



Faculty of Social Sciences  
Institute of Social Studies and Research

*Quarterly of Social Studies Research in Iran*  
Vol. 11, No. 1:249-272, Spring 2022  
Doi: 10.22059/JISR.2022.311103.1136

**Cultural Socialization and Sustainable Ethnic Identity  
(Case Study: Ethnic Groups in Esfarayen)\***

Seyed Ghassem Hassani<sup>1</sup>

Rahmatollah Memar<sup>2</sup>

Kobra Hassanzadeh<sup>3</sup>

Received: February 28, 2021

Acceptance: February 4, 2022

**Abstract**

**Introduction:** ethnic groups in Esfarayen use different degrees of cultural socialization components. Here, the degree of socialization is expected to be a better predictor of the growth of a sustainable ethnic identity. For ethnic groups in Esfarayen, cultural socialization as a multidimensional structure has different components. Examining the direct relationship between cultural socialization and ethnic identity in general proves the finding that there is a strong relationship between the two variables overall. This link between cultural socialization and enduring ethnic identity suggests that some people are stronger than others. Moreover, the components of cultural socialization in Esfarayen help us identify the underlying characteristics that strengthen the link between cultural socialization and enduring ethnic identity. The present study is a multidimensional measure of cultural socialization to assess how specific dimensions of cultural socialization are related to ethnic identity.

**Method:** due to the nature of the study and the data required for this research, a questionnaire was used. The main method of validity testing is to carefully examine the measurement of the concept in terms of its meaning and to question whether or not the measurement instrument is truly measuring the intended concept. This is the

---

\* scientific-research article from master thesis “cultural socialization and sustainable ethnic identity (Case study: Ethnic groups in Esfarayen)” University of Mazandaran, faculty of social and humanities science.

1. Assistant Professor of Anthropology, University of Mazandaran, faculty of social and humanities science Babolsar, Iran (Corresponding author), g.hassani@umz.ac.ir

2. Assistant Professor of Sociology, University of Mazandaran, faculty of social and humanities science .Babolsar, Iran, r.memar@umz.ac.ir

3. MA of Sociology, University of Mazandaran, faculty of social and humanities science Babolsar, Iran k.hasanzade58@gmail.com

nature of careful examination of the method used to determine formal validity. In this study, the formal validity method was used to calculate validity. Thus, in a pretest, the opinion of experts and thinkers in the field was obtained. For this purpose, the questionnaire was presented to several experts in the field of sociology, and content corrections were made and the fit of the variables with the questions was checked. In the next step, after the accuracy of the expressions had been established, the scales and questions were adjusted and subjected to pretesting as questionnaires.

**Findings:** The results showed that sustainable ethnic identity is influenced by cultural socialization and that ethnic groups differ in emphasizing identity stability in this socialization. Thus, it can be concluded that ethnic identity is a dynamic, situational / situational set, and at the same time, in the words of Thomas Ericsson (Erickson, 2016), Cultural socialization can somehow elicit the ethnic identity of individuals in any ethnic group and respond to individual aspirations, goals, abilities, beliefs, and history, and is elicited by social factors and constantly reconstructed throughout life.

**Conclusion:** Among the ethnic groups in Esfarayen, these two influences are most evident in the Kormanj ethnic group. The statistical results also show the same effect. Therefore, it can be said that socialization factors play a major role among ethnic groups. That is, they maintain an ethnic identity while perpetuating the cultural content of ethnic groups. This effect can be observed in this multi-ethnic city.

**Keywords:** Cultural Socialization, Ethnic Groups, Identity, Sustainable Ethnic Identity, Esfarayen.

#### **Bibliography**

- Al-Taie, A. (2003), **Ethnic identity crisis in Iran**. Tehran: Shadegan. (*In Persian*)
- Amin S. N. (2019), **Cultural Socialization and Ethnic Consciousness**. In: Ratuva S. (eds.), **The Palgrave Handbook of Ethnicity**. Palgrave Macmillan, Singapore.
- Benner, A. D., & Kim, S. Y. (2009), "Intergenerational experiences of discrimination in Chinese American families: Influences of socialization and stress". **Journal of Marriage and Family**, No. 71: 862–877.
- Browne, K. (2007), **Culture and Identity in Sociology for A2 AQA**. Cambridge: Polity.
- Cohen, A. (1998), **Boundaries and Boundary- Consciousness: Politicizing Cultural Identity**, in M. Anderson and E. Bort (Eds.), *the Frontiers of Europe*, London.
- Ghuman, P. (2005), "Daughters of tradition". **The Psychologist**, No. 10: 620–622.
- Giddens, A. (2018), **Sociology**. Translated by: H. Chavoshian, Tehran: Ney. (*In Persian*)
- Hajiani, E. (2009), "Relationship between national identity and ethnic identity among Iranian ethnic groups". **Iranian Journal of Sociology**, No. 3-4: 143-164. (*In Persian*)
- Hajiani, I., Irvani, Z., & Armin, A. (2015), "A Study of Ethnic Identity in Iran and Lebanon". **Applied Sociology**, No. 2: 1-15. (*In Persian*)

- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2002), **Social Psychology** (3<sup>rd</sup> ed.), London: Prentice Hall.
- Hughes, D. L., & Johnson, D. J. (2001), “Correlates in children’s experiences of parents’ racial socialization behaviors”. **Journal of Marriage and Family**, No. 63: 981–995.
- Hughes, D., & Chen, L. (1997), “When and what parents tell children about race: An examination of race-related socialization among African American families”. **Applied Developmental Science**, No. 4: 200-214.
- Hughes, D., & Johnson, D. J. (2001), “Correlates in children’s experiences of parents’ racial socialization behaviors”. **Journal of Marriage and the Family**, No. 63: 981-995.
- Hughes, D., Rodriguez, J., Smith, E. P., Johnson, D. J., Stevenson, H. C., & Spicer, P. (2006). Parents’ ethnic-racial socialization practices: A review of research and directions for future study. *Developmental Psychology*, 42(5), 747–770
- Hutnik, N., & Street, R. C. (2010), “Profiles of British Muslim identity: adolescent girls in Birmingham”. **Journal of Adolescence**, No. 33: 33–42.
- Jaspal, R., & Cinnirella, M. (2013), “The construction of ethnic identity: Insights from identity process theory”. **Ethnicities**, No. 5: 503-530.
- Karvani, A., Ghaffari Nasab, E., Ahmadi, H., & Tayebi, M. (2019), “Qualitative exploration of the processes of building social identity among Baluch students: Towards grounded theory”. **Quarterly Journal of Social Research in Iran**, No. 1: 14-25. (*In Persian*)
- Kiang, L., Yip, T., Gonzales-Backen, M., Witkow, M., & Fuligni, A. J. (2006), “Ethnic identity and the daily psychological well-being of adolescents from Mexican and Chinese backgrounds”. **Child Development**, No. 5: 1338-1350.
- Kim, A. Y. (2014), Ethnic socialization and ethnic identity in Korean American adolescents and young adults: The relative roles of parents and friends. UC Santa Barbara Electronic Theses and Dissertations .  
<https://escholarship.org/uc/item/26f5m2xj>
- Knight, G. P., Bernal, M. E., Garza, C. A., Cota, M. K., & Ocampo, K. A. (1993), “Family socialization and the ethnic identity of Mexican American children”. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, No. 1: 99-114.
- Memar, S., Adlipour, S., & Khaksar, F. (2012), “Social Networks and Identity Crisis (with emphasis on Iran’s identity crisis)”. **Quarterly Journal of Social Studies and Research in Iran**, No. 4: 155-176. (*In Persian*)
- Moua, M. (2014), Ethnic Socialization and Ethnic Identity: Examining Intergenerational Conflict as a Moderator Among Hmong American Adolescents. **Theses and Dissertations**. 507.
- Moua, M. Y., & Lamborn, S. D. (2010), “Hmong American adolescents’ perceptions of ethnic socialization practices”. **Journal of Adolescent Research**, No. 25: 416-440.
- Oyserman, D., Elmore, K., & Smith, G. (2012), Self, self-concept and identity. In: M. Leary & J. Price Tangney (Eds.), **Handbook of Self and Identity** (pp. 69-104), New York: Guilford Press.

- Phinney, J. S., & Ong, A. D. (2007), "Conceptualization and measurement of ethnic identity: Current status and future directions". **Journal of Counseling Psychology**, No. 3: 271.
- Raufi, M., Tajuddin, M., & Meighani, J. (2017), "Sociological analysis of the tendency to national identity and ethnic identity with emphasis on the feeling of relative deprivation among the youth of Ilam". **Iranian Journal of Social Studies**, No. 2: 5-24. (*In Persian*)
- Smith, T. B., & Silva, L. (2011), "Ethnic identity and personal well-being of people of color: a meta-analysis". **Journal of Counseling Psychology**, No. 1: 42-60.
- Suidanloui, A. M. (2014), Investigating the Convergence-Divergence Fields of Kermanj People with National Identity: A Case Study of Khorasan Razavi and North Khorasan Provinces (1996-2010), **Master Thesis**, Ferdowsi University of Mashhad. (*In Persian*)
- Syed, M., & Azmitia, M. (2009), "Longitudinal trajectories of ethnic identity during the college years". **Journal of Research on Adolescence**, No. 4: 601-624.
- Tajfel, H. (1972), **The Context of Social Psychology A Critical Assessment**. London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1978), **Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations**. London: Academic press.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2010), An integrative theory of intergroup conflict. The social psychology of intergroup relations. In T. Postmes & N. Branscombe (Eds.), **Rediscovering social identity: Key readings** (pp. 173-190), New York.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987), **Rediscovering the social group: A self-categorization theory**. Oxford, England: Blackwell.
- Umaña-Taylor, A. J., & Fine, M. A. (2004), "Examining ethnic identity among Mexicanorigin adolescents living in the United States". **Hispanic Journal of Behavioral Sciences**, No. 1: 36-59.
- Umana-Taylor, A. J., & Yazedjian, A. (2006), "Generational differences and similarities among Puerto Rican and Mexican mothers' experiences with familial ethnic socialization". **Journal of Social and Personal Relationships**, No. 23: 445-464.
- Umaña-Taylor, A. J., Bhanot, R., & Shin, N. (2006), "Ethnic identity formation during adolescence: The critical role of families". **Journal of Family Issues**, No. 27, 390-414.
- Umaña-Taylor, A. J., Quintana, S. M., Lee, R. M., Cross, W. E., Rivas-Drake, D., Schwartz, S. J.,... Seaton, E. (2014), Ethnic and Racial Identity During Adolescence and Into Young Adulthood: An Integrated Conceptualization .*Child Dev.* 2014 Jan-Feb; 85(1): 21-39.
- Umaña-Taylor, A. J., Zeiders, K. H., & Updegraff, K. A. (2013), "Family ethnic socialization and ethnic identity: a family-driven, youth-driven, or reciprocal process". **Journal of family psychology**, No. 1: 137-146.

## جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی پایدار (مورد مطالعه: گروه‌های قومی اسفراین)\*

سید قاسم حسنی<sup>۱</sup>

رحمت‌الله معمار<sup>۲</sup>

کبری حسن‌زاده<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۲/۱۰

Doi: 10.22059/JISR.2022.311103.1136

### چکیده

مقاله حاضر مطالعه‌ای تجربی در باب رابطه جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی پایدار در بین چهار گروه قومی (کرمانج، ترک، تات و بربر) است. جامعه‌پذیری فرهنگی فرایندی است که در آن افراد یک گروه قومی، ارزش‌ها، سنت‌ها و معانی مرتبط با فرهنگ خود را می‌آموزند. در تحقیقاتی که به هویت قومی در ایران پرداخته‌اند، کمتر به رابطه میان جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی توجه شده است. بررسی این رابطه می‌تواند جایگاه موقعیتی و وضعیتی گروه‌های قومی را نشان دهد. برای جمع‌آوری اطلاعات، از روش پیمایش با ابزار پرسشنامه استفاده شد. داده‌های مورد نیاز پژوهش، از میان چهار گروه قومی کرمانج، ترک، تات و بربر جمع‌آوری شد که ۳۸۶ نفر از آن‌ها گروه سنی ۱۸-۳۰ سال بودند. در این مرحله از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی ساده استفاده کردیم. نتایج نشان‌دهنده آن بود که گروه‌های قومی شهرستان اسفراین تحت تأثیر عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی، هویت قومی‌شان را استمرار می‌بخشند. البته گروه‌های قومی پایداری و هویت قومی با هم متفاوت هستند؛ برای مثال، گروه قومی کرمانج در مقایسه با گروه‌های دیگر قومی از پایداری هویت

\* مقاله علمی-پژوهشی، مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «مواجهه گروه‌های قومی با فرهنگ عامیانه

با توجه به ابعاد هویتی در شهرستان اسفراین»، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران.

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)، g.hassani@umz.ac.ir

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران، r.memar@umz.ac.ir

۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران، k.hasanzade58@gmail.com

قومی بیشتری برخوردارند. این پایداری را می‌توان در بازنمایی‌های عناصر فرهنگی نظیر موسیقی، زبان، لباس و غیره مشاهده کرد. یافته‌ها بیانگر آن است که بین عوامل اجتماعی شدن نیز تفاوت وجود دارد. آنچه باید بدان اشاره کرد این است که هویت قومی در میان این گروه‌های قومی، متأثر از جامعه‌پذیری فرهنگی است.

واژه‌های کلیدی: اسفراین، جامعه‌پذیری فرهنگی، گروه‌های قومی، هویت، هویت قومی پایدار.

### مقدمه و بیان مسئله

مفهوم هویت یکی از مفاهیم چندبعدی علوم اجتماعی است که برای فهم و تحلیل شرایط اجتماعی و فرهنگی راه مناسبی است. به‌وسیله هویت می‌توان زوایا و لایه‌های عمیق اوضاع اجتماعی را بررسی کرد (معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۸)، از حیث مفهومی، هویت مقوله‌ای است که جوهر و اساس بسیاری از پدیده‌های فرهنگی و اجتماعی و شاخص و علت آن‌ها نیز محسوب می‌شود (حاجیانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱-۱۵)، اویزمن و مارکز معتقدند هویت‌ها به‌طور جمعی خودپنداره‌های افراد و متعاقباً نحوه عمل آن‌ها را در دنیای اجتماعی مشخص می‌سازد (اویزمن و مارکز، ۲۰۱۲) و به‌نوعی تعلق که غالباً خودآگاه است، مرتبط می‌شود؛ زیرا مبتنی بر تمایزهایی نمادین است (گیدنز، ۱۳۹۷: ۳۲).

درباره هویت قومی مطالعات زیادی انجام گرفته است. اغلب مطالعات به موضوعاتی نظیر برساخت اجتماعی هویت قومی (گومن، ۲۰۰۳؛ هاتنیک و استریت، ۲۰۱۰؛ رابینسون، ۲۰۰۹) یا اصول انگیزشی هویت (راسپال، ۲۰۱۳) یا هویت قومی براساس مرز (کوهن، ۱۹۹۸) تمرکز کردند. هویت قومی پایدار هویتی است که افراد یک گروه قومی به گروه قومی‌شان کشف، شناخت و تعهد داشته باشند. چنان‌چه این مؤلفه‌ها در افراد گروه قومی بیشتر باشد، هویت قومی می‌تواند پایدار باشد؛ بنابراین پایداری هویت قومی را می‌توان درجه نفوذ جامعه‌پذیری فرهنگی از طریق عوامل آن دانست؛ به این معنا که هرچه یک گروه قومی بتواند درجه نفوذ جامعه‌پذیری فرهنگی‌اش را بر اعضای خود به شیوه‌های مختلف افزایش دهد، هویت قومی پایدار نیز قوی‌تر عمل می‌کند.

هویت قومی ساختاری چندبعدی دارد که اعتقادات، نگرش‌ها، دانش و درک ارزش‌ها و پیامدهای عضویت در گروه قومی را دربرمی‌گیرد (نایت، برنال، کوتا، گارزا و اوکامپو، ۱۹۹۳؛ اومانا تیلور و همکاران، ۲۰۱۴)، محققان معتقدند که هویت قومی پایدار مؤلفه‌هایی تشکیل شده است: ۱. تمایل به شناخت و کشف در افراد یک گروه قومی نسبت به عناصر فرهنگی قومی

خود (تمایل به شناخت و کشف هویت قومی به‌عنوان رفتاری برای کسب دانش و تجربیات مربوط به زمینه قومی یک فرد استفاده می‌شود)؛ ۲. مقوله تعهد (تعهد هویت قومی احساس دل‌بستگی یا احساس تعلق افراد به گروه قومی خود است. یک هویت قومی پایدار و ایمن شامل دانش و درک عضویت است که براساس فرایندهای اکتشاف بنا شده است)؛ ۳. هویت قومی پایدار (شامل سرمایه‌گذاری شخصی یا تعهد نسبت به آن هویت قومی می‌شود)،

برای هویت‌یابی در گروه‌های قومی عوامل متنوعی وجود دارد که می‌تواند سبب افزایش هویت قومی در میان افراد هر گروه قومی شود. یکی از مهم‌ترین راه‌های هویت‌یابی گروه‌های قومی، جامعه‌پذیری فرهنگی و تأثیر آن بر هویت قومی پایدار است. این تأثیرگذاری می‌تواند بر تعهد، کشف و شناخت، و همچنین میزان شکل‌گیری یک هویت جامع قومی بسیار مهم باشد (فینی و اونگ، ۲۰۰۷)؛ زیرا جامعه‌پذیری فرهنگی می‌تواند در شناخت و دانش و همچنین تعهد افراد نسبت به قومیت نقش داشته باشد. جامعه‌پذیری فرهنگی فرایندی است که در آن افراد یک گروه قومی درمورد ارزش‌ها، سنت‌ها و معانی مرتبط با فرهنگ خود را می‌آموزند (چن و هاگس، ۱۹۹۷؛ هاگس و همکاران، ۲۰۰۶)،

از طریق جامعه‌پذیری فرهنگی، ارزش‌های فرهنگی (برای مثال، استانداردهای رفتاری درک‌شده که بیانگر چگونگی موفقیت در یک فرهنگ هستند) به کمک گروه قومی در درک هویت خود می‌آید. یک مطالعه نشان داد درونی‌سازی ارزش‌های فرهنگی می‌تواند پیش‌بینی‌کننده هویت شخصی درمورد گروه قومی‌اش باشد. علاوه بر این، تحقیقات نشان داده است که درونی‌سازی ارزش‌های فرهنگی می‌تواند هویت قومی را پیش‌بینی کند. از این یافته‌ها، می‌توان استنباط کرد که ارزش‌های درونی‌شده مبتنی بر اجتماعی‌شدن فرهنگی می‌تواند هویت قومی را توسعه ببخشد و گسترش دهد. اجتماعی‌شدن فرهنگی برای گروه‌های قومی می‌تواند ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی منحصربه‌فردی را در ارتباط با فرهنگ گروه ارائه دهد. جامعه‌پذیری فرهنگی به بیان رفتارهایی منجر می‌شود که با یک هویت فرهنگی می‌تواند همسو باشد و اعضای گروه را به رفتاری وادارد که اهداف درون‌گروهی را ارتقا بخشد و می‌تواند ارتباط قوی‌تری با گروه‌های درون خود احساس کنند؛ بنابراین هویت قومی آن‌ها را تقویت می‌کند. جامعه‌پذیری فرهنگی به تلاش عوامل اجتماعی‌شدن برای نشان‌دادن ارزش‌ها و رفتارهای فرهنگ قومی به افراد جوان اشاره دارد (اومان-تیلور، ۲۰۰۹).

جامعه‌پذیری فرهنگی از طریق مؤلفه‌های درونی که در خود دارد، عمل می‌کند. درخصوص معیار اجتماعی‌شدن فرهنگی برای گروه‌های قومی، خرده‌مقیاس‌های مختلفی استفاده می‌کنند؛ برای مثال، یکی از این معیارهای جامعه‌پذیری فرهنگی، مقایسه‌های براون و کرشناکومار است. آن‌ها از پنج خرده‌مقیاس مختلف استفاده کرده‌اند که عبارت‌اند از: ۱. ارزش‌های فرهنگی؛ ۲. تعبیه فرهنگی؛ ۳. تاریخ فرهنگی؛ ۴. تجلیل از میراث فرهنگی؛ ۵. ترویج غرور قومی (براون و کرشناکومار، ۲۰۰۷)، برخی از محققان نیز بر تلاش خانواده، والدین یا انتقال پیام‌های فرهنگ قومی از طریق همالان، رسانه‌ها، مدارس تأکید می‌کنند. گروه‌هایی که در خود از ساختار خویشاوندی قوی‌تر برخوردار باشند، می‌توانند تأثیر عمده‌ای در تقویت هویت قومی پایدار داشته باشند. مسئله آن است هرچه این ساختارها قدرت عمل بیشتری از خود نشان دهند، سازمان‌یافتگی گروه‌های قومی شدت بیشتری می‌گیرد و هویت قومی پایدارتری را در پی دارد. در همه گروه‌های قومی، حوزه نفوذ نهادهای خانواده و ساختار خویشاوندی مشابه عمل نمی‌کنند. معمولاً در جوامع چندقومی هرچه گروه‌های قومی از این ساختار بیشتر بهره ببرند، می‌توانند از قدرت بیشتری برخوردار باشند. این مسئله به‌خصوص در جوامع شهری چندقومیتی می‌تواند موجب دستگیری منابع قدرت و منافع بیشتری شود و اعضای گروه قومی سعی دارد تا هویت قومی‌اش را پایدارتر سازد. در عین حال، شواهد روشنی وجود دارد که نشان می‌دهد اقدامات والدین در جامعه‌پذیری فرهنگی می‌تواند آگاهی و غرور به میراث فرهنگی گروه قومی را پرورش دهد و به افزایش آگاهی قومی کمک کند (امین، ۲۰۱۹)، علاوه بر مواردی که در خرده‌مقیاس براون و کرشناکومار و همچنین نقش خانواده در هویت قومی پایدار ذکر شد، می‌توان به مؤلفه‌های دیگر جامعه‌پذیری فرهنگی اشاره کرد. در این تحقیق ساختار خویشاوندی، به گروه همالان و حضور در محله اجتماعی هم اشاره می‌شود.

اغلب شهرهای ایران دارای مشخصه چندقومی هستند که محیط‌های فرهنگی خاصی را به‌وجود می‌آورند. چندقومی بودن شهرهای ایران تأثیر بسزایی بر جامعه شهری، مناسبات قدرت و همچنین چیدمان محلی و ترکیبات جمعیتی و حتی توسعه شهری دارد. علاوه بر این، در همه گروه‌های قومی که در شهرهای مختلف چندقومی ایران وجود دارد، تفاوت‌هایی در نوع هویت قومی دیده می‌شود. این تفاوت در نوع هویت قومی به سازوکارهای عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی مرتبط است.



اسفراین یکی از شهرهایی است که مشخصه چندقومیتی دارد. این شهر کوچک با جمعیت تقریبی ۱۲۰ هزار نفر، دارای چند قومیت و ترکیب قومیتی متنوع با تاریخ طولانی است. بین گروه‌های قومی در این شهر می‌توان تفاوت عمده‌ای در جایگاه و بازنمایی هویتشان مشاهده کرد. گروه‌های قومی در جامعه شهری اسفراین از یک سطح جمعیتی و حوزه عمل برخوردار نیستند؛ برای مثال این گروه‌ها از عمل قومی متفاوتی برخوردارند. برخی از این گروه‌ها حوزه نفوذ بیشتری در اسفراین دارند؛ برای نمونه، عمل قومی کرمانج‌ها در مقایسه با گروه‌های قومی دیگر بیشتر است. از نظر جمعیتی نیز این گروه تعداد بیشتری دارند.

سؤال اصلی که در این تحقیق مطرح می‌شود این است که چه مؤلفه‌هایی سبب هویت قومی پایدارتر می‌شود. برای این پرسش باید در پی آن بود که چگونه مؤلفه‌های جامعه‌پذیری فرهنگی برای گروه‌های قومی عمل می‌کند؛ بنابراین بررسی مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی که به‌عنوان عوامل جامعه‌پذیری در شهر اسفراین بین چهار گروه قومی نقش دارند، می‌تواند در توضیح هویت قومی پایدار کمک کند.

در این مقاله هدف، درک عوامل و مؤلفه‌هایی است که سبب هویت قومی پایدار می‌شود. از بین این گروه‌ها، گروه قومی که از مؤلفه‌های جامعه‌پذیری فرهنگی بیشتری برخوردار است، در ایجاد هویت قومی برای اعضای گروه نقش بسزایی داشته است.

گروه‌های قومی در اسفراین، درجات مختلفی از مؤلفه‌های جامعه‌پذیری فرهنگی را استفاده می‌کنند. در اینجا انتظار بر آن است که درجه اجتماعی شدن پیش‌بینی بهتری از رشد هویت قومی پایدار را به‌همراه داشته باشد. برای گروه‌های قومی در اسفراین نیز جامعه‌پذیری فرهنگی به‌عنوان یک ساختار چندبعدی از مؤلفه‌های مختلف برخوردار است. بررسی رابطه مستقیم بین جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی به‌طور کلی این یافته را اثبات می‌کند که در مجموع بین دو متغیر ارتباط قوی وجود دارد. این ارتباط بین جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی پایدار برای برخی، در مقایسه با سایر افراد قوی‌تر است. علاوه بر این، مؤلفه‌های جامعه‌پذیری فرهنگی در اسفراین به ما کمک می‌کند تا ویژگی‌های زمینه‌ای را که سبب تقویت ارتباط بین جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی پایدار می‌شود، شناسایی کنیم. مطالعه حاضر برای ارزیابی چگونگی ارتباط ابعاد خاص جامعه‌پذیری فرهنگی با هویت قومی از معیار چندبعدی جامعه‌پذیری فرهنگی است.

## پیشینه پژوهش

تا به امروز در ایران، در زمینه جامعه‌پذیری فرهنگی و تأثیر آن بر هویت قومی پایدار مطالعات کمی صورت گرفته است. رئوفی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی گرایش به هویت ملی و هویت قومی، با تأکید بر احساس محرومیت نسبی در بین جوانان شهر ایلام» که روی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در شهر ایلام با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام دادند، نشان دادند میان میزان احساس محرومیت نسبی در بعد اقتصادی و میزان گرایش به هویت ملی در بعد سیاسی، رابطه‌ای معنادار و معکوس و میان میزان احساس محرومیت نسبی در بعد اقتصادی و میزان گرایش به هویت قومی در بعد سیاسی نیز رابطه‌ای معنادار و مستقیم وجود دارد.

برعکس تحقیقات در داخل، تحقیقات خارجی متعددی درخصوص جامعه‌پذیری فرهنگی و تأثیر آن بر هویت قومی پایدار انجام شده است. البته بیشتر این پژوهش‌ها به عامل والدین و خانواده تأکید ورزیده‌اند. در تحقیقات خارجی که در این مورد انجام گرفته، مشخص شده است که جامعه‌پذیری فرهنگی به هویت قومی مربوط می‌شود. مطالعات نشان داده‌اند که جامعه‌پذیری فرهنگی با هویت قومی برای نوجوانان ارتباط مثبت دارد (تران و لی، ۲۰۱۰)، مطالعه طولی با تمرکز روی نوجوانان آمریکایی آسیایی بیانگر آن بود که اجتماعی‌شدن فرهنگی با هویت قومی ارتباط مثبت دارد (کیانگ و کارتنر، ۲۰۱۴)، در مطالعات دیگر، رابطه بین جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی نشان می‌دهد جامعه‌پذیری فرهنگی خانوادگی (برای مثال، پیام‌های مربوط به فرهنگ که به‌طور خاص از خانواده دریافت می‌شود) نیز با کشف هویت قومی و تعهد به هویت قومی ارتباط مثبتی دارد (تیلور و همکاران، ۲۰۱۴؛ اومانا-تیلور، ۲۰۰۹)، یافته‌ها نشان می‌دهد جامعه‌پذیری فرهنگی احتمالاً هویت قومی را تغلیظ می‌کند.

بیشتر تحقیقات درمورد جامعه‌پذیری فرهنگی نقش اجتماعی‌شدن والدین را در رشد هویت بررسی می‌کند (هاگس و همکاران، ۲۰۰۶)، اگرچه خانواده منبع آموزش بنیادی درمورد هویت قومی است (نایت و همکاران، ۱۹۹۳؛ اومانا-تیلور و همکاران، ۲۰۱۴)، اجتماعی‌شدن فرهنگی می‌تواند از منابع مختلف یا عوامل اجتماعی مانند همالان، مدرسه، رسانه و حضور شهری متأثر باشد؛ برای نمونه، افرادی که از جامعه‌پذیری فرهنگی بیشتری مانند فضای اجتماعی محله برخوردار باشند، می‌توانند هویت قومی بیشتری تجربه کنند.

برخی از این پژوهش‌ها به نوع دانش و شناختی که افراد گروه قومی نسبت به میراث گروه، رسوم و ارزش‌ها دارند، نیز توجه کرده‌اند (هاگس و جانسون، ۲۰۰۱)، مطالعات دیگر، به مقایسه گروه‌های قومی در میان نوجوانان آمریکایی-آسیایی و آفریقایی تبار پرداخته‌اند که در این مقایسه تأکید بر گروه همالان بوده است. بررسی جامعه‌پذیری فرهنگی به‌ویژه دوستان و تأثیر آن‌ها در توسعه هویت قومی، در این تحقیقات نشان داد که گروه دوستان نیز به‌شدت بر تجربه هویت قومی تأثیر مثبت داشته‌اند (وای، ۲۰۰۹)، آنه کیم (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای که انجام داد، هدف از مطالعه‌اش را تأکید بر سهم دوگانه جامعه‌پذیری فرهنگی والدین و دوستان در توسعه هویت قومی دانست. این مطالعه روی مقایسه زیرگروه‌های آمریکایی-آسیایی، آمریکایی‌های کره‌ای، چینی و ژاپنی بود.

تحقیقاتی که به نقش والدین و خانواده به‌عنوان عامل اصلی جامعه‌پذیری فرهنگی توجه داشته‌اند، تفاوت‌های موجود میان نوع اثرگذاری خانواده‌ها و والدین را نشان می‌دهند. در نمونه‌ای از مطالعه، مصاحبه روی ۲۳ نوجوان هومونگ آمریکایی صورت گرفت (مونا و لامبورن، ۲۰۱۰) و در ده مضمون مختلف از اقدامات اجتماعی شدن قومی خانوادگی شناسایی شد. بیشتر این ده مضمون در مواردی بود که هیوز و همکارانش به‌عنوان معاشرت فرهنگی تعریف کردند (برای مثال، تهیه غذاهای سنتی قومی، صحبت به زبان قومی، شرکت در اعمال مذهبی قومی و...)، محققانی که درمورد جامعه‌پذیری فرهنگی تحت تأثیر عامل خانواده تحقیق کردند، حتی به ویژگی‌های والدین نیز توجه داشتند؛ برای مثال، اینکه در چه شرایطی بوده‌اند یا اینکه آیا در جامعه‌ای زندگی کرده‌اند که مورد تبعیض قرار گرفته‌اند (بنر و کیم، ۲۰۰۹).

در دهه ۲۰۰۰ در مجله ازدواج و خانواده، مک لوید، کاوس، تاکوچی و ویلسون ادبیات مربوط به جامعه‌پذیری فرهنگی گروه‌های قومی را بررسی کردند و نتیجه گرفتند که شناخت قومی و نگرش‌های مثبت درباره قومیت به‌شدت تحت تأثیر انتقال پیام از طریق عوامل جامعه‌پذیری به‌خصوص به خانواده ربط دارد. یک بررسی نشان داد یکی از ثابت‌ترین یافته‌ها در میان مطالعات و در میان گروه‌های قومی متعدد این است که تلاش‌های اجتماعی شدن قومی والدین با جنبه‌های مختلف هویت قومی ارتباط مثبتی دارد، مانند شناخت و دانش قومی و نگرش‌های مثبت درمورد قومیت (هاگس و همکاران، ۲۰۰۸).

مطالعات دیگری هم درخصوص عامل اجتماعی شدن فرهنگی و نقش رسانه توجه داشته‌اند. در این تحقیق بین دو گروه مکزیکی و آمریکایی مقایسه شده است؛ برای نمونه،

مکزیک‌ها به تماشای تلویزیون اسپانیا با فرزندانشان بیشتر از هم‌تایان متولد ایالات متحده تأکید می‌کردند. در میان مادران پورتوریکویی، مادران متولد آمریکا می‌خواستند که فرزندانشان بلد باشند چگونه اسپانیایی بنویسند و صحبت کنند؛ بنابراین بیشتر از هم‌تایان مهاجر خود تلاش کردند تا به فرزندانشان نوشتن اسپانیایی را بیاموزند (اومانا-تیلور و یازدجیان، ۲۰۰۶)، یافته‌های مطالعات بیانگر آن بود که در خانواده‌های مهاجر، درک والدین از وضعیت خود به‌عنوان مهاجر به محتوای جامعه‌پذیری قومی آن‌ها کمک می‌کند. براساس پژوهش جوانگ و وونگ، جامعه‌پذیری فرهنگی خانواده در زمینه هویت قومی می‌تواند در بهزیستی روان‌شناختی افراد نقش داشته باشد. در یک مطالعه دیگر نشان داد جامعه‌پذیری می‌تواند در دوره بزرگسالی سبب یک تجربه آگاهی‌بخشی شود که امکان تصور هویت قومی را برای افراد فراهم می‌سازد. (آزمیتیا، سید و رادماخر، ۲۰۰۸)

این مطالعات بیانگر انواع مختلفی از پیام‌های اجتماعی‌شدن فرهنگی در عوامل اجتماعی شدن وجود دارد. این ادبیات تحقیق نشان داد والدین یا خانواده پیام‌های مختلف اجتماعی قومی را ارائه می‌دهند و این پیام‌ها می‌توانند با توجه به قومیت والدین و وضعیت مهاجرت متفاوت باشند. مطالعات هیوز و همکارانش مشخص کردند که مفهوم‌سازی انواع اجتماعی‌شدن در خانواده‌ها وجود دارد و والدین به منبع غالب اجتماعی‌شدن برای نوجوانان از این مفهوم‌سازی‌ها استفاده می‌کنند (هیوز و چن، ۱۹۹۷؛ هیوز و جانسون، ۲۰۰۱).

اومانا-تیلور و نانا شاین (۲۰۰۶) تحقیقی با عنوان «شکل‌گیری هویت قومی در طول دوره نوجوانی (نقش مهم و حساس خانواده)» انجام دادند که نوعی تحقیق بوم‌شناختی در مورد هویت قومی بود. جامعه آماری این تحقیق شامل ۳۶۹ جوان هندی، چینی، فیلیپینی، ویتنامی و السالوادری بود. محققان با استفاده از شیوه برابری ساختاری و نیز مقایسه‌های گروهی پیچیده به این نتیجه رسیدند که جامعه‌پذیری قومی-خانوادگی، صرف‌نظر از پیشینه قومی نوجوانان، نقش زیادی در شکل‌گیری هویت قومی آن‌ها دارد. توضیحاتی که افراد درباره جامعه‌پذیری قومی خانواده خود می‌دادند با توضیحات آن‌ها در مورد بررسی، پذیرش، تأیید و احساس تعلق خاطر به پیشینه قومی‌شان، ارتباط چشمگیری داشت.

### چارچوب نظری پژوهش

یکی از معروف‌ترین صاحب‌نظرانی که به‌صورت جدی به طرح نظریه هویت اجتماعی پرداخت، تاجفل است. کانون توجه تاجفل این بود که هویت‌های اجتماعی در ابتدا از طریق مقایسه

اجتماعی شکل می‌گیرد که گروه خودی را از گروه غیرخودی جدا می‌کند. تاجفل هویت اجتماعی و هویت گروهی را با هم پیوند می‌زند و آن را دارای سه عنصر می‌داند: ۱. عنصر شناختی؛ ۲. عنصر ارزشی؛ ۳. عنصر احساسی. عنصر شناختی یعنی آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد، عنصر ارزشی، پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت در گروه است. عنصر احساسی یعنی احساسات گروه نسبت به افرادی که رابطه خاص با آن گروه دارند. براساس این ایده، هویت اجتماعی از نظر تاجفل شامل بخشی از برداشت‌های یک فرد از خود است که از آگاهی او به عضویت گروه‌های اجتماعی همراه با اهمیت ارزشی و احساسی به آن عضویت سرچشمه می‌گیرد. از نظر تاجفل، هویت اجتماعی افراد به وسیله گروهی تعیین می‌شود که به آن تعلق دارد. تمایز قائل شدن بین خود و گروه غیرخود کمک می‌کند تا هویت اجتماعی فرد بروز کند و تعریف شود (تاجفل، ۱۹۷۲: ۳۲-۴۰)، اساساً هویت اجتماعی به پندار از خود فرد در گروه‌های اجتماعی اطلاق می‌شود که از پذیرش درک شده او در گروه‌های اجتماعی مختلف به وجود می‌آید (هاگ و واگان، ۲۰۰۲)، از این رو فرد می‌تواند دارای هویت اجتماعی چندگانه باشد و هویت‌های مختلف می‌توانند با زمینه‌های مختلف برانگیخته شوند (ترنر و همکاران، ۱۹۸۷).

نظریه هویت اجتماعی نشان می‌دهد توسعه هویت مبتنی بر عضویت در یک گروه اجتماعی مانند هویت فرهنگی می‌تواند مفید باشد؛ حتی اگر یک گروه از پایگاه پایین و سرکوب شده برخوردار باشد. عضویت گروهی می‌تواند برای فرد حسی از تعلق و تجربه مشترک داشته باشد که اثرات تبعیض را از بین ببرد (رویاسترک و همکاران، ۲۰۰۹)، تحقیقات تجربی، این ادعای نظری را در مورد سودمند بودن هویت فرهنگی پشتیبانی می‌کنند. افراد با جامعه‌پذیری فرهنگی، جایگاهشان را در یک گروه مشخص می‌سازند. برخی از محققان بین سه تم و مضمون تفاوت قائل می‌شوند: ۱. جامعه‌پذیری فرهنگی؛ ۲. آمادگی برای سوگیری؛ ۳. ترویج بی‌اعتمادی جامعه‌پذیری فرهنگی پیام‌هایی مانند دانش، شناخت، تعهد، ارزش‌ها و عملکردها را انتقال می‌دهد. معمولاً در برخی از گروه‌ها، عوامل اجتماعی شدن و جامعه‌پذیری به شدت در این مؤلفه تلاش بیشتری دارند. مؤلفه آمادگی برای پیام‌های سوگیرانه، شامل مواردی نظیر نژادپرستی و تبعیض و نیز آموزش مهارت‌های کنارآمدن کودکان برای مقابله با این مسائل است. در ترویج پیام‌های بی‌اعتمادی نیاز به احتیاط و بی‌اعتمادی دیده می‌شود که هنگام برخورد با اعضای دیگر گروه‌های نژادی و قومی (اساساً گروه مسلط) بیان می‌شود.

با توجه به این سه مؤلفه، برخی از نظریه‌پردازان بین جامعه‌پذیری نژادی و جامعه‌پذیری قومی تفاوت قائل می‌شوند؛ دیدگاهی که جامعه‌پذیری قومی را به‌کار می‌برد، و بر جامعه‌پذیری فرهنگی تأکید می‌کند و آن را بیشتر در قالب فرهنگی تحلیل می‌کند. کسانی که جامعه‌پذیری نژادی را به‌کار می‌برند، برای توصیف پیام‌های صریح والدین یا عوامل جامعه‌پذیری در مورد آگاهی از موانع نژادی، نحوه‌کنارآمدن با نژادپرستی و تبعیض و ترویج روابط بین‌نژادی به افراد نسل بعدی و کودکان و نوجوانان تأکید دارند (براو و کریشناکومار، ۲۰۰۷)، در مجموع دیدگاه‌های نظری جامعه‌پذیری از حوزه قومیت را فرایند چندطرفه می‌دانند. به این دلیل که فرکانس‌ها و محتوای اجتماعی شدن در عوامل جامعه‌پذیری می‌تواند براساس ویژگی و تجارب یک اجتماع قومی تفاوت پذیرد؛ به این معنا که در یک موقعیت، این تفاوت وضعیت می‌تواند بیشتر فرهنگی و در وضعیت دیگر می‌تواند سوگیرانه و نژادی باشد. عوامل جامعه‌پذیری در گروه‌های قومی بسته به همین موقعیت، روش‌های اجتماعی شدن متفاوت را به‌کار می‌گیرند؛ برای مثال عوامل جامعه‌پذیری می‌توانند روی معاشرت‌های فرهنگی تمرکز و بر تعهد و شناخت و ارزش‌های گروه قومی تأکید داشته باشند، اما چنانچه تبعیضات یا نژادگرایی روی یک اجتماع قومی تأثیر داشته باشند، عوامل جامعه‌پذیری به‌سمت انتقال پیام‌هایی در مورد بی‌اعتمادی، احتیاط، سوگیری جهت می‌یابد. اعضای این گروه‌ها، از این مسائل به آگاهی‌شان افزوده می‌شود و رفتارهایی متأثر از آن انجام می‌دهند (هیوز و چن، ۱۹۹۷)، افراد از نقشی که قومیت در زندگی‌شان بازی می‌کند و نحوه‌نگرشی که به آن‌ها انتقال می‌یابد، جایگاهشان را تعریف می‌کنند (نبلت و همکاران، ۲۰۰۸؛ ریواس-دریک و همکاران، ۲۰۰۹)، طبق این دیدگاه، بسته به موقعیت گروه‌های قومی در ارتباط با گروه‌های دیگر و جایگاهی که در آن هستند، عوامل جامعه‌پذیری می‌توانند با توجه به نوع پیام‌هایی که اعضا به گروه خود انتقال می‌دهند، متفاوت باشند. فردریک بارث به‌عنوان یکی از نظریه‌پردازان عمده قومیت معتقد بود که هویت قومی را باید براساس موقعیت و وضعیتی که در آن به سر می‌برند، تحلیل کرد؛ بنابراین هویت قومی پدیده‌ای وضعیتی است.

از نظر بارث هویت‌ها سیال (وضعیتی) هستند. از نظر او هویت‌ها را باید در حدود و ثغورشان یافت؛ در جایی که امر درونی با امر بیرونی مواجهه می‌شود و به همین جهت عوامل تعیین‌بخش هویت براساس این رابطه نوع جامعه‌پذیری را تعیین می‌کنند. به عقیده بارث، هویت گروهی به‌نوعی در تعامل با دیگران و در عرض میان حدود و ثغور گروه ساخته می‌شود. حدود

گروه نفوذپذیر است و به‌رغم آمدورفت افراد، به بقای خود ادامه می‌دهد و هویت طی تبادل‌هایی که درون و در عرض حدود گروه صورت می‌گیرد، ساخته می‌شود (بارث، ۱۹۵۹: ۱۹)، این ساخته‌شدن به‌شدت تحت تأثیر عوامل جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد. با توجه به دیدگاه‌های نظری بالا می‌توان جامعه‌پذیری در قومیت را به دو شکل دسته‌بندی کرد: ۱. جامعه‌پذیری قومی یا فرهنگی؛ ۲. جامعه‌پذیری نژادی. در این دو شکل از جامعه‌پذیری، عوامل جامعه‌پذیری می‌توانند در انتقال پیام‌های اجتماعی‌شدن تفاوت پذیرند. از این‌رو می‌توان بین متغیرهای بین جامعه‌پذیری فرهنگی، خانواده، گروه دوستان درون‌گروه، رسانه و حضور و نفوذ اجتماعی با هویت قومی پایدار رابطه فرض کرد. چنان‌چه براساس دیدگاه بارث هویت قومی را وضعیتی در نظر بگیریم، پایداری آن بسته به عوامل جامعه‌پذیری می‌تواند متفاوت باشد؛ بنابراین باید دید در چه وضعیت یا موقعیتی عوامل جامعه‌پذیری می‌توانند به‌گونه‌ای قوی‌تر عمل کنند تا هویت قومی پایدارتری را رقم زنند. دیدگاه بارث از این منظر که هویت قومی را وضعیتی بیند و اینکه گروه‌های قومی چگونه عوامل جامعه‌پذیری را در موقعیت‌های اجتماعی بر پایداری هویت دامن می‌زنند، می‌تواند به‌صورت تجربی بین چند گروه قومی در یک جامعه شهری مقایسه صورت گیرد.

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر با رویکرد کمی با تکنیک پیمایش انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل همه افراد در بازه سنی ۱۸-۳۰ شهرستان اسفراین بود و از دو روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی ساده بهره برده‌ایم که میان چهار گروه قومی کرمانج، ترک، تات و بربر جمع‌آوری شد؛ حجم نمونه با فرمول عمومی کوکران ۳۸۳ نفر به‌دست آمده است. از نظر زمان و مکان تحقیق، پژوهش حاضر در سال ۱۳۹۸ و مکان آن شهرستان اسفراین است. تقریباً حدود ۷۰ درصد مردم اسفراین کرمانج‌اند و از ۱۶۹ روستای دارای سکنه در شهرستان اسفراین حدود ۱۲۰ روستا کردنشین هستند که یا به‌تنهایی یا با سایر اقوام، در روستاهای اسفراین زندگی می‌کنند. بخش زیادی از جمعیت شهر نیز کرمانج هستند. جمعیت کرمانج‌ها ۵۲،۳۹۱ نفر ۱۰،۸۸۸ خانوار هستند که منطقه غالب سکونت آن‌ها شهر اسفراین و بخش مرکزی آن است (نجفی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸)، جمعیت تات ساکن در روستاهای اسفراین ۳۴۳۲ نفر است (جعفری، ۱۳۹۴: ۲۴)، جمعیت تات‌ها و فارس‌ها ۴۱،۴۰۲ نفر (۸۷۷۸ خانوار) و منطقه غالب

سکونت‌ی آن‌ها بخش‌های غربی و شمالی شهرستان اسفراین را شامل می‌شود (نجفی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸)، تاتارها در منطقه بام و صفی‌آباد در روستاهای اسفید، دهنه اجاق و دستگرد و ترک‌های تیمورتاش در روستای سرخ‌قلعه در دره میلانلو ساکن هستند. جمعیت ترک‌ها بالغ بر ۲۳،۸۸۶ نفر (۵۱۲۸ خانوار) و منطقه غالب سکونت این قوم بخش بام و صفی‌آباد است و عده‌ای هم در سال‌های اخیر به شهر اسفراین مهاجرت کرده‌اند (نجفی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸). بربرها اکنون در روستاهای شمال جاده سبزوار-اسفراین مانند روستاهای قاسم‌آباد، دولت‌آباد، عباس‌آباد، ولی‌آباد اسکان و به کار کشاورزی اشتغال دارند. بربری‌های ساکن در شهرستان اسفراین شامل تیره‌های پالانی، جاقوری، چارشانگی، چوره، خوجکه، دیزنگی و لنگر هستند. در زمینه شیوه نمونه‌گیری از ترکیب جمعیتی بالا بین گروه‌های قومی، از دو روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی ساده بهره برده‌ایم. ابتدا با کمک نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای از میان محله‌های این گروه‌های چهارگانه، چند محل تجمع افراد و از هر اجتماع مورد انتخاب‌شده، نمونه‌هایی به صورت تصادفی انتخاب شد. در ادامه به منظور دسترسی به واحدهای نمونه که در واقع همان افراد گروه‌های قومی هستند، از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

که در آن،  $N=120,513$  حجم جامعه آماری،  $n=383$  حجم نمونه آماری،  $d=5\%$  خطا،  $Z=1/96$  و  $Pq=0/5$  است.

با توجه به ماهیت تحقیق، داده‌های مورد نیاز از طریق ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شد. پس از پایان کار میدانی پژوهش و جمع‌آوری اطلاعات، کلیه پرسشنامه‌ها بازبینی نهایی شد. پاسخ‌های گویه‌ها پس از کدگذاری، استخراج شدند. پس از استخراج داده‌ها و انتقال آن‌ها به کامپیوتر، با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS پردازش و تحلیل داده‌ها صورت گرفت.

روش‌های مختلفی برای سنجش پایایی وجود دارد که رایج‌ترین آن استفاده از ضریب آلفای کرونباخ است. در این پژوهش، برای سنجش پایایی ابزار تحقیق، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد؛ بنابراین در پژوهش، میزان آلفای کرونباخ به دست آمده برای پرسشنامه مورد استفاده در تحقیق، برای متغیر هویت قومی  $0/88$  و برای جامعه‌پذیری فرهنگی  $0/82$  و برای خانواده  $0/78$  به دست آمد که این امر نشان‌دهنده همبستگی درونی میان متغیرها برای



سنجش مفاهیم مورد نظر است. از این رو می‌توان گفت که تحقیق از قابلیت پایایی برخوردار است. برای عملیاتی‌کردن متغیرهای جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی پایدار از ۲۹ گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

براساس توزیع فراوانی و درصد قومیت افراد تحت مطالعه برحسب جنسیت، ۶۸/۷ درصد کرمانج بودند که ۷۳/۲ زن و ۲۶/۸ درصد آن را مردان تشکیل دادند. این آمار برای گروه قومی ترک ۱۶/۸ بود که ۷۸/۵ درصد زن و ۲۵/۵ درصد مرد بودند. گروه قومی تات ۱۱/۴ درصد بود که ۷۲/۷ درصد زنان و ۲۷/۳ درصد مردان بودند. گروه قومی بربر نیز ۳/۱ درصد بود که ۶۶/۷ درصد زنان و ۳۳/۳ درصد آن را مردان تشکیل دادند. در این بررسی گروه قومی کرمانج بیشترین و گروه قومی بربر کمترین آمار را داشتند. همچنین بیشتر پاسخگویان در این بررسی، زنان بودند.

به منظور ارزیابی رابطه میان عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی پایدار، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج مندرج در جدول ۱ ضریب همبستگی میان متغیرها را نشان می‌دهد. براساس یافته‌های جدول، به‌طور کلی میان عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی خانواده، گروه دوستان درون‌گروه، رسانه و فضای اجتماعی محله و هویت قومی پایدار رابطه معنادار وجود دارد. این معناداری در عدد (sig=۰/۰۰۰) نشان داده شده است. در این میان قوی‌ترین رابطه میان عامل خانواده و هویت وجود دارد (r=۰/۵۰۵)، از این نظر، دوستان درون‌گروه با ضریب همبستگی ۰/۴۸۲ در رتبه بعدی قرار دارد و فضای اجتماعی محله نیز با ضریب همبستگی ۰/۴۱۳ در مرحله سوم هویت و رسانه با ضریب همبستگی ۰/۱۸۱ ضعیف‌ترین رابطه را با هویت دارد. همچنین بررسی ضریب همبستگی نشان می‌دهد رابطه چهار عامل جامعه‌پذیری مدرسه، گروه دوستان درون‌گروه، فضای اجتماعی محله و رسانه با هویت مثبت و شدت رابطه در حد متوسط است.

جدول ۱. رابطه عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی با هویت قومی پایدار

متغیر	عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی	ضریب همبستگی	تعداد	سطح معناداری
هویت قومی پایدار	خانواده	۰/۵۰۵	۳۸۶	۰/۰۰۰
هویت قومی پایدار	دوستان درون‌گروه	۰/۴۸۲	۳۸۶	۰/۰۰۰
هویت قومی پایدار	رسانه	۰/۱۸۱	۳۸۶	۰/۰۰۰
هویت قومی پایدار	فضای اجتماعی محله	۰/۴۱۳	۳۸۶	۰/۰۰۰

به منظور بررسی رابطه میان عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی و هویت قومی به تفکیک گروه، نتایج مندرج در جدول ۲ ضریب همبستگی میان متغیرها را نشان می‌دهد. براساس نتایج جدول به‌طورکلی میان عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی (خانواده، گروه دوستان درون‌گروه، رسانه و فضای اجتماعی محله و هویت قومی پایدار (شناخت و تعهد) رابطه معنادار وجود دارد. این معناداری در عدد (sig=۰/۰۰۰) نشان داده شده است. در این میان قوی‌ترین رابطه را خانواده با هویت قومی دارد. برای بقیه گروه‌ها همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، اگرچه خانواده رابطه‌ای قوی دارد، برعکس گروه قومی کرمانج، بقیه گروه‌ها، عامل جامعه‌پذیری فرهنگی رسانه، با هویت قومی پایدار رابطه ضعیفی دارد که به ترتیب برای گروه قومی ترک ۰/۱۲۲، برابر ۰/۱۱۴ و برای تات ۰/۱۰۲ است.

جدول ۳. بررسی رابطه خطی میان عوامل اجتماعی و هویت قومی با تفکیک چهار گروه

متغیر	عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی	ضریب همبستگی کرمانج	ضریب همبستگی ترک	ضریب همبستگی برابر	ضریب همبستگی تات	تعداد	سطح معناداری
هویت قومی پایدار	خانواده	۰/۵۷۳	۰/۴۷۲	۰/۳۹۸	۰/۳۶۳	۳۸۶	۰/۰۰۰
هویت قومی پایدار	دوستان درون‌گروه	۰/۴۹۲	۰/۳۴۹	۰/۳۲۱	۰/۲۸۹	۳۸۶	۰/۰۰۰
هویت قومی پایدار	رسانه	۰/۴۷۳	۰/۱۲۲	۰/۱۱۴	۰/۱۰۲	۳۸۶	۰/۰۰۰
هویت قومی پایدار	فضای اجتماعی محله	۰/۴۱۳	۰/۳۲۳	۰/۳۱۸	۰/۲۲۹	۳۸۶	۰/۰۰۰

مقادیر R2 برای متغیرهای مراحل یک تا چهار عبارت‌اند از: ۰/۳۸۴، ۰/۴۸۲، ۰/۴۹۸ و ۰/۵۸۷. این مقادیر نشان می‌دهد با ورود هر متغیر به معادله رگرسیون در هرکدام از مراحل، چند درصد از تغییرات متغیر وابسته تبیین شده است. مقادیر R2 اضافه‌شده در مرحله دوم، سوم

و چهارم به ترتیب عبارت‌اند از: ۰/۱۰۸، ۰/۰۲۸، ۰/۰۰۵. این مقادیر نشان می‌دهد با ورود هریک از متغیرها در هرکدام از مراحل چهارگانه این معادله، چه مقدار به میزان R2 اضافه شده است. با توجه به مقادیر ضریب رگرسیون به دست آمده مشخص می‌شود که سه متغیر وارد شده به معادله شامل خانواده و ساختار خویشاوندی، دوستان درون‌گروه قومی، فضای اجتماعی محله دارای رابطه مستقیم و متغیر رسانه پاسخگو با متغیر وابسته رابطه معکوس دارد. مقادیر T و سطوح معناداری معادله چندمتغیره نشان می‌دهد متغیرهای خانواده-ساختار خویشاوندی با فاصله اطمینان  $p < 0/000$  در سطح ۹۹ درصد، متغیر دوستان درون‌گروه قومی با فاصله اطمینان  $p < 0/000$  در سطح ۹۹ درصد، متغیر فضای اجتماعی محله با فاصله اطمینان  $p < 0/000$  در سطح ۹۹ درصد و متغیر رسانه با فاصله اطمینان  $p < 0/043$  در سطح ۹۵ درصد معنادار است. علاوه بر جدول ۳، در جدول ۴ مقدار ANOVA گزارش شده که آن مقدار، اعتبار آماری مدل را ارزیابی می‌کند. با توجه به اینکه سطح معناداری در این جدول کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان تأثیر متغیرهای پیش‌بین در متغیر هویت قومی پایدار را از لحاظ آماری پذیرفت. از آنجا که مقدار ضریب رگرسیون معنادار است، می‌توان به وسیله جدول ضرایب رگرسیون استاندارد شده و استاندارد نشده، میزان اهمیت و معناداری هریک از مؤلفه‌های متغیر پیش‌بین را در تعیین متغیر هویت قومی به تفکیک مشخص کرد.

جدول ۳. مقدار اعتبار آماری

شاخص آماری	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	تی	سطح معنی داری
رگرسیون	۱۴۵۷/۳۱۲	۴	۴۱۲/۴۷۱	۱۳/۳۴۵	۰/۰۰
باقیمانده	۱۵۲۳۳/۰۲۱	۳۵۲	۳۴/۹۳۴		
مجموع	۱۶۷۵۹/۳۳۲	۳۴۵			

بر اساس نتایج تحلیل عاملی، چهار عامل جامعه‌پذیری فرهنگی بر تجربه هویت قومی پایدار تأثیر معناداری دارد که عبارت‌اند از: ۱. نقش خانواده و ساختار خویشاوندی؛ ۲. گروه دوستان درون‌گروه قومی؛ ۳. رسانه و محتوای رسانه‌ای؛ ۴. فضای اجتماعی محله. شایان ذکر است که عامل نقش رسانه با مقدار  $p = 0/237$  بر هویت قومی پایدار تأثیر معناداری ندارد. مطابق نتایج مدل نهایی تحقیق، وزن رگرسیونی سه عامل بیشترین ضریب تأثیر

را داشتند: ۱. نقش خانواده و ساختار خویشاوندی؛ ۲. گروه دوستان درون گروه قومی؛ ۳. فضای اجتماعی محله به ترتیب برابر با ۸۰/۸۹، ۰/۰ و ۰/۷۸ است که دارای بیشترین ضریب تأثیر بودند.

جدول ۴. ضرایب رگرسیون در مدل اندازه‌گیری عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی در هویت قومی پایدار

عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی	معنی داری	بحرانی	خطای معیار	غیراستاندارد	استاندارد
خانواده و ساختار خویشاوندی	۰/۰۰۱	۷/۶۵۴	۰/۲۴۸	۱/۸۰۴	۰/۸۹
دوستان درون گروه قومی	۰/۰۰۱	۷/۴۹۰	۰/۱۷۹	۱/۲۳۸	۰/۸۰
رسانه	۰/۲۳۴	۱/۰۸۵	۰/۱۵۰	۰/۱۶۷	۰/۱۰
فضای اجتماعی محله	۱/۰۰۱	۷/۲۳۹	۰/۱۶۷	۱/۱۴۸	۰/۷۸

با توجه به جدول ۴ و براساس متغیرهای پیش‌بین معنادار، ضریب رگرسیون می‌توان دید که سه عامل خانواده و ساختار خویشاوندی با مقدار ۰/۸۹، گروه دوستان درون گروه قومی با مقدار ۰/۸۰ و فضای اجتماعی محله با مقدار ۰/۷۸ بر هویت قومی پایدار ضریب تأثیر بیشتری دارد. رسانه با ۰/۱۰ در تأثیرگذاری نقشی چندانی ندارد و معنی‌داری‌اش چندان حاصل نشد. به‌طور خلاصه می‌توان ضریب تأثیر عوامل اجتماعی را بر هویت قومی پایدار دید.

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان داد جامعه‌پذیری فرهنگی هویت قومی پایدار تأثیر دارد و گروه‌های قومی از این نظر که در این جامعه‌پذیری بر پایداری هویت تأکید ورزند، تفاوت دارد؛ بنابراین می‌توان گفت که هویت قومی، مجموعه‌ای پویا، وضعیتی و به قول توماس اریکسون، مذاکره‌ای است (اریکسون، ۱۳۹۵)، جامعه‌پذیری فرهنگی به‌نوعی می‌تواند هویت قومی افراد را در هر گروه قومی برانگیزاند و به آرزوها، اهداف، توانایی‌ها، باورها و تاریخچه فردی پاسخ دهد و تحت تأثیر عوامل اجتماعی برانگیخته و در طول عمر همواره بازسازی شود. عوامل بسیار زیادی در طول حیات انسان بر شکل‌گیری هویت تأثیرگذار است. در این بررسی، تأثیر چهار عامل خانواده و ساختار خویشاوندی، گروه دوستان درون گروه قومی، رسانه و فضای اجتماعی محله را بر هویت قومی پایدار کاوش کردیم که نتایج تحقیق نشان از تأثیر مثبت و افزایشی سه عامل بر هویت قومی است.

این مطالعه برای اولین بار نقش جامعه‌پذیری فرهنگی متأثر از چهار عامل را در رابطه هویت قومی پایدار بررسی قرار کرد. یافته‌های پژوهش، دیدگاه منحصر به فرد و ارزشمندی را در مورد

نقش‌های مهمی که عوامل اجتماعی مختلف در ایجاد هویت قومی برای این دو گروه‌ها بازی می‌کنند، ارائه می‌دهد. یافته اصلی مطالعه این بود که جامعه‌پذیری فرهنگی از طریق همه عوامل به‌طور مداوم، شناخت و تعهد هویت قومی را در بین گروه‌های قومی پیش‌بینی می‌کند. برای کرمانج‌ها در این شهرستان، اثرات رسانه در ارتباط با جامعه‌پذیری فرهنگی نقش عمده‌ای داشت. اغلب پاسخگویان، به نقش پخش موسیقی کرمانجی تأکید داشته‌اند که سبب شناخت و تعهد به هویت قومی‌شان می‌شود؛ درحالی‌که برای گروه‌های قومی دیگر این عامل چندان مهم نبود.

همان‌گونه که در این تحقیق آمده است، شهرستان اسفراین دارای گروه‌های قومی متعددی است که هریک از این اقوام، فرهنگ عامیانه خودشان را دارند و طی سالیان اخیر به‌علت تحولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و شهرنشینی دچار تغییرات شده است. با اینکه این تغییرات رخ داده است، اما گروه‌های قومی در این شهرستان با درجات مختلفی دارای هویت قومی هستند. این درجات مختلف از دارابودن هویت قومی به تأثیر عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی برمی‌گردد. در بحث نظریه‌ها توضیح داده شد که پیام‌های جامعه‌پذیری در محتوایشان تفاوت دارند. اگر هر گروهی، از محتوای فرهنگی بیشتری برخوردار باشد و از یک طرف موقعیت و وضعیت بروز هویتی بیشتری داشته باشد، عوامل جامعه‌پذیری در تأکید بر هویت قومی نقش بیشتری ایفا می‌کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد در بین گروه‌های قومی اسفراین، کرمانج‌ها از پتانسیل محتوای فرهنگی بیشتر و از موقعیت و وضعیت به‌روز هویتی مناسب‌تری برخوردارند. به همین دلیل عوامل جامعه‌پذیری در این گروه قومی از امکان بیشتری برای انتقال پیام‌های هویت‌ساز برخوردارند. در این گروه پیام‌ها سبب انتقال دانش و شناخت و تعهد و همچنین غرور در فرهنگ قومی می‌شود. این پیام‌ها که از طریق عواملی به افراد انتقال می‌یابد، جایگاه افراد را تعیین می‌کند و آن‌ها با جامعه‌پذیری فرهنگی جایگاه خودشان را در گروه مشخص می‌سازند.

در این مقاله در بحث نظریه‌ها اشاره شد که برخی از محققان بین سه تم و مضمون برای هویت‌سازی تفاوت قائل می‌شوند: ۱. جامعه‌پذیری فرهنگی؛ ۲. آمادگی برای سوگیری؛ ۳. ترویج بی‌اعتمادی. در مطالعه‌ای نشان داده شد که جامعه‌پذیری فرهنگی خانواده در ارتباط با هویت قومی می‌تواند در بهزیستی روان‌شناختی افراد نقش داشته باشد (جوانگ و وونگ، ۲۰۱۵)، براساس مطالعه دیگری جامعه‌پذیری می‌تواند در دوره بزرگسالی سبب یک تجربه آگاهی بخشی شود که امکان تصور هویت قومی را برای افراد فراهم می‌سازد (آزمیتیا، سید و رادماخر، ۲۰۰۸)؛ بنابراین در یک جامعه چندقومی که سوگیری‌ها، بی‌اعتمادی و رفتارهای

تبعیض‌آمیز و درعین‌حال تصورات قالب منفی شدید بین گروه‌های قومی کمتر باشد، مؤلفه جامعه‌پذیری فرهنگی بیشتر نمایان می‌شود. در جامعه‌پذیری فرهنگی، عوامل جامعه‌پذیری بر برجسته‌شدن محتوای فرهنگی تأثیر دارد. محتوای فرهنگی شامل عناصر درونی فرهنگ است که عبارت‌اند از: ۱. زبان؛ ۲. لباس؛ ۳. موسیقی؛ ۴. فولکلور؛ ۵. آداب‌ورسوم و غیره. بیشترین تأکید گروه‌های قومی در اسفراین، بر محتوای فرهنگی قومی‌شان است. گروه‌ها تلاش می‌کنند تا هویت قومی‌شان را براساس این محتوای فرهنگی بساخت کنند؛ بنابراین عوامل جامعه‌پذیری می‌تواند دو تأثیر عمده در گروه‌های قومی داشته باشد: ۱. از یک طرف محتوای فرهنگی را تداوم بخشد؛ ۲. از طرف دیگر، کوجب غلظت هویت قومی شود. از بین گروه‌های قومی در اسفراین می‌توان این دو تأثیر را در گروه قومی کرمانج بیشتر مشاهده کرد. حتی یافته‌های آماری هم چنین تأثیری را نشان می‌دهد. از این‌رو می‌توان این بحث و نتیجه را مطرح ساخت که عوامل جامعه‌پذیری نقش عمده‌ای در بین گروه‌های قومی داشته باشد؛ به این معنا که هویت قومی را پایدار نگه دارد و درعین‌حال سبب تداوم محتوای فرهنگی گروه‌های قومی شود. این تأثیر را می‌توان در این شهر چندقومی دید.

## منابع

- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸)، نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۹: ۱۴۳-۱۶۴.
- حاجیانی، ابراهیم، ایروانی، زهرا و امیر آرمین (۱۳۹۴)، «بررسی هویت قومی در ایران و لبنان»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیست‌وششم، شماره ۲: ۱-۱۵.
- سویدانلویی، آدینه محمد (۱۳۹۳)، بررسی زمینه‌های هم‌گرایی-واگرایی قوم کرمانج با هویت ملی مطالعه موردی استان‌های خراسان رضوی و شمالی، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه فردوسی مشهد.
- الطایی، علی (۱۳۸۲)، *بحران هویت قومی در ایران*. تهران: شادگان.
- کاروانی، عبداللطیف، غفاری‌نسب، اسفندیار، احمدی، حبیب و طیبی، منصور (۱۳۹۸)، «کاوش کیفی فرایندهای بساخت هویت اجتماعی در میان دانشجویان بلوچ به‌سوی نظریه زمینه‌ای»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۱: ۵۹-۸۵.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۷)، *جامعه‌شناسی*. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.

- رئوفی، میترا، تاج‌الدین، محمدباقر و مشهدی میقانی، ژیلا (۱۳۹۶)، تحلیل جامعه‌شناختی گرایش به هویت ملی و هویت قومی با تأکید بر احساس محرومیت نسبی در بین جوانان شهر ایلام، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره یازدهم، شماره ۲: ۵-۲۴.
- معمار، ثریا، عدلی‌پور، صمد و فائزه خاکسار (۱۳۹۱)، «شبکه‌های اجتماعی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۴: ۱۵۵-۱۷۶.
- Amin S. N. (2019), **Cultural Socialization and Ethnic Consciousness**. In: Ratuva S. (eds.), **The Palgrave Handbook of Ethnicity**. Palgrave Macmillan, Singapore.
- Benner, A. D., & Kim, S. Y. (2009), "Intergenerational experiences of discrimination in Chinese American families: Influences of socialization and stress". **Journal of Marriage and Family**, No. 71: 862-877.
- Browne, K. (2007), **Culture and Identity in Sociology for A2 AQA**. Cambridge: Polity.
- Cohen, A. (1998), **Boundaries and Boundary- Consciousness: Politicizing Cultural Identity**, in M. Anderson and E. Bort (Eds.), the *Frontiers of Europe*, London.
- Ghuman, P. (2005), "Daughters of tradition". **The Psychologist**, No. 10: 620-622.
- Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2002), **Social Psychology** (3<sup>rd</sup> ed.), London: Prentice Hall.
- Hughes, D. L., & Johnson, D. J. (2001), "Correlates in children's experiences of parents' racial socialization behaviors". **Journal of Marriage and Family**, No. 63: 981-995.
- Hughes, D., & Chen, L. (1997), "When and what parents tell children about race: An examination of race-related socialization among African American families". **Applied Developmental Science**, No. 4: 200-214.
- Hughes, D., & Johnson, D. J. (2001), "Correlates in children's experiences of parents' racial socialization behaviors". **Journal of Marriage and the Family**, No. 63: 981-995.
- Hughes, D., Rodriguez, J., Smith, E. P., Johnson, D. J., Stevenson, H. C., & Spicer, P. (2006). Parents' ethnic-racial socialization practices: A review of research and directions for future study. *Developmental Psychology*, 42(5), 747-770.
- Hutnik, N., & Street, R. C. (2010), "Profiles of British Muslim identity: adolescent girls in Birmingham". **Journal of Adolescence**, No. 33: 33-42.
- Jaspal, R., & Cinnirella, M. (2013), "The construction of ethnic identity: Insights from identity process theory". **Ethnicities**, No. 5: 503-530.
- Kiang, L., Yip, T., Gonzales-Backen, M., Witkow, M., & Fuligni, A. J. (2006), "Ethnic identity and the daily psychological well-being of adolescents from Mexican and Chinese backgrounds". **Child Development**, No. 5: 1338-1350.
- Kim, A. Y. (2014), Ethnic socialization and ethnic identity in Korean American adolescents and young adults: The relative roles of parents and friends. UC Santa Barbara Electronic Theses and Dissertations. <https://escholarship.org/uc/item/26f5m2xj>
- Knight, G. P., Bernal, M. E., Garza, C. A., Cota, M. K., & Ocampo, K. A. (1993), "Family socialization and the ethnic identity of Mexican American children". **Journal of Cross-Cultural Psychology**, No. 1: 99-114.
- Moua, M. (2014), Ethnic Socialization and Ethnic Identity: Examining Intergenerational Conflict as a Moderator Among Hmong American Adolescents. **Theses and Dissertations**. 507.
- Moua, M. Y., & Lamborn, S. D. (2010), "Hmong American adolescents' perceptions of ethnic socialization practices". **Journal of Adolescent Research**, No. 25: 416-440.

- Oyserman, D., Elmore, K., & Smith, G. (2012), Self, self-concept and identity. In: M. Leary & J. Price Tangney (Eds.), **Handbook of Self and Identity** (pp. 69-104), New York: The Guilford Press.
- Phinney, J. S., & Ong, A. D. (2007), "Conceptualization and measurement of ethnic identity: Current status and future directions". **Journal of Counseling Psychology**, No. 3: 271.
- Smith, T. B., & Silva, L. (2011), "Ethnic identity and personal well-being of people of color: a meta-analysis". **Journal of Counseling Psychology**, No. 1: 42-60.
- Syed, M., & Azmitia, M. (2009), "Longitudinal trajectories of ethnic identity during the college years". **Journal of Research on Adolescence**, No. 4: 601-624.
- Tajfel, H. (1972), **The Context of Social Psychology A Critical Assessment**. London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1978), **Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations**. London: Academic press.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2010), An integrative theory of intergroup conflict. The social psychology of intergroup relations. In T. Postmes & N. Branscombe (Eds.), **Rediscovering social identity: Key readings** (pp. 173-190), New York.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987), **Rediscovering the social group: A self-categorization theory**. Oxford, England: Blackwell.
- Umaña-Taylor, A. J., & Fine, M. A. (2004), "Examining ethnic identity among Mexicanorigin adolescents living in the United States". **Hispanic Journal of Behavioral Sciences**, No. 1: 36-59.
- Umana-Taylor, A. J., & Yazedjian, A. (2006), "Generational differences and similarities among Puerto Rican and Mexican mothers' experiences with familial ethnic socialization". **Journal of Social and Personal Relationships**, No. 23: 445-464.
- Umaña-Taylor, A. J., Alfaro, E. C., Bámaca, M. Y., & Guimond, A. B. (2009), "The central role of familial ethnic socialization in Latino adolescents' cultural orientation". **Journal of Marriage and Family**, No. 1: 46-60.
- Umaña-Taylor, A. J., Bhanot, R., & Shin, N. (2006), "Ethnic identity formation during adolescence: The critical role of families". **Journal of Family Issues**, No. 27, 390-414.
- Umaña-Taylor, A. J., Quintana, S. M., Lee, R. M., Cross, W. E., Rivas-Drake, D., Schwartz, S. J.,... Seaton, E. (2014), Ethnic and Racial Identity During Adolescence and Into Young Adulthood: An Integrated Conceptualization .*Child Dev.* 2014 Jan-Feb; 85(1): 21-39.
- Umaña-Taylor, A. J., Zeiders, K. H., & Updegraff, K. A. (2013), "Family ethnic socialization and ethnic identity: a family-driven, youth-driven, or reciprocal process". **Journal of family psychology**, No. 1: 137-146.