



<https://ssoss.ui.ac.ir/?lang=en>

Strategic Research on Social Problems in Iran
E-ISSN: 2645-7539
Vol. 11, Issue 3, No.38, Autumn 2022, pp. 39-66
Received: 25.05.2022 Accepted: 30.10.2022

Research Paper

Structural Modeling of Cultural, Social, and Political Factors Affecting Inter-Ethnic Convergence in Ahvaz

Masoumeh Bagheri* 

Associated Professor, Department of Sociology, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran
m.bagheri@scu.ac.ir

Abdolreza Navah

Associated Professor, Department of Sociology, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran
navah-a@scu.ac.ir

Hadis Shojaei Barjoei

Master of Sociology, Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran
nazgolzm6677@gmail.com

Introduction

Iran is a multi-ethnic country and this has made paying attention to ethnic issues always one of the concerns of policy-makers and officials. Paying attention to the issue of race and ethnicity can be considered in different frameworks. Some experts see ethnic diversity as a threat and some see it as an opportunity and hence, the convergence of ethnic groups. Iran is a country that includes many ethnic groups with very different sub-cultures. On the one hand, it has created a very rich cultural context and on the other hand, it has created disputes and conflicts among different ethnic groups in some cases. Integration is effective in providing national unity and ethnic integration can be strengthened by policy. Considering that a large population of Ahvaz City consists of the two ethnic groups of Arabs and Bakhtiari and that no independent research has been done to investigate inter-ethnic integration in this city so far, it was necessary to conduct a research and investigate this issue among the mentioned groups living in this city. The present study was carried out to investigate the factors affecting inter-ethnic integration in the city of Ahvaz. In this research, the variables of cultural capital, legalism, sense of social belonging, social trust, ethnocentrism, and the amount of using mass media were used as the independent variables. Then, the following question was raised: To what extent could these variables have an effect on inter-ethnic convergence in Ahvaz City?

Materials & Methods

This research was based on a survey method and the data collection tool was a questionnaire. The statistical population included people over 16 years of age from both Bakhtiari and Arab tribes living in Ahvaz City. The sample size was determined to be 384 people based on the Cochran formula. A standard questionnaire was used to collect the data. The structural equation modeling was utilized for confirming the validity and reliability of the research variables. The results of the measurement model showed that the indicators had favorable levels of validity and reliability.

Discussion of Results & Conclusion

The findings of this study indicated the significant effects of the research variables on the level of inter-ethnic

convergence among the respondents. According to the results, the influences of the variables of cultural capital, legalism, amount of using mass media, social trust, sense of social belonging, and ethnocentrism had the values of 0.327, 0.312, 0.256, 0.185, 0.114, and -0.187, respectively. According to these significant figures, it could be concluded that the research hypotheses were confirmed in the structural model. Therefore, the effects of the mentioned variables on the inter-ethnic integration stated by the respondents were corroborated. The results of the structural equation modeling also revealed the effects of the variables of cultural capital, legalism, amount of using mass media, social trust, sense of social belonging, and ethnocentrism on the variable of inter-ethnic convergence, respectively. In addition, the research variables were able to explain 44.2% of changes in the

*Corresponding author

Bagheri, M., Navah, A., and Shojaie Barjui, H. (2022). Structural modeling of cultural, social, and political factors affecting inter-ethnic convergence in Ahvaz. *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 11(3), 39-66.

2645-7539 / © 2022



This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



<https://doi.org/10.22108/srsp.2022.133528.1805>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.26457539.1401.11.3.2.7>

variable of inter-ethnic convergence.

Finally, the results of the research demonstrated that the level of this convergence could be enhanced by increasing the levels of social trust, sense of social belonging, cultural capital, tendency towards legalism, and amount of using mass media and decreasing the level of ethnocentrism among the respondents.

Keywords: Inter-Ethnic Convergence, Cultural Capital, Legalism, Mass Media, Ethnicity, Social Trust

References

- Abbasi, F., Moradi Dizgarani, M., and Hosseinpour, M. (2016). Analysis of the effect of consumer hostility on purchase decisions. *Tehran University School of Management Quarterly*, 8(2), pp. 395-412. (In Persian)
- Askari, H., and Sharaf, S. (2013). Analysis of factors affecting the formation of social trust in rural communities (Study case: Hejdan Dehstan). *Mehran, Rural Research*, 4(4), pp. 851-879. (In Persian)
- Basri, A., Abbasian, Sh., and Karimi, B. (2017). The relationship between social capital and ethnic convergence in West Azarbaijan Province. *Crisis Management Quarterly*, 9(34), 115-141. (In Persian)
- Bahramian, Sh., and Bahramian, A. (2012). Investigation of the relationship between ethnic convergence (Turkish and Kurdish) and the feeling of stable security and the recognition of the factors affecting the strengthening of ethnic convergence in West Azarbaijan Province. *Scientific Research Journal of Theoretical Policy*, 11, 131-159. (In Persian)
- Chegin, M., Daniyali, T., and Ismailpour Roshan, A. A. (2021). The role of Islam in the convergence of the Baloch people and its impact on the social security of Sistan and Baluchistan Province. *The Land Geography Quarterly*, 18(72), 83-99. (In Persian)
- Danai Far, H., Azar, A., and Salehi, A. (2009). Lawlessness in Iran; Explaining the role of political-economic, legal, managerial, and socio-cultural factors. *Scientific Quarterly of Police Science Research*, 11(3), 7-65. (In Persian)
- Darvishi, Z., and Taleb, M. (2020). The typology of the roots and consequences of mass strife (Case Study: Rural Community of Emamzadeh Abdullah (As), Hendijan, Khuzestan Province). *Journal of Rural Research*, 11(3), 482-495. (In Persian)
- Dashti, F., and Ayouzi, M. R. (2018). Effective factors in promoting the convergence of Iranian ethnic groups in the era of globalization. *Scientific-Research Quarterly of the Islamic Revolution Journal*, 8(29), 139-166. (In Persian)
- Farhamand, M., and Najafi, K. (2018). Investigation of factors affecting the conflicts between Lak and Lor ethnic groups in Khorram Abad City. *Strategic Researches of Security and Social Order*, 7(20)1, 43-63. (In Persian)
- Goljan, M. (2014). *Convergence or divergence*. Tehran, Tabnak publication. (In Persian)
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares (PLS-SEM)*. Statistical Publishing Associates, Asheboro, NC 27205 USA.
- Harff, B. (1998). *Gurr systematic early warning of humanitarian emergencies*. Working paper, Minorities at Risk Project.
- Hafez Nia, M. (2006). *Principles and concepts of geopolitics*. Mashhad, Astan Quds Razavi Publications. (In Persian)
- Haddadpour, A., and Pishgahifard, Z. (2015). *The place of ethnic identity in national solidarity (A case study of Khuzestan Arabs)*. 8th Congress of Iranian Geopolitical Association, Empathy of Iranian Nations, Unity and National Authority, Sanandaj. (In Persian)
- Latan, H., and Ramli, N.A. (2017). *The results of partial least squares-structural equation modelling analyses (pls-sem)*, <https://ssrn.com/abstract=2364191>, (2013/ 9/5).
- Midtbøen, H. A. (2015). *Citizenship, integration and the quest for social cohesion: Nationality reform in the Scandinavian countries*. Comparative Migration Studies. At Springerlink.com
- Mooij, M. D., and Beniflah, J. (2017). Measuring cross-cultural differences of ethnic groups within nations: convergence or divergence of cultural values (The case of the united states). *Journal of International Consumer Marketing*, 29(1), 2-10.
- Mirfardi, A., and Faraji, F. (2016). Investigating the level of tendency towards legalism and its relationship with the level of social participation and the level of social control in the city of Yasouj. *Applied Sociology*, 27(62) 2, 110-93. [In Persian]
- Moshirzadeh, H. (2006). *Evolution in the theory of international relations*, Tehran, Samt publications. (In Persian)
- Nabawi, S. H., and Mokhtari Heshi, A. (2018). Cultural capital and environmental behaviors of Tehrani families. *Social Issues of Iran*, 9(2), 209-232. (In Persian)
- Naqdi, A., Ahmadi, A. A., and Soltani Ezzat, M. (2013). Sociological investigation of the degree of ethnic convergence (Persian, Turkish, Ler) in Hamadan Province. *Journal of Social Analysis*, 4(68), 131-154. (In Persian)
- Navah, A., Kayseri, N., and Taqvinasab, S. M. (2010). Pathology of ethnic issues in Iran (A case study of Arabs living in Ahvaz City). *Cultural Research Quarterly*, 3(3), 47-71. (In Persian)
- Navah, A., Nabawi, S. A., and Heydari, Kh. (2016). Ethnicity and feeling of social exclusion; upcoming social risks (Case study: Arab people of Ahvaz City). *Iranian Journal of Sociology*, 17(4), 74-104. (In Persian)
- Rezadoost, K., Hosseinzadeh, A. H., and Khonsal, A. (2014). Generalist orientation and socio-cultural factors affecting it (Case study: Dehdasht urban society). *Socio-Cultural Development Studies Quarterly*, 3(2), 5-29. (In Persian)
- Sarwar, R., Mousavi, M. N., and Bagheri Kashkouli, A. (2014). Analysis of the relationship between social capital and the feeling of ethnic integration in the city of Urmia (Case study: Kurds and Turks). *Scientific-Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography*, 7(1), 69-87. (In Persian)
- Sarostani, A. R., and Abdulkhani, L. (2015). *The role of the media in transmitting information and creating convergence of ethnic groups with a sustainable security approach in Khuzestan Province*. The 1st National Conference on Information, Communication, People, and Society, Ahvaz Islamic Azad University, Ahvaz. (In Persian)
- Shirazeh Mohabbate, H., Abbas Zadeh, M., Samadi, M., and Abedini, S. (2022). Sociological explanation of the role of mass media on the level of convergence of ethnic



- groups. *Sociological Studies*, 14(54), 217-199. (In Persian)
- Stodolska, M. (2018). Research on race, ethnicity, immigration, and leisure: Have we missed the boat? *Leisure Sciences*, 40, 43-53.
- Sadeghi Jafari, C., Yazdakhadi, B., and Ijtihadi, M. (2018). Analysis of people's sense of belonging to Iran's changing society and factors affecting it (Case study: Tehran city). *Iranian Journal of Sociology*, 19(1), 3-26. (In Persian)
- Sanchez, G. (2013). *Pls path modeling with r, trowchez editions. berkeley*, Berkeley: Trowchez
- Salehi Amiri, S. R. (2007). *Cultural concepts and theories*. Tehran, Phoenix Publications. (In Persian)
- Safai, A., Behian, Sh., and Jahanbakhsh, A. (2021). Sociological study of the role of political and social factors (ethnic schemas) effective in creating ethnic convergence among ethnic groups living in Ahvaz City. *Political Sociology of Iran*, 4, 4(16), 405- 390. (In Persian)
- Torabi, Y. (2009). Policies of the Islamic Republic in the management of social diversity. *Political Science*, 5(1), 115-157. (In Persian)
- Turki, H., Khosravi, M. A., and Gurbanpour Dashtaki, A. (2020). Drawing the future scenarios of the opportunities and threats of Arab nationalism in relation to the national security of the Islamic Republic of Iran. *Political Science Quarterly*, 16(53), 159-183. (In Persian)
- Khademi, B., Irvani, M. R., and Dindar, A. (2011). Investigation of factors affecting social trust among students (Case study of university students in Jahrom City). *Social Sciences Quarterly of Islamic Azad University, Shoshtar Branch*, 5(13), 125-158. (In Persian)
- Kharazi Azar, Z., Mozafari, A., and Bahramian, Sh. (2016). The effect of using mass and social media on inter-ethnic integration in Iran. *Culture-Communication Studies*, 17(34), 74-108. (In Persian)
- Kwong, K., and Wong, K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (pls-sem) techniques using smartpls, marketing bulletin, *Marketing Bulletin*, 24 (1), 1-32.
- Jahani, D., Ezzati, A., and Nami, M. H. (2017). The impact of socio-cultural and economic factors on the convergence of the Kurdish provinces of Iran. *National Studies Quarterly*, 18(1), 53-67. (In Persian)
- Javadi Bora, A., and Hashemnejad Abari, F. (2017). Investigation of the effect of mass media use on the social trust of Qaimshahr Azad University students in 2017. *Bi-Quarterly Journal of Social Development and Participation*, 3(5), 111-126. (In Persian)
- Iran Statistics Center. (2016). *Excerpt of the results of the general population and housing census, 2016*. Iran Statistics Center. (In Persian)





<https://doi.org/10.22108/srspi.2022.133528.1805>




<https://dorl.net/dor/20.1001.1.26457539.1401.11.3.2.7>

پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران
سال یازدهم، شماره پیاپی (۳۸)، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۱، ص ۳۹-۶۶
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۰۸

مقاله پژوهشی

الگوسازی ساختاری عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر هم‌گرایی بین‌قومی در شهر اهواز

معصومه باقری* ، دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
m.bagheri@scu.ac.ir

عبدالرضا نواح، دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
navah-a@scu.ac.ir

حدیث شجاعی برجویی، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
nazgolzm6677@gmail.com

چکیده

کشور ایران از جمله کشورهایی است که اقوام بسیار زیادی دارد؛ بنابراین باید به این امر توجه کرد که انسجام و یکپارچگی در روابط و مناسبات اجتماعی، در میان شهروندان و اقوام مختلف از عوامل مؤثر در توسعه اجتماعی جوامع است؛ بنابراین هدف مقاله حاضر، بررسی عوامل تأثیرگذار بر هم‌گرایی بین‌قومی در شهر اهواز است. روش اجرای پژوهش حاضر به صورت پیمایشی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است. جامعه آماری پژوهش شامل افراد بالای ۱۶ سال دو قوم بختیاری و عرب شهر اهواز است که حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد و برای روایی و پایایی متغیرهای پژوهش از الگوسازی معادله‌های ساختاری استفاده شده است. نتایج بخش الگوی اندازه‌گیری نشان می‌دهد که شاخص‌های روایی و پایایی میزان مطلوبی دارند. یافته‌های پژوهش بیانگر تأثیر معنی‌دار متغیرهای پژوهش بر میزان هم‌گرایی بین‌قومی در میان پاسخگویان است. با توجه به نتایج پژوهش میزان تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی (۰/۳۲۷)، قانون‌گرایی (۰/۳۱۲)، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی (۰/۲۵۶)، اعتماد اجتماعی (۰/۱۸۵)، احساس تعلق اجتماعی (۰/۱۱۴) و قوم‌گرایی (-۰/۱۸۷) است؛ از این رو در بخش الگوی ساختاری نیز با توجه به اعداد معناداری می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه‌های پژوهش تأیید شده است؛ بنابراین تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی، قانون‌گرایی، اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، قوم‌گرایی و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر هم‌گرایی بین‌قومی در میان پاسخگویان تأیید شده است. همچنین، نتایج الگوسازی معادله‌های ساختاری نشان می‌دهد که متغیر سرمایه فرهنگی بیشترین تأثیر را بر متغیر هم‌گرایی بین‌قومی متغیر دارد و در مرتبه بعد متغیرهایی چون قانون‌گرایی، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، قوم‌گرایی، اعتماد اجتماعی و احساس تعلق اجتماعی قرار دارند. همچنین، ۴۴/۲ درصد از تغییرات متغیر هم‌گرایی بین‌قومی از سوی متغیرهای پژوهش تبیین شده است. با افزایش میزان اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، سرمایه فرهنگی، گرایش به قانون‌گرایی، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و کاهش میزان قوم‌گرایی در میان پاسخگویان می‌توان میزان هم‌گرایی بین‌قومی را در میان پاسخگویان افزایش داد.

واژه‌های کلیدی: هم‌گرایی بین‌قومی، سرمایه فرهنگی، قانون‌گرایی، رسانه‌های جمعی، قوم‌گرایی، اعتماد اجتماعی.

* نویسنده مسؤل

باقری، م؛ نواح، ر. و شجاعی برجویی، ح. (۱۴۰۱). «الگوسازی ساختاری عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر هم‌گرایی بین‌قومی در شهر اهواز». پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۱۱(۳)، ۳۹-۶۶.



2645-7539 / © 2022

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



<https://doi.org/10.22108/srsp.2022.133528.1805>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.26457539.1401.11.3.2.7>

مقدمه و بیان مسئله

ایران کشور چندقومی است و این امر باعث شده است که توجه به مسائل قومی همواره یکی از دغدغه‌های سیاست‌گذاران و مسئولان امر باشد. توجه به مسئله قوم و قومیت در چارچوب‌های مختلف می‌تواند مدنظر قرار گیرد. عده‌ای از صاحب‌نظران به تنوع قومی به مثابه یک تهدید می‌نگرند و تعدادی آن را فرصت می‌دانند؛ از این رو هم‌گرایی اقوام از دل این دیدگاه‌ها آشکار می‌شود؛ اما فارغ از اینکه با چه دیدگاهی به تنوع قومیت‌ها نگرسته شود، موضوع قومیت باید به‌عنوان یک مؤلفه اجتماعی مدنظر قرار گیرد (چگینی و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۴). استان خوزستان نیز به‌عنوان یکی از استان‌های مرزی ایران در منطقه حساسی قرار دارد. این امر سبب شده است که قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای به این منطقه همواره توجه کنند. در این زمینه، می‌توان از طرح تجزیه خوزستان در سال‌های ۱۸۳۷-۱۸۴۷ میلادی طرح تجزیه خوزستان در زمان شیخ خزعل، طرح تجزیه خوزستان در سال ۱۹۵۸ میلادی و طرح تجزیه خوزستان در زمان جنگ ایران و عراق اشاره کرد. در سال‌های اخیر، برخی بازیگران منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای و بعضی از فعالان قومی تلاش کرده‌اند در ظاهر با عنوان حمایت از اقوام ایرانی و با سوءاستفاده از مشکلات اقتصادی و اجتماعی موجود در منطقه، ضمن تحریف هویت ایرانی عرب‌های خوزستان، برای قوم عرب خالق هویت عربی غیرایرانی باشند؛ بنابراین چالش‌ها و ناآرامی‌هایی را گهگاه در مناطق جنوبی به‌خصوص خوزستان و به‌ویژه مناطق عرب‌نشین ایجاد می‌کنند تا به مسائل و تحولات این منطقه بیشتر توجه و به‌دنبال آن تأثیرهای آنها بر امنیت ملی سنجیده شود (ترکی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۶۰).

هم‌گرایی اجتماعی نتیجه باورها و آرمان‌هایی است که در وجود همه افراد یک جامعه رشد یافته است و خود را به‌شکل رفتارهای اجتماعی بروز می‌دهد. همبستگی‌های فرهنگی، زبانی، مذهبی، میراث معنوی و تاریخی و منافع مشترک و تا حدودی برابر اقتصادی به‌عنوان عوامل مؤثر بر هم‌نواپی و هم‌گرایی اجتماعی هستند که با توجه به رخدادهایی که در

جامعه اتفاق می‌افتد، کم‌رنگ یا پررنگ می‌شوند (گلجان، ۱۳۹۳)؛ از این رو انسجام جامعه و حفظ و تداوم ثبات، انضباط، یکپارچگی از اصلی‌ترین دل‌مشغولی‌های همیشگی عالمان و اندیشمندان علوم انسانی و به‌خصوص علوم اجتماعی بوده و مباحث و نظریه‌های زیادی درباره آن به‌وجود آمده و مفهوم هویت و قومیت همواره در این زمینه مطرح بوده است (سرور و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۰).

کشور ایران از یک‌سو، دربردارنده اقوام متعدّد با خرده‌فرهنگ‌های بسیار متفاوت است که یک بافت فرهنگی بسیار غنی به وجود آورده است و از دیگر سو، مجادله‌ها و کشمکش‌هایی را نیز در بین اقوام مختلف در مواردی به وجود آورده است؛ بنابراین هم‌گرایی در وحدت ملی مؤثر است و با سیاست‌گذاری، هم‌گرایی قومیتی را می‌توان تقویت کرد. همچنین، با توجه به اینکه جمعیت زیادی از شهر اهواز را دو قوم عرب و بختیاری تشکیل می‌دهد و تاکنون نیز پژوهشی به‌صورت مستقل درباره بررسی هم‌گرایی بین قومی در شهر اهواز انجام نشده است، ضرورت انجام دادن پژوهشی در این زمینه ایجاب کرده است که این مسئله در شهر اهواز و در میان دو قوم بختیاری و عرب ساکن این شهر بررسی شود؛ از این رو پژوهش حاضر در راستای بررسی عوامل مؤثر بر هم‌گرایی بین قومی در شهر اهواز انجام شده است. در پژوهش حاضر از متغیرهای سرمایه فرهنگی، قانون‌گرایی، احساس تعلق اجتماعی، اعتماد اجتماعی، قوم‌گرایی و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی به‌عنوان متغیرهای مستقل استفاده شده است. حال این سؤال مطرح می‌شود که قانون‌گرایی، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، احساس تعلق اجتماعی، اعتماد اجتماعی، قوم‌گرایی و سرمایه فرهنگی به چه میزان بر هم‌گرایی بین قومی در شهر اهواز اثرگذار هستند؟

پیشینه تجربی

سروستانی و عبدالخانی (۱۳۹۴) نیز در پژوهشی نقش رسانه‌ها را در انتقال اطلاعات و ایجاد هم‌گرایی اقوام با رویکرد امنیت پایدار در استان خوزستان بررسی کرده‌اند. حدادپور و پیشگاهی‌فرد (۱۳۹۴) در پژوهشی جایگاه هویت

بر هم‌گرایی قومی را در بین اقوام ساکن شهر اهواز بررسی کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که متغیر سرمایه فرهنگی تأثیر معناداری بر هم‌گرایی قومی در این شهر دارد. شیرازه محبت و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی تبیین جامعه‌شناختی نقش رسانه‌های اجتماعی را بر میزان هم‌گرایی اقوام بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش تأثیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی را بر هم‌گرایی اقوام تأیید کرده است.

میدین^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی با استفاده از رویکرد توصیفی-تحلیلی مسئله شهروندی، انسجام و تلاش برای دستیابی به همبستگی اجتماعی را در میان اقوام مختلف در کشورهای دانمارک، نروژ و سوئد بررسی کرده و نتیجه گرفته است که بین قوانین و اصول شهروندی با هم‌گرایی و ادغام اجتماعی ارتباط معناداری وجود دارد و رعایت اصول شهروندی مسیری برای رسیدن به انسجام اجتماعی در کشورهای چندقومیتی است.

مویج و بنی‌فلاح^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی تفاوت‌های بین فرهنگی گروه‌های قومی و هم‌گرایی یا واگرایی ارزش‌های فرهنگی را در ایالات متحده بررسی کرده‌اند. نویسندگان در این پژوهش با روش هافستد، تفاوت در ارزش‌های فرهنگی، گروه‌های قومی در یک ملت را بررسی کرده‌اند. یافته اصلی این پژوهش به هم‌گرایی ارزش‌های فرهنگی گروه‌های قومی در ایالات متحده با درجه‌های مختلف هم‌گرایی بین گروه‌ها اشاره دارد.

استادولسکا^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی درباره نژاد، قومیت، مهاجرت و فراغت و ارتباط متقابل سه متغیر نژاد، قومیت و مهاجرت را با فراغت و گذران آن بررسی کرده است. این پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی انجام شده و نتایج آن نشان داده است که بین سه متغیر نژاد، قومیت و مهاجرت با فراغت و نحوه گذران آن ارتباط معناداری وجود دارد. ملومن و همکاران^۴ (۲۰۲۰) در پژوهشی شرایط اقتصادی، محرومیت نسبی و تهدیدهای قومی را بررسی کرده‌اند. این پژوهش با استفاده از روش کتابخانه‌ای انجام شده است. نتایج نشان

قومی را در همبستگی ملی قوم عرب خوزستان بررسی کرده‌اند. نویسندگان در این مقاله کوشیده‌اند که عوامل مؤثر در واگرایی و هم‌گرایی قوم عرب را به هويت ملی بررسی کنند. براساس مطالعات و اطلاعات گردآوری‌شده، این تحقیق به روش توصیفی-تحلیلی تجزیه و تحلیل شده است؛ در نتیجه یکسری عوامل از جمله شیعه‌بودن قوم عرب در خوزستان باعث هم‌گرایی بین قوم عرب می‌شود و در نتیجه، هويت ملی را تقویت می‌کند که می‌تواند اثری کاهنده بر عوامل واگرایی به جای بگذارد؛ به طوری که در دهه‌های اخیر جنبش‌های سیاسی واگرایی که در پناه حمایت‌های بین‌المللی و فرامنطقه‌ای در منطقه پدید آمد با استقبال مردم بومی روبه‌رو نشد.

خرازی آذر و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان تأثیر استفاده از رسانه‌های جمعی و اجتماعی بر هم‌گرایی بین قومی در ایران، به این نتیجه رسیده‌اند که استفاده از رسانه‌های جمعی تأثیر معناداری بر هم‌گرایی بین قومی در ایران دارد. جهانی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی میزان تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی را بر هم‌گرایی مردم استان‌های کردنشین ایران بررسی کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده است که مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی با ۴۵/۲۵ درصد و مؤلفه‌های اقتصادی با ۴۹/۷۵ درصد به عنوان عامل هم‌گرایی هستند.

باصری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی و هم‌گرایی قومیتی در استان آذربایجان غربی، به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه مثبت و معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و هم‌گرایی قومی در بین افراد مطالعه‌شده وجود دارد. در این پژوهش از اعتماد و تعلق اجتماعی به عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی استفاده شده است. دشتی و عیوضی (۱۳۹۷) در پژوهشی عوامل مؤثر بر ارتقا هم‌گرایی اقوام ایرانی را در عصر جهانی شدن بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیق نشان داده است که تمامی مؤلفه‌ها بر هم‌گرایی اقوام ایرانی مؤثرند. همچنین، مؤلفه سیاسی و امنیتی بیشترین تأثیر را در هم‌گرایی اقوام ایرانی دارد.

صفایی و همکاران (۱۴۰۰) نیز در پژوهشی عوامل مؤثر

¹ Midtbøen

² Mooij & Beniflah

³ Stadolska

⁴ Meuleman et al.

تعلق اجتماعی در میان افراد جامعه می‌شوند؛ به طوری که هویت جامعه در رأس سایر هویت‌ها قرار می‌گیرد؛ در نتیجه تعهد عمومی تقویت و این نیز باعث افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه می‌شود (جوادی‌بورا و هاشم‌نژاد ابرسی، ۱۳۹۶: ۱۱۸) و در نتیجه میزان هم‌گرایی بین قومی را در میان افراد جامعه افزایش می‌دهند؛ بنابراین برطبق نظریه مک کوایل می‌توان این‌طور استنباط کرد که متغیر رسانه‌های جمعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی با افزایش سرمایه اجتماعی (میزان تعلق اجتماعی و اعتماد اجتماعی) اثرگذار هستند؛ زیرا رسانه‌های جمعی باعث افزایش میزان همبستگی اجتماعی در میان افراد جامعه می‌شوند که به تبع آن میزان هم‌گرایی بین قومی در میان افراد جامعه افزایش پیدا می‌کند.

به عقیده دورکیم نیز، ساختار اجتماعی یک جامعه به گونه‌ای خودکار اندیشه و رفتار مناسب را در افراد تولید می‌کند. هنگامی که ساختارهای گوناگون در سازگاری طبیعی باشند، سلامتی و بهنجاربودن متداول است. آسیب‌شناسی و بحران هنگامی رخ می‌دهد که ساختارها منظم نباشند؛ بنابراین زمانی که مردم متوجه شوند سرنوشت آنها به سرنوشت دیگران وابسته است، برای همکاری و انسجام و همیاری مشتاق‌تر هستند. از این منظر که ما به دیگران نیاز داریم باید تلاش برای همبستگی ارگانیکی ترویج شود. جایی که هر فرد در جامعه حوزه‌های عمل و نقشی خاص برای بهبود عملکرد کل جامعه دارد، افراد وابستگی و احساس همبستگی اجتماعی بیشتری به جامعه و نقش‌های دیگر پیدا می‌کنند و در نتیجه گرایش به هم‌گرایی و انسجام اجتماعی در میان افراد جامعه افزایش پیدا می‌کند (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۲-۳۰)؛ بنابراین براساس نظریه دورکیم، شاخص وجود انسجام اجتماعی، پذیرش همگانی قوانین، قواعد و هنجارها، پیوند با سازمان‌های اجتماعی و مشارکت در آنها، احساس تعلق اجتماعی و اعتماد و شکل‌گیری منافع ملی و گرایش به همبستگی اجتماعی است (فرهمند و نجفی، ۱۳۹۷: ۵۲)؛ از این رو می‌توان گفت که نظریه سرمایه فرهنگی پی‌یر بوردیو^۳ (۱۹۷۷) به‌عنوان یکی دیگر از منابع فکری مرتبط با تبیین

می‌دهد که محرومیت نسبی نه تنها به‌عنوان یک عامل مهم واسطه‌ای بین موقعیت‌های ساختاری-اجتماعی و تهدید درک شده است، به‌طور کامل ارتباط بین شاخص‌های اقتصادی زمینه‌ای و تهدید قومی را نیز واسطه می‌کند.

ملاحظه‌های نظری

یکی از نظریه‌های سیاسی بررسی‌شده با هم‌گرایی قومی، نظریه «عوامل ذهنی-عینی» است (صالحی، ۱۳۸۶: ۳۳). به اعتقاد راتچیلد و شابفلین، عوامل ذهنی ریشه در هویت‌خواهی جامعه قومی دارد و شامل عوامل فرهنگی، عقیدتی، سیاسی و روانی است که خواسته‌های اساسی مذاکره‌نشده‌ای را پدید می‌آورد و از شاخص‌های مهم آن تفاوت‌های زبانی، فرهنگی، ذهنی و تجربه خاص تاریخی و آگاهی از تفاوت‌هاست. عوامل عینی ریشه در مسائل اقتصادی و اجتماعی دارد و شامل اختلافات قومی و تبعیض در سیاست‌ها، برنامه‌ها و ترتیبات سازمانی تبعیض‌آمیز می‌شود (دشتی و عیوضی، ۱۳۹۷: ۱۴۵)؛ بنابراین در این نظریه، ملی‌گرایی عامل اصلی هم‌گرایی اقوام است و می‌توان نتیجه گرفت که افزایش هویت ملی باعث افزایش میزان هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام می‌شود (بهرامیان و بهرامیان، ۱۳۹۱: ۱۳۹).

همچنین، در نظریه تبعیضات قومی گوبوگلو^۱ (۱۹۹۱) خشونت و درگیری‌های قومی را می‌توان در گروه‌های اجتماعی و منافع اقتصادی-اجتماعی بررسی کرد. گوبوگلو در نظریه خود بیشترین توجه را به عناصر و عوامل قومی با دسته‌بندی اجتماعی، تقسیمات کاری و طبقه‌بندی اجتماعی معطوف کرده است. همچنین، مؤثر بودن تبعیضات اجتماعی را براساس خصوصیات قومی و نژادی مهم‌ترین انگیزه برای وقوع درگیری‌های بین قومی و درگیری‌های آشکار قومی می‌داند (ترابی، ۱۳۸۸: ۱۲۱-۱۲۰).

در نظریه ارتباطات جمعی دنیس مک کوایل^۲ (۱۹۸۳) رسانه‌های جمعی با کاهش میزان انزوای اجتماعی در میان افراد جامعه و کمک به تقویت احساس مشترک با اعضای جامعه، موجب نوعی احساس تعلق می‌شوند؛ یعنی باعث افزایش میزان

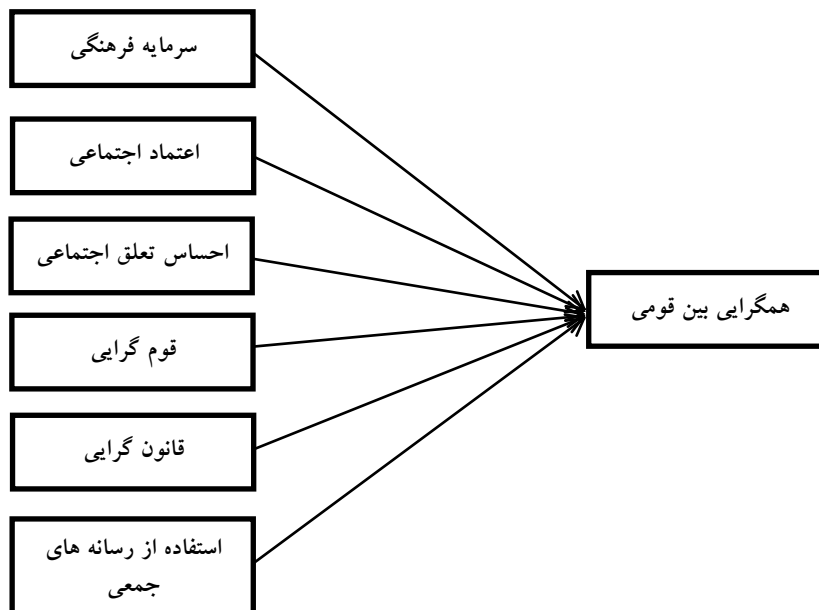
^۱ Goboglu

^۲ Denis McQuail

^۳ Bourdieu

همچنین، گیرتز در رویکرد نظری خود با عنوان اصل شهروندی، باتوجه به ادعای آن درباره تأثیر گرایش به قانون‌گرایی بر کاهش خصومت‌های قومی و افزایش تبادلات فرهنگی و هم‌گرایی اقوام عنوان می‌کند که این نظریه می‌تواند تبیین‌کننده مسئله هم‌گرایی بین قومیت‌های یک واحد سیاسی باشد (خرازی آذر و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۳-۸۲)؛ بنابراین از نظر گیرتز یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر میزان هم‌گرایی بین قومی متغیر قانون‌گرایی است و این متغیر می‌تواند باعث افزایش میزان هم‌گرایی بین قومی شود.

الگوی نظری پژوهش



شکل ۱- الگوی نظری پژوهش

Fig 1- Of the Theoretical Model of the Research

معناداری دارد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد متغیر اعتماد اجتماعی بر هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام شهر اهواز تأثیر معناداری دارد.

فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد متغیر احساس تعلق اجتماعی بر هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام شهر اهواز تأثیر معناداری دارد.

هم‌گرایی بین اقوام مطرح است؛ زیرا از نظر بورديو از جمله مسائلی که تحت تأثیر میزان‌های سرمایه فرهنگی قرار می‌گیرد، کاهش تعصبات قومی و عارضی است. به این دلیل که با افزایش سرمایه فرهنگی بر میدان‌های مشترک بین فردی افزوده می‌شود، تفاوت‌های فردی و قومی رنگ می‌بازد، تفکر و کنش عقلانی جایگزین کنش سنتی و حساب‌نشده می‌شود و به کاهش خصومت‌های قومی و افزایش هم‌گرایی آنها می‌انجامد (بهرامیان و بهرامیان، ۱۳۹۱: ۱۳۹)؛ بنابراین باتوجه به نظریه سرمایه فرهنگی بورديو می‌توان ادعان داشت که سرمایه فرهنگی از عامل‌های مهم و اساسی در تقویت و افزایش میزان هم‌گرایی بین قومی در میان افراد جامعه است.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: به نظر می‌رسد متغیر سرمایه فرهنگی بر هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام شهر اهواز تأثیر معناداری دارد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد متغیر قانون‌گرایی بر هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام شهر اهواز تأثیر معناداری دارد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد متغیر استفاده از رسانه‌های جمعی بر هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام شهر اهواز تأثیر

فرضیه ششم: به نظر می‌رسد متغیر قوم‌گرایی بر هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام شهر اهواز تأثیر معناداری دارد.

روش‌شناسی

شیوه اجرای پژوهش حاضر پیمایشی و مکان پژوهش شهر اهواز است. در انجام دادن این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از روش کتابخانه‌ای (اطلاعات دست دوم) و روش میدانی استفاده شده است که بخش اول آن شامل پیشینه موضوع، تعریف و شناسایی مفهوم متغیرهای مستقل و وابسته و بررسی چگونگی تأثیر و ارتباط بین آنها با استفاده از نظریه‌های دانشمندان است که از کتاب‌ها، مقالات و پایان‌نامه‌ها استفاده شده است. در بخش دوم برای جمع‌آوری اطلاعات (داده‌ها) از پرسشنامه استفاده شده است. در این پژوهش، جامعه بررسی شده عبارت است از کلیه افراد منسوب به دو قوم عرب و بختیاری که بیشتر از ۱۶ سال داشته باشند و ساکن شهرستان اهواز باشند. مرکز آمار ایران (۱۳۹۵) جمعیت شهرستان اهواز را ۱۳۹۵۱۸۴ نفر اعلام کرد و از مجموع جمعیت شهرستان اهواز حدود ۰/۲۷ درصد زیر ۱۶ سال دارند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). با کسر حدود ۰/۲۷ درصد (۳۸۲۰۲۰ نفر) از جمعیت شهر اهواز، تعداد افراد بیش از ۱۶ سال مشخص شد که ۱۲۸۵۴۱۶ نفر بودند. تعداد ۶۴۲۷۰۸ نفر منسوب به قوم عرب که بیش از ۱۶ سال دارند و نیز ۲۵۷۰۸۳ نفر در همان بازه سنی منسوب به قوم بختیاری شناخته شدند که جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل دادند. در نهایت، جمعیت آماری در پژوهش حاضر شامل افراد بیشتر از ۱۶ سال دو قوم عرب و بختیاری ساکن شهر اهواز در سال ۱۳۹۹ بودند که تعداد آنها مطابق گزارش مرکز آمار ایران (۱۳۹۵) ۸۹۹۷۹۱ نفر است.

در پژوهش حاضر از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی متناسب با حجم به صورت تلفیقی استفاده شده است. به این صورت که ابتدا برای تعیین حجم نمونه قوم عرب و بختیاری از روش

نمونه‌گیری طبقه‌بندی متناسب با حجم استفاده شده است که براساس آن حجم نمونه عرب‌ها برابر با ۲۷۴ نفر و مقدار حجم نمونه بختیاری‌ها برابر با ۱۱۰ نفر به دست آمده است و در نهایت، با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای مناطق، از مناطق هشتگانه شهر اهواز نمونه‌گیری انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه و آزمون فرضیات و توصیف آماری داده‌ها از نرم‌افزار spss و Smart PLS استفاده شد. همچنین، برای محاسبه حجم نمونه آماری لازم از فرمول کوکران استفاده شده است. حجم نمونه پس از محاسبه با استفاده از فرمول کوکران $n = 384$ نفر به دست آمد.

مقیاس هم‌گرایی بین قومی: هم‌گرایی بین قومی عبارت

است از: ارتباط و نزدیک شدن اشخاص به‌سوی نقطه‌ای مشخص که بیشتر به‌عنوان هدف مشترک آنها شناخته می‌شود (حافظ‌نیا، ۱۳۸۵: ۳۷۳). همانطور که در بخش ضمیمه ۱، جدول ۳ آمده است برای سنجش و اندازه‌گیری این متغیر از شش بُعد شاخص‌های نژاد، سرزمین مشترک، دین و مذهب، اقتصاد مشترک، سنت‌های اجتماعی و تداوم تاریخی در فرم مقیاس لیکرت به‌صورت رتبه‌ای (خیلی کم: ۱، کم: ۲ تا حدودی: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵) استفاده شده است.

مقیاس میزان استفاده از رسانه‌های جمعی: رسانه‌های

جمعی به همه ابزارهای غیرشخصی ارتباطات اطلاق می‌شود که با آنها پیام‌های صوتی و تصویری به‌طور مستقیم به مخاطبان منتقل می‌شود (میرفردی و فرجی، ۱۳۹۵: ۱۰۲). همانطور که در بخش ضمیمه ۲، جدول ۴ آمده است، متغیر استفاده از رسانه‌های جمعی با استفاده از دو بُعد داخلی و خارجی در فرم مقیاس لیکرت به‌صورت رتبه‌ای (خیلی کم: ۱، کم: ۲، تا حدودی: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵) استفاده شده است.

مقیاس سرمایه فرهنگی: سرمایه فرهنگی، مجموعه‌ای از

روابط، معلومات، اطلاعات و امتیازهایی تعریف می‌شود که فرد برای حفظ کردن یا به‌دست آوردن یک موقعیت اجتماعی از آن استفاده می‌کند (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۶۴). همانطور که

شرافت، ۱۳۹۲: ۱۵۳). همانطور که در بخش ضمیمه ۵، جدول ۷ آمده است، در بخش تعریف عملیاتی، متغیر اعتماد اجتماعی در سه سطح اعتماد بین‌شخصی، اعتماد عام یا تعمیم‌یافته و اعتماد نهادی در فرم مقیاس لیکرت به صورت رتبه‌ای (خیلی کم: ۱، کم: ۲، تا حدودی: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵) استفاده شده است.

مقیاس احساس تعلق اجتماعی: احساس تعلق اجتماعی به‌عنوان یک نیاز روانی اساسی برای فرد مطرح شده است. زیمبل ضمن اشاره به نیاز روانی افراد به تعلق‌های گروهی معتقد است: تعلق به گروه و عضو گروه بودن برای افراد احساس امنیت روانی ایجاد می‌کند (صادقی‌جعفری و همکاران، ۱۳۹۷: ۵). همانطور که در بخش ضمیمه ۶، جدول ۸ آمده است، متغیر احساس تعلق اجتماعی در دو بُعد خانواده و دوستان و اقوام و همشهری‌ها در فرم مقیاس لیکرت به صورت رتبه‌ای (خیلی کم: ۱، کم: ۲، تا حدودی: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵) استفاده شده است.

مقیاس قوم‌گرایی: برای نخستین بار سامنر^۱ (۱۹۰۶) تعریفی رسمی از قوم‌گرایی را بدین شرح ارائه داد: نگرشی خاص به پدیده‌ها به‌گونه‌ای که فرد گروه خویش را محور همه پدیده‌ها دانسته و کلیه پدیده‌های دیگر را با توجه به آن، رتبه‌بندی و ارجاع می‌دهد. هر گروه به افتخارات، غرور و تکبر خود می‌بالد، برتری خود را می‌ستاید، هویت خود را تمجید می‌کند و با دیده تحقیر و اهانت به افراد دیگر خارج از گروه می‌نگرد. جیمز کلاس نیز قوم‌گرایی را اینگونه تعریف می‌کند: احساس تعلق به یک قوم و برتر دیدن خویش و احساس تزیین حقوق که به تلاش برای کسب از دست‌رفته‌ها منجر می‌شود (عباسی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۹۸). همانطور که در بخش ضمیمه ۷، جدول ۹ آمده است در پژوهش حاضر نیز برای سنجش متغیر قوم‌گرایی از سه بُعد اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در فرم مقیاس لیکرت به صورت رتبه‌ای (خیلی کم: ۱، کم: ۲، تا حدودی: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵) استفاده شده

در بخش ضمیمه ۳، جدول ۵ آمده است برای عملیاتی‌کردن این مفهوم از سه بُعد سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده در فرم مقیاس لیکرت به صورت رتبه‌ای (خیلی کم: ۱، کم: ۲، تا حدودی: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵) استفاده شده است.

مقیاس قانون‌گرایی: قانون‌پذیری و قانون‌گرایی در جامعه به‌منزله پذیرش منطق قانون است؛ بدین معنا که هر رفتار و فعلیتی بتواند به‌شکل قانونی انجام شود. این امر به‌معنای ایستایی قانون نیست، بلکه مستلزم آن است که در هر مقطع از پویایی و تحرک جامعه و به تناسب آن، انسان‌ها قانون‌مدار و قانون‌پذیر باشند و این قانون‌پذیری در رفتارها و فعالیت‌های آنان جلوه کند (دانایی‌فر و همکاران، ۱۳۸۸: ۸). همانطور که در بخش ضمیمه ۴، جدول ۶ آمده است برای اندازه‌گیری و عملیاتی‌کردن این متغیر، از سه بُعد شناختی، احساسی و رفتاری در فرم مقیاس لیکرت به صورت رتبه‌ای (خیلی کم: ۱، کم: ۲، تا حدودی: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵) استفاده شده است.

مقیاس اعتماد اجتماعی: اعتماد به‌عنوان یکی از محورهای مهم فلسفه اجتماعی و اخلاقی ریشه در سال‌های دیرینه تاریخ بشر دارد و یکی از عناصر بنیادین تعامل اجتماعی است که در حل مسائل مربوط به نظم اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و عاملی کلیدی در روابط متقابل نوین و نوعی سازوکار انسجام‌دهنده است که وحدت را در نظام اجتماعی ایجاد و حفظ می‌کند. درحقیقت، اعتماد پدیده‌ای چندوجهی است و بیانگر تمایل به اثرپذیری از گروه‌های دیگر است (خادمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۷)؛ بنابراین اعتماد اجتماعی از ضروریات زندگی اجتماعی در دنیای مدرن است و اهمیت آن بر کسی پوشیده نیست. انسان‌ها در زندگی روزانه و در فعالیت‌های گوناگون باید به یکدیگر اعتماد داشته باشند و روابطشان را بر مبنای آن بنا کنند. اعتماد افراد به واحدها و نهادهای اجتماعی، کارکردهای نظام اجتماعی را تسهیل می‌کند و در نظم اجتماعی مؤثر می‌افتد (عسگری و

¹ Sumner

است.

بررسی روایی هم‌گرا در الگوی اندازه‌گیری استفاده می‌شود (Sanchez, 2013; Garson, 2016; Kwong & Wong, 2013; Latan & Ramli, 2017). نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که میزان شاخص‌های پایایی (بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی) و شاخص روایی (میانگین واریانس به اشتراک گذاشته‌شده) برای همه متغیرهای پژوهش در اندازه مطلوبی قرار دارند.

برای ارزیابی پایایی و روایی الگوی پژوهش از الگوسازی معادله‌های ساختاری با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی (PLS SEM) استفاده شد (Garson, 2016: 13). دربخش الگوی اندازه‌گیری از شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و بارهای عاملی برای بررسی میزان پایایی متغیرهای پژوهش و از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای

جدول ۱- شاخص‌های پایایی و روایی متغیرهای پژوهش

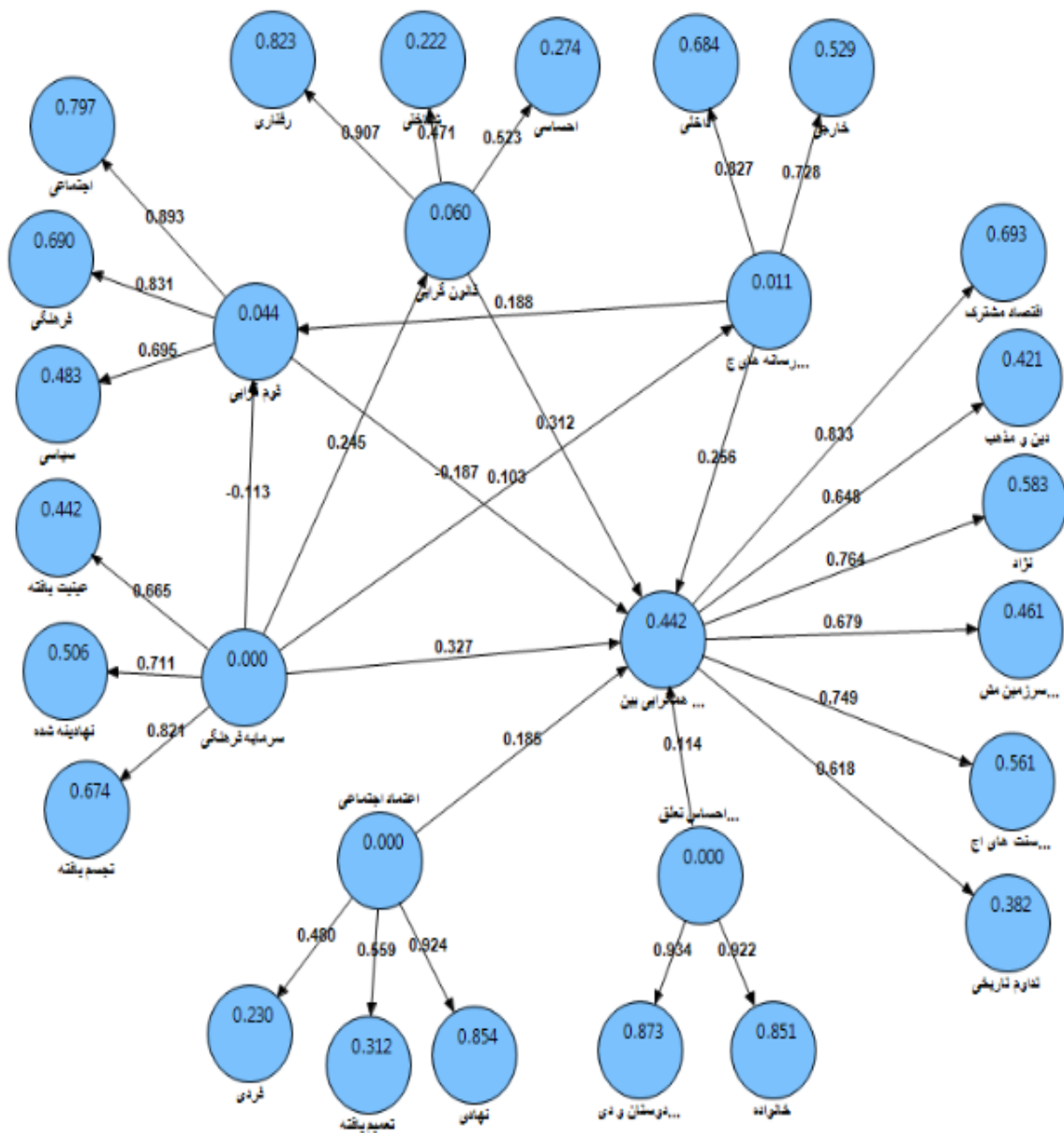
Table 1- Reliability and Validity Indicators of Research Variables

متغیر	معرف‌ها	بار عاملی	پایایی ترکیبی (CR)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	آلفای کرونباخ (Alfa)
		> 0.40 بار عاملی	$CR > 0.70$	$AVE > 0.40$	$Alfa > 0.70$
رسانه‌های جمعی	داخلی	۰/۸۲۷	۰/۷۸۵	۰/۶۰۷	۰/۶۷۹
	خارجی	۰/۷۲۸			
قوم‌گرایی	اجتماعی	۰/۸۹۳	۰/۸۷۸	۰/۶۵۶	۰/۸۵۶
	سیاسی	۰/۶۹۹			
	فرهنگی	۰/۸۳۲			
اعتماد اجتماعی	فردی	۰/۴۸۰	۰/۸۲۹	۰/۴۶۵	۰/۷۷۷
	تعمیم‌یافته نهادی	۰/۵۵۹			
سرمایه فرهنگی	تجسم‌یافته	۰/۸۲۴	۰/۸۰۹	۰/۵۴۰	۰/۷۳۳
	نهادینه‌شده	۰/۷۱۱			
	عینیت‌یافته	۰/۶۶۵			
قانون‌گرایی	شناختی	۰/۴۷۱	۰/۷۵۲	۰/۴۳۹	۰/۶۶۳
	احساسی	۰/۵۲۳			
	رفتاری	۰/۹۰۷			
هم‌گرایی بین قومی	اقتصاد مشترک	۰/۸۳۳	۰/۹۰۵	۰/۵۱۶	۰/۸۸۷
	دین و مذهب	۰/۶۴۸			
	شاخص‌های نژاد	۰/۷۶۴			
	سرزمین مشترک	۰/۶۷۹			
	سنت‌های اجتماعی	۰/۷۴۹			
احساس تعلق اجتماعی	تداوم تاریخی	۰/۶۱۸	۰/۹۰۵	۰/۸۶۲	۰/۸۶۸
	خانواده	۰/۹۲۲			
	دوستان	۰/۹۳۴			

یافته‌های پژوهش

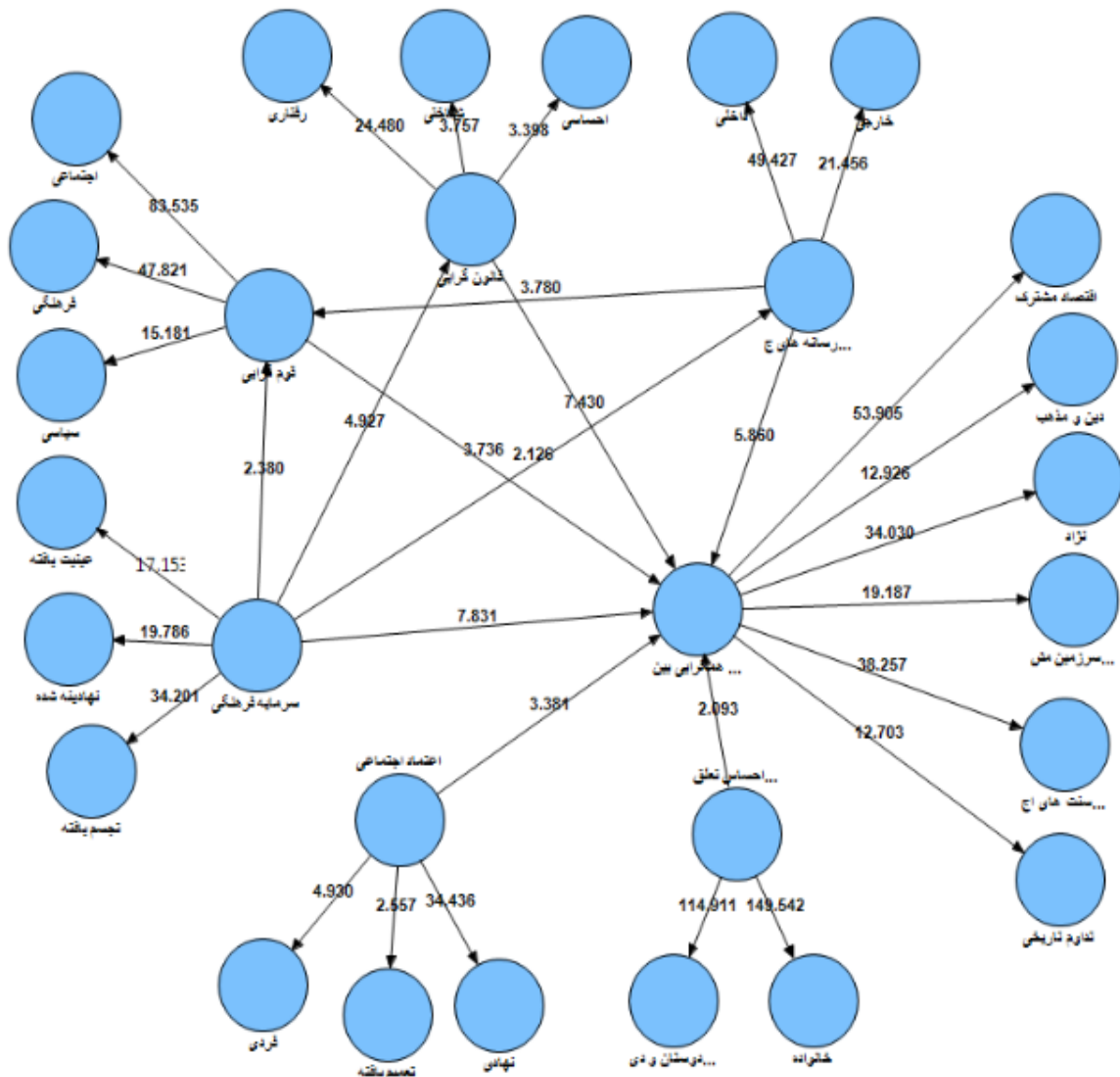
میانگین متغیر سرمایه فرهنگی ۲۹/۸۰، انحراف معیار آن برابر با ۵/۰۱۸ است که نشان می‌دهد، پاسخگویان میزان متوسطی از سرمایه فرهنگی را دارند. میانگین متغیر قانون‌گرایی ۴۳/۷۶، انحراف معیار آن برابر با ۵/۶۴۹ است که نشان می‌دهد، پاسخگویان میزان به‌نسبت بالایی از گرایش به قانون را دارند. میانگین متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، ۲۸/۸۲، انحراف معیار آن برابر با ۴/۹۴۳ است که نشان می‌دهد، پاسخگویان به میزان متوسط روبرو بالایی از رسانه‌های جمعی استفاده می‌کنند. میانگین هم‌گرایی بین قومی، ۶۸/۶۳، انحراف معیار آن برابر با ۱۱/۰۹۴ است که نشان می‌دهد، پاسخگویان به میزان بالایی گرایش به هم‌گرایی با سایر اقوام را دارند.

میانگین متغیر اعتماد اجتماعی، ۴۶/۳۰، انحراف معیار آن برابر با ۷/۳۳۸ است که نشان می‌دهد، پاسخگویان میزان متوسطی از اعتماد اجتماعی را دارند. میانگین متغیر احساس تعلق اجتماعی، ۱۴/۴۲۷، انحراف معیار آن برابر با ۴/۸۳۲ است که نشان می‌دهد، پاسخگویان به میزان متوسطی احساس تعلق اجتماعی دارند. میانگین متغیر قوم‌گرایی، ۲۳/۴۱، انحراف معیار آن برابر با ۵/۱۷۳ است که نشان می‌دهد، پاسخگویان به میزان متوسط روبرو پایینی قوم‌گرایی دارند. در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل بخش الگوسازی معادله‌های ساختاری از نرم‌افزار SMART PLS استفاده شده است. در ادامه، نتایج خروجی حاصل از نرم‌افزار نشان داده شده است.



شکل ۲- الگوی ساختاری ضرایب مسیر متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

Fig 2- The structural model of path coefficients of independent and dependent variables



شکل ۳- الگوی ساختاری ضرایب معناداری متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

Fig 3- Structural model of significant coefficients of independent and dependent variables

متغیر هم‌گرایی بین قومی (۰/۴۴۲) است؛ بنابراین طبق نظر گارسون^۱ (2016) که برای مقدار ضریب تعیین مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به ترتیب ضعیف، متوسط و قابل توجه بیان کرده است، میزان ضریب تعیین در این پژوهش متوسط تفسیر می‌شود. باتوجه به نتایج شکل‌های ۱ و ۲ و باتوجه به ضریب معناداری (T-Value) فرضیه اول پژوهش، یعنی تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی بر هم‌گرایی بین قومی تأیید شده است.

هنگامی که روایی و پایایی سنج‌های سازه تأیید شد، مرحله بعد ارزیابی نتایج الگوی ساختاری شامل، ارزیابی معناداری و تناسب روابط الگوی ساختاری (T-Value) و ارزیابی سطح ضریب تعیین (R^2) است (هیر و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱۲ - ۲۱۱). همانطور که شکل ۲ نشان می‌دهد، مقدار (T-Value) برای تمام مسیرهای الگو بیشتر از قدر مطلق عدد ۱/۹۶ است؛ بنابراین تمام فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌شوند. همچنین، شکل ۱ نشان می‌دهد که مقدار ضریب تعیین برای

¹ Garson

بین قومی تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر اعتماد اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/185$ و سطح معناداری نیز برابر با $3/381$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان اعتماد اجتماعی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. فرضیه پنجم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر احساس تعلق اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر احساس تعلق اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/114$ و سطح معناداری نیز برابر با $2/093$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان احساس تعلق اجتماعی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. در نهایت، فرضیه ششم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر قوم‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر قوم‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $-0/187$ و سطح معناداری نیز برابر با $3/736$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان قوم‌گرایی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، میزان هم‌گرایی بین قومی در میان پاسخگویان کاهش پیدا می‌کند. خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات به‌همراه تحلیل مسیر در جدول ۲ آورده شده است.

مقدار ضریب تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/327$ و سطح معناداری نیز برابر با $7/831$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان سرمایه فرهنگی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. همچنین، فرضیه دوم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر قانون‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر قانون‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/312$ و سطح معناداری نیز برابر با $7/430$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان گرایش به قانون‌گرایی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. فرضیه سوم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/256$ و سطح معناداری نیز برابر با $5/860$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان استفاده از رسانه‌های جمعی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. همچنین، فرضیه چهارم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر اعتماد اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی

جدول ۲- خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات و تحلیل مسیر

Table 2- Summary of the results of hypothesis testing and path analysis

تأیید یا رد فرضیه	اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	T-Value	ضرایب مسیر	مسیر
تأیید شده	$0/447$	$0/120$	$0/327$	$7/831$	$0/327$	سرمایه فرهنگی به هم‌گرایی بین قومی
تأیید شده	$0/312$	-	$0/312$	$7/430$	$0/312$	قانون‌گرایی به هم‌گرایی بین قومی
تأیید شده	$0/221$	$-0/035$	$0/256$	$5/860$	$0/256$	رسانه‌های جمعی به هم‌گرایی بین قومی
تأیید شده	$0/185$	-	$0/185$	$3/381$	$0/185$	اعتماد اجتماعی به هم‌گرایی بین قومی
تأیید شده	$0/114$	-	$0/114$	$2/093$	$0/114$	احساس تعلق اجتماعی به هم‌گرایی بین قومی
تأیید شده	$-0/187$	-	$-0/187$	$3/736$	$-0/187$	قوم‌گرایی به هم‌گرایی بین قومی

نتایج تحلیل مسیر در جدول ۲ نیز نشان از اهمیت متغیر سرمایه فرهنگی بیشترین تأثیر را بر متغیر هم‌گرایی بین قومی دارد و بعد از آن متغیرهای قانون‌گرایی، میزان استفاده از

نتایج تحلیل مسیر در جدول ۲ نیز نشان از اهمیت متغیر سرمایه فرهنگی دارد. نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که

همان‌گونه که پژوهش‌های عنوان‌شده نشان داده‌اند که ارتباط بین سرمایه فرهنگی با هویت ملی در پژوهش‌های انجام‌شده بیشتر از ارتباط سرمایه فرهنگی و هویت قومی بوده است و می‌توان چنین ادعا کرد که رشد سرمایه فرهنگی بیشتر از همه به جای تقویت هویت‌های خاص (هویت قومی) به تقویت هویت‌های عام و جمعی مثل هویت ملی منجر می‌شود؛ بنابراین می‌توان این‌طور استنباط کرد که افزایش میزان سرمایه فرهنگی در جامعه باعث کاهش میزان واگرایی قومی در جامعه و در نتیجه افزایش میزان هم‌گرایی بین اقوام مختلف در جامعه می‌شود.

نتایج پژوهش نشان داده است که فرضیه دوم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر قانون‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر قانون‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/312$ و سطح معناداری نیز برابر با $7/430$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان گرایش به قانون‌گرایی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. همچنین، نتیجه فرضیه دوم پژوهش با پژوهش‌های میدین (2015) همسوست. همچنین، متغیر قانون‌گرایی (گرایش به نظم اجتماعی) با استناد به نظریه امیل دورکیم بر متغیر هم‌گرایی بین قومی تأثیرگذار است. نتایج تحلیل مسیر نشان داده است که متغیر قانون‌گرایی بعد از متغیر سرمایه فرهنگی بیشترین تأثیر را بر متغیر هم‌گرایی بین قومی دارد؛ بنابراین باید ادعا داشت که موضوع محوری مدنظر امیل دورکیم مسئله نظم و انسجام و هم‌گرایی اجتماعی است که مهم‌ترین بُعد، عمل و رفتار فردی و جمعی است و پایه و اساس آنها را اخلاقیات یا ضوابط اخلاقی شکل می‌دهد. مفهوم انسجام از نظر امیل دورکیم، دورنمایی را از جامعه نشان می‌دهد که در آن گروه‌ها و افراد باهم در ارتباط هستند و به‌طور منظم و الگوبندی‌شده و کمابیش به‌صورت پیش‌بینی‌پذیر، با همدیگر کنش متقابل دارند. دورکیم با استفاده از این مفهوم به منابع، خاستگاه‌های اخلاقی و در نتیجه به نظم اجتماعی در جامعه می‌پردازد و بیان می‌کند که جامعه

رسانه‌های جمعی، قوم‌گرایی، اعتماد اجتماعی و احساس تعلق اجتماعی قرار دارد. در نهایت، $44/2$ درصد از تغییرات متغیر هم‌گرایی بین قومی از سوی متغیرهای پژوهش تبیین شد.

نتیجه

نتایج پژوهش نشان داده است که فرضیه اول پژوهش، یعنی تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/327$ و سطح معناداری نیز برابر با $7/831$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان سرمایه فرهنگی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. همچنین، نتیجه فرضیه اول پژوهش با پژوهش‌های بهرامیان و بهرامیان (1391) در ارتباط بین متغیرهای سرمایه فرهنگی و هم‌گرایی بین قومی همسوست. همچنین، نتایج پژوهش حاضر و پژوهش بهرامیان و بهرامیان (1391) نشان داده است که متغیر سرمایه فرهنگی از متغیرهایی است که بیشترین تأثیر را بر متغیر هم‌گرایی بین قومی دارد که این امر نشان از اهمیت متغیر سرمایه فرهنگی در تبیین متغیر هم‌گرایی بین قومی است. همچنین، متغیر سرمایه فرهنگی با استناد به نظریه پی‌یر بوردیو بر متغیر هم‌گرایی بین قومی تأثیرگذار است. از نظر بوردیو، از جمله مسائلی که تحت تأثیر میزان‌های سرمایه فرهنگی قرار می‌گیرد، کاهش تعصبات قومی و عارضی است (بهرامیان و بهرامیان، 1391)؛ به این دلیل که با افزایش سرمایه فرهنگی بر میدان‌های مشترک بین فردی افزوده می‌شود، تفاوت‌های فردی و قومی رنگ می‌بازد، تفکر و کنش عقلانی جایگزین کنش سنتی و حساب‌نشده می‌شود و به کاهش خصومت‌های قومی و افزایش هم‌گرایی آنها می‌انجامد. نتایج پژوهش‌های حسین‌زاده (1388)، راد و فیل‌کوش (1393)، شارع‌پور و خوش‌فر (1381) و فخرایی و کریمیان (1381) نیز نشان داده است که ارتباط و تأثیر سرمایه فرهنگی بر هویت ملی در پژوهش‌های انجام‌شده بیشتر از ارتباط و تأثیر سرمایه فرهنگی بر هویت قومی است؛ بنابراین

است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان استفاده از رسانه‌های جمعی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. همچنین، نتیجه فرضیه سوم پژوهش با پژوهش‌های نقدی و همکاران (۱۳۹۲) همسوست. در پژوهش نقدی و همکاران میزان تأثیر استفاده از رسانه‌های جمعی بر هم‌گرایی بین قومی برابر با ۰/۲۲۴ بوده است که نشان می‌دهد نتایج پژوهش حاضر و پژوهش نقدی و همکاران (۱۳۹۲) درباره تأثیر رسانه‌های جمعی با هم‌گرایی بین قومی همسو و همگن است. همچنین، متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی با استناد به نظریه کارل دویبچ، بر متغیر هم‌گرایی بین قومی تأثیرگذار است. این نظریه پرداز بر روابط و نیاز اجتماع برای فراهم شدن زمینه‌های همفکری، همدلی و همیاری تأکید دارد. کارل دویبچ رسانه‌های ارتباط جمعی را زمینه‌ساز انسجام اجتماعی و سیاسی در جوامع انسانی می‌داند و به غیر از آن، ایجاد واحدها و گروه‌های سیاسی و سازمان‌های بین‌المللی، ایجاد تفاهم و تساهل میان فرهنگ‌ها و ارزش‌ها، سازگاری گروه‌های مختلف در جوامع انسانی و انسجام ملی و بین‌المللی را از مهم‌ترین کاربردهای وسایل ارتباط جمعی می‌داند (مشیرزاده، ۱۳۸۵). او معتقد است که رشد و توسعه یافتن جوامع با قومیت‌های مختلف، به دلیل تکثر و افزایش ارتباطات اجتماعی با وسایل ارتباط جمعی، زمینه‌ساز شناخت و آگاهی به اقوام مختلف می‌شود که نتیجه آن یکپارچگی و همبستگی و هم‌گرایی در میان اقوام مختلف است؛ بنابراین با توجه به نتایج پژوهش‌های تجربی انجام‌شده و نظریه کارل دویبچ می‌توان نتیجه گرفت که هرچه پاسخگویان به میزان بیشتری از رسانه‌های جمعی استفاده کنند، میزان هم‌گرایی بین قومی در میان آنها افزایش پیدا می‌کند. همچنین، ربانی و همکاران (۱۳۸۸) بخشنده (۱۳۹۶) و نیازی و شفائی مقدم (۱۳۹۱) به این نتیجه رسیده‌اند که رسانه‌های جمعی در افزایش میزان هویت ملی تأثیرگذار هستند. بخشنده (۱۳۹۶) در پژوهش خود به این نکته اشاره کرده است که اهمیت شناخت مؤلفه‌ها و شاخصه‌های هویت ملی برای کشور ایران مانند ایران برای

با گسترش نظم اجتماعی به نسبت باثبات، بر نوعی انسجام اجتماعی استوار است و پیوستگی‌های عاطفی سازنده، بنیان پیش‌عقلانی، انسجام اجتماعی، قواعد اجتماعی و حتی عقلانیت است؛ بنابراین با استناد به نظریه انسجام اجتماعی امیل دورکیم می‌توان این‌طور استنباط کرد که وقتی نظم و قانون در جامعه حکم‌فرما باشد و جامعه میزان فراوانی از نظم اجتماعی و گرایش به قانون را داشته باشد، به تبع آن میزان هم‌گرایی بین قومی نیز افزایش پیدا می‌کند (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۳). گیرتز نیز در رویکرد نظری خود با عنوان اصل شهروندی، ادعا می‌کند که گرایش به قانون‌گرایی بر کاهش خصومت‌های قومی و افزایش تبادلات فرهنگی و هم‌گرایی اقوام مؤثر است (خرازی آذر و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین، هیگی و آزیادوست (۱۳۹۴) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که بین عناصر فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، هویت قومی و اعتماد به قوانین و مجریان قوانین که از مؤلفه‌های قانون‌گرایی هستند، ارتباط معکوس وجود دارد؛ به این معنا که با افزایش گرایش به هویت قومی با بی‌گرایشی به قانون‌گرایی و میل به قانون‌گریزی روبه‌رو هستیم؛ بنابراین همان‌گونه که پژوهش‌های عنوان‌شده نشان داده‌اند، ارتباط بین قانون‌گرایی با هویت قومی ارتباطی معکوس بوده است که می‌توان چنین ادعا کرد که رشد قانون‌گرایی بیشتر از همه به تقویت هویت‌های عام و جمعی مثل هویت ملی منجر می‌شود. همچنین، رشد میزان قانون‌گرایی در میان افراد جامعه باعث کاهش میزان هویت‌های خاص (هویت قومی) در میان افراد جامعه می‌شود؛ بنابراین می‌توان این‌طور استنباط کرد که افزایش میزان قانون‌گرایی در جامعه باعث افزایش میزان هم‌گرایی اجتماعی و هم‌گرایی بین اقوام مختلف در جامعه می‌شود.

نتایج پژوهش نشان داده‌است که فرضیه سوم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با ۰/۲۵۶ و سطح معناداری نیز برابر با ۵/۸۶۰

ارتباط و تأثیر پایینی را بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نشان داده است. همچنین، نتایج پژوهش‌های محمدزاده و همکاران (۱۳۹۳) و جهانگیری و معینی (۱۳۸۹) نیز نشان داده است که ارتباط بین اعتماد اجتماعی با هویت ملی در پژوهش‌های انجام‌شده، ارتباطی مثبت و معنادار است؛ بنابراین می‌توان چنین ادعا کرد که رشد اعتماد اجتماعی بیشتر از همه به‌جای تقویت رشد هویت‌های خاص مثل هویت قومی باعث تقویت هویت‌های عام و جمعی مثل هویت ملی می‌شود. همچنین، جهانگیری و معینی (۱۳۸۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که وجود روابط مبتنی بر اعتماد متقابل در جامعه، موجب شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی می‌شود و این شبکه‌ها منابع باارزشی برای افراد هستند تا بتوانند کنش‌های خود را با همدیگر برقرار کنند و به منافع مشترک و عامی برسند که این منافع مشترک بیان‌کننده وجود همبستگی در بین آنها و همچنین بیان‌کننده ایجاد یک هویت عام و مشترک بین آنهاست؛ بنابراین می‌توان این‌طور استنباط کرد که افزایش میزان اعتماد اجتماعی در جامعه باعث افزایش میزان هم‌گرایی بین اقوام مختلف در جامعه می‌شود.

نتایج پژوهش نشان داده است که فرضیه پنجم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر احساس تعلق اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر احساس تعلق اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با ۰/۱۱۴ و سطح معناداری نیز برابر با ۲/۰۹۳ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان احساس تعلق اجتماعی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. همچنین، برای تبیین این فرضیه از نظریه دنیس مک کوایل استفاده شده است. مک کوایل بر این عقیده است که پیدا کردن بینش به موقعیت دیگران، همدلی اجتماعی، همزاد پنداری با دیگران و به‌دست آوردن احساس تعلق، یافتن پایه و اساسی برای بحث و گفت‌وگو، تعامل اجتماعی، پرکردن جای یک همراه واقعی در زندگی، کمک به اجرای نقش‌های اجتماعی و توانا کردن فرد به ایجاد پیوند با خانواده، دوستان و جامعه از خدماتی

یکپارچگی و انسجام، بسیار مهم است؛ زیرا هویت ملی مفهومی است که تلاش دارد تا تعارضات موجود در هویت‌های گروهی و قومی را به‌نوعی کاهش دهد و آنها را ذیل یک هویت بالاتر، یعنی هویت ملی هم‌گرا کند. انسجام و اتحاد ملی، مستلزم اقتباس عناصر هویت ملی از عناصر مشترک هویت‌های قومی گوناگون در جامعه است. در غیر این صورت، عناصر هویت ملی برای هویت‌های قومی، نامأنوس خواهد بود و در نتیجه احساس تعهد و تعلق قومیت‌ها به آن کم خواهد شد. امروزه صاحب‌نظران و محققان علوم انسانی و علوم اجتماعی به رسانه‌های جمعی که به‌منزله شاهراه اطلاعاتی جوامع هستند، به نقش آنها در فرهنگ و ابعاد گوناگون هویت انسانی به‌ویژه هویت ملی توجه کرده‌اند؛ بنابراین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی به افزایش هویت‌های عام و اجتماعی (از جمله هویت ملی) و کاهش هویت‌های خاص و فردی مثل هویت قومی می‌انجامد و زمینه‌ساز افزایش میزان هم‌گرایی بین قومی در میان افراد و اقوام مختلف در جامعه می‌شود.

نتایج پژوهش نشان داده است که فرضیه چهارم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر اعتماد اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر اعتماد اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با ۰/۱۸۵ و سطح معناداری نیز برابر با ۳/۳۸۱ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان اعتماد اجتماعی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، هم‌گرایی بین قومی نیز در میان پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. نتیجه فرضیه چهارم پژوهش با پژوهش‌های باصری و همکاران (۱۳۹۶)، سرور و همکاران (۱۳۹۳) و نقدی و همکاران (۱۳۹۲) همسوست. نتایج تحلیل مسیر پژوهش حاضر نشان داده است که متغیر اعتماد اجتماعی تأثیر غیرمستقیمی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی ندارد و میزان تأثیر مستقیم اعتماد اجتماعی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی پایین است. نتیجه‌ای که با نتیجه پژوهش سرور و همکاران (۱۳۹۳) در ارتباط بین اعتماد اجتماعی و هم‌گرایی بین قومی همسوست. در پژوهش سرور و همکاران نیز اعتماد اجتماعی،

پیشنهاد‌های کاربردی

- باتوجه به تأثیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر هم‌گرایی بین قومی و این مورد که متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی تأثیر مستقیمی بر هم‌گرایی بین قومی دارد و با افزایش میزان استفاده از رسانه‌های جمعی میزان هم‌گرایی بین قومی نیز در میان دو قوم عرب و بختیاری افزایش پیدا می‌کند، پیشنهاد می‌شود که برای افزایش این ارتباطات و هم‌گرایی بین قومی در شهر اهواز به تولید محصولات فرهنگی با محتوای بین فرهنگی و بین قومی دست زده شود. با جاگذاری مسائل مربوط به هم‌گرایی و انسجام قومی با کتاب‌های درسی و آموزش آن با نهادهای آموزشی از جمله آموزش و پرورش و به‌خصوص آموزش و پرورش استان خوزستان می‌توان به افزایش این هم‌گرایی در میان اقوام لر و عرب کمک شایانی کرد؛ زیرا این امر باعث تقویت گرایش به هویت‌های عام و جمعی مانند هویت ملی در میان افراد و اقوام مختلف در جامعه می‌شود و از گرایش به هویت‌های خاص مانند هویت قومی در میان افراد جامعه می‌کاهد و در نتیجه زمینه‌ساز هم‌گرایی بین قومی و در نهایت افزایش میزان هویت ملی و در نتیجه باعث افزایش میزان امنیت ملی می‌شود.

- باتوجه به تأثیر متغیر اعتماد اجتماعی بر هم‌گرایی بین قومی پیشنهاد می‌شود تا میزان اعتماد اجتماعی در میان اقوام بختیاری و عرب در شهر اهواز افزایش یابد. برای افزایش میزان اعتماد اجتماعی در شهر اهواز نیز پیشنهاد می‌شود برای شهروندان لر و عرب این شهر جایگاه و ارزش ویژه‌ای قائل شد و برای آنها در تمامی حوزه‌ها، آزادی‌های مدنی، فردی و اجتماعی مدنظر قرار گرفته شود تا این حس اعتماد اجتماعی در بین آنها به وجود آید؛ زیرا در جوامعی که اعضای آن از نظر مدنی، فردی و اجتماعی احساس آزادی کنند، میزان اعتماد اجتماعی نیز افزایش می‌یابد و در نتیجه باعث تقویت میزان هویت ملی در میان اقوام مختلف در شهر اهواز می‌شود که نتیجه این امر افزایش میزان همبستگی و هم‌گرایی بین قومی و کاهش میزان قوم‌گرایی و تعصبات قومی می‌شود که از گونه‌های هویت خاص در جامعه هستند.

است که رسانه‌ها ارائه می‌دهند و با آنها می‌توانند هم‌گرایی و همبستگی اجتماعی و به دنبال آن اعتماد اجتماعی را تحکیم بخشند؛ بنابراین می‌توان چنین ادعا کرد که رشد احساس تعلق اجتماعی، بیشتر از همه به جای تقویت هویت‌های خاص مثل هویت ملی باعث تقویت هویت‌های عام و جمعی مثل هویت ملی می‌شود؛ بنابراین می‌توان این‌طور استنباط کرد که افزایش میزان احساس تعلق اجتماعی در جامعه باعث کاهش میزان واگرایی قومی در جامعه و در نتیجه باعث افزایش میزان هم‌گرایی بین اقوام مختلف در جامعه می‌شود (جوادی‌بورا و هاشم‌نژاد ابرسی، ۱۳۹۶).

در نهایت، فرضیه ششم پژوهش، یعنی تأثیر متغیر قوم‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی نیز تأیید شده است. مقدار ضریب تأثیر متغیر قوم‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی برابر با $0/187-$ و سطح معناداری نیز برابر با $3/736$ است؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی هرچه میزان قوم‌گرایی در میان پاسخگویان افزایش پیدا کند، میزان هم‌گرایی بین قومی در میان پاسخگویان کاهش پیدا می‌کند. فرضیه ششم پژوهش با پژوهش بلوطی (۱۳۹۶) همسوست. همچنین، متغیر قوم‌گرایی با استناد به نظریه دیوید مایر بر متغیر هم‌گرایی بین قومی تأثیرگذار است. دیوید مایر اعتقاد دارد که قوم‌گرایی باعث به وجود آمدن پنج نوع از ابعاد تعصب در میان افراد قوم می‌شود که می‌تواند بر هم‌گرایی بین قومی تأثیر منفی داشته باشند. نتایج این پژوهش نیز نشان داده است که بین قوم‌گرایی و هم‌گرایی بین قومی نیز ارتباط منفی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان قوم‌گرایی در میان پاسخگویان از میزان هم‌گرایی بین قومی در میان آنها کاسته می‌شود؛ بنابراین می‌توان این‌طور ادعان داشت که افزایش میزان قوم‌گرایی و گرایش به قوم، خود باعث تقویت هویت‌های خاص و فردی مثل هویت قومی در جامعه می‌شود و در نتیجه از گرایش به هویت‌های عام و جمعی مانند هویت ملی کاسته می‌شود که نتیجه آن افزایش میزان واگرایی در میان اقوام مختلف در جامعه است که در نهایت، میزان هم‌گرایی بین قومی را کاهش می‌دهد (درویشی و طالب، ۱۳۹۹).

هم‌گرایی اقوام (ترک و کرد) و احساس امنیت پایدار و شناخت عوامل مؤثر بر تقویت هم‌گرایی اقوام در استان آذربایجان غربی»، *دوفصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش سیاست نظری*، ۱۱ (۱۱)، ۱۵۹ - ۱۳۱.

ترابی، ی. (۱۳۸۸). «سیاست‌های جمهوری اسلامی در مدیریت تنوعات اجتماعی»، *دانش سیاسی*، ۵ (۱)، ۱۵۷ - ۱۱۵.

ترکی، ح؛ خسروی، م.ع. و قربان‌پور دشتکی، ع. (۱۳۹۹). «ترسیم سناریوهای پیش‌روی فرصت‌ها و تهدیدهای قوم‌گرایی عربی در ارتباط با امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران»، *فصلنامه تخصصی علوم سیاسی*، ۱۶ (۵۳)، ۱۸۳ - ۱۵۹.

حسین‌زاده، م. (۱۳۸۸). «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی در بین دانشجویان تبریز»، *مطالعات ملی*، ۱۰ (۱)، ۴۹-۷۳.

حافظ‌نیا، م. (۱۳۸۵). *اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک*، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.

حدادپور، ا. و پیشگاهی‌فرد، ز. (۱۳۹۴). «جایگاه هویت قومی در همبستگی ملی: مطالعه موردی قوم عرب خوزستان»، *هشتمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران هم‌مدلی اقوام ایرانی انسجام و اقتدار ملی*، سنندج.

خادمی، ب؛ ایروانی، م.ر. و دیندار، ا. (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های شهر جهرم»، *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی*، ۵ (۱۳)، ۱۵۸ - ۱۲۵.

خرازی آذر، ز؛ مظفری، ا. و بهرامیان، ش. (۱۳۹۵). «تأثیر استفاده از رسانه‌های جمعی و اجتماعی بر هم‌گرایی بین قومی در ایران»، *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۷ (۳۴)، ۱۰۱ - ۶۹.

جهانی، د؛ عزتی، ع. و نامی، م.ح. (۱۳۹۶). «میزان تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی بر هم‌گرایی مردم استان‌های کردنشین ایران»، *فصلنامه مطالعات ملی*،

- افزایش میزان احساس تعلق اجتماعی باعث افزایش میزان هم‌گرایی بین قومی می‌شود؛

- از نتایج پژوهش حاضر تأثیر منفی متغیر قوم‌گرایی بر متغیر هم‌گرایی بین قومی در شهر اهواز است؛ از این رو پیشنهاد می‌شود با شبکه استانی خوزستان برنامه‌هایی تدوین و پخش شود که محتوای آنها به‌نوعی رابطه و انسجام اجتماعی اقوام مختلف را در استان نشان دهد تا از میزان گرایش به قوم‌گرایی کاسته شود و به این ترتیب باعث افزایش میزان هم‌گرایی در میان اقوام مختلف در استان شود.

- پیشنهاد می‌شود رسانه ملی و به‌خصوص رسانه‌های استانی، ویژگی‌های اقوام ساکن در هر منطقه و آداب و رسوم آنها را در راستای آشنایی سایر اقوام و همچنین ایجاد همبستگی و هم‌گرایی بین اقوام در قالب برنامه‌های مستند، فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی برجسته و پررنگ کنند تا زمینه‌های هم‌گرایی بین قومی با آشنایی آداب رسوم و فرهنگ‌های اقوام مختلف به وجود آید.

- برگزاری جلسات هم‌اندیشی سالانه بین اقوام در استان خوزستان و به‌خصوص در کلان شهر اهواز؛

- برگزاری همایش‌هایی با محوریت هم‌گرایی بین قومی در استان خوزستان برای شناخت عوامل تأثیرگذار بر هم‌گرایی بین قومی در میان اقوام استان خوزستان.

منابع

باصری، ا؛ عباسیان، ش. و کریمی، ب. (۱۳۹۶). «رابطه بین سرمایه اجتماعی و هم‌گرایی قومیتی در استان آذربایجان غربی»، *فصلنامه مدیریت بحران*، ۹ (۳۴)، ۱۴۱ - ۱۱۵.

بلوطی، ز. (۱۳۹۶). *عوامل اجتماعی مؤثر بر هم‌گرایی اجتماعی دزفولی‌ها با بختیاری‌های ساکن در شهر دزفول*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، اهواز: دانشگاه شهید چمران اهواز.

بخشنده، ب. (۱۳۹۶). «تأثیر رسانه بر هویت ملی و ویت فرهنگی»، *جامعه فرهنگ رسانه*، ۶ (۲۵)، ۱۱۴ - ۸۷.

بهرامیان، ش. و بهرامیان، ا. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین

- ۱۸ (۱)، ۶۷ - ۵۳.
- جهانگیری، ج. و معینی، م. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی: نمونه مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه شیراز»، *فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۷ (۲)، ۷۴ - ۳۷.
- جوادی بورا، ع. و هاشم‌نژاد ابرسی، ف. (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر میزان اعتماد اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد قائم‌شهر در سال ۱۳۹۶»، *دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی*، ۳ (۵)، ۱۲۶ - ۱۱۱.
- چگینی، م.؛ دانیالی، ت. و اسماعیل‌پور روشن، ع.ا. (۱۴۰۰). «نقش دین اسلام در هم‌گرایی قوم بلوچ و تأثیر بر امنیت اجتماعی استان سیستان و بلوچستان»، *فصلنامه جغرافیای سرزمین*، ۱۸ (۷۲)، ۹۹ - ۸۳.
- دانیایی فر، ح.؛ آذر، ع. و صالحی، ع. (۱۳۸۸). «قانون‌گریزی در ایران: تبیین نقش عوامل سیاسی - اقتصادی، قانونی، مدیریتی و اجتماعی - فرهنگی»، *فصلنامه علمی پژوهش‌های دانش انتظامی*، ۱۱ (۳)، ۶۵ - ۷.
- درویشی، ز. و طالب، م. (۱۳۹۹). «گونه‌شناسی ریشه‌ها و پیامدهای نزاع دسته جمعی (مورد مطالعه: جامعه روستایی امامزاده عبدالله (ع) شهرستان هندیجان استان خوزستان)»، *فصلنامه پژوهش‌های روستایی*، ۱۱ (۳)، ۴۹۵ - ۴۸۲.
- دشتی، ف. و عیوضی، م.ر. (۱۳۹۷). «عوامل مؤثر در ارتقا هم‌گرایی اقوام ایرانی در عصر جهانی‌شدن»، *فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشنامه انقلاب اسلامی*، ۸ (۲۹)، ۱۶۶ - ۱۳۹.
- ربانی، ع.؛ ربانی، ر. و حسینی، ر. (۱۳۸۸). «رسانه‌های جمعی و هویت ملی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، *پژوهش‌های ارتباط (پژوهش و سنجش)*، ۱۶ (۲)، ۹۳-۶۵.
- راد، ف. و فیل‌کوش، پ. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی (هویت قومی و هویت ملی)
- در بین دانشجویان دانشگاه پیام‌نور مرکز تهران غرب»، *دومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی*، تهران.
- رضادوست، ک.؛ حسین‌زاده، ع.ح. و کهنسال، ا. (۱۳۹۳). «جهت‌گیری عام‌گرایانه و عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر آن: مورد مطالعه جامعه شهری دهدشت»، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۳ (۲)، ۲۹ - ۵۰.
- سرور، ر.؛ موسوی، م.ن. و باقری کشکولی، ع. (۱۳۹۳). «تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی و احساس هم‌گرایی قومی در شهر ارومیه: مطالعه موردی قوم کرد و ترک»، *فصلنامه علمی - پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۷ (۱)، ۸۷ - ۶۹.
- سروستانی، ع. و عبدالخانی، ل. (۱۳۹۴). «نقش رسانه‌ها در انتقال اطلاعات و ایجاد هم‌گرایی اقوام با رویکرد امنیت پایدار در استان خوزستان»، *اولین همایش ملی اطلاعات، ارتباطات، مردم و جامعه دانشگاه آزاد اسلامی اهواز*، اهواز.
- شارع‌پور، م. و خوش‌فر، غ. (۱۳۸۱). «رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان: مطالعه موردی شهر تهران»، *نامه علوم اجتماعی*، ۱۰ (۲۰)، ۱۳۳-۱۴۷.
- شیرازه محبت، ح.؛ عباس‌زاده، م.؛ صمدی، م. و عابدینی، ص. (۱۴۰۱) «تبیین جامعه‌شناختی نقش رسانه‌های جمعی بر میزان هم‌گرایی اقوام»، *مطالعات جامعه‌شناختی*، ۱۴ (۵۴)، ۲۱۷ - ۱۹۹.
- صادقی جعفری، ج.؛ یزدخواستی، ب. و اجتهادی، م. (۱۳۹۷). «تحلیل بر احساس تعلق مردم به جامعه در حال تغییر ایران و عوامل مؤثر بر آن: مورد مطالعه شهر تهران»، *جامعه‌شناسی ایران*، ۱۹ (۱)، ۲۶ - ۳.
- صالحی امیری، س.ر. (۱۳۸۶). *مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی*، تهران: انتشارات ققنوس.
- صفایی، ع.؛ بهیان، ش. و جهانبخش، ا. (۱۴۰۰). «بررسی جامعه‌شناختی نقش عوامل سیاسی و اجتماعی

رفتارهای زیست محیطی خانواده‌های تهرانی»، مسائل اجتماعی ایران، ۹ (۲)، ۲۳۲ - ۲۰۹.

نقدی، ا.؛ احمدی، ا.ع. و سلطانی عزت، م. (۱۳۹۲). «بررسی جامعه‌شناختی میزان هم‌گرایی قومیت‌های (فارس، ترک، لر) استان همدان»، تحلیل اجتماعی، ۴ (۶۸)، ۱۵۴ - ۱۳۱.

نواح، ع.؛ قیصری، ن. و تقوی نسب، س.م. (۱۳۸۹). «آسیب‌شناسی مسائل قومی در ایران: مطالعه موردی عرب‌های ساکن شهرستان اهواز»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۳ (۳)، ۷۱ - ۴۷.

نواح، ع.؛ نبوی، س.ع. و حیدری، خ. (۱۳۹۵). «قومیت و احساس طرد اجتماعی، مخاطرات اجتماعی پیش‌رو: مورد مطالعه قوم عرب شهرستان اهواز»، جامعه‌شناسی ایران، ۱۷ (۴)، ۱۰۴ - ۷۴.

نیازی، م. و شفائی مقدم، ا. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی: مطالعه موردی شهروندان شهرستان کاشان در سال ۱۳۹۰»، رسانه و فرهنگ، ۲ (۱)، ۹۹-۱۲۷.

هیر، ج.؛ توماس، ه.؛ رینگل، ک. و سارستد، م. (۱۳۹۵). الگوسازی معادلات ساختاری کمترین مربعات جزئی (PLS-SEM)، ترجمه عادل آذر و رسول غلامزاده، تهران: انتشارات نگاه دانش.

هیگی، ا. و آریادوست، ا. (۱۳۹۴). «رابطه بین هویت قومی و قانون‌گرایی: مطالعه موردی شهرستان اندیمشک»، دومین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران.

Garson, G. D. (2016). *Partial least squares (pls-sem) statistical publishing associates*, Asheboro: Statistical publishing associates.

Harff, B., and Ted Rober, G. (1998). Systematic early warning of humanitarian emergencies, *Journal of Peace Research*, 35(5), 551-580.

Meuleman, B., Abts, K., Schmidt, P., Pettigrew, T.F., and Davidov, E. (2020) Economic conditions group relative deprivation and ethnic threat perceptions: a cross-national perspective, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46 (3), 593-611.

Midtbøen, H.A. (2015). Citizenship integration and the quest for social cohesion: nationality reform in the scandinavian countries, *Comparative Migration*

(طرحواره‌های قومیتی) مؤثر بر ایجاد هم‌گرایی قومی در بین گروه‌های قومی ساکن شهر اهواز»، جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۴ (۱۶)، ۴۰۵ - ۳۹۰.

عباسی، ف.؛ مرادی دیزگرانی، م. و حسین‌پور، م. (۱۳۹۵). «تحلیل تأثیر خصومت مصرف‌کننده بر تصمیمات خرید»، مدیریت بازرگانی، ۸ (۲)، ۴۱۲ - ۳۹۵.

عسگری، ح. و شرافت، س. (۱۳۹۲). «تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اعتماد اجتماعی در جوامع روستایی: مورد مطالعه دهستان هجدان دشت شهرستان مهران»، پژوهش‌های روستایی، ۴ (۴)، ۸۷۹ - ۸۵۱.

فخرایی، س. و کریمیان، ا. (۱۳۸۱). «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت‌پذیری: مطالعه موردی در بین دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی پسرانه شهرستان بوکان در سال تحصیلی ۹۰-۸۹»، مطالعات جامعه‌شناسی، ۱ (۳)، ۱۲۵-۱۴۸.

فرهمند، م. و نجفی، ک. (۱۳۹۷). «بررسی عوامل مؤثر بر منازعات بین قومی لک و لر در شهر خرم‌آباد»، پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۷ (۲)، ۶۳ - ۴۳.

گلجان، م. (۱۳۹۳). هم‌گرایی یا واگرایی، تهران: نشر تابناک.

محمدزاده، ا.؛ بازدار، ف.؛ بازدار، ا. و دارابی، ج. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه بین اعتماد اجتماعی و هویت ملی در بین دانشجویان»، اولین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی و علوم رفتاری، کیش.

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). *گزیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵*.

مشیرزاده، ح. (۱۳۸۵). تحول در نظریه روابط بین‌المللی، تهران: انتشارات سمت.

میرفردی، ا. و فرجی، ف. (۱۳۹۵). «بررسی میزان گرایش به قانون‌گرایی و رابطه آن با میزان مشارکت اجتماعی و میزان کنترل اجتماعی در شهر یاسوج»، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۷ (۲)، ۱۱۰ - ۹۳.

نبوی، س.ح. و مختاری هشی، ع. (۱۳۹۷). «سرمایه فرهنگی و

- Stodolska, M. (2018). Research on race, ethnicity, immigration, and leisure: have we missed the boat?. *Leisure Sciences*, 40 (2), 43-53.
- Kwong, K., and Wong, K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (pls-sem) techniques using smartpls, marketing bulletin, *Marketing Bulletin*, 24 (1), 1-32.
- Sanchez, G. (2013). *Pls path modeling with r, trowchez editions. berkeley*, Berkeley: Trowchez
- Studies*, 3 (3), 1-15.
- Mooij, M.D., and Beniflah, J. (2017). Measuring cross-cultural differences of ethnic groups within nations: convergence or divergence of cultural values? the case of the united states, *Journal of International Consumer Marketing*, 29 (1), 2 – 10.
- Latan, H., and Ramli, N.A. (2017). *The results of partial least squares-structural equation modelling analyses (pls-sem)*, <https://ssrn.com/abstract=2364191>, (2013/ 9/5).

ضمیمه ۱

جدول شماره ۳- گویه‌های متغیر هم‌گرایی بین قومی

متغیر	بُعد	گویه
	شاخص‌های نژاد	۱- به چه میزانی برای سایر نژادهای هم‌جوار خود احترام و ارزش قائل می‌شوید؟
		۲- به چه میزانی قائل به ارتباط با سایر اقوام و نژادها هستید؟
		۳- به چه میزانی تمایل به روابط سببی و ازدواج با اقوام و نژادهای دیگر را دارید؟
سرزمین مشترک		۱- به چه میزان علاقه‌مند به دفاع از سرزمین خود در هنگام جنگ هستید؟
		۲- به چه میزانی احساس تعلق به سرزمینی غیر از منطقه محل سکونت خود را دارید؟
		۳- به چه میزانی اعتقاد به وجود سرزمینی مشترک با سایر اقوام دارید؟
دین و مذهب		۱- به چه میزانی اعتقاد به وحدت دینی و مذهبی دارید؟
		۲- به چه میزانی توانایی سازش با افرادی از سایر ادیان را دارید؟
		۳- به چه میزانی به اعتقادات دینی و مناسک ویژه دینی احترام می‌گذارید؟
هم‌گرایی بین قومی	اقتصاد مشترک	۱- به چه میزانی قائل به وجود قوانین اقتصادی یکسان در اجرای کار برای افراد سایر قومیت‌ها هستید؟
		۲- به چه میزانی قائل به ارتباطات تجاری و معامله‌های متعدد اقتصادی با افراد قومیت‌های هم‌جوار خود هستید؟
		۳- به چه میزانی قائل به وجود روابط کارگرا در بین افراد دو قومیت متفاوت هستید؟
سنت‌های اجتماعی		۱- به چه میزانی برای سنت‌های اجتماعی (مراسمات شادی و عزا) در میان سایر اقوام احترام می‌گذارید؟
		۲- به چه میزانی در مراسمات اجتماعی سالیانه اقوام هم‌جوار شرکت می‌کنید؟
		۳- به چه میزانی به سنت‌های اجتماعی کهن خود توجه می‌کنید و برای آنها تبلیغ می‌کنید؟
تداوم تاریخی		۱- به چه میزانی اعتقاد به مقاومت همه اقوام ایرانی در سال‌های جنگ تحمیلی دارید؟
		۲- به چه میزانی تمایل به تداوم سکونت با قوم هم‌جوار در طی سالیان طولانی دارید؟
		۳- به چه میزانی علاقه‌مند به ساختن شخصیت‌های تاریخی معروف در قوم خود و تبلیغ آنها را دارید؟

ضمیمه ۲

جدول ۴- گویه‌های متغیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی

متغیر	بُعد	گویه
میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	رسانه‌های داخلی	۱- میزان استفاده شما از تلویزیون داخلی به چه میزانی است؟
		۲- میزان استفاده شما از رادیو داخلی به چه میزانی ارزیابی می‌شود؟
		۳- در هنگام استفاده از اینترنت به چه میزانی علاقه‌مند به استفاده از سایت‌های داخلی هستید؟
		۴- به چه میزان علاقه‌مند به خواندن مجلات و کتاب‌های داخلی هستید؟
رسانه‌های خارجی	رسانه‌های خارجی	۱- میزان استفاده شما از تلویزیون خارجی (ماهواره) به چه میزانی است؟
		۲- میزان استفاده شما از رادیو خارجی به چه میزانی ارزیابی می‌شود؟
		۳- در هنگام استفاده از اینترنت به چه میزانی علاقه‌مند به استفاده از سایت‌های خارجی هستید؟
		۴- به چه میزان علاقه‌مند به خواندن مجلات و کتاب‌های خارجی هستید؟

ضمیمه ۳

جدول ۵- گویه‌های متغیر سرمایه فرهنگی

متغیر	بُعد	گویه
سرمایه فرهنگی	تجسم‌یافته	۱- به چه میزان از اینترنت برای افزایش اطلاعات علمی و عمومی استفاده می‌کنید؟
		۲- میزان دسترسی شما به رایانه و اینترنت به چه میزان است؟
		۳- میزان استفاده شما از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراهتان به چه میزان است؟
سرمایه فرهنگی	تجسم‌یافته	۱- به چه میزان توانایی تحلیل یک موضوع یا شرکت در بحث را به صورت فی‌البداهه دارید؟
		۲- میزان تسلط شما بر زبان‌های خارجی به چه میزان است؟
		۳- به چه میزان درباره رایانه اطلاعات دارید؟
سرمایه فرهنگی	نهادینه‌شده	۱- از نظر داشتن مدارک علمی و ورزشی خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
		۲- از نظر داشتن مدرک زبان‌های خارجی (مثل تافل) خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
		۳- از نظر داشتن مدرک درباره ابزارهای مختلف موسیقی خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ضمیمه ۴

جدول ۶- گویه‌های متغیر قانون‌گرایی

متغیر	بُعد	گویه
قانون‌گرایی	شناختی	۱- به اعتقاد بنده اگر قوانین را رعایت نکنیم در کارهایمان موفق‌تر هستیم.
		۲- به اعتقاد من مردم باید گاه‌گاهی برای تغییر بعضی قوانین گردهمایی انجام دهند.
قانون‌گرایی	احساسی	۱- حتماً باید یک نفر بالای سرم باشد تا ملزم به رعایت قانون باشم.
		۲- وقتی خود مجریان قانون آن را رعایت نمی‌کنند، چرا من رعایت کنم؟
		۳- قانون هرچقدر هم که مهم باشد، در قبال اعضای خانواده خود می‌توان آن را نادیده گرفت.
		۴- وقتی که قانون را رعایت می‌کنم، حس می‌کنم که از بقیه افراد عقب می‌افتم.
قانون‌گرایی	رفتاری	۱- اطاعت از قانون با هرشرایطی باید انجام شود.
		۲- نه تنها خودم قانون را رعایت می‌کنم، دیگران را نیز ترغیب به رعایت قانون می‌کنم.
		۳- هرجایی که نیاز باشد قانون را رعایت کنم، ترجیحاً این کار را انجام می‌دهم.
		۴- در طول زندگی به این نتیجه رسیده‌ام که با رعایت قانون به هر چیزی که می‌خواستم، رسیده‌ام.

ضمیمه ۵

جدول ۷- گویه‌های متغیر اعتماد اجتماعی

متغیر	بُعد	گویه
بین شخصی		۱- به اعتقاد من حرف‌زدن از دوستی و رفاقت دیگر قدیمی شده است و نباید فریب این شکل حرف‌ها را بخوریم.
		۲- در زمان حاضر حتی نمی‌شود به دوست صمیمی و نزدیک خود هم اعتماد کرد.
		۳- دیگر نمی‌شود با کسی به غیر از خانواده و نزدیکان درباره مسئله‌ای مشورت کرد؛ زیرا دیگران درخور اعتماد نیستند.
		۴- به اعتقاد من فقط اعضای خانواده خودم قابل اعتماد هستند و نمی‌توان به دیگران اعتماد کرد.
اعتماد اجتماعی	تعمیم‌یافته	۱- در این زمان اگر آدم صادق و روراست باشد، به او انگ ساده‌لوحی می‌زنند.
		۲- به نظر من نمی‌توان کارهای خود را برای انجام‌دادن به دیگران محول کرد.
		۳- به اعتقاد من هرکسی باید تلاش کند و خودش کارهای خود را انجام دهد؛ زیرا نمی‌توان به کسی اعتماد کرد.
		۴- به اعتقاد من در حال حاضر ظاهر و باطن مردم تفاوت زیادی باهم دارد؛ به همین دلیل اعتمادکردن به دیگران را مشکل می‌کند.
نهادی		۱- بانک‌های دولتی، ۲- ادارات کشور، ۳- نیروهای مسلح، ۴- نمایندگان مجلس، ۵- روحانیون، ۶- بازاری‌ها، ۷- کادر پزشکی، ۸- دادگاه‌ها و قوه قضاییه، ۹- رسانه ملی).

ضمیمه ۶

جدول ۸- گویه‌های متغیر احساس تعلق اجتماعی

متغیر	بُعد	گویه
احساس تعلق اجتماعی	خانواده	۱- تا چه حد احساس تعلق به پدر و مادرتان دارید؟
		۲- تا چه حد احساس تعلق به پدربزرگ و مادربزرگ خود دارید؟
احساس تعلق اجتماعی	دوستان، اقوام و همشهری‌ها	۱- تا چه حد احساس تعلق به دوستانتان دارید؟
		۲- تا چه حد احساس تعلق به مردم قوم و طایفه‌تان دارید؟
		۳- تا چه حد احساس تعلق به همشهری‌هایتان دارید؟

ضمیمه ۷

جدول ۹- گویه‌های متغیر قوم‌گرایی

متغیر	بُعد	گویه
اجتماعی		۱- میزان احساس تعلق به قوم خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
		۲- میزان احساس تکلیف و تلاش برای برآوردن خواست‌های قومی خود درحوزه اجتماعی را در خود چگونه ارزیابی می‌کنید؟
		۳- به چه میزانی تمایل به انجام‌دادن هرگونه خدمتی برای هم‌قومیان خود را دارید؟
قوم‌گرایی	سیاسی	۱- به چه میزانی علاقه‌مند به انتخاب فرد هم‌قوم خود در انتخابات مجلس هستید؟
		۲- به چه میزانی علاقه‌مند به انتخاب فرد هم‌قوم خود در انتخابات شورای شهر هستید؟
		۳- به چه میزانی اعتقاد به این دارید که اداره امور و مدیریت شهر و کشور باید به هم‌قوم خود واگذار شود؟
فرهنگی		۱- چقدر تمایل به پوشیدن لباس محلی قوم خود را دارید؟
		۲- چقدر علاقه به تکلم به زبان مادری خود را دارید؟
		۳- چقدر تمایل به ازدواج درون‌گروهی با قوم خود را دارید؟

