‌گانه هویت ملی ایرانیان مشتمل بر ابعاد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی

یافته‌های پژوهش مذکور نشان داده که تأثیر جنسیت بر هویت ملی در بعضی از کشورها مثل نروژ، فنلاند، سوئیس، سوئد، فرانسه و اتریش بسیار قوی، در ایالات متحده، بریتانیا، تایوان و اسلوواکی ضعیف، و در بقیه کشورها بی‌تأثیر بوده است، یعنی تفاوت معنی‌داری از حیث جنسیت در احساس هویت ملی مشاهده نشده است. اما در مجموع هویت ملی مردان قوی‌تر بوده است. همچنین عامل سن در تمام کشورها تأثیر تعیین‌کننده‌ای داشته است، به این معنی که با افزایش سن غرور ملی نیز افزایش می‌یابد. سطح تحصیلات نیز با هویت ملی ارتباط وثیقی داشته و با کاهش تحصیلات، تعصب و هویت ملی افزایش می‌یابد. نکته جالب توجه دیگر آنکه گرایش اقلیت‌های ساکن هر کشور به غرور ملی (متغیر نخست این پژوهش) در ایالات متحده، استرالیا، ایرلند، هلند، کانادا، اسپانیا، لتونی، اسلوواکی و اوروگوئه کاهش معنی‌داری پیدا می‌کند، و وفاداری ملی اقلیت‌ها نیز در ایالات متحده، ایرلند، بلغارستان، نیوزیلند، کانادا، فیلیپین، اسرائیل، اسپانیا، لتونی، اسلوواکی و اوروگوئه کاهش می‌یابد. اما در سایر کشورها، گرایش به غرور ملی و وفاداری ملی در نزد اقلیت‌های قومی یا مذهبی تفاوت معنی‌داری با اکثریت نداشته است (ibid.: 14).

۴. وضعیت هویت ملی در ایران

۱.۴. مرور سیاست‌ها

با عنایت به تنوع فرهنگی جامعه ایران، رویکرد حاکم بر سیاست‌های هویتی در ایران از زمان تشکیل دولت ملی در دوران جدید (یعنی سال‌های ۱۳۰۰ به بعد) انسجام و سمت و سوی معینی به خود گرفته است. در دوره پس از انقلاب اسلامی نیز در اسناد فرادستی متعددی، از جمله قانون اساسی (اصول ۱۸، ۱۶، ۱۵ و

مجموعه پژوهش‌های موجود غیرممکن است.

شایان ذکر است که در چند سال اخیر، به‌خصوص یک دهه گذشته، حدود ۳۰۰ عنوان پژوهش درباره ابعاد مختلف هویت‌های اجتماعی و به‌طور مشخص هویت ملی، هویت مذهبی و هویت قومی در ایران انجام شده است (رک. مقصودی، ۱۳۷۶: ۶۹-۵۴؛ پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۷؛ حاجیانی، ۱۳۸۸ ب).

وضعیت شاخص‌های بعد فرهنگی

روند وضعیت شاخص‌های فرهنگی هویت در ایران طی سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۸۹ در پژوهش‌های تجربی انجام‌شده به‌قرار زیر گزارش شده است:

پرداخت. شایان ذکر است که به‌لحاظ روش‌شناسی و ابزار سنجش، در پژوهش‌های انجام‌شده، هویت ملی با استفاده از پرسش‌نامه کاملاً مشابه و هماهنگ و ثابتی ارزیابی نشده است. همچنین، به دلیل عدم سازمان‌دهی متمرکز و برنامه‌ریزی‌شده، پروژه‌های مختلف نهادهای متولی دولتی یا سازمان‌های پژوهشی با فواصل زمانی منظم اجرا نشده تا امکان ارائه فراتحلیلی^۱ دقیق و روشمند فراهم آید.

سایر مشکلات موجود در پژوهش‌های از نوع فراتحلیل از حیث هماهنگی در نوع و حجم جامعه آماری و جمعیت نمونه در اینجا نیز وجود دارد. بر این اساس و به‌منظور ارائه تصویر روشنی از پژوهش‌های مورد استفاده، تلاش می‌شود تا ویژگی‌ها و مختصات روش‌شناختی هریک از پژوهش‌ها نیز ارائه شود. با وجود این موانع و مشکلات نمی‌توان گفت که مقایسه و ارائه گزارش نهایی از

جدول ۶. وضعیت شاخص‌های بعد فرهنگی هویت ملی در ایران (۱۳۷۹-۱۳۸۹)

ردیف	عنوان	سال اجرا	جامعه آماری	خلاصه یافته‌ها	نتایج
۱	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج اول	۱۳۷۹	ملی	۸۷/۱ ۳/۸	بسیار زیاد و کاملاً کم و خیلی کم
۲	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم	۱۳۸۲	ملی	۸۹/۵	زیاد و بسیار زیاد و کاملاً
۳	چلبی و یوسفی	۱۳۸۳	ملی	۹۳	بسیار قوی
۴	ایسپا	۱۳۸۴	ملی	۵۹/۴۷ از ۱۰۰	بالاتر از متوسط
۵	حاجیانی	۱۳۸۶	ملی	۳۴ در دامنه ۴۳/۱ تا ۹/۰۵	گرایش قوی
۶	ابوالحسنی	۱۳۸۷	شهر تهران	۹۲/۳۲ از ۱۰۰	بسیار قوی
۷	میرزایی	۱۳۸۸	دانشگاه‌های کشور	۰/۷۹	قوی
۸	سلگی	۱۳۸۹	دانشگاه‌های تهران	۰/۸۷	قوی
۹	محمدی قره‌قانی	۱۳۸۹	شهر تهران	۷۱ درصد قوی و ۲۶ درصد متوسط	قوی

وضعیت	فراوانی	درصد
گرایش خیلی قوی	۶۹۱	۴۰/۷
گرایش قوی	۸۰۱	۴۷/۱
نه موافق نه مخالف	۱۷۳	۱۰/۲
گرایش ضعیف	۲۸	۱/۶
گرایش خیلی ضعیف	۶	۰/۴
جمع کل	۱۶۹۹	۱۰۰

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۲۸۲

۱. meta analysis

در مجموع، شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که بعد فرهنگی هویت ملی در نزد ایرانیان بسیار قوی است. برای تأمل بیشتر در وضعیت گرایش به فرهنگ ملی به جدول ۷ توجه کنید:

جدول ۷. هویت ملی در بعد فرهنگی در ایران (۱۳۸۶)

پهنه تغییرات این عامل ۹/۰۵ تا ۴۲/۱ و میانگین ۳۴/۱ است.

همچنین میانه ۳۴/۴ است.

همچنین، در یکی از پژوهش‌های اخیر (سلگی، ۱۳۸۹)، میزان تعهد نسبت به فرهنگ و سنت‌های باستانی ایرانیان ۹۱ درصد (موافق و کاملاً موافق) بوده است. شایان ذکر است که شاخص‌های مطرح در این پژوهش‌ها عمدتاً مشترک است و در چارچوب مفهوم بعد فرهنگی هویت ایرانی قرار دارد.

وضعیت شاخص‌های بعد اجتماعی

چنانکه گفته شد، تعهد نسبت به اجتماع ملی و کنشگران جامعه ایران (اعم از شهروندان، اقوام و...) یکی دیگر از ابعاد هویت ملی به شمار می‌آید. نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام‌شده در این باره به شرح زیر است:

جدول ۸. وضعیت شاخص‌های بعد اجتماعی هویت ملی در ایران (۱۳۷۹-۱۳۸۹)

ردیف	عنوان	سال اجرا	جامعه آماری	نتایج
۱	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج اول	۱۳۷۹	ملی	بسیار بالاتر از متوسط
۲	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم	۱۳۸۲	ملی	عمدتاً پایین‌تر از متوسط (۸۷/۳)
۳	چلبی و یوسفی	۱۳۸۳	ملی	در حد متوسط
۴	ایسپا	۱۳۸۴	ملی	بسیار ضعیف (شاخص رضایت از زندگی در ایران)
۵	موسوی و دیگران	۱۳۸۵	ملی	عمدتاً پایین‌تر از متوسط
۶	حاجیانی	۱۳۸۶	ملی	۲۴/۹ در دامنه، ۸/۵۴ تا ۴۰/۳۸ در حد متوسط
۷	ابوالحسنی	۱۳۸۷	ملی (تهران)	بسیار قوی
۸	میرزایی	۱۳۸۸	ملی (دانشگاه‌های کشور)	قوی (۶۷)
۹	محمدی قره‌قانی	۱۳۸۹	شهروندان تهران	در حد متوسط

وضعیت دقیق‌تر بعد اجتماع ملی را می‌توان در جدول زیر

مشاهده کرد:

جدول ۹. وضعیت تعلق به اجتماع ملی (۱۳۸۶)

وضعیت	فراوانی	درصد
نگرش کاملاً مثبت	۹۲	۵/۷
نگرش مثبت	۴۷۴	۲۹/۴
نه مثبت نه منفی	۶۵۰	۴۰/۲
منفی	۳۵۱	۲۱/۸
کاملاً منفی	۴۶	۲/۹
جمع کل	۱۶۱۳	۱۰۰

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۲۹۰

دامنه تغییرات بین ۸/۵۴ تا ۴۰/۳۸ و میانگین ۲۴/۹ و میانه این سازه ۲۵ است که در مجموع نشان‌دهنده قوت نسبی (کمی بالاتر از میانگین) بعد اجتماعی هویت ملی در ایران است.

وضعیت شاخص‌های بعد سیاسی

وضعیت بعد سیاسی هویت ملی در ایران طی سال‌های مورد بررسی به شرح جدول ۱۰ برآورد شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان تعهد نسبت به هویت سیاسی معمولاً در حد میانگین (یا کمی بالاتر از آن) بوده است.

جدول ۱۰. وضعیت شاخص‌های بعد سیاسی هویت ملی در ایران (۱۳۷۹-۱۳۸۹)

ردیف	عنوان	سال اجرا	جامعه آماری	نتایج
۱	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج اول	۱۳۷۹	ملی	بسیار بالاتر از متوسط (زیاد ۸۷/۱)
۲	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم	۱۳۸۲	ملی	بسیار بالاتر از متوسط (زیاد ۸۵/۳)
۳	ایسپا	۱۳۸۴	ملی	متوسط
۴	حاجیانی	۱۳۸۶	ملی	۱۳/۳ در دامنه، ۵/۹۳ تا ۱۹/۵۸ در حد متوسط
۵	ابوالحسنی	۱۳۸۷	ملی (تهران)	-
۶	میرزایی	۱۳۸۸	ملی (دانشگاه‌های کشور)	کمی بالاتر از متوسط (۵۸)
۷	سلگی	۱۳۸۹	دانشگاه‌های تهران	موافق و خیلی موافق (۸۷)
۸	محمدی قره‌قانی	۱۳۸۹	شهروندان تهران	پایین‌تر از متوسط

با توجه به فقدان سابقه پژوهشی مرتبط با این بعد، به داده‌های زیر توجه کنید:

باید اشاره کرد که دامنه تغییرات این بعد بین ۵/۹۳ تا ۱۹/۵۸ و میانگین ۱۳/۳ و میانه ۱۳/۳ است که حاکی از اهمیت و جایگاه در حد متوسط بعد سیاسی هویت ملی در ایران است.

جدول ۱۱. سیاست ملی (بعد سیاسی هویت ملی)

وضعیت	فراوانی	درصد	
کاملاً موافقم	۲۸۷	۱۶/۶	۶۵/۱
موافقم	۸۴۰	۴۸/۵	
نه موافق نه مخالف	۵۴۱	۳۱/۱	۳۱/۱
مخالف	۶۰	۳/۵	۳/۸
کاملاً مخالف	۵	۰/۳	
جمع کل	۱۷۳۳	۱۰۰	۱۰۰

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۲۸۱

وضعیت کلی هویت ملی (ترکیب ابعاد سه‌گانه)

این متغیر از ترکیب سه بعد تعلق به فرهنگ ایرانی، تعلق به اجتماع ملی، و تعهد به سیاست ملی کشور ایران ساخته شده است. یافته‌های جدول ۱۲ با ترکیب ابعاد مختلف سازه هویت ملی در ایران به دست آمده است.

جدول ۱۲. وضعیت کلی هویت ملی در ایران (متغیر ترکیبی)

ردیف	عنوان	سال اجرا	جامعه آماری	نتایج
۱	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج اول	۱۳۷۹	ملی (۱۶۷۳۰)	زیاد (۸۷/۸)
۲	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم	۱۳۸۲	ملی (۴۵۵۳)	زیاد (۸۹/۵)
۳	چلبی و یوسفی	۱۳۸۳	ملی	قوت هویت ملی
۴	ایسپا	۱۳۸۴	۹۳	قوی
۵	حاجیانی	۱۳۸۶	ملی	۳/۷۱ در دامنه، ۱ تا ۵: قوت هویت ملی
۶	ابوالحسنی	۱۳۸۷	شهر تهران	قوت هویت ملی
۷	میرزایی	۱۳۸۸	دانشگاه‌های کشور	۶۸
۸	سلگی	۱۳۸۹	دانشگاه‌های تهران	موافق و کاملاً موافق (۸۲/۱)
۹	محمدی قره‌قانی	۱۳۸۹	شهروندان تهران	بسیار قوی

در مجموع، یافته‌های پژوهش‌های تجربی یک دهه اخیر نشان می‌دهد که هویت ملی در ایرانیان به طور کلی از قوت و شدت بالایی برخوردار است اما جنس و ماهیت آن به طور مشخص فرهنگی است چرا که بیشترین تعلق‌ها و تعهدات نسبت به

ویژگی‌های فرهنگی (تاریخی، میراثی، زبانی و نمادی) ایران است. پس از آن بعد اجتماعی قرار می‌گیرد که از اهمیت نسبی برخوردار است. بعد سیاسی هویت ملی ایرانیان در حد متوسط است.

هویت ملی در جوانان

با توجه به شواهد و یافته‌های موجود به نظر می‌رسد که، در مجموع، با افزایش متغیر سن، گرایش به ابعاد سه‌گانه هویت ملی (فرهنگ ملی، اجتماع ملی و بعد سیاسی هویت ملی) نیز کاهش می‌یابد. اوج این رابطه منفی در گروه سنی جوانان ۳۰-۲۵ ساله قابل مشاهده است. رابطه منفی تا سنین حدود ۴۰ سالگی همچنان

به چشم می‌خورد، اما از حدود ۴۰ سالگی به تدریج گرایش‌های هویتی رشد می‌یابد. بنابراین، در مجموع، این رابطه خطی و مستقیم نبوده است. تعداد پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه محدود است. در زیر نتایج تعدادی از طرح‌های انتشار یافته ارائه می‌شود:

جدول ۱۳. وضعیت هویت ملی در بین جوانان ایرانی (۱۳۷۹-۱۳۸۹)

ردیف	عنوان	سال اجرا	جامعه آماری	حجم نمونه (جوانان)	میزان گرایش به هویت ملی			ارزیابی کلی
					کم	متوسط	زیاد	
۱	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج اول	۱۳۷۹	ملی	۱۶۷۳۰	۶/۴	۹/۸	۸۳/۸	بسیار قوی
۲	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم	۱۳۸۲	ملی	۴۵۵۳	۵/۵	۸/۵	۸۶	بسیار قوی
۳	ایسپا	۱۳۸۴	ملی	۲۴۲۵	۱۵/۹	۴۱/۷	۴۲/۴	بسیار قوی
۴	حاجیانی	۱۳۸۶	ملی		فرهنگ ملی	اجتماع ملی	سیاست ملی	نمره کلی جوانان ۳/۶ (کمی بالاتر از متوسط) است که از نمره گروه سنی غیر جوان پایین‌تر است
				جوانان ۷۷۹	۴/۲ از ۵	۳ از ۵	۳/۷ از ۵	
				سایر گروه‌های سنی ۹۵۰	۴/۳ از ۵	۳/۲ از ۵	۳/۸ از ۵	
۵	ابوالحسنی	۱۳۸۷	ملی (تهران)	جوانان ۲۰-۳۰ ساله ۸۹	۴۰/۸ از ۱۰۰			تفاوت هویت ملی در گروه‌های سنی معنی‌دار است. میزان آن در بین جوانان پایین‌تر از متوسط است
				جوانان ۲۱-۳۰ ساله ۲۲۵	۴۰/۰۴ از ۱۰۰			
۶	میرزایی	۱۳۸۸	ملی (دانشگاه‌های کشور)	۱۸۱۴	فرهنگی: ۷۹ زبانی: ۶۵	اجتماعی: ۶۷	سیاسی: ۵۸	بالاتر از متوسط
۷	سلگی	۱۳۸۹	دانشگاه‌های تهران	۵۲۴	ترجیح فرهنگ ایرانی: ۸۷	سیاسی: ۸۷		قوی (۸۲)

جدول ۱۴. وضعیت جوانان ایرانی برحسب تعلق به فرهنگ ملی

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۰/۴	۰/۴	۰/۳	۳	کاملاً موافقم
۲/۵	۲/۲	۲/۱	۱۸	موافقم
۱۵/۵	۱۳/۰	۱۲/۴	۱۰۸	نه موافق نه مخالف
۶۲/۴	۴۶/۹	۴۴/۹	۳۹۰	مخالفم
۱۰۰/۰	۳۷/۶	۳۶/۰	۳۱۳	کاملاً مخالفم
	۱۰۰/۰	۹۵/۷	۸۳۲	کل
		۴/۳	۳۷	مفقود
		۱۰۰/۰	۸۶۹	کل

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۵۸۶

در مجموع، نتایج نشان‌دهنده پایین بودن گرایش به هویت ملی در بین جوانان ایرانی نسبت به سایر گروه‌های سنی است و به طور مشخص معمولاً پایین‌تر از میانگین است. همچنین گرایش به هویت در گروه سنی ۲۰-۲۱ سال کمتر است. در مقایسه با سایر گروه‌های سنی، تفاوت معنی‌داری به لحاظ برخورداری از هویت ملی وجود دارد. برای تأمل بیشتر به یافته‌های جداول ۱۴-۱۶ توجه کنید.

نتایج نشان‌دهنده عدم برجستگی و قوت بعد فرهنگی در جوانان ایرانی است.

جدول ۱۵. وضعیت جوانان ایرانی برحسب تعلق به اجتماع ملی

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۴/۱	۴/۱	۳/۷	۳۲	کاملاً مثبت
۳۰/۵	۲۶/۵	۲۳/۹	۲۰۸	مثبت
۶۹/۲	۳۸/۷	۳۵/۰	۳۰۴	نه مثبت نه منفی
۹۵/۷	۲۶/۵	۲۳/۹	۲۰۸	منفی
۱۰۰/۰	۴/۳	۳/۹	۳۴	کاملاً منفی
	۱۰۰/۰	۹۰/۴	۷۸۶	کل
		۹/۶	۸۳	مفقود
		۱۰۰/۰	۸۶۹	کل

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۵۸۷

جدول ۱۷. توزیع فراوانی میزان کلی هویت ملی جوانان ایرانی

(با ترکیب هر سه بعد)

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۰/۳	۰/۳	۰/۲	۲	کاملاً ضعیف
۴/۶	۴/۳	۳/۷	۳۲	ضعیف
۰/۳۹	۳۴/۹	۲۹/۶	۲۵۷	متوسط
۹۳/۶	۵۴/۱	۴۵/۸	۳۹۸	قوی
۱۰۰/۰	۶/۴	۵/۴	۴۷	خیلی قوی
	۱۰۰/۰	۸۴/۷	۷۳۶	کل
		۱۵/۳	۱۳۳	مفقود
		۱۰۰/۰	۸۶۹	کل

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۱۳

نتایج حاکی از آن است که هویت ملی قوت و برجستگی بیشتری نزد زنان ایرانی دارد. همچنین تغییرات مشهودی از حیث زمانی در این گرایش مشاهده نمی‌شود.

۳.۴. علل و عوامل مؤثر بر هویت ملی

در بررسی عوامل مؤثر بر میزان هویت ملی در ایران و با توجه و دقت در پژوهش‌هایی که رویکرد تبیینی و تحلیلی را در این زمینه دنبال کرده‌اند، به طور خلاصه می‌توان عوامل زیر را برشمرد:

هویت قومی

با عنایت به تنوع و پراکندگی فرهنگی- قومی جامعه ایرانی، توجه به مقوله هویت قومی حائز اهمیت فراوان است. به نظر گیرتر، بعد از نظام خویشاوندی، شاید قومیت مهم‌ترین روش طبقه‌بندی و سازمان‌دهی جمعی انسان‌ها به شمار آید (Jenkins and Sofos, 2007: 1475).

همچنین می‌توان گفت که هویت قومی یکی از سطوح جامعه‌پذیری تعریف می‌شود که فرد از طریق آن خود را به یک گروه بزرگ قومی متصل و مربوط می‌کند و، به صورت نمادین یا واقعی، خویش را عضو آن گروه بزرگ قومی می‌پندارد (Isajiw, 1990: 36). از دیدگاه واینریش، مفهوم هویت قومی روشی است برای فهم نیازها و تهدیداتی که گروه‌های قومی احساس می‌کنند (Weinreich, 2002: 83). صرف نظر از مباحث فوق، درباره ایران باید گفت که، به دلایل تاریخی و جغرافیایی، هویت‌های محلی و قومی در ایران بسیار برجسته و قوی است که بعضاً تداخلاتی با

یافته‌ها مبین اهمیت نسبی هویت ملی در بعد اجتماعی است.

جدول ۱۶. وضعیت جوانان ایرانی برحسب تعهد به ابعاد سیاسی

هویت ملی

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۰/۶	۰/۶	۰/۶	۵	کاملاً مخالفم
۴/۸	۴/۲	۴/۰	۳۵	مخالفم
۳۸/۹	۳۴/۱	۳۲/۷	۲۸۴	نه موافق نه مخالف
۸۴/۳	۴۵/۳	۴۳/۴	۳۷۷	موافقم
۱۰۰/۰	۱۵/۷	۱۵/۱	۱۳۱	کاملاً موافقم
	۱۰۰/۰	۹۵/۷	۸۳۲	کل
		۴/۳	۳۷	مفقود
		۱۰۰/۰	۸۶۹	کل

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۱۱

نتایج حاکی از اهمیت در حد متوسط هویت ملی در بعد سیاسی است. اما با ترکیب ابعاد مختلف هویت ملی نتیجه کلی جدول ۱۷ حاصل شده است.

میانگین گرایش کلی به هویت ملی در میان جوانان ایرانی ۳/۶ است که از متوسط بالاتر است. یادآوری می‌شود که این متغیر کلی مرکب از سه بعد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است.

هویت ملی در زنان

یافته‌ها در خصوص تعلق و تعهد زنان ایرانی نسبت به هویت ملی در جدول ۱۸ آمده است.

هویت ملی در ایران پیدا می‌کنند. به عبارتی، به نظر می‌رسد هویت ملی در ایران ارتباط جدی با قوت‌گیری هویت قومی دارد، به این معنی که در مناطقی که هویت قومی قوی‌تری شکل گیرد،

هویت ملی تضعیف می‌شود. در مناطق مختلف فرهنگی (یا قومی) ایران وضعیت هویت ملی و هویت قومی به صورت زیر است:

جدول ۱۸. وضعیت هویت ملی در بین زنان ایرانی (۱۳۷۹-۱۳۸۹)

ردیف	عنوان	سال اجرا	جامعه آماری	حجم نمونه (زنان)	میزان گرایش به هویت ملی			ارزیابی کلی
					کم	متوسط	زیاد	
۱	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج اول	۱۳۷۹	ملی	۱۶۷۳۰	۵/۸	۷/۸۶	۸۸/۲	بسیار قوی
۲	ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم	۱۳۸۲	ملی	۴۵۵۳	۳/۹	۶	۹۰/۲	بسیار قوی
۳	ایسپا	۱۳۸۴	ملی	۲۴۴۳	۱۲/۹	۴۰/۷	۴۶/۴	بسیار بالاتر از میانگین، قوی‌تر از مردان
۴	حاجیانی	۱۳۸۶	ملی	مردان ۸۸۰	۴/۲	۳	۳/۷	هویت ملی در زنان در حد قوی است، اما تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. به نظر می‌رسد هویت در نزد زنان کمی قوی‌تر است
				زنان	۴/۲	۳/۱	۳/۷	
				میانگین کلی	۴/۲	۳/۱	۳/۷	
					کم	متوسط	زیاد	
۵	ابوالحسنی	۱۳۸۷	ملی (تهران)	۳۴۳	۱ (فراوانی خام)	۱۴ (فراوانی خام)	۳۲۷ (فراوانی خام)	میانگین زنان ۴/۱۹ و میانگین مردان ۴/۱۶ است و تفاوت معنی‌دار وجود ندارد. هرچند هویت ملی زنان بسیار قوی است
۶	میرزایی	۱۳۸۸	ملی (دانشگاه‌های کشور)	۱۰۲۷	فرهنگی: ۸۰ زبانی: ۶۹	اجتماعی: ۷۴/۴	سیاسی: ۶۸/۴	بالاتر از متوسط به میزان ۷۰/۶

جدول ۱۹. میانگین گرایش اقوام به هویت قومی و هویت ملی

	کرد	لر	بلوچ	عرب	آذری	ترکمن
هویت قومی	۳/۶	۳/۷	۳/۶	۳/۹	۳/۵	۴
هویت ملی	۳/۴	۳/۹	۳/۹	۲/۸	۳/۸	۳/۶

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۵۸

همچنین میزان ضرایب همبستگی میان این دو متغیر در کشور ایران به قرار جدول ۲۰ است.

در واقع، هرچند رابطه ابعاد فرهنگی هویت ملی با ابعاد فرهنگی و اجتماعی قومیت قوی و مثبت است، این همبستگی در دو بعد دیگر به شدت ضعیف و حتی منفی ارزیابی می‌شود. این بدان معنی است که قوم‌گرایی و هویت قومی تأثیر منفی بر هویت ملی دارند و این وضعیت به‌ویژه در خوزستان و کردستان بسیار

جدول ۲۰. رابطه هویت قومی با هویت ملی (در میان اقوام ایرانی)

	تعلق به فرهنگ و اجتماع قومی	تعلق به ابعاد سیاسی قومیت	قوم‌مداری
بعد فرهنگی هویت ملی	۰/۰۳۴	-۰/۲۸	-۰/۰۵
بعد اجتماعی هویت ملی	۰/۰۲۲	۰/۰۴۳	۰/۰۱۶
بعد سیاسی	۰/۰۲۵	۰/۱۵	۰/۰۱

منبع: حاجیانی، ۱۳۸۸الف: ۶۳۲

ترجیح فرهنگ باستانی نیز رابطه علی (رگرسیونی) نازلی (۰/۱۱-) وجود دارد (سلگی، ۱۳۸۹: ۱۲۴).

باید دانست که هویت ملی در نزد ایرانیان شیعه اندکی بیشتر از ایرانیان اهل سنت است، اما این تفاوت معنی دار نیست (میرزایی، ۱۳۸۸: ۲۱۹). خلاصه آنکه به نظر نمی رسد گرایش به دین تأثیر منفی بر هویت ملی داشته باشد.

هویت مدرن یا جهانی شدن

بر مبنای نظریه گیدنز، تجدد تغییرات ریشه ای در کیفیت زندگی روزمره به وجود می آورد و بر وجوه مختلف تجربیات ما اثر می گذارد. تغییرات ناشی از شکل گیری نهادهای امروزی به طور مستقیم با زندگی فردی و خود ما درمی آمیزند. تجدد موجب تکه برداری^۱ (خروج از قیود محلی و ترکیب مکرر با عناصر جدید) و ساماندهی بازتابی خصوصی ترین گوشه های خود می گردد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۵). عصر تجدد کنونی یا تجدد علیا^۲ تأثیرات متقابل عوامل محلی و جهانی را به دنبال دارد و موجب باز شدن زندگی اجتماعی و طرح پرسش های مکرر درباره هویت خود می شود.

در خصوص مفهوم هویت جهانی باید تأکید کرد که مقوله هویت در زمره پدیده هایی است که، در پرتو جهانی شدن، در یک شبکه ارتباطی قرار می گیرد. در واقع هویت، تحت تأثیر ارتباطات، جهانی می شود و از پدیده های دوردست اثر می پذیرد و بر آنها هم اثر می گذارد. بر اثر این فعل و انفعالات، تصور ما از خویشتن دچار دگرگونی می شود و به شناخت های دیگری از وجود خویشتن نایل می شویم (قریشی، ۱۳۸۱: ۴۷).

در هر حال می توان گفت که همچون سایر نقاط جهان، شکل گیری هویت جهانی در ایران به معنی نوعی خودفهمی انسان ایرانی در چارچوب جهانی و شکل گیری احساس تعلق فرد به نظام جهانی و تعهد وی به مسائل جهانی است که در نتیجه آن، فرد خود را عضوی از جامعه جهانی تعریف و تصور می کند. به عبارت دقیق تر، هویت جهانی به معنی اعتقاد به اهمیت فرهنگ و اجتماع واحد جهانی و احساس تعلق فرد به آن است، و می توان آن را

مشهود است (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۶۴-۱۴۳؛ نیز برای ملاحظه نتایج دقیق تر در این باره رک. نواح و تقوی نسب، ۱۳۸۸: ۳۳۵؛ ابوالحسنی، ۱۳۸۸: ۲۰۷). اما در بررسی اخیر میرزایی، در میزان گرایش به هویت ملی در میان دانشجویان فارس و غیرفارس تفاوت معنی داری ملاحظه نشده است و در فارس ها ۶۸/۴ و در غیرفارس ها ۶۷ درصد بوده است (میرزایی، ۱۳۸۸: ۲۵۲). نتایج پژوهش جدیدتری (سلگی، ۱۳۸۹) حاکی از آن است که سه بعد مهم هویت قومی (احساس تعهد قومی، همگرایی فرهنگ قومی- ملی و احساس تعلق قومی) رابطه ضعیف (اما مثبتی) با هویت ملی دارند. در مجموع، باید گفت که رشد هویت قومی در بعضی اقوام (مثل عرب و کرد) نسبت معکوسی با هویت ملی (ایرانی) دارد.

هویت دینی

در بحث از هویت دینی، موضوع عبارت است از کنش کنشگران اجتماعی در مواجهه با دین. اگر رابطه دین را با دینداران دارای دو جهت بدانیم، یکی از سمت دین به سوی کنشگر و دیگری از سمت کنشگر به سوی دین، «دینداری» بیشتر مرتبط است با جهت از دین به سوی کنشگر، اما «هویت دینی» مرتبط است با جهت از کنشگر به سوی دین. به عبارت دیگر، در مطالعه دینداری، دین مبدأ اصلی مطالعه است. هویت دینی از این منظر هویتی است که درصدد است فرد را به یک ساخت اجتماعی به نام دین پیوند دهد. به زبان کان، هویت دینی مجموعه ای نسبتاً ثابت و پایدار از ایستارهاست که فرد از رابطه خود با دین در ذهن دارد (عاملی و مهدوی، بی تا). با توجه به یافته های در دسترس و به رغم انتظار رایج مبنی بر وجود پاره ای تعارضات بین هویت ملی و هویت دینی، در مجموع، رابطه میان دو بعد هم افزایانه است، اما بین تعلق به اجتماعات مذهبی (وجه اجتماعی هویت دینی) و بعد سیاسی هویت ملی رابطه ای وجود ندارد. ذکر این مهم به جهت اهمیتی است که دین در نظام فرهنگی و اجتماعی جامعه ایران دارد (حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۲۹۴). در پژوهش ابوالحسنی نیز ضریب همبستگی بین هویت امتی (تعلق فرد به اجتماع جهانی مسلمانان) حدود ۷۰ درصد است که به معنای قوت این رابطه است (ابوالحسنی، ۱۳۸۸: ۲۰۶). قابل ذکر است که در تحقیق سلگی ثابت شده است که الزام و تعهد اجتماعی به دین تأثیر منفی پایی (۱۷ درصد) بر تعلق به فرهنگ ملی دارد. همچنین میان تحمل و همزیستی دینی با

1. disembodiment

2. high modernity

برخورداری از منافع و تاریخ مشترک به شدت تضعیف می‌شود (همان: ۲۱۸).

بر این اساس و با توجه به یافته‌های پژوهش‌های مختلف، از جمله مطالعه تجربی نواح و تقوی‌نسب در خوزستان و پژوهش منتشرشده نگارنده در مناطق ترکمن و کردنشین، نوع نگرش شهروندان به وضعیت معیشتی، وجود بیکاری، احساس محرومیت اقتصادی در منطقه، و تبعیض در دسترسی به مشاغل تأثیر منفی بر هویت ملی افراد دارند که در برجسته شدن هویت قومی نمود می‌یابد (نواح و تقوی‌نسب، ۱۳۸۸: ۲۴۳-۲۳۴). در بررسی میرزایی (۱۳۸۸)، احساس محرومیت با هویت ملی در فارسی‌زبان‌ها ۰/۳۵ رابطه منفی داشته است، اما در میان اقوام ایرانی (کرد، لر، ترک و...) این رابطه به ۰/۵۶- رسیده است.

سایر متغیرهای مؤثر بر هویت

براساس یافته‌های تجربی پراکنده می‌توان گفت تعهد و تعلق به هویت ملی با متغیرهای زیر رابطه دارد:

- رضایت از نظام سیاسی: رضایت سیاسی به نحو مؤثری گرایش به هویت ملی را در کنشگران افزایش می‌دهد (ایسپا، ۱۳۸۴: ۱۷۵).
- پذیرش ارزش‌های بنیادی نظام سیاسی: مشروعیت نظام سیاسی موجب تقویت هویت ملی می‌شود (همان: ۱۸۶).
- مشارکت: مشارکت بیشتر در امور اجتماعی و سیاسی هویت ملی را تقویت می‌کند (همان: ۱۹۰).
- امیدواری به آینده: با افزایش امید به آینده، گرایش به هویت ملی افزایش می‌یابد (همان: ۱۹۲).
- تحصیلات و آموزش: با افزایش تحصیلات، گرایش به هویت ملی کاهش می‌یابد (حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۱۴۰).
- درآمد: با افزایش درآمد، گرایش به هویت ملی کاهش می‌یابد، اما طبقه اجتماعی بر هویت مؤثر نیست (همان: ۲۴۵).
- رسانه‌های خارجی: استفاده از شبکه‌های رسانه‌ای خارجی و اینترنت و ماهواره از شدت تعلقات هویتی می‌کاهد. تأثیر منفی رسانه بر بعد سیاسی و اجتماعی هویت ملی بیشتر است (همان: ۲۸۰).
- جنسیت: در مجموع، جنسیت تأحدودی بر هویت ملی

هویت فراملی گرایانه^۱ یا جهان‌وطن‌گرایی (هویت جهان‌زی یا کیهان‌زی)^۲ دانست که به معنی گرایش به تعدد و همزیستی فرهنگ‌ها در درون تجربه فردی از یک سو و اهمیت قائل شدن برای ارزش‌های جهانی و نهادهای بین‌المللی از سوی دیگر است. ضمن اذعان به عدم امکان تفکیک دقیق هویت جهانی از هویت بین‌المللی، می‌توان فرض کرد که هویت جهانی به معنی پذیرش وجود یک فرهنگ جهانی و تعلق به آن است، اما هویت بین‌المللی به معنی درک وجود مشکلات جهانی مشترک بین جوامع و ملزم دانستن خود (کشورهای خود) به تلاش در جهت حل این مشکلات است.

بر این اساس و با توجه به مجموعه یافته‌ها، به نظر می‌رسد رابطه‌ای میان تعلق به هویت جهانی (یا هویت مدرن یا بین‌المللی‌گرایی) با هویت ملی وجود ندارد (حاجیانی، ۱۳۸۸ الف: ۲۹۵؛ ابوالحسنی، ۱۳۸۸: ۲۰۸). در اینجا می‌توان به نتایج پژوهش سلگی نیز اشاره کرد که طی آن مشخص شد رابطه نسبتاً مثبتی میان جهانی‌گرایی و هویت ملی وجود دارد (سلگی، ۱۳۸۹: ۲۷۵).

احساس محرومیت نسبی

مطابق نظر گر، محرومیت نسبی که به معنی «احساس بازیگران مبنی بر وجود اختلاف میان انتظارات ارزشی خود و توانایی ارزشی محیط» است زمینه‌ساز بروز اختلاف و تنش بین بخش‌های مختلف جامعه می‌شود (گر، ۱۳۷۸: ۲۰۵). بر این اساس، هویت ملی تحت تأثیر احساس محرومیت نسبی کنشگران است چرا که شهروندان، به‌ویژه اقوام و فرهنگ‌های متفاوت با اکثریت جامعه، تصور می‌کنند که بنا به دلایلی از جمله قومیت خود در معرض سرکوب، آزار یا محرومیت از برخی حقوق و مزایا قرار می‌گیرند. بنابراین، وسعت محرومیت‌های جمعی گروه‌های فرهنگی متفاوت (اقلیت یا مهاجر) در مقایسه با دیگران عامل اصلی نارضایتی و اقدام مشترک می‌شود. احساس محرومیت در اینجا معادل تصور فرد از وجود نابرابری در رفاه مادی یا دستیابی سیاسی به موقعیت‌های مهم است. در این شرایط، هویت فرهنگی به پایگاهی برای جنبش سیاسی تبدیل و حس هویت جمعی (ملی) و

1. super nationalism

2. cosmopolitanism

۲.۵. مقایسه یافته‌ها با کشورهای منطقه

متأسفانه برای سنجش هویت ملی ایرانیان با کشورهای منطقه یا حتی آسیا، مرجع داده مناسبی پیدا نشده است، اما براساس آمارهای پراکنده مندرج در بعضی مقالات، مانند مورد ترکیه، امارات متحده عربی، ژاپن و استرالیا، می‌توان گفت رقم کلی حدود ۹۰ درصد برای گرایش به هویت ملی در ایران بسیار نزدیک (و تاحدودی بالاتر) از میزان گرایش به هویت ملی در ترکیه، ژاپن و استرالیاست و این کشورها تفاوت محسوسی از این حیث ندارند. در واقع، موضوع هویت در ایران فاقد ابعاد بحرانی است و ارقام داده‌های آن از بعضی کشورهای منطقه و ممالک آسیایی تاحدودی بالاتر است. همچنین گرایش به هویت ملی در ایران قوی‌تر از تمامی کشورهای اروپایی ارزیابی می‌شود. اما میزان گرایش به هویت ملی در میان ایرانیان بسیار نزدیک به نتایج پژوهش‌های انجام‌شده در ایالات متحده است چرا که هویت ملی در امریکا معمولاً ارقام بالایی ۹۰ درصد را به خود اختصاص داده است. در واقع، می‌توان در این مورد ترتیب زیر را ارائه کرد:

۱. امریکا و ایران
۲. ژاپن، استرالیا، ترکیه و امارات متحده عربی
۳. کشورهای اروپایی نسبت به هویت ملی خودشان
۴. کشورهای اروپایی نسبت به اتحادیه اروپایی

این گزاره برخلاف تصور برخی محققان ایرانی است که می‌پندارند هویت ملی در ایران در شرایط بحرانی قرار دارد و بسیار ضعیف شده است. این نظر عمدتاً بدون تدقیق در مفهوم هویت ملی اظهار می‌شود و مفاهیمی دیگر مانند مشارکت، مشروعیت و... به جای هویت ملی قرار می‌گیرند. دیگر آنکه این اظهارنظرها کمتر وجه و پایه تجربی و عینی داشته است. به سخن دیگر، بنا به دلایل تاریخی، شرایط جغرافیایی، و سیاست‌های فرهنگی-اجتماعی دولت‌ها در ایران (به‌ویژه از زمان صفویه) برای تقویت هویت ملی، این موضوع در ایران از انسجام و قوت جدی برخوردار است. البته این به معنی انکار بعضی روندهای واقعی مانند خروج از کشور یا تمایل به مهاجرت به خارج از کشور نیست، اما باید در نظر داشت که این‌گونه پدیده‌ها نباید در تناقض با احساس تعلق و پیوستگی ایرانیان با مام میهن تلقی شود.

اثرگذار است؛ به عبارتی، هویت ملی در زنان قوی‌تر از مردان است (حاجیانی، ۱۳۸۸الف: ۵۸۶؛ سلگی، ۱۳۸۹: ۱۱۸؛ میرزایی، ۱۳۸۸: ۲۸۵).

- روابط بین‌قومی: در میان اقوام ایرانی، تراکم روابط عمومی بین‌قومی در چهار حوزه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی به طور کلی پایین است و میانگین هریک از این روابط در میان اقوام در کل کمتر از ۶ درصد است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۲۰۷). رضایی و احمدلو نیز به این نتیجه رسیده‌اند که روابط بین‌قومی در جوانان ایرانی بسیار پایین است (رضایی و احمدلو، ۱۳۸۴: ۲۲).
- سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی و ابعاد اصلی آن یعنی کمیت و کیفیت روابط اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری با میزان هویت ملی دارد ($r = 0.33$)، یعنی هرقدر سرمایه اجتماعی افزایش یابد، هویت ملی نیز تقویت می‌شود (رضایی و احمدلو، ۱۳۸۳: ۲۵).

۵. بحث و نتیجه‌گیری

۱.۵. مقایسه و تحلیل روند هویت ملی در ایران

مقایسه یافته‌ها در طول زمان در موضوع هویت به دشواری امکان‌پذیر است. دلیل این امر، علاوه بر محدودیت‌های روش‌شناختی، آن است که هویت مقوله‌ای است که در طی چند سال با تغییرات محسوسی مواجه نمی‌شود. هویت به مثابه مبنا و پایه فرهنگ به سختی تغییر می‌کند و جابه‌جایی یا برجستگی یافتن آن نیازمند گذشت زمان (حداقل یک دهه) است. از همین رو، نمی‌توان درباره روند تغییر هویت ملی در طی سال‌های مورد بررسی (۱۳۸۷-۱۳۸۰) قضاوت صریحی داشت. میزان گرایش به هویت ملی معمولاً در حدود رقم کلی ۹۰ درصد قرار داشته است. این میزان در بعد فرهنگی بسیار قوی (کمی بالاتر از ۹۳ درصد)، در بعد اجتماعی بالاتر از متوسط، و در بعد سیاسی در حدود متوسط است. تغییرات هویت ملی، چنانکه گفته شد، در طول زمان چندان محسوس نیست. ضمناً باید توجه داشت که تغییرات جزئی برخی ارقام و مقادیر ناشی از روش‌شناسی پژوهش‌ها، تنوع جوامع آماری و جمعیت نمونه و... چندان مهم و تعیین‌کننده نیستند. خلاصه آنکه هویت ملی در طول سال‌های مورد بررسی تغییر محسوسی نداشته و همواره از قوت و شدت زیادی برخوردار بوده است.

منابع

- گر، تد رابرت. (۱۳۷۸)، *چرا انسان‌ها شورش می‌کنند*، ترجمه علی مرشدی‌زاده، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- گودیکانست، ویلیام پی. (۱۳۸۳)، *پیوند تفاوت‌ها*، ترجمه علی کریمی و مسعود هاشمی، تهران، مؤسسه مطالعات ملی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸)، *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- لفت‌ویک، آدرین. (۱۳۸۴)، *سیاست و توسعه در جهان سوم*، ترجمه علیرضا خسروی و مهدی میرمحمدی، تهران، مؤسسه ابرار معاصر.
- محمدی قره‌قانی، محمدعلی. (۱۳۸۹)، *هویت شهروندی و راهکارهای ارتقای آن در شهر تهران*، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
- موسوی، میرطاهر، پرویز پیران و محمد عبداللهی. (۱۳۸۷)، طرح ملی سنجش سرمایه اجتماعی ایران، دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی (منتشر نشده).
- میرزایی، حسینعلی. (۱۳۸۸)، *رابطه هویت ملی و هویت قومی در دانشجویان دانشگاه‌های دولتی ایران*، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.
- میلر، دیوید. (۱۳۸۳)، *ملیت*، ترجمه داود غرایاق‌زندی، تهران، مؤسسه مطالعات ملی.
- نواح، عبدالرضا و مجتبی تقوی‌نسب. (۱۳۸۸)، *آسیب‌شناسی مسائل قومی در ایران*، تهران، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- هاتچینسون، جان و آنتونی اسمیت. (۱۳۸۶)، *ملی‌گرایی*، ترجمه مصطفی یونسی و علی مرشدی‌زاده، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- هانتینگتون، ساموئل. (۱۳۸۴)، *چالش‌های هویت در آمریکا*، ترجمه محمدرضا گلشن‌پژوه و دیگران، تهران، مؤسسه ابرار معاصر.
- یوسفی، علی. (۱۳۸۰)، «روابط بین‌قومی و تأثیر آن بر هویت اقوام ایران»، *مطالعات ملی*، ش ۸.
- Carey, Seam. (2002), *Individed Loyalties*, available at: www.sagepublication.com
- Christens, J. (1995), "The Psychological Foundations of Identity Politics", *Annual Review of Political Science* 3.
- Condor, Susan, Stephen Gibson and Jackie Abell. (2006), *English Identity and Ethnic Diversity in the Context of UK Constitutional Change*, available at: www.sagepublications.com
- Edmund, J. and B. S. Turner. (2001), "The Re-Invention of a National Identity; Woman and Cosmopolitan Englishness", *Ethnicities* 1.
- ابوالحسنی، سید رحیم. (۱۳۸۷)، *تعیین و سنجش مؤلفه‌های هویت ایرانی*، تهران، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، *موج اول*. (۱۳۷۹)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، *موج دوم*. (۱۳۸۲)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- اسمیت، آنتونی. (۱۳۸۳)، *ناسیونالیسم (نظریه، ایدئولوژی، تاریخ)*، ترجمه منصور انصاری، تهران، مؤسسه مطالعات ملی.
- ایسپا (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران). (۱۳۸۴)، *پیمایش ملی، فرهنگی، سیاسی مردم ایران، موج اول*، تهران.
- پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی. (۱۳۸۷)، *چکیده مقالات همایش ملی هویت ملی و هویت دینی جوانان*، تهران.
- توسلی، غلامعباس. (۱۳۶۹)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران، سمت.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱)، *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، شیراز.
- چلبی، مسعود و علی یوسفی. (۱۳۸۳)، *هویت قومی و رابطه آن با هویت جامعه‌ای*، تهران، معاونت امور اجتماعی وزارت کشور.
- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۷)، «نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی»، *جامعه‌شناسی ایران*، ش ۳ و ۴.
- _____. (۱۳۸۸ الف)، *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- _____. (۱۳۸۸ ب)، گزارش طرح پژوهشی سیاست‌های کلی هویت، مرکز تحقیقات استراتژیک، به سفارش دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام (منتشر نشده).
- رضایی، احمد و حبیب احمدلو. (۱۳۸۴)، «نقش سرمایه اجتماعی در روابط بین‌قومی و هویت ملی»، *مطالعات ملی*، ش ۲۴.
- ریتز، جانان‌اچ. (۱۳۸۴)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی.
- سلگی، محمد. (۱۳۸۹)، *سنجش ابعاد و مؤلفه‌های هویت فردی و اجتماعی و تأثیر آنها بر انسجام ملی دانشجویان دانشگاه‌های تهران*، پایان‌نامه دکتری روان‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- عاملی، سعیدرضا و جواد مهدوی. (بی‌تا)، «وضعیت هویت دینی در بین کاربران اینترنت»، مقاله منتشر نشده.
- قریشی، فردین. (۱۳۸۱)، «جهانی شدن و تحول تصور ما از خویشتن»، *مطالعات ملی*، ش ۱۱.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات*، ترجمه علی پایا، ج ۲، تهران، طرح نو.
- کوزر، لوئیس. (۱۳۶۸)، *بزرگان اندیشه: جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی.

- Maleeseviac, Siniesa and Mark Haugaard. (2002), *Making Sense of Collectivity, Ethnicity, Nationalism and Globalism*, Pluto Press.
- Pakulski, Jan and Bruce Tranter. (2000), "Civic, National and Denizen Identity in Australia", *Journal of Sociology* 36.
- Parmenter, L. (1999), "Construction of National Identity in a Changing World Perspective in Japanese Education", *British Journal of Sociology and Education* 20.
- Robyn, Richard. (2005), *The Chugging Face of European Identity*, London, Routledge.
- Rothi, M., E. Lyons and X. Chryssochoou. (2005), "National Attachment, and Patriotism in a European Nation, A British Study", *Political Psychology* 26/1.
- Thompson, Andrew. (2001), "National Identities and Human Agency", *The Sociological Review* 49/1.
- Treschel, A. (2004), "What Does it Mean to Be European", *The European Journal of Sciences Research* 18/1.
- Waldemar, Lilli and Michael Diehl. (1999), Measuring National Identity, available at: www.mzes.uni-Mannheim.de.com
- Weinreich, P. (2002), "The Operationalization of Identity Theory in Racial and Ethnic Relation", in: J. Rex and D. Mason, eds., *Theories of Race and Ethnic Relations*, University of Cambridge.
- Woodward, Kath. (2000), *Questioning Identity: Gender, Class, Nation*, London, Routledge.
- Zenitidou, Maria. (2004), Greek National Identity, available at: www.seerc.com
- Eurobarometer 68. (2008), Public Opinion in the European Union, available at: <http://eupopa.eu.int/comm/public-opinion/index-en.htm>
- Ezell, Elizabeth D., Martin Seeleib-Kaiser and Edward A. Tirakian. (2003), "National Identity Issues in the German Elites", *International Journal of Comparative Sociology* 44.
- Fuh-Sheng Hsieh, John. (2005), "Ethnicity, National Identity and Pemoistics in Taiwan", *Journal of Asian and African Studies* 40.
- Haque, Amber. (2005), "Preserving Culture Identity in 21 Century; Challenges to the Emirati Youth", paper presented in: UAE University Research Conference.
- Huang, Chi. (2005), Dimensions of Taiwanese / Chinese Identity and National Identity in Taiwan, available at: www.sagepublications.com
- Isajiw, W. (1990), "Ethnic Identity Retention", in: R. Berton, W. Isajiw, W. Kalbach and J. Reitz, eds., *Ethnic Identity and Equablity*, University of Tornado Press.
- Jenkins, B. and A. Sofos Spyros. (2007), *Nation and Identity in Contemporary Europe*, Routledge.
- Kentman, Cigdem. (2008), Determinants of Support for EU Membership in Turkey, available at: www.sagepublications.com
- Li, O. and M. B. Brewer. (2004), "What Does It Mean to Be an American? Patriotism Nationalism and American Identity after 9/11", *Political Psychology* 25/5.
- Luedetke, Adam. (2005), European Integration, Public Opinion and Immigration Policy, available at: www.sagepublications.com