

عنوان مقاله:

بررسی جامعه شناختی نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مولفه های آن (مطالعه موردی: جوانان ۱۶ تا ۲۹ ساله شهرستان رودسر - استان گیلان)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های دانش انتظامی، دوره ۱۰، شماره ۲ (سال: ۱۳۸۷)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۱۸

نویسندگان:

امیر ملکی - استادیار گروه جامعه شناسی دانشگاه پیام نور

علیرضا عباسپور - کارشناس ارشد جمعیت شناسی و مدرس دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

هویت ملی فراگیرترین و مهمترین سطح هویت در تمام نظام های اجتماعی است که بر کلیه حوزه های فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد تاثیر گذار است. پژوهش حاضر با علم به اهمیت هویت ملی به عنوان مهمترین مولفه نظم و انسجام اجتماعی به بررسی میزان آگاهی، احساس تعلق و وفاداری جوانان نسبت به نمادهای مشترک در جامعه به عنوان معرف های هویت ملی پرداخته است. در این راستا تاثیر عواملی همچون جهانی شدن و مصرف رسانه های خارجی، رضایت اجتماعی (رضایت از کار، زندگی و تحصیل) و پایگاه اقتصادی و اجتماعی بر نگرش جوانان نسبت به هویت ملی مورد مطالعه قرار گرفته است. تحقیق حاضر از نوع پیمایشی و اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه محقق ساخته جمع آوری شده است. جامعه آماری جوانان ۱۶ تا ۲۹ سال شهرستان رودسر در استان گیلان بوده که از این تعداد ۴۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که: ۱) ۵/۱۸ درصد پاسخگویان دارای هویت ملی سطح بالا، ۱۳ درصد متوسط و فقط ۵/۱ درصد دارای هویت ملی سطح پایین هستند. ۲) (در حدود ۴۷ درصد نمونه آماری دارای مصرف رسانه های خارجی می باشند یعنی از اینترنت و ماهواره استفاده می کنند. میانگین هویت ملی این دسته به طور معنی داری کمتر از جوانانی است که اصلا از اینترنت و ماهواره استفاده نمی کنند. ۳) (رابطه هویت ملی با رضایت اجتماعی مثبت (۵۰/۰ = ۲) و با پایگاه اقتصادی اجتماعی منفی (۱۲ = ۲/۰- است). ۴) (اگرچه هر سه متغیر مستقل مورد بررسی دارای همبستگی ساده معنی دار با هویت ملی بودند اما فقط دو متغیر رضایت اجتماعی و مصرف رسانه ای خارجی شرایط لازم برای ورود به معادله رگرسیونی جهت پیشبینی هویت ملی را داشتند. ۵) (درکل، این دو متغیر ۳۰ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می کنند.

کلمات کلیدی:

(National undertaking) (تعهد ملی)، (National belongings) (تعلق ملی)، (National identity) (هویت ملی)
مصرف رسانه های خارجی (use media Foreign)، جهانی شدن (Globalization)، (رضایت اجتماعی، (Internet)
اینترنت)، (Social and economic base) پایگاه اقتصادی و اجتماعی (Societal satisfaxtion) ماهواره (Satellite)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1301224>

