

مدل‌یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر  
احساس تعلق به اجتماع ملی با تأکید بر تنوع قومیتی  
(مورد مطالعه کلان‌شهر اهواز)  
(صفحات ۹ تا ۴۰)

بهرام سروستان<sup>۱</sup> \* احمد آذین<sup>۲</sup> \* سید ناصر حجازی<sup>۳</sup>

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۲۸

چکیده

امروزه نقش احساس تعلق به اجتماع ملی به عنوان عاملی بسیار مهم، در جهت انسجام اجتماعی، صیانت فرهنگی و برنامه‌ریزی اجتماعی بیش‌ازپیش مورد توجه قرار می‌گیرد. این پژوهش با هدف مدل‌یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق به اجتماع ملی، با تأکید بر تنوع قومیتی در کلان‌شهر اهواز انجام شده است. روش تحقیق توصیفی پیمایشی بوده و جامعه آماری این پژوهش کلیه سرپرستان خانوار ساکن در کلان‌شهر اهواز بوده است. نمونه آماری با استفاده از نرم‌افزار سمپل پاور تعداد ۵۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه ۹۸ سوالی محقق ساخته استفاده شد. روایی آن از طریق تحلیل عاملی تأییدی و پایایی از طریق آلفای کرونباخ ( $\alpha=0/75$ ) تأیید گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS و با تحلیل مدل معادلات ساختاری در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که به ترتیب متغیرهای تعلق دینی با ضریب مسیر (۰/۴۲)، مشارکت اجتماعی با ضریب مسیر (۰/۳۵)، روابط بین قومی با ضریب مسیر (۰/۲۴)، احساس محرومیت نسبی با ضریب مسیر (۰/۱۸) و تعهد اجتماعی با ضریب مسیر (۰/۱۲) در سطح معناداری (۰/۰۰۱) تأیید شده و بیشترین تأثیر را بر احساس تعلق به اجتماع ملی داشته‌اند.

**واژگان کلیدی:** احساس تعلق به اجتماع ملی، مشارکت اجتماعی، روابط بین قومی، قوم‌گرایی، احساس محرومیت نسبی.

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران؛ sarvestan\_b@yahoo.com

۲. دانشیار گروه علوم سیاسی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران؛ (نویسنده مسئول) a.azin@khuif.ac.ir

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران؛ hejazineser@yahoo.com

## ۱- بیان مسأله

احساس تعلق به اجتماع ملی یک پدیده سیاسی و اجتماعی جدید و ناشی از شکل‌گیری پدیده‌ای به نام ملت است؛ نوعی احساس تعهد و تعلق نسبت به مجموعه‌ای از مشترکات ملی جامعه که موجب وحدت و انسجام می‌شود. جامعه کانونی از وابستگی‌های هویت‌بخش و تعلق اجتماعی، به دیگران است. یک جامعه که به‌خوبی نظم یافته، باید یک شراکت در نظر گرفته شود؛ یک شراکت در همه علم، هنرها، فضیلت‌ها و در همه کمالات (پاتنام، ۱۳۹۲: ۲۰۲). این مفهوم سازه‌ای چندبعدی است که در هر کشوری به وسیله شرایط منحصر به فرد تاریخی و اجتماعی موجود در آن شکل می‌گیرد و با پیشرفت‌های علمی، تکنولوژی، اقتصادی، اجتماعی، رفاهی، آثار دموکراسی و میزان اثرگذاری سیاسی و نظامی کشور در سطح جهانی همبستگی دارد و پیوندی عاطفی با موقعیت‌های ویژه ملی است و نقش مهمی در شکل دادن احترام به قوانین سیاسی کشور، زبان اصلی، قوانین اجتماعی و... ایفا می‌کند (مظاهری و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۵۴). تعلق اجتماعی مهم‌ترین عنصر هویت‌ساز است.

تعلق خاطر به جامعه به عنوان حسی بالنده میان مردمی که از منافع و سرنوشت مشترک برخوردارند، بسیار حیاتی است و وجود جامعه متضمن علاقه و وابستگی و وفاداری افراد به آن و احساس پیوستگی به «مای» کلی است (پولینی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰: ۷). احساس تعلق به اجتماع ملی موجب می‌گردد تا این که فرد خود را جزئی از «مای» بزرگ‌تر و جامعه را خانه خود بداند. انسجام ملی، پیش‌زمینه‌ای برای توسعه کشور محسوب می‌شود. شهرهای چند قومیتی بسیاری در کشور وجود دارند که اگر در این مناطق تضاد قومیتی وجود داشته باشد، امنیت کشور به خطر افتاده و انسجام ملی متزلزل می‌شود (جلالی، ۱۳۹۷: ۷۱). چنانچه احساس تعلق به اجتماع ملی را به معنای عبور از هویت‌های سنتی، همچون مذهب، قوم و قبیله، به هویت‌های فراگیرتر بدانیم، نتیجه این می‌شود که افراد به جای شناختن خود بر اساس تعلقات قومی - قبیله‌ای خودشان را در سطح وسیع‌تر بر مبنای تعلق به ملتی خاص، جغرافیایی مشخص و نظام حکومتی معین می‌شناسند. در واقع، هویت ملی باید آن‌چنان فراگیر باشد که تعارضی میان هویت اولیه (فردی قومی)

1. Pollini

و هویت فراگیر (ملی) ایجاد نکند (جوکار، ۱۳۸۶: ۴).

به نظر آنتونی گیدنز قومیت مفهومی است که معنای مطلقاً اجتماعی دارد و به رفتارها و چشم‌اندازهای فرهنگی اشاره دارد که سبب تمایز یک اجتماع از دیگران می‌شود. قومیت از سال‌های میانی قرن بیستم، به یکی از مفاهیم اصلی در علوم اجتماعی تبدیل شد و تا امروز، به صورت موضوعی اساسی در مطالعات و پژوهش‌های کاربردی باقی مانده است (برتون<sup>۱</sup>، ۱۳۹۶: ۲۳۴). به بیان آنتونی گیدنز اهمیت و ضرورت پرداختن به این مسئله در سیاسی شدن آن در دوران معاصر و پیامدهای سیاسی و اجتماعی آن قرار دارد.

در میان استان‌های ایران، خوزستان از جمله استان‌های دارای قومیت‌های متعددی است که به رنگین‌کمان اقوام معروف است. این گوناگونی و تنوع قومیتی موجب گردیده تا بررسی و شناخت رابطه تنوع قومیتی نسبت به احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز به یکی از موضوعات و مسائل مهم پژوهشی تبدیل گردد. استقرار این اقوام در بخش حاشیه‌ای و مرز نشین بودن و مجاورت آن‌ها با کشورهای همسایه و پیشینه تاریخی و وضعیت فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی آن‌ها یکی از دغدغه‌های دولت مرکزی می‌باشد که نیازمند بررسی و پژوهش جامعه‌شناختی است. انتخاب مسئله احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز به عنوان محدوده مکانی این پژوهش، به این دلیل است که در این کلان‌شهر قومیت‌های متنوعی مانند عرب، بختیاری، فارس، لر، ترک، کرد و سایر قومیت‌ها زندگی می‌کنند. همچنین در این کلان‌شهر مردم به زبان‌ها و گویش‌های متفاوتی مانند فارسی، عربی، ترکی، کردی، لری، بختیاری، دزفولی، شوشتری و غیره صحبت می‌کنند؛ بنابراین در این کلان‌شهر افراد در معرض هویت‌های متنوع قومیتی قرار گرفته‌اند که ممکن است آن‌ها را با بحران احساس تعلق به اجتماع ملی مواجه سازد؛ بنابراین مسئله اصلی در این پژوهش، مدل‌یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق به اجتماع ملی با تأکید بر تنوع قومیتی می‌باشد.

## ۲. ادبیات پژوهش

### ۱.۲. ادبیات تجربی

فرهادی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی نقش لرها در استحکام بخشی به

1- Burton

وحدت ملی در ایران، پرداخته که در قالب فرضیه: «لرها در کنار گویش‌های محلی زبان لری با به‌کارگیری زبان فراگویشی فارسی به‌عنوان زبان رسمی مکاتبات، نظام اداری، آموزشی، زبان آثار و منابع مکتوب ملی و محاوره‌ای، نقش مؤثری در استحکام وحدت ملی داشته‌اند» انجام شده است.

یازرلو و سوسرایبی (۱۳۹۹) در تحقیقی به بررسی رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه نظری گنبد کاووس پرداختند. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد پاسخگویان به مؤلفه‌های هویت ملی و قومی گرایش بالاتر از متوسط دارند و هویت ملی و قومی دانش‌آموزان به‌طور هم‌زمان در وضعیت مطلوبی قرار داشته و رابطه متعارضی با همدیگر ندارند. به علاوه، رابطه مذکور در میان تمام گروه‌های قومی مورد بررسی نیز مثبت و مستقیم است.

کاروانی و غفاری نسب (۱۳۹۸) تحقیقی با هدف کاوش کیفی هویت ملی و قومی در زیست‌جهان دانشجویان بلوچ در دانشگاه‌های دولتی و بر اساس نظریه زمینه‌ای انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که بستر و منابعی مانند موقعیت مذهبی، موقعیت جغرافیایی و قومی در کنار شرایطی از قبیل احساس تبعیض سیاسی، تبعیض قومیتی، کلیشه‌سازی رسانه‌ای، وضعیت اجتماعی، سیاسی، صورهای قالبی منفی پیوند چندجانبه‌ای با مقوله هسته پژوهش دارند.

پژوهش عشایری و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی تبیین جامعه‌شناختی هویت ملی ایرانیان جامعه‌شناختی هویت ملی ایرانیان پرداخته و در پی آن است که مکانیسم علی اثرگذار بر هویت ملی ایرانیان چیست؟ و این هویت چگونه تکوین یافته است؟ نتایج نشان می‌دهد که عوامل سرمایه اجتماعی، ارزشی و هنجاری، هویتی، مصرف رسانه‌ای و نگرشی در شکل‌گیری هویت ملی ایرانیان اثرگذار بوده است.

مولینا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی رابطه هویت ملی و قومی و احساس تبعیض پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از این است که برای اقلیت‌های نژادی، درک بیشتر درباره تبعیض‌های گروهی به سطوح پایین‌تر هویت ملی مربوط است. برعکس در میان اعضای گروه بیشترین این روال به صورت برعکس است.

1- Molina & et all

سانینا<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) در تحقیقی درباره شکل‌گیری هویت ملی در روسیه به این نتیجه رسید که با گذشت بیست سال از فروپاشی کمونیسم در این کشور، هنوز مفهوم هویت ملی به گونه‌ای جامع که علاقه‌های حکومت، نیازهای افراد و گروه‌های اجتماعی را در قالب یک نظام ارزشی جدید در برگیرد، شکل نگرفته است.

مرکز پژوهش‌های مسائل اجتماعی بریتانیا<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) در پژوهشی تعلق و هویت اجتماعی را با توجه به تغییرات جدید به ویژه بحث جهانی شدن، فناوری ارتباطی و دنیای مجازی مورد مطالعه قرار داده است. نتایج این پژوهش نشان داد ۸۸ درصد از مردم، خانواده، ۶۰ درصد دوستان و بیش از یک‌سوم ملیت را مهم‌ترین بخش تعلق خاطر خود دانسته‌اند. تعلق حرفه‌ای یا شغلی و روحیه تیمی و منافع مشترک نیز در حال افزایش و حتی تعلق تیمی افراد از تعلقات سیاسی، مذهبی، طبقه، قومیت و وابستگی سیاسی نیز بیشتر بوده است (بیدل و محمودزاده، ۱۳۹۱: ۳۸).

پولنی<sup>۳</sup> (۲۰۰۰) در پژوهشی به روش اسنادی، به ارائه تصویری از تعلق اجتماعی و شاخص‌های آن پرداخته است. نویسنده ابتدا به بررسی زمینه‌های روابط انسانی و درگیری افراد در این روابط پرداخته و سپس به دو بعد از مداخله انسان اشاره کرده که عبارتند از: روابط غیر نمادین و نمادین. تعلق اجتماعی و انطباق فرهنگی را در بعد نمادین مداخله انسانی قرار داده و سپس با ارائه نظریه‌هایی از دورکیم، وبر، مید، پارک، پارسونز، مرتون و تونیس در رابطه با تعلق اجتماعی، به مقایسه و تحلیل آن‌ها پرداخته و با تأکید بیشتر بر نظر پارسونز، ساختار تعلق اجتماعی و مؤلفه‌های آن و روابط بین آن‌ها را ترسیم کرده است.

در نقد و بررسی پیشینه تجربی تحقیق می‌توان گفت که برخی از این مطالعات جنبه سیر تاریخی موضوع، مانند نقش لرها در تقویت هویت ملی در عصر پهلوی را بررسی نموده است. پژوهش‌های دیگری نیز بر جوامع آماری دانش آموزان و دانشجویان متمرکز بوده و تعدادی نیز به صورت تک متغیره و با تأکید بر قومیتی خاص مانند کاوش کیفی هویت ملی و قومی در زیست‌جهان دانشجویان بلوچ در دانشگاه‌های دولتی پرداخته‌اند. موارد دیگری نیز بر رابطه بین مؤلفه‌های فرهنگی، نوع جهت‌گیری رابطه‌ای

1- Sanina

2- Survey international Research Centre

3- Pollini

بین هویت قومی و هویت ملی میان جوانان، سرمایه اجتماعی، میزان پذیرش اصول شهروندی، میزان رضایتمندی از زندگی، میزان مشارکت در امور اجتماعی و سیاسی، وضعیت فرهنگی و ارتباطی افراد، میزان احساس محرومیت نسبی و میزان دسترسی به رسانه‌های ارتباطی و تعلق ملی در بین شهروندان تأکید داشته‌اند. در خوزستان نیز تنها قوم عرب و میزان گرایش آن به هویت ملی مورد بررسی قرار گرفته است؛ بنابراین این پژوهش با بهره‌گیری از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری صورت جامع عوامل فرهنگی اجتماعی مؤثر بر احساس تعلق به اجتماع ملی را مورد بررسی قرار داده که این متغیرها حلقه مفقوده اکثر تحقیقات می‌باشند. همچنین بررسی تمامی اقوام ساکن در کلان‌شهر اهواز و رابطه آن با احساس تعلق به اجتماع ملی از دیگر جنبه‌های نوآوری و جدید این پژوهش می‌باشد.

## ۲.۲. ادبیات نظری

الف. تعاریف مفاهیم

**احساس تعلق به اجتماع ملی:** حس تعلق اجتماعی مجموعه عواطفی است که در جریان شکل‌گیری شخصیت فرد، توسط جامعه و جریان جامعه‌پذیری ایجاد می‌شود و عوامل اجتماعی سبب تغییر آن می‌شود، بنابراین با تأکید بر تعریف پولینی، تعلق اجتماعی عبارت است از حس دل‌بستگی، وابستگی و وفاداری به جامعه که موجب همبستگی بین افراد و ایجاد پیوستگی یا «احساس ما» شده به نحوی که فرد، خود را بخش جدایی‌ناپذیری از جامعه می‌داند (بیدل و محمودزاده، ۱۳۹۱: ۴۷).

**مشارکت اجتماعی:** فرایندی اجتماعی، عمومی، یکپارچه، چندگانه، چندبعدی و چندفرهنگی است که هدف آن کشاندن همه مردم به ایفای نقش در همه مراحل توسعه است (کائوتری<sup>۱</sup>، ۱۳۷۹: ۳۶). مشارکت اجتماعی، در معنای وسیع، دربرگیرنده انواع کنش‌های فردی و گروهی به منظور دخالت در تعیین سرنوشت خود و جامعه و تأثیر نهادن بر فرایندهای تصمیم‌گیری درباره‌ی امور عمومی است (رضایی، ۱۳۷۵: ۵۴).

**تعلق دینی<sup>۲</sup>:** تعلق دینی، میزان علاقه، دل‌بستگی و وفاداری به یک دین یا مذهب و میزان باور به کارآمدی و مفید بودن آموزه‌ها، ارزش‌ها و باورهای آن دین در کمک به

1- Kaoutry  
2- Religious affiliation

حل مسائل مادی یا فرا مادی است.

**تعهد اجتماعی<sup>۱</sup>:** یکی از معیارهای تأثیرگذار در توسعه اجتماعی جوامع، میزان تعهد و پایبندی افراد به یکدیگر و به جامعه است. تعهد، احساس مسئولیتی است که هر فردی نسبت به نقش خود در روابط اجتماعی با دیگران دارد (پورتس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰). پارسونز تعهد را به‌عنوان خروجی خرده نظام فرهنگی که در پی اجتماعی شدن افراد به دست می‌آید و وارد دیگر خرده نظام‌ها در نظام اجتماعی می‌شود معرفی نموده است (توسلی، ۲۵۴: ۱۴۰۰).

**روابط بین قومی<sup>۳</sup>:** روابط بین قومی روابط اجتماعی بین دو یا چند گروه قومی است که شامل: روابط اقتصادی یا معیشتی، روابط سیاسی یا اقتداری بین قومی، روابط فرهنگی یا فکری، روابط اجتماعی یا عاطفی در بین دو یا چند گروه قومی است (چلپی و یزدانی‌نسب، ۱۳۹۰: ۴۸).

**قوم‌گرایی<sup>۴</sup>:** قوم‌گرایی به میزان گرایش یک فرد به مؤلفه‌های قومیت خود اطلاق می‌شود (فرهمنند، ۱۳۹۴: ۱۱۰). قومیت وضعیتی است که در آن کل اقوام یا بخشی از اقوام کشور در احساس گرایش یا عمل نسبت به ملت، کشور و احساس تعلق به آن دچار بی‌تفاوتی یا مخالفت شده‌اند و در عوض، بر ویژگی خود تأکید کرده و خواهان درجاتی از واگرایی هستند (حیدری، ۱۳۹۷: ۲۲).

**فرد‌گرایی<sup>۵</sup>:** فرد‌گرایی مفهومی مدرن است که در مقابل جمع‌گرایی جامعه سنتی قرار می‌گیرد. جامعه جمع‌گرا بر هم‌نوایی فرد با گروه تأکید می‌کند و رفتار مورد انتظار از فرد را انعکاس‌هنجارهای گروه می‌داند. در مقابل، جامعه فردگرا عدم هم‌نوایی با جمع را ارزش تلقی می‌کند و بر شکوفایی فردی و بازاندیشی در سنت‌ها و هنجارهای اجتماعی تأکید می‌کند (احمدی، ۱۳۷۸: ۹۸).

**اعتماد اجتماعی<sup>۶</sup>:** اعتماد اجتماعی را می‌توان حسن ظن فرد نسبت به سایر اعضای جامعه تعریف کرد که این امر موجب گسترش و تسهیل روابط اجتماعی فرد با

- 1- Social commitment
- 2- poorts
- 3- Inter-ethnic relations
- 4- Racist
- 5- Individualism
- 6- social trust

آن‌ها می‌شود (امیرکافی، ۱۳۸۰: ۱۸). اعتماد اجتماعی دلالت بر انتظارات و تعهدهای اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعیشان دارند، تعریف کرده‌اند و با رابطه متقابل تعمیم یافته، قرین است (ازکیا و حسینی‌راد، ۱۳۸۸: ۱۵).

**احساس محرومیت نسبی<sup>۱</sup>:** تد رابرت گر معتقد است «محرومیت نسبی (اعم از فردی یا جمعی) نتیجه احساس وجود شکاف غیرقابل تحمل بین انتظارات ارزشی و توانایی‌های ارزشی است» (مقصودی، ۱۳۸۰: ۲۰۴).

**قومیت<sup>۲</sup>:** قومیت، افرادی را مشخص می‌کند که بنا به تعریف خودشان یا تلقی دیگران از آن‌ها خصوصیات مشترکی دارند که آن‌ها را از سایر جمع‌ها در یک جامعه متمایز می‌کند و آن‌ها در این جامعه رفتار فرهنگی متمایزی دارند (مارشال، ۱۳۸۸: ۳۶۰).

**تنوع قومی<sup>۳</sup>:** قوم و قومیت معطوف به ویژگی‌های فرهنگی یک مجموعه جمعیتی است؛ به طوری که اکثر کشورهای جهان از تنوع قومی برخوردارند و باور به تفاوت نژادها و ملت‌های گوناگون به ویژه در کشورهای جهان سوم وجود داشته و معمولاً از انگیزه‌های نژادی- قومی برای بسیج افراد، طرد دیگران و تسهیل مدیریت بهره‌ی فراوانی برده می‌شود. عوامل مؤثر در تنوع قومی همان عواملی هستند که سبب مرزبندی آن‌ها است. این عوامل یا عناصر فرهنگی عبارتند از: نام، زبان، دین، آداب و رسوم، موسیقی و رقص، لباس، احساس تعلق و همبستگی و به‌طور کلی فرهنگ و تاریخ مشترک. گاهی ممکن است علاوه بر عوامل یادشده، عوامل طبیعی مانند رودخانه، دریاها و کوه‌ها نیز در مرزبندی اقوام دخالت داشته باشند (صالحی امیری، ۱۳۸۸: ۱۵۹).

ب. چارچوب نظری

قوم و قومیت را می‌توان از لحاظ مناسبات اقوام با یکدیگر (صلح‌آمیز یا ستیز گونه) مورد بررسی قرار داد. در این زمینه به دو رویکرد اشاره می‌شود، اول، رویکرد روان-شناسی اجتماعی و دوم، رویکرد نهادی. در رویکرد اول (روان‌شناسی اجتماعی)، تمرکز روی سطوح کنش متقابل درون شخصی و محلی است که می‌کوشد میزان همدلی و

1- Feeling of relative deprivation  
2- nationality  
3- Ethnic diversity



ستیز (همگرایی و واگرایی) بین اعضای گروه، فرد یا قوم را دریابد و همین‌طور نحوه‌ی ایجاد اعتماد درون شخصی، سهولت تمایل به احترام متقابل و نیز مصالحه برای سوق یافتن به سوی همزیستی مسالمت‌آمیز را مورد مطالعه قرار می‌دهند. در رویکرد دوم (نهادی)، قواعد، سیاست‌ها و ساخت‌های سیاسی برای شکل‌دهی به رفتار فردی و گروهی و ایجاد شرایط برای نظم‌بخشی روابط تنش‌آمیز میان اجتماعات قومی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

از نظر مولر در کل، میهن‌دوستی قانونی آرمانی از تعلق سیاسی بر اساس رویه‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و قوانین موجود در جامعه‌ی دموکرات لیبرال است (مفرح، ۱۳۹۳: ۶۷). میهن‌دوستی قانونی راه‌حل تأثیرگذار هم برای اکثریت و هم برای اقلیت به شمار می‌آید. در مورد اکثریت این امکان را به وجود می‌آورد که موضعی بی‌طرفانه اتخاذ کنند و به اقلیت‌ها به چشم افرادی که می‌توان منافعشان را در جریان تصمیم‌گیری‌ها ضایع کرد، نگاه نکنند (مولر: ۲۰۰۸ به نقل از دامن‌باغ، ۱۳۹۶: ۶۱).

اینکلهارت افزایش مشارکت در جوامع پیشرفته را به سه عامل ارتقای سطح تحصیلات و اطلاعات سیاسی، تغییر هنجارهای حاکم بر مشارکت زنان و تغییر در اولویت‌های ارزشی نسبت می‌دهد. به عقیده‌ی او این عوامل تأکید کمتری بر نیازهای آنی داشته و بیشتر بر حق ابراز نظر تأکید می‌ورزند (اینکلهارت، ۱۳۹۵: ۳۷۸). به نظر او اعتماد به یکدیگر از عوامل مؤثر در مشارکت است، زیرا به واسطه اعتماد رفتارها قابل پیش‌بینی می‌شود که نتیجه آن تقویت حوزه‌ی کنش و تصمیم‌گیری است. (رز، ۱۹۹۹: ۷۸)؛ بنابراین با توجه به نظریات مولر، اینکلهارت و رز می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین مشارکت اجتماعی و احساس تعلق به اجتماع ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

عامل مؤثر دیگر به ویژه در جامعه ایرانی، سطح و میزان احساس تعلق به دین و ارزش‌های مذهبی است. گستردگی و تا حدودی عام بودن شعائر دینی می‌تواند احساس تعلق اجتماعی را تقویت کند. نهاد دین به مثابه تولیدکننده و ترویج‌دهنده هنجارها، ارزش‌ها نمادها گفتمان‌های جمعی مشترک به عنوان چتر یا سایبان مقدس در مؤمنان تقویت‌کننده تعلق اجتماعی، حتی به آن صورت غیر مشروط است. خاصه آن که در حال حاضر هم‌پوشانی نهادهای دینی و سیاسی در گفتمان‌های رسمی این فرضیه را قدرت

می‌بخشد که با تقویت حس تعلق دینی، اعتماد نهادی افزایش یابد و از این طریق تعلق اجتماعی نیز در مؤمنان تقویت می‌شود. این پیوندهای ایدئولوژیک نسبتاً قوی و پایدار در معتقدین سبب می‌شود کاستی‌های کارکردی نهادها قابل اغماض شود (صادقی جعفری، ۱۳۹۷: ۱۲)؛ بنابراین، با توجه به نظریات همبستگی دورکیم و نظریه آنتونی اسمیت می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

فرضیه دوم: احساس تعلق دینی بر احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز تأثیر دارد.

دورکیم وجدان جمعی را مجموعه اعتقادات و احساسات مشترک، در میانگین افراد یک جامعه می‌داند که دستگاه معینی را تشکیل می‌دهد که حیات خاص خود را دارد و می‌توان آن را در حکم روح نوعی جامعه با همه خواص و شرایط وجودی‌اش و نوع توسعه‌اش دانست. وجدان جمعی از دو عنصر تشکیل شده است: باورها و احساسات مشترک. بخش تصویری و شناختی و بخش عاطفی وجدان جمعی. این دو، یک برآیند رفتاری دارد که آمادگی برای عمل است (دورکیم، ۱۳۹۳: ۲۳۹). عنصر تصویری همان شناخت و عقاید و عنصر عاطفی احساس تعلق به جامعه‌ای است که فرد عضو آن است و عنصر آمادگی برای عمل، همان پیروی یا تخطی از هنجارهاست؛ یعنی همان تعهد عملی فرد به هنجارها. در مورد انطباق نظر دورکیم با موضوع این بررسی، باید گفت تعلق اجتماعی مجموعه تمایلات و تعلقات افراد به جامعه است (مفرح، ۱۳۹۲: ۱۵۳).

همچنین کنشگران می‌توانند فرد یا گروه‌های اجتماعی و سازمان‌ها باشند. ارتباط نژادی و ارتباط بین قومی دو شکل از اشکال ارتباط میان فرهنگی هستند که می‌توانند اسامی خانوادگی، زبان و مذهب و ارزش‌های اعضای خود را، حتی اگر در داخل فرهنگ دیگری باشند، تحت تأثیر قرار دهند. ارتباط درون فرهنگی نوع دیگری از ارتباط میان فرهنگی است که برای تعریف کردن تبادل پیام‌های بین اعضای فرهنگ غالب مورد استفاده قرار می‌گیرد (ساوورا، ۱۹۹۱: ۱۱)؛ بنابراین با توجه به نظریات همبستگی اجتماعی دورکیم و روابط بین قومی آلپورت می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین تعهد اجتماعی و احساس تعلق به اجتماع ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

بر طبق نظریه بورک، هویت عبارت است از مجموعه‌ای از معانی که در تعریف

یک نقش اجتماعی یا موقعیت اجتماعی که یک شخص کیست، به کار برده می‌شود. این مجموعه از معانی جداگانه مانند یک معیار (استاندارد) یا مرجع برای «چه کسی بودن» است. هنگامی یک هویت فعال می‌شود که یک پیوند بازخوردی تثبیت شود (بورک،<sup>۱</sup> ۲۰۰۷: ۵). قداست و برتری اصول عام مشترک نسبت به اصول خاص باعث تقویت وحدت نمادی و مفاهیم فرهنگی در سطح جامعه می‌شود به علاوه این برتری کمک می‌نماید تا احساس تعلق به اجتماع جامعه‌ای تقویت شود و به این ترتیب هویت جامعه‌ای در رأس سایر هویت‌های جمعی قرار گیرد (چلبی، ۱۳۹۵: ۱۴۰)؛ بنابراین بر اساس نظریات، چلبی و ماریزیو ویرولی می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد بین روابط بین قومی و احساس تعلق به اجتماع ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جامعه‌ای که گرفتار قوم‌مداری است در نتیجه توجه زیاد و مبالغه‌آمیزی که بر فرهنگ رسمی خود می‌کند، نسبت به فرهنگ‌هایی بیگانه و حتی نسبت به فرهنگ‌های فرعی اقلیت‌های جامعه خود، بدبین و بی‌اعتنا است و می‌کوشد تا هنجارهای خود را بر گروه داخلی و جوامع خارجی تحمیل کند. قومیت وضعیتی است که در آن کل اقوام یا بخشی از اقوام کشور در احساس گرایش یا عمل نسبت به ملت، کشور و احساس تعلق به آن، دچار بی‌تفاوتی یا مخالفت شده‌اند و در عوض بر ویژگی خود تأکید کرده و خواهان درجاتی از واگرایی هستند. قوم‌گرایی درگیری‌هایی است ما بین اقوام متعددی که در نزدیکی هم زندگی می‌کنند. ریشه اکثر این اختلافات از تعصبات بی‌دلیلی پدید می‌آید که در بطن فرهنگ اقوام نهفته و اکثراً به آن‌ها پایبند هستند (پورافکاری، ۱۳۸۹: ۶۶)؛ بنابراین بر اساس نظریات، ماریلین و نظریه رقابت نخبگان می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

فرضیه پنجم: میزان قوم‌گرایی بر احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز تأثیر دارد.

گرایش به فردی شدن، به عنوان یکی از مهم‌ترین تجلیات نوگرایی است و از آنجا که جامعه ایران به عنوان یک کشور در حال توسعه متأثر از این جریان است، لذا فردگرایی

1- Burke

می‌تواند به عنوان یک متغیر حائز اهمیت باشد. آلریش بک نیز فردی شدن را نتیجه فرآیندهای مدرنیزاسیون می‌داند که مستلزم کاهش تأثیر نهادهای ساختمند کننده سنتی جامعه در شکل‌گیری هویت شخصی است (لاپتن، ۱۳۸۰: ۳۰۳)؛ بنابراین بر اساس نظریه نوسازی می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

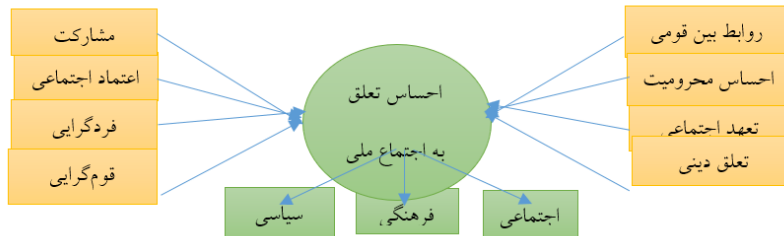
فرضیه ششم: میزان فردگرایی بر احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز تأثیر دارد.

از آنجا که اعتماد اجتماعی، کنش اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و زمینه‌ی اجتماعی باید به نحوی باشد که اعتماد اجتماعی را تقویت کند، بدین ترتیب که فرد بتواند به هموطنان و مسئولان جامعه اعتماد کند و احساس اطمینان خاطر از زندگی در جامعه داشته باشد زیرا اگر مردم در شرایط بی‌اعتمادی زندگی کنند، به روابط اجتماعی خدشه وارد شده و تعلق کاهش می‌یابد و اگر به همدیگر اعتماد نداشته باشند، چگونه می‌شود که به همدیگر دل‌بستگی و وفاداری داشته باشند؟ پس بی‌اعتمادی، موجب انقباض تعلق اجتماعی می‌شود. آنچه از نظریه اعتماد، با پژوهش حاضر، مطابقت دارد این است که عاطفه و وابستگی سبب حس تعلق اجتماعی بیشتر می‌شود. اعتماد، اساس ارتباط عاطفی و تعلق اجتماعی بین مردم است و تعلق اجتماعی سبب تعهد و وفاداری می‌شود. عدم اعتماد به نظام سیاسی، موجب کاهش حس تعلق اجتماعی می‌شود؛ بنابراین بر اساس نظریه اعتماد گیدنز می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

فرضیه هفتم: میزان اعتماد اجتماعی بر احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز تأثیر دارد.

طبق نظر جامعه‌شناسان، هر قدر میزان احساس محرومیت در یک قوم بیشتر باشد و آن قوم احساس کند، فرهنگ و زبان و ارزش‌هایش مورد تعرض و استحاله قرار گرفته است، گرایش به حفظ فرهنگ و آداب و رسوم قومی در آن قوم تشدید می‌شود که در حالت افراطی، این گرایش و تمایل به شکل قوم‌مداری متجلی خواهد شد (قیم، ۱۳۸۰: ۲۱۳)؛ بنابراین بر اساس نظریه محرومیت نسبی می‌توان فرضیه زیر را مطرح نمود:

فرضیه هشتم: میزان احساس محرومیت نسبی بر احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز تأثیر دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق بر اساس چارچوب نظری تحقیق (منبع: یافته‌های نظری تحقیق)

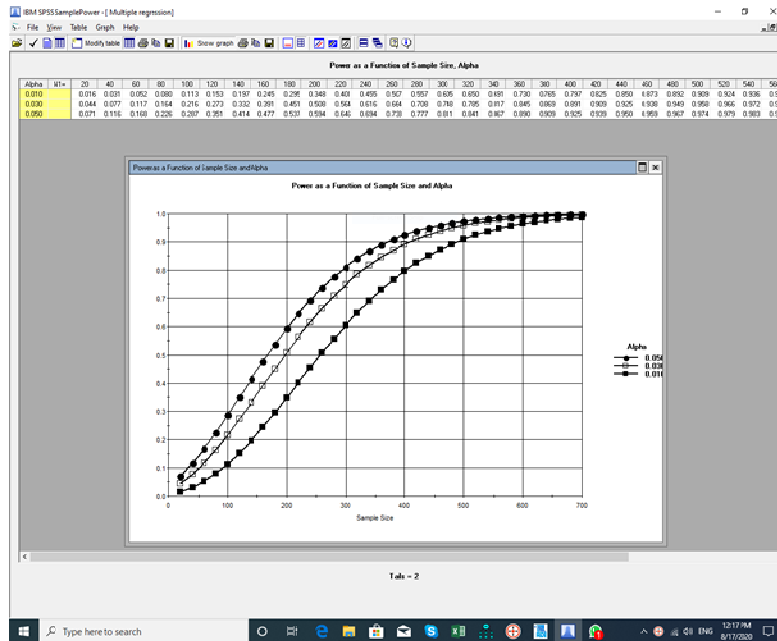
### ۳- روش پژوهش

روش تحقیق حاضر از نوع پیمایشی و کاربردی می‌باشد. جامعه آماری در این تحقیق کلیه سرپرستان خانوارهای ساکن در مناطق هشت گانه شهرداری کلان‌شهر اهواز، شامل: قومیت‌های مختلف (عرب، فارس، لر، ترک، کرد و سایر قومیت‌ها) می‌باشد. لذا در پژوهش حاضر، جامعه آماری بر اساس آخرین سرشماری در سال ۱۳۹۵، برابر اعلام مرکز آمار ایران تعداد سرپرستان خانوار در کلان‌شهر اهواز ۳۳۱۵۵۶ نفر می‌باشد. با استفاده از نرم‌افزار sample power، سطح معنی‌داری (۰/۰۱)، توان آزمون (۹۰٪) و R-squared (۱۰٪) حجم نمونه ۵۰۰ نفر در نظر گرفته شد که نتایج آن در جدول شماره ۱ و همچنین در نمودار شماره ۱ قابل مشاهده است.

جدول ۱- برآورد حجم نمونه بر اساس نرم‌افزار سمپل پاور (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

Power as a Function of Sample Size, Alpha	
Tail = 2	
Alpha	N
0.10	20 40 60 80 100 120 140 160 180 200 220 240 260 280 300 320 340 360 380 400 420 440 460 480 500 520 540 560 580 600 620 640 660 680 700
0.10	0.016 0.021 0.022 0.026 0.030 0.033 0.035 0.037 0.039 0.041 0.042 0.044 0.045 0.046 0.047 0.048 0.049 0.050 0.051 0.052 0.053 0.054 0.055 0.056 0.057 0.058 0.059 0.060 0.061 0.062 0.063 0.064 0.065 0.066 0.067 0.068 0.069 0.070 0.071 0.072 0.073 0.074 0.075 0.076 0.077 0.078 0.079 0.080 0.081 0.082 0.083 0.084 0.085 0.086 0.087 0.088 0.089 0.090 0.091 0.092 0.093 0.094 0.095 0.096 0.097 0.098 0.099 0.100
0.05	0.071 0.116 0.158 0.226 0.287 0.351 0.414 0.477 0.537 0.594 0.646 0.694 0.738 0.777 0.811 0.841 0.867 0.890 0.908 0.925 0.938 0.950 0.959 0.967 0.974 0.979 0.983 0.987 0.989 0.992 0.993 0.995 0.996 0.997 0.998 0.999

مدل یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق ...



نمودار ۱- برآورد حجم نمونه بر اساس نرم افزار سمپل پاور (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

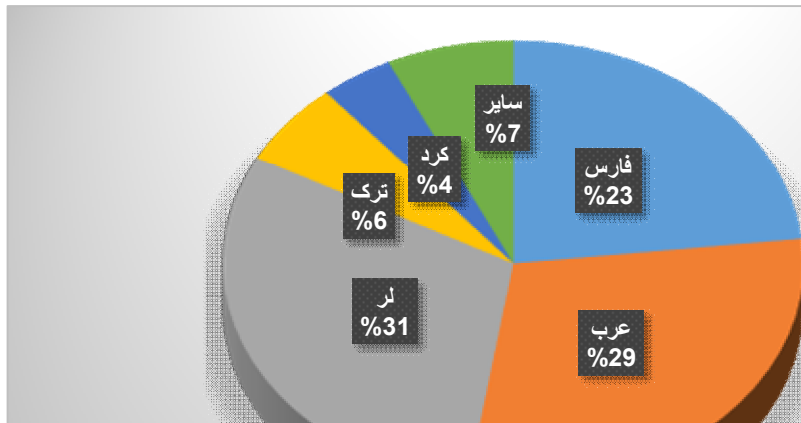
در این تحقیق جهت نمونه‌گیری به دلیل نبود آمار دقیقی از بافت قومیتی در شهر اهواز، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده نمودیم؛ بنابراین، بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای، ابتدا فهرستی از تمامی مناطق هشت‌گانه شهرداری کلان‌شهر اهواز تهیه و سپس از میان آن‌ها بر اساس منطقه جغرافیایی با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده پنج منطقه (یک، دو، چهار، شش و هفت) به عنوان خوشه‌ها انتخاب شده و در مرحله بعد، در درون هر منطقه انتخاب شده مجدداً بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۵۰۰ نفر (از هر منطقه تعداد ۱۰۰ نفر) به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای بود که روایی صوری و محتوی آن توسط اساتید صاحب‌نظر جامعه‌شناسی و روایی سازه‌ای آن از طریق تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفت و ضریب پایایی آن در یک مطالعه مقدماتی از طریق الفای کرونباخ صورت گرفت (۰/۷۵). در پژوهش حاضر از پرسشنامه ۹۸ سوالی محقق‌ساخته استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۱۱ بُعد بوده که متغیرهای تحقیق را

مورد پوشش قرار داده است. طیف پاسخگویی آن از نوع لیکرت بوده است. برای به دست آوردن امتیاز مربوط به هر بُعد، مجموع امتیازات سوالات مربوط به آن بُعد با هم جمع نموده و برای به دست آوردن امتیاز کلی پرسشنامه، مجموع امتیازات همه سوالات با هم جمع شده است.

### ۴- تحلیل تجربی

بر اساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه، ۳ درصد از افراد پاسخ دهنده بین ۲۴-۲۰ سال سن داشتند، ۹ درصد بین ۲۹-۲۵ سال، ۱۵ درصد بین ۳۴-۳۰ سال، ۱۷ درصد بین ۳۹-۳۵ سال، ۱۸ درصد بین ۴۴-۴۰ سال، ۱۲ درصد بین ۴۹-۴۵ سال، ۱۰ درصد بین ۵۴-۵۰ سال، ۵ درصد بین ۵۹-۵۵ سال، ۱۰ درصد ۶۰ سال و بالاتر سن داشتند. ۸۵ درصد از افراد پاسخ دهنده را مردان و ۱۵ درصد آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهد. ۲۹ درصد افراد پاسخ دهنده دارای قومیت، عرب، ۳۰ درصد لر، ۲۳ درصد فارس، ۶ درصد ترک، ۴ درصد کرد و ۷ درصد سایر قومیت‌ها بودند. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب قومیت در نمودار شماره ۲ نشان داده شده است.



نمودار ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب قومیت (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

برای آزمون کردن فرضیه‌های تحقیق از روش معادلات ساختاری در نرم‌افزار Amos25 استفاده می‌شود. در این قسمت تحلیل‌های مربوط به برازش مدل مفهومی در نرم‌افزار AMOS بررسی می‌شوند: ابتدا مدل مفهومی تحقیق ارائه و سپس بر اساس این

مدل یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق ...

مدل مفهومی تحلیل ساختاری صورت گرفت پیش از آزمون فرضیه‌های تحقیق، ابتدا می‌بایست نرمال بودن یا نبودن داده‌ها اطمینان حاصل نمود. برای بررسی فرض نرمال بودن از آزمون K-S، استفاده شده است. در مورد آزمون K-S چنانچه سطح معناداری از ۵ درصد بیشتر باشد متغیر نرمال می‌باشد و در غیر این صورت داده‌ها غیر نرمال می‌باشند. با توجه به جدول ۲ داده‌ها از توزیع نرمال پیروی می‌کنند.

جدول ۲- آزمون کلموگروف-اسمیرنوف متغیرهای پژوهش (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

نتیجه	سطح معنی داری	پارامترهای توزیع نرمال		متغیر
		انحراف معیار	میانگین	
نرمال است	۰/۶۷۶	۰/۵۳۳۲۲	۴/۱۶۱۸	اجتماعی
نرمال است	۰/۹۰۳	۰/۵۲۳۷۵	۴/۱۷۱۲	فرهنگی
نرمال است	۰/۶۸۰	۰/۷۹۲۸۷	۳/۵۹۳۴	سیاسی
نرمال است	۰/۷۰۰	۰/۶۷۷۶۷	۳/۴۸۲۱	مشارکت اجتماعی
نرمال است	۰/۵۲۰	۰/۷۱۰۱۰	۴/۳۹۷۰	تعلق دینی
نرمال است	۰/۱۰۰	۰/۴۰۰۸۰	۳/۰۷۴۵	تعهد اجتماعی
نرمال است	۰/۳۰۴	۰/۵۷۵۲۹	۴/۱۶۵۳	روابط بین قومی
نرمال است	۰/۲۸۷	۰/۷۲۰۲۰	۳/۴۸۶۸	قوم‌گرایی
نرمال است	۰/۶۰۰	۰/۴۷۶۴۸	۳/۸۷۲۳	فردگرایی
نرمال است	۰/۱۵۹	۰/۵۹۴۸۳	۲/۹۴۱۱	اعتماد اجتماعی
نرمال است	۰/۲۵۷	۰/۶۶۲۴۴	۰/۰۷۹۱	احساس محرومیت نسبی

آزمون فرضیه‌های تحقیق

برای آزمون کردن فرضیه‌های فرعی تحقیق از روش معادلات ساختاری به صورت برازش مدل در اشکال (۲) و (۳) استفاده شده است. جدول شاخص‌های برازش به صورت زیر می‌باشد. با توجه به جدول ۳ روایی مدل تأیید می‌گردد.



جدول ۳- شاخص‌های برازش مدل ساختاری تحقیق (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

نام شاخص	حد مجاز	مقدار به دست آمده
$\chi^2/df$ (تای دو برابر درجه ی آزادی)	کمتر یا مساوی ۳	۲.۷۴
	GFI <sup>1</sup> (نیکویی برازش)	بین ۰.۵ تا ۱
RMSEA <sup>2</sup> (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)	بین ۰ و ۱	۰.۰۵۹
	CFI <sup>3</sup> (شاخص برازش مقایسه ای - تعدیل یافته)	بالتر از ۰/۹

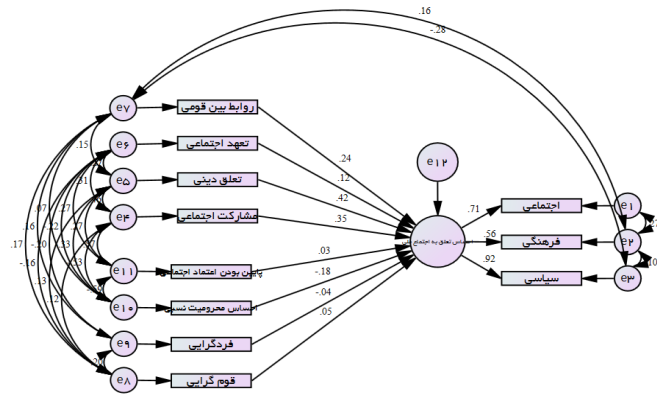
همان گونه در جدول (۳) مشاهده می‌شود، شاخص‌های برازش مدل ساختاری تحقیق در حد مطلوب قرار دارند. همچنین در جدول (۴) مشاهده می‌شود. همه گویه‌ها در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار می‌باشند. معناداری گویه‌ها بالاتر بودن عدد معناداری از  $\pm 1/96$  است.

در شکل (۲) ضریب مسیر بین متغیرهای مدل بر روی هر مسیر که متناظر با فرضیات پژوهش است، قابل مشاهده است. این ضریب مسیر استاندارد عددی است بین ۱ و -۱ که در مدل فوق علامت مثبت آن‌ها نشان از وجود رابطه مثبت بین متغیرهای تحقیق دارد. به عنوان مثال بین روابط بین قومی و احساس تعلق به اجتماع ملی ضریب مسیر ۰.۲۴ به دست آمده است؛ اما آیا این ضریب به لحاظ آماری معنادار است؟ برای پاسخ به این سوال از مقدار آماره تی-استیودنت متناظر با هر ضریب استفاده می‌کنیم که این مقادیر در جدول بعدی قابل مشاهده است.

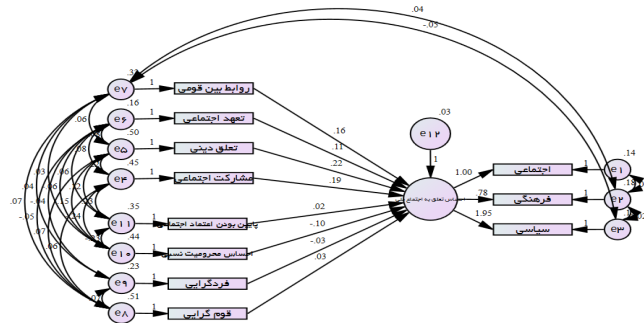
باتوجه به شکل (۲) نتایج حاصل از ارزیابی مدل ساختاری پژوهش در جدول (۴) گزارش شده است:

- 1 - Goodness of Fit Index (GFI)
- 2 - Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
- 3 - Comparative Fit Index (CFI)

مدل یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق ...



شکل ۲- مدل ساختاری برازش داده شده با (مدل استاندارد) (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)



شکل ۳- مدل ساختاری برازش داده شده (مدل غیراستاندارد)

(منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

جدول ۴ - شاخص نتایج حاصل از ارزیابی برازش مدل ساختاری

(پژوهش منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

نتیجه	سطح معنی داری	ضریب آماری	ضریب مسیری	مسیر فرضیه	روابط بین قومی
تأیید	***	۰/۵۵۶	۰/۲۳۶	< ---	احساس تعلق به اجتماع ملی
تأیید	***	۰/۶۵۹	۰/۱۱۶	< ---	احساس تعلق به اجتماع ملی
تأیید	***	۰/۲۸۵	۰/۴۱۷	< ---	احساس تعلق

		۱۰	۰	به اجتماع ملی		
تأیید	***	۳۴۴	۳۵۱	احساس تعلق	<	مشارکت اجتماعی
		۸	۰	به اجتماع ملی	---	
رد	۰/۳۸۲	۱۸۷۵	۰/۳۳	احساس تعلق	<	اعتماد اجتماعی
		۰	۰	به اجتماع ملی	---	
تأیید	***	۱۷۳۶	۱۸۱	احساس تعلق	<	احساس محرومیت نسبی
		-۴	-۰	به اجتماع ملی	---	
رد	۰/۲۲۸	۲۰۵	۰/۳۶	احساس تعلق	<	فردگرایی
		-۱	-۰	به اجتماع ملی	---	
رد	۰/۰۸۴	۱۷۳۰	۰/۵۳	احساس تعلق	<	قوم گرایی
		۱	۰	به اجتماع ملی	---	

همان‌طور که در جدول (۴) مشاهده می‌کنید، آماره t بزرگ‌تر از عدد ۱/۹۶ هستند که این یعنی تمام ضرایب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادارند. برای تصمیم‌گیری در مورد فرضیات هم باید از روی همین مقادیر تصمیم‌گیری کنیم. برای این که فرضیه‌ای در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار گیرد، باید مقدار آماره t متناسب با آن آزمون بالاتر از عدد ۱.۹۶ باشد؛ بنابراین برای آزمون فرضیه‌ها داریم:

۱- سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برای متغیرهای روابط بین قومی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۰۰۱) با عدد معنی‌داری (۴/۵۶) می‌باشد. چون سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده کوچک‌تر از (۰/۰۵) می‌باشد، رابطه بین دو متغیر تأیید می‌شود و میزان اثرگذاری روابط بین قومی روی احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۲۴) می‌باشد.

۲- سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برای متغیرهای تعهد اجتماعی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۰۰۱) با عدد معنی‌داری (۳/۶۶) می‌باشد. چون سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده کوچک‌تر از (۰/۰۵) می‌باشد، رابطه بین دو متغیر تأیید می‌شود و میزان اثرگذاری تعهد اجتماعی روی احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۱۲) می‌باشد.

۳- سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برای متغیرهای تعلق دینی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۰۰۱) با عدد معنی‌داری (۱۰/۲۸) می‌باشد. چون سطح معنی‌داری

به دست آمده کوچکتر (۰/۰۵) از می باشد، بنابراین رابطه بین دو متغیر تأیید می شود و میزان اثرگذاری تعلق دینی روی احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۴۲) می باشد.

۴- سطح معنی داری به دست آمده برای متغیرهای مشارکت اجتماعی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۰۰۱) با عدد معنی داری (۸/۳۴) می باشد. چون سطح معنی داری به دست آمده کوچکتر از (۰/۰۵) می باشد، بنابراین رابطه بین دو متغیر تأیید می شود و میزان اثرگذاری مشارکت اجتماعی روی احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۳۵) می باشد.

۵- سطح معنی داری به دست آمده برای متغیرهای پایین بودن اعتماد اجتماعی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۳۸) با عدد معنی داری (۰/۸۷) می باشد. چون سطح معنی داری به دست آمده بزرگتر از (۰/۰۵) می باشد، بنابراین رابطه بین دو متغیر تأیید نمی شود.

۶- سطح معنی داری به دست آمده برای متغیرهای احساس محرومیت نسبی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۰۰۱) با عدد معنی داری (۴/۷۴) می باشد. چون سطح معنی داری به دست آمده کوچکتر از (۰/۰۵) می باشد، بنابراین رابطه بین دو متغیر تأیید می شود و میزان اثرگذاری محرومیت نسبی روی احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۱۸-) می باشد.

۷- سطح معنی داری به دست آمده برای متغیرهای فردگرایی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۲۲۸) با عدد معنی داری (۱/۲۰۵) می باشد. چون سطح معنی داری به دست آمده بزرگتر از (۰/۰۵) می باشد، بنابراین رابطه بین دو متغیر تأیید نمی شود.

۸- سطح معنی داری به دست آمده برای متغیرهای قوم گرایی و احساس تعلق به اجتماع ملی برابر (۰/۰۸) با عدد معنی داری (۱/۷۳) می باشد. چون سطح معنی داری به دست آمده بزرگتر از (۰/۰۵) می باشد، بنابراین رابطه بین دو متغیر تأیید نمی شود.

آزمون فرضیه های زمینه ای پژوهش

در این قسمت فرضیه ها به تفکیک نوع متغیر کیفی (دو حالتی و حداقل سه حالتی) به ترتیب از آزمون t-test دونمونه ای و آنالیز تجزیه واریانس (ANOVA) به دلیل نرمال بودن متغیر وابسته استفاده شده است.

**فرضیه اول:** میزان احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان شهر اهواز در دو گروه

مردان و زنان متفاوت است.

میانگین متغیر در بین جنسیت مردان برابر (۳/۹۹) و در بین جنسیت زنان برابر (۳/۸۶) می باشد که میانگین این متغیر در بین مردان بیشتر از زنان می باشد.  
جدول ۵- شاخص‌های توصیفی آزمون تی (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

متغیر	جنسیت	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
احساس تعلق به اجتماع ملی	مرد	۴۲۵	۳/۹۹۶۵	۰/۵۲۶۸۵	۰/۰۲۵۵۶
	زن	۷۵	۳/۸۵۶۷	۰/۴۸۶۶۴	۰/۰۵۶۱۹

آزمون لون فرض برابری واریانس را تأیید کرد، چون سطح معنی داری به دست آمده از این آزمون برابر (۰/۷۱) بوده که از (۰/۰۵) بزرگ تر می باشد. از طرف دیگر سطح معنی داری آزمون T در ردیف تأیید برابری واریانس برابر (۰/۰۳) با مقدار (۲/۱۴) بوده که اختلاف این متغیر در بین زنان و مردان تأیید می شود.

جدول ۶- نتایج آزمون تی نمونه‌های مستقل (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

شاخص	آزمون لون برابری واریانس‌ها		آزمون تی برای مقایسه میانگین متغیر وابسته بین دو گروه			
	آماره f لوین	سطح معنی داری	آماره تی	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین‌ها استاندارد
احساس تعلق به اجتماع ملی	۰/۱۳۴	۰/۷۱۴	۲/۱۴۳	۴۹۸	۰/۰۳۳	۰/۱۳۹۸۳
فرض برابری واریانس						
فرض عدم برابری واریانس			۲/۲۶۵	۱/۹۸۰	۰/۰۲۶	۰/۱۳۹۸۳

تفاوت مشاهده شده از لحاظ آماری معنادار می باشد. لذا این فرضیه که بیان می کند میزان احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان شهر اهواز در دو گروه مردان و زنان متفاوت است، مورد تأیید قرار می گیرد؛ بنابراین، نتایج میزان احساس تعلق به اجتماع ملی با توجه به جنسیت متفاوت می باشد.

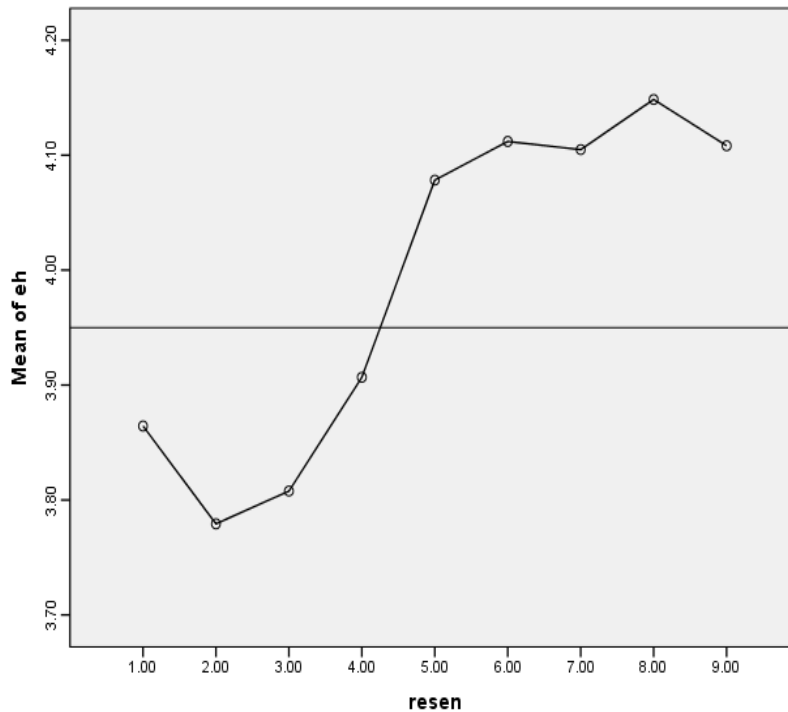
مدل یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق ...

**فرضیه دوم:** میزان احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز با توجه به سن افراد متفاوت است.

با توجه به جدول و نمودار زیر از روش ANOVA چنین نتیجه می‌شود که آماره F با درجه آزادی ۸ و ۴۹۱ برابر (۴/۴۳) با سطح معنی‌داری (۰/۰۰۱) به دست آمده است. چون سطح معنی‌داری به دست آمده کوچک‌تر از (۰/۰۵) می‌باشد، بنابراین فرض میانگین متغیر احساس تعلق به اجتماع ملی به تفکیک سن با هم برابر نیستند. لذا این فرضیه که بیان می‌کند میزان احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز با توجه به سن افراد متفاوت است، تأیید می‌شود، بدین معنی که افراد دارای سنین بالاتر دارای میزان احساس تعلق به اجتماع ملی بیشتری دارند.

جدول ۷- نتایج آزمون تحلیل واریانس (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

مجموع	درجه آزادی	میانگین	آماره فیشر	سطح معنی‌داری
مربعات		مربعات		
۸/۹۵	۸	۱/۱۲	۴/۴۳	۰/۰۰۱
۱۲۴	۴۹۱	۰/۲۵۳		
۱۳۳	۴۹۹			



نمودار ۳- مقایسه میانگین احساس تعلق به اجتماع ملی افراد در سنین مختلف

(منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

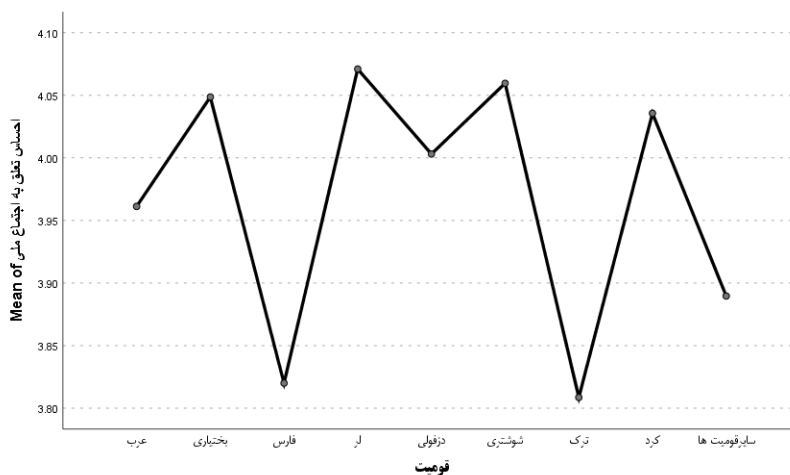
**فرضیه سوم:** احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز با توجه به قومیت افراد متفاوت است.

با توجه به جدول و نمودار زیر از روش ANOVA چنین نتیجه می‌شود که آماره F با درجه آزادی ۸ و ۴۹۱ برابر (۱/۶۶) با سطح معنی‌داری (۰/۱۰۶) به دست آمده است. چون سطح معنی‌داری به دست آمده بزرگ‌تر از (۰/۰۵) می‌باشد، بنابراین فرض میانگین متغیر احساس تعلق به اجتماع ملی به تفکیک قومیت با هم برابر نیستند، رد می‌شود. تفاوت مشاهده‌شده از لحاظ آماری معنادار نمی‌باشد. لذا این فرضیه که بیان می‌کند، احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز با توجه به قومیت افراد متفاوت است، مورد تأیید قرار نمی‌گیرد.

مدل یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق ...

جدول ۸- نتایج آزمون تحلیل واریانس (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

سطح معنی داری	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین آماره فیشر مربعات	معنی داری
بین گروهی	۳/۵۸۸	۸	۰/۴۴۸	۰/۱۰۶
درون گروهی	۱۳۲/۸۷۳	۴۹۱	۰/۲۷۱	
کل	۱۳۶/۴۶۱	۴۹۹		



نمودار ۴- مقایسه میانگین احساس تعلق به اجتماع ملی افراد در اقوام مختلف (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

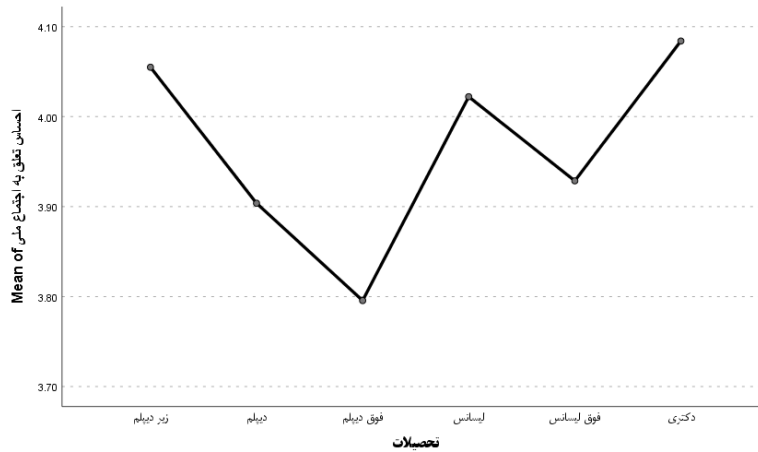
فرضیه چهارم: احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز با توجه به سطح تحصیلات متفاوت است.

با توجه به جدول و نمودار زیر از روش ANOVA چنین نتیجه می‌شود که آماره F با درجه آزادی ۵ و ۴۸۶ برابر ۳۰۱ با سطح معنی‌داری ۰۰۱۱ به دست آمده است. چون سطح معنی‌داری به دست آمده کوچک‌تر از (۰/۰۵) می‌باشد، بنابراین میانگین متغیر احساس تعلق به اجتماع ملی به تفکیک تحصیلات با هم متفاوتند.



جدول ۹- نتایج آزمون تحلیل واریانس (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

سطح معنی داری	میانگین آماره فیشر	مربعات میانی	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰/۰۱۱	۳/۰۱۳	۰/۸۱۱	۵	۴/۰۵۶	بین گروهی
		۰/۲۶۹	۴۸۶	۱۳۰/۸۵۶	درون گروهی
			۴۹۱	۱۳۴/۹۱۲	کل



نمودار ۵- مقایسه میانگین احساس تعلق به اجتماع ملی افراد در سطح تحصیلات مختلف (منبع: یافته‌های کمی حاصل از تحقیق)

## ۵. نتیجه گیری

کشور ایران به عنوان کشوری چند قومی است و با سابقه تمدنی بی نظیر، همواره در گستره فرهنگی خود با تعدد خرده فرهنگ‌های مختلف مواجه بوده است. تنوع و ویژگی اجتماع انسانی است. در میان اجتماعات امروزی بشر نمی توان اجتماعی را یافت که افراد آن از همه جهت با هم همانند باشند. امروزه نه امکان از میان بردن تنوع و یکدست سازی اجتماعات انسانی وجود دارد و نه چنین امری ضرورت دارد؛ بنابراین تنوع به عنوان امر ضروری و اجتناب ناپذیر اجتماعات انسانی در عصر کنونی مورد پذیرش است

(قیصری، ۱۳۸۶: ۵۱)؛ بنابراین، احساس تعلق به اجتماع ملی، اساس اشتراک و پیوند مردم یک ملت می‌باشد. اگر در جامعه‌ای احساس تعلق به اجتماع ملی ضعیف گردد به تدریج از هم‌گسیختگی و آشفتگی اجتماعی به وجود می‌آید. بدیهی است چنین جامعه‌ای شرایط همبستگی ملی را نخواهد داشت.

با توجه به ساختار جامعه شهری کلان‌شهر اهواز و تنوع قومیتی آن و سطح توسعه آن به عنوان یک جامعه در حال گذار، هرگونه برنامه‌ریزی جهت پیشرفت و توسعه، بدون توجه به احساس تعلق به اجتماع ملی فاقد پشتوانه علمی خواهد بود. بر اساس مشاهدات و مطالعات انجام شده تنوع قومیتی کلان‌شهر اهواز را به محل تلاقی فرهنگ‌های مختلف تبدیل کرده و شدت یابی هویت قومی را نشان می‌دهد تنوع قومیتی در کلان‌شهر اهواز هم می‌تواند مرکز تعامل اقوام باشد و هم اختلافات قومی و زبانی، در بین قومیت‌های مختلف آن می‌تواند موجبات تنش و تعارضات اجتماعی را فراهم کند. نتایج حاصل از وضعیت احساس تعلق به اجتماع ملی در کلان‌شهر اهواز نشان می‌دهد که ۵۸/۳ درصد احساس تعلق به اجتماع ملی آن‌ها در سطح قوی و ۳۴/۳ درصد در سطح متوسط و ۷/۴ درصد احساس تعلق به اجتماع ملی آن‌ها در سطح ضعیف می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری نشان داد که به ترتیب متغیرهای تعلق دینی با ضریب مسیر (۰/۴۲)، مشارکت اجتماعی با ضریب مسیر (۰/۳۵)، روابط بین قومی با ضریب مسیر (۰/۲۴)، احساس محرومیت نسبی با ضریب مسیر (۰/۱۸-) و تعهد اجتماعی با ضریب مسیر (۰/۱۲) در سطح معناداری (۰/۰۰۱) تأیید شده و بیشترین تأثیر را بر احساس تعلق به اجتماع ملی داشته‌اند. می‌توان گفت، هم‌پوشانی برخی از شاخص‌ها و مؤلفه‌های تعلق ملی و تعلق قومیتی، مانند دین، سرزمین، زبان مشترک و ... باعث گردد که افراد با قومیت‌های متنوع هم‌زمان به تعلق قومی و ملی گرایش داشته باشند. اکثر تحقیقات انجام شده در این زمینه نیز علی‌رغم تفاوت در مقیاس‌ها به نتایج کم‌و‌بیش یکسانی دست یافته‌اند. یافته‌های این پژوهش با تحقیق، بهشتی و حق مرادی (۱۳۹۶)، قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) که از بالا بودن میزان هویت ملی در بین تنوع قومیتی در ایران حکایت دارد و نیز با پژوهش حاجیانی (۱۳۸۷) که میزان هویت ملی را در بین اقوام مختلف در سطح بالا نشان می‌دهد همسو می‌باشد. همچنین یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیقات، صادقی و همکاران (۱۳۹۸)، احمدی و گنج‌خانلو (۱۳۹۴) و بیدل و محمودزاده (۱۳۹۰) مطابقت

دارد. جهت تبیین این نتایج می‌توان گفت که ایران سرزمینی با گروه‌های قومی گوناگون است که با همه گونه‌گونی به سبب همزیستی تاریخی اجتماعی طولانی در سرزمین ایران در برخی وجوه، قرابت‌ها و اشتراکاتی دارند که آن‌ها را به یکدیگر نزدیک می‌کند و میان مردم آن‌ها یک همبستگی فرهنگی و یک باور و آرمان جمعی پدید می‌آورد. این همبستگی فرهنگی تنیده با تار و پود باورها و آرمان‌های جمعی، فرهنگ ملی یا وحدت ملی ایرانیان را در پهنه جغرافیای سیاسی سرزمین ایران جلوه‌گر می‌سازد و قوم‌های متشکله ملت ایران را به هم می‌پیوندد و وحدت ملی را به مفهوم فرهنگی آن پدید می‌آورد؛ بنابراین توجه بیشتر به ارزش‌های اقوام ایرانی به‌عنوان میراث فرهنگی و وطنی موجب تقویت همبستگی و انسجام ملی و توجه بیشتر به ارزش‌ها و باورهای ملی خواهد شد.

### پیشنهادهای کاربردی

۱. پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاری قومی و مدیریت حرفه‌ای مناسب انجام شود تا بتوان در جهت تحکیم و ارتقاء احساس تعلق به اجتماع ملی گام برداشت.
۲. توجه بیشتر به توسعه موزون در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی اقوام، در راستای افزایش احساس تعلق به اجتماع ملی.
۳. تلاش در جهت مشارکت اجتماعی اقوام، توجه به زبان، آداب اقوام، بهره‌گیری از نخبگان قومی در مناصب و مشاغل اداری، از نقاط موفقیت‌آمیز سیاست‌های قومی در ایران بوده که در افزایش احساس تعلق به اجتماع ملی تأثیرگذار می‌باشد.
۴. مدیریت تنوع قومی و مذهبی در ایران و سیاست‌گذاری متناسب با آن جهت افزایش احساس تعلق به اجتماع ملی.
۵. برای کاهش احساس محرومیت نسبی در بین قومیت‌ها، توزیع عادلانه‌ی اعتبارات و امکانات عمرانی و رفاهی در مناطق متنوع قومیتی و اجرایی شدن اصل ۴۴ قانون اساسی و تلاش بیشتر در رفع محرومیت می‌تواند در رفع بسیاری از آسیب‌های موجود و یا احتمالی مؤثر واقع شود.

## منابع

- احمدی، حمید و مصدق، گنج خانلو (۱۳۹۳). رابطه هویت ملی و هویت قومی بین جوانان شهر زنجان، فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، سال ششم، شماره ۴۰: ۶۲-۹۹.
- احمدی، حمید (۱۴۰۰). قومیت و قوم‌گرایی در ایران از افسانه تا واقعیت، تهران: نی.
- ازکیا، مصطفی؛ حسینی راد، کریم (۱۳۸۸). نقش اعتماد اجتماعی در مشارکت مردم در طرح‌های توسعه روستایی، پژوهشنامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره ۱: ۷-۲۷.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۹۵). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، چاپ سوم، تهران: کویر.
- برتون، رولان (۱۳۹۶). قوم‌شناسی سیاسی، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نی.
- بیدل، پری‌ناز و محمود زاده، علی‌اکبر (۱۳۹۱). احساس تعلق به ایران در میان اقوام ایرانی، مطالعه موردی شهر مشهد، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره ۲: ۲۵-۴۰.
- پاتنام، رابرت (۱۳۹۲). دموکراسی و سنت‌های مدنی، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران، دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- پورافکاری، نصرالله (۱۳۸۹). چالش‌ها و فرصت‌های توسعه پایدار در شوشتر، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، دوره ۴، شماره ۱۱: ۵۵-۱۰۲.
- توسلی، غلامعباس (۱۴۰۰). نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: سمت.
- جلالی، مهدی (۱۳۹۷). بررسی تطبیقی هویت قومی و هویت ملی در میان دانش‌آموزان ترک آذری‌زبان و کردزبان (مطالعه موردی شهرستان میاندوآب)، فصلنامه علمی مطالعات میان فرهنگی، دوره ۱۳، شماره ۳۷: ۷۱-۹۳.
- جوکار، محمداصداق (۱۳۸۶). بررسی هویت ملی و ارتباط هویت و ملیت ایرانی اسلامی در فرخناهی تاریخ، سایت روزنامه‌ک.
- چلبی، مسعود؛ یزدانی نسب، محمد (۱۳۹۱). بررسی تطبیقی-کمی اثر سیاست‌های قومی بر تضاد قومی و شیوه بروز آن ۱۹۹۵-۲۰۰۴، مجله تحلیل اجتماعی، ۱۳۹۰(۲): ۴۷-۷۷.
- چلبی، مسعود (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظم اجتماعی، چاپ هشتم، تهران: نی.
- حیدری، احسان؛ آذین، احمد؛ چیت‌ساز، محمدعلی (۱۳۹۷). بررسی جامعه‌شناختی عوامل بازدارنده اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر توسعه پایدار شهری در کلان‌شهر اهواز، رساله

- دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان.
- دامن‌باغ، مرتضی؛ فرهمند، مهناز؛ جوادیان، سید رضا (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مؤلفه‌های فرهنگی و تعلق ملی در بین شهروندان شهر یزد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد.
- دورکیم، امیل (۱۳۹۳). خودکشی، ترجمه ناصر سالار زاده، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- رضایی، عبدالعلی (۱۳۷۵). مشارکت اجتماعی هدف یا ابزار توسعه، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، سال سیزدهم، شماره ۱۰۹ و ۱۱۰: ۵۴-۶۳.
- سامووار، لاری؛ پورتر، ریچارد؛ استفانی، لیزا (۱۳۷۹). ارتباط بین فرهنگ‌ها، ترجمه غلامرضا کیانی و سید اکبر میرحسینی تهران: انتشارات باز.
- صادقی جعفری، جوادی؛ یزدخواستی، بهجت؛ اجتهادی، مصطفی (۱۳۹۷). تحلیلی بر احساس تعلق مردم به جامعه در حال تغییر ایران و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر تهران)، مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۹(۱): ۳-۲۶.
- صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۸). انسجام ملی و تنوع فرهنگی، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- عشایری، طاها؛ ذوالفقاری، اکبر؛ نامیان، فاطمه و حسین زاده، الهام. (۱۳۹۷). تبیین جامعه‌شناختی هویت ملی ایرانیان، مطالعات میان فرهنگی، ۱۳(۳۷): ۳۷-۶۳.
- فرهادی، عزیز؛ احمدی، حمید؛ سینایی، سید عطاءالله (۱۴۰۰). نقش لرها در تقویت هویت ملی در عصر پهلوی با تأکید بر مؤلفه زبان فارسی، ۲۲(۸۸): ۹۱-۱۱۰.
- فرهمند، مهن؛ سعیدی مدنی، سید محسن؛ سهندی خلیفه کندی، مهناز (۱۳۹۴). مطالعه تطبیقی انسجام اجتماعی بین دو قومیت آذری و گُرد، مورد مطالعه شهرهای سندج و تبریز، بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۱۶(۱): ۹۵-۱۲۲.
- قیصری، نورالله (۱۳۸۶). تنوع فرهنگی و وحدت ملی در ایران: الزامات نظری و رهیافتی، پژوهشکده مرکز تحقیقات استراتژیک، ۸(۲۹): ۵۱-۸۴.
- قیم، عبدالنبی (۱۳۸۰). نگاهی جامعه‌شناختی به زندگی و فرهنگ مردم عرب خوزستان، فصلنامه مطالعات ملی، سال ۲(۷): ۱۸۷-۲۲۵.
- کاروانی، عبداللطیف؛ غفاری‌نسب، اسفندیار (۱۳۹۸). هویت ملی و هویت قومی در

مدل یابی ساختاری عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر احساس تعلق ... ..

زیست جهان دانشجویان بلوچ مقاله، مسائل اجتماعی ایران پاییز و زمستان ۱۳۹۸، ۱۰(۲): ۲۴۱-۲۱۷.

- کائوتری، هونین (۱۳۷۹). مشارکت در توسعه، ترجمه هادی غیرائی و داود طبائی، تهران: روش.

- لاپتن، دبوراً (۱۳۸۰). بیم و مدرنیزاسیون تأملی، ترجمه مریم رفعت جاه، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۸: ۲۹۲-۳۱۵.

- مارشال، گوردون (۱۳۸۸). فرهنگ جامعه‌شناسی، ترجمه حمیرا مشیری زاده، تهران: میزان.

- مظاهری، محمدعلی؛ مینا کاری، محمود؛ صادقی، منصوره سادات (۱۳۸۷). مقایسه دل‌بستگی ملی در ایرانیان مقیم کانادا، متقاضی مهاجرت به کانادا و ساکن تهران، مجله روانشناسی، ۱۲(۲): ۱۶۹-۱۵۴.

- مفرح، فاطمه؛ ابراهیم‌زاده، حسین؛ هاشمی‌زهی، نوروز؛ اشتیری، اباذر (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر تعلق شهروندان تهران بر محله جامعه مورد مطالعه: ساکنان بالای ۱۸ سال منطقه ۲۲ تهران، فصلنامه مدیریت شهری، ۱۲(۳۷): ۱۵۱-۱۶۴.

- یازرلو، رضا؛ سوسرایی، بتول (۱۳۹۹). رابطه هویت ملی و هویت قومی و بررسی وضعیت این دو متغیر بر اساس برخی متغیرها در بین دانش آموزان مقطع متوسطه نظری گنبد کاووس، علوم اجتماعی (دانشگاه آزاد شوشتر)، ۱۴(۴۸): ۳۴-۵۰.

- Burke, N. (2007). Identity Process and Globalization. Northern Illinois University. Callan, Eamonn (2006), Love, identity and patriotism, Social theory and practice, Vol 32, No 4.

- Molina, L. E., Phillips, N. L., & Sidanius, J. (2015). National and Ethnic Identity in the Face of Discrimination: Ethnic Minority and Majority Perspective, Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology, 21 (2): 225-236.

- Phinney, J. S. (1990). Ethnic Identity in Adolescents and Adults: Review OF Research Psychological, Bulletin Vol. 108, No. 3.

- Pollini, G. (2000). Social Belonging Second Edition E.F. Borgatta R J. Montgomery Encyclopedia of Sociology.

- Rose, R. (1999). getting Things Done in an Anti modern Society: social capital Networks in Russia. in Dasgupta & Serageldin. Pp 71-147.

- Sanina, A. (2012). Competing for a Citizen: "Visible" and "Invisible" Forms of State Identity in Russia", Journal of Eurasian Studies, 3 (2):

126-146.

- Singh, M. (1997). Commitment Among Autonomous Agents in Information-rich Environment. In preceding of the 8th AOTP04 Workshop on Modeling Autonomous Agent in a Multi-agent World(MAAMAW), pp. 141-155.

-Weber, Max. (1978). Economy and Society, University of California Press.

