

بررسی تأثیر شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نشانه‌های شهری اصفهان بر هویت ملی

حمیدرضا صادقی^۱، رضا اسماعیلی^۲، منصور حقیقتیان^۳

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نمادها و نشانه‌های شهری شهر اصفهان بر هویت ملی پرداخت. روش پژوهش از نوع پیمایش بود. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته پژوهش استفاده گردید. روش نمونه‌گیری، طبقه‌ای متناسب بود که با استفاده از نرم‌افزار نمونه‌گیری Spss Sapmle Power ۶۲۰ نفر از شهروندان به عنوان نمونه انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌ها از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری واریانس‌محور (PLS - SEM) استفاده شد. جهت انجام محاسبات در این بخش از نسخه ۲۳ نرم‌افزار SPSS و نسخه 3.2.6 نرم‌افزار Smart PLS استفاده گردید. یافته‌های پژوهش بیانگر این بود که وضعیت هویت ملی در میان شهروندان مورد بررسی بالاتر از حد میانگین متوسط است. شناخت مؤلفه‌های هویتی نشانه‌ها و نمادهای شهری بر هویت ملی تأثیر

۱- گروه جامعه‌شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهاقان، ایران

hr.sadeghi@pnu.ac.ir

۲- استادیار مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد خوراسگان، دانشگاه آزاد اسلامی، خوراسگان، ایران

esmaili40@yahoo.com

۳- دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهاقان، ایران

mansour_haghighatian@yahoo.com

دارد. اثر متغیر شناخت نمادهای شهری بر متغیر هویت ملی معنادار بوده است. با توجه به مقدار ضریب تأثیر (۰/۲۱) می‌توان گفت این اثر مستقیم و در حد ضعیف است. بنابراین، افزایش شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نشانه‌ها و نمادهای شهری در حد کمی می‌تواند منجر به تقویت هویت ملی و برعکس کاهش شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نشانه‌ها و نمادهای شهری منجر به تضعیف هویت ملی در بین شهروندان مورد بررسی می‌گردد. بررسی ابعاد شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نشانه‌ها و نمادهای شهری اصفهان نشان می‌دهد که اثر شناخت مؤلفه‌های اجتماعی (۰/۶۳) و فرهنگی (۰/۴۶) بر هویت ملی مستقیم و در حد بالا، و اثر شناخت دینی معکوس و در حد بالا (۰/۵۱-) است. در مقابل، اثر ابعاد شناخت مؤلفه‌های سیاسی و تاریخی بر متغیر هویت ملی به لحاظ آماری معنادار نیست ($p > 0/05$). بنابراین، می‌توانیم بگوییم که شناخت مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی بازنمایی شده در نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان توانسته است به بازتولید هویت ملی در میان شهروندان کمک نماید، اما شناخت مؤلفه‌های دینی، سیاسی و تاریخی نتوانسته است در این زمینه موفقیت چندانی داشته باشد.

کلید واژه‌ها: نشانه‌های شهری، هویت ملی، شناخت مؤلفه‌های هویتی، بازنمایی هویت ملی

طرح مسئله

اصفهان یکی از شهرهای کهن و باستانی ایران است. این شهر در دوره‌ی سلجوقیان به عنوان پایتخت سیاسی ایران انتخاب شد. ناصر خسرو در مورد اصفهان این دوره می‌گوید: در تمام شهرهای فارسی‌زبان، شهری زیباتر و بزرگ‌تر و آبادتر از اصفهان ندیدم (ناصر خسرو، ۱۳۶۲: ۱۱۸ به نقل از دهقان‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۶). منار ساربان، صفه‌ی صاحب (ایوان جنوبی)، آرامگاه ملک‌شاه، پل شهرستان و مناره چهل دختران از آثار تاریخی این دوره در شهر اصفهان می‌باشد. اصفهان، بعدها در دوره‌ی صفویه به عنوان پایتخت سیاسی ایران انتخاب شد. در میان سال‌های ۱۰۵۰ تا ۱۷۲۲ میلادی به ویژه در قرن شانزدهم میلادی در میان حکومت صفویان رونق فراوانی گرفت. اصفهان در روزگار شاه‌عباس اول تا مرگ شاه‌عباس دوم برتر از همه‌ی شهرهای خاورزمین بوده است. در این روزگار، با افزوده شدن کوی‌های چهارگانه (عباس‌آباد، جلفا، گبرآباد و اسپهان) نمای

پایتخت صفوی از قسطنطنیه هم بزرگ‌تر و زیباتر بود (شاردن، ۱۳۷۲). پل چوبی، پل خواجه، پل مارنان، چهل‌ستون، سی‌وسه‌پل، عالی‌قاپو، کاخ هشت‌بهشت، کلیسای وانک، مسجد شاه، منارجنبان و مسجد شیخ لطف‌الله از جمله آثار تاریخی و فرهنگی دوره‌ی صفویه در اصفهان هستند. شهر اصفهان در روزگار اوج شکوه خود ۱۳۷ کاخ، ۱۶۲ مسجد، ۴۸ مدرسه، ۲۷۳ حمام و ۱۲ گورستان داشت. هرچند اصفهان به عنوان پایتخت سیاسی انتخاب شده بود، اما از لحاظ فرهنگی هم به نوعی پایتخت ایران محسوب می‌گردید و از اهمیت بسزایی برخوردار بود. حتی امروزه شهر اصفهان مقدار زیادی از شکوه گذشته خود را حفظ کرده است. بناهای تاریخی متعددی در شهر وجود دارد که تعدادی از آن‌ها به عنوان میراث تاریخی در یونسکو به ثبت رسیده‌اند. چنین ویژگی‌هایی سبب شد که اصفهان در سال ۲۰۰۶ به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام و در سال ۱۳۸۸ به عنوان پایتخت فرهنگ و تمدن ایران اسلامی انتخاب شده است. این امر بیانگر اهمیت تاریخی، فرهنگی و سیاسی شهر اصفهان در جهان اسلام است.

مطمئناً چنین اهمیتی محصول یک فرآیند تاریخی است. یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که می‌تواند چنین تاریخ پراهمیتی را برساخت نماید، هویت ملی است. هویت ملی مهم‌ترین نوع هویت اجتماعی و به نوعی شالوده‌ی هر اجتماعی است. جامعه‌ی ایران و شهر اصفهان نیز از این قاعده استثناء نیست. در واقع این هویت ملی و مؤلفه‌های آن است که سبب می‌شود یک شهر تبدیل به یک شهر فرهنگی، تاریخی و حتی پایتخت فرهنگی یک تمدن گردد. البته این بدان معنا نیست که این تنها دلیل است، اما می‌توان گفت که یکی از مهم‌ترین دلایل است. به‌طورکلی، هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی جامعه و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است. مهم‌ترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند، عبارتند از: سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات، مردم و دولت (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۴). با این وجود، مهم‌ترین مؤلفه در شناخت هویت ملی، مفهوم ملت است. ملت مفهومی است که نسبت به وجود و عدم وجود، تاریخچه‌ی پیدایش و

نیز ویژگی‌ها و خصوصیات آن تفاوت نظر وجود دارد. برخی از صاحب‌نظران معتقدند که ملت نوعی اجتماع ذهنی یا تصویری است. چرا که اعضای آن نه چندان همدیگر را می‌شناسند، نه چندان همدیگر را می‌بینند، اما بر این باورند که همگی عضو یک ملت واحد هستند. پدیده ملت نه طبیعی است و نه جاودانه. ملیت بیشتر در باورهای ذهنی ریشه دارد تا واقعیت‌های عینی (بروجردی، ۱۳۷۹: ۴۴ به نقل از ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۵). به‌طورکلی، ملت جامعه‌ای فرهنگی - تاریخی است که دارای هویتی مشترک در حوزه نهادهای درونی مثل خانواده، مذهب، اقتصاد و زبان و نیز دارای پندارها و ساختارهای همانند و مشترک در این زمینه است و نوعی احساس همبستگی، تعلق، عصبيت و محبت در بین آنان حاکم است و به عبارتی از روانشناسی اجتماعی واحدی بهره گرفته‌اند. از طرفی دیگر، ملت یک مجموعه سیاسی است. بدین معنا که طی یک فرآیند مبارزاتی سیاسی بین ملل و یا دول شکل گرفته و دارای ساختار سیاسی واحدی در سرزمینی معین است (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۹). منشأ بنیادی و هستی‌شناختی ملت، هویت ملی است. هویت ملی وجود احساس مشترک یا وجدان دسته‌جمعی در میان عده‌ای از انسان‌ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می‌سازند، می‌باشد. هویت ملی از نظر جامعه‌شناسی به مثابه نوعی احساس تعهد و تعلق عاطفی نسبت به مجموعه‌ای از مشترکات ملی جامعه است که موجب وحدت و انسجام می‌شود و دارای ابعاد مختلف خرده‌فرهنگ ملی، دینی جامعه‌ای و انسانی است و ویژگی اصلی آن قابلیت انعطاف اجزاء آن و بومی بودن ابعاد تشکیل دهنده آن می‌باشد. هویت ملی بالاترین سطح هویت جمعی در یک جامعه است (حاجیان، ۱۳۷۹) که از یک طرف در درون جامعه نوعی همبستگی و انسجام بین اعضای خود ایجاد می‌کند و از طرف دیگر این جامعه را به عنوان یک کل از جوامع دیگر متمایز و متفاوت نشان می‌دهد. همچنین هویت ملی را نوعی احساس خود بودن جمعی دانسته‌اند (حاجیان، ۱۳۷۹: ۱۵). هویت ملی در صورتی شکل می‌گیرد که افرادی که از لحاظ فیزیکی و قانونی عضو یک واحد سیاسی باشند و موضوع قوانین آن واقع شوند و از لحاظ روانی هم خود را اعضای آن واحد بدانند. هویت ملی، بارزترین نماد

وحدت و انسجام ملی به حساب می‌آید و رابطه‌ی تنگاتنگی با تعریف منافع ملی کشورها دارد. همچنین، هویت ملی حامل میراث فرهنگی است و میراث فرهنگی یک ملت، نشانه‌هایی از تاریخ و فرهنگ آن ملت و بیانگر هویت فراموش‌نشده‌ی آن مردم است و می‌تواند عامل مهمی در جهت شناختن و شناساندن خود به دیگران نیز باشد. میراث فرهنگی شامل طرز فکر، بینش، سنت‌ها، باورها، اشیا و آثار است که این همان بعد فرهنگی هویت ملی است (ورجاوند، ۱۳۷۸: ۶۶). حاجیان (۱۳۷۹) معتقد است که اهمیت مفهوم هویت ملی نسبت به سایر انواع هویت جمعی در تأثیر بسیار آن بر حوزه‌های متفاوت زندگی در هر نظام اجتماعی است، مثلاً هویت ملی در حوزه سیاست، آرمان‌ها را تحقق می‌بخشد و یا به قدرت حاکم مشروعیت می‌دهد و بر میزان نفوذ آن می‌افزاید. هویت ملی فرایند پاسخ‌گویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی پیرامون خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خواستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی خود است.

یکی از مسائل مهم در بحث از هویت ملی، بازتولید آن در نسل‌های مختلف است. اگر فرض را بر این بگیریم که نمادها و نشانه‌های هویتی شهر اصفهان، هویت ملی را بازنمایی نموده‌اند، اکنون مسئله این است که آیا این نمادها و نشانه‌های شهری توانسته‌اند به بازتولید هویت ملی و انتقال این میراث غنی به نسل‌های بعدی کمک کنند. نمادها و نشانه‌های شهری به طور کلی می‌توانند بازنمایی‌کننده‌ی ابعاد مختلف هویتی باشند. کوین لینچ در همین راستا، تصویر هر محیط شهری را به سه جزء تجزیه می‌کند: هویت، ساختار و معنی. لینچ (۱۳۸۵: ۲۲) می‌نویسد: «بر این نکته وقوف داریم که در تصویر ذهنی از شهر این سه جزء پیوسته با یکدیگر و به صورت وحدت یافته‌ای جلوه‌گر می‌شوند، اما تجرد و تجزیه آنان توسط ما صرفاً برای مقصودی که در این مطالعه داریم مفید بوده است. برای اینکه تصویری از یک شیء داشته باشیم، نخست لازم است شیء دارای هویتی باشد که به واسطه آن شیء را از اشیای دیگر متمایز کند و شیء مورد نظر را به صورت واحدی جدا و در خود مستقل به شناسایی آورد». منظور لینچ از «هویت»

آن نیست که شباهت‌های یک شیء را با اشیای دیگر معلوم دارد، بلکه صفاتی که خاص خود شیء است و آن را منحصر به فرد می‌کند، در نظر وی بود. دوم آن‌که باید رابطه کالبدی / فضایی هر شیء ای که در ذهن داریم با ناظر و با اشیای دیگر معلوم باشد (ساختار یا رابطه فضایی). علاوه بر این، شیء باید برای ناظر واجد پاره‌ای معانی - اعم از معنایی که متضمن استفاده‌ای خاص است یا معنای احساسی باشد. به نظر لینچ معنای شیء بر حسب رابطه آن با ناظر و اشیای دیگر حاصل می‌آید، اما این رابطه با رابطه‌ای کالبدی / فضایی و فرمال، کاملاً متفاوت است.

بنابراین، می‌توان گفت که نمادها و نشانه‌های شهری می‌توانند بازنمایی‌کننده‌ی هویت و به طور خاص هویت ملی باشند. اما مسئله‌ی بنیادی‌تر این است که شناخت و آگاهی شهروندان از این مسئله تا چه حد می‌تواند به بازتولید هویت ملی کمک نماید. بر این اساس، پژوهش حاضر این مسئله را بررسی می‌کند که نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان و شناخت شهروندان از مؤلفه‌های هویتی بازنمایی‌کننده آن چه تاثیری بر هویت ملی شهروندان دارد.

ادبیات تجربی پیشین

لوپز آلوز (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان « ملت و هویت ملی در شهرهای آمریکای لاتین: مطالعه موردی بوینس آیرس » به دنبال بررسی این مسئله بوده است که شهروندان چه احساسی از هویت ملی دارند و فضای شهری چقدر در این میان دخالت دارد. وی این ایده را مطرح می‌کند که فقط پژوهشی در این زمینه وجود دارد، زیرا مطالعات پیشین بر تصویری بودن یا ساخت احساسی ملت و هویت ملی تأکید داشته‌اند. روش مطالعه از نوع کیفی بوده است و از ابزار مصاحبه استفاده شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که هویت ملی در آمریکای لاتین و به طور خاص بوینس آیرس به شدت با مکان و فضای جغرافیایی و شهری ارتباط دارد. در واقع، این فضای شهری و جغرافیا است که ملت را زنده نگه می‌دارد و هویت ملی را تقویت می‌کند. فضای شهری و جغرافیایی

سبب شده است که قومیت‌های مختلف در بومینس آیرس بر مبنای المان‌های خاطره‌ساز شهری احساس هویت ملی مشترکی داشته باشند، حتی اگر این قومیت دارای ریشه‌هایی تاریخی از لبنان باشد.

وایتینگ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «فضا، مکان و ناسیونالیسم: شکل‌گیری، انتقال و رقابت هویت ملی در چشم‌اندازهای شهری در زاگرب کرواسی از سال ۱۸۵۰ تا ۱۹۴۰» به بررسی این مسئله پرداخته است که چگونه فضای شهری و نمادهای درونی آن به پروژه‌ی ناسیونالیستی و برساخت هویت ملی در زاگرب در طی سال‌های ۱۸۵۰ تا ۱۹۴۰ کمک کرده است. روش پژوهش از نوعی کیفی است که بر مبنای آن با نخبگان شهری زاگرب مصاحبه صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که تحولات فضای شهری در زاگرب سبب شده است که این شهر تبدیل به یک شهر مدرن با حاکمیت طبقه‌ی متوسط و به‌طورکلی، یک پایتخت اروپایی شده است که این موارد در راستای پروژه‌ی ناسیونالیستی برساخت هویت ملی در کرواسی بوده است. همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌های فضای شهری در کرواسی به این سمت حرکت کرده است که فضای شهری قرون وسطایی کرواسی را با حفظ مؤلفه‌های بنیادی هویت‌بخش آن تبدیل به فضایی مدرن نماید. این امر سبب شکل‌گیری مسئله‌ی سه‌بعدی شده است. از یک طرف اگر آن را در سطح ملی و کلان یعنی کرواسی قرار بدهیم، سبب برساخت هویتی ملی برای کرواسی به عنوان ملتی اروپایی گردیده است. در سطح میانی، زاگرب را تبدیل به قلب مدینیت در کرواسی کرده است و تمامی پروژه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی که برساخت هویت ملی را تسهیل می‌کنند، در این مرکز متجمع نموده است. اما این امر در سطح خرد سبب شده است که نوعی تقابل و تضاد بین زاگرب و شهرهای دیگر کرواسی شکل بگیرد که به نظر نخبگان مورد مصاحبه ممکن است در بلندمدت تضادهایی هویتی در کرواسی را سبب شود.

مهرتنس (۲۰۱۰) در پژوهش خویش با عنوان «فضای شهری و هویت ملی در قرن بیست و یکم، سائوپائولو، برزیل» به مطالعه‌ی تعامل فضای شهری و هویت ملی در شهر

سائوپائولوی برزیل پرداخته است. روش پژوهش تحلیل اسنادی است. یافته‌های پژوهش نشانگر این است که شبکه‌های سیاسی، فرهنگی و فنی در حوزه‌ی مهندسی شهری، فضایی شهری را در شهر سائوپائولو شکل داده‌اند که در اثر آن یک طبقه‌ی متوسط شهری مهم و حرفه‌ای شکل گرفته است. این طبقه‌ی متوسط شهری در نهایت سهمی بنیادی در توسعه‌ی برزیل مدرن بر عهده گرفته است که در نهایت یک هویت ملی بنیادی را برای شهر سائوپائولو به وجود آورده است. بنابراین، فضای شهری به صورت غیرمستقیم و با واسطه‌ی طبقه‌ی متوسط شهری، هویت ملی را تقویت بخشیده و توسعه داده است.

استراین (۲۰۱۲)، در پژوهشی با عنوان «محلّه و ملت در عصر نئولیبرالیسم: تحول شهری، مقاومت و هویت ملی در بوینس آیرس» به بررسی و مطالعه چالش‌های تغییرات و بازسازی چشم‌انداز شهری بر هویت ملی در بوینس آیرس پرداخته است. روش پژوهش از نوع کیفی است که بر مبنای آن با شهروندان مصاحبه صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که تغییرات و تحولات فضای شهری با مقاومت مردمی مواجه شده است. دلیل اصلی این مقاومت این است که شهروندان فکر می‌کنند که چنین تغییراتی به آداب و رسوم و روایت‌های ملی آن‌ها آسیب می‌رساند. این تغییرات هم‌راستا با هژمونی نئولیبرالیسم جهانی اتفاق افتاده است و هم‌زمان سبب تضعیف هویت محلی و هویت ملی شده است. در واقع، تناقضی بنیادی که در این جا وجود دارد این است که هژمونی نئولیبرالیسم جهانی سبب طبقه‌بندی مجدد طبقه‌ی متوسط شهری شده است که همین امر، خود، تغییرات فضایی شهری را به دنبال داشته است. در طرف دیگر، این هژمونی، روایت‌های ملی، خاطرات جمعی و حافظه تاریخی ملی را در معرض خطر قرار داده است.

سلیمی سبحان و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهی تحت عنوان «تأثیر نشانگان و نمادهای فرهنگی فضاهای شهری بر تقویت هویت ملی» با استفاده از روش تحلیلی - کتابخانه‌ای به مطالعه‌ی تأثیرات نمادهای فرهنگی شهری بر تقویت هویت ملی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش آنان بیانگر این است که از آنجا که فضاهای شهری استقرارگاه جمعیت کثیری از

شهروندان یک کشور هستند و مهم‌ترین عامل در شکل‌دهی و شگل‌گیری شهر به عنوان بستر پیدایش حیات جمعی می‌باشند، نقش عمده‌ای در تولید و بازآفرینی مبانی استحکام‌بخش هویت ملی و فرهنگی شهروندان ایفا می‌نمایند. هویت ملی را می‌توان از طریق نمادپردازی در این فضا بازنمایی و بازتولید نمود. از این طریق ارتباط روانی و عاطفی خاصی میان مردم و فضای شهری که زندگی روزمره‌ی خود را در آن می‌گذرانند، شکل می‌گیرد. در صورتی که احساسی عاطفی نسبت به نمادها که عناصر و اجزاء هویت فرهنگی و ملی جوامع انسانی را نمایش می‌دهند به وجود آید، هویت ملی تقویت و بازتولید می‌شود. به همین دلیل رهبران سیاسی، بی‌توجه به منبع قدرت و مشروعیت خود بر آن‌اند تا با ایجاد، گسترش و بهره‌برداری از آنچه گاتمن نمادنگاری ملی می‌خواند کشور خود را به وحدت و یکپارچگی برسانند. منظور از نمادنگاری ملی، توجه به کلیه نمادها، مراجع و آرمان‌هایی است که میان مردم مشترک است و به آن‌ها همبستگی روحی و در نهایت وحدت می‌بخشد. در صورتی این مهم مورد غفلت قرار گیرد با ایجاد کوچک‌ترین خلأ در بافت و ساختار فرهنگی جامعه، زمینه برای تهاجمات و تعرضات فرهنگی بیگانگان مستعد می‌گردد. به نظر می‌رسد با توجه به اینکه نمادها از دیرباز شناسنامه‌های شهرها و فرهنگ‌ها بوده و تداعی‌کننده‌ی خاطرات مشترک، هویت‌های فرهنگی و اساطیر بوده‌اند، رشد و توسعه‌ی آن‌ها در فضای شهری، موجبات تقویت مبانی و ریشه‌های هویت ملی را فراهم می‌سازند.

گودرزی و بختیاری (۱۳۹۵) در پژوهش خویش با عنوان «میزان توجه به مؤلفه‌های هویت ملی در نام‌گذاری معابر اصلی شهر تهران» با در پیش گرفتن روش پژوهش تحلیلی - توصیفی در پی بررسی این مطلب بوده‌اند که در نام‌گذاری معابر اصلی شهر تهران تا چه اندازه به هویت ملی و ابعاد آن توجه شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که نوعی عدم توازن در نام‌گذاری معابر اصلی شهر تهران، از نظر توجه به ابعاد هویت ملی وجود دارد. می‌توان گفت در تعامل ذهنی که افراد جامعه در شهر تهران با اسامی معابر دارند، فرآیند معناسازی و بازتفسیر الگوهای ملی به طور کامل صورت

نمی‌گیرد. به عبارت دیگر، مجموعه این اسامی قادر به ارائه‌ی صورت جامع و کاملی از هویت ملی ایرانیان آن‌طور که همه ابعاد هویت مدنظر قرار دهد، نیست. از سویی به علت این که هویت هم جنبه‌ی تکوینی و هم جنبه‌ی تکوینی دارد، شرط پایداری و تکوین این اسامی، مقبولیت آن‌ها است. بنابراین این نوع نام‌ها نمی‌توانند به راحتی به لایه‌های هویت ایرانی اضافه شوند. حتی در صورت تحقق این امر، به علت غفلت از برخی از ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی، افراد جامعه شناخت ناقصی از هویت ملی خواهند داشت. علاوه بر این، یافته‌های پژوهش بیانگر این است که مفهومی که از ملت در این نوع نام‌گذاری‌ها آشکار می‌شود، ملت به معنای سیاسی است که در آن یکپارچگی کنونی مهم‌تر از پیشینه‌ی تاریخی و فرهنگی و حتی دینی است.

شیان (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان « طراحی المان‌های شهری با تکیه بر فرهنگ نوروژ، به منظور حفظ و گسترش این آیین و انتقال ویژگی‌های آن به فضای شهری» به دنبال بررسی نقش بنیادی فرهنگ نوروژ به عنوان یکی از نمادهای هویت ملی ایرانی در طراحی المان‌های شهری پرداخته است. در این پژوهش پس از مطالعه‌ی ریشه‌ای نوروژ و پی بردن به مفاهیم بنیادین آن و بررسی شهر و نشانه‌شناسی شهری به عنوان بستری برای انتقال این مفاهیم، المان‌های شهری به عنوان ابزاری مناسب و تأثیرگذار برای انتقال مفاهیم ریشه‌ای نوروژ به مخاطبین مورد بررسی قرار گرفته‌اند. روش پژوهش ترکیبی است که بر مبنای آن از مطالعات کتابخانه‌ای، پرسشنامه و مصاحبه‌های عمیق برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از تأثیر فراوان بهره‌گیری صحیح از المان‌های شهری برای به چالش کشاندن ذهن مخاطب و انتقال مفهوم نوروژ به آن‌ها و همچنین عملکرد ضعیف المان‌های نوروژی موجود به لحاظ بیان مفاهیم ریشه‌ای این جشن بود. از این رو پس از شناخت فاکتورهای کاربردی مؤثر در روند طراحی، راهکارهایی برای رفع نواقص و ارتقای وضعیت موجود المان‌های نوروژی به سطح مطلوب ارائه گشت.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که بیشتر این پژوهش‌ها به صورت مستقیم

مسئله‌ی مورد پژوهش مطالعه‌ی حاضر را بررسی ننموده‌اند. به طور کلی، چند نقد اساسی بر این پژوهش‌ها (هم داخلی و هم خارجی) وارد است. مهم‌ترین و اولین اشکال، مربوط به بخش روش‌شناسی این پژوهش‌ها می‌باشد. بیشتر پژوهش‌های انجام شده در این حوزه از لحاظ روش‌شناسی دارای اشکال هستند. در برخی موارد اساساً روش‌شناسی این پژوهش‌ها نامشخص است و در برخی موارد به صورت نامنسجم ارائه شده‌اند. این در حالی است که این حوزه‌ی پژوهشی نیازمند پژوهش‌هایی با روش‌شناسی‌های منسجم است. علاوه بر این، بیشتر این پژوهش‌ها از ضعف نظری جدی برخوردار هستند و چارچوب نظری یا چارچوب مفهومی دقیق و منسجمی ندارند. این در حالی است که این حوزه دارای یک ادبیات نظری بسیار غنی است و به نظر می‌رسد عدم لحاظ نمودن یک چارچوب نظری منسجم یا چارچوب مفهومی منسجم یک ایراد جدی برای این پژوهش‌ها باشد. همچنین، بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته، فضای شهری را به صورت کلی در نظر گرفته‌اند و خیلی کم به خودِ نمادها و نشانه‌های شهری و بازنمایی هویت ملی در آن‌ها پرداخته‌اند. در نهایت این که در بیشتر این پژوهش‌های بررسی شده، مؤلفه‌های هویت ملی به صورت دقیق و منسجم ارائه نشده‌اند و بیشتر از آنکه هویت ملی مدنظر باشد فرمی از ناسیونالیسم موردنظر بوده است.

چارچوب نظری

هویت ملی اساساً یکی و شاید مهم‌ترین نوع هویت اجتماعی محسوب می‌گردد. هویت‌های اجتماعی برداشت‌های خاصی از خود را در رابطه با سایر کنشگران نشان می‌دهند و از این طریق منافع خاصی تولید می‌کنند و به تصمیمات سیاست‌گذاری شکل می‌دهند. اینکه «خود» خود را دوست، رقیب یا دشمن «دیگری» بداند، تفاوت زیادی در تعامل میان آن‌ها ایجاد خواهد کرد. ونت توضیح می‌دهد که چگونه خود بر اساس برداشتی که از وضعیت دارد، نشانه‌ای برای دیگری می‌فرستد و دیگری این نشانه را بر مبنای برداشت خودش از وضعیت تفسیر می‌کند و بر اساس این تفسیر، علامتی به خود

می‌دهد و خود پاسخ می‌دهد و در این تعامل است که هویت خود و دیگری به عنوان دوست یا دشمن یا رقیب شکل می‌گیرد. حاجیانی (۱۳۷۹) درباره هویت ملی چنین می‌گوید: مهم‌ترین نوع از انواع هویت، هویت ملی است، زیرا در حوزه فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد نقشی تعیین کننده دارد. به عبارت دیگر هویت ملی فراگیرترین هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی - جدای از گرایش‌های ایدئولوژیک می‌باشد. اهمیت مفهوم هویت ملی نسبت به سایر انواع هویت جمعی در تأثیر بسیار آن بر حوزه‌های متفاوت زندگی در هر نظام اجتماعی است، مثلاً هویت ملی در حوزه سیاست، آرمان‌ها را تحقق می‌بخشد و یا به قدرت حاکم مشروعیت می‌دهد و بر میزان نفوذ آن می‌افزاید. هویت ملی فرایند پاسخ‌گویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی پیرامون خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خواستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی خود است.

بنابراین، هویت ملی نوعی هویت اجتماعی است و برای تبیین نظری آن نیازمند این هستیم که از رویکردهای نظری هویت اجتماعی استفاده نماییم. یکی از مهم‌ترین و بهترین رویکردهای نظری هویت اجتماعی که توانایی تبیین نظری هویت ملی را دارد، نظریه‌ی هویت اجتماعی جنکینز است. جنکینز هویت اجتماعی را معادل هویت می‌گیرد. به نظر او همه هویت‌های انسانی به یک معنا هویت‌های اجتماعی هستند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۶). از نظر او هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست. از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست؛ و محصول توافق و عدم توافق است، و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۷). بنابراین می‌توان گفت که جنکینز دیدگاهی برساختی در بررسی هویت اجتماعی دارد و بیشتر از آنکه بر ذاتی بودن و ازلی بودن هویت تأکید داشته باشد، بر ساخت و شکل‌گیری هویت اجتماعی در مناسبات و تعاملات انسانی بین گروه‌های مختلف اجتماعی متمرکز می‌شود. رویکرد برساختی به هویت را در دیدگاه جامعه‌شناسان دیگری مانند کاستلز می‌توان دید.

از دیدگاه کاستلز، هویت عبارت است از فرآیند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ای به هم پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۲). در واقع، هویت فرآیندی است که در آن افراد سعی می‌کنند بر اساس یک ویژگی فرهنگی به زندگی‌شان معنا ببخشند (کاستلز، ۲۰۰۶: ۶۲). به نظر کاستلز (۱۳۸۵: ۲۴) تمام هویت‌ها برساخته می‌شوند. اما مسئله اصلی این است که چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی، و به چه منظوری. برای برساختن هویت‌ها از مواد و مصالحی مثل تاریخ، جغرافیا، زیست‌شناسی، نهادهای تولید و بازتولید، خاطره‌ی جمعی، رؤیاهای شخصی، دستگاه و جهاز قدرت، وحی و الهامات دینی استفاده می‌شود. اما افراد، گروه‌های اجتماعی، و جوامع تمامی این مواد خام را می‌پروراند و معنای آن‌ها را مطابق با الزامات اجتماعی و پروژه‌های فرهنگی که ریشه در ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی - مکانی آن‌ها دارد، از نو تنظیم می‌کنند.

علاوه بر این، برخی نظریه‌پردازان، هویت اجتماعی را به تعلق گروهی و اجتماعی مرتبط می‌کنند که همین امر را هم به نوعی می‌توان فرآیندی برساختی در هویت اجتماعی قلمداد نمود. تاجفل یکی از این نظریه‌پردازان است. وی بین هویت اجتماعی و عضویت گروهی ارتباط برقرار می‌کند و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد)؛ عنصر ارزشی (فرضیه‌هایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی)، و عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاصی با آن گروه دارند). بر این اساس، هویت اجتماعی از دیدگاه تاجفل عبارت است از آن بخشی از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه اجتماعی سرچشمه می‌گیرد، همواره با اهمیت ارزشی و احساسی منظم به آن عضویت (گل محمدی، ۱۳۸۳: ۲۲۳). بنابراین، بخش دیگری از منطق نظری هویت اجتماعی، تعلق گروهی است. این تعلق گروهی به اجتماعی که فرد در آن زندگی می‌کند و نمادها، نشانه‌ها و معناهای هویتی‌ای که در آن اجتماع وجود دارند، مرتبط است. این دیدگاه را به نوعی می‌توان

تعامل بین فرد و ساختار هویتی قلمداد نمود که مید از آن تحت عنوان «من فاعلی» و «من مفعولی» یاد می‌کند. در نظریه اجتماعی مید، افراد و جامعه همچون دو چیز متفاوت با هم در تضاد نیستند. وی خویشان را فی‌الذات همان هویت اجتماعی می‌بیند که از یک سو از مناسبات متقابل میان «من فاعلی» و «من مفعولی» و از سوی دیگر گفت‌وگوی فرد با دیگران در عرصه مناسبات اجتماعی نشأت می‌گیرد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷۴). مید وجود یک «دیگری» تعمیم‌یافته را فرض می‌گیرد که بر جماعت سازمان‌یافته‌ای دلالت دارد که فرد به آن تعلق دارد و از آن شکل می‌گیرد و تعیین می‌یابد. اصولاً هر شخصی، دیگری تعمیم‌یافته خود را دارد و در عین حال هر عضوی از گروه به طور اصولی با اعضای دیگر گروه، صاحب مشترکات فراوانی است. بدون دیگری تعمیم‌یافته، «خود» از نظر مید ناقص است.

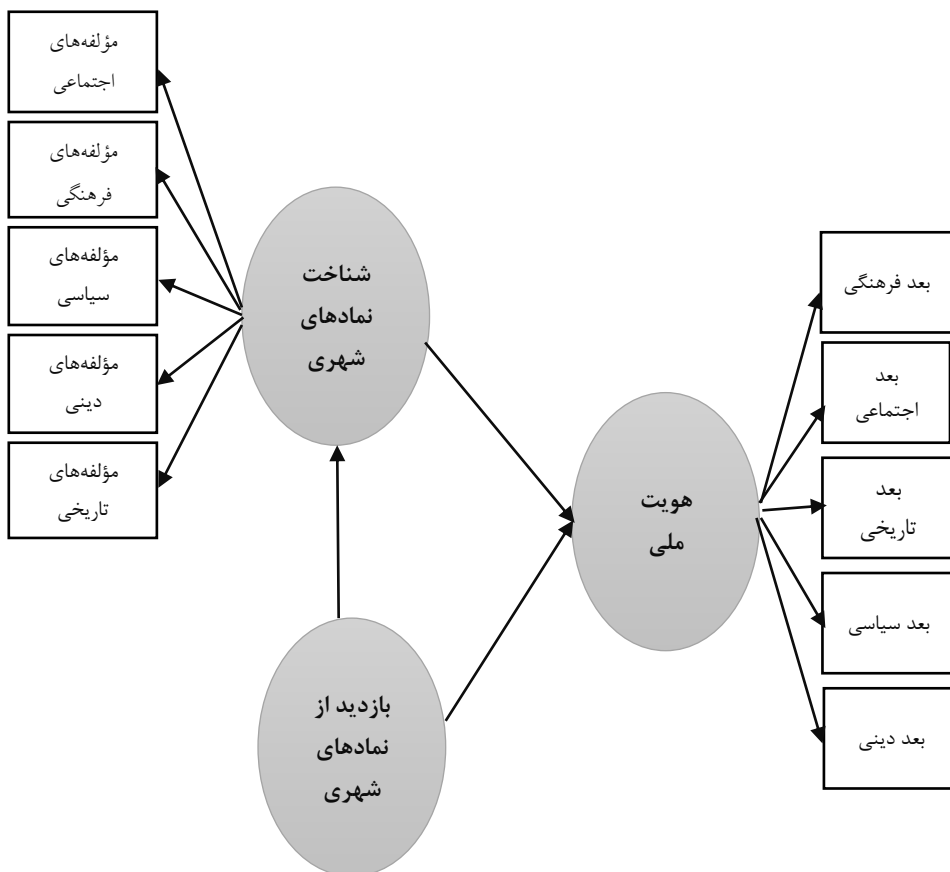
به هر حال، چند مسئله در رویکردهای نظری هویت برای پژوهش حاضر اهمیت دارد. اول اینکه هویت اجتماعی برساختی است نه ذاتی و ازلی. دوم اینکه هویت اجتماعی بر مبنای منابع معنایی از جمله خاطرات جمعی، نمادها و نشانه‌های معنایی، تاریخ، فرهنگ و آداب و رسوم، زبان و... برساخته می‌شود. در واقع، افراد بر مبنای این منابع معنایی، هویت اجتماعی و به تبع آن هویت ملی را برساخت می‌کنند. سوم اینکه، هویت اجتماعی فرمی از تعلق گروهی است. بدین معنا که دارا بودن هر کدام از این منابع هویتی در فرد، به تنهایی نمی‌توان هویت اجتماعی را برساخت نماید، بلکه در تعامل بین فرد و جامعه یا عاملیت و ساختار است که چنین اتفاقی رخ می‌دهد.

علاوه بر مسئله‌ی هویت اجتماعی و هویت ملی، مسئله‌ی دیگر بحث بازتولید هویت ملی است. در واقع، مسئله این است که هویت ملی چگونه می‌تواند در نشانه‌ها و نمادهای شهری بازتولید شود. کوین لینچ، فضای شهری را قلمرویی برای زندگی و هویت‌یابی می‌داند و نظریات خود را بر پایه مطالعات گسترده‌ای که بر شهرهای آمریکایی و به ویژه سه شهر باستین، لوس‌آنجلس و جززی سیتی انجام داده بود. لینچ هدف اصلی خویش را «یافتن بهترین شکل از طراحی شهری برای آرمانی زیستن

شهروندان» می‌داند (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۰۷). لینچ اعتقاد دارد فضای شهری صحنه‌ای است که داستان زندگی جمعی در آن گشوده می‌شود و در این فضا، فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شده و برخوردهای از پیش ادوین نیافته اتفاق افتاده و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم ارتباط برقرار می‌کنند. در فضای شهری است که رفتارهای جامعه جویی و همگرایی شهروندان به منصف ظهور می‌رسد و این رفتارها می‌تواند به تفاهم، پیوند و همبستگی اجتماعی بینجامد. فضای شهری با تسهیل جریان شهروندی از طریق حس تعلق انسان به محیط (فضای ساخته شده از جنبه کالبدی) و به اجتماع (از طریق تسهیل کنش‌های متقابل انسان‌ها با یکدیگر) حیات مدنی را به کالبد شهر تزریق خواهد نمود. نقش اصلی فضای شهری در فراهم آوردن امکاناتی برای تسهیل روابط انسان‌ها با یکدیگر تعریف می‌شود (حبیبی، ۱۳۸۰: ۳۱). فضای شهری، حرکت‌ها و اکتشافات بصری را برای تعداد معنی‌داری از مردم شهر فراهم می‌آورد. به عبارتی فضای منعطفی است که خود را به راحتی با گوناگونی رفتارها تطبیق می‌دهد و زمینه‌ای خشتی ولی القاء کننده را برای کنش‌های خودانگیخته فراهم می‌آورد. در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند. به این ترتیب گزینه‌های متفاوتی برای انتخاب در اختیار فرد قرار داده، به او اجازه داده می‌شود در راستای تمایل خویش با تحمل فشارهای اجتماعی و اقتصادی گام بردارد. همچنین این فضاها می‌توانند موقعیتی برای رشد خلاقیت به وجود آورده و محیطی تفریحی و سازنده در یک مجموعه شهری باشند تا زمینه‌ای را فراهم سازند که هر انسانی برای درک موقعیت خود به آن نیاز دارد. چرا که درک انسان را از خودش و محیط پیرامونش بسط می‌دهند. در این فضاها فرد از طریق درگیر شدن در کنش‌های حساب نشده، با خود و دنیای اطرافش ارتباط مستقیم‌تری برقرار می‌کند (پاکزاد، ۱۳۸۴: ۵). به‌طور کلی از دیدگاه لینچ، هیچ عاملی از شهر به خودی خود تجربه نمی‌شود، مگر آنکه در رابطه با محیطش مشاهده شود، تسلسل وقایعی که سبب بروز و وجود آن گشته، شناخته گردد و در رابطه با خاطره‌های تجارب گذشته باشد (لینچ، ۱۹۶۰: ۱ به نقل دانش و طیبی، ۱۳۹۰: ۷۱).

همان‌طور که از دیدگاه لینچ مشخص است، نمادها و نشانه‌های شهری به‌خودی‌خود نمی‌توانند بازتولید هویت ملی را به دنبال داشته باشند، هرچند که در ذات و درون خودشان حامل نشانه‌های هویتی باشند. مسئله‌ای که به بازتولید هویت ملی می‌تواند کمک نماید، تعامل اجتماعی و ارتباطی انسان‌ها با همدیگر از یک طرف، و با نمادها و نشانه‌های شهری از طرف دیگر است. پس هم تعامل اجتماعی در بحث هویت ملی در نشانه‌های شهری دارای اهمیت بنیادی است، و هم معنا‌های هویتی و ملی که در این نشانه‌ها و نمادها وجود دارند. در واقع، تعامل بین این دو بعد است که هویت ملی را می‌تواند بازتولید نماید. یکی از عواملی که می‌تواند به این ارتباط بینجامد، بازدید شهروندان از نمادها و نشانه‌های شهری است. این مسئله می‌تواند سبب تقویت تعامل بین نمادها و نشانه‌های شهری که ذاتاً دارای معنا‌های هویتی ملی هستند، گردد. بدون بازدید از این نمادها و نشانه‌ها، تفکیک بین شهروندان به عنوان عامل‌های انسانی در شهر و نمادها و نشانه‌های شهری به عنوان عامل‌های حامل هویت ملی برقرار نمی‌گردد و فرآیند بازتولید هویت ملی با مشکل مواجه می‌شود. علاوه بر این، در چنین بازبینی است که شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده اتفاق می‌افتد، هرچند نمی‌توان تمام موضوع شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده را به موضوع بازدید شهروندان از این نمادها و نشانه‌ها تقلیل داد. به هر حال، شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در این نمادها و نشانه‌ها از چند جهت احتمالاً می‌تواند به بازتولید هویت ملی منجر شود. اول اینکه به تعامل اجتماعی و ارتباطی بین دو بعد فوق‌الذکر (بعد انسانی و بعد نشانه‌ای نمادها) منجر شود و از درون این ارتباط، هویت ملی تقویت شود، زیرا شناخت مؤلفه‌ها می‌تواند حس تعلق افراد به آن‌ها را افزایش بدهد. از طرف دیگر، همین مسئله به برساختی‌بودن هویت ملی می‌انجامد. وقتی از برساخت هویت صحبت می‌شود، آنچه اهمیت دارد این است که عوامل انسانی در تعامل با یکدیگر و همچنین در تعامل و برخورد با نمادها، نشانه‌ها و منابع هویتی، هویت ملی را برساخت کرده و شکل‌بندی می‌کنند. به هر حال، در پژوهش حاضر، دو مؤلفه بنیادی هستند. اول میزان بازدید از نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان و دوم، شناخت مؤلفه‌های هویتی

بازنمایی شده در این نمادها. فرض پژوهش این است که این مؤلفه‌ها می‌توانند بر هویت ملی و بازتولید آن تأثیرگذار باشند.



شکل شماره ۱: مدل نظری پژوهش

فرضیات پژوهش

۱. هویت ملی در میان شهروندان مورد بررسی در وضعیت مناسبی (بالاتر از میانگین) قرار دارد.
۲. بین میزان بازدید از نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان با هویت ملی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.
۳. شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نمادهای شهری بر هویت ملی تأثیر دارند.

روش تحقیق

با توجه هدف پژوهش (تأثیر شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی‌شده در نمادهای شهری بر هویت ملی) روش پژوهش حاضر از نوع پیمایش است. این پژوهش به لحاظ معیار زمان؛ مقطعی، به لحاظ ماهیت؛ کاربردی و از نظر وسعت پهنانگر است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه افراد بالای ۱۸ سال ایرانی است که از نمادها و نشانه‌های شهری شهر اصفهان بازدید می‌کنند (شهروندان اصفهانی و غیراصفهانی). شیوه نمونه‌گیری، طبقه‌ای متناسب استفاده شده است. این نوع از نمونه‌گیری، روشی از انتخاب نمونه است که در آن جمعیت را بر اساس یک سری ویژگی‌ها طبقه‌بندی می‌کنند که این طبقات هیچ نوع همپوشانی نداشته باشند یعنی هر فرد فقط و فقط به یکی از طبقات اختصاص داشته باشد. سپس با استفاده از روش نمونه‌گیری اتفاقی ساده از هر کدام از این طبقات نمونه مورد نیاز را انتخاب می‌کنیم و در پایان نمونه‌ها را روی هم می‌ریزیم تا پارامتر جمعیت را برآورد کنیم. بر مبنای این روش، ابتدا بر مبنای آثار و نمادهای شهری مورد بررسی، محدوده‌هایی که هر کدام از این نمادهای شهری در آن قرار داشته‌اند، به عنوان یک طبقه انتخاب شده است و در درون این طبقات، بر مبنای روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، افراد انتخاب شده و پرسشنامه را تکمیل نموده‌اند. همچنین، با استفاده از نرم‌افزار نمونه‌گیری Spss Sapmle Power ۶۲۰ نفر از شهروندان به عنوان نمونه انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌های کمی از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری واریانس‌محور (SEM - PLS) استفاده شده است. جهت انجام محاسبات در این بخش از نسخه ۲۳ نرم‌افزار SPSS و نسخه 3.2.6 نرم‌افزار Smart PLS استفاده گردیده است.

تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

در تعریف عملیاتی، شاخص‌های دقیق، قابل مشاهده و سنجش پذیر برای مفاهیم کلیدی ارائه می‌شود، همچنین تعاریف عملیاتی بر پایه تبدیل واقعیت به کمیت استوار هستند و

زمانی می‌توان تعاریف مذکور را عملیاتی قلمداد نمود که دارای ابعاد علمی و منطقی باشند و در تمامی فرایندهای تحقیق همان تعریف حفظ شود (ساروخانی، ۱۳۸۰: ۹۲). در پژوهش حاضر نیز مفاهیم مهمی حاضر هستند که در این بخش به صورت عملیاتی تشریح می‌شوند. مفهوم اصلی پژوهش حاضر هویت ملی است. هویت ملی به ابعاد مختلفی قابل تقسیم می‌باشد که بر اساس مطالعات پیشین به پنج بعد زبانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تاریخی - جغرافیایی تقسیم شده است.

الف: بعد فرهنگی هویت ملی: بعد فرهنگی هویت ملی با شاخص‌های ادبیات، موسیقی، آداب و رسوم، زبان و اسطوره و روایت تاریخی سنجیده شده است.

ب: بعد اجتماعی هویت ملی: بعد اجتماعی هویت ملی با شاخص‌های احساس تعلق اجتماعی، اعتقاد به سرنوشت اجتماعی مشترک و افتخار به عضویت در اجتماع سنجیده شده است.

ج: بعد تاریخی - جغرافیایی هویت ملی: بعد تاریخی - جغرافیایی هویت ملی با شاخص‌های احساس تعلق تاریخی، تعلق سرزمینی، و شخصیت‌های تاریخی سنجیده شده است.

د: بعد سیاسی هویت ملی: بعد سیاسی هویت ملی بر اساس شاخص‌های فضای زیست سیاسی و شرکت در انتخابات سنجیده شده است.

ه: بعد دینی هویت ملی: بعد دینی هویت ملی بر اساس شاخص احساس تعلق دینی، و شرکت در مراسم مذهبی و دینی سنجیده شده است.

عملیاتی کردن مفاهیم فوق از دو طریق صورت خواهد گرفت. اول با بهره‌گیری از چارچوب نظری و دوم کمک گرفتن از تحقیقات و مطالعاتی که در زمینه تحقیق صورت گرفته است. در جدول زیر مهم‌ترین منابعی که مفاهیم بر اساس آن‌ها عملیاتی شده‌اند، آورده شده است.

جدول شماره ۱: ابعاد و شاخص‌های متغیر هویت ملی

متغیر	بعد	شاخص	منابع مورد استفاده
هویت ملی	فرهنگی	ادبیات	(تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (سالکادو، ۲۰۱۰: ۷)، (هال، ۱۳۸۳: ۲۰۲)، (تیلور، ۲۰۰۳: ۱۰)، (کوگلان، ۲۰۰۹: ۹۴)
		موسیقی	(ویلیامز، ۲۰۰۶: ۱۸۰)، (هال، ۱۳۸۳: ۲۰۲)، (تیلور، ۲۰۰۳: ۱۰)، (کریستنسن، ۲۰۰۷: ۱)، (هریس بریت و استریت، ۲۰۰۹: ۴۱۴)، (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)
		آداب و رسوم	(وان دورم، ۲۰۱۰: ۹۰)، (تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶)، (سالکادو، ۲۰۱۰: ۷)، (هال، ۱۳۸۳: ۲۰۲)، (هریس بریت و استریت، ۲۰۰۹: ۴۱۴)
		اسطوره و روایت تاریخی	(کاستلز، ۱۳۸۵: ۲: ۲۴)، (فرانکلین، ۲۰۰۳: ۴۸۳)، (دالمان، ۲۰۰۲: ۲۷۵)، (کوگلان، ۲۰۰۹: ۹۴)، (هریس بریت و استریت، ۲۰۰۹: ۴۱۴)، (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (گیبیرنا، ۱۳۷۸: ۱۳۲)، (فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶)، (هال، ۱۳۸۳: ۲۰۲)، (اریکسون، ۲۰۰۶: ۲)، (اسمیت، ۱۳۸۳: ۷۴)
		تعلق زبانی	(کاستلز، ۱۳۸۵: ۲: ۲۴) (وان دورم، ۲۰۱۰: ۹۰)، (فرانکلین، ۲۰۰۳: ۴۷۸)، (تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (کاوچ، ۲۰۰۶: ۳۸)، (سالکادو، ۲۰۱۰: ۷)، (هال، ۱۳۸۳: ۲۰۲)، (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۵۲)
		احساس تعلق اجتماعی	(کاستلز، ۱۳۸۵: ۲: ۲۴)، (نویل و ویتاگر، ۲۰۱۰: ۳۸۹)، (تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶)، (تیلور، ۲۰۰۳: ۱۰)، (اریکسون، ۲۰۰۶: ۲)، (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (فوجی یوکا و همکاران، ۲۰۰۹: ۴۶۱)، (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (اسمیت، ۱۳۸۳: ۷۴)، (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۵۳)

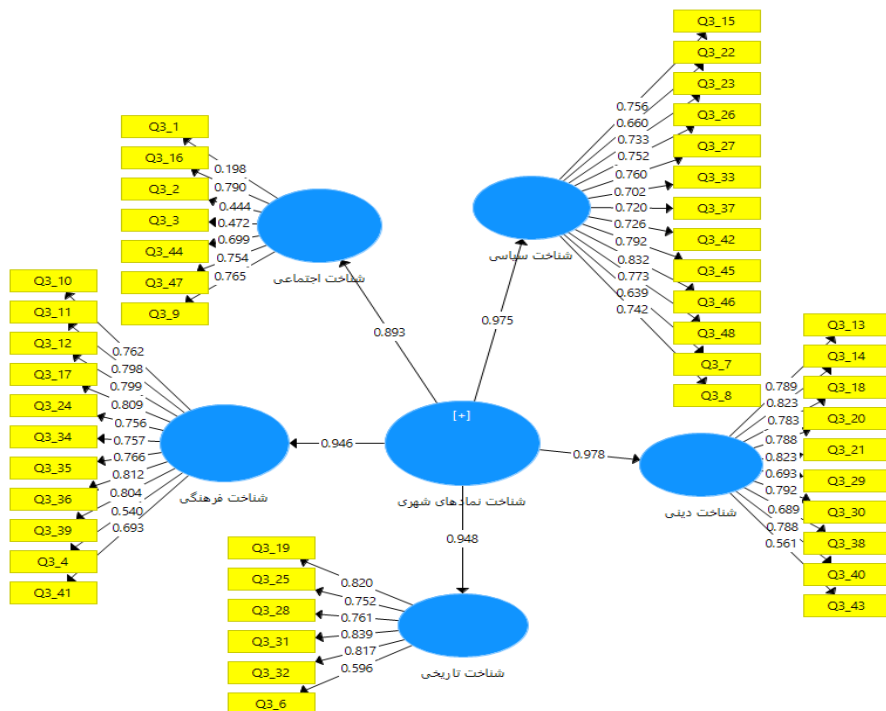
<p>(کاستلز، ۱۳۸۵ج: ۲: ۲۴)، (تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶). (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (وان دورم، ۲۰۱۰: ۹۰)، (نویل و ویتاگر، ۲۰۱۰: ۳۸۹)، (تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (سالکادو، ۲۰۱۰: ۷)، (واتسون و وارل، ۲۰۰۸: ۱۰۴۹)، (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۵۳)</p>	<p>اعتقاد به سرنوشت مشترک</p>	<p>اجتماعی</p>	
<p>(نویل و ویتاگر، ۲۰۱۰: ۳۸۹)، (تیلور، ۲۰۰۳: ۱۰)، (اریکسون، ۲۰۰۶: ۲)، (هریس بریت و استریت، ۲۰۰۹: ۴۱۴)، (فوجی یوکا و همکاران، ۲۰۰۹: ۴۶۱)، (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۵۳)</p>	<p>افتخار به عضویت در جامعه</p>		
<p>(کاستلز، ۱۳۸۵ج: ۲: ۲۴) (تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶). (سالکادو، ۲۰۱۰: ۷)، (دالمان، ۲۰۰۲: ۲۷۵)، (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (اسمیت، ۱۳۸۳: ۷۴)، (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۱)</p>	<p>احساس تعلق تاریخی</p>	<p>تاریخی - جغرافیایی</p>	
<p>(فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶). (هال، ۱۳۸۳: ۲۰۲)، (اریکسون، ۲۰۰۶: ۲)، (کوگلان، ۲۰۰۹: ۹۴)، (کاستلز، ۱۳۸۵ج: ۲: ۲۴) (دالمان، ۲۰۰۲: ۲۷۵)</p>	<p>شخصیت‌های تاریخی</p>		
<p>(تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)، (جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (دالمان، ۲۰۰۲: ۲۷۵)، (اسمیت، ۱۳۸۳: ۷۴)، (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۳)</p>	<p>فضای زیست سیاسی</p>	<p>سیاسی</p>	
<p>(جفرز، ۲۰۰۰: ۵۱۲)، (سالکادو، ۲۰۱۰: ۷)، (دالمان، ۲۰۰۲: ۲۷۵)، (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۵)</p>	<p>شرکت در انتخابات</p>		
<p>(تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)؛ (فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶)؛ (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۵)؛ (کومار، ۱۳۷۹: ۱۲۵)</p>	<p>تعلق دینی</p>	<p>دینی</p>	
<p>(تاینس، ۲۰۰۷: ۵۰۵)؛ (فرانس و هیلر، ۲۰۰۴: ۷۳۶)؛ (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۵)؛ (کومار، ۱۳۷۹: ۱۲۵)</p>	<p>مشارکت دینی</p>		

همچنین متغیر شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نشانه‌ها و نمادهای شهری، در ۵ بعد شناخت مؤلفه‌های اجتماعی، سیاسی، دینی، فرهنگی و تاریخی مورد سنجش قرار گرفته است. این ابعاد، بر مبنای ابعاد هویت ملی و هم‌راستا با آن‌ها استخراج شده‌اند و در طی یک مطالعه‌ی اکتشافی گسترده در زمینه‌ی بازنمایی مؤلفه‌های هویت ملی در نمادها و نشانه‌های شهری شهر اصفهان به دست آمده‌اند.

اعتبار و پایایی

در این پژوهش به منظور بررسی اعتبار عاملی متغیرهای پژوهش و ابعاد آن‌ها از شیوه تحلیل عاملی تأییدی و شاخص‌های مربوط به اعتبار همگرا (شاخص AVE)^۱ و اعتبار ممیز^۲ (معیار فورنل و لارکر^۳، بارهای عاملی متقاطع^۴ و شاخص HTMT^۵) استفاده شده است. در پژوهش حاضر جهت بررسی پایایی ابزار متغیرهای اصلی پژوهش و ابعاد آن‌ها از شاخص‌های ضریب آلفای کرباخ و قابلیت اعتماد ترکیبی^۶ استفاده گردید: به منظور محاسبه شاخص‌های اعتبار و پایایی از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری واریانس‌محور و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. مدل عاملی متغیر «شناخت نمادهای شهری» به صورت مدل عاملی سلسه‌مراتبی (مرتبه دوم) تدوین گردیده است. برآوردهای مربوط به این مدل شامل شاخص‌های اعتبار و پایایی و بارهای عاملی ابعاد و گویه‌های در شکل و جداول زیر گزارش شده است:

-
- 1 Average Variance Extracted
 - 2 Discriminant Validity
 - 3 Cross Loading
 - 4 Fornell and Larcker
 - 5 Hetero-Trait Mono-Trait Ratio
 - 6 Composite Reliability



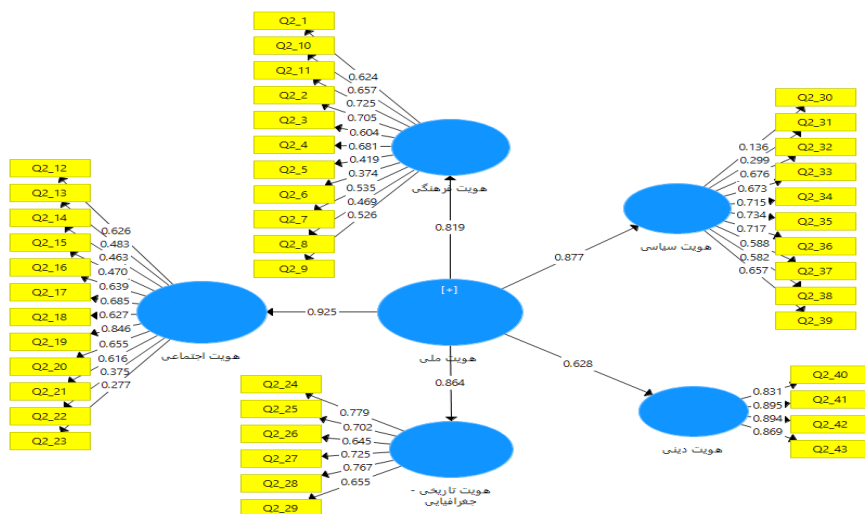
شکل شماره ۲: مدل عاملی مرتبه دوم متغیر شناخت نمادهای شهری

جدول شماره ۲: شاخص‌های ارزیابی اعتبار و پایایی ابزار سنجش متغیر شناخت

نمادهای شهری

پایایی		اعتبار ممیز			اعتبار همگرا	ابعاد
پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	HTMT	بارهای عاملی متقاطع	فورنل و لارکر	AVE	
۰/۸۰	۰/۷۲	تأیید	تأیید	تأیید	۰/۵۰	شناخت مؤلفه‌های اجتماعی
۰/۹۴	۰/۹۲				۰/۵۷	شناخت مؤلفه‌های فرهنگی
۰/۸۹	۰/۸۶				۰/۵۹	شناخت مؤلفه‌های تاریخی
۰/۹۴	۰/۹۳				۰/۵۵	شناخت مؤلفه‌های سیاسی
۰/۹۳	۰/۹۱				۰/۵۷	شناخت مؤلفه‌های دینی

برحسب مقادیر جدول بالا: ۱) شاخص‌های اعتبار همگرا و ممیز دلالت بر مطلوبیت اعتبار همگرا و ممیز ابعاد متغیر «شناخت نمادهای شهری» دارند. ۲) مقادیر ضریب آلفای کربناخ و قابلیت اعتماد ترکیبی گویای دقت اندازه‌گیری بالای ابزار سنجش ابعاد متغیر «شناخت نمادهای شهری» و به‌عبارت‌دیگر پایا بودن ابزار مربوط به این مولفه‌هاست. همچنین، مدل عاملی متغیر «هویت ملی» به صورت مدل عاملی سلسه‌مراتبی (مرتبه دوم) تدوین گردیده است. برآوردهای مربوط به این مدل؛ شامل شاخص‌های اعتبار و پایایی و بارهای عاملی ابعاد و گویه‌های در شکل و جداول زیر گزارش شده است:



شکل شماره ۳: مدل عاملی مرتبه دوم متغیر هویت ملی

جدول شماره ۳: شاخص‌های ارزیابی اعتبار و پایایی ابزار سنجش متغیر هویت ملی

پایایی		اعتبار ممیز			اعتبار همگرا	ابعاد هویت ملی
پایایی ترکیبی	آلفای کربناخ	HTMT	بارهای عاملی متقاطع	فورنل و لارکر	AVE	
۰/۸۵	۰/۸۰	تأیید	تأیید	تأیید	۰/۵۴	هویت فرهنگی
۰/۸۵	۰/۸۱				۰/۵۳	هویت اجتماعی
۰/۸۶	۰/۸۰				۰/۵۱	هویت تاریخی
۰/۸۴	۰/۷۹				۰/۵۵	هویت سیاسی
۰/۹۳	۰/۹۰				۰/۷۶	هویت دینی

برحسب مقادیر جدول بالا: ۱) شاخص‌های اعتبار همگرا و ممیز دلالت بر مطلوبیت اعتبار همگرا و ممیز ابعاد متغیر «هویت ملی» دارند. ۲) مقادیر ضریب آلفای کرنباخ و قابلیت اعتماد ترکیبی گویای دقت اندازه‌گیری بالای ابزار سنجش ابعاد متغیر «هویت ملی» و به عبارت دیگر پایا بودن ابزار مربوط به این مولفه‌هاست.

یافته‌های پژوهش

الف: یافته‌های توصیفی

بر اساس یافته‌های توصیفی پژوهش، حدود ۴۴ درصد افراد مورد بررسی مرد و حدود ۵۶ درصد زن بوده‌اند. همچنین، میانگین سن افراد مورد بررسی ۳۲ سال بوده است. از لحاظ میزان تحصیلات، ۲/۸ درصد از نمونه آماری پژوهش دارای تحصیلات ابتدایی، ۱۱/۷ درصد تحصیلات سیکل، ۳۱/۲ درصد تحصیلات دیپلم، ۱۶/۷ درصد تحصیلات فوق‌دیپلم، ۳۳/۵ درصد تحصیلات لیسانس و ۴/۲ درصد دارای تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر بوده‌اند. همچنین حدود ۵۲ درصد از افراد مورد بررسی شاغل و بقیه بیکار بوده‌اند. از لحاظ محل سکونت، حدود ۹۳ درصد افراد مورد بررسی ساکن شهر و بقیه ساکن روستا بوده‌اند. همچنین از لحاظ شهر محل سکونت، حدود ۶۹ درصد از افراد مورد بررسی ساکن شهر اصفهان بوده‌اند. حدود ۲۷ درصد ساکن سایر شهرهای استان اصفهان و ۴ درصد هم ساکن شهرهای دیگر کشور بوده‌اند. از لحاظ میزان بازدید شهروندان از نمادها و نشانه‌های شهری، می‌توان گفت که میانگین بازدید از این نمادها و نشانه‌های شهری حدود ۱۴ بار بوده است.

همچنین، حدود ۵۶ درصد از افراد مورد بررسی معتقد بوده‌اند که نشانه‌ها و نمادهای مورد بررسی، در حد خیلی زیادی منعکس‌کننده و بازنمایی‌کننده‌ی هویت ملی هستند. مقادیر جدول زیر بیانگر این است از نظر ۰/۸ درصد از نمونه آماری پژوهش نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان اصلاً هویت ملی را منعکس نمی‌کنند، از نظر ۱ درصد در حد کم، ۱۰/۶ درصد تاحدی، ۲۹/۱ درصد زیاد و از نظر ۵۶/۳ درصد خیلی زیاد این آثار

منعکس‌کننده هویت ملی هستند. بنابراین می‌توان گفت از نظر درصد زیادی از نمونه آماری پژوهش نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان منعکس‌کننده هویت ملی هستند.

جدول شماره ۴: توصیف متغیر انعکاس هویت ملی در نمادها و نشانه‌های شهری

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	انعکاس هویت ملی
۰/۸	۰/۸	۰/۸	۵	اصلاً
۱/۹	۱	۱	۶	کم
۱۲/۷	۱۰/۹	۱۰/۶	۶۴	تا حدی
۴۲/۴	۲۹/۷	۲۹/۱	۱۷۵	زیاد
۱۰۰	۵۷/۶	۵۶/۳	۳۳۹	خیلی زیاد
	۱۰۰	۹۷/۸	۵۸۹	کل
		۲/۲	۱۳	بدون پاسخ
		۱۰۰	۶۰۲	کل

میانگین متغیر شناخت نمادهای شهری و ابعاد شناخت مؤلفه‌های اجتماعی، سیاسی، دینی و تاریخی پایین‌تر از حد متوسط (۲) و میانگین بعد شناخت مؤلفه‌های فرهنگی در حد متوسط بوده است.

جدول شماره ۵: توصیف متغیر شناخت نمادها و نشانه‌های شهری در نمونه آماری پژوهش

شاخص					متغیر
کشیدگی	کجی	واریانس	انحراف معیار	میانگین	
-۰/۱۰	۰/۵۹	۰/۶۲	۰/۷۹	۱/۴۸	شناخت مؤلفه‌های اجتماعی
-۰/۷۹	۰/۰۴	۱/۰۶	۱/۰۳	۲/۰۲	شناخت مؤلفه‌های فرهنگی
-۰/۴۳	۰/۳۰	۱	۱	۱/۷۲	شناخت مؤلفه‌های سیاسی
-۰/۴۹	۰/۳۲	۱/۰۷	۱/۶۸	۱/۶۸	شناخت مؤلفه‌های دینی
-۰/۶۶	۰/۲۴	۱	۱	۱/۸۰	شناخت مؤلفه‌های تاریخی
-۰/۴۸	۰/۲۵	۰/۸۶	۰/۹۳	۱/۷۷	شناخت نمادهای شهری

مقادیر جدول بالا نشان دهنده این است: الف) میانگین متغیر شناخت نمادهای شهری و ابعاد

شناخت مؤلفه‌های اجتماعی، سیاسی، دینی، تاریخی پایین‌تر از حد متوسط (۲) و میانگین بعد شناخت مؤلفه‌های فرهنگی در حد متوسط برآورد شده است. (ب) با توجه شاخص‌های پراکندگی (انحراف معیار و واریانس) میزان پراکندگی داده‌های مربوط به متغیر شناخت نمادهای شهری و ابعاد آن از شاخص میانگین در نمونه آماری در حد معمول است. (ج) در خصوص شاخص‌های شکل توزیع مقدار منفی شاخص کجی بیانگر تمایل داده‌های مربوط به متغیر شناخت نمادهای شهری و ابعاد آن به سمت مقادیر پایین‌تر از میانگین و مقدار مثبت شاخص کشیدگی نشان دهنده پراکندگی کم داده‌ها در سطح منحنی و به عبارت دیگر شکل توزیع نسبتاً برآمده داده‌هاست. در نهایت اینکه مقادیر شاخص‌های شکل توزیع (کجی و کشیدگی) گویای تمایل شکل توزیع داده‌ها به سمت توزیع نرمال است.

همچنین بر مبنای یافته‌های توصیفی، میانگین متغیر هویت ملی و ابعاد آن در نمونه آماری پژوهش بالاتر از حد متوسط (۳) بوده است. در این میان، ابعاد تاریخی - جغرافیایی و فرهنگی دارای میانگین بالاتری نسبت به ابعاد دیگر هستند. بعد دینی هویت ملی هم دارای کمترین میزان میانگین است (۴/۰۸). هرچند این میزان بالاتر از حد متوسط است.

جدول شماره ۶: توصیف متغیر هویت ملی در نمونه آماری پژوهش

شاخص					متغیر
کشیدگی	کجی	واریانس	انحراف معیار	میانگین	
۰/۶۶	-۰/۹۴	۰/۱۸	۰/۴۳	۴/۴۴	هویت فرهنگی (بعد فرهنگی)
۰/۴۰	-۰/۶۵	۰/۲۵	۰/۵۰	۴/۲۷	هویت اجتماعی (بعد اجتماعی)
-۰/۰۱	-۰/۸۲	۰/۲۵	۰/۵۰	۴/۴۷	هویت تاریخی - جغرافیایی (بعد تاریخی - جغرافیایی)
-۰/۶۰	-۰/۴۵	۰/۳۴	۰/۵۸	۴/۱۶	هویت سیاسی (بعد سیاسی)
۰/۴۳	-۱/۱۰	۰/۹۸	۰/۹۹	۴/۰۸	هویت دینی (بعد دینی)
۰/۱۷	-۰/۶۲	۰/۲۰	۰/۴۵	۴/۳۰	هویت ملی

مقادیر جدول بالا نشان دهنده این است: الف) میانگین متغیر هویت ملی و ابعاد آن در نمونه آماری پژوهش بالاتر از حد متوسط (۳) برآورد شده است. (ب) با توجه شاخص‌های پراکندگی (انحراف معیار و واریانس) میزان پراکندگی داده‌های مربوط به

متغیر هویت ملی و ابعاد آن از شاخص میانگین در نمونه آماری در حد معمول است. ج) در خصوص شاخص‌های شکل توزیع مقدار منفی شاخص کجی بیانگر تمایل داده‌های مربوط به متغیر هویت ملی و ابعاد آن به سمت مقادیر بالاتر از میانگین و مقدار مثبت شاخص کشیدگی متغیر هویت ملی و ابعاد فرهنگی، اجتماعی و دینی نشان دهنده پراکندگی کم داده‌ها در سطح منحنی و به عبارت دیگر شکل توزیع نسبتاً برآمده داده‌هاست، مقدار منفی شاخص کشیدگی ابعاد تاریخی - جغرافیایی و هویت سیاسی بیانگر پراکندگی کم داده‌ها در سطح منحنی و به عبارت دیگر شکل توزیع نسبتاً مسطح داده‌ها است. در نهایت اینکه مقادیر شاخص‌های شکل توزیع (کجی و کشیدگی) گویای تمایل شکل توزیع داده‌ها به سمت توزیع نرمال است.

الف: یافته‌های استنباطی

در این بخش بررسی فرضیات پژوهش پرداخته می‌شود. فرضیه اول پژوهش این بود که « هویت ملی در میان شهروندان مورد بررسی در وضعیت مناسبی (بالاتر از میانگین) قرار دارد». جهت پاسخگویی به این فرضیه از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده گردید. برآوردهای مربوط به این آزمون در جدول زیر گزارش شده است:

جدول شماره ۷: برآورد آزمون تی تک‌نمونه جهت برآورد میانگین متغیر هویت ملی و ابعاد آن

آمار استنباطی		آمار توصیفی		متغیر	
Test Value: 3		انحراف معیار	میانگین		
Sig	Df	آماره t			
۰/۰۰۱	۵۸۴	۸۱/۷۴	۰/۴۳	۴/۴۴	هویت فرهنگی (بعد فرهنگی)
۰/۰۰۱		۶۲/۰۶	۰/۵۰	۴/۲۷	هویت اجتماعی (بعد اجتماعی)
۰/۰۰۱		۷۱/۶۲	۰/۵۰	۴/۴۷	هویت تاریخی - جغرافیایی (بعد تاریخی - جغرافیایی)
۰/۰۰۱		۴۸	۰/۵۸	۴/۱۶	هویت سیاسی (بعد سیاسی)
۰/۰۰۱		۲۶/۴۵	۰/۹۹	۴/۰۸	هویت دینی (بعد دینی)
۰/۰۰۱		۶۹/۶۱	۰/۴۵	۴/۳۰	هویت ملی

مقادیر جدول بالا نشان دهنده این است، میانگین متغیر هویت ملی و ابعاد آن در

نمونه آماری پژوهش به طور معناداری بالاتر از میانگین فرضی (۳) برآورد شده است، بنابراین در پاسخ به این سؤال که هویت ملی و ابعاد آن در بین جامعه آماری پژوهش دارای چه وضعیتی است؟ می‌توان گفت میانگین هویت ملی و ابعاد آن در بین جامعه آماری پژوهش بالاتر از حد متوسط قرار دارد.

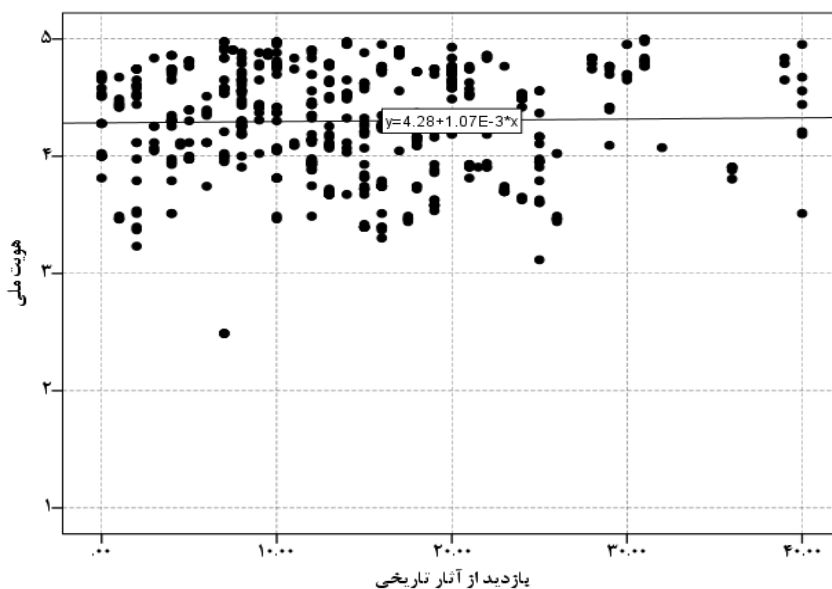
فرضیه دوم پژوهش این بود که «بین میزان بازدید از نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان با هویت ملی و ابعاد آن رابطه وجود دارد». جهت بررسی این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این ضریب در جدول زیر گزارش شده است:

جدول شماره ۸: برآورد ضریب همبستگی پیرسون جهت بررسی رابطه بین متغیر بازدید

آثار تاریخی و هویت ملی

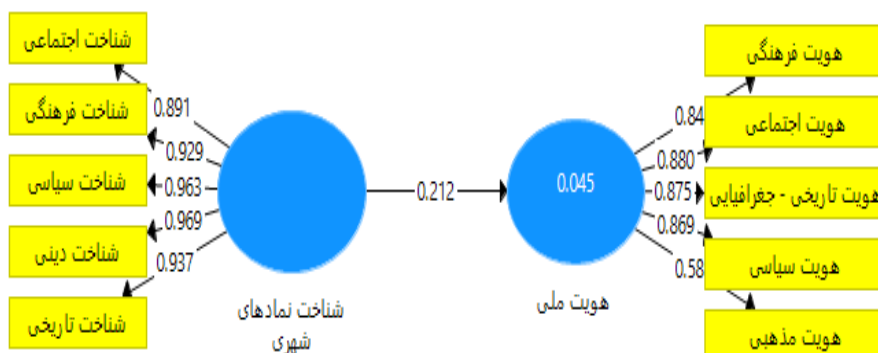
هویت ملی		هویت فرهنگی		هویت اجتماعی		هویت تاریخی		هویت سیاسی		هویت دینی		متغیر
Sig	ضریب	Sig	ضریب	Sig	ضریب	Sig	ضریب	Sig	ضریب	Sig	ضریب	
۰/۶۲۳	۰/۰۲	۰/۰۹۰	۰/۰۷	۰/۱۷۲	-۰/۰۶	۰/۸۰۶	۰/۰۱	۰/۱۲۲	۰/۰۶	۰/۹۹۷	۰/۰۱	بازدید

مقادیر مربوط به برآورد ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا نشان دهنده این است که بین متغیر بازدید آثار تاریخی با هویت ملی و ابعاد آن رابطه معناداری وجود ندارد ($Sig > ۰/۰۵$). بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه بین متغیر بازدید آثار تاریخی با هویت ملی و ابعاد آن رابطه وجود دارد، تأیید نمی‌شود. به عبارت دیگر مقدار رابطه ضعیف بین متغیر بازدید از آثار تاریخی با هویت ملی و ابعاد آن در نمونه آماری پژوهش ناشی از تصادف یا خطای نمونه‌گیری برآورد می‌شود و با اطمینان ۹۵ درصد قابلیت تعمیم به جامعه آماری پژوهش را ندارد.



نمودار شماره ۱: پراکنش رابطه بین متغیر بازدید آثار تاریخی و هویت ملی

فرضیه سوم پژوهش عبارت است از که «شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نمادهای شهری بر هویت ملی تأثیر دارند». جهت آزمون این فرضیه از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری واریانس‌محور استفاده گردید، برآوردهای مربوط به شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری و پارامترهای اصل این مدل (اثر متغیر شناخت نمادهای شهری بر هویت ملی) در زیر شکل و جداول زیر گزارش می‌شود:



شکل شماره ۴: مدل معادله ساختاری اثر متغیر شناخت نمادهای شهری بر هویت ملی

جدول شماره ۹: برآورد شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادل ساختاری

شاخص	GOF	SRMR	NFI
مقدار	۰/۳۳	۰/۰۶	۰/۹۲

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برآزش داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

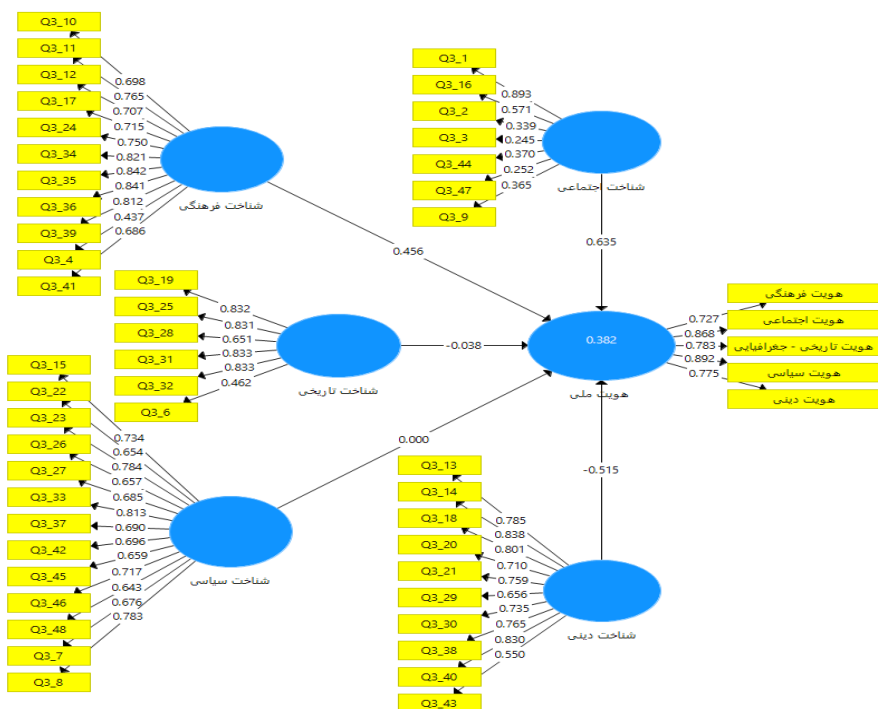
جدول شماره ۱۰: برآورد اثر متغیر شناخت نمادهای شهر بر هویت ملی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب تعیین	برآورد	
			ضریب تأثیر	مقدار بحرانی
شناخت نمادهای شهری	هویت ملی	۰/۰۴	۰/۲۱	۶/۷۷
				P. Value
				۰/۰۰۱

مقادیر برآورد شده در جدول بالا نشان دهنده این است: الف) متغیر شناخت نمادهای شهری ۴ درصد از واریانس متغیر هویت ملی را تبیین می‌کند، با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار در حد ضعیف برآورد می‌شود، به عبارت دیگر متغیر شناخت نمادهای شهری در حد ضعیف توان تبیین واریانس متغیر هویت ملی را دارد. ب) اثر متغیر شناخت نمادهای شهری بر متغیر هویت ملی به لحاظ آماری معنادار است ($p \leq 0/05$). بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه متغیر شناخت نمادهای شهری بر هویت ملی تأثیر دارد، تأیید می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تأثیر می‌توان گفت این اثر مستقیم و در حد ضعیف برآورد می‌شود، به عبارت دیگر افزایش شناخت نمادهای شهری در حد کمی می‌تواند منجر به تقویت هویت ملی و برعکس کاهش شناخت نمادهای شهری منجر به تضعیف هویت ملی در بین جامعه آماری پژوهش گردد.

برای بررسی دقیق‌تر این تاثیرگذاری می‌توان ابعاد مختلف شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شدن را هم مورد بررسی قرار داد. جهت بررسی این مسئله، از رویکرد مدل‌سازی

معادله ساختاری واریانس محور استفاده گردید، برآوردهای مربوط به شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری و پارامترهای اصل این مدل (اثر ابعاد متغیر شناخت نمادهای شهری بر هویت ملی) در زیر شکل و جداول زیر گزارش می‌شود:



شکل شماره ۵: مدل معادله ساختاری اثر ابعاد متغیر شناخت نمادهای شهری بر هویت ملی

جدول شماره ۱۱: برآورد شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادل ساختاری

شاخص	GOF	SRMR	NFI
مقدار	۰/۴۰	۰/۰۸	۰/۹۲

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برآزش داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول شماره ۱۲: برآورد اثر ابعاد متغیر شناخت نمادهای شهری بر هویت ملی

P. Value	برآورد		ضریب تعیین	متغیر وابسته	متغیر مستقل
	مقدار بحرانی	ضریب تأثیر			
۰/۰۰۱	۱۳/۹۰	۰/۶۳	۰/۳۸	هویت ملی	شناخت مؤلفه‌های اجتماعی
۰/۰۰۱	۴/۸۴	۰/۴۶			شناخت مؤلفه‌های فرهنگی
۱	۰	۰			شناخت مؤلفه‌های سیاسی
۰/۰۰۱	۳/۹۴	-۰/۵۱			شناخت مؤلفه‌های دینی
۰/۷۰۳	۰/۳۸	-۰/۰۴			شناخت مؤلفه‌های تاریخی

مقادیر برآورد شده در جدول بالا نشان دهنده این است: الف) ابعاد متغیر شناخت مؤلفه‌های نمادهای شهری در مجموع ۳۸ درصد از واریانس متغیر هویت ملی را تبیین می‌کنند، با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار در حد بزرگ برآورد می‌شود، به عبارت دیگر ابعاد متغیر شناخت نمادهای شهری در حد بالایی توان تبیین واریانس متغیر هویت ملی را دارند. ب) اثر ابعاد شناخت مؤلفه‌های اجتماعی، شناخت مؤلفه‌های فرهنگی، و شناخت مؤلفه‌های دینی بر هویت ملی به لحاظ آماری معنادار است ($p \leq 0/05$). با توجه به ضرایب تأثیر می‌توان گفت اثر ابعاد شناخت مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی بر هویت ملی مستقیم و در حد بالا و اثر شناخت مؤلفه‌های دینی معکوس و در حد بالا برآورد شده است. ج) اثر ابعاد شناخت مؤلفه‌های سیاسی و تاریخی بر متغیر هویت ملی به لحاظ آماری معنادار نیست ($p > 0/05$). به عبارت دیگر مقدار اثر ضعیف این ابعاد بر هویت ملی در نمونه آماری پژوهش ناشی از تصادف یا خطای نمونه‌گیری برآورد می‌شود و با اطمینان ۹۵ درصد قابلیت تعمیم به جامعه آماری پژوهش را ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش بیانگر این است که میانگین هویت ملی شهروندان مورد بررسی بالاتر از حد میانگین متوسط است. اما مسئله مهم این است که آیا این وضعیت مطلوب هویت ملی، در اثر بازدید و شناخت آنان از مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان است یا خیر. نتایج پژوهش نشان دهنده‌ی این است که شناخت مؤلفه‌های هویتی نشانه‌ها و نمادهای شهری بر هویت ملی تأثیر دارد. بدین معنا که اثر متغیر شناخت نمادهای شهری بر متغیر هویت ملی معنادار بوده است. با توجه به مقدار ضریب تأثیر (۰/۲۱) می‌توان گفت این اثر مستقیم و در حد ضعیف است. بنابراین، افزایش شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نشانه‌ها و نمادهای شهری در حد کمی می‌تواند منجر به تقویت هویت ملی و برعکس کاهش شناخت مؤلفه‌های هویتی بازنمایی شده در نشانه‌ها و نمادهای شهری منجر به تضعیف هویت ملی در بین شهروندان مورد بررسی می‌گردد. تلاش‌های تاریخی برای نمایش نمادهای تمدنی و فرهنگی هویت ایرانی و اسلامی و تلاش‌ها برای ایجاد و تغییرات مثبت هویتی همگی نشان از این دارد که هویت ملی ایرانی - اسلامی یک فرآیند بلندمدت بوده است و امری ذات‌گرایانه نیست. این مسئله در راستای رویکردهای نظری هویت است که بر برساختی بودن هویت ملی تأکید دارند. به طور خاص می‌توان به نظریه‌ی جنکینز در مورد هویت اشاره نمود. تعریف جنکینز از هویت در حقیقت نقد تعاریف ذات‌گرایانه و ایستای هویت است. به رأی او هویت مجموعه‌ای از اطلاعات بنیادی نیست که صرفاً وجود دارد، بلکه باید به این امر توجه کرد که هویت چگونه «عمل می‌کند» یا به کار گرفته می‌شود، و همچنین به فرآیند و تأملی بودن آن، و به ساختار اجتماعی هویت در تعامل و به عنوان یک نهاد توجه کافی داشت، زیرا فهم این فرآیندها برای درک این که هویت اجتماعی چه «هست» اساسی است. بنابراین هویت را صرفاً می‌توان همچون یک فرآیند (بودن یا شدن) فهمید (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷). جنکینز در زمره نظریه‌پردازان برساختی هویت قرار می‌گیرد. از نظر او هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی

هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست. از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست؛ و محصول توافق و عدم توافق است، و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت (همان: ۸). رویکرد نظری گیدنز هم به همین دیدگاه نزدیک است. نظریه گیدنز نظریه‌ای جامعه‌شناسانه است که بر ظهور سازوکارهای نوین هویت شخصی متمرکز است که در عین حال هم زاینده نهادهای امروزی هستند و هم به آن‌ها شکل می‌دهند. از این جهت «خود» مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تأثیرات برونی شکل گرفته باشد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۶).

در همین راستا، نتایج پژوهش بیانگر این است که شناخت مؤلفه‌های اجتماعی، فرهنگی و دینی هویت ملی که در نمادها و نشانه‌های شهری بازنمایی شده‌اند، بر هویت ملی تأثیر دارند و این تأثیر معنادار است ($p \leq 0/05$). با توجه به ضرایب تأثیر می‌توان گفت که اثر شناخت مؤلفه‌های اجتماعی ($0/63$) و فرهنگی ($0/46$) بر هویت ملی مستقیم و در حد بالا و اثر شناخت دینی معکوس و در حد بالا ($-0/51$) برآورد شده است. در مقابل، اثر ابعاد شناخت مؤلفه‌های سیاسی و تاریخی بر متغیر هویت ملی به لحاظ آماری معنادار نیست ($p > 0/05$). بنابراین، می‌توانیم بگوییم که شناخت مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی بازنمایی شده در نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان توانسته است به بازتولید هویت ملی در میان شهروندان کمک نماید، اما شناخت مؤلفه‌های دینی، سیاسی و تاریخی نتوانسته است در این زمینه موفقیت چندانی داشته باشد. این مسئله در راستای یافته‌های سلیمی سبحان و همکاران (۱۳۹۵) است. نتایج پژوهش آنان نشانگر این مسئله است که نشانگان و نمادهای فرهنگی موجود در فضاهای شهری بر تقویت هویت ملی تأثیر می‌گذارند. این مسئله از طریق شناخت شهروندان و کنشگران شهری از نمادها و نشانگان هویتی شهری اتفاق می‌افتد. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر، تأییدکننده‌ی یافته‌های بوپز آلوز (۲۰۱۳) که در مورد هویت ملی در شهر بوینس آیرس انجام شده است، می‌باشد. وی بدین نتیجه رسیده است که فضای شهری و ناسیونالیسم و هویت

ملی در ارتباط با همدیگر قرار دارند و برای تقویت ناسیونالیسم و هویت ملی باید به توسعه‌ی نمادین فضاها‌ی شهری توجه شود. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر در راستای نتایج مهرتس (۲۰۱۰) است که بر لزوم توجه به فضاها‌ی شهری در تقویت هویت ملی تأکید کرده و دست‌کاری فضای شهری و تغییر نمادهای آن را عاملی در راستای تخریب هویت ملی و مقاومت شهروندان می‌داند.

این مسئله می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد. یکی از دلایل می‌تواند تأکید بیش از حد سیاست‌گذاران دولتی بر بعد دینی هویت ملی باشد که در برخی مواقع نتیجه‌ی مطلوب نداده است. در واقع، شهروندان بعد دینی هویت ملی را در راستای تعریف دولتی و رسمی از دین تعریف نموده و به دلیل شکل‌گیری فرمی از هویت مقاومت در آنان، نسبت به این مسئله حساسیت منفی پیدا کرده‌اند. علاوه بر این، سیاست‌های رسمی و نیمه‌رسمی در ایران (خواسته یا ناخواسته) به دنبال این بوده‌اند که بعد دینی هویت ملی را پررنگ‌تر کرده و در برخی موارد آن را در تقابل با ابعاد دیگر (از جمله بعد تاریخی و فرهنگی) قرار بدهند. اما مسئله این است که چنین تقابلی را شهروندان قبول نکرده‌اند. همان‌طور که ذکر گردید، ابعاد شناخت مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی (تا حدودی تاریخی و سیاسی هم) بر هویت ملی تأثیر مثبت داشته‌اند، اما بعد شناخت مؤلفه‌های دینی چنین نبوده است. این امر می‌تواند نشان‌دهنده‌ی این مسئله باشد که ایجاد چنین تقابلی نتوانسته است در سطح عینی موفق عمل کند. البته این به معنای این نیست که بعد دینی هویت ملی شهروندان پایین است. نتایج نشان داد که اتفاقاً در این بعد، هویت ملی در سطح بالایی است. بلکه مسئله این است که شناخت مؤلفه‌های دینی بازنمایی شده در نمادها و نشانه‌های شهری، نتوانسته است به بازتولید هویت ملی شهروندان کمک نماید. این مسئله در راستای دیدگاه نظری کاستلز است. کاستلز (۱۳۸۵) معتقد است که در برابر تلاش‌هایی برای مشروعیت‌بخشی به منابع هویتی خاص توسط منطق غالب، هویت‌های مقاومت شکل می‌گیرد. این هویت‌ها به دنبال منابع معنایی متفاوت از منابعی است که توسط هویت مشروعیت‌بخش تعریف می‌شوند. این دیدگاه کاستلز را می‌توان هم‌راستا با

یافته‌های پژوهش حاضر در این زمینه قلمداد نمود. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر در این بخش در راستای یافته‌های استراین (۲۰۱۲) است که به مسئله‌ی مقاومت در برابر هویت‌بخشی رسمی به نمادها و نشانه‌های شهری می‌پردازد. وی معتقد است که این امر، یعنی هژمونی فرهنگی در جهت‌های غیرهم‌سو با هویت ملی، روایت‌های ملی، خاطرات جمعی و حافظه تاریخی ملی را در معرض خطر قرار داده است. همچنین، نتایج این بخش هم‌راستایی نسبی با نتایج وایتینگ (۲۰۱۳) دارد که بر تلاش‌های مدرنیزاسیون و تغییرات فضایی در شهرها بدون توجه به بافت تاریخی و هویتی آنان، مقاومت را در میان شهروندان شکل داده و ابعادی از هویت ملی را در معرض خطر قرار می‌دهد.

پیشنهادات کاربردی

بر مبنای یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهادات کاربردی زیر به عنوان پیشنهادهایی که به نظر ضروری است که سیاست‌گذاران در این زمینه به آن‌ها توجه نمایند، ارائه می‌گردد.

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی در کنار نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان به منظور آشنا نمودن شهروندان و بازدیدکنندگان با این نمادها و مؤلفه‌های هویتی آن‌ها
- تلاش سیاست‌گذاران مرتبط با هویت ملی برای کاهش شکاف‌های موجود در زمینه‌ی تعاریف رسمی و غیررسمی از مؤلفه‌های هویتی
- برگزاری سمینارها و همایش‌های منطقه‌ای و ملی به منظور شناخت بهتر نشانگانِ هویتی نمادهای شهری اصفهان و کمک به سیاست‌گذاران شهری برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این زمینه
- تهیه‌ی کتابچه‌های آموزشی در زمینه‌ی مؤلفه‌های هویتی نمادهای شهری اصفهان به زبان‌های فارسی و انگلیسی و توزیع آن در میان بازدیدکنندگان و شهروندان به منظور آشنایی آنان با مؤلفه‌های هویتی این نمادها و نشانه‌ها
- تهیه‌ی برنامه‌های مستند تاریخی در زمینه‌ی نقش نمادها و نشانه‌های شهری اصفهان در تقویت هویت ملی و استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های ملی و استانی در این زمینه

منابع

- ابوالحسنی. سید رحیم. (۱۳۸۷). مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی. **فصلنامه سیاست**. دوره ۳۸. شماره ۴: ۲۲ - ۱.
- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۸۴). **راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران**. تهران: شرکت طرح و نشر پیام سیما.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: شیرازه.
- حاجیان‌ی. ابراهیم. (۱۳۷۹). تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه. **فصلنامه مطالعات ملی**. سال دوم شماره پنجم: ۲۲۸ - ۱۹۳.
- حبیبی. سید محسن. (۱۳۸۰). مسیر پیاده گردشگری. **نشریه هنرهای زیبا**. شماره ۹: ۵۱ - ۴۳.
- دانش. جابر و طیبی. امیر. (۱۳۹۰). کیفیت حضور در میداين شهری با تأکید بر نمونه‌های سنتی ایران. **فصلنامه شهر ایرانی اسلامی**. شماره چهارم: ۸۱ - ۷۱.
- دهقان‌نژاد. مرتضی؛ دهقان‌نژاد. فاطمه و کریم پور. ناصر. (۱۳۸۶). **بافت قدیم نصف جهان اصفهان: سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان**.
- ساروخانی. باقر. (۱۳۸۰). **روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی**. چاپ سوم. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- سلیمی سبحان. محمدرضا؛ حیدری. جهانگیر و یاری. منیر. (۱۳۹۵). تأثیر نشانگان و نمادهای فرهنگی فضاهای شهری بر تقویت هویت ملی. **جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری**. دوره ۸. شماره ۲۹: ۵۷ - ۳۳.
- شاردن، ژان. (۱۳۷۲). **سفرنامه شاردن**. ترجمه اقبال یغمایی. تهران: توس.
- شیان. شیما. (۱۳۹۲). **طراحی المان‌های شهری با تکیه بر فرهنگ نوروز، به منظور حفظ و گسترش این آیین و انتقال ویژگی‌های آن به فضای شهری**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر. تهران: دانشگاه الزهرا. دانشکده هنر.
- فکوهی. ناصر. (۱۳۸۳). **انسان‌شناسی شهری**. تهران: نشر نی.
- کاستلز. مانوئل. (۱۳۸۵). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: قدرت هویت**. ترجمه حسن چاوشیان. جلد دوم. تهران: نشر طرح نو.

- گل محمدی. احمد. (۱۳۸۳). جهانی‌شدن، فرهنگ و هویت، تهران: نشر نی.
- گودرزی. حسین و بختیاری. مهدی. (۱۳۹۵). میزان توجه به مؤلفه‌های هویت ملی در نام‌گذاری معابر اصلی شهر تهران. فصلنامه مطالعات ملی. دوره ۱۷. شماره: ۷۰ - ۵۳.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). تجدد و تشخیص. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- لینچ. کوین. (۱۳۸۵). سیمای شهر. ترجمه منوچهر مزینی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ورجاوند. پرویز. (۱۳۷۸). پیشرفت و توسعه بر بنیاد هویت فرهنگی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- Castells, M. (2006). Globalization and Identity (A Comparative Perspective, **journal of Transfer**, No (04), pp: 56 – 67.
- López Alves, F., (2013). *Nations and national identity in urban Latin America: The case of Buenos Aires* (No. 525). Serie Documentos de Trabajo, Universidad del CEMA.
- Mehrtens, C., (2010). *Urban Space and National Identity in Early Twentieth Century São Paulo, Brazil: Crafting Modernity*. Springer.
- Strain, G., (2012). **Neighborhood and nation in neoliberal times: Urban upheaval, resistance, and national identity in Buenos Aires**, Argentina.
- Whiting, R.L., (2013). *Space, place, and nationalism: Constituting, transmitting, and contesting national identity in the urban landscape of Zagreb, Croatia from 1850 to 1940*. University of Illinois at Urbana-Champaign.

