

تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل بر اساس معادلات ساختاری

لطیف شایسته^۱

دکتر رضا اسماعیلی^۲

دکتر اصغر محمدی^۳

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۲/۱۸

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۲۸

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل بر اساس معادلات ساختاری است. در این تحقیق، با استفاده از دیدگاه نظری کنش متقابل نمادین و نظریه قومیتی بارث و چنکینز و بحث نظری هوش فرهنگی ون دائن استفاده شده است. روش تحقیق، پیمایش از نوع همستگی بود. جامعه آماری، دختران ۱۸ الی ۳۵ ساله شهرهای مرزنشین استان اردبیل به تعداد ۴۶۸۲۵ نفر بود که ۳۸۱ نفر بر اساس فرمول کوکران و با روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم (شهرستان محل سکونت) انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بود و تحلیل‌های آماری بر اساس معادله ساختاری و با استفاده از برنامه Spss و لیزرل انجام یافته است. مقادیر رگرسیونی مدل معادله ساختاری حاکی از آن است که هویت قومی به میزان (۰/۳۱) درصد، و هوش فرهنگی به میزان (۰/۲۶) درصد، بر هویت ملی تأثیر دارد. براین اساس هویت قومی بیشترین اثر، و هوش فرهنگی کمترین اثر را بر هویت ملی دارد. نتایج پژوهش با سایر تحقیقات همسوئی داشته، بنابراین با گسترش هویت قومی و هوش فرهنگی، می‌توان گامی در جهت تثبیت هویت ملی در شهرهای مرزنشین کشور برداشت.

واژگان کلیدی: هویت قومی، هوش فرهنگی، هویت ملی، دختران جوان

۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، اصفهان، ایران
۲ استادیار، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد خوراسگان، دانشگاه آزاد اسلامی، خوراسگان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)
r.esmaeili@khuisf.ac.ir
۳ استادیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، اصفهان، ایران

مقدمه

امروز در جهانی زندگی می‌کنیم که در آن بحث از جهانی‌سازی یا جهانی‌شدن^۱ به شدت مطرح است و این پروسه جهانی، قشر عظیمی از جامعه را با خود به همراه دارد و آن به خصوص جوانان هر جامعه است. جوانان در هر جامعه و کشوری، محور حرکت هستند. پیشرفت و ترقی هر جامعه‌ای بسته به نیروی جوانان آن کشور است. در طول تاریخ نقش این قشر از جامعه، با داشتن افکاری نو و تحول‌گرایانه، در هر برهه‌ای از زمان قابل تأمل بوده است. تغییرات اجتماعی، سیاسی اقتصادی و فرهنگی بیشتر مرهون تلاش‌های این گروه از افراد جامعه است طرح و برنامه‌های آتی جامعه نیز بیشتر حول محور این گروه سروسامان می‌یابد. این گروه با داشتن پتانسیل فراوان موتور محرکه جوامع محسوب می‌شوند. یکی از نقش‌های اساسی این گروه در ثبات ساختاری یا همبستگی اجتماعی است. جوانان با درک شرایط اجتماعی و هویتی جامعه، با ایجاد تغییر به ثبات آن نیز کمک می‌کنند. در واقع تغییر و ثبات هویتی هر دو در جامعه همیشه در حال رخ دادن هستند و در این بین نقش جوانان بیش از هر گروه دیگر مشخص است. آنچه جامعه را به صورت همبسته، و حول یک محور قرار می‌دهد، هویت فرهنگی مشترک آن جامعه است. یا به بیانی دیگر هویت «ملی» آن جامعه است. هویت و به دو معنای ظاهراً متناقض بکار می‌رود: (۱) همسانی و یکنواختی مطلق (۲) «تمایز». بنابراین هویت همگون و یکدست بوده و صرفاً از طریق نفی دیگران به اثبات خویش می‌رسد. و با این نفی و انکار به تمایز و جدایی «ما» با «دیگران» تأکید می‌کند. هویت به معنی چپستی و کیستی، و از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن به چیزی یا جایی برمی‌آید. این نیاز سبب خودآگاهی فردی در انسان می‌شود. همچنین ارضای آن در میان یک گروه انسانی، خودآگاهی جمعی و مشترک یا هویت قومی، تیره‌ای یا ملی آن گروه را تعیین می‌کند. این خودآگاهی یا خودشناسی هنگامی جنبه ملی به خود می‌گیرد که در قیاس با هویت گروهی دیگر ملل باشد.

نتایج به دست آمده از پژوهش‌ها حاکی از آن است که هویت قومی و ملی هر دو در میان اقوام ایرانی، به طور توأمان، قوت و برجستگی دارند و میان آن‌ها رابطه تعارض آمیز و قطبی وجود ندارد (حاجیان، ۱۳۸۸، ۱۴۳) و این نشان از همبستگی اجتماعی است. جوامع بشری هر چند همواره دارای نوعی وفاق اجتماعی و انسجام کلی هستند اما افراد آن از نظر سنی، جنسی، شغلی، نژادی، قومی و مذهبی با یکدیگر متفاوت‌اند. این تفاوت‌ها باعث ایجاد گروه‌های اجتماعی متنوعی در جوامع می‌شود. بنابراین هر جامعه‌ای جدا از فرهنگ عام و مورد قبول افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی از خرده‌فرهنگ‌هایی متناسب با وضعیت گروهی خود برخوردار است. بنابر نظر ریچارد جنکینز قومیت یک هویت اجتماعی است که هم جمعی است و هم فردی، و در تعامل اجتماعی تجلی بیرونی می‌یابد و در خودآگاهی شخص درونی می‌شود. و تئودورسن در فرهنگ جامعه‌شناسی خود قومیت را این‌گونه تعریف می‌کند: گروهی با سنت فرهنگی مشترک و احساس هویتی

که آن را به‌عنوان یک گروه فرعی از یک جامعه بزرگتر مشخص می‌کند، اعضای هر گروه قومی از لحاظ ویژگی‌های خاص فرهنگی از سایر اعضای خود متمایز هستند. این ویژگی‌های فرهنگی عبارت‌اند از: زبان، مذهب، رسم، سنت‌ها، تعلق به مکان خاص که در میان گروهی از مردم مشترک باشند (جعفری، ۱۳۸۷، ۱۴). مسأله پژوهش، با توجه به شرایط و زمینه‌های ساختاری، طبیعی و جغرافیایی و تنوع فرهنگی و قومی کشور ما از یک سو، و فرایندهای جهانی‌شدن و بین‌المللی‌گرایی، تحولات سیاسی در جوامع پیرامونی به‌ویژه بعد از فروپاشی اتحاد شوروی و تهدیدات مکرر دولت‌های بزرگ فرا منطقه‌ای از سوی دیگر، موجب طرح دغدغه‌ها و نگرانی‌های فزاینده‌ای از سوی نخبگان، مدیران ارشد و تحلیل‌گران مسائل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در خصوص مسائل قومی، یکپارچگی سرزمینی و اتحاد ملی در ایران شده است. بخصوص این اتفاق در شهرهای مرزنشین، و با کشورهای هم‌جوار هم‌زبان، بیشتر خود را نمایان می‌سازد و به‌نوعی تهدید برای انسجام اجتماعی تلقی می‌گردد. برای انسجام‌بخشی (رسیدن به هویت ملی) در عین حفظ هویت‌های قومی، هوش فرهنگی عاملی در این پیوند مورد نظر است.

هوش فرهنگی به‌عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چندبعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است (انگ و همکاران، ۲۰۰۷). هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند که دیگران چگونه فکر می‌کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند؛ در نتیجه موانع ارتباطی بین فرهنگی را کاهش و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی را می‌دهد.

در کشورهایی چون ایران که از ساختار قومی متنوعی برخوردار است و هنوز اقتصاد سرمایه‌داری به شکل غربی در آن شکل نگرفته نمی‌توان گفت که هویت را می‌توان از طریق ذائقه مصرف افراد و یا حتی پایگاه آن‌ها سنجید. بنابراین در این‌گونه کشورها قومیت می‌تواند به‌عنوان یک شاخص مهم در سنجش هویت‌ها به حساب آید، چون قومیت می‌تواند منبع مهمی برای تبعیض و نابرابری‌های اجتماعی باشد به همین خاطر می‌تواند به‌عنوان منبع بالقوه نیرومندی برای هویت‌یابی افراد باشد. اسمیت (۱۹۹۶) معتقد است: پیوندهای قومی مثل دیگر پیوندهای اجتماعی در معرض نیروهای اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی قرار دارند و از این‌رو برحسب اوضاع و شرایط اجتماعی مختلف، متحول و متلاطم می‌شوند. در سال‌های اخیر مطالعات انجام‌شده در مورد ناسیونالیسم قومی نشان می‌دهد که تنها چهارده کشور جهان فاقد تنوع قومی قابل‌توجه می‌باشند و در این میان ۴ درصد جمعیت جهان در کشورهایی زندگی می‌کنند که دارای یک گروه قومی می‌باشند. یعنی می‌توان گفت که کثرت فرهنگی و قومی که اساس ظهور اقلیت‌ها و نقطه مقابل تجانس و یکپارچگی قومی است ناظر بر اقوام متعدد با تفاوت‌های آشکار مذهبی، تاریخی، فرهنگی و اجتماعی است. و در صورت عدم توجه به مسأله هویت ملی و قومی در جامعه، این پدیده همراه با آثار

نامطلوب و زیان‌بار سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی است، که ضرورت توجه به این مسأله را می‌رساند. در نتیجه انجام چنین تحقیقی برای همبستگی اجتماعی در جامعه ایرانی و جوامع مشابه چندقومی لازم و ضروری می‌نماید. از طرفی پژوهش در زمینه هویت قومی و ملی با نقش میانجی هوش فرهنگی، به کیفیت زندگی و به نحوه ارتباط در جامعه چندقومی ایران کمک می‌کند و با توجه به اینکه این مؤلفه‌ها موجب بهبود روابط و همبستگی در جامعه می‌شود، حائز اهمیت است. یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند در بخش‌های اجرائی جامعه و بخصوص به قوه مجریه در روند بهبود شرایط اجتماعی و ایجاد همبستگی بخصوص در شهرهای مرزنشین هم‌زبان، با کشور همسایه، کمک بیشتری داشته باشد. و نقش هوش فرهنگی را به‌عنوان متغیر میانجی، در بهبود روابط اجتماعی داخلی به نحو حداکثری مورد عنایت قرار دهند. مسأله هویت قومی و هویت ملی در کشورهای چند قومی به‌طور عام، و در ایران به‌طور خاص، به‌عنوان یک مسأله اجتماعی، مورد بررسی واقع شده است. زیرا که انسجام اجتماعی در این نوع جوامع (چند قومی) بسته به میزان گرایش به هویت ملی است. لازم به ذکر است که، مسأله هویت ملی در مناطق مرزنشین، بخصوص مناطق مرزنشین هم‌زبان، به یک مسأله اجتماعی تبدیل شده است و در این مناطق هویت‌یابی قومی با الگوی برداری از کشورهای هم‌جوار، از سوی اقشار مختلف جامعه بخصوص جوانان، بیشتر پی‌گیری می‌شود و این عاملی در ایجاد تعارض در همبستگی اجتماعی در این مناطق، و به‌تبع آن در کل کشور یا جامعه است. در پژوهش حاضر محقق در صدد پاسخگویی به این سؤال است که تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل چگونه است؟

اهداف پژوهش

تعیین تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل
تعیین تأثیر هویت قومی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل
تعیین تأثیر هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل

مبانی نظری

در سال‌های دهه ۱۹۹۰ «هویت» یکی از چارچوب‌های وحدت‌بخش در مسائل روشنفکری شده است. چنانکه به نظر می‌رسد همگان راجع به آن حرفی برای گفتن دارند: جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان، دانشمندان علوم سیاسی، روان‌شناسان، جغرافی‌دانان، تاریخ‌دانان و فیلسوفان. این گفتگوها بسیار متنوع هستند. از بحث آنتونی گیدنز^۱ درباره تجدد و خودشناسایی گرفته تا تأکید پست‌مدرنیستی بر «تفاوت» و از تلاش‌های گوناگون فمینیستی برای شالوده‌شکنی قراردادهای اجتماعی مبتنی بر جنسیت گرفته تا سردرگمی ناشی از احیاء ناسیونالیسم و قومیت‌گرایی به‌عنوان نیروهای مهم سیاسی. در هر جا با

گفتمان‌هایی راجع به هویت مواجه می‌شویم و بحث تنها درباره هویت نیست، از دگرگونی نیز سخن می‌رود: پیدایش هویت‌های جدید، احیاء هویت‌های قدیم و دگرگون شدن هویت موجود. از سیاست جدید هویت سخن رانده می‌شود. (جنگینز، ۱۳۸۱، ۱۱). سه کتاب در ارتباط با "هویت: کتاب اول مدرنیته و هویت فردی: خود و جامعه در دوران پسین مدرن، نوشته آنتونی گیدنز است. در این کتاب گیدنز نقد مفهوم پسامدرنیته که پیشتر آغاز کرده است را بسط می‌دهد تا وجوه آشنایی خویشینی و دگرگونی‌های آن‌ها را در پایان قرن بیستم موضوع بحث قرار بدهد. گیدنز استدلال می‌کند که خود شناسایی به‌طور مشخص یک طرح مدرن است که در چارچوب آن افراد قادر می‌شوند به‌طور بازتابی یک روایت شخصی بسازند که به آن‌ها اجازه می‌دهد خودشان را چنان که مسلط بر بزرگی و آتیه خود باشند فهم کنند «سیاست زندگی» در دموکراسی‌های مبتنی بر سرمایه‌داری ظهور کرده‌اند تا از خلأ ناشی از زوال سیاست طبقاتی را پر کنند. گیدنز دغدغه سیاسی امر شخصی، امر خصوصی، و امر آشنا را دارد. عبارتی که ریشه در جنبش زنان در مهروموم‌های دهه شصت دارد، «امر شخصی همان امر سیاسی است» عبارتی است که در اغلب موارد برای علاقه‌براز شده نسبت به هویت، و از جمله برای تحلیل گیدنز، عبارتی مناسب است. کتاب دوم میل‌ها و هویت‌ها نوشته سالار «دلایمون» است. برخلاف گیدنز، دلایمون آگاهانه کتاب را برای مخاطب ناآشنا به موضوع ارائه کرده، و توجه خود را به گوناگونی‌های فرهنگی در میان ملت‌های اروپایی معطوف کرده است. گوناگونی‌هایی از قبیل دین، سلیقه، ارزش‌ها، خوراک، نقش‌های جنسی، و غیره - که فهرستی از گوناگونی‌های فرهنگی به دست می‌دهد و معیاری برای ارزیابی دگرگونی اجتماعی است. دامنه موضوع در کتاب سوم از بقیه گسترده‌تر است. جان‌اتان فریدمن در کتاب هویت فرهنگی و فرآیند جهانی ۲ به الزامات هویت - به‌ویژه هویتی که به یک کانون فرهنگی محلی وابسته باشد - می‌پردازد که ناشی از این واقعیت است که همه ما تا اندازه‌ای تحت یک نظام شکوفای جهانی اطلاعات تجارت و حمل‌ونقل سریع زندگی می‌کنیم که در آن شباهت‌های جهانی به همان اندازه تفاوت‌های محلی واضح است. یک «سطح» جدید اجتماعی فرهنگی - یعنی سطح جهانی - در حال پیدایش است. این دلیل دیگری برای بداعت و تشخیص صحنه اجتماعی در اواخر قرن بیستم است. فریدمن در عین حال به الزامات این جهان نو برای مردم‌شناسی می‌پردازد، یعنی علمی که به‌واسطه مواجهه‌های میدانی با فرهنگ‌های محلی و غریب شکل گرفته و از بابت قابلیت خود در تفسیر، اگر نه ترجمه، فرهنگ‌های گوناگون که تفاوت میان آن‌ها را فهم‌پذیر می‌کند به خود می‌بالد (جنگینز، ۱۳۸۱، ۲۲).

هویت ملی نوعی احساس مشترک در میان انسان‌هایی است که در یک واحد جغرافیایی - سیاسی به سر می‌برند و داری تاریخ، فرهنگ، دین، نژاد، مشترک هستند. هویت ملی از دیدگاه جامعه‌شناختی، به‌مثابه

1. S. Delamont Appetites and Identities: An Introduction to the Social Anthropology Of Western Europe London. Routledge, 1995.
2. Friedman, j. Cultural Identity and Global Process, London, Sage. 1994

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 (صالحی امیری، ۱۳۹۳، ۱۰۱). تئودورسن در فرهنگ جامعه‌شناسی خود قومیت را این‌گونه تعریف می‌کند: گروهی با سنت فرهنگی مشترک و احساس هویتی که آن را به‌عنوان یک گروه فرعی از یک جامعه بزرگتر مشخص می‌کند، اعضای هر گروه قومی از لحاظ ویژگی‌های خاص فرهنگی از سایر اعضای خود متمایز هستند. این ویژگی‌های فرهنگی عبارت‌اند از: زبان، مذهب، رسم، سنت‌ها، تعلق به مکان خاص که در میان گروهی از مردم مشترک باشند (جعفری، ۱۳۸۷، ۱۴). اریک فروم^۱ معتقد است چهارمین نیاز انسان درک هویت^۲، یا توانایی انسان‌ها در آگاه بودن از خودشان به‌عنوان موجود مجزاست. چون از طبیعت کنده شده‌ایم، نیاز داریم خودپنداره‌ای را تشکیل دهیم تا بتوانیم بگوییم «من، من» یا «من فاعل اعمالم هستم». فروم (۱۹۸۱) معتقد بود که انسان‌های اولیه هویت خویش را در ارتباط با قبایل‌شان تعیین می‌کردند و خود را به‌صورت افرادی که جدا از گروهشان وجود داشته باشند، در نظر نمی‌گرفتند. حتی در قرون وسطا، مردم هویت خود را عمدتاً در ارتباط با نقش اجتماعی در طبقات فئودال تعیین می‌کردند. فروم با مارکس هم‌عقیده بود که پیدایش سرمایه‌داری، آزادی اقتصادی و سیاسی بیشتری به مردم داده است. با این حال، این آزادی فقط به تعداد اندکی از افراد، درک واقعی «من» داده است. هویت اغلب افراد هنوز هم به دل‌بستگی آن‌ها به دیگران یا نهادهایی چون ملت، مذهب، شغل یا گروه اجتماعی وابسته است (جس فیست و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۸۹). بارث^۳ در سال ۱۹۶۹ مجموعه مقالاتی را تحت عنوان گروه‌ها و محدوده‌های قومی ویراستاری کرد که عنوان فرعی آن ساختار اجتماعی تفاوت فرهنگی بود. عنوان کتاب به معنای آن بود که قومیت و تفاوت فرهنگی با هم پیوند دارند، علاوه بر آن این مطلب را تأیید می‌کرد که امر اجتماعی و امر فرهنگی دو قلمرو از هم جدائی نیستند. اگرچه مدل بارث از هویت قومی زمینه جدیدی را در مردم‌شناسی اجتماعی گشود، با این حال مفهومی بی‌عیب و نقص نبود و همه ویژگی‌های مهم آن از پیش در علوم اجتماعی سابقه داشتند.

مدل بارث از هویت قومی سه ویژگی اصلی دارد: اول آنکه، هویت‌های قومی طبقه‌بندی‌هایی هستند که خود مردم انجام می‌دهند؛ یعنی انتساب هویت قومی به دیگران و به خود توسط کسانی که در هر موقعیت خاص اجتماعی قرار می‌گیرند و به این ترتیب در سازمان تعامل اجتماعی مشارکت می‌ورزند. به تعبیر توماس آن‌ها اجتماعاً حقیقی هستند. دوم آن‌که، بارت بیش از ساختارهای انتزاعی صورت‌بندی‌های اجتماعی به فرایندهایی که این صورت‌بندی‌ها را به وجود می‌آورند، علاقه‌مند است. او در درجه اول به آنچه مردم انجام می‌دهند توجه نشان می‌دهد؛ دغدغه او مادی‌گرایانه (و عمل‌گرایانه) است و به رفتار افراد

-
1. Erick fromm
 2. Sense of identity
 3. Barth

تجسم یافته می‌پردازد. سوم آنکه، در نتیجه آنچه در فوق آمد، به جای آن که به محتوای قومیت - یعنی فهرست بندی تاریخ یا مشخصه‌های فرهنگی گروه‌های قومی - نظر انداخته شود، فرایندهای ابقای حدود قومی و عضوگیری گروه قومی در کانون توجه پژوهش بارت قرار می‌گیرد. این امر متضمن آن است که روابط میان قوم‌ها مدنظر قرار گیرد. بدین ترتیب مشترکات فرهنگی به جای آنکه به عنوان مشخصه تعیین کننده سازمان گروه فهم شود، همچون محصول فرایندهای ابقای حدود گروه ادراک می‌گردد. به عبارتی دیگر، ترکیب یافتن اجتماعی تفاوت (برونی) موجب ایجاد شباهت (درونی) می‌شود و نه برعکس (جنکینز، ۱۳۸۱، ۱۵۸). بارت بر رویکردهای ارزشی مشترک، یعنی «معیارهای اخلاقی و نیکی» که به واسطه آنها رفتار افراد ارزیابی می‌شود، و اهمیتی که این رویکردها برای هویت قومی دارند، تأکید می‌ورزد. تأکید او بر شناخته شدن از سوی دیگران، علاوه بر شناختن فرد توسط خودش، با آرایمید و مکتب کنش متقابل نمادین، و نیز آرای گافمن سازگار است.

بحث هویت در آرای اندیشمندان کنش متقابل نمادین نیز مطرح شده است. در واقع جرج هربرتمید درباره خود و نحوه تکوین آن به خوبی نشان می‌دهد که هویت (به معنی خود) مضمون و ماهیتی اجتماعی دارد. در چارچوب این نظریه هویت اجتماعی میان روان‌شناسی فرد یا بازنمایی خود و ساختار و فرایند و گروه‌های اجتماعی که خود در درون آنها قرار دارد پیوند برقرار می‌شود. از دیدگاه نظریه کنش متقابل نمادین و شارحان بعدی آن که در ذیل نظریه هویت اجتماعی به بحث هویت اجتماعی پرداخته‌اند، توان هویت‌یابی یا همانندسازی اجتماعی - اگر خود را به عنوان بخش از واحد بزرگ‌تر در نظر بگیریم - یکی از ویژگی‌های روان‌شناسی انسان است که در خدمت تنظیم و حفظ روابط میان افراد و گروه‌های اجتماعی آنهاست. به این ترتیب هویت اجتماعی حوزه‌ای غنی برای مطالعه محل تلاقی روان‌شناسی فردی و نظام‌های معنایی و کردارهای فرهنگی فراهم می‌آورد (حاجیان، ۱۳۸۸، ۱۴۸).

هویت یا «خود» در نزد مید دارای دو وجه فاعلی (I) و مفعولی (me) است. بر اساس بعد مفعولی هویت باید به عنوان یک «خودباز» دیده شود که تحت تأثیر دیگران شکل می‌گیرد. مید تأکید داشت که جدا از جامعه هیچ گونه خودی شکل نمی‌پذیرد. فرایندهای جامعه‌پذیری موجب می‌شود که خود تحت تأثیر زمینه، عرصه یا موقعیت اجتماعی خصلتی پویایی و بازتابی به خود بگیرد. فکر اصلی مید آن است که شخصیت (که منظور همان خود یا هویت است) در فرایند تحولات اجتماعی و در بطن زندگی جمعی ظهور و رشد می‌کند. بعدها بلومر این ایده را توسعه داد که من اجتماعی تحت تأثیر هنجارهای فرهنگی، موقعیت‌ها و توقعات اجتماعی به وجود می‌آید. منظور از موقعیت شرایطی است که در آن هم هنجارهای فردی یا خرده فرهنگی نهفته‌اند و هم هنجارهای کلان قرار دارند. در واقع در برخورد میان فرهنگ کلان جامعه و فرهنگ قومی یا فردی، خرده فرهنگ‌ها به وجود می‌آیند. در مجموع نکات اساسی مستخرج از نظریه کنش متقابل نمادین درباره هویت اجتماعی آن است که هویت تحت تأثیر ارزش‌ها، ساخت‌ها، قواعد، نظامات کنترل اجتماعی، تجارب و فعالیت‌های اجتماعی است و بنابراین خود (یا هویت) متحول و متغیر است و با

تغییر تفاسیر و تعاریف اجتماعی متحول می‌شود و نیز این که خود در فرایندهای اجتماعی و ساخت‌های پهن دامنه شکل یافته و تغییر می‌پذیرد (حاجیان، ۱۳۸۸: ۱۴۹).

همراه با روند جهانی شدن عبارات گوناگونی مانند «شایستگی بین فرهنگی» و یا «شایستگی‌های جهانی» در طول چندین سال، برای نام‌گذاری توانایی و مهارت افراد برای سازگاری و انجام وظیفه به‌طور اثربخش در فرهنگ‌های گوناگون استعمال می‌شد، تا اینکه واژه هوش فرهنگی «CQ» نخستین بار توسط ایرلی و انگ از محققان مدرسه کسب‌وکار لندن در سال ۲۰۰۳ میلادی مطرح شد و به‌عنوان نظریه جدیدی در دنیای مدیریت و روان‌شناسی سازمانی پدیدار گشت. بعدها کنسرسیومی از استادان آمریکا انگلیس و آسیا، «هوش فرهنگی» را توانایی و مهارت فرد برای رویارویی با افرادی از فرهنگ‌های متفاوت تعریف کردند (Benton, 2009, p124). هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند که دیگران چگونه فکر می‌کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند؛ در نتیجه موانع ارتباطی بین فرهنگی را کاهش و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی را می‌دهد (فیاضی و جانثاری احمدی، ۱۳۸۵، ۱۵). این هوش یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی است که از تنوع فرهنگی برخوردار بوده و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش که هوش را بیشتر توانایی شناختی می‌دانند، سازگار است (ارلی و پترسون، ۲۰۰۴). ارلی و انگ (۲۰۰۳) فردی را دارای هوش فرهنگی بالا می‌دانند که بتواند به شیوه‌ای مؤثر در یک زمینه فرهنگی نوین و متفاوت با زمینه فرهنگی رشد یافته در آن، خود را سازگار کند، بدون آنکه هویت فرهنگی خود را کنار بگذارد. آن‌ها پس از ارائه مفهوم هوش فرهنگی در تحقیقات بعدی خود آن را به‌عنوان یک ساختار چهاربعدی معرفی کردند. همچنین انگ و همکاران (۲۰۰۷) هوش فرهنگی را یک مفهوم با چهار بعد معرفی می‌کنند. مدل چهاربعدی هوش فرهنگی شامل چهار بعد شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری است.

مؤلفه شناختی: شناخت هرکس از شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگ‌هاست و دانش عمومی درباره فرهنگ‌ها را منعکس می‌کند.

مؤلفه فراشناختی: روشی است که یک فرد تجارب بین فرهنگی را از آن طریق استدلال می‌کند. این عنصر هوش فرهنگی، فرایندی را مورد توجه قرار می‌دهد که افراد برای به دست آوردن و فهم دانش فرهنگی به کار می‌گیرند.

مؤلفه انگیزشی: اطمینان و اعتماد شخص به اینکه قادر است خود را با فرهنگ جدید، و در تعاملات میان فرهنگی، تطبیق دهد مؤلفه انگیزشی هوش فرهنگی، حجم و جهت انرژی او را برای تعامل مؤثر، در فرهنگ جدید را نشان می‌دهد. بعد انگیزشی هوش فرهنگی شامل سطحی است که در آن افراد درباره

توانایی‌های خود در تعاملات میان فرهنگی اطمینان و اعتماد دارند و میزان گشودگی برای تجربه تعامل با مردم سایر فرهنگ‌ها و میزان رضایتی که از آن تعاملات در خود می‌یابند. مؤلفه رفتاری: قابلیت شخص برای نمایش اعمال کلامی و غیرکلامی مناسب در تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف را نشان می‌دهد. این عنصر هوش فرهنگی بر این تمرکز می‌کند که افراد در شرایطی که در فرهنگ جدید قرار می‌گیرند چگونه عمل می‌کنند. (اعمال آشکار فرد) «هوش فرهنگی رفتاری» به توانایی هر کس برای انجام واکنش مناسب اشاره دارد (عسگری وزیری، ۱۳۹۱، ۶۰).

بنابراین هوش فرهنگی به افرادی کمک می‌نماید که به نحوه مؤثرتری تفاوت‌های بین فرهنگی را کنترل و مدیریت نماید. کسی که دارای هوش فرهنگی بالایی است حصارهای فرهنگی را درک نموده و می‌داند که همین حصارهاست که می‌تواند ما و دیگران را چارچوب‌بندی کند و همان است که می‌تواند نحوه فکر کردن و واکنش نشان دادن را در موقعیت‌های مختلف توجیه نماید درعین حال کسی که دارای هوش فرهنگی بالایی است این آمادگی را دارد که اختلاف فرهنگی را درک نموده و با قدرت در این عرصه فعالیت نماید، عرصه‌های که پر است از تفاوت و اختلاف، درواقع هوش فرهنگی به‌عنوان یک مفهوم در دنیای معاصر امروزی عبارت است از یک توانایی شناختی (ون دائن، ۲۰۰۵، ۲۹).

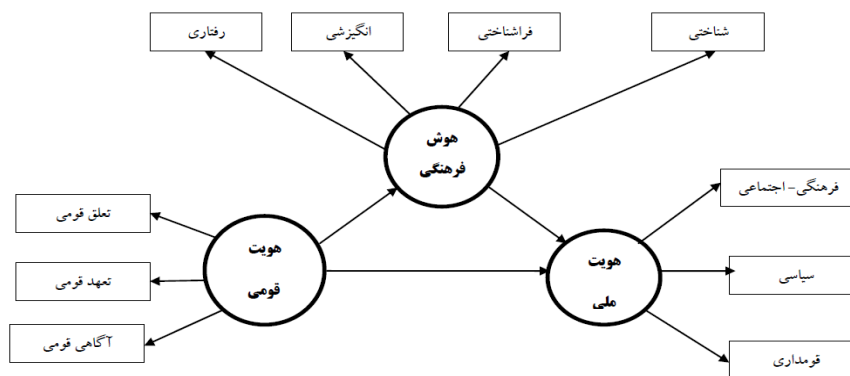
جدول (۱) خلاصه چارچوب نظری

تحقیقات پیشین	نظریه	نظریه پرداز	فرضیه
هویت قومی و رابطه آن با هویت ملی در ایران (چلبی، مسعود: ۱۳۷۰-۱۳۸۶)	بارت تأکید بر آن دارد که چگونه گروه‌بندی‌های سیاسی در نتیجه راهبردها و بده بستان‌های بین اشخاص به وجود می‌آیند و دگرگون می‌شوند. این فهم او که صورت‌بندی‌های جمعی ثابت نیستند، و درعین حال از خلال تعامل میان افراد سر برمی‌آورند، فهم بارت بر آن بود که پایه‌های الگوهای اجتماعی در فرایندهای زندگی‌های فردی قرار دارد.	بارت، مید، ریتزر	نقش هویت قومی بر هویت ملی
نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام (حاجیان، ابراهیم: ۱۳۸۸)	جماعت‌ها در چارچوب واقعیت‌های ناشی از محدودیت زیست‌محیطی و امکان فلسفی وجود دارند، که به مناسباتشان با دیگران و نیز روابط میان اعضای خود جماعت شکل می‌دهد. بارت استدلال می‌کند که اگرچه تعلق به گروه قومی مستلزم داشتن امتیازات نیست، باین حال کارکرد رضایت‌بخش هویت قومی بدان نیاز دارد.	بارت، مید	نقش بعد تعلق قومی بر هویت ملی
بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های هویت قومی و ملی بین	بارت از تمسک به مفهوم «خود-ارضاء کنندگی»، و به‌کارگیری آرای گافمن، آن است که نقش‌آفرینان نوعاً با توسل به «ادارک‌گزینشی، تدبیر، و تحریم» نهایت کوشش خود را می‌کنند تا هویت متناسب با موقعیت را حفظ نمایند (هویت ملی)	بارت	نقش بعد تعهد قومی بر هویت ملی

<p>دانشجویان کرد و آذری در دانشگاه‌های تهران (عبدالمطلب، عبداله: ۱۳۹۵).</p>	<p>مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین هویت ملی و هویت قومی در شهر یاسوج (جهانگیری، جهانگیر و همکاران: ۱۳۹۵)</p>	<p>نقش بعد آگاهی قومی بر هویت ملی</p>	<p>ریتزر</p>
<p>مهاجران شمال اروپا در ایالات متحده: رابطه هوش فرهنگی و سازگاری (گاماندوستیور، اسوالا: ۲۰۱۵)</p>	<p>بررسی نقش واسطه هوش فرهنگی بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کارکنان (مطالعه موردی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی</p>	<p>نقش هوش فرهنگی بر هویت ملی</p>	<p>انگ، ون دائن، که (koh)</p>
<p>بررسی نقش واسطه هوش فرهنگی بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کارکنان (مطالعه موردی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی</p>	<p>شناخت هرکس از شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگ‌هاست و دانش عمومی درباره فرهنگ‌ها را منعکس می‌کند. برای مثال اطلاعاتی در زمینه اعتقادات و باورهای مذهبی و معنوی و ارزش‌ها و باورها در باره کار، زمان، ارتباطات خانوادگی، آداب‌ورسوم و زبان ارائه می‌دهد.</p>	<p>نقش بعد شناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی</p>	<p>انگ، ون دائن، که (koh)</p>

اردبیل) (چشمه نور، علی: ۱۳۹۵)	روشی است که یک فرد تجارب بین فرهنگی را از آن طریق استدلال می‌کند. این عنصر هوش فرهنگی، فرایندی را مورد توجه قرار می‌دهد که افراد برای به دست آوردن و فهم دانش فرهنگی به کار می‌گیرند.	انگ، ون دائن، که (koh)	نقش بعد فراشناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی
	اطمینان و اعتماد شخص به اینکه قادر است خود را با فرهنگ جدید، و در تعاملات میان فرهنگی، تطبیق دهد مؤلفه انگیزشی هوش فرهنگی، حجم و جهت انرژی او برای تعامل مؤثر در فرهنگ جدید را نشان می‌دهد.	انگ، ون دائن، که (koh)	نقش بعد انگیزشی هوش فرهنگی بر هویت ملی
	قابلیت شخص برای نمایش اعمال کلامی و غیرکلامی مناسب در تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف را نشان می‌دهد. هوش فرهنگی رفتاری به توانایی هر کس برای انجام واکنش مناسب اشاره دارد.	انگ، ون دائن، که (koh)	نقش بعد رفتاری هوش فرهنگی بر هویت ملی
هویت جمعی جوانان و بر ساخت جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی (مطالعه موردی جوانان ۲۹-۱۵ ساله استان گلستان) (ترکمان، فرح و همکاران، ۱۳۹۳)	هوش فرهنگی به‌عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چندبعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است.	انگ، ون دائن، که (koh)	نقش هویت قومی بر هوش فرهنگی
	هوش فرهنگی به‌عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چندبعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است.	انگ، ون دائن، که (koh)	نقش بعد تعلق قومی بر هوش فرهنگی
	هوش فرهنگی به‌عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چندبعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است.	انگ، ون دائن، که (koh)	نقش بعد تعهد قومی بر هوش فرهنگی

نقش بعد آگاهی قومی بر هوش فرهنگی	انگ، ون دائن، که (koh)	هوش فرهنگی به عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چندبعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است.
--	------------------------------	--



مدل نظری تحقیق

پیشینه تجربی

پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه میان هوش فرهنگی با هویت ایرانی-اسلامی دانش آموزان» توسط سلحشوری و خاوری در سال ۱۳۹۳ صورت گرفته است. نتایج این تحقیق نشان داده است که میان هوش فرهنگی و هویت ایرانی-اسلامی دانش آموزان رابطه معنادار وجود دارد ($R^2=0/031$). همچنین در ابعاد فراشناختی ($R^2=0/077$) شناختی ($R^2=0/021$) و انگیزی ($R^2=0/031$) هوش فرهنگی با هویت ایرانی-اسلامی رابطه معنادار مشاهده شد، اما میان بعد رفتاری هوش فرهنگی و هویت ایرانی-اسلامی رابطه معنادار مشاهده نشد. پژوهش دیگر با عنوان «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه هوش فرهنگی و قوم‌گرایی در بین جوانان شهر تبریز» توسط عابدینی و همکاران در سال ۱۳۹۵ انجام یافته است. یافته‌ها حاکی از آن بود که تمامی مؤلفه‌های هوش فرهنگی تأثیر معناداری بر قوم‌گرایی دارند. همچنین نتایج اجرای آزمون t مستقل نشان می‌دهد، میانگین قوم‌گرایی جوانان بر حسب جنسیت آنان متفاوت بود. در تحقیق دیگر با عنوان «نقش تعهد مذهبی و هوش فرهنگی در شکل‌گیری ابعاد هویت دانش آموزان دوره اول متوسطه» توسط زاهدی و مرادی در سال ۱۳۹۶ انجام یافته که نتایج نشان داده، بین متغیر تعهد مذهبی و هوش فرهنگی با ابعاد هویت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتیجه و استنباط کلی از مجموع مباحث این مطالعه عبارت است از اینکه، به هر میزان که دانش آموزان تعهد بیشتری به

مذهب نشان می‌دهند و از نظر هوش فرهنگی قوی و منعطف باشند، از نظر هویتی، یکپارچه‌تر می‌باشند. تحقیق دیگر با عنوان «رابطه بین سبک‌های هویت و کمک‌طلبی تحصیلی در بین دانشجویان غیربومی دانشگاه آزاد اسلامی ارومیه: آزمون نقش میانجی هوش فرهنگی (اعظامی، کیهان) در سال ۱۳۹۷ انجام یافته، نتایج آزمون مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که بین سبک هویت اطلاعاتی با هوش فرهنگی، رابطه مثبت و بین سبک هویت سردرگم با هوش فرهنگی، رابطه منفی وجود دارد و سبک هویت هنجاری با هوش فرهنگی رابطه‌ای ندارد. همچنین بین هوش فرهنگی با کمک‌طلبی نیز رابطه معناداری وجود داشت. تحقیق حاضر نشان داد که مدل مفهومی با مدل آزمون شده دارای برآزش بوده و نیز هوش فرهنگی در روابط بین سبک هویت اطلاعاتی و کمک‌طلبی تحصیلی نقش واسطه را دارد.

پژوهشی دیگر با عنوان «اثر همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی و قوم‌گرایی بر هوش فرهنگی در سال ۱۳۹۱ توسط احمدی و قاسمی در بین افراد بالای ۱۵ سال انجام یافته، نتایج توصیفی تحقیق، از مطلوبیت وضعیت متغیر وابسته یعنی هوش فرهنگی و ابعاد آن حکایت دارند. همچنین نتایج تحلیلی تحقیق، حاکی از اثر معنادار متغیرهای مستقل یعنی همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی و قوم‌گرایی بر شاخص هوش فرهنگی است. در نهایت ۰/۲۴ از واریانس هوش فرهنگی با استفاده از واریانس‌های ترکیب خطی همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی، قوم‌گرایی اجتماعی و قوم‌گرایی اقتصادی تبیین می‌شود. پژوهشی دیگر «ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان توسط فقیه آرام، مرادی، کاظمی در سال ۱۳۹۷ انجام یافته است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری دارد و با تقویت هوش فرهنگی و معنوی از طریق برنامه آموزش رسمی و غیررسمی در سطح دانشگاه می‌توان گامی مهم در عرصه فرایند توسعه و تقویت فرهنگی جامعه برداشت. پژوهش دیگر با عنوان «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه هوش فرهنگی و قوم‌گرایی در بین جوانان شهر تبریز» توسط رویه عابدینی و همکاران در سال ۱۳۹۵ انجام یافته است. هوش فرهنگی به‌عنوان یکی از مهارت‌های لازم جهت سازگاری با موقعیت جدید و عملکرد مؤثر در شرایط فرهنگی جدید مطرح می‌گردد. این مقاله با هدف توصیف و طرح مبانی نظری پیرامون هوش فرهنگی و ابعاد چهارگانه آن، به‌عنوان یک متغیر فرهنگی اثرگذار بر قوم‌گرایی انجام گرفته است. داده‌های پیمایش از ۳۸۴ نفر نمونه آماری، بر اساس نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای از بین جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله ساکن شهر تبریز گردآوری شدند. ابزار گردآوری داده‌ها مقیاس‌های استاندارد هوش فرهنگی انگ و دائن و قوم‌گرایی نئولپ و مک کروسکی بوده است. یافته‌ها حاکی از آن بود که تمامی مؤلفه‌های هوش فرهنگی تأثیر معناداری بر قوم‌گرایی دارند. همچنین نتایج اجرای آزمون t مستقل نشان می‌دهد، میانگین قوم‌گرایی جوانان بر حسب جنسیت آنان متفاوت بود. تحقیق دیگر با عنوان «نقش تعهد مذهبی و هوش فرهنگی در شکل‌گیری ابعاد هویت دانش‌آموزان دوره اول متوسطه» توسط (بهمن زاهدی و مسعود مرادی) در سال ۱۳۹۶ انجام یافته که نتایج نشان داد، بین متغیر تعهد مذهبی و هوش فرهنگی با ابعاد هویت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتیجه و استنباط

کلی از مجموع مباحث این مطالعه عبارت است از اینکه، به هر میزان که دانش آموزان تعهد بیشتری به مذهب نشان می‌دهند و از نظر هوش فرهنگی قوی و منعطف باشند، از نظر هویتی، یکپارچه‌تر می‌باشند. تحقیق دیگر با عنوان «رابطه بین سبک‌های هویت و کمک‌طلبی تحصیلی در بین دانشجویان غیربومی دانشگاه آزاد اسلامی ارومیه: آزمون نقش میانجی هوش فرهنگی (سیدمهدی اعظامی، جوادکیهان) در سال ۱۳۹۷ انجام یافته، نتایج آزمون مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که بین سبک هویت اطلاعاتی با هوش فرهنگی، رابطه مثبت و بین سبک هویت سردرگم با هوش فرهنگی، رابطه منفی وجود دارد و سبک هویت هنجاری با هوش فرهنگی رابطه‌ای ندارد. همچنین بین هوش فرهنگی با کمک‌طلبی نیز رابطه معناداری وجود داشت. تحقیق حاضر نشان داد که مدل مفهومی با مدل آزمون شده دارای برآزش بوده و نیز هوش فرهنگی در روابط بین سبک هویت اطلاعاتی و کمک‌طلبی تحصیلی نقش واسطه را دارد.

پژوهشی دیگر «ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان توسط (بتول فقیه آرام، سعید مرادی، منصوره کاظمی، در سال ۱۳۹۷ انجام یافته نتایج تحقیق حاکی از آن است که هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری دارد. چنین نتیجه‌گیری می‌شود با تقویت هوش فرهنگی و معنوی از طریق برنامه آموزش رسمی و غیررسمی در سطح دانشگاه می‌توان گامی مهم در عرصه فرایند توسعه و تقویت فرهنگی جامعه برداشت.

گاماندستویر، در سال ۲۰۱۵ در تحقیقی با عنوان، مهاجران شمال اروپا در ایالات متحده: رابطه هوش فرهنگی و سازگاری را مورد بررسی و مطالعه قرار داده است نتایج حاصل از اطلاعات به‌دست‌آمده از یک نمونه‌ای به تعداد ۱۷۸ نفری، نشان از تأثیر چهارگانه هوش فرهنگی در سازگاری مهاجران شمالی است بخصوص تأثیر دو عامل فرا شناختی و احساسی بروی سازگاری مهاجران است. چیانگ، در سال ۲۰۰۱ در تحقیقی با عنوان زبان و هویت قومی در تایوان، به رابطه بین هویت قومی، زبان مادری، در کنار سیاست زبان ملی پرداخته است. با توجه به اینکه تایوان یک کشور چند زبانی و چند قومی است، از قبل این چند قومی و چند زبانی، سیستم به طرف زبان ملی، و بومی‌ها بخصوص جوانان، به طرف زبان مادری در حرکت‌اند که این روند فرسایش دیگری را به دنبال ندارد، به بیانی تعامل در بین این دو هست. و برای حفظ هویت قومی، زبان ساکنان اصلی یکی از فاکتورهای اساسی دانسته شده است.

در تحقیقات داخلی و خارجی انجام یافته، رابطه بین هویت ایرانی و همچنین قوم‌گرایی مشهود است، به بیانی دیگر، هوش فرهنگی به‌عنوان مؤلفه‌ای تأثیرگذار در ایجاد سازگاری اجتماعی در جوامع چند قومی و چندزبانی عمل می‌کند. و توسعه هویت‌های قومی در این نوع جوامع تعارض چندانی با هویت ملی نداشته و بخصوص به لحاظ فرهنگی و اجتماعی عاملی در همبستگی اجتماعی قلمداد شده است. براین اساس با

توجه به بخش نظری و نتایج به دست آمده از مرور منابع تجربی موجود چارچوب مفهومی تنظیم و در قالب آن فرضیه‌هایی تدوین و مطرح گردیدند:

فرضیه اصلی

- هویت قومی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی

- تعلق به هویت قومی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- تعهد به هویت قومی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- آگاهی به هویت قومی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- مؤلفه شناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- مؤلفه فراشناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- مؤلفه انگیزشی هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.
- مؤلفه رفتاری هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها پیمایش از نوع همبستگی است. جامعه آماری دختران ۱۸ الی ۳۵ ساله شهرهای گرمی، بیله سوار، پارس آباد است و بر اساس آمار گرفته شده از استانداری اردبیل تعداد جامعه آماری ۴۶۸۲۵ نفر بر سال ۱۳۹۸ بوده که ۳۸۱ نفر از بین آن‌ها بر اساس فرمول کوکران و با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و متناسب با حجم شهرستان محل سکونت انتخاب شدند. برای اندازه‌گیری متغیر هوش فرهنگی از پرسشنامه استاندارد و

برای هویت قومی و ملی از پرسشنامه محقق ساخته با اقتباس از پرسشنامه‌های موجود در زمینه هویت قومی و ملی استفاده گردید و پایایی بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰,۸۲ به دست آمد.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

هویت ملی به معنی احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) است و مهم‌ترین نمادهای ملی عبارت‌اند از: سرزمین، دین، آیین و آداب و مناسک، تاریخ، زبان، ادبیات مردم و دولت (یوسفی، ۱۳۸۰: ۷۴).

تعریف عملیاتی: در این پژوهش نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه هویت ملی لطف آبادی (۱۳۸۲) کسب می‌کند.

هویت قومی: تئودور سن در فرهنگ جامعه شناسی خود قومیت را این‌گونه تعریف می‌کند: گروهی با سنت فرهنگی مشترک و احساس هویتی که آن را به‌عنوان یک گروه فرعی از یک جامعه بزرگتر مشخص می‌کند، اعضای هر گروه قومی از لحاظ ویژگی‌های خاص فرهنگی از سایر اعضای خود متمایز هستند. این ویژگی‌های فرهنگی عبارتند از: زبان، مذهب، رسم، سنت‌ها، تعلق به مکان خاص که در میان گروهی از مردم مشترک باشند (جعفری، ۱۳۸۷، ۱۴).

تعریف عملیاتی: در این پژوهش نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه هویت قومی فینی و دیگر همکاران (۲۰۱۵-۲۰۰۷) کسب می‌کند.

ابعاد هویت قومی با توجه به تعاریف و پرسشنامه‌های مختلف، در سه بعد، تعلق قومی (با ۶ گویه)، تعهد قومی (با ۶ گویه) و آگاهی قومی (با ۴ گویه) طراحی شده است. پس از طراحی سوالات اولیه و قضاوت داوران متخصص، پرسشنامه اصلی، جهت بررسی روایی و اعتبار سازه، در بین نمونه کوچک با آماره آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی انجام شد. در نهایت پرسشنامه در قالب طیف لیکرت و با ۵ گزینه خیلی موافق تا خیلی مخالف جهت جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است. لازم به ذکر است یکی از سنج‌های هویت قومی، مقیاس ۱۴ گوی‌های فینی موسوم به (مقیاس هویت قومی چند گروهی) است این سنج سه خرده مقیاس دارد که سه جنبه هویت قومی را اندازه‌گیری می‌کنند. در این تحقیق نیز این سه مؤلفه (تعلق، تعهد و آگاهی هویت قومی) ابعاد هویت قومی را تشکیل داده‌اند.

۱. احساس تعلق به گروه قومی خود و نگرش‌هایی که فرد نسبت به آن دارد.

۲. موفقیت در احراز هویت قومی بر مبنای تلاش و تعهد.

۳. رفتارها و رسم‌های قومی (عبدالمطلب، ۱۳۹۴، ۴۵).

برای سنجش تعلق هویت قومی، در این تحقیق، از پرسشنامه استاندارد فینی استفاده شده است. (۷۵/۰)

لارس و آیتنا، ۲۰۱۵). و برای دو بعد دیگر یعنی تعهد و آگاهی هویت قومی، تلفیقی از پرسشنامه‌های

مطرح شده توسط (فینی و انگ ۲۰۰۷، جولیا ۲۰۱۶، یون ۲۰۱۱، براون ۲۰۱۴، لارس و آیتنا ۲۰۱۵) و همچنین پرسشنامه‌های داخلی (لهسائی زاده و همکاران ۱۳۸۸، عبدالمطلب، ۱۳۹۵، حاجیانی، ۱۳۸۸) منبع اصلی بوده است.

هوش فرهنگی: هوش فرهنگی به عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چندبعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است (چشمه نور: ۱۳۹۵، ۲).
تعریف عملیاتی: در این پژوهش نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه هوش فرهنگی انگ و همکاران ۲۰۰۴ کسب می‌کند.

روایی و پایایی ابزارها

همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود کلیه متغیرهای تحقیق از پایایی لازم برخوردارند چراکه مقدار الفای کرونباخ بزرگ‌تر از ۰/۷ است.

جدول (۲) مربوط به پایایی متغیرهای مورد استفاده

متغیرها	تعداد	مقدار روایی
تعلق قومی	۶	۰/۶۹
تعهد قومی	۶	۰/۷
آگاهی قومی	۵	۰/۷۲
هویت قومی	۱۷	۰/۷۱
بعد شناختی هوش فرهنگی	۶	۰/۶۸
بعد فراشناختی هوش فرهنگی	۴	۰/۶۹
بعد انگیزشی هوش فرهنگی	۴	۰/۷۲
بعد رفتاری هوش فرهنگی	۶	۰/۷
هوش فرهنگی	۲۰	۰/۷
بعد اجتماعی و فرهنگی هویت ملی	۵	۰/۶۹
بعد سیاسی هویت ملی	۵	۰/۷۳

۰/۷	۴	بعد قوم مداری هویت ملی
۰/۷۱	۱۴	هویت ملی

همچنین تحلیل عاملی گویه‌های مربوط با استفاده از روش چرخش عامل‌ها به صورت اورتوگونال بوده و از روش چرخش varimax Rotation استفاده شده است. در حالت کلی، تحلیل عاملی گویه‌ها، با استفاده از روش "تحلیل مؤلفه‌های اصلی" صورت گرفته است که ۳ عامل یا فاکتور استخراج شده و در مجموع ۴۴/۸ درصد کل تغییرات را تبیین می‌کند. همان‌طور که در جدول بالا نشان داده شده هم بار عاملی و هم روایی سؤالات از پایایی لازم برخوردار است.

علاوه بر آزمون تحلیل عاملی، تحلیل روایی در مورد هر یک از ابعاد متغیر مستقل صورت گرفته و نتایج آن‌ها نیز نشان می‌دهد هر یک از متغیرها دارای ضریب روایی قابل قبولی هستند. تحلیل روایی گویه‌های موجود در هر یک از متغیرها بر اساس روش پایداری درونی و با استفاده از تحلیل روایی (آلفای کرونباخ) صورت گرفته است اندازه این ضریب بین ۰ تا ۱ در نوسان است که هر چه به یک نزدیکتر باشد نشانگر روایی کامل است و معمولاً در تحقیقات علوم اجتماعی بالای ۰/۵ قابل قبول است و پایین‌تر ۰/۵ روایی ضعیف را نشان می‌دهد.

یافته‌ها

از نظر وضعیت تأهل تمامی پاسخگویان مجرد می‌باشند. از نظر سن ۶۸ درصد افراد کمتر از ۲۴-۱۸ سال و ۳۲ درصد نیز بین ۲۹-۲۵ سال سن دارند. از نظر اشتغال ۵ درصد دختران شاغل، ۱۸ درصد محصل و دانشجو و مابقی نیز خانه‌دار می‌باشند. از نظر سابقه سکونت ۸۱ درصد افراد از بدو تولد، ۸ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۱۱ درصد نیز از ۲۰ سال قبل سابقه سکونت در مناطق مرزنشین استان اردبیل را دارند. از نظر تحصیلات ۱۹ درصد زیر دیپلم و دیپلم، ۲۸ درصد فوق دیپلم، ۳۹ درصد لیسانس و ۱۴ درصد فوق لیسانس و بالاتر می‌باشد و میانگین تحصیلات پاسخگویان لیسانس می‌باشند. می‌شود و از نظر مالی ۴۰ درصد افراد کمتر از یک میلیون تومان، ۳۲ درصد بین یک تا دو میلیون تومان، ۱۷/۵ درصد بین دو تا سه میلیون تومان، ۸ درصد بین سه تا چهار میلیون تومان، ۲/۵ درصد بین چهار تا پنج میلیون تومان درآمد دارند. بیشتر افراد کمتر از یک میلیون تومان درآمد دارند.

توصیف متغیرها

در جدول شماره (۱) شاخص‌های آماری متغیرهای پژوهش آورده شده است. میانگین هویت قومی با ۳,۸۴ و میانگین هوش فرهنگی با ۳,۵۰ و در سطح زیاد، میانگین هویت ملی با ۳,۳۸ در سطح زیاد، ارزیابی شده است.

جدول شماره (۱): شاخص‌های آماری متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار
بعد تعلق قومی هویت قومی	۳۸۱	۴,۰۱	۰,۴۱
بعد تعهد قومی هویت قومی	۳۸۱	۳,۸۷	۰,۳۴
بعد آگاهی قومی هویت قومی	۳۸۱	۳,۶۴	۰,۶۴
هویت قومی	۳۸۱	۳,۸۴	۰,۵۴
بعد شناختی هوش فرهنگی	۳۸۱	۳,۰۱	۰,۴۷
بعد فراشناختی هوش فرهنگی	۳۸۱	۳,۷۶	۰,۸۶
بعد انگیزشی هوش فرهنگی	۳۸۱	۳,۴۴	۰,۶۴
بعد رفتاری هوش فرهنگی	۳۸۱	۳,۸۱	۰,۳۸
هوش فرهنگی	۳۸۱	۳,۵۰	۰,۷۶
بعد اجتماعی و فرهنگی هویت ملی	۳۸۱	۳,۵۲	۰,۸۴
بعد سیاسی هویت ملی	۳۸۱	۳,۶۱	۰,۶۶
بعد قوم مداری هویت ملی	۳۸۱	۳,۰۲	۰,۵۴
هویت ملی	۳۸۱	۳,۳۸	۰,۴۹

قبل از آزمون فرضیه‌ها؛ شرط استفاده از آزمون‌های پارامتریک از جمله آزمون رگرسیون و مدل مسیر، نرمال بودن داده‌های پژوهشی است. و این اصل بنابر قضیه حد مرکزی و زیاد بودن تعداد نمونه (حدود ۳۸۱ نفر) فرض بر نرمال بودن داده‌ها گرفته می‌شود ولی باز برای آزمون نرمال بودن داده‌ها، آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای تک‌تک متغیرها صورت گرفته است که نتایج آن در جدول شماره (۲) آمده است.

جدول شماره (۲): آزمون کلموگروف- اسمیرنوف جهت مشخص کردن نرمال بودن داده‌ها

متغیرها	Z مقدار	sig سطح معنی داری
بعد تعلق هویت قومی	۰/۰۹۵	۰/۰۹ = نرمال
بعد تعهد هویت قومی	۰/۰۴۱	۰/۲۸ = نرمال
بعد آگاهی هویت قومی	۰/۰۲۵	۰/۱۹ = نرمال
هویت قومی	۰/۰۲۲	۰/۰۷ = نرمال
بعد شناختی هوش فرهنگی	۰/۰۷۴	۰/۲۶ = نرمال

۰/۶۳ = نرمال	۰/۰۵۳	بعد فراشناختی هوش فرهنگی
۰/۱۸ = نرمال	۰/۰۳۶	بعد انگیزشی هوش فرهنگی
۰/۶۲ = نرمال	۰/۰۲۴	بعد رفتاری هوش فرهنگی
۰/۲۹ = نرمال	۰/۰۲۷	هوش فرهنگی
۰/۶۴ = نرمال	۰/۰۲۲	بعد اجتماعی و فرهنگی هویت ملی
۰/۵۳ = نرمال	۰/۰۵۴	بعد سیاسی هویت ملی
۰/۳۶ = نرمال	۰/۰۴۳	بعد قوم مداری هویت ملی
۰/۴۸ = نرمال	۰/۰۹	هویت ملی

چنان که در جدول شماره (۲) مشاهده می‌شود. داده‌های مربوط به هویت قومی (تعلق قومی، تعهد قومی، آگاهی قومی) و هوش فرهنگی (شناختی، فراشناختی، انگیزشی، رفتاری) و هویت ملی (بعد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، قوم مداری) نرمال می‌باشند چون سطح معنی‌داری متغیرهای پژوهشی در آزمون کلموگروف - اسمیرنوف بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است.

آزمون فرضیه‌ها

ابعاد هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.

در این فرضیه دنبال تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی بوده و هردو متغیر فاصله‌ای و نرمال بوده لذا جهت تأیید یا رد فرضیه از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۳) آمده است.

جدول ۳: نتایج تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی هویت ملی بر اساس هویت قومی و هوش فرهنگی

متغیر پیش‌بین	B	SE	Beta	T	P
مقدار ثابت	41.564	2.895		14.357	.000
هویت قومی	.568	.076	.314	7.473	.000
هوش فرهنگی	.514	.068	.268	7.558	.000

ADJ.R2=0.369 R2=0.384 R=0.451 D.Watson=1.94 & p=0.000
F=42.681 & P=0.000

متغیر وابسته: هویت ملی

در تفسیر جدول ۳ در گام اول به میزان ADJ.R2 یا ضریب تعیین تعدیل شده توجه می‌شود. مقدار این آماره برابر با ۰,۳۶۹ است که در صورتی که این مقدار در ۱۰۰ ضرب شود برابر با ۳۶,۹ خواهد شد. به عبارتی دو متغیر هویت قومی و هوش فرهنگی حدود ۳۷ درصد از واریانس هویت ملی را پیش‌بینی می‌کنند. همچنین آماره حاصله برای آزمون دوربین واتسون برابر با ۱/۹۴ بوده که در بازه ۱/۵ الی ۲/۵ قرار دارد و بیانگر عدم وجود خودهمبستگی بین متغیرهاست. از سوی دیگر معنی‌دار بودن رگرسیون به‌وسیله آزمون F محاسبه شده است و سطح معنی‌داری این آماره برابر ۰/۰۰۰ بوده که کمتر از سطح استاندارد ۰,۰۵ است و با ۹۹٪ می‌توان مدل رگرسیون را اجرا نمود. شاخص بعدی میزان بتای (Beta) متغیرهای هویت قومی و هوش فرهنگی است. همانطوری که از مقادیر P-Value متغیرها مشاهده می‌گردد متغیر هویت قومی (با بتای ۳۱ صدم) و هوش فرهنگی نیز (با بتای ۲۶ صدم) به صورت معناداری هویت ملی را پیش‌بینی می‌کنند لذا فرضیه مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

ابعاد هویت قومی بر هوش فرهنگی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد.

در این فرضیه دنبال تأثیر هویت قومی بر هوش فرهنگی هستیم و هر دو متغیر فاصله‌ای و نرمال بوده لذا برای تأیید یا رد فرضیه از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۴) آمده است.

جدول ۴: نتایج تحلیل رگرسیون برای پیش‌بینی هوش فرهنگی بر اساس هویت قومی

متغیر پیش‌بین	B	SE	Beta	T	P
مقدار ثابت	36.945	2.365		15.621	.000
هویت قومی	.487	.061	.18	7.938	.000

ADJ.R2=0.18 R2=0.19 R=0.21 D.Watson=1.83 & p=0.000
F=42.681 & P=0.000

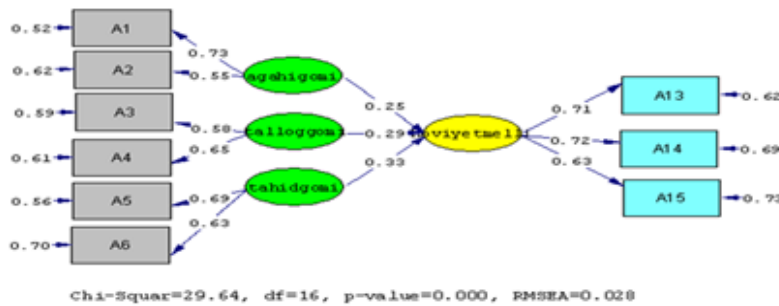
متغیر وابسته: هوش فرهنگی

در تفسیر جدول ۴ در گام اول به میزان ADJ.R2 یا ضریب تعیین تعدیل شده توجه می‌شود. مقدار این آماره برابر با ۰,۱۸ است که در صورتی که این مقدار در ۱۰۰ ضرب شود برابر با ۱۸ خواهد شد. به عبارتی متغیر هویت قومی حدود ۱۸ درصد از واریانس هوش فرهنگی را پیش‌بینی می‌کنند. همچنین آماره حاصله برای آزمون دوربین واتسون برابر با ۱/۸۳ بوده که در بازه ۱/۵ الی ۲/۵ قرار دارد و بیانگر عدم وجود خودهمبستگی بین متغیرهاست. از سوی دیگر معنی‌دار بودن رگرسیون به‌وسیله آزمون F محاسبه شده است و سطح معنی‌داری این آماره برابر ۰/۰۰۰ بوده که کمتر از سطح استاندارد ۰,۰۵ است و با ۹۹٪ می‌توان مدل رگرسیون را اجرا نمود. شاخص بعدی میزان بتای (Beta) متغیر هویت قومی است.

همانطوری که از مقادیر P-Value متغیرها مشاهده می‌گردد متغیر هویت قومی (با بتای ۱۸ صدم) به صورت معناداری هوش فرهنگی را پیش‌بینی می‌کنند لذا فرضیه مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

مدل تبیین ساختاری عوامل مؤثر بر هویت ملی بر اساس مدل

در این قسمت از تحقیق تأثیر ابعاد هویت قومی (تعلق قومی، تعهد قومی، آگاهی قومی) ابعاد هوش فرهنگی (شناختی، فراشناختی، انگیزشی، رفتاری) بر هویت ملی از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری^۱ مورد بررسی قرار گرفته است. این مدل دارای دو مدل اندازه‌گیری و یک مدل ساختاری است.



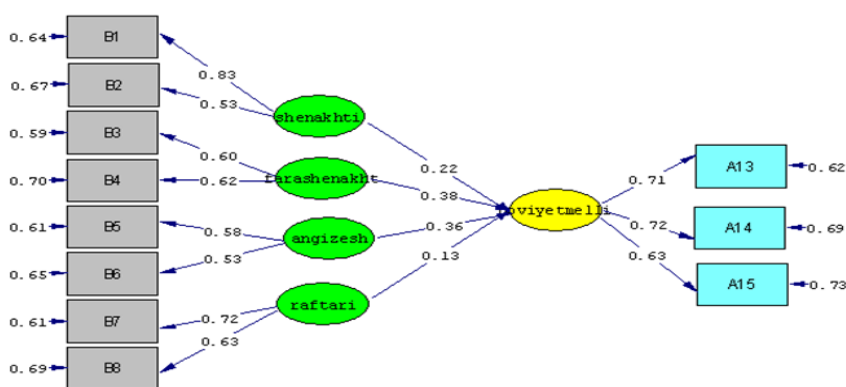
جدول (۵) شاخص نیکویی برازش مدل و ضرایب تأثیر متغیرها

مدل	متغیر مستقل	تأثیر	متغیر وابسته	برآورد	S.E.	C.R.	P
ساختاری	آگاهی قومی	←	هویت ملی	۰/۲۵	۰/۰۹۵	۳,۷	۰,۰۰۰
	تعهد قومی	←	هویت ملی	۰/۲۹	۰/۰۶۷	۴,۵۳	۰,۰۰۰
	تعلق قومی	←	هویت ملی	۰/۳۳	۰/۰۴۹	۷,۶۹	۰,۰۰۰
	SRMR				<0.1		۰,۰۲۵
	RMSEA		مقادیر قابل قبول		<0.1	مقادیر محاسبه شده	۰,۰۲۵
	GFI				>0.9		۰,۹۵

1. SEM: Structural Equation Modeling

۰.۹۱	>0.9	AGFI
۰.۹۳	>0.9	NNFI

در تفسیر نتایج گفتنی است بر شاخص‌های نیکویی برازش مدل از معادلات ساختاری مطلوب بوده و به ترتیب متغیرهای تعلق قومی (با بتای ۳۳ درصد)، تعهد قومی (با بتای ۲۹ درصد) و آگاهی قومی (با بتای ۲۵ درصد) بر هویت ملی تأثیر دارند.



Chi-Square=34.87, df=12, p-value=0.000, RMSEA=0.039

نمودار ۲: مدل برآورد شده تحقیق در حالت معناداری (ابعاد هوش فرهنگی)

جدول (۶) شاخص نیکویی برازش مدل و ضرایب تأثیر متغیرها

مدل	متغیر مستقل	تأثیر	متغیر وابسته	برآورد	S.E.	C.R.	P
شماره مدل	بعد شناختی	←	هویت ملی	۰.۲۲	۰.۰۲۱	۶.۴۷	۰.۰۰۰
	بعد شناختی	←	هویت ملی	۰.۳۸	۰.۰۴۹	۱۱.۶۵	۰.۰۰۰
	بعد انگیزشی	←	هویت ملی	۰.۳۶	۰.۰۵۷	۹.۵۴	۰.۰۰۰
	بعد رفتاری	←	هویت ملی	۰.۱۳	۰.۰۷۸	۸.۴۷	۰.۰۰۰
	SRMR	مقادیر قابل قبول	<0.1	مقادیر	۰.۰۱۹		
	RMSEA	مقادیر قابل قبول	<0.1	محاسبه شده	۰.۰۳۹		

۰,۹۲	>0.9	GFI
۰,۹۶	>0.9	AGFI
۰,۹۱	>0.9	NNFI

در تفسیر نتایج گفتنی است بر شاخص‌های نیکوئی برآزش مدل از معادلات ساختاری مطلوب بوده و به ترتیب متغیرهای شناختی (با بتای ۳۸ درصد)، انگیزشی (با بتای ۳۶ درصد)، فراشناختی (با بتای ۲۲ درصد) و رفتاری (با بتای ۱۳ درصد) بر هویت ملی تأثیر دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

۱) ابعاد هویت قومی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد. مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هویت قومی بر هویت ملی است. یعنی هر چه تعلق به هویت قومی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می‌شود. بر اساس تفسیر نتایج گفتنی است شاخص‌های نیکوئی برآزش مدل از معادلات ساختاری مطلوب بوده و به ترتیب متغیرهای تعلق قومی (با بتای ۳۳ درصد)، تعهد قومی (با بتای ۲۹ درصد) و آگاهی قومی (با بتای ۲۵ درصد) بر هویت ملی تأثیر معنی‌داری دارند. با توجه به نتایج حاصله هر سه فرضیه مورد تأیید قرار می‌گیرند.

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون دائن، که (koh) و با یافته‌های (عبدالملک: ۱۳۹۵). جهانگیری و همکاران: (۱۳۹۵) (چلبی: ۱۳۷۰-۱۳۸۶) (حاجیان: ۱۳۸۸) و (ترکمان و همکاران، ۱۳۹۳) همسو است.

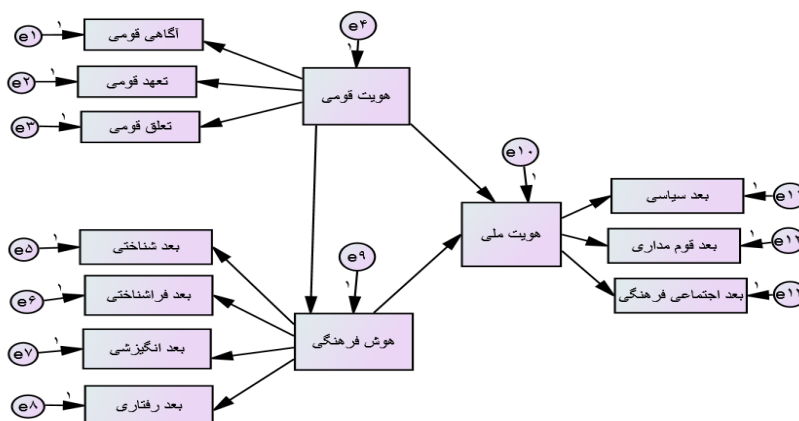
۲) ابعاد هوش فرهنگی بر هویت ملی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد. مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هوش فرهنگی بر هویت ملی است. یعنی هرچه هوش فرهنگی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می‌شود. بر اساس تفسیر نتایج گفتنی است شاخص‌های نیکوئی برآزش مدل از معادلات ساختاری مطلوب بوده و به ترتیب متغیرهای شناختی (با بتای ۳۸ درصد)، انگیزشی (با بتای ۳۶ درصد)، فراشناختی (با بتای ۲۲ درصد) و رفتاری (با بتای ۱۳ درصد) بر هویت ملی تأثیر دارند. با توجه به نتایج حاصله هر چهار فرضیه تأثیر هوش فرهنگی بر هویت ملی مورد تأیید قرار می‌گیرد.

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون دائن، که (koh) و با یافته‌های (گاماندوست‌پور: ۲۰۱۵) و (چشمه نور: ۱۳۹۵) همسو است.

۳) ابعاد هویت قومی بر هوش فرهنگی دختران جوان شهرهای مرزنشین استان اردبیل تأثیر دارد. مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هویت قومی بر هوش فرهنگی است. یعنی هرچه هویت قومی بیشتر، میزان هوش فرهنگی نیز بیشتر می‌شود. بر اساس یافته‌ها جدول ۳ در گام اول به میزان ADJ.R2 یا ضریب تعیین تعدیل‌شده توجه می‌شود. مقدار این آماره برابر با ۰,۱۸ است که در صورتی که این مقدار در ۱۰۰ ضرب شود برابر با ۱۸ خواهد شد. در نهایت اینکه میزان بتای (Beta)

متغیر هویت قومی، همانطوری که از مقادیر P-Value متغیرها مشاهده می‌گردد متغیر هویت قومی (با بتای ۱۸ صدم) به صورت معناداری هوش فرهنگی را پیش‌بینی می‌کنند لذا فرضیه مورد پذیرش قرار می‌گیرد. این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون دائن، که (koh) و با یافته‌های (ترکمان و همکاران، ۱۳۹۳) همسو است.

در نهایت اینکه بخش ساختاری مدل نیز حاکی از آن است متغیر هویت قومی (۰/۳۱) بیشترین مقدار تأثیر بر هویت ملی، و متغیر هوش فرهنگی (۰/۲۶) آن را تبیین کرده است. همچنین متغیر تعلق هویت قومی (۰/۳۳) تعهد هویت قومی (۰/۲۹) و آگاهی هویت قومی (۰/۲۵)، بعد فراشناختی هوش فرهنگی (۰/۲۲) بعد شناختی (۰/۳۸) بعد انگیزشی (۰/۳۶) و بعد رفتاری (۰/۱۳) آن را تبیین نموده است. لازم به ذکر است، هر هفت متغیر دارای تأثیر معنادار و دارای پشتوانه نظری قوی است شاخص‌های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح شده با داده‌های مشاهده‌شده و اعتبار سازه‌ای وسیله اندازه‌گیری مورد بحث را نشان می‌دهد. کلیه شاخص‌های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آن‌ها است. از آنجاکه معیارها در هویت قومی $GFI=0/95$ ، و در هوش فرهنگی $GFI=0/92$ نزدیک به یک می‌باشند، حاکی از برازش زیاد مدل است.



نمودار شماره (۳) مدل نهایی، مدل تجربی تحقیق

بر این اساس همسویی هویت قومی به همراه هوش فرهنگی به تقویت هویت ملی می‌انجامد. و برای داشتن جامعه‌ای منسجم با هویت جمعی پذیرفته‌شده در سپهر جامعه، بایستی به تقویت هویت قومی و هوش فرهنگی اقدام کرد. به بیانی دیگر هویت ملی بایستی آمیزه‌ای از هویت اقوام مختلف در جامعه باشد. همچنان که پیشتر مطرح شد نتایج این تحقیق با تحقیقات دیگر نیز همسو بود و نشان از قابلیت اعتماد به

نتایج تحقیق را دارد. و با توجه به موضوع و یافته‌های تحقیق، و وجود تأثیر معنی‌دار متغیرهای مستقل و وابسته جهت افزایش هویت ملی و بهبود وضعیت اجتماعی و هویت قومی توسط مدیران و مسئولان بخصوص در شهرهای مرزنشین، **پیشنهاد** می‌شود اقدامات زیر را انجام داد:

- ✓ ایجاد زمینه افزایش اطلاعات درباره تاریخ، سنن، مناسک و آداب و رسوم گروه‌های قومی و قبیله‌ای
- ✓ ترویج زبان و ادبیات اقوام و ایجاد واحد درسی در مدارس و دانشگاه‌ها.
- ✓ شناسایی ادیبان و بزرگان تاریخی قومیت‌ها و معرفی آن‌ها در قالب هویت ملی.
- ✓ ایجاد احساس رضایت افراد از تعلق به اقوام ایرانی با برگزاری جشن‌ها و مراسم در شهرهای مختلف
- ✓ ایجاد بستر مناسب به منظور علاقه‌مند ساختن افراد به تاریخ قومی خود در قالب هویت و تاریخ ملی.

- با توجه به اینکه هوش فرهنگی بر ایجاد تثبیت هویت ملی مؤثر است لذا بایستی اقداماتی برای افزایش هوش فرهنگی توسط مدیران و مسئولان در شهرهای مرزنشین و جامعه صورت گیرد از جمله:

- ✓ افزایش دانش فرهنگی افراد جامعه جهت ارتباط با افرادی از فرهنگ‌ها و اقوام متفاوت در جامعه.
- ✓ افزایش آگاهی جامعه درمکرد ارزش‌های فرهنگی و باورهای مذهبی فرهنگ‌های دیگر.
- ✓ افزایش آگاهی جامعه از سنت‌های ازدواج و هنر و صنایع دستی سایر فرهنگ‌ها و اقوام در کشور.
- ✓ افزایش آشنایی با قواعد ابزار رفتارهای غیرکلامی، در فرهنگ‌های دیگر در جامعه.
- ✓ اتخاذ تدابیری برای کاهش استرس‌های ناشی از سازگاری با فرهنگ‌های دیگر در جامعه با ایجاد بستر مناسب از طریق گردشگری شهری

سپاسگزاری

سپاس و حمد خدایی را که سرور جهانیان است و خدایی که بر بشر از روح خود دمید تا به قوه اختیار و دانش و تفکر در راه انسانیت و انسان بودن گام بگذارد. بدین وسیله از استادانی که در راه اعتلای جامعه ایرانی گام برداشته، در تولید علم راهنمای دانش‌آموختگان هستند، کمال تشکر و قدردانی را دارم و از:

دکتر رضا اسماعیلی استاد راهنما

دکتر اصغر محمدی استاد مشاور

دکتر علمی استاد این‌جانب در دوره کارشناسی و جناب آقای زارع از زحمت کشان فصلنامه زن و مطالعات خانواده دانشگاه آزاد واحد تبریز، کمال تشکر و قدردانی را داریم.

منابع

- احمدی، حمید. (۱۳۸۳). قومیت و قوم گرایی در ایران. تهران. نشر نی
- استریناتی، دومنیک. (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه. مترجم ثریا پاک نظر. تهران. فروردین
- اعظامی، سیدمهدی و کیهان، جواد. (۱۳۹۷). رابطه بین سبک‌های هویت و کمک طلبی تحصیلی در بین دانشجویان غیربومی دانشگاه آزاد اسلامی ارومیه: آزمون نقش میانجی هوش فرهنگی، فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی. دوره ۸ شماره ۲۶ ص ۱۲۸-۱۰۷
- الطائی، علی. (۱۳۸۲). بحران هویت قومی در ایران. تهران. نشر شادگان
- برتون، رولان. (۱۳۸۰). قوم شناسی سیاسی. ترجمه ناصر فکوهی. تهران. نشر نی
- ترکمان، فرح و نعیمی، محمدرضا. (۱۳۹۳). هویت جمعی جوانان و برساخت جامعه پذیری جنسیتی. خانوادگی و طبقاتی (مطالعه موردی: جوانان ۲۹-۱۵ ساله استان گلستان، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی. سال سوم شماره یازده، تابستان ۱۳۹۳ ص ۱۹۸-۱۴۹
- جس فیست، گریگوری جی. فست، تامی آن رابرتس. (۱۳۹۵). روانشناسی. ترجمه یحیی سیدمحمدی. تهران. نشر روان
- جعفری، محمد. (۱۳۸۷). قومیت و هویت اجتماعی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده ادبیات. دانشگاه گیلان
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران. نشر پژوهش شیرازه
- چشمه نور، علی. (۱۳۹۵). بررسی نقش واسطه‌ای هوش فرهنگی بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کارکنان (مطالعه موردی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی اردبیل) پایان نامه ارشد، دانشگاه آزاد اردبیل
- چلی، مسعود. (۱۳۷۸). هویت‌های قومی و روابط آن با هویت‌های ملی در ایران جلد ۱. تهران، دفتر امور اجتماعی کشور
- چاپلی، صمد. (۱۳۸۴). هویت و زبان. تبریز. نشر اختر
- حاجیان، ابراهیم. (۱۳۸۷). «نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی». مجله جامعه شناسی ایران. دوره ۹. شماره ۳ و ۴
- حسن‌زاده، کاظم. (۱۳۹۴). بررسی جامعه شناختی رابطه هویت ملی و قومی در استان‌های فارس و کهگیلویه و بویراحمد (مطالعه موردی: ساکنان شهرهای شیراز و یاسوج) پایان نامه دکتری. دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی
- دریدا، ژاک. (۱۳۸۳). جهان وطنی و بخشایش. ترجمه امیر هوشنگ افتخاری راد. تهران. نشر علم
- ریتزر، جورج. (۱۳۹۳). نظریه‌های جامعه شناسی در دوران معاصر. ترجمه هوشنگ نائی. تهران، انتشارات سمت

زاهدی، بهمن و مرادی، مسعود. (۱۳۹۶) نقش تعهد مذهبی و هوش فرهنگی در شکل‌گیری ابعاد هویت دانش‌آموزان دوره اول متوسطه. مجله روان‌شناسی مدرسه. دوره ۶، شماره ۲، ص ۸۲-۶۴
 سلحشوری، احمد و خاوری، فرهاد. (۱۳۹۳). بررسی رابطه هوش فرهنگی و هویت ایرانی اسلامی دانش‌آموزان. فصلنامه خانواده و پژوهش. شماره ۱۸، صص ۱۱۲-۱۲۵
 سوسور، فردینان دو. (۱۳۷۸). دوره زبان‌شناسی عمومی. ترجمه کوروش صفوی. تهران: انتشارات هرمس

صالحی، امیری و سعید محمدی. (۱۳۸۹). دیپلماسی فرهنگی. تهران: نشر ققنوس
 عابدینی، رویه و همکاران. (۱۳۹۵) مطالعه جامعه‌شناختی رابطه هوش فرهنگی و قوم‌گرایی در بین جوانان شهر تبریز، مجله جامعه پژوهی فرهنگ، سال هفتم، شماره پاییز صص ۷۷-۱۱۲
 عبدالمطلب، عبدالله. (۱۳۹۵). بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های هویت قومی و ملی در بین دانشجویان کرد و آذری در دانشگاه‌های تهران. فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست. سال چهارم شماره ۱۶
 عسکری وزیری، علی. (۱۳۹۱). هوش فرهنگی و بررسی مؤلفه‌ها و راهبردهای آن در سازمان با رویکرد اسلامی. فصلنامه اسلام و پژوهش‌های مدیریتی. سال دو شماره اول. ص ۸۰-۵۳
 فقیه آرام، بتول و همکاران. (۱۳۹۷). ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان. فصلنامه علوم تربیتی از دیدگاه اسلام. سال ۶ شماره ۱۱. ص ۱۲۹-۱۵۰
 کسروی، احمد. (۱۳۸۵). آذری یا زبان باستان آذربایجان. تهران: نشر هزار
 گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). تجدد و شخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی

-مقدس جعفری، و همکاران. (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
 وکیلی، سید اسماعیل. (۱۳۶۲). آذربایجان پیش از تاریخ و پس از آن. تهران: نشر یزدخواستی، گیسو، و همکاران (۱۳۹۰). رابطه تماس‌های بین فرهنگی. تحلیل نظری و تجربی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره چهارم. شماره دو. ص ۱۶۲-۱۳۳

-Benton, Graham – Timothy Lynch. (2009). globalization cultural intelligence and maritime education. California State University

Chiung, wi-vun. Taiffalo. 2001. language and ethnic identity in Taiwan paper presented 7th north American Taiwan studies conference Jun 23-25 university of Washington seattle

-Jahangiri. Jahangir & others, Sociological study of the relationship between national and ethnic identity in yasouj city, international journal of social sciences. vol. v. no.2/2016

-Ng. K. Y., Van Dyne, L. & Ang,S., (2012). Cultural Intlligence: A Review. Reflections, and Recommendationsfor future Reserch(pp.29-58).

Phinney, J.S. (1992)the multighroup ethnic identity measure. Journal of adolescent. Research 7.156-176

Pterson, Brook (2004) cultural intelligence a guide to working with people from other culture. yarmouth,me: intercultural press
-Journal: Research in Organizational Behavior, Volume 24. 2002. Pages 271–299

-Journal: International Journal of Intercultural Relations, Volume 35. Issue 6. November 2011. Pages 767–775

Journal: International Journal of Intercultural Relations, Volume 39. March 2014. Pages 152–163

-Journal: International Journal of Intercultural Relations, Volume 47. July 2015. Pages 175–186

The effect of Ethnic Identity and Cultural Intelligence on the National Identity of youth Girls in Border Cities of Ardabil Province Based on Structural Equations

*Latif Shayesteh Bighdiloo*¹

Dr Reza Esmaeili^۲

1 PhD student of sociology, cultural orientation, Dehaghan Azad University, Isfahan, Iran
Latif.shayesteh@gmail.com 09149666658

۲ Assistant Professor, Management and cultural planning, Islamic Azad University, Khorasghan Branch, Isfahan, Iran (Corresponding Author)Esmaili40@yahoo.com 09131176540 Academic email: r.esmaeili@khuif.ac.ir

Dr Asghar mohamadi¹

Absteract

The purpose of this study was to investigate the effect of ethnic identity and cultural intelligence on the national identity of young girls in border cities of Ardabil province based on structural equations. In this research, the theoretical perspective of symbolic interaction and the ethnic theory of Barth and Chankins and the theoretical discussion of Van Dain's cultural intelligence has been used. The research method was correlational survey. The statistical population included 46825 girls aged 18 to 35 old, who lived in the border cities of Ardabil province, of which 381 people were selected and studied based on Cochran's formula and through the regional Stratified random sampling method proportional to volume (city of residence). Data collection tool was a standard questionnaire and statistical analysis was performed based on structural equation using Spss and LISREL programs. The regression values of the structural equation model indicate that ethnic identity (0.31) percent and cultural intelligence (0.26) percent affect national identity. Accordingly, ethnic identity has the greatest effect, and cultural intelligence has the least effect on national identity. The results of the research are in line with other researches, so with the expansion of ethnic identity and cultural intelligence, a step can be taken to establish national identity in the border cities of the country.

Keywords :Ethnic identity, Cultural intelligence, National identity, the youth Girls

1 Assistant Professor of Islamic Azad University, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Isfahan, Iran asghar.mo.de@gmail.com