



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

Strategic Research on Social Problems in Iran
E-ISSN: 2645-7539
Vol. 12, Issue 3, No.42, Autumn 2023, pp. 63-98
Received: 14.08.2023 Accepted: 19.11.2023

Research Paper

Analyzing the Inclination towards National Unity and Its Influencing Factors

Davood Parchami* 

Assistant professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran
d-parchami@sbu.ac.ir

Introduction

Iran, a large and diverse country with a rich multicultural tapestry, is home to various ethnic groups. The coexistence of these diverse ethnicities poses the potential to weaken the nation's collective identity and unity. Neglecting these differences can have detrimental consequences, leading to social disintegration. Embracing a sense of belonging to a broader national community is crucial for fostering social cohesion and averting political and social instability. The inclination to identify with the national community and derive a sense of identity from it is a vital indicator of social development in Iran. When individuals, despite their affiliations with smaller ethnic, religious, or class groups, prioritize membership in the national community and draw their identity from it, they are better positioned to contribute to the country's progress and respond voluntarily to societal crises, leveraging their abilities and resources to aid in problem-solving. Additionally, the manner, in which a society is governed, plays a significant role in reinforcing the inclination towards a national community. A fair and efficient government that aligns with the values of the society, comprising diverse smaller groups, can bolster the propensity towards the national community. This study aimed to assess the inclination towards the national community and the factors influencing it.

Materials and Methods

The data for this study were gathered through a survey designed to capture various dimensions of national community orientation, including cognition, emotion, and behavior, as well as social, historical, territorial, cultural, political, and economic aspects, along with perceptions of intergroup justice and a shared future. The sample size was determined using Cochran's formula, resulting in a sample of 384 individuals to achieve a 95% confidence level with a 5% margin of error. To ensure accuracy, 530 questionnaires were ultimately completed. The survey employed a two-stage sampling approach, utilizing cluster sampling to select localities and random sampling to select respondents. Data analysis was conducted using SPSS software and internal consistency, construct validity, and Cronbach's alpha were assessed to ensure the reliability and validity of the indicators. Owing to space constraints, the internal correlation results were not presented in this article.

Discussion of Results & Conclusion

The findings indicated that the inclination towards the national community in Iran averaged at 4 out of 6 on a 6-point scale, signifying a substantial tendency. Specifically, there was a strong inclination in the social, cultural, historical, and territorial dimensions, while the political and economic dimensions showed a relatively lower sense of justice between groups and common destiny towards the national community. In terms of orientation, the emotional dimension of orientation to the national community was rated at 4.6 out of 6, indicating a high to very high level, but it exhibited a weaker status in the cognitive and behavioral dimensions. This underscored the importance of enhancing knowledge and providing further training in understanding the national community as the individuals demonstrated a strong orientation towards it but lacked sufficient knowledge and exhibited weaker behavior in strengthening their national community. Another significant point pertained to commonalities within the national community, which were

*Corresponding author

Parchami, D. (2023). Analyzing the inclination towards national unity and its influencing factors. *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 12(3), 63-98.

2645-7539 / © University of Isfahan

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.2023.138775.1928>

categorized into past, present, and future. The current survey revealed that people were more interested in commonalities originating from the past, including culture (4.7), history (4.8), and land (4.6), compared to the commonalities of the present (economy, politics, etc.) and the future. In other words, the tendency towards the national community based on the common past was stronger than the tendency based on the commonality of the present and the future. Commonalities related to the present and the future were

more influenced by the efficiency of the government and alignment of values in the society. The government's acceptability in terms of efficiency and value orientation effectively increased orientation towards the national community. The variables investigated accounted for 65% of the changes in the tendency towards the national community.

Keywords: National Community, National Identity, Orientation, Nation-State



پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران
سال دوازدهم، شماره پیاپی (۴۲)، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۲، ص ۶۳-۹۸
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۸

مقاله پژوهشی

بررسی گرایش به اجتماع ملی و عوامل مؤثر بر آن

داوود پرچمی^{id*}، استادیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
d-parchami@sbu.ac.ir

چکیده

ایران کشوری بزرگ، چند فرهنگی و متشکل از اقوام مختلف است. گرایش به عضویت در گروه بزرگ اجتماع ملی و کسب هویت از آن، به‌عنوان شاخص توسعه اجتماعی، اهمیت بسیار زیادی برای ایران دارد. اگر مردم ضمن تعلق خاطر به گروه‌های کوچک، مانند گروه‌های قومیتی، دینی، مذهبی و طبقاتی خود، عضویت در اجتماع ملی و کسب هویت از آن را مرجح بدانند، ظرفیت و هم‌افزایی آنها برای توسعه بیشتر می‌شود، در مواقع بحران و تهدید کلیت جامعه، داوطلبانه و با استفاده از توانایی و منابع خود برای حل مشکلات بسیج می‌شوند و مسئولان را برای حل مشکلات جامعه، یاری می‌دهند. به نظر می‌رسد آنچه موجب تقویت گرایش به اجتماع ملی می‌شود، علاوه بر متغیرهایی که ناشی از فرهنگ و گذشته مشترک است، چگونگی اداره یک جامعه باشد. اگر شرایط اداره جامعه مناسب و عادلانه باشد و دولت کارآمد و با ارزش‌های جامعه، که متشکل از گروه‌های کوچک است، منطبق باشد، گرایش به اجتماع ملی افزایش می‌یابد. هدف این بررسی، سنجش گرایش به اجتماع ملی و عوامل مؤثر بر آن است. جامعه آماری این پیمایش، ۵۳۰ نفر از افراد در شهر تهران‌اند. نتایج نشان داد گرایش به اجتماع ملی قوی است (۴ از ۶). بررسی اجزای این شاخص، بیانگر گرایش قوی در بعد تاریخی و فرهنگی اجتماع ملی و گرایش ضعیف در بعد سیاسی، سرنوشت مشترک و احساس عدالت بین گروه‌هاست. همچنین مقبولیت دولت در دو بعد کارآمدی و جهت‌گیری ارزشی بر افزایش گرایش به اجتماع ملی مؤثر است. متغیرهای بررسی شده، ۶۵ درصد از تغییرات گرایش به اجتماع ملی را توضیح می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: اجتماع ملی، هویت ملی، گرایش، دولت - ملت، قومیت، ایران.
پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

* نویسنده مسؤل

پرچمی، د. (۱۴۰۲). بررسی گرایش به اجتماع ملی و عوامل مؤثر بر آن. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۱۲(۳)، ۶۳-۹۸.



مقدمه و بیان مسئله

ایران جامعه‌ای چند فرهنگی است و مردم آن خرده‌فرهنگ‌های مختلفی دارند. این گروه‌های دینی و مذهبی، قومی و زبانی در طول تاریخ، با فرهنگ‌های گوناگونی در این سرزمین زندگی کرده‌اند (Ahmadi, 2012؛ حاجیانی، ۱۳۸۰؛ قاسمی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۰: ۱۰۸). تفاوت‌های گروهی قومی، دینی، مذهبی و طبقاتی به‌طور بالقوه، مانعی برای شکل‌گیری اجتماع ملی و هویت ملی‌اند. با فراتحلیل تعداد زیادی از مطالعات انجام‌شده مشخص شد رابطه وجود اقوام مختلف و اعتماد اجتماعی در جامعه منفی است (Dinesen et al., 2020: 1). وجود قومیت‌های مختلف، هویت و گرایش ملی را تضعیف می‌کند. توجه‌نکردن به این تفاوت‌ها، عواقب ناگواری را برای جامعه دارد و آن را در معرض از هم گسیختگی اجتماعی قرار می‌دهد. گرایش قوی به اجتماع و هویت ملی ناشی از آن، مانع گسست اجتماعی است.

آنچه باعث می‌شود گرایش به اجتماعی ملی گروه‌های اجتماعی کوچک افزایش یابد، علاوه بر اشتراکات مهم فرهنگی، تاریخی، سیاسی و اجتماعی، ارزیابی از فایده و انتظار فایده‌عادلانه برای اعضای گروه خود در مقایسه با دیگر گروه‌هاست؛ بنابراین وضعیت حال اداره جامعه در تقویت اجتماع ملی بسیار مهم است. اگرچه تفاوت‌های فرهنگی مانع اولیه شکل‌گیری اجتماع ملی‌اند، اگر اداره جامعه کارآمد باشد، نیازهای افراد نیز تأمین می‌شود و در این وضعیت آنها نابرابری و تبعیض بین گروه‌ها را احساس نمی‌کنند. همچنین اگر بین ارزش‌های جامعه و حکومت انطباق وجود داشته باشد، اعضای گروه‌های کوچک، عضویت در گروه بزرگ‌تر را در جهت حفظ منافع و ارزش‌های گروهی خود می‌دانند و گرایش آنها به اجتماع بزرگ‌تر بیشتر می‌شود.

اجتماع ملی، نوعی اجتماع عام است که اعضای آن ضمن عضویت در گروه‌های کوچک‌تر و کسب هویت از آنها، هویت ملی را مهم‌تر می‌دانند که ناشی از عضویت در گروه سرزمینی تحت یک دولت است و به‌وسیله آن، خود را از دیگر ملل متمایز و شناسایی می‌کنند. چنین تصویری از خود و

تمایز از دیگران، موجب پیوند به اجتماع بزرگ‌تر و احساس تعلق به آن می‌شود. این پیوستگی اجتماعی، عامل مهمی برای توسعه یک کشور است و از ناامنی و بی‌ثباتی سیاسی و اجتماعی جلوگیری می‌کند.

گرایش به اجتماع و هویت ملی ناشی از آن، یکی از مؤلفه‌های اساسی توسعه اجتماعی و برای توسعه ضروری است. هویت مشترک و افزایش همبستگی و وحدت، تهدیدات داخلی و خارجی را می‌کاهد و زمینه مناسبی را برای امنیت و اقتدار ملی فراهم می‌آورد (قاسمی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۰: ۱۰۸). هویت ملی در زمانی که کشور در معرض خطر است، همبستگی قدرتمندی را بین هم‌وطنان ایجاد می‌کند (Huddy and Del Ponte, 2019: 5). هویت ملی در رقابت با ملت رقیب، تشدید می‌شود، با افزایش اهمیت هویت‌های داخلی تضعیف و موجب کم‌اهمیت‌تر شدن هویت ملی می‌شود (Huddy and Del Ponte, 2019: 22). نبود هویت واحد قوی‌تر از هویت‌های کوچک، شکاف اجتماعی و کشمکش بر سر منافع و ارزش‌ها را بین گروه‌های رقیب به وجود می‌آورد. ضعف گرایش به اجتماع ملی، مانع وفاق اجتماعی می‌شود و وجود چنددستگی، اختلاف و تضاد در حوزه‌های مختلف فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، دستیابی به توسعه را با مشکل روبه‌رو می‌کند. گرایش به اجتماع ملی که نشانه‌ای از وفاق بر هویت مشترک و ضرورتی در فرایند ملت‌سازی است، موجب هم‌افزایی و ترجیح منافع و اهداف بزرگ‌تر مانند «توسعه» کشور می‌شود (دلیرپور، ۱۳۸۴: ۴۰). افرادی که هویت ملی قوی دارند، بیشتر با هنجارها همراهی می‌کنند؛ برای مثال بیشتر حاضرند مالیات بدهند، اما کسانی که هویت ملی ضعیفی دارند، احتمالاً همبستگی کمتری با هم‌وطنانشان دارند و تحت تأثیر رهبران سیاسی ملی قرار می‌گیرند (Huddy and Del Ponte, 2019: 5). اهمیت بیش از حد هویت‌های گروهی کوچک، مانع اقدام در جهت منافع کل جامعه خواهد شد. گروه‌های رقیب بر سر تعیین و توزیع منابع و قدرت با یکدیگر کشمکش می‌کنند و بی‌ثباتی سیاسی را در جامعه به وجود می‌آورند (مطلبی و خان‌محمدی، ۱۳۹۶: ۲۰۷).

تقویت گرایش آنان به هویت ملی شان می‌شود و تأمین نشدن نیازها، این گرایش را تضعیف می‌کند.

رئوفی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی گرایش به هویت ملی و قومی با تأکید بر احساس محرومیت نسبی در بین جوانان شهر ایلام»، از طریق روش پیمایش، رابطه‌ی هویت ملی، قومی و احساس محرومیت نسبی را مطالعه می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد میان میزان احساس محرومیت نسبی در بعد اقتصادی و میزان گرایش به هویت ملی در بعد سیاسی، رابطه‌ای معنادار و معکوس و همچنین میان میزان احساس محرومیت نسبی در بعد اقتصادی و میزان گرایش به هویت قومی در بعد سیاسی نیز، رابطه‌ی معنادار و مستقیم وجود دارد.

اکبری (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای با عنوان «شکل‌گیری اجتماع ملی و دیالکتیک عاملیت و ساختار؛ به‌سوی یک نظریه‌ی جامعه‌شناختی در باب تغییرات اجتماعی کلان»، یک الگوی نظری را برای تغییرات اجتماعی کلان مانند شکل‌گیری اجتماع ملی براساس سنت جامعه‌شناسی ارائه می‌کند. برای نیل به این هدف با تکیه بر نظریات عاملیت و ساختار، چارچوبی برای بررسی روند تشکیل اجتماع ملی پیشنهاد شده است. در این مطالعه، یک الگوی بازنمایی (نظریه‌ی ابزاری) وجودشناختی از عاملیت و ساختار ارائه و سعی شده است تا با استفاده از عناصر نظری، این الگوی بازنمایی، قضایای نظری شکل‌گیری اجتماع ملی بر مبنای الگوی جامعه‌شناختی پیشنهادشده، ارائه شود.

مهری (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش اقوام در همبستگی ملی»، عوامل مؤثر بر بسیج سیاسی اقوام و هم‌افزایی آنها را در جهت همبستگی ملی با تأکید بر نقش مذهب و زبان در بین شهروندان چهار گروه قومی (کرد، ترک، عرب و بلوچ) با روش پیمایش بررسی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد قومیت افراد با تمایل به بسیج سیاسی قومی، ارتباط معنادار دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد رابطه‌ی مستقیم و معنی‌داری بین میزان قوت بنیاد زبان‌شناختی و میزان تمایل به

شکل‌گیری اجتماع ملی و تقویت گرایش به آن، تسهیل‌کننده‌ی بسیاری از امور جامعه است، شرایط را برای کارآمدی نظام سیاسی و اجتماعی کشور فراهم می‌کند و افزایش امکان ارضای نیازها و رضایت شهروندان را در پی دارد.

با توجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی و سیاسی ایران، موقعیت طبیعی، جغرافیایی، راهبردی آن در غرب آسیا، تحولات و بحران‌های منطقه، وجود تهدیدات خارجی و تلاش برخی کشورها برای برهم‌زدن یکپارچگی سرزمینی ایران، جهانی‌سازی، دسترسی به اطلاعات و ارتقای سطح آگاهی‌های عمومی، اهمیت اجتماع ملی و تلاش برای تقویت هویت و وحدت ملی بیش از گذشته مهم شده و بررسی و شناخت چگونگی و عوامل آن، ضرورت بیشتری یافته است. هدف این بررسی، مطالعه‌ی گرایش به اجتماع ملی و عوامل مؤثر بر آن برای پاسخگویی به این ضرورت است.

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های داخلی و خارجی کمی درباره‌ی موضوع اجتماع ملی، انجام شده است. عمده‌ی پژوهش‌های داخلی عموماً یک مطالعه‌ی نظری و یا بر یکی از ابعاد اجتماعی ملی درباره‌ی هویت ملی متمرکزند و یا رابطه‌ی آن را با یک متغیر خاص بررسی کرده‌اند. تمرکز عمده‌ی پژوهش‌های خارجی نیز حول هویت ملی جمعی، ابعاد و انواع آن، عوامل مؤثر و تأثیر آن بر رفتار جمعی، شهروندی و ملی است. در این بخش، برخی از این پژوهش‌ها را مرور می‌کنیم.

عباس‌زاده مرزبالی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش سیاست‌گذاری اجتماعی در تقویت گرایش اعضای جامعه به هویت ملی»، چگونگی نقش سیاست‌گذاری اجتماعی را در تقویت گرایش اعضای جامعه نسبت به هویت ملی خود، با روش توصیفی-تحلیلی و رویکرد نظری بررسی می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان داد نیاز به عدالت اجتماعی و دسترسی برابر به منابع و امکانات، رابطه‌ی مهمی با موضوع هویت ملی دارد. برآورده شدن نیازهای اعضای جامعه، موجب

روش فراتحلیل، این موضوع را بررسی می‌کند که تنوع قومیتی چه تأثیری بر اعتماد اجتماعی دارد. نتایج مطالعه نشان می‌دهد میان تنوع قومی و اعتماد اجتماعی رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. این رابطه در میان رابطه همسایگان بیشتر است و نشان می‌دهد زمانی که اعتماد کاهش می‌یابد، میزان تمایل برای اجتماعات مرکزی و فراقومی نیز کاهش می‌یابد.

هیرو و ریکو^۳ (2019) در مطالعه‌ای با عنوان «بحران اقتصادی و نگرش ملی: شواهد تجربی از اسپانیا»، چگونگی تأثیر بحران‌های اقتصادی ملی را بر احساس دل‌بستگی شهروندان به ملت یا احساس ناسیونالیستی آنها با استفاده از داده‌های پیمایش در اسپانیا بررسی می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد وقتی مردم در معرض پیام‌هایی درباره بحران اقتصاد ملی قرار می‌گیرند، غرور ملی در میان افراد طبقه پایین تقویت و در میان طبقات بالا تضعیف می‌شود و تأثیرات بر ناسیونالیسم، تنها در صورتی مهم است که از دست دادن موقعیت اقتصادی ملی در چارچوب مسئولیت اروپا باشد.

ویمر^۴ (2017) در مطالعه‌ای با عنوان «قدرت و غرور: هویت ملی و نابرابری قومی سیاسی در سراسر جهان»، این موضوع را بررسی می‌کند که چرا برخی افراد از لفاظی‌های ملی‌گرایانه استقبال و به سبب شهروندی خود احساس غرور می‌کنند، در حالی که برخی دیگر این کار را نمی‌کنند. برای بررسی این موضوع، از نظرسنجی‌های موجود در ۱۲۳ کشور دنیا استفاده می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد غرور ملی در گروه‌های دستیابی به قدرت سیاسی است. از این نظر، اعضای گروه‌های قومی که در سطح ملی نمایندگی نمی‌کنند، کمتر به ملت خود افتخار می‌کنند. علاوه بر این، خشونت قومی در گذشته یا ترتیبات تقسیم قدرت در حال حاضر، اعتماد به ثبات نمایندگی سیاسی آینده و در نتیجه غرور ملت را کاهش می‌دهد.

میلر و علی^۵ (2014) در مطالعه‌ای با عنوان «آزمون برهان

بسیج سیاسی قومی وجود دارد.

آب‌خضر و متفکر (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر مراسم و مناسبت‌های ملی در تقویت همبستگی و وحدت ملی با تأکید بر تربیت اجتماعی جوانان»، نقش و کارکرد برگزاری مراسم و مناسبت‌های ملی را بر همبستگی اجتماعی و وحدت ملی بررسی می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد در تربیت جوانان باید بیشتر به تبیین نقش و چگونگی ایفای نقش جوانان در اجتماع توجه کرد که تأثیر بسزایی در تربیت اجتماعی آنان دارد.

قاسمی و ابراهیم‌آبادی (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای با عنوان «نسبت هویت ملی و وحدت ملی در ایران»، درصدد تبیین نسبت میان وحدت و هویت ملی در ایران، با بهره‌گیری از رهیافت جامعه‌شناسی تاریخی‌اند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد در مقاطع بررسی شده، بین هویت و وحدت ملی رابطه مستقیمی وجود داشته و تقویت یا تضعیف همبستگی ملی، متأثر از سیاست‌ها و عملکرد دولت در زمینه هویت ملی بوده است.

در میان مطالعات خارجی، بروینسما و موسوتو^۱ (2022) در مطالعه‌ای با عنوان «حرکت رو به جلو: بررسی هویت ملی از طریق تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی غیرخطی در آلمان» در پی این هدف‌اند تا با استفاده از داده‌های پیمایشی در آلمان شرقی و غربی، روشی مبتنی بر داده را معرفی و هویت ملی را از لحاظ نظری بررسی کنند تا از پیچیدگی مفهوم هویت ملی بکاهند و به مباحث تجربی اندازه‌گذاری این مفهوم کمک کنند. آنها چهار عنصر متمایز را برای هویت ملی به دست آوردند که عبارت‌اند از: گرایش‌های ملی‌گرایانه، غرور و دل‌بستگی ملی، باورهای جهان وطنی و معیارهای عضویت که تعلق ملی را تعریف می‌کند. به عبارت دیگر، هویت ملی بعد فراگیر این جنبه‌های مرتبط و در عین حال متمایز است که همگی حول نقطه مرجع، یعنی ملت می‌چرخند.

دینسن و همکاران^۲ (2020) در مطالعه‌ای با عنوان «تنوع قومی و اعتماد اجتماعی: مروری روایی و فراتحلیلی» از طریق

³ Hierro & Rico

⁴ Wimmer

⁵ Miller & Ali

¹ Bruinsuma & Mußotter

² Dinesen et al.

ملت

درباره چستی ملت و منشأ آن، سه رویکرد وجود دارد: ۱. ملی‌گرایی^۴؛ ۲. نوگرایی^۵ و تصورگرایی^۶ (Utz, 2005: 617). ملی‌گرایان معتقدند که ملت‌های جدید، نتیجه شرایط آنها در قرون وسطی هستند (Smith, 1998: 53). مدرنیست‌ها، ملت‌ها را پدیده‌هایی نو^۷ می‌دانند که اجزای جدیدی دارند (Smith, 1998: 21؛ اشرف، ۱۳۸۷: ۱۱۳) و در فرایند نوسازی، امکان بروز و ظهور یافته‌اند (Smith, 1998: 21). نظریه‌پردازان این دیدگاه بر انقلاب صنعتی، گسترش سرمایه‌داری و نقش نخبگان اقتصادی و سیاسی در ساخت پیوندهای اجتماعی تصنعی^۸ تأکید دارند (Bell, 2003: 68). ظهور ملیت‌گرایی به‌ضرورت ماهیتی کارکردی داشته است (Lecourse, 2007: 6). تحرک بالای نیروی انسانی در جوامع صنعتی مدرن، به افزایش شباهت فرهنگی نیاز داشت، ملی‌گرایی این شباهت فرهنگی را به وجود آورده (Utz, 2005: 619؛ گیرنا، ۱۳۸۷: ۸۴) و برای حل الزامات نوسازی، شامل آموزش، تکنولوژی‌های ارتباطی و دیوانسالاری ملیت مناسب بوده است (Edensor, 2002: 2). جوامع سرمایه‌داری صنعتی، تنها در شرایطی شکل می‌گرفتند که در آن تجانس فرهنگی وجود داشت و نوسازی برای یکپارچگی سیاسی، نهادی، اقتصادی و فرهنگی، به ایجاد دولت-ملت نیازمند بود (Lecourse, 2007: 6). نظریه‌پردازان ملی‌گرای لیبرال استدلال می‌کنند که هویت‌های ملی، همانند چسب ملی^۹ برای کنار هم نگه داشتن شهروندان یک ملت عمل می‌کنند (Bruinsuma and Munotter, 2022: 2; Huddy and Miller and Ali, 2014: 1).

رویکرد دیگر مربوط به تصورگرایان است. به نظر اندرسون^{۱۰} (2006)، گروه‌های انسانی دو نوع هستند: گروه‌های واقعی کوچک که اعضای آن رو در رو با یکدیگر

هویت ملی^۱، این استدلال را از نظر تجربی بررسی می‌کنند و می‌گویند هویت ملی مشترک، برای ایجاد انگیزه در شهروندان در جوامع دموکراتیک، برای تعقیب اهداف، به‌ویژه عدالت اجتماعی ضروری است. آنها چهار بعد هویت ملی را از هم جدا می‌کنند: دل‌بستگی ملی، غرور ملی، میهن‌پرستی انتقادی در مقابل غیر انتقادی و مفاهیم مدنی در مقابل فرهنگی از هویت. نتایج نشان می‌دهد متغیرهای اصلی تحقیق، همبستگی ضعیفی با یکدیگر و تأثیر متفاوتی بر حمایت از عدالت اجتماعی و دولت رفاه دارند. همچنین رابطه بین هویت ملی و عدالت اجتماعی بین جوامع متفاوت است و یک عامل کلیدی، یافتن تعادل مناسب بین قدرت این‌گونه هویت‌ها و فراگیر بودن آنهاست.

بری^۱ (2011) در مطالعه‌ای با عنوان «ادغام و چندفرهنگی: راه‌هایی به سوی همبستگی اجتماعی»، در سه بخش، رابطه چندفرهنگی بودن جامعه و همبستگی اجتماعی را بررسی می‌کند. دو بخش اول مقاله، برخی ایده‌های زمینه‌ای را درباره ماهیت جوامع متکثر و روش‌های مختلفی ارائه می‌کند که گروه‌ها و افراد در تعامل بین فرهنگی در آنها درگیر می‌شوند. بخش سوم با استفاده از مفاهیم و یافته‌های روان‌شناسی میان‌فرهنگی و اجتماعی، معنای یکپارچگی و چندفرهنگی را دقیق‌تر و در بخش پایانی امکان ریشه‌یابی همبستگی اجتماعی بر این مفاهیم را بررسی می‌کند.

چارچوب نظری

تعریف اجتماع ملی^۲ یا ملت^۳

مفهوم اجتماع ملی، رابطه تنگاتنگی با مفهوم ملت دارد. برای بررسی مفهوم «اجتماع ملی» و مشخص کردن فضای مفهومی آن، ابتدا مفهوم «ملت» را بررسی می‌کنیم (پرچمی و کریمی، ۱۳۹۲؛ اکبری، ۱۳۹۵).

⁴ Nationalism

⁵ Modernism

⁶ Imaginism

^۷ مدرن در معنای اخیراً و اخیراً (Smith, 1998: 21).

⁸ Artificial Social Bonds

⁹ National Glue

¹⁰ Anderson

¹ Berry

² National community

³ Nation

موتور محرک دولت مدرن است (Macrone, 1998:12). ملت، یک اجتماع دارای باور مشترک و تعهد متقابل، قدمت تاریخی، منش فعال، وابستگی به یک قلمروی خاص و متمایز از دیگر اجتماعات، به واسطه فرهنگ عمومی خاص است (میلر، ۱۳۸۳:۳۴). گابرن^۵ (1996) آینده مشترک را به این مفهوم اضافه می‌کند. او ملت را گروه انسانی می‌داند که به یک اجتماع مشترک شکل می‌دهد، فرهنگ مشترک دارد، دارای یک قلمروی واضح و مشخص است، گذشته مشترک و طرح مشترکی برای آینده^۶ و ادعای حق حکومت بر خودشان را دارد.

بر این اساس، ملت مجموعه‌ای از افراد دارای نیا، فرهنگ، تاریخ، سرزمین و آینده مشترک، حقوق و تکلیف تقریباً یکسان و تحت حاکمیت حکومتی واحد است که هویت عامشان از هویت‌های خاص برایشان مهم‌تر است.

پیدایش دولت-ملت‌ها نقش کارکردی مهمی برای بقا و دوام نظام سرمایه‌داری داشته است. در شرایط، پیدایش و توسعه سرمایه‌داری دولت‌ها، نقش مهمی در حفظ منافع سرمایه‌داران داشته است. با تغییر شرایط ناشی از تحقق نیافتن اهداف مدرنیته و همچنین تأکید دولت‌های ملی بر حفظ منافع ملی و ایجاد مانع برای منفعت‌طلبی‌های نظام سرمایه‌داری، زمینه تضعیف نظریه‌های مدرن فراهم و موجب تبدیل شدن نفی دولت به مطالبه عمومی، در قالب نظریه‌های پست‌مدرن شده است.

رویکرد پست‌مدرن نگرش متفاوتی به دولت-ملت‌ها دارد. در این رویکرد، ملت یک ضرورت تاریخی نیست. ویژگی‌های مدرنیته مانند یکپارچگی، تک‌بعدی بودن، عینیت‌گرایی و واقع‌گرایی باعث شده است تا در این گفتمان دولت-ملت‌های مدرن با ویژگی‌های خاص جغرافیایی، سیاسی، حقوقی، اجتماعی و هویتی همراه باشند. در حالی که در رویکرد تکثرگرایی و نفی روایتی خاص از پست‌مدرن، دولت مرجع تام پذیرفتنی نیست (زرقانی و احمدی، ۱۳۹۷: ۱). شالوده‌شکنی‌های پسامدرنیستی باعث شده است تا انسان‌ها دال‌های هویتی خود

ارتباط دارند و گروه‌های تخیلی بزرگ که اعضایشان نمی‌توانند با هم ارتباطات رو در رو داشته باشند و همدیگر را بشناسند. اینها تنها تصویری از هم و اجتماعی دارند که در آن عضوند. ملت‌ها مانند هر اجتماع بزرگ دیگری ذهنی‌اند، اعضای ملت نمی‌توانند اعضای دیگر را به‌طور جزئی-بشناسند، اما در ذهن آنها تصویری از یکی بودن وجود دارد (Utz, 2005: 620; Macrone, 1998: 75). ملت‌ها اجتماعات خیالی‌اند؛ زیرا وجودشان به تصویری بستگی دارد که از طریق رسانه‌ها دریافت شده است (میلر، ۱۳۸۳: ۳۹). جیمز^۱ (2006) ملت را یک اجتماع انتزاعی^۲ از غریبه‌ها-افراد می‌داند که به ملاقات با هم نیاز ندارند- که به لحاظ ذهنی یک جامعه، ارتباط بنیادینی در زمان و مکان و یا خیال را تجربه کرده‌اند.

اسمیت^۳ (2001) در رویکردی دیگر به «نمادپردازان قومی»^۴ اشاره کردند و بر تداوم پیوندهای قومی ماقبل مدرن تأکید داشتند (اوزکریملی، ۱۳۸۳: ۸۵ و ۸۰; Smith, 1998: 224).

اسمیت (2009) بر ریشه‌های ماقبل مدرن ملت‌های معاصر تأکید دارد و از تفاسیر مدرن رایجی فاصله می‌گیرد که بی‌توجه به گذشته‌اند؛ زیرا ملی‌گرایی مدرن، بدون رجوع به حافظه و روابط قومی درک نخواهد شد که نماد قوم‌گرایی‌اند. ملت مدرن برای اینکه به راستی یک ملت باشد، نیازمند وحدت اسطوره‌ها، نمادها و حافظه گروه‌های قومی پیشامدرن است. ملت‌ها به احساسات قوی نیاز دارند. داشتن یک قلمرو، اقتصاد، سیستم آموزشی و قوانین مشروع کافی نیست، ملت، اجتماعی انسانی دارای نام تعریف می‌شود که اعضایش با خاطرات، نمادها، اسطوره‌ها، سنت‌ها و ارزش‌های مشترک رشد می‌کنند، در قلمرویی تاریخی زندگی می‌کنند که به آن دل‌بستگی دارند، فرهنگ عمومی متمایزی را ایجاد و منتشر و سنت‌های مشترک و قوانین استناداری را رعایت می‌کنند.

اسمیت (1998) می‌گوید تعلق به یک اجتماع تاریخی و سرنوشت مشترک، جانشین عقاید مذهبی بسیاری از افراد می‌شود. داشتن گذشته و سرنوشت مشترک، ایدئولوژی و

¹ James

² Abstract Community

³ Smith

⁴ Ethno-Symbolism

⁵ Guibernau

⁶ Common Project for the Future

حمایت، حفظ و تأمین منافع و احترام به آرمان‌ها و تحقق آنها نیز مربوط به آینده است.

هرگاه اشتراکات عام وفاق‌شدنی، از سوی گروه‌های رقیب بیرونی تهدید شوند، گرایش به هویت عام و به تبع آن، گرایش به حفظ و تقویت اجتماع عام بیشتر می‌شود. اگر ویژگی‌های هویت‌بخش گروه‌های کوچک از سوی دیگر گروه‌های داخلی تهدید و به آن بی‌احترامی شود، گرایش به اجتماع عام تضعیف می‌شود.

اجتماع ملی، نوعی اجتماع عام یا جامعه‌ای^۱ است. این مفهوم برای نشان‌دادن نیروهای یکپارچه‌کننده‌ای^۲ به کار می‌رود که اجزای جامعه را به سوی هم سوق می‌دهند تا مانع از فروپاشی روابط اجتماعی در برابر تمایزات نهادی شوند (Gerhardt, 2001: 180). اجتماع جامعه‌ای جهت‌گیری فرهنگی مشترک در اعضایش را اساس هویت اجتماعی آنان می‌داند و آن را حفظ می‌کند (Parsons, 1966: 10).

اجتماع ملی، اجتماع عامی است که اعضای آن ضمن حفظ هویت‌های خاص ناشی از عضویت در گروه‌های کوچک‌تر، هویت ملی را مهم‌تر می‌دانند که ناشی از ارزش‌های مشترک و عضویت در گروه سرزمینی، تحت یک دولت مشترک است و به وسیله آن خود را از دیگر ملل متمایز و شناسایی می‌کنند.

جامعه‌شناسان در اجتماع ملی، بیشتر به مفهوم «هویت ما»، احساسات مشترک و آگاهی جمعی توجه کرده‌اند (اشرف، ۱۳۷۲: ۹ و مرشدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۸۹). هویت، برآیند فرایند معنایی با ویژگی یا ویژگی‌های تعلق و تمایزبخش ناشی از عضویت گروهی و نقش‌های اجتماعی افراد در فرایند جامعه‌پذیری آنان است (پرچمی و درخشان، ۱۴۰۰: ۱۰). هر ویژگی عامل تمایز است که موجب تمایز فرد، گروه و جامعه از دیگران شود؛ مانند دین، مذهب، طبقه اجتماعی، جنسیت، نسل، ارزش‌ها و باورهای فرهنگی، سیاسی، قومی، ملی و غیره. افراد خود را با هویت‌هایی تعریف می‌کنند که با ویژگی‌های آنها خود را

را فقط از اجتماع بسته دولت-ملت دریافت نکنند، بلکه در عین اینکه بر مبنای ویژگی‌های ملی و حتی قومی برای خود تعیین هویت می‌کنند، براساس نشان‌های عام جهانی هم خود را تعریف کنند (عسگرخانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴).

اجتماع ملی

اجتماع ملی نوعی اجتماع عام است. اجتماع عام، اجتماعی است که اعضای آن ضمن دارا بودن هویت‌های خاص ناشی از عضویت در گروه‌های کوچک، هویت عام ناشی از عضویت در گروه بزرگ‌تر را مهم‌تر می‌دانند و به وسیله آن خود را از دیگر گروه‌ها متمایز و شناسایی می‌کنند. اهمیت این عضویت و هویت، ناشی از وفاق بر سر اهمیت اشتراکات عام است که مهم‌تر از ویژگی‌های خاص است و موجب احساس تعلق‌خاطری بیش از گروه‌های خاص، به گروه بزرگ یا اجتماع عام می‌شود. گروه بزرگ مانند پیروان یک دین یا نظام اعتقادی خاص، یا اعضای یک گروه سرزمینی و یا مردمی است که زیر نظر یک دولت زندگی می‌کنند.

اشتراک عام، ویژگی گروهی هویت‌بخش پذیرفتنی بسیاری از اعضای تعدادی از گروه‌های کوچک است. این اشتراکات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، سرزمینی، سیاسی، منافع مشترک و آینده مشترک دارد و از دیگر سو، ریشه‌ای در گذشته دارد و یا مربوط به حال و آینده مشترک است.

نیاکان، قومیت، زبان، فرهنگ، دین و مذهب، تاریخ و سرزمین اشتراکات ریشه‌دار گذشته‌اند. ارزیابی فایده عادلانه بین گروه‌های مختلف، مشروع دانستن دولت، پذیرش چگونگی اداره جامعه و دسترسی به امکانات و مواهب اجتماعی، عادلانه دانستن نظام دسترسی، توزیع فرصت‌ها و مواهب اجتماعی در کسب انواع سرمایه‌ها برای دستیابی به اهداف فردی و گروهی، نبود تبعیض بین گروه‌های مختلف، احترام به ارزش‌های گروه‌های کوچک و حمایت از آنان، به شرایط فعلی جامعه مربوط است. انتظار فایده، دریافت

¹ Societal Community

² Integrative Force

هریک از این اشتراکات در میان گروه‌های گوناگون جامعه بیشتر باشد، اجتماع ملی نیز قوی‌تر خواهد بود. در این بررسی، ابعاد ذیل برای اجتماعی ملی در نظر گرفته شده است. این موارد در سه دسته گذشته مشترک، حال مشترک و آینده مشترک قرار دارند:

بعد اجتماعی: اعتقاد به وجود و ضرورت وجود اجتماع ملی، احساس، اعتقاد و تمایل به ماندن در عضویت این جامعه، احساس تعلق خاطر مشترک و احساس تعهد افراد به «اجتماع ملی» یا «مای» ملی، پذیرش یکدیگر به‌عنوان هم‌وطن، نگرش مثبت به دیگر اعضای ملت، نگرش مثبت نسبت به مبانی همبستگی و همکاری اجتماعی و ... (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۴) از ویژگی‌های بعد اجتماعی گرایش به اجتماع ملی است؛

بعد فرهنگی: این بعد به ارزش‌ها، باورها، هنجارها، آداب و رسوم، نمادها، آیین‌ها و سنت‌های عام، جشن‌ها و اعتقادات و احساسات، زبان‌ها و اعمالی اشاره دارد که بین گروه‌های مختلف جامعه مشترک است (Guibernau, 2004: 136؛ ابوالحسنی، ۱۳۸۷؛ اکبری و عزیزی، ۱۳۸۷؛ قاسمی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۰). تمایز و شناسایی فرهنگی، نوعی سرمایه‌گذاری عاطفی قوی ایجاد می‌کند و موجب ایجاد همبستگی میان اعضای جامعه‌ای می‌شود که همدیگر را به‌عنوان هم‌وطن می‌شناسند (Guibernau, 2004: 136). احترام و به رسمیت شناختن هویت فرهنگی گروه‌های کوچک‌تر به‌وسیله اعضای گروه‌های کوچک در این بخش، اهمیت زیادی دارد؛

سرزمینی: این بعد به مردم یک محدوده سرزمینی اشاره دارد که آن را همانند خانه خود می‌دانند (Guibernau, 2004: 136). محیط جغرافیایی و فیزیکی جنبه عینی، ملموس و مشهود هویت ملی است. برای شکل‌گیری هویت واحد ملی، محدوده و قلمروی سرزمینی ضرورت دارد (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۵؛ اکبری و عزیزی، ۱۳۸۷: ۲۸۸). شاخص‌هایی چون آمادگی برای دفاع از سرزمین در زمان بروز خطر، مرجع دانستن زندگی در کشور خود بر دیگر نقاط جهان، علاقه‌مندی به یکپارچگی

می‌شناسند و از دیگری جدا می‌کنند. به بیانی دیگر، هویت‌ها به‌طور هم‌زمان بر اشتراکاتی تمایزآفرین استوارند.

هویت در دو سطح فردی و جمعی (اجتماعی) شناسایی شدنی است. هویت فردی ویژگی‌هایی است که فرد با پاسخ به من کیستم، از دیگری جدا می‌شود. هویت جمعی پاسخ به «ما» کیستیم است که ما را از «غیر ما» یا «آنها» جدا می‌کند. هویت جمعی تعلق به ویژگی‌هایی است که گروه ما را از گروه دیگران متمایز می‌کند (پرجمی و درخشان، ۱۴۰۰). افراد علاقه دارند با گروه‌هایی تعریف شوند که به آنها شباهت دارند. همچنین مایل‌اند در گروه‌هایی قرار بگیرند و هویتشان با گروه‌هایی ارتباط داشته باشد که پایگاه بالاتری دارند (Hiero and Rico, 2019: 4).

هویت ملی شامل برخی مضامین نظیر اجتماع سیاسی، تاریخ، قلمرو، شهروندی، ارزش‌ها و سنت‌های مشترک است و پنج ویژگی دارد: قلمروی تاریخی و یا میهن، اسطوره‌های مشترک و خاطرات تاریخی، فرهنگ عمومی توده‌ای مشترک، حقوق قانونی مشترک و تکالیفی برای همه اعضا و اقتصاد مشترکی با تحرک منطقه‌ای برای اعضا (Smith, 1998: 11-14). هویت ملی نوعی هویت جمعی است (Marvic, 2014)؛ اکبری و عزیزی، ۱۳۸۷؛ ربانی و رستگار، ۱۳۹۲). هویت ملی پدیده‌ای مدرن و دارای ماهیت پیوسته است. افرادی هویت ملی مشترک دارند که در «مای خاصی» شریک، و به یک فرهنگ مشترک، تاریخ، سنت‌ها، نمادها، خویشاوندی، زبان، مذهب، قلمروی سرزمینی، لحظه تأسیس^۱ و سرنوشت مشترک معتقدند (Guibernau, 2004: 134). وقتی هویت اجتماعی-ملی-فرد برجسته می‌شود، بر گرایش او به هنجارهای گروه مرجع تأثیر دارد (Henriquez, 2018: 144).

براساس استنتاج از آنچه در بحث اجتماعی ملی و هویت ملی بیان شد، اجتماع ملی بر پایه دسته‌ای از اشتراکات، شامل «اشتراکات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، سرزمینی، سیاسی و سرنوشت مشترک» و ارزیابی فایده و عادلانه‌دانستن دسترسی گروه‌ها از مواهب جامعه استوار است. به میزانی که

² Territorial Dimension

¹ Founding Moment

است.

گرایش^۲ به اجتماع ملی

ساندرز^۳ (2001) گرایش مثبت به کشور، مردم و ملیت خود را «گرایش‌های ملی‌گرایانه»^۴ معرفی می‌کند. لابرز و ساندرز^۵ (2017) گرایش‌های ملی را غرور ملی و ادراکی می‌دانند که مردم از ملیت^۶ دارند.

گرایش، ارزیابی مبتنی بر شناخت و احساس حاصل از آن است که جهت‌گیری رفتاری فرد نسبت به یک پدیده را مشخص می‌کند و گرایش به اجتماعی ملی، شناخت اشتراکات عام ملی و احساس تعلق خاطر به آنها و آمادگی رفتار مثبت برای حفظ و اعتلای آن است. به عبارت دیگر، انتظار فایده‌داشتن از عضویت در اجتماع ملی و باارزش دانستن این عضویت که به باور به برتری، احساس تعلق خاطر و عمل برای تقویت، حفظ و ماندن در گروه بزرگ ملی منجر می‌شود، گرایش به اجتماعی ملی تعریف می‌شود. گرایش به اجتماع ملی عبارت است از:

شناخت «اشتراکات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، سرزمینی و سیاسی، دسترسی عادلانه به منابع و آینده مشترک داشتن»؛

احساس و ارزیابی مثبت از این ویژگی‌ها و مرجح دانستن آنها نسبت به ویژگی‌های هویتی گروه‌های کوچک؛

آمادگی عمل و رفتار مبتنی بر این ویژگی‌ها مانند مشارکت، ایثار و فداکاری، ترجیح منافع ملی بر منافع فردی و گروهی، حفظ و تداوم عضویت در گروه ملی.

عوامل مؤثر بر گرایش به اجتماع ملی

با توجه به اینکه تحت اداره یک دولت بودن از عناصر اصلی و مهم ملت است، چگونگی شکل‌گیری و عملکرد و به

سرزمین در آینده، رویکرد و نگرش مثبت به سرزمین خود، احساس آرامش و آسایش در صورت زندگی در آن (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۶)؛

تاریخی: ریشه‌های تاریخی، منبع مشروعیت برای ملت و کشور است (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۷). بعد تاریخی هویت ملی عبارت است از: آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی و احساس دل‌بستگی به آن (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۵؛ اکبری و عزیزی، ۱۳۸۷: ۲۸۸؛ قاسمی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۰: ۱۱۴)؛

سیاسی: این بعد به میزان وفاداری اعضای یک سرزمین جغرافیایی نسبت به نهادها، نظام حکومتی، ارزش‌ها و ایدئولوژی سیاسی و مرزهای کشور اشاره دارد (اکبری و عزیزی، ۱۳۸۷: ۲۸۸). بعد سیاسی ملت و هویت ملی در ارتباط با دولت-ملت‌های نوین شکل گرفته است، نهاد سیاسی است که حاکم بر جمعیت‌های متنوعی است و مردم متفاوت را به صورت فرهنگی و زبانی همگن می‌سازد (Guibernau, 2004: 139). افرادی که عضوی از ساختار سیاسی کشورند، از لحاظ روانی هم خود را عضو سیستم می‌دانند و نسبت به آن احساس تعلق خاطر و یگانگی دارند (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۶)؛

بعد اقتصادی: سهم دانستن خود در منابع اقتصادی، ارجحیت تعامل اقتصادی با اعضای گروه اجتماعی بزرگ، نبود تفاوت در تعاملات اقتصادی بین گروهی، تلاش و مشارکت برای رشد اقتصادی و تأمین نیازهای جامعه (ملی)؛

۷- بعد احساس عدالت: عادلانه دانستن دسترسی اعضای گروه‌های اجتماعی مختلف جامعه به منابع و موهبات اقتصادی و اجتماعی، امنیت، رفاه و نبود تبعیض در حفظ، احترام و پایداری به ارزش‌های فرهنگی گروه‌های کوچک به وسیله دیگر گروه‌های جامعه؛

آینده مشترک: گابرنو (1996) به ضرورت داشتن طرحی مشترک برای آینده^۱ ملت‌ها اشاره می‌کند. اعضای جامعه در قالب آینده مشترک، باور دارند که دوام و بقای ارزش‌ها، هویت و منافع آنها منوط به تداوم عضویتشان در گروه بزرگ

¹ Common Project for the Future

² Attitude

³ Coenders

⁴ Nationalistic Attitudes

⁵ Lubbers and Coenders

⁶ Conceptions of Nationhood

احساس هویت مشترک در میان مردم جامعه است (Dinnen, 1: 2006). نظام کارآمد توانایی دارد که سرمایه‌های لازم را به‌گونه‌ای تولید یا توزیع کند که اهداف سیستم محقق شود. کارآمدی، توانایی دولت در ایجاد نظم کارکردی بین اجزای سیستم به‌گونه‌ای است که سرمایه‌های لازم در سطوح مختلف به‌اندازه کافی تولید و توزیع و در نهایت نیازهای شهروندان تأمین شود. نظم اجتماعی تولید، توزیع و بازتولید سرمایه‌ها را ممکن می‌کند و در آن توزیع، مصرف و مبادله‌شده هر خرده‌نظام، به‌اندازه‌ای خواهد بود که موجب تسهیل کارکردی خود و دیگر خرده‌نظام‌های جامعه می‌شود و از اختلال در روابط متقابل خود با آنها جلوگیری می‌کند.

عامل بسیار مهم و مؤثر بر گرایش به اجتماع ملی، تلقی عادلانه‌بودن عملکرد دولت در توزیع منابع و سرمایه‌ها در جامعه و به‌ویژه نبود تبعیض بین گروه‌های مختلف اجتماعی است. این امر خود از پیامدهای بسیار مهم کارآمدی دولت است. اگر اعضای گروه‌های مختلف اجتماعی، عضویت گروهی کوچک خود را مانع دستیابی به منابع بپندارند، گرایش به اجتماعی ملی آنان تضعیف خواهد شد. اگر دولت، ضمن ترویج ارزش‌های گروه بزرگ، ارزش‌های گروه‌های کوچک را محترم بشمرد و آن را بپذیرد، توزیع منابع بین گروه‌های مختلف عادلانه و زندگی‌شان به‌طور نسبی و در مقایسه با دیگر گروه‌ها تأمین می‌شود، مهم‌تر آنکه اگر کاستی‌ها به‌دلیل تفاوت‌های بین گروهی نباشد، رضایت، اعتماد و مشارکت اجتماعی و در نهایت گرایش به اجتماع ملی در آنها افزایش می‌یابد.

وجود نابرابری توجیه‌نشده و به‌عبارتی، بی‌عدالتی در بین این گروه‌های اجتماعی متفاوت در داخل یک ملت، بر هویت ملی و گرایش به اجتماع ملی تأثیر منفی دارد. در صورتی که گروه‌های قومی در دولت ملی نماینده نداشته باشند، نسبت به گروه‌های قومی که در دولت نماینده دارند، احساس هویت ملی و افتخار ملی کمتری دارند (Wimmer, 2017)؛ زیرا خود را در نسبت با دیگران محروم ارزیابی می‌کنند.

احساس محرومیت نسبی، احساس کاستی بین داشته‌ها و

عبارتی دیگر مشروعیت^۱ دولت نیز بر تقویت و یا تضعیف گرایش به اجتماعی ملی تأثیرگذار است. مشروعیت، حقانیت حکومت و دولت است. به نظر می‌رسد در مشروعیت، دو عنصر مهم نهفته است:

حقانیت^۲: برحق دانستن حاکم و منصوبان آن که امروزه مراد از آن منطبق با قانون بودن شکل‌گیری دولت است؛

مقبولیت^۳: مقبولیت بازنمایی کم و بیش مثبت افراد نسبت به چیزی است (Tricot et al., 2003) که در اینجا به معنای پذیرش و قبول جهت‌گیری و عملکرد دولت است. مقبولیت دو بعد کارآمدی^۴ به معنی توان تحقق اهداف نظام اجتماعی و ارضای نیازهای اعضای جامعه دارد و جهت‌گیری ارزشی^۵ به معنی انطباق با ارزش‌های مردم و اعضای جامعه یا گروه است.

هرچند انطباق شکل‌گیری دولت با قوانین رسمی و قواعد غیررسمی برای پذیرش آن از سوی اعضای گروه‌های مختلف جامعه مهم است، ظرفیت دولت در پاسخگویی به نیازهای اعضای جامعه و همچنین انطباق سیاست‌گذاری و عملکرد دولت با ارزش‌های پذیرفتنی اعضای گروه‌های اجتماعی موجود در جامعه نیز مهم‌تر و بر گرایش مردم به اجتماع ملی تأثیرگذارتر است.

کارآمدی دولت: کارآمدی قابلیت و توانایی اداره امور جامعه به‌وسیله مدیران و کارگزاران کشور در پاسخگویی به نیازهای مردم است، موجب افزایش رضایت مردم و مشروعیت نظام سیاسی می‌شود (پرجمی و جلالی، ۱۳۹۹: ۶) و گرایش به اجتماع ملی را تقویت می‌کند.

کارآمدی، دستیابی به اهداف، کیفیت زندگی شهروندان و توانایی‌شان برای بقا را افزایش می‌دهد (Lee and Whitford, 5: 2009). بسیاری از چالش‌هایی که دولت‌های شکننده^۶ با آن مواجه‌اند، ناشی از وجودنداشتن کارآمدی دولت و همچنین

¹ Legitimacy

² Rightfulness

³ Acceptability

⁴ Effectiveness

⁵ value orientation

⁶ Fragile States

ملی پیدا می‌کنند.

هنگامی که نظامی کارآمد، ارضای نیازها در جامعه را به‌طور عادلانه انجام دهند، افراد دچار احساس محرومیت نسبی نشوند، نهادهای فرهنگی و فعال در جامعه‌پذیری موفق عمل کنند، انتظار فایده‌افراد و ارزیابی فایده‌آنها افزایش می‌یابد و سرمایه اجتماعی نظام بیشتر می‌شود. سرمایه اجتماعی دو بعد روابط عینی افراد و پیوندهای ذهنی (اعتماد و احساسات مثبت) آنان است (Paxton, 2002: 256). اعتماد اجتماعی^۲، پیش‌بینی‌پذیری کنش منطبق بر هنجارها و ارزش‌ها در ایفای نقش است. هرچه اعتماد تعمیم‌یافته، یعنی اعتماد بین اعضای جامعه و به‌خصوص بین اعضای گروه‌های مختلف و اعتماد به نهادها، به‌ویژه نهادهای حکومتی بیشتر باشد، گرایش به اجتماع ملی افزایش می‌یابد. اعتماد تعمیم‌یافته ناشی از حمایت از حقوق اقلیت‌هاست، موجب بهره‌مندی اقلیت‌ها از حقوقشان می‌شود و در فعالیت‌های داوطلبانه و خیرخواهانه نیز تأثیرگذار است (Uslaner, 2018: 7). همچنین اعتماد سیاسی به روابط بین مردم و حاکمیت اشاره دارد. اعتماد به نظام سیاسی، نهادهای سیاسی و کنشگران سیاسی، گرایش به اجتماع ملی را تقویت می‌کند و موجب افزایش مشارکت شهروندان می‌شود (Lee and Schachter, 2018: 305).

عامل دیگر، مشارکت اجتماعی^۳ است. مشارکت اجتماعی فعالیت فرد در تعامل با دیگر اعضای جامعه و گروه در امور جمعی است و بیانگر میزان فعالیت افراد در گروه‌های رسمی و غیررسمی است (Kim et al., 2018: 11). مشارکت اجتماعی فعالیت‌های ارادی است که اعضای جامعه از طریق آنها در امور محل زندگی شرکت می‌کنند و به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم، در شکل‌دادن به حیات اجتماعی خود سهیم می‌شوند (رشیدی، ۱۳۹۹: ۷۸). افزایش مشارکت اجتماعی، گرایش به اجتماع ملی را تقویت می‌کند.

جهت‌گیری ارزشی: بعد دوم، مقبولیت جهت‌گیری

آنچه باید باشد، در مقایسه با افراد برخوردار است. بررسی‌ها نشان داده است که در ایران، بین احساس محرومیت نسبی و میزان گرایش به هویت ملی رابطه معکوس وجود دارد (رئوفی و همکاران، ۱۳۹۷: ۵؛ ربانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۷؛ لهسایی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸؛ نواح و تقوی‌نسب، ۱۳۸۶؛ رضاییان و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۷).

وقتی اعضای یک گروه احساس کنند به‌دلیل عضویت گروهی‌شان در مقایسه با دیگر گروه‌ها، از مزایایی محروم‌اند، «احساس محرومیت نسبی جمعی»^۱ شکل می‌گیرد (Sablonnière & Tougas, 2008: 2294). شکل‌گیری هویت گروه بزرگ (اجتماع ملی) منوط به از بین رفتن احساس تبعیض و محرومیت در بین گروه‌های کوچک اجتماع و در نتیجه به هم پیوستن افراد و گروه‌های مختلف جامعه و احساس تعلق مشترک میان اعضای آن اجتماع است (ربانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۰). در جامعه‌ای که شکاف‌های اجتماعی افزایش یابند، گرایش به اجتماع ملی کاهش می‌یابد. شکاف‌های اجتماعی حاصل تفاوت در دسترسی به انواع منابع و یا راه‌های دسترسی به آنهاست (مرتون، ۱۳۹۳: ۴۳۶-۴۳۱).

عامل دیگر تقویت‌کننده گرایش به اجتماع ملی، که معرفی برای کارآمدی دولت است، همسویی کارکردی اجزای خرده‌نظام فرهنگی و درونی‌کردن باورها و ارزش‌ها و هنجارهای مشترک عام برای تقویت گرایش به اجتماع ملی به‌وسیله نهادهای جامعه‌پذیرکننده است. چگونگی جامعه‌پذیری افراد بر گرایش ملی آنان تأثیر دارد (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۸۸؛ ربانی و همکاران، ۱۳۹۰). دولت‌ها با تکیه بر هویت ملی، نظام ارزشی مدنظر خود را از طریق آموزش، تبلیغات و دیگر ابزارهای جامعه‌پذیری به افراد القا می‌کنند (ربانی و رستگاری، ۱۳۹۲: ۲). اگر افراد در فرایند اجتماعی‌شدن خود در خانواده، مدرسه، جامعه و به‌ویژه از طریق رسانه‌ها، با ارزش‌ها و ویژگی‌های هویت‌بخش گروه بزرگ آشنا شوند، به آنها تعلق می‌یابد، آنها را نسبت به ویژگی‌های هویت‌بخش گروه کوچک ترجیح می‌دهند و گرایش بیشتری به اجتماع

² Social Trust

³ Social Participation

¹ Social Collective Relative Deprivation

تخریب هویت‌های ملی می‌شوند و در نتیجه افزایش بحران‌ها، مسائل ملی هم تشدید می‌شود (حافظ‌نیا و کاویانی، ۱۳۸۵: ۲۳).

روابط بین گروه‌های مختلف در یک جامعه، عامل مؤثر دیگر بر گرایش به اجتماعی ملی است. هر چقدر اقوام و گروه‌ها در جامعه خاص‌تر باشند، امکان روابط آنها کمتر خواهد بود. هرچه قوم‌مداری اقوام افزایش یابد، دیگر انواع روابطشان شامل روابط قومی و گروهی مبادله‌ای، عاطفی و گفت‌وگویی کاهش می‌یابد (یوسفی و اصغرپور، ۱۳۸۸).

رابطه بین فرهنگ‌های متعدد، تحت تأثیر میزان علاقه برای حفظ فرهنگ و هویتشان و میزان علاقه برای داشتن کنش روزمره با دیگر گروه‌هاست. این دو متغیر دو استراتژی تمایل به حفظ یک فرهنگ و هویت موروثی، یا علاقه به تماس و مشارکت درون جامعه بزرگ‌تر با گروه‌های قومی دیگر را به وجود می‌آورند (Berry, 2011: 7). در گروه‌های خاص‌گرا که تنها با خودشان ارتباط دارند، عام‌شدن ارزش‌ها، نمادها و هنجارهای افراد، دشوار و یا ناممکن است. نبود عام‌گرایی فرهنگی و شکل‌گیری کل یکپارچه و متفق، مانعی جدی در تشکیل اجتماع عام است.

فرضیات و مدل مفهومی

فرضیات اصلی مستخرج از تئوری‌ها به شرح زیر است و به نظر می‌رسد:

میان همسویی جهت‌گیری ارزشی مردم و دولت با گرایش به اجتماع ملی آنان ارتباط وجود دارد؛
میان کارآمدی دولت و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

میان احساس محرومیت کم‌تر و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

بین احساس ادراک نابرابری اجتماعی در جامعه و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

بین ارضای نیازهای بیشتر در جامعه و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

میان مصرف رسانه و گرایش به اجتماع ملی ارتباط

ارزشی و به معنای انطباق و همسویی ارزش‌های دولت و مردم است. تعقیب هم‌زمان ارزش‌های متقابل و مخالف، موجب تعارض اجتماعی می‌شود (Schwartz, 2009). اگر همسویی میان ارزش‌های اداره‌کنندگان جامعه و مردم وجود نداشته باشد، به تدریج بین خواسته‌ها و انتظارات و واقعیات در جامعه و تصمیمات اخذشده در نظام سیاسی جامعه شکاف به وجود می‌آید، در نپذیرفتن شیوه حکومت و میزان رضایت افراد از اقدامات آن بسیار مؤثر است و گرایش به اجتماع ملی، مردم را تضعیف و موجب شکاف اجتماعی می‌شود. به رسمیت شناختن و احترام به ارزش‌های مردم و به‌خصوص اعضای گروه‌های کوچک مثل اقوام، پیروان ادیان و مذاهب، جریان‌های سیاسی مختلف، امکان شکل‌گیری هویت‌های گروهی افراطی و در تقابل با هویت ملی کاهش می‌یابد. تحت این شرایط، انتظار فایده‌افراد از عضویت در گروه بزرگ‌تر و ارزیابی بالا از این عضویت افزایش می‌یابد.

هرچند دولت در چگونگی اداره و عملکرد رسانه‌ها نقش دارد، اما میزان و کیفیت مصرف رسانه‌ای مردم بر گرایش به اجتماع ملی آنان تأثیرگذار است. رسانه‌ها در نهادینه‌سازی ارزش‌ها و ایجاد احساسات مشترک میان افراد و جوامع نقش دارند و در ساخته‌شدن واقعیت اجتماعی، تعریف روابط میان گروه‌های اجتماعی در جامعه، هویت ملی، همبستگی، یکپارچگی ملی، همسان‌سازی و تقویت جریان همگرایانه نیز مؤثرند (قربان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۳). قدرت بازنمایی رسانه‌های جمعی و نفوذ آنها در شکل‌دهی به هویت ملی، باعث می‌شود در فرایند ملت‌سازی در دنیای جدید جایگاه مهمی داشته باشند (امینیان و تیمورپور، ۱۳۹۱: ۷۲).

نوع رسانه مصرفی نیز بر ارزش‌های افراد مؤثرند. رسانه‌های داخلی یکی از مهم‌ترین نهادهای بازنمایی فرهنگی ملت‌هایند که هویت ملی به‌طور مستمر با آنها بازتولید می‌شود (بارکر، ۱۳۸۷: ۵۹). رسانه‌های خارجی یا متفاوت از نظام فرهنگی حاکم نیز، بر هویت ملی تأثیرگذارند. این رسانه‌ها قادرند هویت‌های مجازی برای افراد و گروه‌ها درست کنند و بدون آنکه به مرزهای سیاسی تجاوز نظامی شود، موجب

وجود دارد؛ میان رضایت اجتماعی و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

وجود دارد؛ میان شکاف اجتماعی و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

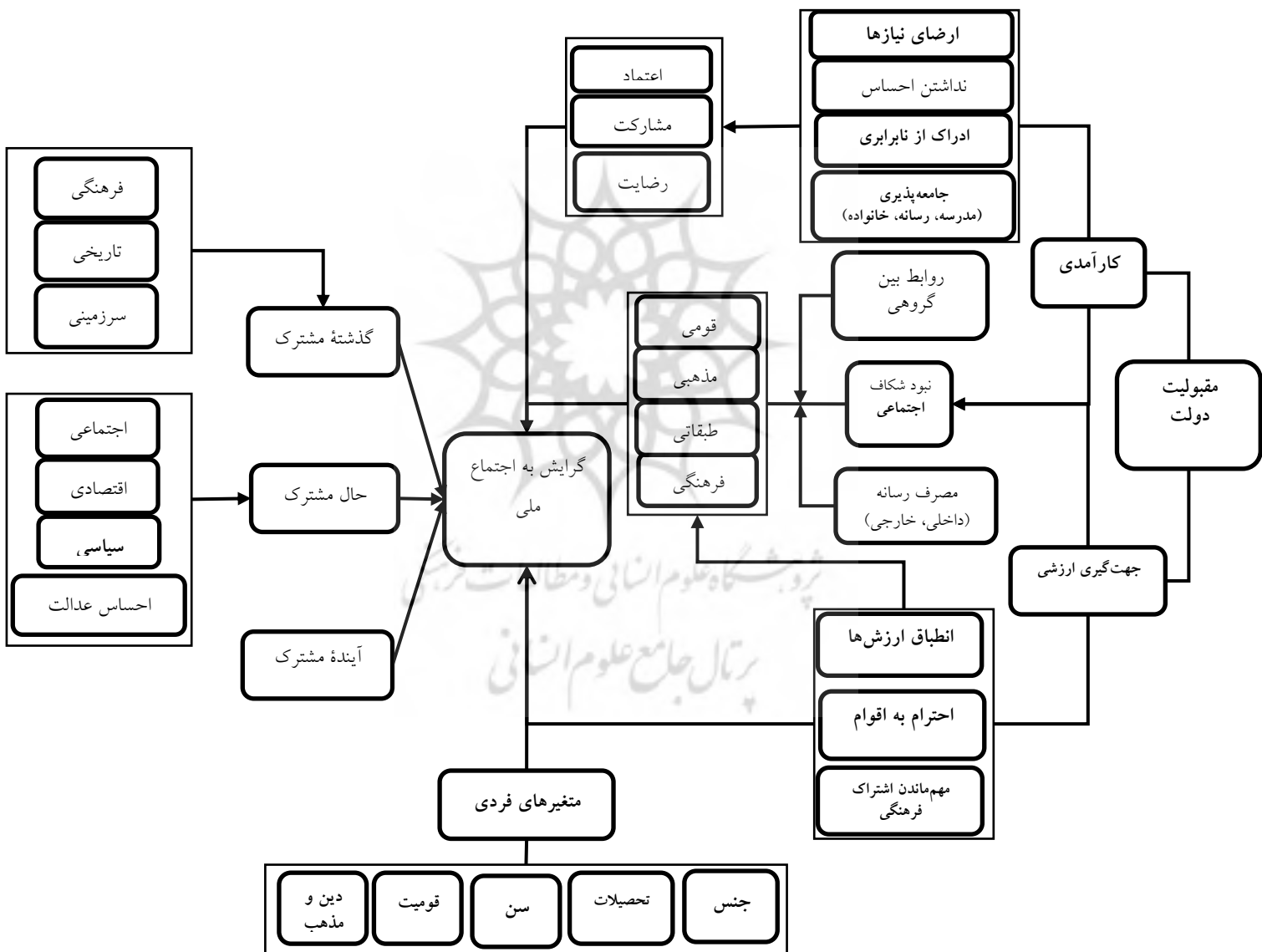
وجود دارد؛ میان روابط بین گروهی و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

وجود دارد؛ میان اعتماد و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

دارد؛ میان مشارکت و گرایش به اجتماع ملی ارتباط وجود دارد؛

هرچه احترام به اقوام بیشتر باشد، گرایش به اجتماع ملی پاسخگویان نیز بیشتر می شود؛

هرچه رضایت اجتماعی بیشتر باشد، گرایش به اجتماع ملی بیشتر می شود.



شکل ۱- مدل نظری تحقیق

Fig 1- Theoretical model of research

روش بررسی

گروه‌ها و آینده مشترک لحاظ شد. برای معرف‌های این متغیرها و ابعاد آنها، علاوه بر معرف‌سازی که خود محقق انجام داده است، به تحقیقات پیشین در این حوزه نیز توجه شد و در نهایت معرف‌های جدول ۱ برای این مطالعه به دست آمد.

داده‌های به دست آمده در این بررسی، از طریق پیمایش جمع‌آوری شده است. براساس تعریف و ابعاد مشخص شده برای مفهوم گرایش، سه بعد شناخت، احساس و رفتار در نظر گرفته و برای گرایش به اجتماع ملی، ابعاد اجتماعی، تاریخی، سرزمینی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، احساس عدالت بین

جدول ۱- ابعاد و معرف‌های متغیرهای بررسی شده

Table 1- Dimensions and indicators of the studied variables

تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی	متغیرها
عدالانه دانستن دسترسی اعضای گروه‌های اجتماعی مختلف جامعه به منابع و موهبات اقتصادی و اجتماعی، امنیت، رفاه و نبود تبعیض در حفظ، احترام و پابندی به ارزش‌های فرهنگی گروه‌های کوچک به وسیله دیگر گروه‌های جامعه	این مفهوم با متغیرهایی چون امکان بهره‌مندی همه گروه‌ها از فرصت‌ها، تبعیض در قوانین بین گروه‌ها و تبعیض میان زن و مرد سنجیده شده است.	احساس عدالت بین گروه‌ها
اعضای جامعه در قالب آینده مشترک باور دارند که دوام و بقای ارزش‌ها، هویت و منافع آنها منوط به تداوم عضویشان در گروه بزرگ است.	این مفهوم با متغیرهایی چون اقدام در جهت خیر مشترک، پذیرش یکپارچگی ارضی مشترک، احساس بهبود در آینده و سرنوشت مشترک مشترک سنجیده شده است.	سرنوشت مشترک
اعتقاد به وجود و ضرورت وجود اجتماع ملی، احساس، اعتقاد و تمایل به ماندن در عضویت این جامعه، احساس تعلق خاطر مشترک و احساس تعهد افراد به «اجتماع ملی» یا «مای» ملی، پذیرش یکدیگر به عنوان هم‌وطن، بعد اجتماعی گرایش به اجتماع ملی را به خود اختصاص می‌دهد.	این مفهوم با متغیرهایی چون ضرورت وجود اجتماع ملی، احساس عضویت در اجتماع ملی، همکاری اجتماعی، تعلق خاطر و افتخار به اجتماع ملی، تعهد نسبت به اجتماع ملی / بی‌تفاوتی، پرداخت هزینه برای اجتماع ملی، احساس فایده از این عضویت و علاقه به هم‌وطنان و رفتار دوستانه سنجیده شده است.	اجتماعی
آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی و احساس دل‌بستگی به آن، بیانگر بعد تاریخی گرایش به اجتماع ملی است.	این مفهوم با متغیرهایی چون دل‌بستگی به گذشته تاریخی، برجسته‌بودن تمدن ایران و آثار تاریخی و مرمت آنها سنجیده شده است.	تاریخی
این بعد به مردم یک محدوده سرزمینی اشاره دارد که آن را همانند خانه خود می‌دانند.	این مفهوم با متغیرهایی چون دل‌بستگی به سرزمین، علاقه به یکپارچگی سرزمینی، دفاع از سرزمین، علاقه به زندگی در سرزمین خود و احساس آرامش در آن سنجیده شده است.	سرزمینی
این بعد به ارزش‌ها، باورها، هنجارها، آداب و رسوم، نمادها، آئین‌ها و سنت‌های عام، جشن‌ها و اعتقادات و احساسات، زبان‌ها و اعمالی اشاره دارد که بین گروه‌های مختلف جامعه مشترک است و احترام و به رسمیت شناختن هویت فرهنگی گروه‌های کوچک‌تر به وسیله اعضای گروه‌های کوچک در این بخش اهمیت زیادی دارد.	این مفهوم با متغیرهایی چون آداب و رسوم ملی و مذهبی آشنایی و افتخار به میراث گذشته و هنرمندان، افتخار به سرود ملی، پرچم و ... اعتقاد به حفظ و تقویت میراث، ترجیح و کاربرد زبان و ادبیات فارسی و علاقه به چهره‌های ملی و مذهبی سنجیده شده است.	فرهنگی
به میزان وفاداری اعضای یک سرزمین جغرافیایی نسبت به نهادها، نظام حکومتی، ارزش‌ها و ایدئولوژی سیاسی و مرزهای کشور اشاره دارد.	این مفهوم با متغیرهایی چون تلاش برای حفظ نظام و انقلاب، ارزیابی از نظام جمهوری اسلامی، ارزیابی مثبت از انقلاب، اهمیت قانون اساسی و شناخت شرایط سیاسی سنجیده شده است.	سیاسی
سهیم دانستن خود در منابع اقتصادی، ارجحیت تعامل اقتصادی با اعضای گروه اجتماعی بزرگ، نبود تفاوت در تعاملات اقتصادی بین گروهی، تلاش و مشارکت برای رشد اقتصادی و تأمین نیازهای جامعه (ملی).	این مفهوم با متغیرهایی چون پرداخت مالیات برای بهبود شرایط، اشتراک در معادن و ذخایر، تمایل به مصرف کالا و محصولات داخلی و اقدامات عملی سنجیده شده است.	اقتصادی

<p>این مفهوم با متغیرهایی چون نقش مسئولان در حل مسائل کشور، تلاش برای بهبود وضعیت مردم، کفایت و یا بی‌کفایتی آنان و ... سنجیده شده است.</p>	<p>کارآمدی قابلیت و توانایی اداره امور جامعه به وسیله مدیران و کارگزاران کشور در پاسخگویی به نیازهای مردم است.</p>	<p>کارآمدی</p>
<p>این شاخص با برآورده شدن نیازهایی چون امنیت، احترام، روابط اجتماعی، خوراک، پوشاک و مسکن سنجیده شد.</p>	<p>رفع نیازهای مطرح برای افراد از طریق مناسبات و سازوکارهای مشروع و متداول در جامعه و ایجاد به دلیل نظم کارکردی بین اجزای سیستم، به گونه‌ای است که سرمایه‌های لازم در سطوح مختلف به اندازه کافی تولید و توزیع و در نهایت نیازهای شهروندان تأمین می‌شود.</p>	<p>ارضای نیازها</p>
<p>این مفهوم با متغیرهایی چون تلاش و نرسیدن به اهداف، نبود فرصت رشد و پیشرفت و نبود امکانات کافی برای رسیدن به اهداف سنجیده شد.</p>	<p>احساس کاستی بین داشته‌ها و آنچه باید باشد، در مقایسه با افراد برخوردار است.</p>	<p>احساس محرومیت</p>
<p>این مفهوم با متغیرهایی چون امکان پیشرفت برای همه قومیت‌ها و مذاهب، امکان رشد تحصیلی برای همه، امکان موفقیت شغلی برای همه، اجرایی شدن قانون برای همه، امکان پیشرفت برابر زنان و مردان سنجیده شد.</p>	<p>توزیع نامساوی موهبات اجتماعی در بین اعضای جامعه دارای شرایط تقریباً مساوی.</p>	<p>نابرابری اجتماعی</p>
<p>این مفهوم در سه بعد جامعه‌پذیری در خانواده (بازدید از مکان‌های فرهنگی و تاریخی، تأکید والدین به مطالعه تاریخی، ادبیاتی و ...)، مدرسه (تلاش مدرسه برای آشنایی با تاریخ و شخصیت‌های تاریخی، بازدید از مکان‌های فرهنگی و تاریخی و ...) و رسانه (برنامه‌های آشناکننده به فرهنگ و تاریخ ایران و ایجادکننده غرور ملی و حس ایرانی بودن) سنجیده شد.</p>	<p>فرایند آموزش و یادگیری باورها، ارزش‌ها، هنجارها، آداب و رسوم، معارف و اخلاقیات گروهی و اجتماعی و تلاش برای درونی کردن و عینیت بخشیدن به آنها در ایفای نقش‌های اجتماعی، از سوی اعضای گروه و جامعه در طول زندگی است.</p>	<p>جامعه‌پذیری</p>
<p>مفهوم اعتماد نهادی با متغیرهایی چون اعتماد به پلیس، صدا و سیما، شهرداری، بانک‌ها، سازمان‌های دولتی و ... سنجیده شد.</p>	<p>پیش‌بینی‌پذیری کنش منطبق بر هنجارها و ارزش‌ها در ایفای نقش است. همچنین اعتماد نهادی به اعتماد بین مردم و نهادهای موجود اشاره دارد. اعتماد تعمیم‌یافته نیز شامل اعتماد به غریبه‌هاست.</p>	<p>اعتماد اجتماعی</p>
<p>این مفهوم با متغیرهایی چون شرکت در انتخابات، شرکت در انجام کارهای خیریه و اردوهای جهادی یا کمک مالی به آنها و ... سنجیده شد.</p>	<p>مشارکت اجتماعی، فعالیت فرد در تعامل با دیگر اعضای جامعه و گروه در امور جمعی و بیانگر میزان فعالیت افراد در گروه‌های رسمی و غیررسمی است.</p>	<p>مشارکت اجتماعی</p>
<p>این مفهوم با همسویی ارزش‌های مردم و دولت در تصمیمات مسئولان در حوزه‌های سیاسی، ارتباط با آمریکا، سوریه و عراق و ... سنجیده شد.</p>	<p>انطباق و همسویی ارزش‌های دولت و مردم است.</p>	<p>جهت‌گیری ارزشی</p>
<p>این مفهوم با متغیرهایی چون همسویی انتظارات مردم در ابعاد دین‌داری، حریم شخصی، توجه به خواست مردم و ... با اقدامات حکومت و واقعیت جامعه سنجیده می‌شود.</p>	<p>همسویی و هم‌جهتی بین واقعیت و انتظارات اعضای جامعه</p>	<p>انطباق ارزش‌ها</p>
<p>این مفهوم در ابعاد مختلف و در قالب متغیرهایی چون شکاف فرهنگی، طبقاتی، مذهبی و قومی سنجیده شد.</p>	<p>گسست و انشعاب بین افراد، نهادها و گروه‌های اجتماعی است که در تفاوت ارزش‌ها و منافع اعضا ریشه دارد.</p>	<p>شکاف اجتماعی</p>

برآورد، در نهایت برای اطمینان و افزایش دقت، پاسخگویان ۵۳۰ پرسش‌نامه (پس از حذف موارد اضافی) را تکمیل کردند. با توجه به شرایط تحقیق و نحوه جمع‌آوری اطلاعات، لازم بود با کسانی مصاحبه شود که با مطالعه سئوالات،

برای برآورد و تعیین حجم نمونه، از فرمول کوکران استفاده شده است. بر این اساس، حجم نمونه با پیش‌بینی ضریب اطمینان نمونه‌گیری ۹۵ درصد و ضریب خطای ۵ درصد، برابر با ۳۸۴ نفر تعیین شد که با پیش‌بینی خطای

دو محله مسیحی‌نشین و ۶۰ نفر از اهل سنت در دو شهرک سنی‌نشین مصاحبه شد.

هنگامی که محلات مشخص شدند، با توجه به محدودیت جغرافیایی محلات، برای جلوگیری از انتشار سئوالات در نزد اهالی هر محله، گروه‌های پرسشگری ۵ نفری تشکیل و طبق جدول توزیع نمونه که در اختیار داشتند، با هماهنگی و نظارت سر گروه خود، هر پرسشگر در هر محله، فقط با ۴ نفر پاسخگو به‌گونه‌ای مصاحبه می‌کرد که نسبت سن و جنس در هر محله رعایت شود. هر محله به ۲۰ قسمت تقسیم و مرکز آنها به‌عنوان محدوده منزل پاسخگو مشخص شد و هر پرسشگر با کمک تصویر نقشه نمونه‌گیری و آنلاین، محدوده مدنظر خود را پیدا کرد. با اعمال این دقت‌ها، درنهایت با ۵۳۰ نفر مصاحبه شد. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و به‌منظور بررسی قابلیت اعتماد و اعتبار شاخص‌ها از همبستگی درونی، اعتبار سازه و آلفای کرونباخ استفاده شد. گفتنی است هرچند همه روابط همبستگی درونی شاخص‌ها معنی‌دار بوده است، اما برای جلوگیری از اطاله مقاله، از ذکر نتایج همبستگی درونی خودداری شده است.

به‌راحتی درک مشترکی از پرسش‌نامه، که به‌صورت مکتوب و آنلاین در اختیار آنان قرار می‌گرفت، به دست می‌آوردند و خطای برداشتشان به حداقل می‌رسید. برای این منظور، جمعیت تحقیق این پژوهش به‌طور کلی، افراد ۱۵ تا ۶۵ سال شهر تهران بودند، اما چون تفاوت دینی و مذهبی برای ما مهم بود، به‌دنبال مصاحبه با نمونه سنی مذهب و اقلیت دینی مسیحی نیز بودیم؛ از این رو به برخی از شهرک‌های اقماری سنی‌نشین و محله‌های اقلیت‌های مسیحی مراجعه خاص داشته‌ایم.

نمونه‌گیری در این بررسی، نمونه‌گیری دومرحله‌ای است که متشکل از نمونه‌گیری خوشه‌ای با روش تصادفی منظم در انتخاب محلات و نمونه‌گیری تصادفی در انتخاب پاسخگویان بود. شهرداری تهران در نقشه‌هایی با کاربری‌های مختلف، مناطق تهران را براساس معیارهای مختلف تفکیک کرده است. در هرکدام از این مناطق، تعدادی محله وجود دارد که نقشه‌های آنان نیز مشخص است. بنابراین فهرست تمامی محله‌های مناطق تهران تهیه شد؛ سپس به‌طور تصادفی و منظم، ۲۷ محله از شهر تهران انتخاب و با ۶۰ نفر مسیحی در

جدول ۲- اعتبار و روایی شاخص‌ها

Table 2- Validity and reliability of indicators

معناداری	KMO	آلفای کرونباخ	شاخص‌ها
۰,۰۰۰	۰,۷۵	۰,۷۰	بعد اجتماعی
۰,۰۰۰	۰,۷۷	۰,۷۵	بعد فرهنگی
۰,۰۰۰	۰,۸۱	۰,۸۴	بعد سیاسی
۰,۰۰۰	۰,۷۸	۰,۶۵	بعد تاریخی
۰,۰۰۰	۰,۷۸	۰,۶۱	بعد سرزمینی
۰,۰۰۰	۰,۶۷	۰,۶۱	احساس عدالت بین گروه‌ها
۰,۰۰۰	۰,۷۱	۰,۶۵	سرنوشت مشترک
۰,۰۰۰	۰,۸۵	۰,۸۸	بعد احساسی
۰,۰۰۰	۰,۷۰	۰,۷۴	بعد شناختی
۰,۰۰۰	۰,۷۶	۰,۷۳	بعد رفتاری
۰,۰۰۰	۰,۷۲	۰,۷۴	کارآمدی
۰,۰۰۰	۰,۷۱	۰,۶۴	ارضای نیازها
۰,۰۰۰	۰,۷۰	۰,۷۱	جامعه‌پذیری
۰,۰۰۰	۰,۹۲	۰,۹۴	اعتماد اجتماعی
۰,۰۰۰	۰,۶۸	۰,۷۵	مشارکت اجتماعی
۰,۰۰۰	۰,۷۲	۰,۷۳	جهت‌گیری ارزشی
۰,۰۰۰	۰,۷۶	۰,۷۷	انطباق ارزش‌ها
۰,۰۰۰	۰,۶۸	۰,۶۸	شکاف اجتماعی

نتایج

ویژگی پاسخگویان

در این بررسی، میانگین سنی پاسخگویان ۳۷ سال است. ۵۴٫۸ درصد پاسخگویان از قومیت فارس، ۱۸٫۶ درصد ترک،

۱۱٫۴ درصد کرد، ۹٫۳ درصد ارمنی، ۲٫۳ درصد لر و ۳٫۶ درصد از مابقی اقوام ایرانی‌اند. فراوانی در مقاطع تحصیلی، در جدول ۳ مشاهده می‌شود.

جدول ۳- سن، قومیت و تحصیلات پاسخگویان

Table 3- Age, ethnicity and education of respondents

سن	درصد	قومیت	درصد	تحصیلات	درصد
۱۶-۲۵	۱۹	فارس	۵۴٫۸	بی‌سواد	۱۶
۲۶-۳۵	۳۱	ترک	۱۸٫۶	نهضت و ابتدایی	۳٫۷
۳۶-۴۵	۲۴٫۳	کرد	۱۱٫۴	راهنمایی تا دیپلم	۴۰٫۴
۵۵-۶۵	۱۶٫۳	ارمنی	۹٫۳	فوق دیپلم و لیسانس	۴۰٫۱
۵۶-۶۵	۷٫۶	لر	۲٫۳	فوق لیسانس	۱۲
میانگین	۳۷	سایر	۳٫۶	دکتری	۲٫۱

۷۸ درصد شیعه، ۱۱ درصد سنی و ۱۰ درصد کاتولیک یا پروتستان‌اند. همچنین ۳۵٫۶ درصد از آنان مجرد و ۶۱٫۹ درصد متأهل‌اند.

۴۵ درصد پاسخگویان زن و ۵۵ درصد مردند، حدود ۹۰ درصد آنان مسلمان و ۱۰ درصد مسیحی‌اند، بالا بودن تعداد مسیحیان در این بررسی از آن رو است که به‌طور هدفمند، با تعداد بیشتری از آنان مصاحبه شد. در بین پاسخگویان، حدود

جدول ۴- جنسیت، دین، مذهب و وضعیت تأهل پاسخگویان

Table 4- Gender, religion and marital status of the respondents

جنسیت	درصد	دین	درصد	مذهب	درصد	وضعیت تأهل	درصد
زن	۴۵	مسلمان	۸۹٫۸	شیعه	۷۸٫۳	مجرد	۳۵٫۶
مرد	۵۵	مسیحی	۱۰٫۲	سنی	۱۱٫۵	متأهل	۶۱٫۹
				کاتولیک یا پروتستان	۱۰٫۲	بیوه و مطلقه	۲٫۵

گرایش به اجتماع ملی

به‌طور کلی، گرایش به اجتماع ملی در این بررسی (۴٫۱ از ۶) و زیاد است. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌کنید، حدود ۷۲ درصد از پاسخگویان بین زیاد تا خیلی زیاد گرایش به اجتماع ملی دارند.

وجود اجتماع ملی، احساس عضویت در اجتماع ملی و ... سنجیده می‌شود. میانگین شاخص بعد اجتماعی، گرایش به اجتماع ملی در این بررسی ۴٫۶ و به‌عبارتی بین زیاد تا خیلی زیاد است. بعد فرهنگی با متغیرهایی چون آداب و رسوم ملی و مذهبی، آشنایی و افتخار به میراث گذشته و هنرمندان، افتخار به سرود ملی و ... بررسی شد. میانگین گرایش در بعد فرهنگی (۴٫۷) در ایران، نشان می‌دهد ایرانی‌ها بین زیاد تا خیلی زیاد به این بعد گرایش دارند. بعد تاریخی اجتماع ملی

بعد اجتماعی گرایش به اجتماع ملی در بر گیرنده متغیرهایی است که نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به یک گروه اجتماعی بزرگ است و با معرف‌هایی چون ضرورت

مشارکت برای حل مسائل اقتصادی است. میانگین گرایش به اجتماع ملی در بعد اقتصادی (۳,۷) است. در بعد احساس عدالت بین گروه‌ها، میانگین پاسخ‌ها ۳,۲ است که نشان می‌دهد ارزیابی از عدالت بین گروه‌ها پایین است. میانگین سرنوشت مشترک (۳,۴) است که نشان می‌دهد افراد در این بعد نیز، گرایش پایینی دارند.

آن‌طور که در بررسی نظری دیدیم، گرایش به اجتماع ملی هم تابع برخی متغیرهایی است که در گذشته ریشه دارند و تابع عواملی است که مربوط به وضعیت فعلی جامعه می‌شود. آنچه در این بررسی به دست آمد، گویای آن است که گرایش به عوامل مرتبط با گذشته، مانند ابعاد اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و سرزمینی، نسبت به عوامل قوی‌ترند که مربوط به چگونگی اداره جامعه می‌شوند؛ مانند ابعاد سیاسی و اقتصادی سرنوشت مشترک و ضعیف‌تر از همه، تحقق احساس عدالت. به عبارت دیگر، چگونگی اداره جامعه از نظر مردم، عاملی برای تضعیف گرایش آنها به اجتماعی ملی است.

نشان‌دهنده آگاهی افراد یک جامعه از تاریخ و احساس دل‌بستگی به آن، ارزیابی مثبت از آن و تلاش برای حفظ و نگهداری آن است. بررسی میانگین‌ها نشان می‌دهد گرایش از نظر تاریخی (۴,۸)، یعنی بین زیاد تا خیلی زیاد است. دل‌بستگی و تعلق خاطر به سرزمین مادری، با مرزهای معین مشخص می‌شود و افرادی تلاش می‌کنند که گرایش بالایی به آن دارند و در صورت بروز خطر از آن دفاع می‌کنند. در واقع بدون سرزمین، امکان به خطر افتادن هویت یک ملت بسیار افزایش می‌یابد. میانگین پاسخ‌ها به گویه‌های مربوط به شاخص بعد سرزمینی (۴,۶) از ۶ است. گرایش به بعد سیاسی اجتماع ملی که به معنای میزان وفاداری اعضای یک سرزمین جغرافیایی نسبت به نهادها، نظام حکومتی، ارزش‌ها، ایدئولوژی سیاسی و حفظ آن است، با معرف‌هایی نظیر احساس تعلق و ارجحیت ملی، علاقه و اعتماد به صاحبان قدرت و... بررسی می‌شود. گرایش به اجتماع ملی در بعد سیاسی (۳,۴) کم است. بعد اقتصادی نشان‌دهنده تعلق به نظام اقتصادی، مبادله اقتصادی با دیگر گروه‌ها در جامعه، تلاش و

جدول ۵ - میزان گرایش به اجتماعی ملی و ابعاد آن

Table 5- The degree of tendency towards national society and its dimensions

طبقات پاسخ	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
گرایش به اجتماع ملی	۲۷,۳	۴۰,۴	۲۲,۲	۳	۰,۶
	$m = 4,1$	$\sigma = 0,95$			
بعد اجتماعی	۱۸,۸	۲۶,۲	۱۶,۱	۷	۱,۹
	$m = 4,6$	$\sigma = 1,3$			
بعد فرهنگی	۳۷,۶	۲۸,۵	۷,۲	۱,۳	۰,۸
	$m = 4,7$	$\sigma = 1$			
بعد تاریخی	۳۱,۷	۲۳,۲	۶,۸	۱,۷	۱,۵
	$m = 4,8$	$\sigma = 1,1$			
بعد سرزمینی	۲۵	۲۰,۹	۱۴	۸	۲,۷
	$m = 4,6$	$\sigma = 1,4$			
بعد سیاسی	۱۵,۲	۲۴,۷	۲۰,۷	۱۹	۱,۸
	$m = 3,4$	$\sigma = 1,4$			
بعد اقتصادی	۱۵,۱	۳۹,۵	۱۷	۱۲,۸	۵,۷
	$m = 3,7$	$\sigma = 1,2$			
احساس عدالت بین گروه‌ها	۵,۹	۱۶,۳	۲۶,۸	۳۳	۱۶,۵
	$m = 3,2$	$\sigma = 1,2$			
سرنوشت مشترک	۱۲,۷	۲۲,۴	۳۴	۱۹,۵	۸,۲
	$m = 3,4$	$\sigma = 1,2$			

اجتماعی ملی نیز می‌شود. گرایش‌ها احساسی، عمق و ماندگاری کمتری نسبت به گرایش شناختی دارند و اثرگذاری آنها بر رفتار نیز کمتر است. گرایش در بعد رفتاری تقریباً متوسط است. این یافته نشان می‌دهد افراد در بعد احساسی، گرایش به اجتماع ملی نمره بالاتری دارند، اما چون این احساسات احتمالاً بر پایه شناخت عمیق از عناصر اجتماع ملی نیست، هرچه به عرصه عمل نزدیک‌تر می‌شوند، این گرایش کاهش می‌یابد. پایین بودن شناخت به معنی شناخت ضعیف نسبت به عناصر هویت ملی و رفتار ساز است. بعد شناختی و رفتاری بیشتر تحت تأثیر اشتراکات عام در زمان حال‌اند، احتمالاً آنچه اکنون رخ می‌دهد، بیشتر متأثر از کارآمدی نظام اجتماعی و همسویی ارزش‌های بخش رسمی و مردم است.

بررسی گرایش به اجتماع ملی در ابعاد مختلف احساسی، شناختی و رفتاری

همان‌طور که در چارچوب نظری اشاره شد، گرایش به هر پدیده‌ای دارای ابعاد شناختی، احساسی و رفتاری است و گرایش به اجتماع ملی نیز، یک عکس‌العمل ارزیابی‌کننده دارد و دارای این سه بعد است. جدول ۶ نشان می‌دهد میانگین گرایش به اجتماع ملی در بعد احساسی (۴,۶)، نزدیک به خیلی زیاد است، اما در بعد شناختی (۳,۵) و رفتاری (۳,۷) تقریباً متوسط است و این امر نشان می‌دهد هرچند گرایش احساسی افراد به اجتماع ملی بالاست، اما شناخت آنان از مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده اجتماع ملی عمیق و قوی نیست و احتمالاً همین امر موجب تضعیف بعد رفتاری گرایش به

جدول ۶- گرایش به اجتماعی ملی در ابعاد احساسی، شناختی و رفتاری (درصد)

Table 6- National social tendency in emotional, cognitive and behavioral dimensions (percentage)

ابعاد گرایش	خیلی خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
احساسی	۲۲,۲	۳۶,۸	۲۷,۳	۱۰,۶	۲,۸	۰,۲
	$\sigma=1$ $m=4,6$					
شناختی	۴,۷	۱۳,۵	۳۴	۳۰,۶	۱۵,۶	۱,۷
	$\sigma=1,7$ $m=3,5$					
رفتاری	۶,۳	۱۹,۹	۳۳	۲۴,۹	۱۱,۲	۴,۷
	$\sigma=1,2$ $m=3,7$					

را دارند، یعنی آنها اشتراکات عام کمتری با دیگر گروه‌های قومیتی دارند. با افزایش سن، گرایش به اجتماع ملی نیز افزایش یافته است. نمی‌توان با قطعیت گفت، اما این داده نشان می‌دهد که در گروه‌های نوجوانان و جوانان، به بررسی عمیق‌تری نیاز است. این داده‌ها قابلیت تعمیم نتیجه ندارند.

عوامل مؤثر بر گرایش به اجتماع ملی

عوامل زمینه‌ای

در جدول ۷، گرایش به اجتماع ملی در اقوام مختلف ایرانی، گروه‌های سنی و تحصیلی مشاهده می‌شود. میزان گرایش به اجتماع ملی در بین فارس‌ها ۴,۲ از ۶، در بین ترک‌ها ۴، کردها ۴، لرها ۴ و ارمنی‌ها ۳,۶ است. ارمنی‌ها کمترین گرایش

جدول ۷- گرایش به اجتماع ملی در بین اقوام و گروه‌های سنی و تحصیلی

Table 7- Tendency to the national community among ethnic groups and age and education groups

قومیت	میانگین	سن	میانگین	تحصیلات	میانگین
فارس	۴,۲	۱۶-۲۵	۳,۸	بی‌سواد	۴,۱
ترک	۴	۲۶-۳۵	۳,۹	نهضت و ابتدایی	۴,۴
کرد	۴	۳۶-۴۵	۳,۹	راهنمایی تا دیپلم	۴,۲
ارمنی	۳,۶	۵۵-۴۶	۴,۴	فوق دیپلم و لیسانس	۴
لر	۴	۵۶-۶۵	۴,۶	فوق لیسانس	۴
				دکتری	۴,۲

۳,۶ است. میانگین گرایش به اجتماع ملی بین زنان و مردان
فرق ندارد.

میزان گرایش به اجتماع ملی در مسلمانان ۴ از ۶، در بین
مسیحیان ۳,۶ است، در بین مذاهب گرایش به اجتماع ملی در
بین شیعیان ۴,۱، سنی‌ها ۴ و در بین پروتستان‌ها و کاتولیک‌ها

جدول ۷- گرایش به اجتماع ملی براساس جنسیت، دین و مذهب

Table 8- Orientation to the national community based on gender and religion

جنسیت	میانگین	دین	میانگین	مذهب	میانگین
زن	۴	مسلمان	۴,۱	شیعه	۴,۱
				سنی	۴
مرد	۴,۱	مسیحی	۳,۶	کاتولیک یا پروتستان	۳,۶

کارآمدی

نشان می‌دهد، ارزیابی پاسخگویان از کارآمدی پایین است و
شدت و جهت همبستگی ($r = +0,59$) نیز نشان می‌دهد که
با کاهش کارآمدی نظام اداره‌کننده جامعه، گرایش به اجتماع
ملی با شدت نسبتاً زیاد کاهش می‌یابد. اطلاعات مربوط به
همبستگی را در جدول ۲۴ مشاهده کنید.

کارآمدی قابلیت و توانایی اداره امور جامعه در پاسخگویی به
نیازهای مردم است. کارآمدی، یکی از چالش‌های اصلی
دولت‌هاست که باعث تولید و بازتوزیع سرمایه‌ها به‌نحوی
می‌شود که نیازهای مردم عادلانه برآورده و درنهایت به
رضایت آنان منجر می‌شود. همان‌طور که میانگین (۲,۲۸)

جدول ۸- کارآمدی و گرایش به اجتماعی ملی

Table 9- Efficiency and orientation towards national society

پاسخ	خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
کارآمدی	۱,۹	۲,۱	۹,۱	۲۴,۹	۳۳,۲	۲۸
	$\sigma=1,1$ $m=2,28$					

ارضای نیازها

بود. ارضای نیازهای نزدیک به ۲۵ درصد پاسخگویان بین کم
تا خیلی خیلی کم و با شدت (+۰,۴۲) بوده است. هرچه نیازها
برآورده شده است، گرایش به اجتماع ملی نیز بیشتر شده
است.

کارآمدی نظام اجتماعی و اداره‌کننده جامعه، موجب دستیابی
به اهداف، بهبود کیفیت زندگی شهروندان و ارضای نیازهای
آنان می‌شود. این شاخص با میزان تأمین نیازهای اولیه، نیاز به
امنیت، موفقیت و ... سنجیده شد و میانگین پاسخ‌ها ۴,۱ از ۶

جدول ۹- ارضای نیازها و گرایش به اجتماعی ملی

Table 10- Satisfying needs and orientation towards national society

پاسخ	خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
ارضای نیازها	۹,۵	۲۹,۸	۳۶,۸	۱۸,۷	۴,۶	۰,۶
	$\sigma=1,1$ $m=4,1$					

جدول ۱۰- احساس محرومیت نسبی و گرایش به اجتماعی ملی

Table 11- Feeling of relative deprivation and tendency towards national society

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۰,۸	۳,۶	۸,۴	۲۳	۳۴,۶	۲۹,۷	احساس محرومیت
$\sigma=۱,۱$ $m=۴,۵$						

ادراک نابرابری اجتماعی

گرایش به اجتماع ملی ($r=-۰,۳۹$) نشان می‌دهد در ۳۹ درصد موارد، با افزایش احساس نابرابری اجتماعی، گرایش به اجتماع ملی کاهش یافته است.

میانگین شاخص نابرابری اجتماعی (۴,۵) یعنی زیاد تا خیلی زیاد است. همبستگی میان احساس نابرابری اجتماعی و

جدول ۱۲- نابرابری و گرایش به اجتماع ملی

Table 12- Inequality and tendency towards national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۱,۱	۶,۷	۱۲,۹	۲۰,۹	۳۷,۱	۲۱,۳	نابرابری اجتماعی
$\sigma=۱,۲$ $m=۴,۵$						

جامعه‌پذیری

میانگین شاخص جامعه‌پذیری در خانواده‌ها در تهران، در گرایش به اجتماع ملی بین کم تا خیلی کم (۲,۷) است، این داده‌ها نشان می‌دهد خانواده‌ها عموماً در تربیت فرزندان به نحوی عمل نمی‌کنند که گرایش به اجتماع ملی در آنها تقویت شود. داده‌ها نشان می‌دهد ۷۴,۳ درصد از پاسخگویان، تقویت گرایش به اجتماعی ملی در خانواده آنان کم، خیلی کم و یا اصلاً بوده است.

همان‌طور که اشاره شد، جامعه‌پذیری افراد بر گرایش به اجتماع ملی آنان تأثیر دارد. پتانسیل‌های عاطفی فرد از طریق جامعه‌پذیری رشد و به گروه‌های مختلفی گرایش عاطفی مثبت پیدا می‌کند. اگر خانواده، آموزش و پرورش و رسانه‌ها به جامعه‌پذیری مناسب افراد توجه داشته باشند، تقویت گرایش به اجتماع ملی را سبب می‌شوند.

جدول ۱۱- جامعه‌پذیری و گرایش به اجتماع ملی

Table 13- Sociability and orientation to the national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۲۲,۲	۲۳,۶	۲۸,۵	۱۰,۷	۱۰,۵	۴,۴	جامعه‌پذیری در خانواده
$\sigma=۱,۴$ $m=۲,۷$						
۵,۴	۱۹,۸	۲۶,۳	۳۴	۸,۳	۶,۲	جامعه‌پذیری در مدرسه
$\sigma=۱,۲$ $m=۳,۳۸$						
۵,۹	۱۲,۵	۴۷,۵	۱۸	۱۱,۵	۴,۶	جامعه‌پذیری از طریق رسانه
$\sigma=۱,۵$ $m=۳,۳$						

بوده است. میزان جامعه‌پذیری در مدرسه متوسط است.

جامعه‌پذیری در مدرسه و سپس رسانه، بهتر از خانواده

اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی قابلیت پیش‌بینی انطباق رفتارها با هنجارهای اجتماعی است. میانگین شاخص اعتماد نهادی در این بررسی ۲,۴ از ۶ است که وجود اعتماد نهادی بسیار پایینی را در بین پاسخگویان نشان می‌دهد. اعتماد نهادی ۸۳ درصد پاسخگویان بین کم تا اصلاً است. بین اعتماد نهادی و گرایش به اجتماع ملی (۲=+۰,۴۷) رابطه وجود دارد، در ۴۷ درصد موارد هنگامی که اعتماد به نهادها و گروه‌ها و افراد تصمیم‌گیرنده برای جامعه افزایش یافته است، گرایش به اجتماع ملی نیز زیاد شده است. رابطه اعتماد تعمیم‌یافته با گرایش به اجتماع ملی، قابلیت تعمیم ندارد.

(۲۵,۰= r^2) نیز نشان می‌دهد در ۲۵ درصد موارد با افزایش اقداماتی نظیر آشنایی با تاریخ گذشته، شخصیت‌های تاریخی، دستورات دینی و مذهبی و بازدید از موزه‌ها و ... به وسیلهٔ مدرسه، میزان گرایش به اجتماع ملی افزایش یافته است. میانگین تقویت گرایش به اجتماع ملی در رسانه (۳,۳۰) کم است. تقریباً ۶۶ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که تلویزیون به عنوان رسانه ملی، عملکرد خیلی موفق در تقویت گرایش به اجتماع ملی ندارد. با (۴۰,۰= r^2) بیان می‌کند که در ۴۰ درصد موارد، هر چقدر این نقش رسانه در جامعه‌پذیری افراد افزایش یافته است، گرایش آنان به اجتماع ملی بیشتر شده است. مقایسهٔ روابط همبستگی، گویای آن است که قوی‌ترین نهاد جامعه‌پذیرکننده، رسانه، سپس مدرسه و در آخر خانواده‌اند.

جدول ۱۲- میزان اعتماد اجتماعی و گرایش به اجتماع ملی

Table 14- The level of social trust and orientation towards the national community

پاسخ	خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
اعتماد نهادی	۱,۳	۴,۸	۹,۷	۲۹,۷	۳۳,۳	۲۱,۳
			$m = ۲,۴$	$\sigma = ۱,۱$		
اعتماد تعمیم‌یافته	۲,۳	۴	۱۳,۸	۳۵,۷	۲۱,۱	۲۳
			$m = ۲,۶$	$\sigma = ۱,۲$		

مشارکت اجتماعی

را بین زیاد تا خیلی زیاد و ۷,۵ درصد بین کم تا اصلاً ارزیابی کرده‌اند. همبستگی نشان می‌دهد در ۴۷ درصد موارد با افزایش مشارکت افراد در امور جامعه، گرایش آنها به اجتماعی ملی افزایش یافته است.

میانگین مشارکت اجتماعی پاسخگویان (۲,۴ از ۶) است، به عبارتی میانگین مشارکت اجتماعی در جامعه خیلی کم است. حدود ۱۸,۵ درصد میزان مشارکت خود در امور جامعه

جدول ۱۳- مشارکت اجتماعی و گرایش به اجتماع ملی

Table 15- Social participation and orientation to the national community

پاسخ	خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
مشارکت اجتماعی	۱,۱	۲,۹	۱۴,۵	۲۹	۲۵,۳	۲۷,۲
			$m = ۲,۴$	$\sigma = ۱,۱$		

رضایت اجتماعی

همان‌طور که مشخص است، تنها حدود ۷,۴ درصد از پاسخگویان ابراز کرده‌اند که به‌طور کلی از شرایط راضی‌اند. همبستگی میان رضایت و گرایش به اجتماعی ملی

میانگین شاخص رضایت جمعی (۲ از ۶)، نشان‌دهندهٔ آن است که بسیاری از پاسخگویان از شرایط موجود ناراضی‌اند.

بیشتر و تقریباً متوسط است. رضایت فردی افرادی که از شرایط عینی آنان متأثر است، بیش از رضایت از شرایط جامعه و متأثر از ذهنیات افراد است.

($r = +0,52$) است. در این بخش هم رضایت از شرایط جمعی (۱,۸) و هم رضایت از شرایط فردی (۳,۷) بررسی شده است. میانگین‌ها نشان می‌دهد رضایت فردی پاسخگویان

جدول ۱۴- رضایت و گرایش به اجتماع ملی

Table 16- Satisfaction and orientation to the national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۳۳,۸	۳۹,۵	۱۹,۲	۵,۱	۱,۹	۰,۴	رضایت کل
$\sigma = 0,98 \quad m = 2$						
۴۳,۵	۳۳,۶	۱۶,۵	۳,۴	۲,۷	۰,۴	رضایت جمعی
$\sigma = 1 \quad m = 1,8$						
۲,۵	۱۶,۹	۲۲,۲	۳۷,۴	۷,۶	۱۳,۵	رضایت فردی
$\sigma = 1,2 \quad m = 3,7$						

همسویی ارزش‌های دولت و مردم است. میانگین نشان می‌دهد در بخش جهت‌گیری ارزشی، میانگین ارزیابی مردم پایین است. رابطه نشان می‌دهد با افزایش همسویی ارزش‌ها و توجه اداره‌کنندگان به خواسته‌ها و ارزش‌های اعضای جامعه، گرایش به اجتماع ملی در ۵۴ درصد مواقع افزایش می‌یابد.

از بین متغیرها و اجزای مرتبط با کارآمدی، قوی‌ترین رابطه‌ها بین خودکارآمدی، رضایت و به‌ویژه رضایت جمعی با گرایش به اجتماعی ملی وجود دارد.

جهت‌گیری ارزشی

بعد دوم مقبولیت جهت‌گیری ارزشی و به معنای انطباق و

جدول ۱۵- جهت‌گیری ارزشی و گرایش به اجتماع ملی

Table 17- Value orientation and orientation to the national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۲۲,۴	۲۴,۵	۲۶,۹	۱۲,۵	۹,۳	۴,۴	انطباق ارزش‌های حکومت با مردم
$\sigma = 1,4 \quad m = 2,7$						

انطباق ارزش‌ها

آمده از رضایت و گرایش به اجتماع عام می‌کاهد. ۷۰ درصد پاسخگویان انطباق ارزش‌های خود را با ارزش‌های رسمی کم و کم‌تر ارزیابی کرده‌اند. همبستگی نشان می‌دهد با افزایش انطباق ارزش‌ها، گرایش به اجتماع ملی نیز افزایش می‌یابد.

در جایی که بین ارزش‌های دولت و جامعه تعارض وجود داشته باشد، شاهد اختلافات و افزایش فاصله بین انتظارات و واقعیات جامعه خواهیم بود. در این صورت، شکاف به وجود

جدول ۱۶- انطباق ارزش‌ها و گرایش به اجتماع ملی

Table 18- Adaptation of values and orientation to the national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۱۷,۱	۲۲,۸	۳۱,۱	۱۶,۵	۷,۸	۴,۷	انطباق ارزش‌ها
$\sigma = 1,3 \quad m = 2,8$						

احترام به اقوام

است، یعنی پاسخگویان ارزیابی پایینی در این باره دارند و تنها حدود ۲۰ درصد از پاسخگویان معتقد بودند که نظام اداره‌کننده جامعه به خواسته‌ها و ایجاد فرصت بین قومیت‌ها پایبند است. همبستگی میان احترام به اقوام و گرایش به اجتماعی ملی ($r = +0,50$) است.

هرچه اقوام مختلف بیشتر احساس کنند که خواسته‌ها و تمایلاتشان از سوی اداره‌کنندگان جامعه دیده می‌شود، همه آنها به یک اندازه از فرصت‌ها بهره‌مندند و تبعیضی بین آنها و دیگر اقوام وجود ندارد، گرایششان به اجتماع ملی افزایش می‌یابد. نتایج نشان می‌دهد میانگین احترام به اقوام ۲,۶۶ از ۶

جدول ۱۷- احترام به اقوام و گرایش به اجتماع ملی

Table 19- Respect for relatives and orientation towards the national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۱۳,۵	۳۲,۵	۳۳,۷	۱۵,۶	۴,۲	۰,۶	احترام به اقوام
$\sigma = 1,1$ $m = 2,66$						

می‌دهد حدود ۳۴ درصد پاسخگویان معتقدند نظام اداره‌کننده جامعه به دنبال حفظ و به‌روزر کردن اشتراکات فرهنگی است.

تأکید و یادآوری اشتراکات فرهنگی

هرچه تلاش شود اشتراکات موجود حفظ و به‌روز شود، میزان گرایش به اجتماع ملی افزایش می‌یابد. این بررسی نشان

جدول ۱۸- تأکید و یادآوری اشتراکات فرهنگی و گرایش به اجتماع ملی

Table 20- Emphasizing and reminding of cultural commonality and orientation towards the national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۵,۵	۲۷,۱	۳۳	۲۲,۳	۱۰,۱	۱,۹	تأکید و یادآوری اشتراکات فرهنگی
$\sigma = 1,13$ $m = 3,10$						

وجود می‌آید و موجب ایجاد شکاف در ابعاد مختلف می‌شود. میانگین شکاف اجتماعی (۳,۴ از ۶) و تقریباً متوسط است و شدت و جهت همبستگی ($r = -0,61$) نشان می‌دهد در ۶۱ درصد موارد با افزایش شکاف اجتماعی، گرایش به اجتماع ملی کاهش می‌یابد.

شکاف اجتماعی

شکاف اجتماعی، گسست و انشعاب بین افراد، نهادها و گروه‌های اجتماعی است که در تفاوت ارزش‌ها و منافع اعضا ریشه دارد. وقتی همسویی میان ارزش‌های اداره‌کنندگان جامعه و مردم نباشد و نظام اداره‌کننده جامعه ناکارآمد باشد، بین خواسته‌ها و انتظارات و واقعیات در جامعه شکاف به

جدول ۱۹- شکاف اجتماعی و گرایش به اجتماع ملی

Table 21- Social gap and tendency towards national community

اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	خیلی خیلی زیاد	پاسخ
۳,۴	۲۲,۴	۳۵,۳	۱۲	۱۶,۷	۱۰,۲	شاخص شکاف
$\sigma = 1,3$ $m = 3,4$						

روابط بین گروهی

روابط بین گروه‌های مختلف در یک جامعه، عامل مؤثر دیگر بر گرایش به اجتماعی ملی است. هر چقدر اقوام و گروه‌ها در جامعه خاص‌تر باشند، امکان روابط آنها کمتر خواهد بود. هرچه قوم‌مداری در اقوام بالاتر باشد، خاص‌ترند و امکان

توافق بر اشتراکات در اقوام پایین‌تر است. در گروه‌های خاص‌گرا که تنها با خودشان ارتباط دارند، عام‌شدن ارزش‌ها، نمادها و هنجارهای افراد دشوار و یا ناممکن است. وقتی روابط بین گروهی افزایش می‌یابد، شکاف‌ها کاهش و گرایش به اجتماع ملی افزایش می‌یابد.

جدول ۲۰- روابط بین گروهی و شکاف اجتماعی

Table 22- Social gap and tendency towards national community

پاسخ	خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
روابط بین گروهی	۶,۵	۱۷,۴	۱۶,۶	۱۶,۶	۲۷,۷	۱۵,۳
			$m = ۳,۱۲$	$\sigma = ۱,۵$		

مصرف رسانه

رسانه‌ها در نهادینه‌سازی ارزش‌ها و ایجاد احساسات مشترک میان افراد و جوامع و ساخته‌شدن واقعیت اجتماعی نقش دارند. نوع مصرف رسانه بر هویت ملی و گرایش به اجتماع ملی تأثیرگذار است. داده‌های جدول ۲۳ نشان می‌دهد اینترنت

و شبکه‌های اجتماعی، بیشترین مصرف را در رسانه‌ها به خود اختصاص داده است. بین مشاهده تلویزیون و گرایش به اجتماع ملی، همبستگی ($r = +۰,۳۱$) و بین مشاهده ماهواره و گرایش به اجتماع ملی همبستگی ($r = -۰,۳۰$) است.

جدول ۲۱- مصرف رسانه و گرایش به اجتماع ملی

Table 23- Media consumption and orientation towards the national community

پاسخ	خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
تلویزیون	۹,۵	۱۳,۷	۲۳,۳	۲۵,۶	۲۱,۱	۶,۸
			$m = ۳,۴$	$\sigma = ۱,۳$		
رادیو	۲,۹	۴,۴	۱۲,۹	۲۳,۸	۲۵,۹	۳۰,۲
			$m = ۲,۴$	$\sigma = ۱,۳$		
ماهواره	۸,۴	۱۱,۶	۱۸,۹	۱۸,۳	۱۵,۵	۲۷,۳
			$m = ۲,۹$	$\sigma = ۱,۶$		
اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	۲۳,۱	۲۷,۱	۲۳,۳	۱۳,۴	۷,۶	۵,۵
			$m = ۴,۲$	$\sigma = ۱,۴$		
روزنامه و مجله	۳,۸	۷	۱۴,۸	۲۵,۹	۲۳,۲	۲۵,۳
			$m = ۲,۶$	$\sigma = ۱,۳$		

جدول کل همبستگی‌ها

در جدول ۲۴، همبستگی متغیرهای مستقل این پژوهش با گرایش به اجتماع ملی مشاهده می‌شود. بالاترین همبستگی

بین انطباق ارزشی دولت و مردم با گرایش به اجتماع ملی است.

جدول ۲۲- همبستگی متغیرهای مستقل با گرایش به اجتماع ملی

Table 24- Correlation of independent variables with orientation towards the national community

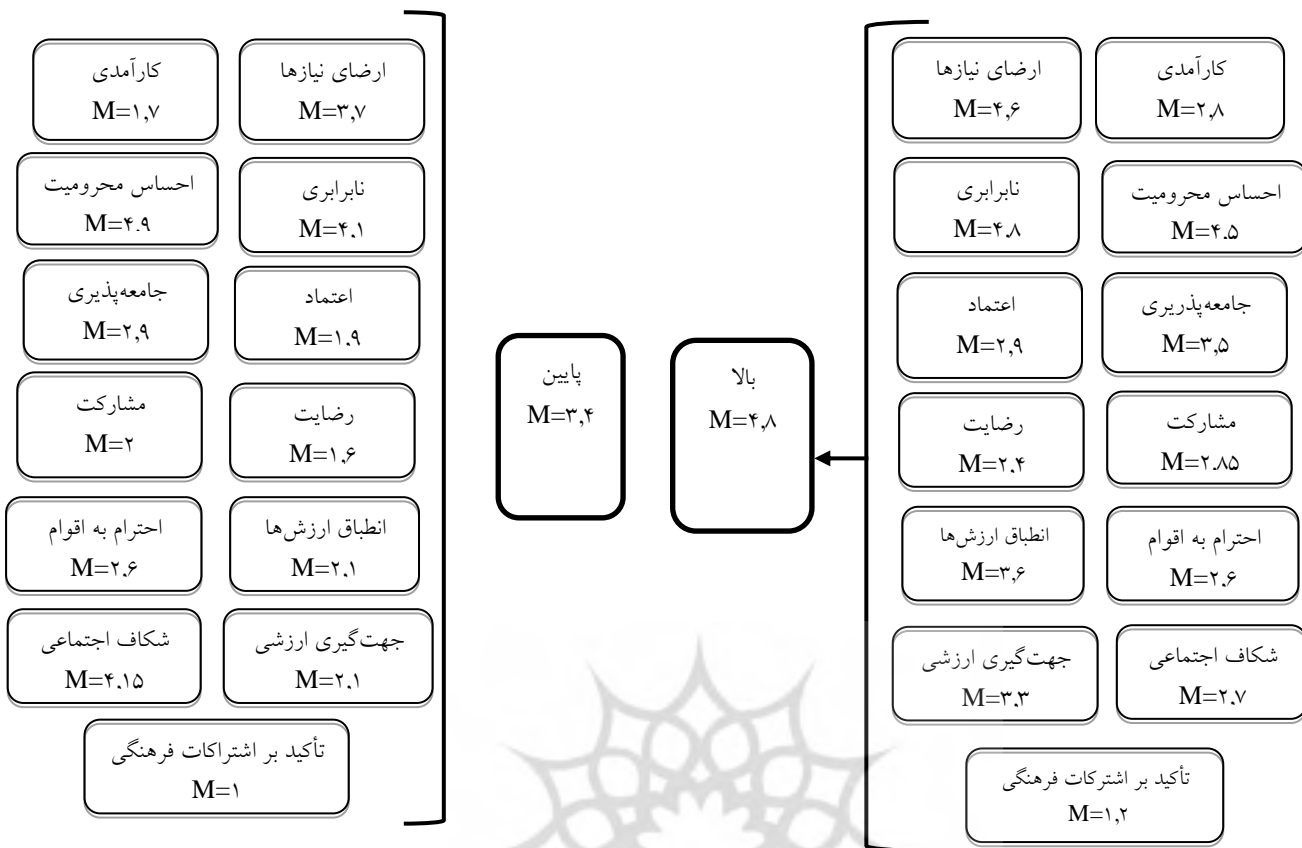
معناداری	همبستگی	متغیرهای مستقل
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۵۹$	کارآمدی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۴۲$	ارضای نیازها
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = -۰,۲۴$	احساس محرومیت نسبی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = -۰,۳۹$	نابرابری اجتماعی
$sig = ۰/۵۲۷$	$r = ۰,۰۲۲$	جامعه‌پذیری در خانواده
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۲۵$	جامعه‌پذیری در مدرسه
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۴۰$	جامعه‌پذیری از طریق رسانه
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۴۷$	اعتماد نهادی
$sig = ۰/۵۲۱$	$r = +۰,۰۳$	اعتماد تعمیم‌یافته
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۴۷$	مشارکت اجتماعی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۵۲$	رضایت کل
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۴۹$	رضایت جمعی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۳۷$	رضایت فردی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۵۴$	جهت‌گیری ارزشی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۶۶$	انطباق ارزشی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۵۰$	احترام به ارزش‌ها
$sig = ۰/۰۱۱$	$r = +۰,۱۱$	تأکید و یادآوری اشتراکات فرهنگی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = -۰,۶۱$	شکاف اجتماعی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = ۰,۲۴$	روابط بین گروهی
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = +۰,۳۱$	مصرف رسانه (تلویزیون)
$sig = ۰/۰۱۰$	$r = +۰,۱۱$	مصرف رسانه (رادیو)
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = -۰,۳۱$	مصرف رسانه (ماهواره)
$sig = ۰/۰۰۰$	$r = -۰,۱۹$	مصرف رسانه (اینترنت و شبکه‌های اجتماعی)
$sig = ۰/۰۰۴$	$r = +۰,۱۲$	مصرف رسانه (روزنامه و مجله)

احساس محرومیت، نابرابری، جامعه‌پذیری، اعتماد، مشارکت، رضایت، انطباق ارزش‌ها، احترام به اقوام، تأکید و یادآوری اشتراکات فرهنگی و جهت‌گیری ارزشی T-test معنادار است.

تحلیل خوشه‌ای K-Mean

با استفاده از روش K-Mean که یکی از روش‌های موجود در تحلیل خوشه‌ای^۱ است، پاسخگویان به دو گروه با گرایش به اجتماع ملی پایین و بالا تقسیم شدند. متوسط‌ها در این دسته‌ها قرار نگرفتند. در مدل زیر، تفاوت این دو سنخ‌شناسی را در برخورداری از هریک از متغیرها را مشاهده کنید. تفاوت برخورداری از جامعه‌پذیری رسانه و مدرسه، ارضای نیازها،

^۱ Cluster Analysis



شکل ۲- مدل تحلیل خوشه‌گرایش به اجتماع ملی

Fig 2- Cluster analysis model of orientation towards the national community

رگرسیون چند متغیری

برای بررسی رگرسیون چند متغیری، از روش گام‌به‌گام استفاده شد و همه شاخص‌ها و هشت متغیر وارد معادله رگرسیون شدند. ضریب همبستگی چندگانه در کل پاسخگویان، بین گرایش به اجتماع ملی و عوامل مؤثر ۰/۸۱ است. مقدار ضریب تعیین چندگانه تعدیل‌شده بین گرایش به اجتماع ملی و عوامل مؤثر بر آن نیز، در کل پاسخگویان ۰/۶۵ است. عوامل مؤثر بررسی‌شده ۰/۶۵ تغییرات گرایش به اجتماع ملی را توضیح می‌دهند و بقیه تغییرات که برابر با ۰/۳۵ است، به عواملی غیر از عامل‌هایی مربوط می‌شود که در

حال حاضر در معادله وارد شده‌اند. انطباق ارزش‌ها از تبیین‌کنندگی بیشتری از عوامل دیگر برخوردار بوده و پس از آن اعتماد و بعد ارضای نیازها وارد معادله شده‌اند؛ در نتیجه انطباق ارزشی برای مردم از ارضای نیازها مهم‌تر است. معادله رگرسیونی به صورت زیر است:

گرایش به اجتماعی ملی = $(۷۵,۰۲) + (۱,۲۴)$ انطباق ارزش‌ها + $(۰,۳۰)$ اعتماد + $(۱,۴۶)$ ارضای نیازها + $(-۲,۵۹)$ شاخص شکاف + $(۱,۴۶)$ احترام به اقوام + $(۱,۲۰)$ محرومیت نسبی + $(-۰,۱۱)$ نابرابری + $(۰,۰۶۹)$ مشارکت

جدول ۲۵- رگرسیون چندمتغیری گرایش به اجتماع ملی

Table 25- Multivariate regression of orientation towards the national community

معنی‌داری	Beta	B	ضریب تعیین	Multiple R	عوامل مؤثر
۰,۰۰۰	۰,۲۷	۱,۲۴	۰,۴۳	۰,۶۶	انطباق ارزش‌ها
۰,۰۰۰	۰,۱۵	۰,۳۰	۰,۵۲	۰,۷۲	اعتماد
۰,۰۰۰	۰,۲۴	۱,۴۶	۰,۵۷	۰,۷۶	ارضای نیاز
۰,۰۰۰	-۰,۲۴	-۲,۵۹	۰,۶۱	۰,۷۸	شکاف
۰,۰۰۰	۰,۱۳۹	۱,۴۶	۰,۶۲	۰,۷۹	احترام به اقوام
۰,۰۰۰	۰,۱۴۴	۱,۲۰	۰,۶۳	۰,۷۹۷	محرومیت نسبی
۰,۰۰۱	-۰,۱۱	-۰,۹۳	۰,۶۴	۰,۸۰	نابرابری
۰,۰۳۵	۰,۰۶۹	۰,۳۲	۰,۶۵	۰,۸۱	مشارکت

نتیجه

اجتماع ملی، اجتماع عامی است که اعضای آن ضمن حفظ هویت‌های خاص ناشی از عضویت در گروه‌های کوچک‌تر، هویت ملی را مهم‌تر می‌دانند که ناشی از ارزش‌های مشترک و عضویت در گروه سرزمینی، تحت یک دولت مشترک است و به وسیله آن خود را از دیگر ملل متمایز و شناسایی می‌کنند. اجتماع ملی ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، سرزمینی، تاریخی، احساس عدالت و سرنوشت مشترک دارد. گرایش به اجتماع ملی از مؤلفه‌های اساسی توسعه اجتماعی، تسهیل‌کننده بسیاری از امور و اقدامات در جامعه و موجب هم‌افزایی و ترجیح منافع و اهداف بزرگ‌تر است. افراد با گرایش به اجتماع ملی با هنجارهای اجتماعی همراهی بیشتری نشان می‌دهند، هزینه‌های بیشتری برای تحقق اهداف جامعه می‌پذیرند و در شرایط اضطراری، به حل مسائل جامعه کمک می‌کنند. شرایط اجتماعی، فرهنگی، اجتماعی، موقعیت راهبردی ایران و مناسبات خارجی باعث اهمیت گرایش به اجتماع ملی شده است، اما به نظر می‌رسد این امر در مواردی تضعیف شده باشد.

عوامل متعددی بر گرایش به اجتماع ملی مؤثرند. مشروعیت دولت، از جمله این عوامل است؛ زیرا تحت اداره یک دولت بودن از عناصر اصلی و مهم ملت و بر تقویت و یا تضعیف گرایش به اجتماعی ملی تأثیرگذار است. دو عنصر مهم حقانیت و مقبولیت در مشروعیت، نهفته است. حقانیت

برحق‌بودن و قانونی‌بودن دولت است. مقبولیت به معنای پذیرش و قبول جهت‌گیری و عملکرد دولت است. مقبولیت دو بعد کارآمدی دارد و به معنی توان تحقق اهداف نظام اجتماعی و ارضای نیازهای اعضای جامعه و جهت‌گیری ارزشی به معنی انطباق با ارزش‌های مردم و اعضای جامعه یا گروه است. هریک از اینها بر متغیرهای دیگری چون رضایت، اعتماد اجتماعی، مشارکت و ... تأثیر می‌گذارد و در نهایت ارزیابی از فایده و انتظار فایده عادلانه برای عضویت در گروه را افزایش می‌دهد؛ از این رو وضعیت حال اداره جامعه در تقویت اجتماع ملی بسیار مهم است، حتی اگر اداره جامعه با وجود تفاوت‌های فرهنگی، کارآمد باشد، نیازهای شهروندان تأمین شود و حس نکنند که دارد به آنها تبعیض می‌شود و انطباق بین ارزش‌های جامعه و حکومت مشاهده‌شدنی باشد، اعضای گروه‌های کوچک، عضویت در گروه بزرگ‌تر را در جهت حفظ منافع و ارزش‌های گروهی خود می‌دانند و گرایش بیشتری به اجتماع ملی پیدا می‌کنند.

یافته‌های موجود نشان داد گرایش به اجتماع ملی در ایران، ۴ از ۶ و بر یک طیف ۶ درجه‌ای به معنی زیاد است، در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و سرزمینی گرایش خوبی وجود دارد و در ابعاد سیاسی و اقتصادی، احساس عدالت بین گروه‌ها و سرنوشت مشترک گرایش به اجتماع ملی نسبتاً پایین است. در ابعاد گرایش نیز، مشخص شد بعد احساسی گرایش به اجتماع ملی ۴,۶ از ۶ و بین زیاد تا خیلی زیاد است، اما در

در گرایش به اجتماع ملی بیش از دیگر نهادهاست و تنها ۴۸ درصد از پاسخگویان اذعان داشته‌اند که در این باره جامعه‌پذیر شده‌اند. در چنین شرایطی، همسویی کارکردی اجزای خرده‌نظام فرهنگی و درونی کردن باورها و ارزش‌ها و هنجارهای مشترک عام برای تقویت گرایش به اجتماع ملی به وسیله نهادهای جامعه‌پذیرکننده، اتفاق نیفتاده است.

اعتمادی که افراد در حل مسائلشان به نهادهای رسمی دارند، موجب می‌شود آن را کارآمد بدانند و همین امر باعث افزایش گرایش به اجتماع ملی می‌شود؛ اما بررسی حاضر نشان‌دهنده ضعف در این حوزه است. مشارکت اجتماعی نیز موجب احساس تعلق خاطر به گروه می‌شود، اما همان‌طور که اطلاعات مربوط به مشارکت اجتماعی نشان می‌دهد، میانگین آن در جامعه پایین است. هنگامی که افراد نظام اجتماعی و سیاسی را کارآمد ندانند، دچار احساس محرومیت نسبی و نابرابری باشند، اعتمادشان به حل مسئله در جامعه کاهش یابد، رضایت اجتماعی آنان نیز کاهش می‌یابد و همین امر موجب می‌شود تعلق به نظام اجتماعی بزرگ‌تر را چندان سودمند ارزیابی نکنند.

انطباق و همسویی ارزش‌های دولت و ارزش‌های مردم، نمونه تأثیرگذار دیگر بر گرایش به اجتماع ملی است. اگر تطابق لازم میان ارزش‌های اداره‌کنندگان جامعه و مردم وجود نداشته باشد، به تدریج بین خواسته‌ها و انتظارات و واقعیات در جامعه و تصمیمات اخذشده در نظام سیاسی جامعه، شکاف به وجود می‌آید و در پذیرفتن شیوه حکومت و میزان رضایت افراد از اقدامات آن بسیار مؤثر است، گرایش به اجتماع ملی مردم را تضعیف می‌کند و موجب شکاف اجتماعی می‌شود. بررسی حاضر نشان داد جهت‌گیری ارزش‌ها و انطباق ارزش‌ها میان ارزش‌های دولت و مردم نسبتاً پایین است و رابطه این متغیر با گرایش به اجتماع ملی زیاد است، یعنی هرچه این همسویی کاهش پیدا می‌کند، گرایش به اجتماع ملی نیز کاهش می‌یابد.

از دیگر سو ارزیابی اقوام مختلف آن است که به یک

بعد شناختی و رفتاری، وضعیت ضعیف‌تری دارد. این امر اهمیت توجه به شناخت و ارائه آموزش‌های بیشتر را در حوزه شناخت اجتماع ملی نشان می‌دهد؛ زیرا افراد احساس گرایش به اجتماع ملی بالایی دارند، اما شناختشان نسبت به آن رفتار در جهت تقویت اجتماع ملی آنها ضعیف‌تر است.

نکته حائز اهمیت دیگر درباره اشتراکات در اجتماع ملی که به سه بخش گذشته، حال و آینده تقسیم شده بود، این است که بررسی حاضر نشان داد مردم نسبت به اشتراکاتی که از گذشته نشئت می‌گیرد و شامل فرهنگ (۴,۷)، تاریخ (۴,۸) و سرزمین (۴,۶) است، گرایش بالاتری نسبت به اشتراکات حال (اقتصاد، سیاست و ...) و آینده دارند. به عبارت دیگر، گرایش به اجتماع ملی بر اساس گذشته مشترک، بیشتر از گرایش به اجتماعی ملی بر اساس اشتراکات زمان حال و آینده است. اشتراکات مربوط به حال و آینده، بیشتر تحت تأثیر کارآمدی دولت و همسویی ارزش‌ها در جامعه است.

همان‌طور که اشاره شد، ظرفیت دولت در پاسخگویی به نیازهای اعضای جامعه و همچنین انطباق سیاست‌گذاری و عملکرد دولت با ارزش‌های پذیرفتنی اعضای گروه‌های اجتماعی موجود در جامعه مهم‌تر و بر گرایش مردم به اجتماع ملی تأثیرگذارتر است. کارآمدی نظام در اداره جامعه، به معنای توانایی در پاسخگویی به نیازهای مردم است. توانایی دولت در ایجاد نظم کارکردی بین اجزای سیستم به‌گونه‌ای است که سرمایه‌های لازم به‌اندازه کافی تولید و توزیع و در نهایت نیازهای شهروندان تأمین شود.

بررسی حاضر نشان داد تنها ۱۳ درصد مردم معتقدند جامعه قابلیت و توانایی برآورده کردن نیازهایشان را دارد و همین امر بر گرایش آنان به اجتماع ملی تأثیر زیادی دارد. ۸۷ درصد پاسخگویان احساس محرومیت نسبی دارند و ۷۹ درصد آنان ادراک زیاد تا خیلی زیادی از وجود نابرابری در جامعه دارند. جامعه‌پذیری بر گرایش به اجتماع ملی تأثیر دارد. بررسی حاضر نشان داد خانواده و رسانه در این حوزه نقش چندان مناسبی را ایفا نمی‌کنند، در حالی که نقش مدرسه

افتتاح و مجاب کردن گروه‌های مختلف که کاستی‌ها و تفاوت‌ها را ناشی از تفاوت‌های گروهی ندانند؛ جامعه‌پذیری و آموزش با تأکید بر اشتراکات عام فرهنگی و اجتماعی از طریق رسانه‌ها و آموزش رسمی انجام شود؛ ایجاد شرایطی که روابط بین گروه‌های قومی و فرهنگی در جامعه افزایش یابد و تبادل فرهنگی و ... محقق شود؛ توجه به تغییرات ارزشی و سبک زندگی پیش‌آمده و تلاش برای ایجاد همسویی ارزشی بین مردم و بخش رسمی جامعه.

منابع فارسی

آب خضر، ا. و متفکر، ح. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مراسم و مناسبت‌های ملی در تقویت همبستگی و وحدت ملی با تأکید بر تربیت اجتماعی جوانان. *پاسداری فرهنگی / انقلاب اسلامی*، ۴ (۹)، ۱۴۲-۱۳۹.

ابوالحسنی، س.ر. (۱۳۸۷). مؤلفه‌های هویت ملی با رویکرد پژوهشی. *سیاست*، ۳۱ (۴)، ۲۲-۱.

اشرف، ا. (۱۳۷۲). هویت ملی. *گفت‌وگو*، ۱ (۳)، ۷-۲۶.

اشرف، ا. (۱۳۸۷). هویت ایرانی به سه روایت. *بخارا*، ۶۶، ۱۱۰-۱۲۷.

اکبری، ح. (۱۳۹۵). شکل‌گیری اجتماع ملی (ملت) و دیالکتیک عاملیت و ساختار؛ به‌سوی یک نظریه جامعه‌شناختی در باب تغییرات اجتماعی کلان. *جامعه‌شناسی ایران*، ۱۷، ۳-۲۵.

اکبری، ح. و عزیز، ج. (۱۳۸۷). هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن در میان دانش‌آموزان دوره متوسطه. *رفاه اجتماعی*، ۱۷ (۲۷)، ۲۷۷-۲۸۹.

امینیان، ب. و تیمورپور، ن. (۱۳۹۱). رسانه، هویت ملی و امنیت ملی؛ با تأکید بر جامعه ایران. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۱۵ (۵۷)، ۶۳-۷۸.

اوزکریملی، ا. (۱۳۸۳). *آخرین بحث‌ها در مورد ناسیونالیسم*. ترجمه طاهر اصغرپور، تهران: نگاه معاصر.

بارکر، ک. (۱۳۸۷). *مطالعات فرهنگی*. ترجمه مهدی فرجی و

اندازه از فرصت‌ها بهره‌مند نیستند. نکته مهم دیگر، شکاف اجتماعی، گسست و انشعاب بین افراد، نهادها و گروه‌های اجتماعی است که در تفاوت ارزش‌ها و منافع اعضا ریشه دارد. وقتی همسویی میان ارزش‌های اداره‌کنندگان جامعه و مردم نباشد و نظام اداره‌کننده جامعه ناکارآمد باشد، بین خواسته‌ها، انتظارات و واقعیات در جامعه شکاف به وجود می‌آید و موجب ایجاد شکاف در ابعاد مختلف می‌شود. در این بررسی نیز میانگین شکاف اجتماعی تقریباً متوسط است، هرچند همبستگی قوی معکوسی با گرایش به اجتماع ملی دارد و باید نسبت به آن حساس بود.

همان‌طور که اشاره شد، عضویت در اجتماع ملی و هویت، ناشی از وفاق بر سر اشتراکات عام است؛ پس باید بر اشتراکات عام تأکید کرد. سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران باید به چگونگی توزیع منابع و منافع توجه داشته باشند و از این طریق، گرایش به اجتماع و هویت ملی را تقویت کنند. افراد باید عضویت در اجتماع ملی را چه از نظر نفع مادی و چه از نظر پذیرش ارزش‌ها و سبک زندگی، به نفع خود ببینند. در این راستا، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌شود:

توزیع عادلانه مواهب اجتماعی، احساس تعلق خاطر به گروه خودی را افزایش می‌دهد، تمایل به مشارکت را بیشتر و در نهایت گرایش به اجتماع ملی را تقویت می‌کند؛ افزایش امکان مشارکت مردم در سطوح مختلف در نظام اجتماعی، احساس تعلق خاطر آنان را افزایش می‌دهد؛ رعایت عدالت نسبت به گروه‌های مختلف قومی و دینی و مذهبی در دسترسی به منابع و منافع، مفید و مؤثر است؛ سیاست‌گذاری در فراهم کردن و سپردن اداره امور به افراد واجد شرایط ملی از هر قومیت و توزیع مناصب ملی انجام شود؛ برای رعایت عدالت توزیعی در مناطق قومیتی مختلف کشور اقدام شود؛ رعایت عدالت فرهنگی به معنی محترم‌دانستن و پذیرش مختصات فرهنگی قومیت‌ها حداقل در سبک زندگی درون‌گروهی خودشان انجام شود؛

4.2

رشیدی، س. (۱۳۹۹). مطالعه جامعه‌شناختی تأثیر اعتماد اجتماعی بر مشارکت اجتماعی شهروندان حاشیه‌نشین محله جهانگیرآباد شهر خرم‌آباد. *دانش انتظامی لرستان*، ۱(۲)، ۷۸-۱۰۳.

رضاییان، ع؛ وثوقی، م. و ساروخانی، ب. (۱۳۹۸). مطالعه جامعه‌شناختی حوزه‌های هم‌گرایی و واگرایی هویت ملی و هویت قومی (مطالعه موردی: قوم لک). *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، ۱۶(۶۱)، ۳۶-۱۸.

رئوفی، م؛ تاج‌الدین، م.ب. و مشهدی، ژ. (۱۳۹۷). تحلیل جامعه‌شناختی گرایش به هویت ملی و هویت قومی با تأکید بر احساس محرومیت نسبی در بین جوانان شهر ایلام. *مطالعات اجتماعی ایران*، ۱۱(۲)، ۵-۲۴.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20083653.1396.11.0>

7.2

زرقانی، س.ه. و احمدی، ا. (۱۳۹۷). تحول گفتمانی دولت-ملت در گذار از ژئوپولیتیک پست‌مدرن. *فصلنامه تخصصی علم سیاسی*، ۱۴(۴۳)، ۱-۳۰.

عباس‌زاده مرزبالی، م. (۱۴۰۰). نقش سیاست‌گذاری اجتماعی در تقویت گرایش اعضای جامعه به هویت ملی. *بحران پژوهی جهان اسلام*، ۱(۴)، ۱۶-۱.

عسگرخانی، ا.م؛ جانباز، د. و عباس‌زاده، م. (۱۳۸۸). پسامدرنیته و واکاوی دولت ملی دارای حاکمیت در نظریه‌های روابط بین‌الملل. *سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، ۳۹(۳)، ۳۲۰-۲۹۱.

قاسمی، ع.ا. و ابراهیم‌آبادی، غ.ر. (۱۳۹۰). نسبت هویت ملی و وحدت ملی در ایران. *فصلنامه راهبرد*، ۲۰(۵۹)، ۱۰۷-۱۳۸.

قربان‌زاده، ق.ع؛ رحمتی، م. و ناطقی، ه. (۱۳۹۵). رسانه و هویت ملی (تأثیر رسانه بر شاخص‌های هویت ملی). *مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، ۶(۱)، ۱۱-۱۳۵.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.10283102.1390.20.2>

3.0

نفسه‌حمیدی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

پرچمی، د. و جلالی، ف. (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر کارآمدی سیاسی دولت‌ها در منطقه غرب آسیا. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۱۹(۷۱)، ۱۱۳-۱۳۹.

پرچمی، د. و درخشان، ف. (۱۴۰۰). بررسی شکاف اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن؛ مورد مطالعه: شهر تهران. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۱۳(۳)، ۱-۲۶.

<https://doi.org/10.22108/jas.2021.125207.1991>

پرچمی، د. و کریمی، ط. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به اجتماع ملی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه مازندران.

حاجبانی، ا. (۱۳۸۰). الگوی سیاست قومی در ایران. *مطالعات راهبردی*، ۱۱ و ۱۲، ۱۱۱-۱۳۸.

حافظ‌نیا، م.ر. و کاویانی، م. (۱۳۸۵). نقش هویت قومی در همبستگی ملی (مطالعه موردی قوم بلوچ). *مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان*، ۲۰(۱)، ۱۵-۴۶.

حقیقتیان، م؛ غضنفری، ا. و تکه، پ. (۱۳۸۸). هویت ملی و برخی عوامل مؤثر بر آن در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه اصفهان. *جامعه‌شناسی معاصر*، ۱(۲)، ۱۷۴-۱۸۶.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085745.1390.22.1>

4.0

دلیرپور، پ. (۱۳۸۴). بحران‌های دولت-ملت‌سازی و استراتژی توسعه در ایران. *اطلاعات سیاسی اقتصادی*، ۲۱۷ و ۲۱۸، ۴۰-۵۳.

ربانی، ع. و رستگار، ی. (۱۳۹۲). تحلیلی بر وضعیت هویت ملی و ابعاد شش‌گانه آن در بین شهروندان شهر اصفهان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۴(۲)، ۱-۲۰.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085745.1392.24.2>

1.3

ربانی، ع؛ ربانی، ر. و حسینی، م.ر. (۱۳۹۰). رابطه احساس محرومیت نسبی با گرایش به هویت ملی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه اصفهان). *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۲(۲)، ۶۷-۹۴.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085745.1390.22.2>

- Abolhosni, S. R., (2008). National identity elements with researchial approach. *The Journal of Politic*, 38 (4), 1-22. [In Persian]
- Abbaszadeh Marzbali, M. (2021). The role of social policy in strengthening the tendency of society members towards national identity. *Journal of Islamic World Crisis Studies*, 8 (4), 1-16. [In Persian]
- Ahmadi, H. (2012). Unity within diversity: foundations and dynamics of national identity in Iran. *International Journal of Social Sciences*, 2(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/10669920500057229>
- Akbari, H. (2015) The formation of the national community (nation) and the dialectic of agency and structure; Towards a sociological theory about macro social changes, *The Journal of Sociology*, 17, 3-25. [In Persian].
- Akbari, H., & Azizi, J. (2008). National identity and factors affecting it among secondary school students. *The Journal of Social Welfare*, 7(27), 277-289. [In Persian].
- Aminian, B., & Timurpour, N. (2011). Media, national identity and national security; with an emphasis on Iranian society. *The Journal of Basij Strategic Studies*, 15(57), 63-78. [In Persian].
- Anderson, B. (2006). *Imagined communities reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso
- Asgarkhani, A. M., Jaanbaaz, D., & Abbaszadeh, M. (2009). Postmodernity and investigating the sovereign national state in the theories of international relations. *The Journal of Faculty of Law and Political Science*, 39(3), 291-320. [In Persian].
- Ashraf, A. (1993). National identity. *The Journal of Dialogue Quarterly*, 1(3), 7-26. [In Persian]
- Ashraf, A. (2008). Iranian identity in three narratives. *The Journal of Bukhara Quarterly*, 66, 110-127. [In Persian]
- Barker, C. (2008). *Cultural studies: theory and practice*. Translate to Persian: Mehdi Faraji and Nafiseh Hamidi, Tehran: Publications of the Research Institute of Cultural and Social Studies. [In Persian].
- Bell, D. (2003). Mythscapes: memory, mythology, and national identity. *The British Journal of Sociology*, 54 (1), 64-81. <https://doi.org/10.1080/0007131032000045905>
- Berry, J.W. (2011). Integration and multiculturalism: ways towards social solidarity. *Social Representations*, 20, 2.1-2.21.
- Brunsuma, B., & Mußotter, M. (2022). A move forward: Exploring national identity through non linear principal component analysis in germany. *Quality & Quantity*, 57, 885-903.
- Coenders, M. T. A. (2001). *Nationalistic attitudes and ethnic exclusionism in a comparative perspective. an empirical study of attitudes toward the country*
- گیرنا، ا. ب. (۱۳۸۷). مکاتب ناسیونالیسم: ناسیونالیسم و دولت - ملت در قرن بیستم. ترجمه: امیرمسعود اجتهادی، تهران: وزارت امور خارجه.
- لهسایی زاده، ع؛ مقدس، ع.ا. و تقوی نسب، م. (۱۳۸۸). بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۰ (۱)، ۴۵-۷۰.
- مرتون، ر. (۱۳۹۳). *ساختار اجتماعی و بی‌هنجاری، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نی.
- مرشدی زاده، ع. (۱۳۸۰). تحول و بحران در هویت فرهنگی ایران از دوره رضاشاه تا عصر جمهوری اسلامی. *نامه پژوهش*، ۲۲ و ۲۳، ۸۵-۱۰۸.
- مطلبی، م؛ خان‌محمدی، ج. (۱۳۹۶). همسویی دولت و ملت و تأثیر آن بر توسعه اقتصادی جوامع؛ مطالعه طولی - تطبیقی بین سال‌های ۱۹۹۰- تا ۲۰۰۴ میلادی. *دولت‌پژوهی*، ۳(۹)، ۲۰۱-۲۴۷. <https://doi.org/10.22054/tssq.2017.13452.121>
- مهری، ک. (۱۳۹۵). نقش اقوام در همبستگی ملی. *سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۴(۱۶)، ۱۵۳-۱۷۴.
- میلر، د. (۱۳۸۳). *ملیت*. ترجمه داود غرایاق‌زندی، تهران: تمدن ایرانی.
- نواح، ع.ر. و تقوی نسب، س.م. (۱۳۸۶). تأثیر احساس محرومیت نسبی بر هویت قومی و هویت ملی، مطالعه موردی: اعراب استان خوزستان. *جامعه‌شناسی ایران*، ۱(۲)، ۱۲۲-۱۴۰. <https://dori.net/dor/20.1001.1.17351901.1386.8.2.6.6>
- یوسفی، ع. و اصغرپور، ا.ر. (۱۳۸۸). قوم‌مداری و اثر آن بر روابط بین قومی در ایران. *جامعه‌شناسی تاریخی*، ۱ (۱)، ۱۲۵-۱۴۴.

References

- Abkhezr, A., & Motefaker, H. (2014). Investigating the effect of national ceremonies and occasions in strengthening national solidarity and unity with an emphasis on the social education of the youth. *Journal of Cultural Protection of the Islamic Revolution*, 4 (9), 132- 139. [In Persian]

- consequences for globalization attitudes*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780198842545.003.0003>
- James, P. (2006). *Globalism, nationalism, tribalism Bringing theory back in. Towards a theory of abstract community*. London: Sage.
<http://dx.doi.org/10.4135/9781446217603>
- Kim, J., Jeong, B., Park, K., & Kang, Y.S. (2018). Associations of generalized trust and social participation at the individual level with unmet healthcare needs in communities with high mortality. *J Korean Med Sci*, 33(11), 6-16.
<https://doi.org/10.3346/jkms.2018.33.e84>
- Lahsaizadeh, A., Moghadis, A.A., & Piety, M. (2008). Investigating internal factors affecting ethnic identity and national identity among Arabs in Ahvaz city. *Journal of Applied Sociology*, 20 (1), 45-70. [In Persian]
- Lecourse, A. (2007). *Basque nationalism and the Spanish state (The Basque Series)*. University of Nevada Press.
- Lee, S.Y., & Whitford, A. (2009). Government Effectiveness in Comparative Perspective. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 11, 249-281.
<https://doi.org/10.1080/13876980902888111>
- Lee, Y., & Schachter, H. (2018). Exploring the relationship between trust in government and citizen participation. *International Journal of Public Administration*, 42(2), 1-12.
<https://doi.org/10.1080/01900692.2018.1465956>
- Lubbers, M., & Coenders, M. (2017). Nationalistic attitudes and voting for the radical right in Europe. *European Union Politics*, 18(1), 98-118.
<https://doi.org/10.1177/1465116516678932>
- Marvic, B. (2014). Psycho-social conception of national identity and collective self-esteem. *Journal of Transdisciplinary Studies*, 10(1), 183-200.
<https://doi.org/10.1177/1088868309344412>
- McCrone, D. (1998). *The sociology of nationalism*. Routledge.
- Mehri, K. (2016). The role of relatives in overall solidarity. *Journal of Strategic and Macro Policies*, 4 (16), 153-174. [In Persian]
- Miller, D., & Ali, S. (2014). Testing the national identity argument. *European Political Science Review*, 6(2), 237-259.
<https://doi.org/10.1017/S1755773913000088>
- Miller, D. (2004). *Nationality*. Translated by Davood Gharayag Zandi, Tehran: Iranian Civilization. [In Persian]
- Merton, R. (2013). *Social structure and abnormality, basic sociological theories*, Lewis Kozler and Bernard Rosenberg, Translate to Persian: Farhang Ershad translation, Tehran: Ney. [In Persian].
- and ethnic immigrants in 22 countries*. SN Publication.
- Dalirpur, P. (2005). Crises of nation-state building and development strategy in Iran. *The Journal of Political Economic Information*, 217 & 218, 40-53. [In Persian].
- Dinesen, P., Schaeffer, Me., & Sonderskov, K. (2020). Ethnic diversity and social trust: a narrative and meta-analytical review. *Annual Review of Political Science*, 23, 441-465.
- Dinnen, S. (2006). Nation-Building-Concepts Pape: <http://www2.pazifik-infostelle.org/uploads/DossierNationBuilding.pdf>
- Edensor, T. (2002). *National identity, popular culture and everyday life berg*. New York: Routledge.
- Ghasemi, A., & Ebrahimabadi, G. (2011). The ratio of national identity and national unity in Iran. *The Journal of Strategy*, 20(59), 107-138. [In Persian].
- Gerhardt, U. (2001). *Parsons,s analysis of the social community, in book talcott parsons today: his theory and legacy in contemporary sociology*. Rowman & Littlefield
- Guibernau, M. (1996). *Nationalisms: The nation-state and nationalism in the twenty-first century*. Cambridge: Polity.
- Guibernau, M. (2004). Anthony D. Smith on nations and national identity: A critical assessment. *Nations and Nationalism*, 10(1,2), 125-141.
- Guibernau, I. (2008). *Nationalisms: The nation -state and nationalism in the twentieth century*. Translated by Amir Masoud Ejtehadi, Tehran: Ministry of Foreign Affairs. [In Persian]
- Hafeznia, M., & Kaviani, M. (2006). The role of ethnic identity in national solidarity (A case study of the Baloch people). *The Journal of Isfahan University*, 20(1), 15-46. [In Persian].
- Haghighatian, M., Ghazanfari, A., & Akbarabadi P. (2009). Selected social factors affecting esfahani youths' national identity. *The Journal of Applied Sociology*, 1(2), 174-186. [In Persian].
- Hajiani, I. (2001). Pattern of ethnic politics in Iran. *The Journal of Strategic Studies*, 11 & 12, 111-138. [In Persian].
- Henriquez, A. (2018). *Willingness to file a discrimination complaint examining socio-psychological aspects in fighting discrimination through legal means, in governing diversity migrant integration and multiculturalism in north america and europe*. Djordje Sredanovic.
- Hierro, M., & Rico, G. (2019). Economic crisis and nationalist attitudes: Experimental evidence from Spain. *Journal Ethnic and Racial Studies*, 42 (5), 820-837.
<https://doi.org/10.1080/01419870.2018.1432873>
- Huddy, L., & Del Ponte, A. (2019). *National identity, pride, and chauvinism - their origins and*

- Sociological analysis of national identity and ethnic identity with an emphasis on the feeling of relative deprivation among the youth of Ilam. *The Journal of Social Studies*, 11(2), 5-24. [In Persian].
- Rashidi, S. (2019). A sociological study of the effect of social trust on the social participation of marginalized citizens of Jahangirabad neighborhood of Khorramabad city. *Journal of Scientific Quarterly of Lorestan Police Science*, 8(2), 78-103. [In Persian]
- Rezaiyan, A., Vathoqi, M., & Sarukhani, B. (2018). Sociological study of convergence and divergence of national identity and ethnic identity (Case Study of Lak tribe). *Journal of Iranian Social Science Studies*, 16 (61), 18-36. [In Persian]
- Sablonnière, R., & Tougas, F. (2008). Relative deprivation and social identity in times of dramatic social change: The case of nurses. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(9), 2293–2314
- Schwartz, S.H. (2009). *Basic human values, seminar on the quality and comparability of measures for constructs in comparative research: Methods and applications*. Bolzano
- Smith, A. D. (2001). *Nationalism: Theory, ideology, history*. Malden, MA: Blackwell Publishers.
- Smith, A. D. (2009). *Ethno-symbolism and nationalism A cultural approach*. London Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203876558>
- Smith, A.D. (1998). *Nationalism and modernism*. London Routledge. ISBN 9780415063418
- Tricot, A., Plégat-Soutjis, F., Camps, J.F., Amiel, A., Lutz, G., & Morcillo, A. (2003). *Utilité, utilisabilité, acceptabilité: interpréter les relations entre trois dimensions de l'évaluation des EIAH*. In: Desmoulin C, Marquet P, Bouhineau D (ed) Environnements informatiques pour l'apprentissage humain, pp 391–402.
- Utz, C. (2005). *National community & sustainability adviser*. Sydney: CBD.
- Uslaner, E. (2018). *The oxford handbook of social and political trust edited by eric M. uslaner*. Oxford University Press.
- Wimmer, A. (2017). Power and pride: National identity and ethnopolitical inequality around the world. *World Politics*, 69(4), 605-639. <https://doi.org/10.1017/S0043887117000120>
- Yousefi, A., & Asgharpour, A. (2009). Ethnicism and its effect on inter-ethnic relations in Iran. *The Journal of Historical Sociology*, 1 (1): 125-144. [In Persian].
- Zarghani, S., & Ahmadi, I. (2017). Nation-state discourse evolution in the transition from post-modern geopolitics, *The Journal of Political Science*, 14(43), 1-30. [In Persian].
- Morshidizadeh, A. (2001). Transformation and crisis in Iran's cultural identity from the period of Reza Shah to the era of the Islamic Republic. *The Journal of Research*, 22-23, 85-108. [In Persian].
- Motalebi, M., & KhanMohammadi, J. (2016). The alignment of the government and the nation and its impact on the economic development of societies; longitudinal study between 1990 and 2004 AD. *The Journal of Government Research*, 3(9), 201-247. [In Persian].
- Navah, A., & Taqvinasab, S. (2007). The effect of the feeling of relative deprivation on ethnic identity and national identity, a case study: Arabs of Khuzestan province, *Journal of Sociology of Iran*, 8(2), 122-140. [In Persian].
- Ozkirimli, U. (2013). *Contemporary debates on nationalism: a critical engagement*. Translated by Taher asgharpour, Tehran: Negah Moaser. [In Persian]
- Parchami, D., & Derakhshan, F. (2021). Investigation of the social gap and factors affecting it, Study case: Tehran city. *The Journal of Applied Sociology*, 83(3), 1-26. [In Persian].
- Parchami, D., & Jalali, F. (2019). Investigation of factors affecting the political efficiency of governments in the West Asian region, *The Journal of Basij Strategic Studies Quarterly*, 19(71), 113-139. [In Persian].
- Parchami, D., & Karimi, T. (2012). *Investigation of the influencing factors on the tendency towards the national community*, master's thesis. Mazandaran University. [In Persian].
- Parsons, T. (1966). *Societies: Evolutionary and comparative perspectives*. Prentice-Hal. <https://doi.org/10.1093/sf/45.4.589>
- Paxton, P. (2002). Social capital and democracy: an interdependent relationship. *American Sociological Review*, 67(2), 254-277. <https://doi.org/10.2307/3088895>
- Qorbanzadesavar, G., Rahmati, M., & Natghi, H. (2016). Media and national identity media impact on national identity indicators. *The Journal of Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 6(1), 11-135. [In Persian].
- Rabani, A., Rabani, R., & Hosni, M. (2011). Relation between relative deprivation and attitude toward national identity (Case Sampling: Students of Isfahan University). *The Journal of Applied Sociology*, 22(2), 67-94. [In Persian].
- Rabani, A., & Rastegar, Y. (2012). An analysis of national identity and its sextet dimensions in Isfahan City. *The Journal of Applied Sociology*, 24(2), 1-20. [In Persian].
- Raoofti, M., Tajoddin, M., & Mashhadhi, J. (2017).