

A Review of Sociological Researches on Factors Affecting Ethnic Identity in Iran

Ayoub Manti 

Department of Regional Studies, Department of Law and Political Science, Faculty of Literature and Humanities, Ilam University, Ilam, Iran.

Taha Ashayeri 

Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Hossein Mohseni 

Department of Political Science and Visiting Professor, Ilam University, Ilam, Iran

Abstract

Ethnic identity is a sense of belonging to a group based on kinship ties, shared language and culture, historical memory, and distinctive customs, and its extreme attachment can hinder the formation of national social capital. The present study aimed to identify factors influencing attachment to ethnic identity in Iran through a meta-analysis of sociological research conducted in this field. The research method was quantitative meta-analysis with purposive-non-probability sampling. Among 65 scientific documents from the Noormags, Magiran, Irandoc, and the Academic Jihad Database, 46 documents from the period 2002 to 2024 were selected based on inclusion and exclusion criteria and analyzed using Cohen's d and Fisher's f tests. The results indicate that socialization, social cohesion, ethnic trust, social belonging, and social discrimination (social factors); mass media consumption, religious beliefs, cultural capital, cultural awareness and literacy, ethnic norms and beliefs (cultural factors);

* Corresponding Author: a.menati@ilam.ac.ir

How to Cite: Manti, A., Ashayeri, T., Mohseni, H. (2026). A Review of Sociological Researches on Factors Affecting Ethnic Identity in Iran, *Quarterly Journal of Social sciences*, 33(112), 145-178. DOI: 10.22054/qjss.2026.91841.2972

political development, political participation, political efficacy, reference model of ethnic elites (political factors); relative deprivation, economic participation, socio-economic base, economic justice and equality (economic factors); and stereotypes, ethnic and normative labeling, social status, and feeling of satisfaction (psychological factors) have an impact on attachment to ethnic identity.

Keywords: Ethnic Identity, Collective Identity, Meta-Analysis, Ethnic Norms, Iran.

Extended Abstract

Introduction

Ethnic identity is defined as a sense of belonging to a group based on kinship, shared language and culture, historical memory, and distinctive customs. While it can serve as a source of in-group cohesion and psychological well-being, excessive attachment may hinder the formation of national social capital and inclusive convergence. Iran, with its extensive ethnic, linguistic, and religious diversity, has always been a context for coexistence and, at times, conflict among ethnic identities. Distinctions exist in language, customs, livelihood patterns, and political attitudes among Iranian ethnic groups. What makes ethnic boundaries more prominent in contemporary Iran is not objective differences, but rather the intensity of emotional attachment and identity dependence, reproduced under the influence of cultural, economic, political, psychological, and social conditions. Over the past two decades, research has shown that ethnic identity in Iran has not declined but has been reimagined in many regions. However, most previous studies have either focused on a single dimension or neglected the simultaneous interaction of multiple dimensions. The main objective of this study is to quantitatively synthesize dispersed findings to identify factors affecting attachment to ethnic identity in Iran across five domains: social, cultural, political, economic, and psychological.

Literature Review

A systematic review of research on ethnic identity in Iran reveals certain shortcomings: lack of a coherent theoretical framework, predominance of survey methods, limited geographical focus, and absence of inter-ethnic comparisons. In theoretical foundations, ethnic identity is considered part of social identity and the process of awareness of belonging to a specific ethnic group, rooted in individuals' understanding of ancestral and cultural ties. From a social-constructionist perspective, ethnic identity is constructed through social interactions. Ethnic identity defense theory suggests that emotional attachment intensifies under crisis conditions, and in-groups form cohesive circles to reproduce their identity. The concept

of ethnic social integration . emphasizes a multi-dimensional process through which ethnic groups, while maintaining their cultural identity, participate in various structures and enjoy equal rights. The theoretical model encompasses five dimensions: social (socialization, social cohesion, ethnic trust, social belonging, social discrimination), cultural (mass media consumption, religious beliefs, cultural capital, cultural awareness and literacy, ethnic norms and beliefs), political (political development, political participation, political efficacy, reference model of ethnic elites), economic (relative deprivation, economic participation, socio-economic base, economic justice and equality), and psychological (stereotypes, ethnic and normative labeling, social status, feeling of satisfaction).

Methodology

This study employed a quantitative meta-analysis. The statistical population comprised all quantitative studies published between 2002 and 2024 that examined ethnic identity in Iran. A systematic search was conducted in Noormags, Magiran, Irandoc, and Academic Jihad Database using relevant keywords. From 65 identified documents, after applying inclusion criteria (quantitative survey method, reporting correlation coefficients, specified sample size and significance level) and exclusion criteria (qualitative studies, lack of coefficients, sample size below 30), 46 documents were selected. Data were extracted using a researcher-developed checklist. Correlation coefficients (r) were normalized using Fisher's Z transformation, and combined effect sizes were calculated using a random-effects model with inverse variance weighting. Analyses were performed using CMA version 3 and SPSS version 26.

Results

All 21 variables had significant effects on ethnic attachment. In the social domain: socialization (0.187), social cohesion (-0.208), ethnic trust (0.145), social belonging (0.167), and social discrimination (0.100). In the cultural domain: cultural capital (-0.430) had the strongest inverse effect, and ethnic norms (0.287) the strongest direct effect; media consumption (-0.186), religious beliefs (-0.148), and

cultural awareness (-0.149) were also inverse. In the political domain: reference model of ethnic elites (0.230) was direct, while political development (-0.168), participation (-0.206), and efficacy (-0.157) were inverse. In the economic domain: economic justice (-0.430) had the strongest inverse effect, and relative deprivation (0.190) was direct; economic participation (-0.143) and socio-economic base (-0.219) were inverse. In the psychological domain: stereotypes (0.332) had the strongest direct effect, ethnic labeling (0.149) was direct, while social status (-0.186) and feeling of satisfaction (-0.100) were inverse. Effect sizes ranged from 0.100 to -0.430, indicating cultural and economic factors contribute more. Eighty-five percent of studies were survey-based, 35% focused on Persians, and only 11% on Baloch.

Conclusion

Ethnic identity in Iran is a multi-dimensional phenomenon influenced by five groups of factors. Cultural capital and economic justice have the strongest reducing effects, while ethnic norms and stereotypes have the strongest reinforcing effects. Social cohesion, political development, and political participation can reduce ethnic dependencies, whereas discrimination, deprivation, and labeling intensify them. Research shortcomings include the predominance of survey methods, lack of qualitative and mixed-method studies, absence of comparative and longitudinal studies, and limited geographical focus. It is recommended that future research employ mixed-method approaches to identify interactive relationships, and that policy-making pursue a comprehensive approach emphasizing economic justice, cultural investment, elite management, social cohesion, and psychological empowerment.

مروری بر تحقیقات جامعه‌شناختی پیرامون عوامل مؤثر بر هویت قومی در ایران

*  ایوب منتی

استادیار مطالعات منطقه‌ای گروه حقوق و علوم سیاسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.

 طاها عشایری

دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

 حسین محسنی

دانش‌آموخته دکتری علوم سیاسی و استاد مدعو دانشگاه ایلام، ایلام ایران.

چکیده

هویت قومی، حس تعلق به گروهی مبتنی بر نسب خویشاوندی، زبان و فرهنگ مشترک، حافظه تاریخی و آداب و رسوم متمایز است و تعلق افراطی به آن می‌تواند مانع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی ملی شود. پژوهش حاضر باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر تعلق به هویت قومی در ایران، به فراتحلیل تحقیقات جامعه‌شناختی انجام‌شده در این حوزه پرداخته است. روش تحقیق فراتحلیل کمی با نمونه‌گیری تعمدی-غیراحتمالی بود. از میان ۶۵ سند علمی از پایگاه‌های نورمگز، مگ ایران، ایران داک و پایگاه جهاد دانشگاهی، ۴۶ سند در بازه زمانی ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۳ بر اساس ملاک‌های ورود و خروج انتخاب و با آزمون‌های d کوهن و f فیشر تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد که جامعه‌پذیری، انسجام اجتماعی، اعتماد قومی، تعلق اجتماعی و تبعیض اجتماعی (عوامل اجتماعی)؛ مصرف رسانه جمعی، باورهای دینی، سرمایه فرهنگی، آگاهی و سواد فرهنگی، هنجارها و باورهای قومی (عوامل فرهنگی)؛ توسعه سیاسی، مشارکت سیاسی، اثربخشی سیاسی، الگوی مرجع نخبگان قومی (عوامل سیاسی)؛ محرومیت نسبی، مشارکت اقتصادی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، عدالت و برابری اقتصادی (عوامل اقتصادی) و تصورات قالبی، برجسب قومی و هنجاری، منزلت اجتماعی، احساس رضایت (عوامل روانی) در تعلق به هویت قومی تأثیر داشته است.

کلیدواژه‌ها: هویت قومی، هویت جمعی، فراتحلیل، هنجارهای قومی، ایران.

* نویسنده مسئول: a.menati@ilam.ac.ir

مقدمه

هر قوم، سازمانی اجتماعی بر پهنه‌ای سرزمینی با انسجامی تاریخی مبتنی بر اقتصاد، سیاست، فرهنگ، روان و اجتماع است که شاخص‌های آن خودآگاهی قومی، زبان مادری و سرزمین نیاکان می‌باشد (رضوی قره‌قشلاق و همکاران، ۱۴۰۳). گروه‌های قومی طیفی پرمعنا، چندبعدی، سیال، ارگانیک و خویشاوندی نسبتاً پایدارند که با نمادهای فرهنگی و تاریخی ویژه گره خورده‌اند (ایمار، ۲۰۲۱). هویت قومی، حس تعلق به گروهی بر پایه نسب، زبان، مذهب، آداب و حافظه تاریخی است که به انسجام درون گروهی می‌انجامد (لیچ و همکاران، ۲۰۰۸). این هویت در بستر سرزمین و تبار شکل گرفته و تداوم می‌یابد (کوپر، ۱۹۸۲) و با بهزیستی روانی، عزت نفس و کیفیت زندگی پیوند دارد (حسینی و همکاران، ۲۰۲۴؛ لوبو و همکاران، ۲۰۲۱). هویت قومی همچون لنزی برای نگرش به محیط و مبنای ارتباط با دیگران عمل کرده و معادل تعلق اجتماعی و احساس «ما»ی جمعی است (پوشر و فیتزلف، ۲۰۲۲).

با این حال، در فرایند درون گروه/برون گروه، تبعیض و سرکوب ساختاری می‌توانند ارزش‌های درون گروهی را در برابر هنجارهای فراقومی تقویت کنند (برویر، ۱۹۷۹) که اغلب با حس برتری و ارزیابی مثبت از خودی در مقابل غیرخودی همراه است (براون، ۱۹۹۵)؛ بنابراین، هویت قومی هم می‌تواند منبع انسجام و بهزیستی باشد و هم در شرایط نابرابری به تعصب و مرزبندی تفرقه‌انگیز تبدیل شود. قومیت مفهومی چندوجهی و پویا با ریشه در فرهنگ و ابعاد روانی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است.

درک چندوجهی بودن هویت قومی، پیش‌نیاز تحلیل نقش هم‌بخش و هم‌افتراق آفرین آن در جامعه معاصر است. هویت قومی با ملیت، مذهب و زبان تلاقی کرده و بر پیچیدگی هویت‌سازی می‌افزاید. جوامع قومی به‌مثابه شبکه‌های اجتماعی، حمایت، همبستگی و حفظ فرهنگ را تقویت می‌کنند. قومیت بر سیاست، قدرت و بسیج‌گری اثر می‌گذارد و اقلیت‌ها برای نمایندگی، حقوق فرهنگی و توزیع عادلانه منابع می‌کوشند. هویت قومی پدیده‌ای چندبعدی و متأثر از عوامل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و روانی است که در

تعامل با یکدیگر ساختاری پویا می‌سازند؛ انسجام اجتماعی، تقویت فرهنگ، مشارکت سیاسی، فرصت‌های اقتصادی عادلانه و فضای روانی حمایتی، همگی بستر تثبیت آن را فراهم می‌آورند.

ایران با تنوع قومی، زبانی و مذهبی گسترده، همواره بستری برای همزیستی و گاه کشمکش میان هویت‌های قومی بوده است. این تنوع به قالب‌های جغرافیایی، سبک‌های زندگی، مصنوعات مادی و فرهنگ‌های معنوی متنوع انجامیده است. با وجود پیوندهای عمیق تباری و تاریخی، تمایزهایی در زبان، آداب، الگوهای معیشتی و نگرش‌های سیاسی وجود دارد. آنچه خطوط قومی را در ایران امروز پررنگ‌تر می‌کند، نه تفاوت‌های عینی، بلکه شدت تعلق عاطفی و وابستگی هویتی است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، روانی و اجتماعی بازتولید می‌شود.

اهمیت این مسئله دوچندان است که طی دو دهه اخیر (۱۳۸۱-۱۴۰۳)، انبوهی از پژوهش‌ها نشان داده‌اند که هویت قومی در ایران نه تنها رو به افول نرفته، بلکه در بسیاری مناطق حفظ و بازانگاری شده است؛ بنابراین قومیت در ایران پدیده‌ای حاشیه‌ای نیست، بلکه دغدغه‌ای محوری است که غفلت از ابعاد چندگانه‌اش، انسجام ملی، عدالت توزیعی و سیاست‌گذاری فرهنگی را با چالش روبه‌رو می‌کند. باین حال، مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که غالب آن‌ها یا به یک‌بعد خاص اکتفا کرده‌اند یا از تعامل هم‌زمان ابعاد چندگانه در بستر ایران غفلت ورزیده‌اند. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش پاسخ به پرسش‌های زیر است:

- چه عوامل اجتماعی در تعلق به هویت قومی در ایران مؤثر بوده است؟
- چه عوامل فرهنگی در تعلق به هویت قومی در ایران مؤثر بوده است؟
- چه عوامل اقتصادی در تعلق به هویت قومی در ایران مؤثر بوده است؟
- چه عوامل سیاسی در تعلق به هویت قومی در ایران مؤثر بوده است؟
- چه عوامل روانی در تعلق به هویت قومی در ایران مؤثر بوده است؟

مروری بر فراتحلیل پژوهش‌ها

پژوهش‌های مورد استفاده جهت بررسی جامعه‌شناختی هویت قومی در ایران شامل ون در تل (۲۰۲۴)، هانا (۲۰۲۴)، احمدلو و افروغ (۱۳۸۱)، رضایی و احمدلو (۱۳۸۴)، قانع‌راد و همکاران (۱۳۸۶)، نواح و تقوی‌نسب (۱۳۸۶)، مقدس و حیدری (۱۳۸۷)، مقدس جعفری و همکاران (۱۳۸۷)، لهسایی‌زاده و همکاران (۱۳۸۸)، معیدفر و رضایی (۱۳۸۸)، مهدوی و توکلی‌قینانی (۱۳۸۸)، میرزایی (۱۳۸۸)، نجف‌زاده نخجوانلو (۱۳۸۸)، شیخی و عبدالهی (۱۳۸۹)، موحد و کاووسی (۱۳۹۰)، راد و هاشمی (۱۳۹۱)، رفیعی جیردهی و حبیب‌زاده (۱۳۹۱)، باقری و همکاران (۱۳۹۲)، خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۲)، میرزایی و عباس‌زاده (۱۳۹۲)، میرزایی و همکاران (۱۳۹۲)، جعفرزاده‌پور و حیدری (۱۳۹۳)، سیف‌اللهی و همکاران (۱۳۹۳)، اله‌دادی و همکاران (۱۳۹۴)، رضایی و محمدی (۱۳۹۴)، ساروخانی و رضایی‌قادی (۱۳۹۴)، قویمی و همکاران (۱۳۹۴)، لطفی و همکاران (۱۳۹۴)، عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۵)، کرمانی و ساعی (۱۳۹۶)، عظیمی و همکاران (۱۳۹۷)، نامداری (۱۳۹۷)، رضائیان و همکاران (۱۳۹۸)، فرقانی و همکاران (۱۳۹۸)، بیگلر (۱۳۹۹)، ملکیان و همکاران (۱۳۹۹)، جهان‌فر و همکاران (۱۴۰۰)، قدرتی (۱۴۰۰)، پورمهدی (۱۴۰۱)، حسنی و همکاران (۱۴۰۱)، زارع و ریکی (۱۴۰۱)، موحد مجد و همکاران (۱۴۰۱)، نواح و همکاران (۱۴۰۱)، پاشایی و همکاران (۱۴۰۲)، رحمتی و همکاران (۱۴۰۲)، حسینی‌نسب (۱۴۰۲)، صفا و همکاران (۱۴۰۲)، دانش‌رمودی (۱۴۰۳) هستند که مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند.

ارزیابی و نقد پژوهش‌ها

مرور نظام‌مند پژوهش‌های هویت قومی در ایران (۱۳۸۱-۱۴۰۳) نشان از پرتکراربودن این موضوع دارد، اما با کاستی‌هایی روبه‌روست که یکپارچه‌سازی آن‌ها را ضروری می‌کند: نخست، فقدان چارچوب نظری منسجم و اکتفا به آزمون روابط متغیری که مانع انباشت نظری شده است. دوم، غلبه روش پیمایش و پرسشنامه، باوجود پیچیدگی و چندلایگی

هویت قومی که نیازمند رویکردهای کیفی یا ترکیبی است. سوم، تمرکز جغرافیایی محدود و نبود مقایسه بین قومی که تصویر ملی را مبهم ساخته است. افزون بر این، تحقیقات موجود بیشتر به تأثیر مستقل متغیرها پرداخته و از تعامل ابعاد پنج گانه (اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و روانی) غفلت کرده‌اند. همچنین روش مقطعی، تصویری ایستا ارائه داده، درحالی که هویت قومی پدیده‌ای پویا و متأثر از تحولات زمان است. پژوهش حاضر با رویکرد فراتحلیل، درصدد انسجام بخشی به یافته‌های پراکنده و ترسیم جهت و شدت تأثیر عوامل پنج گانه بر تعلق قومی در ایران برآمده است. این یکپارچه سازی، بستر طراحی الگوی نظری بومی و سیاست گذاری کارآمد قومی را فراهم می آورد.

مبانی نظری پژوهش

هویت قومی

هویت قومی به عنوان بخشی از هویت اجتماعی و همچنین فرآیند آگاهی از تعلق به یک گروه قومی خاص در نظر گرفته می شود (شیردل، ۱۴۰۴: ۲۱۰). هویت قومی ریشه در درک افراد از پیوندهای اجدادی و فرهنگی خود داشته و به ویژه سنت های تاریخی در شکل گیری آن مؤثر است (نیومن و نیومن، ۲۰۲۰) که بر احساس تعلق، قضاوت، عضویت و هویت شخصی فرد تأثیر می گذارد (فینی و آونگ، ۲۰۰۷). اریکسون و سورهم (۲۰۰۳، ص ۵۸) زبان، رنگ پوست، مذهب و گویش را از مؤلفه های کلیدی هویت قومی می دانند. به گفته دورویک (۲۰۰۸)، ارزش های هویت قومی همان وفاداری ذهنی و تعلق عاطفی به گروه های مرتبط است که با ارزش های جمع گرایانه در ساختار قوم درهم تنیده است. شیردل (۱۴۰۴) شش مؤلفه برای هویت قومی برمی شمارد: ۱) خودطبقه بندی (انتساب خود به یک گروه قومی خاص)، ۲) تعهد و وابستگی (احساس تعلق و درگیری با گروه)، ۳) کاوش (جستجوی اطلاعات و تجارب مرتبط با قومیت)، ۴) رفتار قومی (انجام فعالیت های شاخص قومی مانند تکلم به زبان محلی)، ۵) ارزیابی و نگرش درون گروهی (احساس راحتی و نگرش مثبت نسبت به گروه) و ۶) ارزش ها و باورهای اختصاصی گروه.

نظریه دفاع از هویت قومی

از منظر اجتماعی-ساخت‌گرایی، هویت قومی موجودیتی ثابت نیست، بلکه برساخته تعاملات اجتماعی است (جنکینز، ۲۰۰۶). تعلق به گروه، شامل ارزیابی مثبت یا منفی ویژگی‌های مشترک است که هویت اجتماعی فرد را می‌سازد (تاجفل و فورگاس، ۱۹۸۱). هویت اجتماعی، بخشی از خودپنداری است که از آگاهی از تعلق به گروه و معنای عاطفی-ارزشی آن نشأت می‌گیرد (تاجفل و ترنر، ۱۹۸۶). شدت وابستگی عاطفی در شرایط بحرانی و ناامنی اجتماعی افزایش می‌یابد؛ در چنین وضعیتی، درون‌گروه‌ها برای بازتولید هویت قومی و جلوگیری از حذف خود، حلقه‌های همبسته تشکیل می‌دهند (جاوالوی، ۱۹۹۳). هویت قومی جنبه جمعی نیز دارد و در برابر برون‌گروه‌ها، به مقاومت و اتحاد درون‌گروهی می‌انجامد. در این بستر، زبان مشترک، مناسک فرهنگی و سرمایه‌گذاری عاطفی میان اعضا تقویت می‌شود (ملوچی، ۲۰۰۴). جنبه‌های مثبت این هویت گروهی با بهزیستی ذهنی مرتبط است (اسمیت و سیلوا، ۲۰۱۱). هویت قومی می‌تواند هم‌زمان به‌عنوان راهبردی مقابله‌ای در برابر تبعیض و عاملی محافظت‌کننده برای سلامت روان ایفای نقش کند. گروه‌هایی که سیستم‌های حمایت متقابل را حفظ می‌کنند، یک شبکه پشتیبانی هم‌تا برای اعضا در مواقع بحرانی مانند بلایای اجتماعی یا طبیعی فراهم می‌کنند (موساکوسکی، ۲۰۰۳). احیای هویت قومی و تأکید بیش‌ازحد بر آن، اغلب در واکنش به تهدیدهای بیرونی و مقاومت در برابر موانع و فشارهایی شکل می‌گیرد که اقوام آن‌ها را منبع خطر تلقی می‌کنند (جسپل و سینرلا، ۲۰۱۰).

مفهوم ادغام اجتماعی قومی

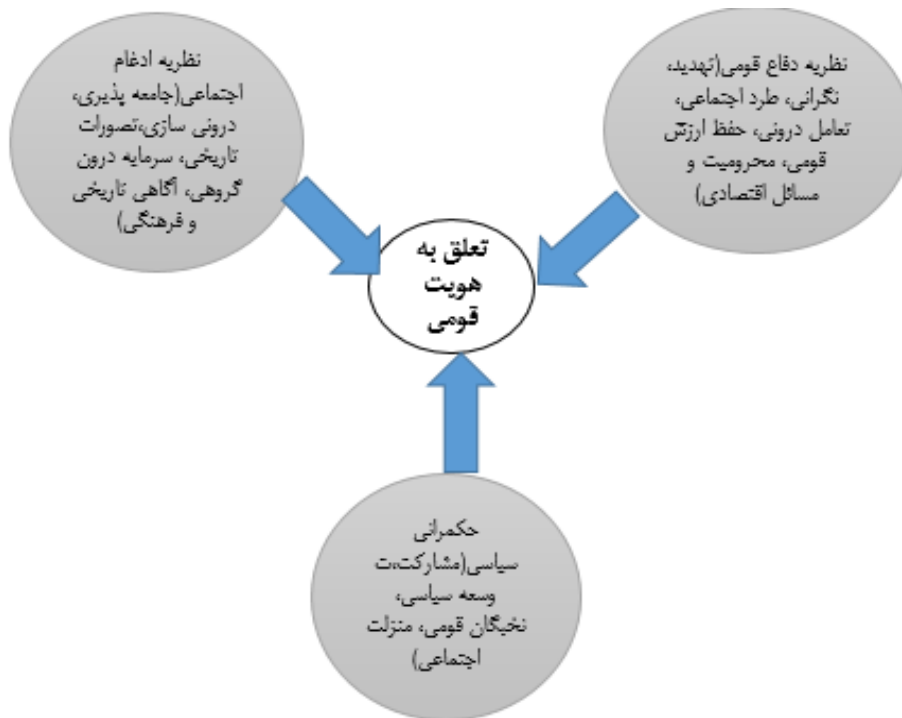
ادغام اجتماعی قومی فرایندی چندبعدی است که طی آن گروه‌های قومی ضمن حفظ هویت فرهنگی متمایز خود، در ساختارهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مشارکت داشته و از حقوق و فرصت‌های برابر برخوردار می‌شوند. این فرایند بر پذیرش دوسویه تأکید دارد و از ارائه الگویی هنجاری بسته خودداری می‌کند؛ تعریفی که امکان

مطالعه تنوع مسیرها و پیامدهای ادغام را فراهم می‌سازد. سه بعد تحلیلی برای ادغام قائل می‌شود: بعد حقوقی-سیاسی شامل امنیت اقامت، حقوق سیاسی، تابعیت و مشارکت در تصمیم‌گیری؛ بعد اجتماعی-اقتصادی شامل حقوق برابر در بازار کار، مسکن، آموزش، سلامت و تأمین اجتماعی؛ و بعد فرهنگی-مذهبی شامل حق سازمان‌دهی، ابراز هویت فرهنگی و دینی و برخورداری از تسهیلات برابر (پنینکس، ۲۰۰۵). صرف‌شمول حقوقی-سیاسی شرطی حیاتی اما ناکافی است و سیاست‌های ادغامی باید در هر سه بعد هم‌زمان فعال باشند (پنینکس، ۲۰۰۵).

ادغام اجتماعی از دو مفهوم مشابه تمیز داده می‌شود: همگون‌سازی که در آن گروه اقلیت هویت فرهنگی خود را کنار گذاشته و در فرهنگ اکثریت محو می‌شود؛ و تکثرگرایی صرف که در آن گروه‌ها در کنار هم زندگی می‌کنند اما بدون تعامل و مشارکت جدی. در مقابل، ادغام رویکردی میانه است که ضمن پذیرش تنوع فرهنگی، بر مشارکت فعال، دسترسی برابر به فرصت‌ها و ایجاد شبکه‌های مشترک اجتماعی تأکید دارد (پنینکس، ۲۰۰۵)؛ بنابراین ادغام نه به معنای انحلال هویت قومی، بلکه ایجاد بسترهایی برای مشارکت و پذیرش در عین حفظ تفاوت‌های فرهنگی است (پنینکس، ۲۰۰۵). ادغام اجتماعی همچنین فرایندی است که طی آن افراد و گروه‌های طردشده، شبکه‌ای از روابط اجتماعی مبتنی بر اعتماد و احترام متقابل را توسعه می‌دهند؛ تعریفی که با رویکرد تعاملی و دوسویه ادغام همخوانی دارد (کرمانی، ۱۴۰۱).

الگوی نظری پژوهش

شکل شماره ۱: الگوی نظری پژوهش



روش پژوهش

پژوهش حاضر باهدف یکپارچه‌سازی و ترکیب کمی یافته‌های مطالعات پیشین دربارهٔ هویت قومی و عوامل مؤثر بر آن در ایران، به روش فراتحلیل کمی انجام شده است. این روش نظام مند و مبتنی بر آمار، نتایج چندین مطالعه مستقل را ترکیب کرده و با افزایش توان آماری، به برآورد دقیق‌تر اندازه اثر کلی و شناسایی عوامل تعدیل‌گر می‌انجامد. فراتحلیل کمی با تبدیل ضرایب همبستگی، تفاوت میانگین‌ها یا سایر شاخص‌های پراکندگی به مقیاسی مشترک، به جمع‌بندی کمی از یافته‌ها دست می‌یابد.

الف) جامعه پژوهش، نمونه و ملاک‌های ورود/خروج: جامعه آماری این فراتحلیل،

کلیه پژوهش‌های کمی منتشر شده و در دسترس در بازه ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۳ بود که به‌طور مستقیم به بررسی هویت قومی یا تعلق قومی و عوامل مؤثر بر آن در ایران پرداخته بودند. برای دستیابی، جستجوی نظام‌مندی در پایگاه‌های نورمگز، مگ‌ایران، ایران‌داک و پایگاه جهاد دانشگاهی با کلیدواژه‌های «هویت قومی»، «تعلق قومی»، «هویت جمعی»، «قومیت» و «همبستگی قومی» انجام شد. پس از جستجوی اولیه، ۶۵ سند علمی (شامل مقالات، پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و رساله‌های دکتری) شناسایی گردید. در مرحله غربالگری و کنترل کیفی، ملاک‌های ورود و خروج زیر اعمال شد:

- ملاک‌های ورود به فراتحلیل عبارت بودند از: (۱) استفاده از روش کمی (پیمایشی) با ابزار پرسشنامه استاندارد یا محقق‌ساخته؛ (۲) گزارش ضریب همبستگی پیرسون (r) یا آماره‌های قابل تبدیل به اندازه اثر (همچون ضریب رگرسیون استاندارد شده، آماره t ، F یا مجذور کای)؛ (۳) مشخص بودن حجم نمونه (n) و سطح معنی‌داری (p -value) یا فاصله اطمینان؛ (۴) دسترسی به متن کامل سند.

- ملاک‌های خروج نیز شامل: (۱) مطالعات کیفی یا مروری صرف بدون داده‌های کمی؛ (۲) پژوهش‌هایی که هویت قومی را به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته بودند (نه متغیر وابسته)؛ (۳) عدم گزارش ضرایب همبستگی یا آماره‌های لازم برای محاسبه اندازه اثر؛ (۴) مطالعات با حجم نمونه کمتر از ۳۰ نفر؛ (۵) پژوهش‌های تکراری یا هم‌پوشان از حیث داده‌ها. در نهایت و پس از اعمال این ملاک‌ها، ۴۶ سند به عنوان نمونه نهایی برای تحلیل انتخاب شدند.

ب) ابزار گردآوری داده‌ها و فرایند استخراج: داده‌ها با استفاده از چک‌لیست محقق‌ساخته‌ای که بر اساس دستورالعمل کامینز (۲۰۰۹) تدوین شده بود، استخراج گردید. این چک‌لیست شامل مشخصات کتاب‌شناختی، روش و حجم نمونه، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، متغیرها و نحوه عملیاتی‌سازی آن‌ها، ضرایب همبستگی با هویت قومی، سطح معنی‌داری و فاصله اطمینان و ابزار اندازه‌گیری بود.

ج) شاخص‌های آماری، شیوه محاسبه و نرم‌افزارها: پس از استخراج ضرایب

همبستگی (r) از هر مطالعه، این ضرایب به‌عنوان شاخص اندازه اثر در نظر گرفته شدند. با توجه به عدم نرمال بودن توزیع ضرایب، پیش از ترکیب آماری، تمامی r ها با استفاده از تبدیل Z فیشر به نمرات Z استاندارد تبدیل شدند تا نرمال‌سازی خطاها و تثبیت واریانس امکان‌پذیر گردد. در مرحله بعد، با به‌کارگیری مدل اثرات تصادفی (به‌دلیل تنوع روش‌شناختی، جوامع و بافت‌های جغرافیایی) و وزن‌دهی بر اساس وارون واریانس، اندازه اثر ترکیبی نهایی برای هر متغیر محاسبه شد. پس از ترکیب، نتایج Z به ضریب همبستگی (r) بازگردانده شد و برای تعیین شدت اثر از معیار کوهن استفاده گردید. کلیه تحلیل‌های فراتحلیل با نرم‌افزار CMA نسخه ۳ انجام شد. پردازش‌های اولیه، محاسبه آماره‌های توصیفی و ضرایب r^2 نیز با SPSS نسخه ۲۶ صورت گرفته است.

یافته‌ها

در این بخش، نتایج حاصل از ترکیب کمی پژوهش‌های پیشین گزارش می‌شود. داده‌های استخراجی از ۴۶ مطالعه، پس از تبدیل ضرایب همبستگی (r) به نمرات Z فیشر و ترکیب آن‌ها با استفاده از مدل اثرات تصادفی، به‌صورت اندازه‌های اثر ترکیبی برای هریک از متغیرهای مؤثر بر تعلق به هویت قومی ارائه گردیده است. یافته‌های این فراتحلیل در دو سطح تنظیم شده‌اند: سطح نخست به ویژگی‌های روش‌شناختی و جمعیت‌شناختی پژوهش‌های موردبررسی اختصاص دارد تا بستر داده‌های تحلیل‌شده برای خواننده روشن گردد؛ سطح دوم شامل جدول اندازه‌های اثر ترکیبی به‌همراه حدود اطمینان، آماره Z و سطوح معنی‌داری است که در پنج حوزه اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و روانی دسته‌بندی شده‌اند. در ادامه، هریک از این یافته‌ها به‌صورت مجزا تفسیر می‌شوند:

- به لحاظ شیوه نمونه‌گیری مطالعات، ۳۳ درصد خوشه‌ای، ۲۰ درصد تصادفی ساده؛ ۱۵ درصد هدفمند؛ ۱۵ درصد طبقه‌ای؛ ۱۱ درصد سهمیه‌ای؛ و ۶ درصد تمام شمار بوده است.
- رشته نویسنده مسئول پژوهش در ۸۳ درصد علوم اجتماعی؛ ۹ درصد علوم انتظامی؛ ۷ درصد علوم سیاسی و ۱ درصد زبان و ادبیات فارسی بوده است.

- به لحاظ گروه قومی ۳۵ درصد فارس؛ ۱۲ درصد آذری؛ ۱۱ درصد عرب؛ ۱۱ درصد لر؛ ۱۳ درصد کرد؛ ۱۱ درصد بلوچ بوده است.
- نوع پژوهش در ۸۵ درصد مقاله علمی پژوهشی؛ ۷ درصد مقاله کنفرانسی؛ ۷ درصد پایان‌نامه ارشد و ۱ درصد رساله دکتری بوده است.
- نوع گروه موردبررسی در ۲۶ درصد دانشجویان؛ ۲۴ درصد جوانان و نوجوانان؛ ۳۲ درصد شهروندان عمومی؛ ۵ درصد دانش آموزان؛ ۷ درصد زنان خانه‌دار؛ ۳ درصد کارکنان دولتی و ۳ درصد طلاب بوده است.

عوامل مؤثر بر هویت قومی

جدول ۲: گزارش آماری تحقیق

گزارش آماری					عوامل مؤثر بر هویت قومی	
سطح معنی‌داری	Z	حد بالا	حد پایین	اندازه اثر		
۰/۰۰۰	۵/۱۴۶	۰/۱۶۸	۰/۱۰۰	۰/۱۸۷	جامعه‌پذیری	عوامل اجتماعی
۰/۰۰۰	-۶/۶۸۷	-۰/۱۹۰	-۰/۱۳۸	-۰/۲۰۸	انسجام اجتماعی	
۰/۰۰۰	۹/۵۴۲	۰/۳۷۸	۰/۲۱۴	۰/۱۴۵	اعتماد قومی	
۰/۰۰۰	۷/۱۳۷	۰/۱۲۸	۰/۰۹۸	۰/۱۶۷	تعلق اجتماعی	
۰/۰۰۰	۶/۳۶۹	۰/۱۷۶	۰/۰۱۱	۰/۱۰۰	تبعیض اجتماعی	
۰/۰۰۰	-۹/۷۶۱	-۰/۱۸۷	-۰/۱۲۶	-۰/۱۸۶	مصرف رسانه جمعی	عوامل فرهنگی
۰/۰۰۰	-۳/۳۴۲	-۰/۲۶۷	-۰/۱۸۷	-۰/۱۴۸	باورهای دینی	
۰/۰۰۰	-۸/۱۵۵	-۰/۴۰۹	-۰/۲۰۰	-۰/۴۳۰	سرمایه فرهنگی	
۰/۰۰۰	-۶/۳۶۴	-۰/۲۵۸	-۰/۱۸۷	-۰/۱۴۹	آگاهی و سواد فرهنگی	
۰/۰۰۰	۶/۱۸۱	۰/۳۸۹	۰/۲۸۶	۰/۲۸۷	هنجارها و باورهای قومی	
۰/۰۰۰	-۴/۱۶۲	-۰/۲۸۹	-۰/۱۹۱	-۰/۱۶۸	توسعه سیاسی	عوامل سیاسی
۰/۰۰۰	-۶/۱۹۸	-۰/۳۹۸	-۰/۱۶۷	-۰/۲۰۶	مشارکت سیاسی	
۰/۰۰۰	-۸/۰۸۶	-۰/۲۸۷	-۰/۱۰۸	-۰/۱۵۷	اثر بخشی سیاسی	

گزارش آماری					عوامل مؤثر بر هویت قومی	
سطح معنی‌داری	Z	حد بالا	حد پایین	اندازه اثر		
۰/۰۰۰۱	۱۰/۱۰۲	۰/۲۹۲	۰/۱۲۰	۰/۲۳۰	الگوی مرجع نخبگان قومی	
۰/۰۰۰	۱۱/۵۶۷	۰/۳۸۱	۰/۲۶۱	۰/۱۹۰	محرومیت نسبی	عوامل اقتصادی
۰/۰۰۰	-۴/۴۷۶	-۰/۵۷۱	-۰/۳۳۶	-۰/۱۴۳	مشارکت اقتصادی	
۰/۰۰۰	-۳/۱۸۲	-۰/۸۴۱	۰/۵۴۱	-۰/۲۱۹	پایگاه اقتصادی-اجتماعی	
۰/۰۰۰	-۷/۹۳۱	-۰/۴۹۸	-۰/۳۳۲	-۰/۴۳۰	عدالت و برابری اقتصادی	
۰/۰۰۰	۶/۰۹۳	۰/۲۶۱	۰/۱۱۳	۰/۳۳۲	تصورات قالبی	عوامل روانی
۰/۰۰۰	۸/۴۰۰	۰/۲۹۸	۰/۱۰۳	۰/۱۴۹	برچسب قومی و هنجاری	
۰/۰۰۰	-۲/۳۶۱	-۰/۱۸۸	-۰/۱۳۲	-۰/۱۸۶	منزلت اجتماعی	
۰/۰۰۰	-۸/۲۳۰	-۰/۳۷۷	-۰/۲۰۶	-۰/۱۰۰	احساس رضایت	

بر این اساس نتایج نشان می‌دهد که:

عوامل اجتماعی

- جامعه‌پذیری قومی با تعلق به هویت قومی رابطه‌ای مستقیم و معنادار دارد (ضریب: ۰/۱۸۷)؛ هرچه مشارکت در آموزش ارزش‌ها و هنجارهای قومی بیشتر باشد، تعلق قوی‌تر می‌شود، هرچند این تأثیر در حد اندک است.

- انسجام اجتماعی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: -۰/۲۰۸)؛ انسجام بالای جامعه، اتکا به هویت قومی را کاهش و هویت ملی یا اجتماعی را جایگزین می‌کند (تأثیر متوسط).

- اعتماد قومی رابطه‌ای مستقیم و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۱۴۵)؛ افزایش اعتماد به هم‌قوم‌ها، تعلق قومی را بالا می‌برد (تأثیر کوچک).

- تعلق اجتماعی رابطه‌ای مستقیم و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۱۶۷)؛ این دو نوع تعلق لزوماً در تضاد نیستند و می‌توانند هم‌زمان وجود داشته باشند (تأثیر کوچک).

- تبعیض اجتماعی رابطه‌ای مستقیم و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۱۰۰)؛ تجربه نابرابری و تبعیض، افراد را به‌سوی هویت قومی سوق می‌دهد تا از آن برای دفاع از حقوق خود استفاده کنند (تأثیر کوچک).

عوامل فرهنگی

- مصرف رسانه جمعی با تعلق قومی رابطه‌ای معکوس و معنادار دارد (ضریب: ۰/۱۸۶-)؛ محتوای همگون‌ساز و ملی‌گرایانه رسانه‌ها، هویت‌های قومی را تضعیف می‌کند (تأثیر کوچک).

- باورهای دینی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارند (ضریب: ۰/۱۴۸-)؛ در ایران، اسلام به‌عنوان هویت فراقومی، مرزهای قومی را کمرنگ می‌سازد (تأثیر کوچک).

- سرمایه فرهنگی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۴۳۰-)؛ سرمایه فرهنگی بالاتر، نگاه فراقومی و جهان‌وطنی ایجاد کرده و اتکا به هویت قومی را کاهش می‌دهد (تأثیر متوسط).

- آگاهی و سواد فرهنگی (شناخت فرهنگ‌های مختلف) رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۱۴۹-)؛ افزایش آن، تعلق قومی را کم می‌کند (تأثیر کوچک).

- هنجارها و باورهای قومی رابطه‌ای مستقیم و معنادار با تعلق قومی دارند (ضریب: ۰/۲۸۷)؛ هرچه ارزش‌های سنتی و قومی اهمیت بیشتری داشته باشند، هویت قومی قوی‌تر می‌شود (تأثیر متوسط).

عوامل سیاسی

- توسعه سیاسی با تعلق قومی رابطه‌ای معکوس و معنادار دارد (ضریب: ۰/۱۶۸-)؛ در جوامع با توسعه سیاسی بالا، نهادهای فراگیر جایگزین هویت‌های قومی شده و وابستگی به قومیت کاهش می‌یابد (تأثیر کوچک).
- مشارکت سیاسی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۲۰۶-)؛ مشارکت سیاسی، هویت ملی یا حزبی را بر هویت قومی غلبه می‌دهد (تأثیر متوسط).
- اثربخشی سیاسی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۱۵۷-)؛ احساس تأثیرگذاری در جامعه، نیاز به هویت قومی را به‌عنوان ابزار قدرتیابی کاهش می‌دهد (تأثیر کوچک).
- الگوی مرجع نخبگان قومی رابطه‌ای مستقیم و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۲۳۰-)؛ نخبگان قومی با نقش‌آفرینی خود، مرزهای قومی را بازتولید کرده و حس تعلق را تقویت می‌کنند (تأثیر متوسط).

عوامل اقتصادی

- محرومیت نسبی رابطه‌ای مستقیم و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۱۹۰-)؛ احساس محرومیت قوم خود نسبت به دیگران، افراد را به سمت هویت قومی برای مطالبه حقوق سوق می‌دهد (تأثیر کوچک).
- مشارکت اقتصادی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۱۴۳-)؛ مشارکت بیشتر در فعالیت‌های اقتصادی، وابستگی به شبکه‌های فراقومی را افزایش و هویت قومی را کمرنگ می‌کند (تأثیر کوچک).
- پایگاه اقتصادی-اجتماعی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۲۱۹-)؛ درآمد و موقعیت اجتماعی بالاتر، نگاه فراقومی ایجاد کرده و برجستگی هویت قومی را کاهش می‌دهد (تأثیر متوسط).
- عدالت و برابری اقتصادی رابطه‌ای معکوس و معنادار با تعلق قومی دارد (ضریب: ۰/۲۱۹-)؛

۰/۴۳۰-؛ در جوامع با عدالت اقتصادی، انگیزه برای احیای هویت قومی کاهش یافته و هویت‌های فراگیرتر ترجیح داده می‌شوند (تأثیر متوسط).

عوامل روانی

- تصورات قالبی با تعلق قومی رابطه‌ای مستقیم و معنادار دارد (ضریب: ۰/۳۳۲)؛ کلیشه‌های ذهنی قوی درباره ویژگی‌های قوم خود، تعلق به آن را افزایش می‌دهد (تأثیر متوسط).

- برچسب قومی و هنجاری با تعلق قومی رابطه‌ای مستقیم و معنادار دارد (ضریب: ۰/۱۴۹)؛ برچسب‌زنی قومی توسط خود یا دیگران، هویت قومی را بازتولید و تقویت می‌کند (تأثیر کوچک).

- منزلت اجتماعی با تعلق قومی رابطه‌ای معکوس و معنادار دارد (ضریب: ۰/۱۸۶-)؛ افراد با منزلت و احترام اجتماعی بالا، کمتر به هویت قومی به عنوان منبع قدرت متکی می‌شوند (تأثیر کوچک).

- احساس رضایت (از زندگی) با تعلق قومی رابطه‌ای معکوس و معنادار دارد (ضریب: ۰/۱۰۰-)؛ رضایت بیشتر از زندگی، نیاز به پناه‌بردن به هویت قومی را کاهش می‌دهد (تأثیر کوچک).

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش، یکپارچه‌سازی یافته‌های پراکنده پژوهش‌های پیشین به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر تعلق به هویت قومی در ایران بود. یافته‌های فراتحلیل نشان داد که هویت قومی در ایران پدیده‌ای چندبعدی است و تمامی ۲۱ متغیر شناسایی شده در پنج حوزه اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و روانی، تأثیر معناداری بر آن داشته‌اند. در میان عوامل اجتماعی، انسجام اجتماعی با ضریب ۰/۲۰۸- دارای بیشترین تأثیر معکوس بر تعلق قومی است که حاکی از آن است که تقویت انسجام ملی

می‌تواند به عنوان اهرم مؤثری در کاهش وابستگی‌های قومی عمل کند؛ در مقابل، تبعیض اجتماعی با ضریب ۰/۱۰۰ کمترین تأثیر مستقیم را داشته است. جامعه‌پذیری قومی با ضریب ۰/۱۸۷، اعتماد قومی با ضریب ۰/۱۴۵ و تعلق اجتماعی با ضریب ۰/۱۶۷ نیز تأثیرات مستقیم و معناداری بر تعلق قومی داشته‌اند که همگی در حد اندک ارزیابی می‌شوند. در میان عوامل فرهنگی، سرمایه فرهنگی با ضریب ۰/۴۳- و هنجارها و باورهای قومی با ضریب ۰/۲۸۷ به ترتیب بیشترین تأثیر معکوس و مستقیم را نشان دادند که بیانگر نقش تعیین‌کننده سطح آگاهی و باورهای جمعی در شکل‌دهی به هویت قومی است. مصرف رسانه جمعی با ضریب ۰/۱۸۶-، باورهای دینی با ضریب ۰/۱۴۸- و آگاهی و سواد فرهنگی با ضریب ۰/۱۴۹- نیز تأثیرات معکوس و معناداری بر تعلق قومی داشته‌اند. در حوزه سیاسی، الگوی مرجع نخبگان قومی با ضریب ۰/۲۳ بیشترین تأثیر مستقیم را داشته و نشان می‌دهد که نخبگان قومی نقش کلیدی در بازتولید یا تعدیل هویت قومی ایفا می‌کنند؛ توسعه سیاسی با ضریب ۰/۱۶۸-، مشارکت سیاسی با ضریب ۰/۲۰۶- و اثربخشی سیاسی با ضریب ۰/۱۵۷- نیز تأثیرات معکوس و معناداری بر تعلق قومی داشته‌اند. در حوزه اقتصادی، عدالت و برابری اقتصادی با ضریب ۰/۴۳- بیشترین تأثیر معکوس را داشته که بیانگر نقش بی‌عدالتی اقتصادی در تشدید تعلقات قومی است؛ محرومیت نسبی با ضریب ۰/۱۹ تأثیر مستقیم و مشارکت اقتصادی با ضریب ۰/۱۴۳-، پایگاه اقتصادی-اجتماعی با ضریب ۰/۲۱۹- و عدالت و برابری اقتصادی با ضریب ۰/۴۳- تأثیرات معکوسی بر تعلق قومی داشته‌اند. در حوزه روانی، تصورات قالبی با ضریب ۰/۳۳۲ بیشترین تأثیر مستقیم را بر تعلق قومی داشته است؛ برچسب قومی و هنجاری با ضریب ۰/۱۴۹ تأثیر مستقیم و منزلت اجتماعی با ضریب ۰/۱۸۶- و احساس رضایت با ضریب ۰/۱۰۰- تأثیرات معکوسی بر تعلق قومی داشته‌اند. دامنه اندازه‌های اثر از ۰/۱۰۰ تا ۰/۴۳- در نوسان است که نشان می‌دهد عوامل فرهنگی و اقتصادی سهم بیشتری در تبیین هویت قومی دارند و عوامل روانی و اجتماعی از توان تبیینی کمتری برخوردارند؛ این ناهمگونی بیانگر آن است

که مدل علی نیازمند وزن‌دهی متفاوت به ابعاد مختلف است و نمی‌توان تمامی عوامل را به یک‌سان در سیاست‌گذاری در نظر گرفت. با توجه به الگوی نظری ارائه‌شده در این پژوهش که مشتمل بر پنج بُعد یادشده است، یافته‌های فراتحلیل نشان می‌دهد که این مدل از برازش قابل‌قبولی برخوردار است، اما با دو کاستی اساسی مواجه است: نخست، ناهمگونی در شدت تأثیر متغیرها که لزوم وزن‌دهی متفاوت را آشکار می‌سازد؛ دوم، عدم شناسایی روابط تعاملی میان متغیرها، چراکه الگوی نظری ارائه‌شده در این پژوهش، به‌مانند اغلب پژوهش‌های پیشین، متغیرها را به‌صورت مستقل و خطی در نظر گرفته است، درحالی‌که هویت قومی پدیدهٔ برساختی و حاصل تعامل پیچیدهٔ این عوامل است؛ برای نمونه، تأثیر محرومیت نسبی بر هویت قومی ممکن است در بستر انسجام اجتماعی بالا یا پایین دستخوش تغییر شود. از سوی دیگر، مرور نظام‌مند پژوهش‌های موجود، کاستی‌های قابل‌توجهی را در ادبیات پژوهشی هویت قومی در ایران آشکار می‌سازد که می‌تواند مسیر تحقیقات آتی را هدایت کند: نخست، فقدان پژوهش‌های ترکیبی و چندروش‌شناختی؛ باوجوداینکه ۸۵ درصد از مطالعات موردبررسی به روش پیمایشی انجام شده‌اند، هویت قومی پدیده‌ای کیفی، پویا و مبتنی بر معانی ذهنی است که نیازمند روش‌های کیفی همچون نظریهٔ زمینه‌ای، مردم‌نگاری و تحلیل گفتمان است و انجام پژوهش‌های ترکیبی می‌تواند به درک عمیق‌تری از چرایی و چگونگی شکل‌گیری این هویت منجر شود. دوم، غفلت از مطالعات تطبیقی بین‌قومی؛ تنها ۱۳ درصد از پژوهش‌ها به مقایسهٔ هم‌زمان چند قوم پرداخته‌اند و اکثریت آن‌ها به بررسی یک قوم خاص محدود شده‌اند که این رویکرد، امکان شناسایی الگوهای مشترک و متمایز در میان اقوام مختلف ایران را از بین برده است. سوم، کمبود پژوهش‌های طولی و روندپژوهی؛ تمامی مطالعات موردبررسی مقطعی بوده و تصویری ایستا از هویت قومی ارائه داده‌اند، درحالی‌که این پدیده تحت تأثیر تحولات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه به‌طور مستمر دگرگون می‌شود و انجام پژوهش‌های طولی می‌تواند سیر تحول هویت قومی در بازه‌های زمانی مختلف را

ترسیم کند. چهارم، فقدان پژوهش در بافتارهای جغرافیایی خاص؛ گروه‌های قومی فارس با ۳۵ درصد و بلوچ با ۱۱ درصد به ترتیب بیشترین و کمترین پوشش را در پژوهش‌ها داشته‌اند و استان‌های مرزی و کمتر توسعه یافته، به ویژه استان سیستان و بلوچستان، کردستان و هرمزگان، به شدت مغفول مانده‌اند. پنجم، عدم توجه به نقش متغیرهای مداخله گر و میانجی؛ اکثر پژوهش‌ها به بررسی روابط دودویی بسنده کرده و از شناسایی متغیرهای میانجی و تعدیل گر غفلت ورزیده‌اند؛ برای نمونه، تأثیر متقابل پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر رابطه تبعیض اجتماعی و تعلق قومی یا نقش رسانه در تعدیل رابطه باورهای دینی و هویت قومی همچنان ناشناخته مانده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش و با وزن دهی به متغیرهای دارای بیشترین تأثیر، پیشنهادهای راهبردی زیر به سیاست‌گذاران فرهنگی جامعه ارائه می‌شود: با توجه به تأثیر معکوس و نسبتاً بالای عدالت و برابری اقتصادی (۰/۴۳-) و پایگاه اقتصادی-اجتماعی (۰/۲۱۹-) بر تعلق قومی، کاهش نابرابری‌های اقتصادی در مناطق قوم‌نشین، مهم‌ترین راهکار برای کاهش وابستگی‌های قومی و تقویت هویت‌های فراگیر است و سیاست‌هایی نظیر توزیع متوازن اعتبارات استانی، حمایت از کسب و کارهای محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی برابر در مناطق مرزی، از اولویت بالایی برخوردارند. همچنین با توجه به تأثیر معکوس و قوی سرمایه فرهنگی (۰/۴۳-) و آگاهی و سواد فرهنگی (۰/۱۴۹-) بر تعلق قومی، سرمایه‌گذاری بر آموزش عمومی، گسترش دسترسی به منابع فرهنگی معتبر، ترویج گفتمان تنوع فرهنگی و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف می‌تواند به عنوان مؤثرترین ابزار در کاهش تعصبات قومی و تقویت هویت ملی عمل کند و این مهم از طریق بازطراحی محتوای کتب درسی، تولید برنامه‌های تلویزیونی با رویکرد چندفرهنگی و حمایت از جشنواره‌های فرهنگی بین قومی قابل تحقق است. با توجه به تأثیر مستقیم و نسبتاً بالای الگوی مرجع نخبگان قومی (۰/۲۳) بر تعلق قومی، سیاست‌گذاری هوشمندانه در قبال نخبگان قومی ضروری است و به جای رویارویی یا نادیده‌انگاری، باید از ظرفیت این نخبگان برای تقویت گفتمان همگرایی ملی و تعدیل

تعلقات افراطی قومی استفاده کرد که مشارکت نخبگان قومی در نهادهای تصمیم گیر، استفاده از آن‌ها در تولید محتوای چندفرهنگی و ایجاد شبکه‌های گفت‌وگوی ملی ازجمله راهکارهای مؤثر در این زمینه است. با توجه به تأثیر معکوس انسجام اجتماعی (۰/۲۰۸-) بر تعلق قومی، طراحی و اجرای سیاست‌هایی که همبستگی ملی و تعاملات بین قومی را افزایش دهند، می‌تواند به عنوان اهرم کنترل‌کننده تعلقات افراطی قومی عمل کند و برگزاری جشنواره‌های ملی-محلی، ایجاد فضاهای گفت‌وگو میان اقوام مختلف و سیاست‌گذاری برای ازدواج‌های بین قومی از طریق کاهش موانع فرهنگی و اقتصادی می‌تواند به افزایش سرمایه اجتماعی بین قومی منجر شود. با توجه به تأثیر معکوس مصرف رسانه جمعی (۰/۱۸۶-) بر تعلق قومی، رسانه‌های جمعی به‌ویژه صداوسیما می‌توانند با تولید محتوای همگون‌ساز و ملی‌گرایانه، تعلقات قومی را کاهش دهند، اما توصیه می‌شود این سیاست با رویکرد اقناعی و مشارکتی و نه تحکم‌آمیز دنبال شود تا از بروز واکنش‌های معکوس و تشدید هویت‌های مقاومتی جلوگیری گردد. همچنین با توجه به تأثیر مستقیم تصورات قالبی (۰/۳۳۲) و برجسب قومی (۰/۱۴۹) بر تعلق قومی، اجرای برنامه‌های توانمندسازی روانی-اجتماعی در مناطق قوم‌نشین می‌تواند به کاهش حساسیت‌های قومی و تقویت همدلی بین قومی منجر شود و این برنامه‌ها شامل آموزش مهارت‌های ارتباطی بین‌فرهنگی، کاهش پیش‌داوری‌های قومی در نظام آموزشی و مشاوره‌های روان‌شناختی مبتنی بر پذیرش تنوع فرهنگی است. درمجموع، هویت قومی در ایران پدیده‌ای چندلایه و چندعلتی است که ریشه در ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و روانی دارد و مهم‌ترین راهکارهای کاهش تعلقات افراطی قومی و تقویت هویت‌های فراگیر، به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: عدالت اقتصادی، سرمایه‌گذاری فرهنگی، مدیریت نخبگان قومی، انسجام اجتماعی و توانمندسازی روانی. هرگونه سیاست‌گذاری تک‌بعدی در این حوزه محکوم به شکست است و تنها رویکردی جامع، مشارکتی و چندوجهی می‌تواند به مدیریت بهینه تنوع قومی در ایران بینجامد. تحقیقات آتی باید با

مروری بر تحقیقات جامعه‌شناختی پیرامون عوامل مؤثر بر هویت قومی در ایران؛ منتی و همکاران | ۱۶۹

استفاده از روش‌های کیفی و ترکیبی، به شناسایی روابط تعاملی میان عوامل پنج‌گانه و ارائه‌ی مدل‌های بومی و پویا از هویت قومی در ایران پرداختند.

سپاسگزاری

نگارندگان از اعضای محترم فصلنامه، داوران و ویراستاران محترم مقاله حاضر تقدیر می‌نمایند.

تعارض منافع

نویسندگان هیچ تضاد منافی ندارند.

ORCID

Ayoub Manti
Taha Ashayeri
Hossein Mohseni

 <https://orcid.org/0009-0005-2798-4614>
 <https://orcid.org/0000-0001-8210-8899>
 <https://orcid.org/0000-0001-5713-4315>

منابع

- احمدی پور، زهرا؛ حیدری موصولو، طهمورث و حیدری موصولو، طیبه (۱۳۹۱). «جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت اقوام ایرانی». *فصلنامه جغرافیا*، دوره ۱۰۳، ۱۰۳۴. ۱۰۳.
- ازغندی، علی رضا و محمدی مهر، غلامرضا (۱۳۹۵). «بازنمایی هویت ملی در کتاب‌های فارسی مقطع دبستان». *فصلنامه مطالعات ملی*، دوره ۱۷، ص ۳۹-۵۲.
- <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1735059.1395.17.65.3.2>
- افضلی، رسول و ضرغامی، برزین (۱۳۸۸). «تحلیل بنیادهای پایدار همگرایی و متغیرهای اعتباری تهدید قومی در ایران». *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، دوره ۷۰، شماره ۴۱، ص ۷۷-۹۰.
- اله دادی، نورالدین؛ زاهدی، محمدجواد؛ نایی، هوشنگ و صداقت زادگان، شهناز. (۱۳۹۴). «تأثیر سبک زندگی بر هویت قومی مطالعه نمونه‌ای در استان لرستان». *جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۵۹، دوره ۱۶، ص ۶۵-۹۱.
- <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351901.1394.16.3.3.1>
- بارکر، کریس و ویلیس، پل (۱۳۹۶). *مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد*، ترجمه نفیسه حمیدی و مهدی فرجی. پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- باقری؛ شهریار، مرضیه و ملتفت، حسین (۱۳۹۲). *عوامل اجتماعی مؤثر بر شکل گیری هویت قومی در بین جوانان*. در کنگره پیشگامان پیشرفت.
- برتون، رولان (۱۳۹۸). *قوم‌شناسی سیاسی*. ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نشر نی.
- برزویی، مجتبی و یونسی، ابراهیم (۱۳۷۸). *اوضاع سیاسی کردستان از ۱۲۵۸ تا ۱۳۲۵ ه. ش*. تهران: فکر نو.
- بیگلو، مهدی (۱۳۹۹). «مؤثرترین برنامه رسانه ملی در تقویت بعد شناختی هویت قومی شهر زاهدان در دهه آینده». *رسانه و فرهنگ*، ۲۰۱۰، ۲۷-۵۱.
- <https://doi.org/10.30465/ismc.2021.31006.2192>
- پاشایی، ماریا؛ علمی، محمود و ابراهیم پور، داود (۱۴۰۲). *بررسی میزان پابندی زنان جوان ترک و کرد تبریز و بوکان به هویت ملی و قومی، نشریه زن و مطالعات خانواده*، پیاپی ۶۰، صص ۲۰۱-۱۸۳.
- <https://doi.org/10.30495/jwsf.2022.1959097.1702>
- پورمهدی، سیم (۱۴۰۱). *شبکه‌های اجتماعی و هویت قومی؛ شناخت تأثیر اینستاگرام و فیسبوک بر هویت قومی مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد ارومیه*، پایان‌نامه کارشناسی

ارشد، موسسه آموزش عالی آذرآبادگان، دانشکده علوم انسانی
جهان‌فر، رضا؛ طالب‌پور، اکبر و معدنی، جواد (۱۴۰۰). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی
بر هویت قومی کارکنان وظیفه در ایران، نشریه پدافند غیرعامل و امنیت، پیاپی ۳۶، صص
۷۵-۹۸.

حاتمی‌کاکش، فرزین و کردونی، روزبه (۱۳۸۸). «بررسی رابطه میزان گرایش به هویت ملی و
هویت قومی در بین بختیاری‌ها». جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، ۲۰، ۹۱-۱۱۷.
حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک
مجمع تشخیص مصلحت نظام.

حسینی، سیدقاسم؛ معمار، رحمت‌اله و حسن‌زاده، کبری (۱۴۰۱). جامعه‌پذیری فرهنگی
و هویت قومی پایدار (مورد مطالعه: گروه‌های قومی اسفراین)، فصلنامه مطالعات و
تحقیقات اجتماعی در ایران، سال ۱۱، شماره ۱، صص ۲۷۲-۲۴۹.

<https://doi.org/10.22059/jisr.2022.311103.1136>

حسینی نسب، ابودر (۱۴۰۲). نقش رسانه‌های غربی ماهواره در واگرایی اقوام با تأکید بر قوم
بلوچ، فصلنامه مدیریت بحران و وضعیت‌های اضطراری، پیاپی ۴۸، صص ۱۵۷-۱۳۹.

<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20083564.1402.15.1.6.4>

حمدلو، حبیب و افروغ، عماد (۱۳۸۱). «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز».
مطالعات ملی، دوره ۱۳، شماره ۴، صص ۱۴۴-۱۰۹.

<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1735059.1381.4.13.5.5>

جعفرزاده‌پور، فروزنده و حیدری، حسین (۱۳۹۳). «فراتحلیل رابطه هویت ملی و هویت قومی در
ایران». راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱۱۳، ۶۳-۹۶.

خواججه‌نوری، بیژن؛ خدابخشی‌هفشجانی، نسرين و پرنیان، لیلا (۱۳۹۲). «رابطه رسانه‌های گروهی و
هویت قومی با هویت ملی زنان: مطالعه موردی زنان شهر کرمانشاه». علوم اجتماعی
دانشگاه آزاد شوشتر، ۲۳۷، ۱۵۷-۱۸۰.

دانش‌رمروودی، محبوبه (۱۴۰۳). عوامل اجتماعی مؤثر بر هویت قومی و ملی بلوچ‌ها،
پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.

راد، فیروز و هاشمی، رشید (۱۳۹۱). «عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به هویت قومی در میان
دانشجویان». تغییرات اجتماعی - فرهنگی، ۳۲۹، ۳۶-۵۴.

- رحمتی، عبدالحسین؛ ادر، نبی الله و هاشمی، عبدالرضا (۱۴۰۲). رویکردی جامعه‌شناختی به جهانی شدن و رابطه آن با گرایش های قومی مردم استان ایلام، *فصلنامه توسعه اجتماعی*، سال ۱۷، شماره ۴، صص ۷۵-۹۸. <https://doi.org/10.22055/qjsd.2023.18461>
- رضایی، احمد و احمدلو، حبیب (۱۳۸۴). «نقش سرمایه اجتماعی در روابط بین قومی و هویت ملی: بررسی جوانان تبریز و مهاباد». *مطالعات ملی*، سال ۶(۴)، ۷-۱۱. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1735059.1384.6.24.1.1>
- رضایی، احمد و محمدی، نریمان (۱۳۹۴). «رسانه مدرن و بر ساخت هویت: کانال های ماهواره ای کردی و هویت قومی کردهای ایران». *توسعه اجتماعی*، ۳۵۹، ۷۹-۱۱۴. <https://doi.org/10.22055/qjsd.2015.11923>
- رضائیان، علی؛ وثوقی، منصور؛ و ساروخانی، باقر (۱۳۹۸). «مطالعه جامعه‌شناختی حوزه های هم گرایی و واگرایی هویت ملی و هویت قومی: مطالعه موردی: قوم لک». *تغییرات اجتماعی - فرهنگی*، ۶۱۱۶، ۳۶-۱۸.
- رضوی قره‌قشلاق، محمد؛ مقصودی، مجتبی و شاکری خونی، احسان (۱۴۰۳)، *فرا ترکیب پشیران های توسعه سیاسی در مناطق چند قومی ایران بستر ساز تمدن نوین اسلامی، مطالعات سیاسی تمدن نوین اسلامی*، دوره ۴، شماره ۸، صص ۹۳-۱۱۹.
- رفیعی جیردهی، علی و حبیب زاده خطبه سرا، رامین (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر هویت جمعی محلی، ملی و جهانی» *شهروندان گلیک*. *مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۱، ۱۲۹-۱۰۰.
- زارع، بیژن و ریکی، یاسر (۱۴۰۱). «مطالعه ی تطبیقی عوامل اجتماعی مؤثر بر هویت اجتماعی دانشجویان با تأکید بر سبک زندگی و طبقه اجتماعی» در *دانشگاه های زابل و خوارزمی*، *نشریه جامعه‌شناسی ورزش، پیاپی ۱۹، صص ۱۴۴-۱۱۰*.
- ساروخانی، باقر و رضایی قادی، خدیجه (۱۳۹۴). «تأثیر استفاده از اینترنت در هویت قومی: مورد مطالعه: جوانان ۲۸-۱۸ سال شهر تهران در سال ۱۳۹۰». *مطالعات جامعه‌شناختی ایران*، ۵۲، ۱۸-۱.
- سیف‌اللهی، سیف‌اله؛ مروت، برزو و قیسوندی، آرمان (۱۳۹۳). «شکل گیری هویت قومی و ملی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در نزد ساکنان کرج». *علوم اجتماعی دانشگاه آزاد شوشتر*، ۲۴۸، ۱۰۳-۱۴۲.

مروری بر تحقیقات جامعه‌شناختی پیرامون عوامل مؤثر بر هویت قومی در ایران؛ منتهی و همکاران | ۱۷۳

شیردل، الهام (۱۴۰۴). «برساخت هویت قومی در دانشجویان دختر دانشگاه سیستان و بلوچستان، جامعه پژوهشی فرهنگی، سال ۱۶، شماره ۲، ۲۳۹-۲۰۹»
https://socialstudy.ihcs.ac.ir/article_9649.html#:~:text=10.30465/scs.2024.49578.2888

شیخی، غفور و عبدالحی، عادل (۱۳۸۹). «مطالعه جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری هویت منسجم ایرانی مطالعه موردی جوانان شهرستان بوکان». فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی جوانان، ۲۱، ۷۷-۱۱۱.

صالحی امیری، سید رضا (۱۳۸۵). مدیریت منازعات قومی در ایران. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.

صفا، سوسن؛ ترکمان، فرح و صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۴۰۲). تأثیر احساس تبعیض قومی در هویت جمعی جوانان کرد کرمانج خراسان شمالی مورد مطالعه: شهرهای کرمانج نشین خراسان شمالی - سال ۱۳۹۹. نشریه امنیت ملی، پیاپی ۴۷، صص ۱۵۷-۱۸۰.
عبداله، عبدالمطلب (۱۳۹۵). «بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های هویت قومی و ملی بین دانشجویان کرد و آذری در دانشگاه‌های تهران». پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۱۶۴، ۳۹-۶۵.
عدلی‌پور، صمد؛ میرمحمدتبار، سیداحمد؛ افشار، سیمین و سهرابی، مریم (۱۳۹۵). «شبکه‌های ماهواره‌ای ترک زبان و هویت قومی جوانان شهر تبریز». علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۲۷۱۳، ۴۹-۷۱.

عشایری، طاهار؛ ذولفقاری، اکبر؛ نامیان، فاطمه و حسین‌زاده، الهام (۱۳۹۷). «تبیین جامعه‌شناختی هویت ملی ایرانیان». مطالعات میان فرهنگی، ۳۷۱۳، ۳۷-۶۷.

عضدانلو، حمید (۱۳۹۵). آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی. تهران: نشر نی.
عظیمی، لیلا؛ نامداری، مهرداد و پرهام، محمد (۱۳۹۷). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نور آباد دلفان». مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۲۸۸، ۵۶-۸۰.

غفاری، غلامرضا (۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی و امنیت انتظامی. تهران: جامعه‌شناسان.
غفاری، غلامرضا و حبیب‌پور گنجابی، کرم (۱۳۹۷). سیاست اجتماعی بنیان‌های مفهومی و نظری. دانشگاه تهران، موسسه انتشارات و چاپ.

فرقانی، محمد مهدی؛ مظفری، افسانه و کیهان، امیر (۱۳۹۸). «نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در

- بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران». *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۱۸۵،
<https://doi.org/10.22054/nms.2019.35922.597>. ۱۲۹-۹۷
- قاسمیانی، صلاح (۱۳۸۲). *تأثیرات جهانی شدن بر قومیت گرایی: مطالعه موردی کردستان*.
پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران: تهران.
- قانع‌راد، محمدامین؛ موسوی، سید یعقوب و حمیدیان، اکرم (۱۳۸۶). «جنسیت و هویت قومی:
نمونه شهر خرم آباد». *زبان و ادبیات فارسی*، ۵۸-۵۹، ۱۶۷-۱۹۰.
- قدرتی، شفیعه (۱۴۰۰). *بررسی میزان گرایش والدین به آموزش زبان قومی به فرزندان و عوامل
اجتماعی مرتبط با آن «مطالعه‌ی تطبیقی شهرهای نورآباد و هرسین»*. پایان‌نامه کارشناسی
ارشد، دانشگاه حکیم سبزواری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی
- قویی، صابر؛ ویژه، مسعود؛ و آزادیان، میثم (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر شبکه اجتماعی فیسبوک بر
پایبندی به هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های همدان». *علوم خبری*، ۱۳۰، ۱۵۹-
۱۹۶.
- کرمانی، حسین و ساعی، منصور (۱۳۹۶). «مطالعه تأثیر استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی بر
هویت قومی دانشگاه‌های تهران». *رسانه و فرهنگ*، ۱۳۷، ۸۹-۱۰۸.
- کرمانی، محسن (۱۴۰۱). *بررسی راهکارهای سیاستی کاهش طرد و افزایش ادغام اجتماعی*. تهران:
مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- کرون، جیمز (۱۳۹۰). *جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران: چگونه مسائل اجتماعی را حل کنیم*.
مترجمان: مهرداد نوابخش و فاطمه کرمی. تهران: جامعه‌شناسان.
- کریمی، جلیل؛ محمدپور، احمد؛ و قادری، صلاح‌الدین (۱۳۹۱). «جامعه‌شناسی و مسئله هویت
ایران: فراتحلیلی از مطالعات نظری و پژوهشی هویت». *مطالعات ملی*، ۴۹، ۲۹-۵۸.
- کریمی، وهاب (۱۳۸۷). *مدیریت سیاسی در جوامع چند فرهنگی*. تهران: مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی.
- لطفی، حیدر؛ عزیزاده، محمدرضا؛ شعبانی، مرتضی و مقدم، سپیده (۱۳۹۴). *تحلیل عوامل مؤثر بر
هویت قومی در بین جوانان شهر رشت؛ با تأکید بر نقش رسانه، کردستان: هشتمین کنگره
انجمن ژئوپلیتیک ایران همدلی اقوام ایرانی انسجام و اقتدار ملی*.
- لهستانی‌زاده، عبدالعلی؛ مقدس، علی اصغر و تقوی‌نسب، سیدمجتبی (۱۳۸۸). «بررسی عوامل داخلی

مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز». *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۳۲۰، ۴۵-۷۰.

مرشدی‌زاد، علی؛ غفاری‌هشجین، زاهد و قادرزاده، هیرش (۱۳۸۹). «بازنمایی هویت ملی و قومی در نشریات دانشجویی کرد زبان، در فاصله زمانی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ مطالعه موردی: دانشگاه‌های تهران، تبریز، کردستان». *مطالعات سیاسی*، ۸۲، ۷۵-۱۰۲.

معیدفر، سعید و رضایی، علیرضا (۱۳۸۸). «تحلیلی بر وضعیت هویت قومی در جامعه ایران، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تهران». *مطالعات سیاسی*، ۳۰، ۱۳-۴۰.

مقدس، علی‌اصغر و حیدری، اله‌رحم (۱۳۸۷). «رابطه هویت طایفه‌ای و هویت ملی با تأکید بر متغیرهای نگرشی در شهر نورآباد ممسنی». *مطالعات ملی*، ۳۳۹، ۱۵۱-۱۷۸.

مقدس‌جعفری، محمدحسن؛ شیخاوندی، داور و شریف‌پور، حامد (۱۳۸۷). «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان کرد مطالعه موردی دانشگاه پیام نور سقز». *مطالعات ملی*، ۳۳۹، ۹۷-۱۲۶.

مقصودی، مجتبی و میرمحمدی، داود (۱۳۸۲). «تحولات قومی در ایران؛ علل و زمینه‌ها». *مطالعات ملی*، سال ۴، ۱۸۵-۰.

ملشویش، سینیشا (۱۳۹۷). *جامعه‌شناسی قومیت*. مترجمان: علی قنبری‌برزیان و ابراهیم رضایی، تهران: حکمت و عرفان.

ملکیان، نازنین؛ میزاحانیان، انی و کیهان، مسعود (۱۳۹۹). «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر هویت قومی طلاب ترک و کرد حوزه علمیه قم». *معرفت فرهنگی/اجتماعی*، ۴۵۱۲، ۱۰۱-۱۲۴.

موحد‌مجد، مجید؛ علی‌گو، محمود؛ ایمان، محمد تقی و طبعی، منصور (۱۴۰۱). مطالعه جامعه‌شناختی هویت قومی نوجوانان شهر زاهدان و تأثیر ابعاد مذهبی، ملی و غربگرایانه بر آن، *نشریه مطالعات جامعه‌شناختی*، پیاپی ۶۰، صص ۴۵۷-۴۲۹.

<https://doi.org/10.22059/jsr.2022.88968>

موحد، مجید و کاووسی، فرزانه (۱۳۹۰). «عوامل فرهنگی - اجتماعی مرتبط با هویت ملی نوجوانان شهر اهواز - مطالعه موردی: دانش‌آموزان شهر اهواز». *مطالعات ملی*، ۴۶۱۲، ۱۱۳-۱۳۲.

مهدوی، سیدمحمدصادق و توکلی‌قینانی، فرحناز (۱۳۸۸). «هویت قومی ارمنه مطالعه

- جامعه‌شناختی عوامل مؤثر در استمرار قومی ارامنه مطالعه روی ارامنه تهران». پژوهش‌های جامعه‌شناختی، ۱۲۳، ۷۱-۱۰۲.
- میرحیدر، دره (۱۳۸۷). مبانی جغرافیای سیاسی. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها سمت.
- میرزایی، حسین و عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۲). «مطالعه چگونگی تعامل هویت ملی و قومی دانشجویان: مطالعه موردی دانشجویان آذری، عرب و بلوچ». علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۲۲۱۰، ۲۴۳-۲۷۵.
- میرزایی، حسین؛ آقایی‌هیر، توکل و قربان‌پور، سجاد (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مرتبط با هویت ملی و هویت قومی: مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تبریز». راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۹۳، ۵۹-۸۲.
- میرزایی، حسینعلی (۱۳۸۸). بررسی تحلیلی هویت قومی و ملی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی ایران و عوامل مؤثر بر آن. رساله دکترا. دانشگاه اصفهان: اصفهان.
- نامداری، مهرداد (۱۳۹۷). «تعامل در شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر هویت قومی، مطالعه موردی قوم لک». مدیریت فرهنگی، ۴۱۱۲، ۱-۱۷.
- نجف زاده نخجوانلو، اسماعیل (۱۳۸۸). «بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به هویت قومی». نشریه علمی دانش انتظامی دفتر تحقیقات کاربردی استان آذربایجان غربی، ۱۰۳۶، ۹۴-۷۱.
- نواح، عبدالرضا و تقوی‌نسب، سیدمجتبی (۱۳۸۶). «تأثیر احساس محرومیت نسبی بر هویت قومی و هویت ملی مطالعه موردی: اعراب استان خوزستان». جامعه‌شناسی ایران، ۳۰۸، ۱۴۲-۱۶۳.
- نواح، عبدالرضا و حیدری، خیری (۱۳۹۵). «بررسی هویت قومی و تأثیر آن بر احساس طرد اجتماعی: مورد مطالعه: عرب‌های شهر اهواز». راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱۸۵، ۵۹-۸۴.
- نواح، عبدالرضا؛ شهریاری، مرضیه و چلداوی، عماد (۱۴۰۱). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر هویت جمعی جوانان شهرستان دشت آزادگان استان خوزستان، نشریه مطالعات ملی، سال ۲۳، شماره ۳، ص ۱۲۷-۱۴ 10.22034/rjnsq.2022.332658.1378
- هاشمیان‌فر، سیدعلی؛ دهقانی، حمید و اکبرزاده، فاطمه (۱۳۹۲). «تأثیر دینداری و رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی دانشجویان». پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی

ایران، ۵۲، ۵۳-۷۲.

هزارجریبی، جعفر و آقابایگی کلاکی، محمد (۱۳۹۰). «عوامل مؤثر بر گزینش گروه مرجع در بین دانشجویان: مطالعه جامعه‌شناسی تغییر گروه مرجع در بین دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان و صنعتی اصفهان». *علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی*، ۵۴۲۰، ۵۱-۹۶.

References

- Brewer, M.B. (1979). Ingroup bias in the minimal intergroup situation: A cognitive motivational analysis. *Psychological Bulletin*, 86, 307-324
- Brown, R. (1995). *Prejudice. Its social psychology*. Blackwell, Oxford, U.K.
- Durovic, Jelena (2008). Intercultural Communication and Ethnic Identity, *Journal of Intercultural Communication, Journal of Intercultural Communication* 8(1):1-14 DOI: 10.36923/jicc.v8i1.452
- Eriksen, Thomas Hylland & Sørheim, Torunn Arntsen (2005). *Kulturforskelle. Kulturmøder i praksis*. Munksgaard Danmark.
- Jaspal, R. & Cinnirella, M. (2010a). 'Coping with potentially incompatible identities: accounts of religious, ethnic and sexual identities from British Pakistani men who identify as Muslim and gay', *British Journal of Social Psychology* 49(4): 849-70
- Jenkins, Richard (2006). *Social Identitet*. Academica.
- Leach, C.W., Van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M.L.W., Pennekamp, S.F., Doosje, B., Ouwerkerk, J.W., & Spears, R. (2008). Group-level self-definition and self-investment: A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(1), 144-165. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.95.1.144>
- Lobo Ahn S, JM, Logan JG, Kang H, Kwon Y, et al. (2021) Ascoping review of racial/ethnic disparities in sleep. *Sleep, Med*. 81:169-179.
- Newman, B.M., & Newman, P.R. (2020). Psychosocial theories. *Theories of Adolescent Development*, 149-182. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-815450-2.00006-1>
- Pareek M, Bangash MN, Pareek N, Pan D, Sze S, et al. (2020) Ethnicity and COVID-19: An urgent public health research priority. *Lancet*. 395(10234):1421-1422
- Penninx, R. (2005). *Integration of migrants: Economic, social, cultural and political dimensions*. In M. Macura, A.L. MacDonald, & W. Haug (Eds.), *The new demographic regime: Population challenges and policy responses*. New York: United Nations.
- Phinney, J.S., & Ong, A.D. (2007). Conceptualization and measurement of ethnic identity: Current status and future directions. *Journal of*

Counseling Psychology, 54(3), 271-281 .<https://doi.org/10.1037/0022-0167.54.3.271>

Rumbaut .Rubén G(2005) .*Sites of Belonging: Acculturation, Discrimination, and Ethnic Identity among Children of Immigrants* . 111-164 in Thomas S .Weiner, ed., *Discovering Successful Pathways in Children's Development: Mixed methods in the Study of Childhood and Family Life* .Chicago: University of Chicago Press

استناد به این مقاله: متی، ایوب،، عشایری، طاها،، محسنی، حسین. (۱۴۰۵). مروری بر تحقیقات جامعه‌شناختی پیرامون عوامل مؤثر بر هویت قومی در ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، ۳۳ (۱۱۲)، ۱۴۵-۱۷۸. DOI: 10.22054/qjss.2026.91841.2972



Social sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License...