

Investigating the Effect of Ethnic Identity and Cultural Intelligence on the National Identity Style of Youth

ARTICLE INFO

Article Type
Research Article

Authors

Latif Shayesteh ¹,
Reza Ismaili ^{2*},
Asghar Mohammadi ³

How to cite this article

Latif Shayesteh, Reza Ismaili, Asghar Mohammadi, Investigating the Effect of Ethnic Identity and Cultural Intelligence on the National Identity Style of Youth. *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2020:4(4); 216-233

1. PhD Student, Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Cultural Management and Planning, Khorasgan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran (Corresponding Author)

3. Assistant Professor, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

ABSTRACT

Purpose: The aim of this study was to investigate the effect of ethnic identity and cultural intelligence on youth national identity style.

Materials and Methods: This study was descriptive and causal. The statistical population includes 94787 young people (18-35 years old) in the border cities of Ardabil province. 621 of them were selected based on Cochran's formula and stratified random sampling (by gender and city) and studied. The data collection tool was a researcher-made questionnaire based on other research questionnaires that had the necessary validity and statistical analysis was performed based on the structural equation using Spss and Amos programs. The regression values of the structural equation model indicate that the effect of the motivational dimension of cultural intelligence (0.23), the metacognitive dimension to the extent of (0.17), the behavioral dimension (0.15), the cognitive dimension (0.09), and the dimension of identity belonging Ethnicity (0.20), the dimension of ethnic identity commitment (0.13), and the dimension of ethnic identity awareness to the extent (0.10), affect national identity.

Findings: Therefore, the motivational dimension of cultural intelligence has the greatest effect, and the cognitive dimension of cultural intelligence has the least effect on national identity.

Conclusion: The results of the study are in line with other studies, so with the development 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.

* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: esmaili40@yahoo.com

Article History

Received: 2020/12/17

Accepted: 2021/03/05

ePublished: 2021/03/15

بررسی تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر سبک

هویت ملی جوانان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۷
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۵
*نویسنده مسئول: esmaili40@yahoo.com

مقدمه

ما امروز در جهانی زندگی می‌کنیم که در آن بحث از جهانی سازی یا جهانی شدن 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، و در این شکی نیست که پیشرفت و ترقی هر جامعه‌ای بسته به نیروی جوانان آن کشور می‌باشد. زیرا 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 موهون تلاش‌های این گروه از افراد جامعه می‌باشد طرح و برنامه‌های آتی جامعه نیز بیشتر حول محور این گروه سر و سامان می‌یابد. زیرا این گروه با داشتن پتانسیل فراوان موتور محرکه-ی جوامع محسوب می‌شوند. و 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 می‌باشد.

آنچه که جامعه را بصورت همبسته، و حول یک محور قرار می‌دهد، هویت فرهنگی مشترک آن جامعه می‌باشد. یا به بیانی دیگر هویت «ملی» آن جامعه است. کلمه عربی هویت، معادل کلمه «کیستی» در فارسی، و «Kimlik» در زبان ترکی است. «هویت از نظر لغوی مصدر جعلی است. نیز از «هو» که خود ضمیر مفرد مذکر است و «یت» تشکیل یافته است، و به دو معنای ظاهراً متناقض بکار می‌رود: (۱) همسانی و یکنواختی مطلق (۲) «تمایز». بنابراین هویت همگون و یک دست بوده و صرفاً از طریق نفی دیگران به اثبات خویش می‌رسد. و با این نفی و انکار به تمایز و جدایی «ما» با «دیگران» تاکید می‌کند. هویت به معنی چیستی و کیستی، و از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن به چیزی یا جایی بر می‌آید. 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 بدست آمده از پژوهش‌ها حاکی از آن است که هویت قومی و ملی هر دو در میان اقوام ایرانی، بطور توأمان، قوت و برجستگی دارند و میان آنها رابطه تعارض‌آمیز و قطبی وجود ندارد (۱). 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 متفاوتند. این تفاوت‌ها باعث ایجاد گروه‌های اجتماعی متنوعی در جوامع می‌شود. بنابراین هر جامعه‌ای جدا از فرهنگ عام و مورد قبول افراد

لطیف شایسته^۱

دانشجوی دکتری، جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

رضا اسماعیلی^۲

استادیار، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد خوراسگان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

اصغر محمدی^۳

استادیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

هدف: هدف این پژوهش بررسی تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر سبک هویت ملی جوانان می‌باشد.

مواد و روش‌ها: این تحقیق، توصیفی و از نوع علی بود. جامعه آماری شامل جوانان (۱۸ الی ۳۵ ساله) شهرهای مرزنشین استان اردبیل به تعداد ۹۴۷۸۷ نفر می‌باشد. ۶۲۱ نفر از بین آنها براساس فرمول کوکران و با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (برحسب جنسیت و شهرستان) انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه‌ی محقق-ساخته با اقتباس از پرسشنامه‌های سایر تحقیقات بوده که از روایی لازم برخوردار بوده و تحلیل‌های آماری براساس معادله ساختاری و با استفاده از برنامه Amos و Spss انجام یافته است. مقادیر رگرسیونی مدل معادله ساختاری حاکی از آن است که تأثیر بعد انگیزشی هوش فرهنگی (۰/۲۳)، بعد فراشناختی به میزان (۰/۱۷)، بعد رفتاری (۰/۱۵)، بعد شناختی (۰/۰۹)، و بعد تعلق هویت قومی (۰/۲۰)، بعد تعهد هویت قومی (۰/۱۳)، و بعد آگاهی هویت قومی به میزان (۰/۱۰)، بر هویت ملی مؤثر است. یافته‌ها: بنابراین بعد انگیزشی هوش فرهنگی بیشترین اثر، و بعد شناختی هوش فرهنگی کمترین اثر را بر هویت ملی دارد. نتیجه‌گیری: 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.

^۱.Globalisation

مختلف، متحول و متلاطم می‌شوند. در سال‌های اخیر مطالعات انجام شده در مورد ناسیونالیسم قومی نشان می‌دهد که تنها چهارده کشور جهان فاقد تنوع قومی قابل توجه 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 نقطه‌ی مقابل تجانس و یکپارچگی قومی است ناظر بر اقوام متعدد با تفاوت‌های آشکار مذهبی، تاریخی، فرهنگی و اجتماعی می‌باشد. 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 چند قومی 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 چند قومی 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 اجرایی جامعه و بخصوص به قوه مجریه در روند بهبود شرایط اجتماعی و ایجاد همبستگی بخصوص در شهرهای مرزنشین هم‌زمان، با کشور همسایه، کمک بیشتری داشته باشد. و نقش هوش فرهنگی را بعنوان متغیر میانجی، در بهبود روابط اجتماعی داخلی به نحو حداکثری مورد عنایت قرار دهند.

به هر روی، مسأله‌ی هویت قومی و هویت ملی در کشورهای چند قومی بطور عام، و در ایران بطور خاص، بعنوان 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، مسأله‌ی هویت ملی در مناطق مرزنشین، بخصوص مناطق مرزنشین هم‌زمان، به جد، به یک مسأله اجتماعی تبدیل شده است. زیرا که 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 به تبع آن در کل کشور یا جامعه می‌باشد. حال بحث بر سر آن است که چگونه می‌توان با حفظ هویت‌های قومی در کشور، در عین حفظ چند فرهنگی، به تعادل در هویت ملی و انسجام اجتماعی نیز رسید؟ بر این اساس در پژوهش حاضر محقق در صدد پاسخگویی به این سوال است که، تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی جوانان شهرهای مرزنشین استان اردبیل چگونه است؟ و با توجه به سوال اصلی پژوهش در پی برآورد اهداف ذیل نیز هستیم.

اهداف پژوهش:

- آزمون تأثیر هویت قومی بر هویت ملی
- آزمون تأثیر هویت قومی بر هوش فرهنگی
- آزمون تأثیر هوش فرهنگی بر هویت ملی

گروه‌های مختلف اجتماعی از خرده فرهنگ‌هایی 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 جامعه شناسی خود قومیت را اینگونه تعریف می‌کند: گروهی با سنت فرهنگی مشترک و احساس هویتی که آن را به عنوان یک گروه فرعی از یک جامعه‌ی 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 (۲).

با توجه به شرایط و زمینه‌های ساختاری، طبیعی و جغرافیایی و تنوع فرهنگی و قومی در کشور ما از یک سو، و فرایندهای جهانی شدن و بین‌المللی‌گرایی، تحولات سیاسی در جوامع پیرامونی به ویژه بعد از فروپاشی اتحاد شوروی و ... و تهدیدات مکرر دولت‌های بزرگ فرامنطقه‌ای 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 هم‌زمان، بیشتر خود را نمایان می‌سازد، و به نوعی تهدید برای انسجام اجتماعی تلقی می‌گردد.

واژه هوش فرهنگی «CQ» نخستین بار توسط ایرلی و انگ از محققان مدرسه کسب و کار لندن در سال ۲۰۰۳ میلادی مطرح شد و به عنوان نظریه‌ی 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. هوش فرهنگی به عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چند بعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است. 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 این گونه کشورها قومیت می‌تواند به عنوان یک شاخص مهم در سنجش هویت‌ها به حساب آید، چون قومیت می‌تواند منبع مهمی برای تبعیض و نابرابری‌های اجتماعی باشد به همین خاطر می‌تواند به عنوان منبع بالقوه نیرومندی برای هویت‌یابی افراد باشد. اسمیت معتقد است: پیوندهای قومی مثل دیگر پیوندهای اجتماعی در معرض نیروهای اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی قرار دارند و از این رو بر حسب اوضاع و شرایط اجتماعی

بررسی پیشینه

تئودورسن در فرهنگ جامعه شناسی خود قومیت را اینگونه تعریف می‌کند: گروهی با سنت فرهنگی مشترک و احساس هویتی که آن را به عنوان یک گروه فرعی از یک جامعه ی 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 (۲).

در سال‌های دهه ۱۹۹۰ «هویت» یکی از چارچوب‌های وحدت بخش 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 متنوعند. از بحث آنتونی گیدنز دربارهٔ تجدد و خودشناسایی گرفته تا تأکید پست مدرنیستی بر «تفاوت»، و از تلاش‌های گوناگون فمینیستی برای شالوده شکنی قراردادهای اجتماعی مبتنی بر جنسیت گرفته تا سردرگمی ناشی از احیاء ناسیونالیسم و قومیت‌گرایی به عنوان نیروهای مهم سیاسی. در هر جا با گفتمان‌هایی راجع به هویت مواجه می‌شویم، و بحث تنها دربارهٔ 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. (۳).

سه کتاب در ارتباط با "هویت": کتاب اول مدرنیته و هویت فردی: خود و جامعه در دوران پسین مدرن، نوشته آنتونی گیدنز^۱ است. در این کتاب گیدنز نقد مفهوم پسا مدرنیته که پیشتر آغاز کرده است را بسط می‌دهد تا وجوه آشنایی خویشتنی و دگرگونی‌های آنها را در پایان قرن بیستم موضوع بحث قرار بدهد. گیدنز استدلال می‌کند که خودشناسایی به طور مشخص یک طرح مدرن است که در چارچوب آن افراد قادر می‌شوند به طور 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 دموکراسی-های مبتنی بر سرمایه داری ظهور کرده‌اند تا از خلاء ناشی از زوال سیاست طبقاتی را پر کنند. گیدنز دغدغهٔ سیاسی امر شخصی، امر خصوصی، و امر آشنا را دارد. عبارتی که ریشه در جنبش زنان در سالهای دههٔ شصت دارد، «امر شخصی همان امر سیاسی است» عبارتی است که در اغلب موارد برای علاقه‌بران شده نسبت به هویت، و از جمله برای تحلیل گیدنز، عبارتی مناسب است.

کتاب دوم میل‌ها و هویت‌ها نوشته سالار «دلامونت»^۲ است. بر خلاف گیدنز، دلامونت 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^۳ به الزامات هویت - به ویژه هویتی که به یک کانون فرهنگی محلی وابسته باشد - می‌پردازد که ناشی از این واقعیت است که همهٔ ما تا اندازه‌ای تحت یک نظام شکوفای جهانی اطلاعات تجارت و حمل و نقل 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 مردم شناسی می‌پردازد، یعنی علمی که به واسطهٔ 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 فهم پذیر می‌کند به خود می‌بالد (۴).

و در ادامه هوش فرهنگی چیست؟ و نقش آن در تعامل هویتی چگونه می‌باشد؟ از سوال‌های بنیادینی است که بایستی مورد کنکاش قرار گیرد. با رجوع به فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد در می‌یابیم که واژه ی هویت ریشه در زبان لاتین دارد (identitas) که از idem یعنی «مشابه و یکسان» ریشه می‌گیرد و دو معنای اصلی دارد. اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است: این با آن مشابه است. معنای دوم آن به مفهوم تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می‌یابد، و مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک طرف، شباهت، و از طرف دیگر تفاوت.

اریک فروم^۴ معتقد است چهارمین نیاز انسان درک هویت^۵، یا توانایی انسان‌ها در آگاه بودن از خودشان به عنوان موجود مجزاست. چون از طبیعت کنده شده‌ایم، نیاز داریم خودپنداره‌ای را تشکیل دهیم تا بتوانیم بگوییم «من، منم» یا «من فاعل اعمالم هستم». فروم معتقد بود که انسان‌های اولیه هویت خویش را در ارتباط با قبایل‌شان تعیین می‌کردند و خود را به صورت 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 هم عقیده بود که پیدایش سرمایه داری، 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 دلستگی آنها به دیگران یا نهادهایی چون ملت، مذهب، شغل یا گروه اجتماعی وابسته است (۴).

3 - Friedman, j. Cultural Identity and Global Process, London, Sage. 1994

4. Erick fromm

5. Sense of identity

1 - A. Giddens

2 - S. Delamont Appetites and Identities: An Introduction to the Social Anthropology Of Western Europe London. Routledge, 1995.

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(۱).

هویت یا «خود» در نزد مید دارای دو وجه فاعلی (I) و مفعولی (me) است. براساس بعد مفعولی هویت باید به عنوان یک «خودبا» دیده شود که تحت تأثیر دیگران شکل می‌گیرد. مید تأکید داشت که جدا از جامعه هیچ‌گونه خودی شکل نمی‌پذیرد. فرایندهای جامعه‌پذیری موجب می‌شود که خود تحت تأثیر زمینه، عرصه یا موقعیت اجتماعی خصلتی پوششی 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(۱).

هوش فرهنگی و هویت ملی:

واژه هوش فرهنگی «CQ» نخستین بار توسط ایرلی و انگ از محققان مدرسه کسب و کار لندن در سال ۲۰۰۳ میلادی مطرح شد و به عنوان 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 (۵). 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.

این هوش یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی می‌باشد که از تنوع فرهنگی برخوردار بوده و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش که هوش را بیشتر توانایی شناختی می‌دانند، سازگار است (۶). ارلی و انگ 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 ارائه‌ی مفهوم هوش فرهنگی در تحقیقات بعدی خود آن را

بارث^۱ 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. اگر چه 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 آن که، بارث بیش از ساختارهای انتزاعی صورت‌بندی‌های اجتماعی به فرایندهایی که این صورت‌بندی‌ها را به وجود می‌آورند، علاقمند است. او در درجه اول به آنچه مردم انجام می‌دهند توجه نشان می‌دهد؛ دغدغه او مادیگرایانه (و عملگرایانه) است و به رفتار افراد 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 بارث قرار می‌گیرد. این امر متضمن آن است که روابط میان قوم‌ها مد نظر قرار گیرد. بدین ترتیب مشترکات فرهنگی به جای آنکه به عنوان مشخصه تعیین‌کننده‌ی 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(۳).

بارث 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 آرای مید 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 هربرت مید 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 شارحین بعدی آن که در ذیل نظریه هویت اجتماعی به بحث هویت اجتماعی پرداخته‌اند، توان هویت-یابی یا همانندسازی اجتماعی- اگر خود را بعنوان بخش از واحد

¹. Barth

شناختی، به مثابه نوعی احساس تعلق عاطفی نسبت به اجتماع است که موجب وحدت و انسجام ملی شده و دارای ابعاد مختلف مادی، فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی، دینی، زبانی، سیاسی، تاریخی و روانی است که سبب تفاوت جوامع از یکدیگر می‌شود (۹).
سابقه تاریخی موضوع:

یژوهشی با عنوان «بررسی رابطه میان هوش فرهنگی با هویت ایرانی- اسلامی دانش آموزان» توسط سلحشوری و خاوری در سال ۱۳۹۳ صورت گرفته است. روش تحقیق این یژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این یژوهش دانش آموزان سال چهارم مقطع متوسطه ناحیه یک آموزش و پرورش شهر همدان و شمار آنان ۲۱۴۱ نفر بوده است. از این عده ۳۲۷ نفر (۱۷۶ دختر و ۱۵۱ پسر) به عنوان نمونه یژوهش به روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای سهمی انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات دو پرسشنامه مجزا، یکی پرسشنامه استاندارد هوش فرهنگی و دیگری پرسشنامه محقق ساخته هویت ایرانی - اسلامی بوده 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 انگیزشی ($R^2=0/031$) هوش فرهنگی با هویت ایرانی- اسلامی رابطه معنادار مشاهده شد، اما میان بعد رفتاری هوش فرهنگی و هویت ایرانی- اسلامی رابطه معنادار مشاهده نشد.

یژوهش دیگر با عنوان «مطالعه جامعه شناختی رابطه هوش فرهنگی و قوم گرایی در بین جوانان شهر تبریز» توسط راویه غابدینی و همکاران در سال ۱۳۹۵ انجام یافته است. هوش فرهنگی بعنوان یکی از مهارت‌های لازم جهت سازگاری با موقعیت جدید و عملکرد موثر در شرایط فرهنگی جدید مطرح می‌گردد. این مقاله با هدف توصیف و طرح مبانی نظری پیرامون هوش فرهنگی و ابعاد چهارگانه آن، بعنوان یک متغیر فرهنگی اثر گذار بر قوم گرایی انجام گرفته است. داده‌های پیمایش از ۳۸۴ نفر نمونه آماری، بر اساس نمونه گیری تصادفی خوشه‌ای از بین جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله ساکن شهر تبریز گردآوری شدند. ابزار گردآوری داده‌ها مقیاس‌های استاندارد هوش فرهنگی انگ و داین و قوم گرایی نئولیب و مک کروسکی بوده است. یافته‌ها حاکی از آن بود که تمامی مؤلفه‌های هوش فرهنگی تأثیر معناداری بر قوم گرایی دارند. همچنین نتایج اجرای آزمون t مستقل نشان می‌دهد، میانگین قوم گرایی جوانان بر حسب جنسیت آنان متفاوت بود.

و تحقیق دیگر با عنوان «نقش تعهد مذهبی و هوش فرهنگی در شکل‌گیری ابعاد هویت دانش آموزان دوره اول متوسطه» توسط (بهمن زاهدی و مسعود 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، یکپارچه تر می‌باشند. تحقیق دیگر با عنوان «رابطه بین سبک‌های هویت و کمک‌طلبی تحصیلی در بین دانشجویان غیر بومی دانشگاه آزاد اسلامی ارومیه:

به عنوان یک ساختار چهار بعدی معرفی کردند. همچنین انگ و همکاران هوش فرهنگی را یک مفهوم با چهار بعد معرفی می‌کنند. مدل چهار بعدی هوش فرهنگی شامل چهار بعد شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری است.

۱- مؤلفه شناختی: شناخت هرکس از شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگ هاست 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، آداب و رسوم و زبان ارائه می‌دهد.

۲- 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. یک مثال برای این وضعیت وقتی است که کسی مفاهیم و تصاویر ذهنی خویش را براساس یک تجربه واقعی، که با انتظاراتش هماهنگ نبوده، تعدیل می‌کند.

۳- 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 موثر، 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.

۴- مؤلفه رفتاری: قابلیت شخص برای نمایش اعمال کلامی و غیر کلامی 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 (۷).

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 چارچوب بندی کند و همان است که می‌تواند نحوه فکر کردن و واکنش نشان دادن را در موقعیت‌های مختلف توجیه نماید در عین 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، در واقع هوش فرهنگی به عنوان یک مفهوم در دنیای معاصر امروزی عبارت است از یک توانایی شناختی (۸).

و همچنین در بحث ایجاد همبستگی در جوامع چند قومی بهمانند جامعه ایرانی نقش هوش فرهنگی در ایجاد هویت ملی و به تبع آن همگرایی اجتماعی به عنوان مؤلفه‌ای مؤثر مد نظر می‌باشد. «هویت ملی نوعی احساس مشترک در میان انسان‌هایی است که در یک واحد جغرافیایی- سیاسی به سر می‌برند و داری تاریخ، فرهنگ، دین، نژاد، و ... مشترک هستند. هویت ملی از دیدگاه جامعه

ویون تایل 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 اسلامی و همچنین قوم گرایی مشهود است، به بیانی دیگر، هوش فرهنگی به عنوان مؤلفه‌ای تأثیرگذار در ایجاد سازگاری اجتماعی در جوامع چند قومی و چندزبانی عمل می‌کند. و توسعه‌ی 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 بخش نظری و نتایج بدست آمده از مرور منابع تجربی موجود چارچوب مفهومی تنظیم، و در قالب آن فرضیه‌های اصلی بدین ترتیب تدوین و مطرح گردید:

فرضیه اصلی ۱: هویت قومی بر هویت ملی جوانان شهرهای مرز نشین استان اردبیل تأثیر دارد.

فرضیه اصلی ۱: هویت قومی بر هوش فرهنگی جوانان شهرهای مرز نشین استان اردبیل تأثیر دارد.

فرضیه اصلی ۲: هوش فرهنگی بر هویت ملی جوانان شهرهای مرز نشین استان اردبیل تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی پژوهش:

- مؤلفه‌ی «تعلق» هویت قومی بر هویت ملی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «تعهد» هویت قومی بر هویت ملی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «آگاهی» هویت قومی بر هویت ملی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «تعلق» هویت قومی بر هوش فرهنگی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «تعهد» هویت قومی بر هوش فرهنگی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «آگاهی» هویت قومی بر هوش فرهنگی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «شناختی» هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «فرشناختی» هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «انگیزشی» هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است.
- مؤلفه‌ی «رفتاری» هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است.

آزمون نقش میانجی هوش فرهنگی (سیدمهدی اعظامی، جواد 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 برازش بوده و نیز هوش فرهنگی در روابط بین سبک هویت اطلاعاتی و کمک‌طلبی تحصیلی نقش واسطه را دارد.

و پژوهشی دیگر با عنوان «اثر همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی و قوم گرایی بر هوش فرهنگی در سال ۱۳۹۱ توسط (یعقوب احمدی، وحید 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 قوم گرایی بر شاخص هوش فرهنگی است. در نهایت ۰/۲۴ از واریانس هوش فرهنگی با استفاده از واریانس‌های ترکیب خطی همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی، قوم گرایی اجتماعی و قوم گرایی اقتصادی تبیین می‌شود.

پژوهشی دیگر «ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان توسط (بتول قتیبه 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 معنا داری دارد. چنین نتیجه گیری می‌شود با تقویت هوش فرهنگی و معنوی از طریق برنامه آموزش رسمی و غیر رسمی در سطح دانشگاه می‌توان گامی مهم در عرصه فرایند توسعه و تقویت فرهنگی جامعه برداشت.

مقالات خارجی:

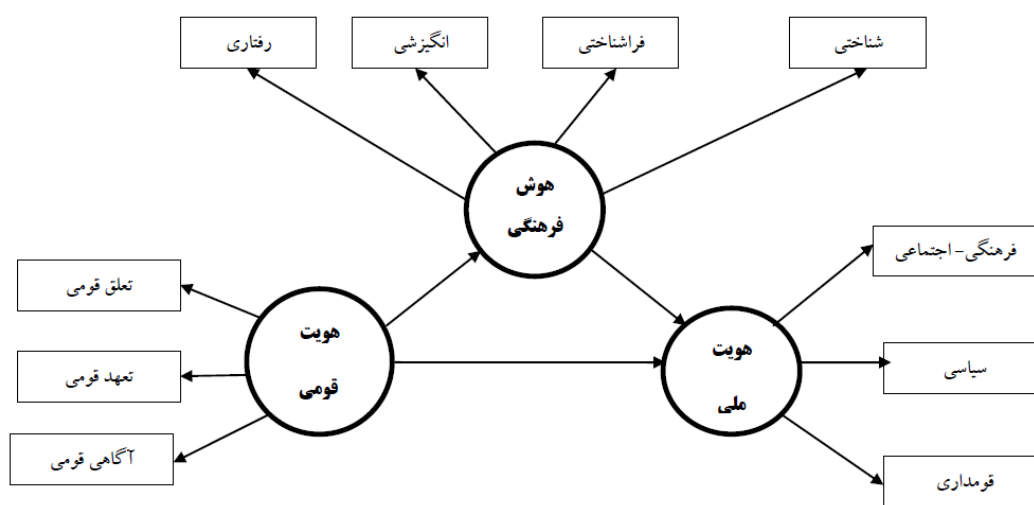
اسوالا گاماندستور، در سال ۲۰۱۵ در تحقیقی با عنوان، مهاجران شمال اروپا در ایالات متحده: رابطه هوش فرهنگی و سازگاری را مورد بررسی و مطالعه قرار داده است نتایج حاصله از اطلاعات بدست آمده از یک نمونه ای به تعداد ۱۷۸ نفری، نشان از تأثیر چهارگانه هوش فرهنگی در سازگاری مهاجران شمالی است بخصوص تأثیر دو عامل فرا شناختی و احساسی بروی سازگاری مهاجران می‌باشد.

جدول ۱. خلاصه چارچوب نظری

فرضیه	نظریه پرداز	نظریه	تحقیقات پیشین
نقش هویت قومی بر هویت ملی	بارث، مید، ریتزر	بارث تأکید بر آن دارد که چگونه گروه بندی های سیاسی در نتیجه راهبردها و بده بستان های بین اشخاص به وجود می‌آیند و دگرگون می‌شوند. این فهم او که صورت بندی های جمعی ثابت نیستند، و در عین حال از خلال تعامل میان افراد سر بر می‌آورند، فهم بارت بر آن بود که پایه های الگوهای اجتماعی در فرایندهای زندگی های فردی قرار دارد.	هویت قومی و رابطه آن با هویت ملی در ایران (۱۰)

نقش بعد تعلق قومی بر هویت ملی	بارت، مید	جماعت‌ها در چارچوب واقعیت‌های ناشی از محدودیت زیست محیطی و امکان فلسفی وجود دارند، که به مناسباتشان با دیگران و نیز روابط میان اعضای خود جماعت شکل می‌دهد. بارت استدلال می‌کند که اگر چه تعلق به گروه قومی مستلزم داشتن امتیازات نیست، با این حال کارکرد رضایت بخش هویت قومی بدان نیاز دارد.	نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام (۱)
نقش بعد تعهد قومی بر هویت ملی	بارت	بارت از تمسک به مفهوم «خود-ارضاء کنندگی»، و به کارگیری آرای گافمن، آن است که نقش آفرینان نوعاً با توسل به «ادارک‌گزینشی، تدبیر، و تحریم» نهایت کوشش خود را می‌کنند تا هویت متناسب با موقعیت را حفظ نمایند (هویت ملی)	بررسی میزان توجه به مؤلفه های هویت قومی و ملی بین دانشجویان کرد و آذری در دانشگاه‌های تهران (۱۱).
نقش بعد آگاهی قومی بر هویت ملی	ریتزر	روزنبرگ هویت‌های اجتماعی را از تمایلات فردی متمایز می‌داند. از نظر او هویت‌های اجتماعی عبارتند از «گروه‌ها، منزلت‌ها، یا رده‌هایی که فرد «از نظر اجتماعی خودش را متعلق به آنها تشخیص می‌دهد. و از نظر شوتس این کنشگران اجتماعی‌اند که با فعالیت‌های آگاهانه شان جهان اجتماعی را می‌سازند	مطالعه جامعه شناختی رابطه بین هویت ملی و هویت قومی در شهر یاسوج (۱۲)
نقش هوش فرهنگی بر هویت ملی	انگ، ون داین، که (koh)	هوش فرهنگی به عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چند بعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است	مطالعه جامعه شناختی رابطه بین هویت ملی و هویت قومی در شهر یاسوج (۱۲)
نقش بعد شناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی	انگ، ون داین، که (koh)	شناخت هرکس از شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگ هاست 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، آداب و رسوم و زبان ارائه می‌دهد.	بررسی نقش واسطه‌ای هوش فرهنگی بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کارکنان (مطالعه موردی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی اردبیل) (۱۳)
نقش بعد فراشناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی	انگ، ون داین، که (koh)	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.	بررسی نقش واسطه‌ای هوش فرهنگی بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کارکنان (مطالعه موردی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی اردبیل) (۱۳)
نقش بعد انگیزشی هوش فرهنگی بر هویت ملی	انگ، ون داین، که (koh)	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.	بررسی نقش واسطه‌ای هوش فرهنگی بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کارکنان (مطالعه موردی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی اردبیل) (۱۳)
نقش بعد رفتاری هوش فرهنگی بر هویت ملی	انگ، ون داین، که (koh)	قابلیت شخص برای نمایش اعمال کلامی و غیر کلامی مناسب در تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف را نشان می‌دهد. هوش فرهنگی رفتاری به توانایی هر کس برای انجام واکنش مناسب اشاره دارد.	بررسی نقش واسطه‌ای هوش فرهنگی بر رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد کارکنان (مطالعه موردی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی اردبیل) (۱۳)
نقش هویت قومی بر هوش فرهنگی	انگ، ون داین، که (koh)	هوش فرهنگی به عنوان توانایی شخص برای عمل کردن و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد یک ساختار چند بعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است.	هویت جمعی جوانان و بر ساخت جامعه پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی (مطالعه موردی جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان گلستان) (۱۴)

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



مدل نظری تحقیق

مواد و روش ها

پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی است. چرا که از نتایج تحقیقات برای رفع نیازمندی‌های بشر، بهبود و بهینه‌سازی ابزارها و روش‌ها در جهت توسعه رفاه و آسایش و ارتقا سطح زندگی انسان مورد استفاده قرار می‌گیرد. و به لحاظ نوع داده‌ها، از نوع کمی است. چرا که در تجزیه و تحلیل از روش‌های آماری استفاده شده است. و به لحاظ ماهیت این پژوهش علی معلولی و تحلیل مسیر براساس معادلات ساختاری است. چرا که بدنبال تاثیر ابعاد هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی می‌باشد. مهم ترین ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه ساختمانده محقق با اقتباس از پرسشنامه‌های تحقیقات دیگر بوده است. که از روایی و پایایی کامل برخوردار بوده و جامعه آماری شامل جوانان (۱۸ الی ۳۵ ساله) شهرهای مرزنشین استان اردبیل (شهرهای گرمی، بیله سوار، پارس آباد) می‌باشد. و براساس آمار گرفته شده از استانداری اردبیل تعداد جامعه آماری ۹۴۷۸۷ نفر در سال ۱۳۹۸ بوده که ۶۲۱ نفر از بین آنها براساس فرمول کوکران و با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای

(برحسب جنسیت و شهرستانها) انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. و به منظور آزمون مقدماتی پرسشنامه، آمار توصیفی و آزمون فرضیه‌های تحقیق از رگرسیون براساس نرم افزار SPSS و Amos استفاده شده است.

تعاریف نظری و عملیاتی تحقیق:

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

تعریف عملیاتی هویت ملی: در این پژوهش نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه هویت ملی لطف آبادی (۱۳۸۲) کسب می‌کند. ابعاد هویت ملی، در سه بعد، فرهنگی- اجتماعی (با ۵ گویه)، سیاسی (با ۵ گویه) و قوم‌مداری (با ۴ گویه) طراحی شده است.

هویت قومی: تئودورسن در فرهنگ جامعه شناسی خود قومیت را اینگونه تعریف می‌کند: گروهی با سنت فرهنگی مشترک و احساس

تعریف عملیاتی هوش فرهنگی: در این پژوهش نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه هوش فرهنگی آنگ و همکاران ۲۰۰۴ کسب می‌کند. ابعاد هوش فرهنگی، طبق پرسشنامه استاندارد آن در چهار بعد، فراشناختی (با ۴ گویه)، شناختی (با ۶ گویه)، انگیزشی (با ۴ گویه) و رفتاری (با ۶ گویه) طراحی شده است.

تعریف عملیاتی جوانان: در این پژوهش جوانان ۱۸-۳۵ ساله‌ی سه شهرستان مرزی استان اردبیل یعنی (پارس آباد، بیله سوار و گرمی) به عنوان جامعه‌ی آماری پژوهش بودند. این سه شهرستان در قالب منطقه مغان، و هم مرز با کشور جمهوری آذربایجان هستند.

یافته ها

از نظر جنسیت ۴۹/۴ درصد افراد زن و ۵۰/۶ درصد مرد می باشند. و از نظر وضعیت تاهل ۶۴/۴ درصد افراد مجرد و ۳۵/۶ درصد متاهل می باشند. از نظر سنی ۲۵/۸ درصد افراد کمتر از ۳۰ سال، ۴۰/۱ درصد بین ۲۵ تا ۳۰ سال و ۳۴/۱ درصد بین ۳۰ تا ۳۵ سال سن دارند. از نظر اشتغال ۶۵/۶ درصد مردان شاغل و ۳۴/۴ درصد آنها بیکار می باشند و ۸/۱ درصد زنان شاغل و ۲۴/۴ درصد بیکار و ۶۷/۵ درصد زنان خانه دار می باشند. سابقه سکونت ۸۴/۷ درصد افراد از بدو تولد، ۱۳ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ سال، ۲/۳ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه سکونت در منطقه پارس آباد و گرمی و مغان دارند. از نظر تحصیلات ۲۲/۹ درصد زیر دیپلم و دیپلم، ۲۵/۳ درصد فوق دیپلم، ۳۶/۹ درصد لیسانس و ۱۵ درصد فوق لیسانس و بالاتر می باشد. بیشتر افراد مورد بررسی لیسانس می باشند. می‌شود و از نظر درآمد ۴۹/۲ درصد افراد کمتر از یک میلیون تومان، ۲۳/۷ درصد بین یک تا دو میلیون تومان، ۱۲/۷ درصد بین دو تا سه میلیون تومان، ۹/۷ درصد بین سه تا چهار میلیون تومان، ۴/۷ درصد بین چهار تا پنج میلیون تومان درآمد دارند. بیشتر افراد کمتر از یک میلیون تومان درآمد دارند.

توصیف متغیرها: در جدول شماره (۱) شاخص های آماری متغیرهای پژوهش آورده شده است. میانگین هوش قومی ۷۰/۲ و در سطح زیاد ارزیابی شده است. و میانگین هوش فرهنگی ۷۳/۳ و در سطح زیاد، میانگین هوش ملی ۵۷/۳ و در سطح زیاد، ارزیابی شده است.

هویتی که آن را به عنوان یک گروه فرعی از یک جامعه ی بزرگتر مشخص می کند، اعضای هر گروه قومی از لحاظ ویژگی های خاص فرهنگی از سایر اعضای خود متمایز هستند. این ویژگی های فرهنگی عبارتند از: زبان، مذهب، رسم، سنتها، تعلق به مکان خاص که در میان گروهی از مردم مشترک باشند (۲).

تعریف عملیاتی هویت قومی: در این پژوهش نمره‌ای است که آزمودنی از پرسشنامه هویت قومی فینی و دیگر همکاران (۱۵) کسب می کند.

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 جمع آوری 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 جنبه‌ی هویت قومی را اندازه گیری می کنند. 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 نگرش هایی که فرد نسبت به آن دارد.
 ۲. موفقیت در احراز هویت قومی بر مبنای تلاش و تعهد.
 ۳. رفتارها و رسم های قومی (عبدالمطلب، ۱۳۹۴، ۴۵).
- برای سنجش تعلق هویت قومی، در این تحقیق، از پرسشنامه استاندارد فینی استفاده شده است. (۰/۷۵ لارس و آیتنا، ۲۰۱۵). و برای دو بعد دیگر یعنی تعهد و آگاهی هویت قومی، تلفیقی از پرسشنامه ها و همچنین پرسشنامه‌های داخلی (۱، ۱۱) 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 چند بعدی هدفمند در شرایط مربوط به تعاملات میان فرهنگی ناشی از تفاوت در نژاد، قومیت و ملیت تعریف شده است (۱۳).

جدول ۲. شاخص‌های آماری متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	سطح	انحراف معیار	چولگی
بعد تعلق قومی هویت قومی	۶۲۱	۲۵/۱	خیلی زیاد	۳/۱	-۰/۱
بعد تعهد قومی هویت قومی	۶۲۱	۲۳/۸	زیاد	۳/۶	-۰/۱
بعد آگاهی قومی هویت قومی	۶۲۱	۱۹/۵	زیاد	۲/۶	-۰/۰۹
هویت قومی	۶۲۱	۷۰/۲	زیاد	۶/۳	-۰/۱۷
بعد شناختی هوش فرهنگی	۶۲۱	۲۱/۳	متوسط	۳/۴	-۰/۰۶
بعد فراشناختی هوش فرهنگی	۶۲۱	۱۶/۲	زیاد	۲/۸	-۰/۱۷
بعد انگیزشی هوش فرهنگی	۶۲۱	۱۵/۳	زیاد	۳/۴	-۰/۱۳

۰/۱۲-	۳/۲	زیاد	۲۰/۵	۶۲۱	بعد رفتاری هوش فرهنگی
۰/۱-	۳/۹	زیاد	۷۳/۳	۶۲۱	هوش فرهنگی
۰/۱۶-	۳/۳	زیاد	۲۰/۸	۶۲۱	بعد اجتماعی و فرهنگی هویت ملی
۰/۱۶-	۳/۳	متوسط	۲۰/۷	۶۲۱	بعد سیاسی هویت ملی
۰/۱۳-	۲/۵	متوسط	۱۵/۸	۶۲۱	بعد قوم مداری هویت ملی
۰/۱۵-	۳/۱	زیاد	۵۷/۳	۶۲۱	هویت ملی

ابعاد هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی تأثیر دارد. از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۲) آمده است. در این فرضیه دنبال تأثیر هویت قومی، هوش فرهنگی بر هویت ملی بوده و هر دو متغیر فاصله‌ای و نرمال بوده لذا جهت تایید یا رد فرضیه

جدول ۳. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین هویت قومی و هوش فرهنگی با هویت ملی

متغیر وابسته: هویت ملی					متغیر مستقل
ضریب رگرسیون	تعداد نمونه	سطح معنی داری	شدت همبستگی r ²	عرض از مبدا	
۰/۳۴۷	۶۲۱	۰/۰۰۰۱	٪۱۴	۳۶/۷	هویت قومی
۰/۳۲۱	۶۲۱	۰/۰۰۰۱	٪۱۰/۱	۴۱/۱	هوش فرهنگی

(هوش فرهنگی ۰/۳۲۱) + (۴۱/۱) = میزان هویت ملی
 قبل از آزمون فرضیات؛ 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 ۶۲۱ نفر) فرض بر نرمال بودن داده‌ها گرفته می‌شود ولی باز برای آزمون نرمال بودن داده‌ها، آزمون کلموگوروف اسمیرنوف برای تک تک متغیرها صورت گرفته است که نتایج آن در جدول شماره (۳) آمده است.

همانطور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است. چون سطح معنی داری (p=۰.۰۰) آزمون کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی می‌باشد. یعنی هرچه هویت قومی و هوش فرهنگی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی میزان هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:
 (هویت قومی ۰/۳۴۷) + (۳۶/۷) = میزان هویت ملی

جدول ۴. آزمون کلموگوروف اسمیرنوف جهت مشخص کردن نرمال بودن داده‌ها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	مقدار Z	سطح معنی داری sig
بعد تعلق هویت قومی	۲۵/۱	۳/۱	۰/۰۲۳	نرمال = ۰/۱۲
بعد تعهد هویت قومی	۲۳/۸	۳/۶	۰/۰۲۳	نرمال = ۰/۲
بعد آگاهی هویت قومی	۱۹/۵	۲/۷	۰/۰۲۷	نرمال = ۰/۱۳
هویت قومی	۱۵/۷	۲/۸	۰/۰۲۸	نرمال = ۰/۰۸
بعد شناختی هوش فرهنگی	۲۱/۳	۳/۴	۰/۰۲۴	نرمال = ۰/۱۱
بعد فراشناختی هوش فرهنگی	۱۶/۲	۲/۸	۰/۰۴۱	نرمال = ۰/۰۷
بعد انگیزشی هوش فرهنگی	۱۵/۳	۳/۴	۰/۰۳۵	نرمال = ۰/۱۸
بعد رفتاری هوش فرهنگی	۲۰/۵	۳/۲	۰/۰۲۸	نرمال = ۰/۱
هوش فرهنگی	۷۳/۳	۳/۹	۰/۰۲۱	نرمال = ۰/۲۱
بعد اجتماعی و فرهنگی هویت ملی	۲۰/۸	۳/۳	۰/۰۳۵	نرمال = ۰/۲
بعد سیاسی هویت ملی	۲۰/۷	۳/۳	۰/۰۳۵	نرمال = ۰/۲
بعد قوم مداری هویت ملی	۱۵/۷	۲/۵	۰/۰۳۵	نرمال = ۰/۲
هویت ملی	۵۷/۳	۳/۱	۰/۰۲۸	نرمال = ۰/۰۷

چنان که در جدول شماره (۳) 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 معنی داری متغیرهای پژوهشی در آزمون کلاماوا اسمیرنوف بزرگتر از ۰/۰۵ است

ابعاد هویت قومی بر هوش فرهنگی 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.

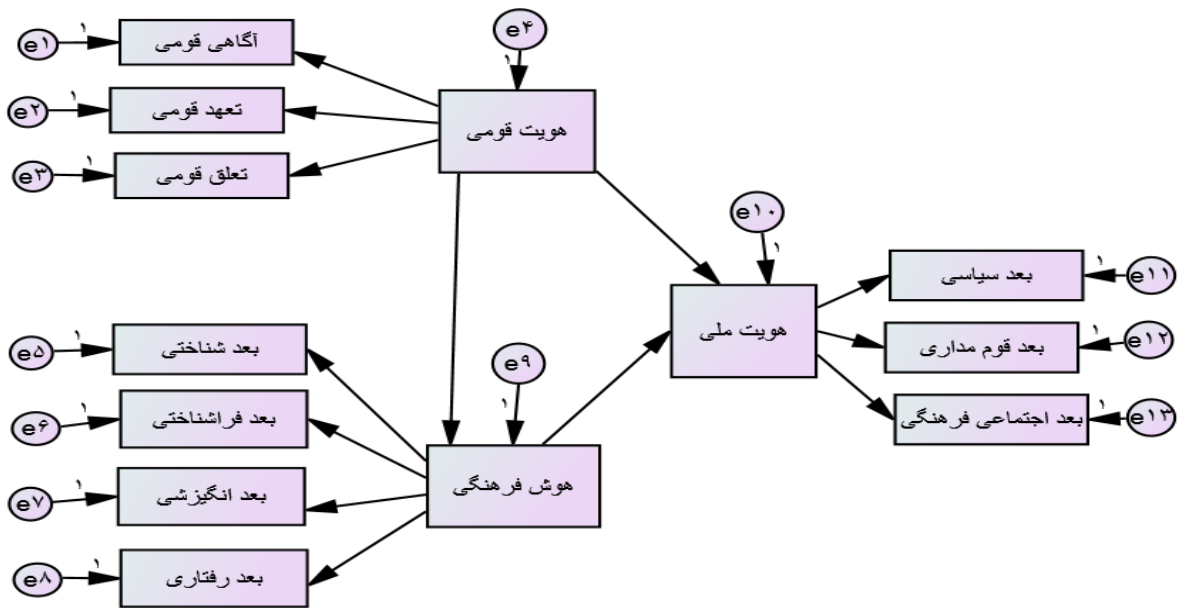
جدول ۵. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین ابعاد هویت قومی با هوش فرهنگی

متغیر وابسته : هوش فرهنگی					متغیر مستقل
ضریب رگرسیون	تعداد نمونه	سطح معنی داری	شدت همبستگی R ²	عرض از مبدا	هویت قومی
۰/۴۵۵	۶۲۱	۰/۰۰۰۱	۲۰/۷٪	۳۶/۹	

همانطور که در جدول (۴) مشاهده می‌شود هویت قومی بر هوش فرهنگی تأثیر دارد. باتوجه به سطح معنی داری (p=۰.۰۰) آزمون کوچکر از ۰/۰۵ می‌باشد. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هویت قومی بر هوش فرهنگی می‌باشد. یعنی هر چه هویت قومی بیشتر، میزان هوش فرهنگی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هوش فرهنگی به صورت زیر خواهد بود:

$$\text{هویت قومی (۰/۴۵۵)} + ۳۶/۹ = \text{میزان هوش فرهنگی}$$

مدل تبیین ساختاری عوامل موثر بر هویت ملی براساس مدل در این قسمت از تحقیق تأثیر هویت قومی (تعلق قومی، تعهد قومی، آگاهی قومی) و هوش فرهنگی (شناختی، فراشناختی، انگیزشی، رفتاری) بر هویت ملی از طریق آزمون رگرسیون (مدل مسیر) از طریق نرم افزار ^۱ Amos با مدل‌یابی معادلات ساختاری^۲ مورد بررسی قرار گرفته است. این مدل دارای دو مدل اندازه گیری و یک مدل ساختاری می‌باشد. پارامترهای آزاد در مدل شامل واریانس‌ها و وزن های رگرسیونی، در جدول شماره (۴،۵،۶،۷) منعکس شده‌اند.



شکل ۱. مدل نظری: تأثیر هویت قومی (تعلق قومی، تعهد قومی، آگاهی قومی) و هوش فرهنگی (شناختی، فراشناختی، انگیزشی، رفتاری) بر هویت ملی

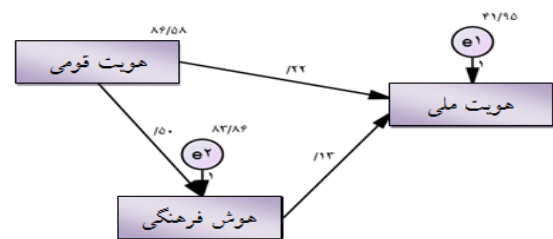
² SEM: Structural Equation Modeling

¹ Analysis Of Moment Structures

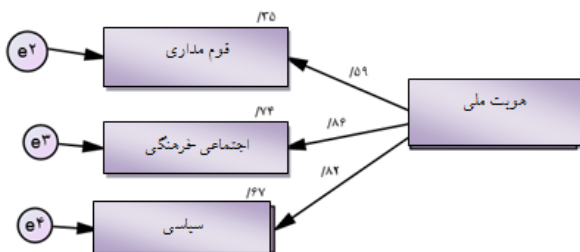
جدول ۵. مربوط به وزنهای رگرسیونی متغیرهای بررسی

مدل	متغیر مستقل	تأثیر	متغیر وابسته	برآورد	S.E.	C.R.	P
مدل مسیر	هویت قومی	←	هویت ملی	۰/۲۲	۰/۰۳۱	۶/۹	***
	هوش فرهنگی	←	هویت ملی	۰/۱۳	۰/۰۲۸	۴/۶	***
	هویت قومی	←	هوش فرهنگی	۰/۵	۰/۰۴۰	۱۲/۷	***
مدل اندازه‌گیری ۱	بعد فرا شناختی	←	هوش فرهنگی	/۱۳	۰/۰۱	۱۲/۸	***
	بعد شناختی	←	هوش فرهنگی	/۳۱	۰/۰۱۳	۲۴/۱	***
	بعد انگیزشی	←	هوش فرهنگی	/۲۲	۰/۰۱	۲۱/۲	***
مدل اندازه‌گیری ۲	بعد رفتاری	←	هوش فرهنگی	/۳۵	۰/۰۱۸	۱۹/۹	***
	بعد فرهنگی اجتماعی	←	هویت ملی	/۴۱	۰/۰۱	۴۲/۴	***
	بعد سیاسی	←	هویت ملی	/۳۸	۰/۰۱۱	۳۵/۲	***
مدل اندازه‌گیری ۳	بعد قوم مداری	←	هویت ملی	/۲۱	۰/۰۱۲	۱۸/۱	***
	آگاهی قومی	←	هویت قومی	۰/۱۲	۰/۰۸	۴/۴	***
	تعهد قومی	←	هویت قومی	۰/۱۴	۰/۰۹	۳/۷	***
مدل اندازه‌گیری ۳	تعلق قومی	←	هویت قومی	۰/۱۱	۰/۰۵۲	۱۸/۹	***
تعداد کل عناصر غیر زائد در ماتریس کوواریانس مشاهده شده (NRE)							
۳۰۰							
تعداد کل پارامترهای آزاد (FP)							
۲۷							
تعداد متغیرهای درونی							
۱۴							
تعداد متغیرهای بیرونی							
۱۳							
درجه آزادی (DF)							
۲۷۳							

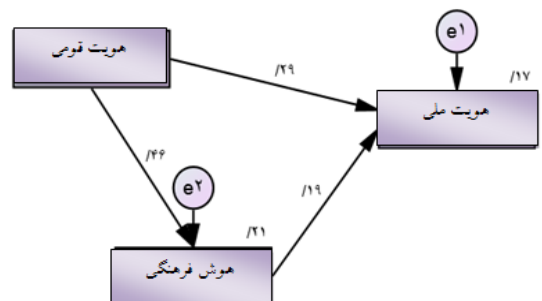
مقادیر رگرسیونی مدل شکل (۳) و جدول (۴) حاکی از آن است که متغیر هویت قومی به میزان (۰/۲۲) و هوش فرهنگی به میزان (۰/۱۳) بر هویت ملی تأثیر دارد. و هویت قومی به میزان (۰/۵) در هوش فرهنگی مؤثر می باشد. چون سطح معنی داری (p) آنها کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد. همچنین براساس مقادیر رگرسیونی استاندارد شده هویت قومی به میزان (۰/۳۹) و هوش فرهنگی به میزان (۰/۱۹) در هویت ملی مؤثر است. بنابراین هویت قومی بیشترین تأثیر و هوش فرهنگی کمترین تأثیر را در هویت ملی دارد.



شکل ۲. مدل مسیر با مقادیر وزن های رگرسیونی مربوط به تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی

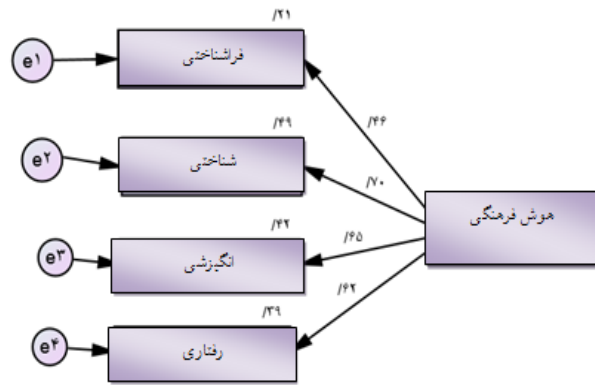


شکل ۴. مدل اندازه گیری ۱ با مقادیر وزن های رگرسیونی (بارهای عاملی) استاندارد شده مربوط ابعاد هویت ملی



شکل ۳. مدل مسیر با مقادیر وزن های رگرسیونی استاندارد شده مربوط به تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی

شکل ۵. مدل اندازه گیری ۲ با مقادیر وزن های رگرسیونی (بارهای عاملی) استاندارد شده مربوط به ابعاد هوش فرهنگی



همانطور که در جدول (۵) و شکل (۴) و (۵) مشاهده می شود بار عاملی هر یک از ابعاد تک تک متغیرها مشخص شده است. بار عاملی ابعاد هوش فرهنگی شامل بعد فرشناختی برابر با (۰/۱۳)، بعد شناختی (۰/۳۱)، بعد انگیزشی (۰/۲۲) و بعد رفتاری (۰/۳۵) می باشد و براساس بارهای عاملی استاندارد شده ۱۳ درصد واریانس متغیر هوش فرهنگی توسط بعد فرشناختی و ۳۱ درصد توسط بعد شناختی و ۲۲ درصد توسط بعد انگیزشی و ۳۵ درصد توسط بعد رفتاری هوش فرهنگی تبیین می شود.

جدول ۶. مربوط به بار عاملی ابعاد بعد شناختی هوش فرهنگی و بعد سیاسی هویت ملی

متغیر	ابعاد	بار عاملی	بار عاملی استاندارد شده
هوش فرهنگی	بعد فرشناختی	۰/۱۳	۰/۴۶
	بعد شناختی	۰/۳۱	۰/۷۰
	بعد انگیزشی	۰/۲۲	۰/۶۵
	بعد رفتاری	۰/۳۵	۰/۶۲
هویت قومی	بعد فرهنگی اجتماعی	۰/۴۱	۰/۸۶
	بعد سیاسی	۰/۳۸	۰/۸۲
	بعد قوم مداری	۰/۲۱	۰/۵۹
هویت ملی	آگاهی قومی	۰/۱۲	۰/۳۷
	تعهد قومی	۰/۱۴	۰/۴۲
	تعلق قومی	۰/۱۱	۰/۳۵

برازش و نیکویی مدل در جدول (۷) مقادیر شاخص های مطلق از جمله : درجه آزادی، کای اسکوتر - خی دو، AGFI شاخص نیکویی برازش اصلاح شده، RMR ریشه میانگین مربعات باقی مانده و شاخصهای تطبیقی از جمله :، GFI شاخص نیکویی برازش، IFI شاخص برازش افزایشی، NFI شاخص برازش هنجار شده یا شاخص برازش بنتلر - بونت، TLI شاخص توکر لویس و شاخص های اقتصادی از جمله RMSEA ریشه میانگین مربعات خطای برآورد، CMIN/DF کای اسکوتر هنجار شده می باشند.

همانطور که در جدول (۶) مشاهده می شود ۴۱ درصد متغیر هویت ملی توسط بعد اجتماعی فرهنگی و ۳۸ درصد توسط بعد سیاسی و ۲۱ درصد توسط بعد قوم مداری تبیین می شود. همچنین ۱۲ درصد واریانس متغیر هویت قومی توسط بعد آگاهی قومی و ۱۴ درصد توسط بعد تعهد قومی، و ۱۱ درصد توسط بعد تعلق قومی تبیین می شود.

جدول ۷. مربوط به شاخص های نیکویی برازش مدل ساختاری

شاخص	مقادیر مدل	مقادیر لازم برای برازش و نیکویی مدل
درجه آزادی	۲۷۳	--
کای اسکوتر	۱۱۱۹/۳	--
سطح معنی داری	۰۰۰	کوچکتر از ۰/۰۵ باشد
GFI	۰/۹۴	بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
AGFI	۰/۹۲	بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
RMR	۰/۲۳	کوچکتر از ۰/۹ نزدیک به صفر باشد
TLI	۰/۹	بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
CFI	۰/۹۱	بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد

بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد	۰/۸۹	IFI	
بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد	۰/۹	NFI	
کوچکتر از ۰/۸ نزدیک به صفر باشد	۰/۲۱	RMSEA	
بین ۳-۵ باشد	۴/۱	Cmin/DF	اقتصادی
۰/۶ - ۰/۵	۰/۵۳	PNFI	

بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود: (تعلق قومی $0.359 + 42 =$ میزان هویت ملی این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۱). جهانگیری، جهانگیر و همکاران: ۱۳۹۵) (۱۰) (۱) و (۱۴) همسو است.

۳) بعد تعهد قومی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، تعهد قومی بر هویت ملی می باشد. یعنی هرچه تعهد قومی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود: (تعهد قومی $0.298 + 41.7 =$ میزان هویت ملی این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱، ۱۰، ۱۱، ۱۲ و ۱۴) همسو است.

هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هوش فرهنگی بر هویت ملی می باشد. یعنی هرچه هوش فرهنگی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:

$$\text{(هوش فرهنگی)} = 0.321 + 41.1 = \text{میزان هویت ملی}$$

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

۴) بعد شناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، بعد شناختی هوش فرهنگی و هویت ملی می باشد. یعنی هرچه بعد شناختی هوش فرهنگی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:

(بعد شناختی هوش فرهنگی $0.245 + 49.2 =$ میزان هویت ملی این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

۵) بعد فراشناختی هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، بعد فراشناختی هوش فرهنگی و هویت ملی می باشد. یعنی هرچه بعد فراشناختی هوش فرهنگی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:

(بعد فراشناختی هوش فرهنگی $0.315 + 44.5 =$ میزان هویت ملی

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

بر اساس منابع موجود در یک الگوی معادلات ساختاری مطلوب لازم است شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش هنجار شده (NFI)، شاخص برازش افزایشی (IFI) و شاخص توکر لويس (TFI) بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد. همچنین لازم است ریشه میانگین مربعات باقی مانده (RMR) کوچکتر از ۰/۹ و ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) کوچکتر از ۰/۰۵ باشد و نسبت کای اسکوتر به درجه آزادی کمتر از بین ۵-۳ باشد.

همانطور که در جدول (۷) مشاهده می شود برای الگوی معادله ساختاری برازش یافته، کای اسکوتر برابر با ۱۱۱۹/۳، نسبت کای اسکوتر به درجه آزادی برابر با ۲۷۳، شاخص های برازش هنجار شده ۰/۸۹، برازش افزایشی ۰/۹۱ و نیکویی برازش به ترتیب ۰/۹۲، ریشه میانگین مربعات باقی مانده ۰/۲۳ و ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ۰/۲۱ به دست آمده است. کلیه شاخص های برازش الگوی نهایی، از برازش کاملاً رضایت بخش مدل حکایت دارد. تفسیر یافته های تحقیق

هویت قومی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هویت قومی بر هویت ملی می باشد. یعنی هرچه هویت قومی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:

$$\text{(هویت قومی)} = 0.374 + 36.7 = \text{میزان هویت ملی}$$

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۱). جهانگیری، جهانگیر و همکاران: ۱۳۹۵) (چلبی، مسعود: ۱۳۷۰-۱۳۸۶) (۱) و (۱۴) همسو است.

۱) بعد آگاهی هویت قومی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، آگاهی قومی بر هویت ملی می باشد. یعنی هرچه آگاهی قومی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:

$$\text{(آگاهی قومی)} = 0.245 + 47.7 = \text{میزان هویت ملی}$$

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۱). جهانگیری، جهانگیر و همکاران: ۱۳۹۵) (چلبی، مسعود: ۱۳۷۰-۱۳۸۶) (۱) و (۱۴) همسو است.

۲) بعد تعلق هویت قومی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، تعلق قومی بر هویت ملی می باشد. یعنی هرچه تعلق قومی بیشتر، میزان هویت ملی نیز

قومی و هوش فرهنگی می‌باشد. یعنی هرچه بعد آگاهی هویت قومی بیشتر، میزان هوش فرهنگی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هوش فرهنگی به صورت زیر خواهد بود:

$$\text{(بعد آگاهی هویت قومی } 0/516 + 44/1 = \text{میزان هوش فرهنگی)}$$

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با عنوان بررسی تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر هویت ملی در بین جوانان شهرهای مرزنشین استان اردبیل، بر آن تأکید دارد که چگونه می‌توان در جامعه‌ی چند قومیتی ایران، انسجام اقوام مرزنشین، و مشخصاً در این پژوهش استان اردبیل، و در شهرهای هجوار با کشور آذربایجان را با هویت ملی مستحکم‌تر کرد. بر این اساس پژوهش با انتخاب جامعه آماری خویش در شهرهای مرزنشین استان اردبیل (پارس آباد، گرمی، بیله سوار) و از بین جوانان (۱۹-۳۵) ساله به تعداد ۶۲۱ نفر به عنوان نمونه آماری بر حسب شهر و جنسیت اقدام شد و به نتایج قابل توجهی دست یافت. مقادیر رگرسیونی مدل معادله ساختاری حاکی از آن است که تأثیر بعد انگیزشی هوش فرهنگی (۰/۲۳)، بعد فراشناختی به میزان (۰/۱۷)، بعد رفتاری (۰/۱۵) بعد شناختی (۰/۰۹)، و بعد تعلق هویت قومی (۰/۲۰)، بعد تعهد هویت قومی (۰/۱۳)، و بعد آگاهی هویت قومی به میزان (۰/۱۰)، بر هویت ملی مؤثر است یعنی همسویی هویت قومی به همراه هوش فرهنگی به تقویت هویت ملی می‌انجامد همچنین براساس مقادیر رگرسیونی استاندارد شده در کل هویت قومی به میزان (۰/۲۹) و هوش فرهنگی به میزان (۰/۱۹) بر هویت ملی مؤثر است. شاخص های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح شده با داده های مشاهده شده و اعتبار سازه ای وسیله اندازه گیری مورد بحث را نشان می دهد. کلیه شاخصهای تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می دهند 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 آنهاست. از آنجا که معیارهای $GFI=0/94$ ، $TLI=0/90$ و $IFI=0/89$ نزدیک به یک می باشند، حاکی از برازش زیاد مدل و معیار $RMSEA=0/21$ حاکی از عملکرد ضعیف باقیمانده‌ها در مدل است. (البته از آنجا که آماره χ^2 کاملاً تحت تأثیر حجم نمونه مورد مطالعه می باشد و حجم نمونه در این تحقیق زیاد است، معناداری یا عدم معناداری χ^2 ملاک مناسبی برای قضاوت در مورد مدل نمی باشد. بنابراین هویت قومی بیشترین تأثیر و هوش فرهنگی کمترین تأثیر را در هویت ملی دارد. بر این اساس جهت داشتن جامعه‌ای منسجم با هویت پذیرفته شده 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 بیشتر 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 متغیرهای مستقل و وابسته جهت

۶) بعد انگیزشی هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر مؤثر مستقیم و مثبت، بعد انگیزشی هوش فرهنگی و هویت ملی می‌باشد. یعنی هرچه بعد انگیزشی هوش فرهنگی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:

(بعد انگیزشی هوش فرهنگی $0/358 + 46 =$ میزان هویت ملی)

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

۷) بعد رفتاری هوش فرهنگی بر هویت ملی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، بعد رفتاری هوش فرهنگی بر هویت ملی می‌باشد. یعنی هرچه بعد رفتاری هوش فرهنگی بیشتر، میزان هویت ملی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هویت ملی به صورت زیر خواهد بود:

(بعد رفتاری هوش فرهنگی $0/224 + 51/8 =$ میزان هویت ملی)

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

هویت قومی بر هوش فرهنگی مؤثر است و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، هویت قومی بر هوش فرهنگی می‌باشد. یعنی هرچه هویت قومی بیشتر، میزان هوش فرهنگی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هوش فرهنگی به صورت زیر خواهد بود:

(هویت قومی $0/455 + 36/9 =$ میزان هوش فرهنگی)

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۴) همسو است.

۸) بعد تعهد هویت قومی بر هوش فرهنگی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، بعد تعهد هویت قومی و هوش فرهنگی می‌باشد. یعنی هرچه بعد تعهد هویت قومی بیشتر، میزان هوش فرهنگی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هوش فرهنگی به صورت زیر خواهد بود:

(بعد تعهد هویت قومی $0/267 + 53 =$ میزان هوش فرهنگی)

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

۹) بعد تعلق هویت قومی بر هوش فرهنگی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، بعد تعلق هویت قومی بر هوش فرهنگی می‌باشد. یعنی هرچه بعد تعلق هویت قومی بیشتر، میزان هوش فرهنگی نیز بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی هوش فرهنگی به صورت زیر خواهد بود:

(بعد تعلق هویت قومی $0/325 + 53/2 =$ میزان هوش فرهنگی)

این یافته از پژوهش با نظریه انگ، ون داین، که (koh) و با یافته های (۱۳) همسو است.

۱۰) بعد آگاهی هویت قومی بر هوش فرهنگی مؤثر است. و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تأثیر مستقیم و مثبت، بعد آگاهی هویت

5. Benton, Graham - Timothy Lynch, (2009), globalization cultural intelligence and maritime education, California State University
6. Pterson, Brook (2004) cultural intelligence a guide to working with people from other culture, yarmouth, me: intercultural press
7. -vJournal: Research in Organizational Behavior, Volume 24, 2002, Pages 271–299
8. Askari Vaziri, Ali, Cultural Intelligence and the Study of its Components and Strategies in the Organization with an Islamic Approach, Quarterly Journal of Islam and Management Research, Volume Two, Issue 1, Fall and Winter 2012, pp. 80-53
9. Ng, K. Y., Van Dyne, L., & Ang, S., (2012). Cultural Intlligence: A Review, Reflections, and Recommendations for future Reserch (pp.29-58).
10. Salehi, Amiri and Saeed Mohammadi (2010), Cultural Diplomacy, Tehran, Phoenix Publishing
11. Chalabi, Massoud (1999), Ethnic Identities and Its Relations with National Identities in Iran Volume 1, Tehran, Office of Social Affairs
12. Abdolmutallab, Abdollah (2016), A Survey of Attention to the Components of Ethnic and National Identity among Kurdish and Azeri Students in Tehran Universities, Quarterly Journal of Strategic Policy Research, Fourth Year No. 16
13. Jahangiri, Jahangir & others, Sociological study of the relationship between national and ethnic identity in yasouj city, international journal of social scinces, vol. v, no.2 / 2016
14. Cheshmeh Noor, Ali (2016), Investigating the Mediating Role of Cultural Intelligence on the Relationship between Knowledge Management and Staff Performance (Case Study of Ardabil General Directorate of Culture and Islamic

افزایش هویت ملی و بهبود وضعیت اجتماعی و هویت قومی توسط مدیران و مسئولان بخصوص در شهرهای مرزنشین می‌توان 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 قومیتها 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 قومیتهای 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 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 در مورد ارزشهای فرهنگی و باورهای مذهبی فرهنگهای دیگر.
- ✓ افزایش آشنایی با قواعد زبان و لهجه‌های فرهنگهای دیگر از جمله در شهرها با ساکنینی از اقوام متفاوت.
- ✓ افزایش آگاهی جامعه از سنتهای ازدواج و هنر و صنایع دستی سایر فرهنگها و اقوام در کشور.
- ✓ اتخاذ تدابیری برای کاهش استرسهای ناشی از سازگاری با فرهنگهای دیگر در جامعه با ایجاد بستر مناسب از طریق گردشگری شهری

References

1. Hajiani, Ebrahim, (2008), "The Relationship between National Identity and Ethnic Identity among Iranian Ethnicities", Iranian Journal of Sociology, Volume 9, Numbers 3 and 4
2. Jafari, Mohammad (2008), Ethnicity and Social Identity, Master Thesis, Faculty of Literature, University of Guilan
3. Jenkins, Richard (2002), Social Identity, translated by Touraj Yarahmadi, Tehran, Shirazeh Research Publishing
4. Jess Fist, Gregory J. Fast, Tommy Ann Roberts, (2016), Psychology. Translated by Yahya Seyed Mohammadi, Tehran, Ravan Publishing

Guidance) M.Sc. Thesis, Ardabil Azad University

15. Turkman, Farah and Naeemi, Mohammad Reza (2014) The Collective Identity of Youth and the Construction of Gender, Family and Class Socialization

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