



Research Paper

Understanding the Intergenerational Changes of Political Reference Groups and its Impact on Political Loyalty: Case Study of KermanshahAbbas Pirozmehr¹ * Ali Moradi² Hamidreza Saeidinejad³ Edris Beheshtinia⁴ Iraq Ranjbar⁵

1. Ph.D. Student in Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

2. Associate Professor, Department of Sociology, Islamabad-E-Gharb Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

3. Assistant Professor, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

4. Assistant Professor, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

5. Assistant Professor, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

DOI: 10.22034/ipsa.2022.469

Receive Date: 13 July 2022

Revise Date: 02 September 2022

Accept Date: 29 September 2022



©2021 by the authors, Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Extended Abstract**Introduction**

In recent years, due to the developments taking place in Iranian society, we have witnessed transformations not only in the reference group of social members, especially the young generation, but also in social values and norms, which have resulted in doubts on traditional, religious, and political values. Such transformations have caused the new generation to approach political values with more reservation and to develop some sort of critical view compared to the first and second generations. As far as Kermanshah city is concerned, factors such as the imposed war, recent devastating earthquakes, climatic and environmental changes, high growth of urbanization and marginalization, increase in education level, expansion of communication networks and modernization process, and an increase in the activities of the political party in the city have brought about changes in the political, social, and religious values of the society in general and the third generation of the revolution in particular. Furthermore, the emergence of certain collective behavior such as street protests in recent years also indicates fundamental changes in the political attitudes of the new generation compared to the first and second. Hence, it seems that the third generation has developed a more critical political attitude and less political loyalty. Therefore, the objective of the present study is to develop an understanding of the generational changes in the political reference group and its effect on the level of political loyalty among Kermanshah citizens. The study seeks to answer two basic questions: 1) what is the status of political reference groups among the first, second, and third generations of the revolution? 2) What effects do the political reference groups have on the level of political loyalty of the three generations?

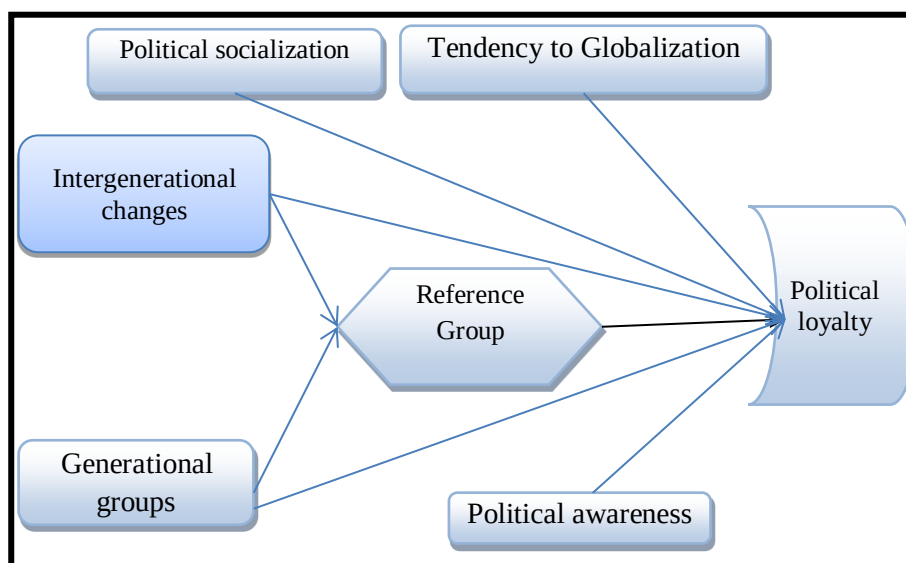
Based on Mannheim theory, the process of socialization in the Islamic Republic of Iran has been different before and after the imposed war. In the pre-war era, socialization institutions of the people were the family, the Knowledge Corps, and the national media, while in the post-war era and due to the development of communication networks, young people are exposed to a variety of social norms spread because of the satellite and the World Wide Web. In addition, issues related to environment protection, nuclear crises, and the like have entered the evaluation process. This has led to the selection of different reference groups compared to the pre-war era. Hence, the rate of political loyalty has also

*** Corresponding Author:****Ali Moradi, Ph.D.****E-mail:** moradi.pop@gmail.com



witnessed changes. Certain institutions, such as school, media and family, usually have taken a positive approach. That is, they have strived to internalize the dominant values of the society for younger generation in order to maintain the legitimacy of the political system. Some other institutions, however, such as political parties, virtual social networks and satellite media, with transnational goals, are trying to socialize young people based on their own goals, which sometimes contradicts the goals of the social and political system and causes a decrease in political loyalty among people.

Diagram 1. Theoretical model of the research.



Research Hypotheses

There is a significant correlation between the generation group and the selection of reference groups. Political reference groups influence political loyalty.

The average political loyalty differs among the three generations.

There is a significant relationship between the desire for globalization, political awareness and political socialization on political loyalty.

Methodology

The current research is descriptive in terms of purpose, cross-sectional in time, and survey in terms of execution method. The data has been collected through the structure researcher's questionnaire tool. The statistical population of the current research was all people between 15 and 65 years old living in Kermanshah city in 1400, which was a population equal to 946,651 people. According to the large size of the statistical population, using SPSS Sample Power software, the sample size obtained in this study with the default of 0.05 for alpha, 0.84 for power and the coefficient of determination or detectable effect size is 0.05, the number of 353 people. In this research, random sampling was done. In order to measure the concept of the desire to become global from 14 items in the form of a 5-point Likert scale, to measure the concept of political awareness from 3 items, political socialization including 4 dimensions, religious socialization index with 6 items, citizenship rights with 3 items, political trust with 6 Political justice has been measured with 3 items. Cronbach's alpha coefficient values show that most variables



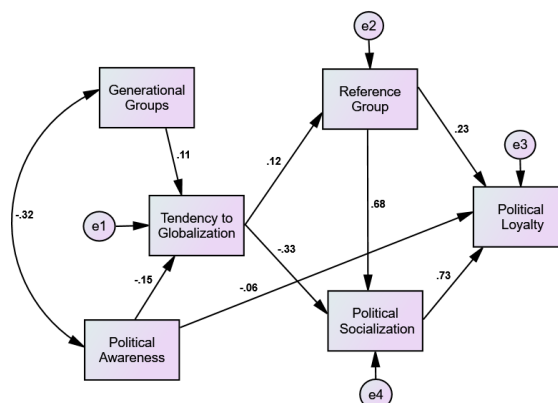
have adequate reliability (more than 71%).

Result and Discussion

The results show that the average score of political loyalty is 85.47, which is lower than the expected average. In relation to the political reference group, it can be said that the average expected scores have a statistically significant difference with the calculated average of all institutions under investigation, except for the religious institution. Based on the results of the Tom Hines test, it can be concluded that the adherence of the second generation to the family group is more than that of the third generation. The adherence of the third generation to the media reference group is higher. Also, in order to determine the origin of the difference in the religious reference group, it can be said that it is caused by the difference between the average of the first and second generation and the third generation group, and the values show that the first generation has more adherence to religion; Therefore, in general, it can be said that the first generation (over 50 years old) have taken the religious reference group as a model for their political beliefs, the second generation (30 to 50 years old) has been formed by those who have chosen the family reference group as a model for political activity and Finally, the third generation (less than 30 years old) have been influenced by the media and their content in choosing a reference group for political role models.

The results of the regression analysis show that the religious institution with a value of 110% and the educational institution with a value of 136% had the greatest effect on the level of political loyalty, and this means that for each unit of increase in the standard deviation of the independent variables, as much as their beta on the loyalty variable. Politically, we will have an increase in the standard deviation. The values of the institution of politics and media, which show a negative value, indicate the inverse relationship of these institutions with political loyalty. Also, the results show that the average scores of political loyalty are different according to generational groups. So the root of the differences in average political loyalty is the difference between the first and third generations, in such a way that the level of political loyalty of the first generation is by a large margin higher than that of the third generation. In other words, the first generation (people over fifty years old) have more political loyalty compared to the third generation (people under 30 years old). Also, the political awareness variable shows an inverse relationship between political awareness and political loyalty. In the path analysis model, it can be said that the generational groups have an indirect effect on the political loyalty

Diagram 2. Path analysis standard values.





Conclusion

The research results show that generational differences and values and norms related to each generation in Kermanshah city have caused different generations to consider different reference groups for their socialization. Since reference groups are organized for specific purposes, each reference group internalizes different values and norms in citizens. Therefore, we are in contact with two reference groups, positive and negative. In general, based on the results of the research, it was found that the first generation of the revolution (people over 50 years old) consider the religious reference group as their political actions and have high political loyalty; And the second generation (people between 30 and 50 years old) have chosen the family reference group and the third generation group (people less than 30 years old) have chosen the media reference group as a measure for their political actions. Therefore, the level of political loyalty of the third generation is less than the previous two generation groups, which can be said to a large extent because of the content of satellite programs and virtual networks, and of course their influence on the political awareness of citizens, as well as their role in the transparency of the country's political scene and showing inefficiency. It is people without expertise who are superior to all the elements of the country. As much as the target group of people agrees with the ruling political system, it leads people to political participation and compliance with its moral principles.

Through different classes and courses, children and teenagers should be taught about the media and how to recognize correct news. In other words, people's media literacy should be improved. On the other hand, socialization institutions should not only deal with the process of globalization, but also direct attention to these dimensions by familiarizing the generations with the constructive dimensions of globalization, such as specialization and the production of science. Finally, due to the generational difference between the first and third generations and since the first generation group means people who are older, they adhere more to the religious reference groups and considering the change of reference groups among the first, second and third generations and reducing the institutional role as an influential reference, it is necessary to review the methods of promoting religion, especially the promotion of a certain type of religious attitude, and to avoid extremes and trends that cause generational tension.

Keywords: Generation Groups, Reference Group, Political Loyalty, Political Socialization Index.

Resources

Aflaki F., Hossein, M. J., Ibrahim, S., Zohra., Keshti N. (2013). Generational gap and abstracting the dimensions of intergenerational education in writing and curriculum, a qualitative study, *Scientific Research Quarterly New Approach in Educational Management*, 4(11), 217-248.

Chasishian, G. Mousavinejad, M. J. (2017). The role of information technology on the indicators of political socialization, *Quarterly Research in Politics*, 21(5), 147-172.

Dowell. A. M. (2008). The case for political loyalty, lu, *South Bend Undergraduate Research Journal*, 8(5), 42-54.

Dudley, R. L. (1978). Alienation from religion in adolescents from fundamentalist religious homes. *Journal for the Scientific Study of Religion*,





7(11), 389-398.

Hatami, M. R., Qadri, A. Jamshidi, A. (2016). Investigating the trend of the third generation's attitudinal changes in the field of reference groups in the 1380s, *Islamic World Political Research Quarterly*, 3, 25-42.

Jajarmi, K. (1998). *Young generation; Structural characteristics of the new generation*, Tehran: Asian Studies Foundation.

Khawaja S., Khorramshah, Gh., Abbas, M. B., Rahbar, A., Mahmoudi Rajaei, S. Z. (2021). Investigating and analyzing the factors affecting the political participation of citizens: a case study of the participation of the Turkmen people in the 12th presidential election, *Strategic Policy Research*, 37, 24-32.

Kozer, L. (1989) *Life and thought of great sociologists*, translated by: Mohsen Talasi, Scientific Publications, Tehran.

Mimar, S., Adlipour, S. Khaksar, F. (2012). Virtual social networks and identity crisis (with an emphasis on Iran's identity crisis), *Scientific Quarterly Journal of Social Studies and Research in Iran*, 1(4), 176-155.

Mohammadifar, N., Nasrasafhani, M. (2021). The role of political socialization and its agents in the level of political loyalty of citizens, a case study of the city of Isfahan, the scientific research quarterly of contemporary political essays, *Research Institute of Humanities and Cultural Studies*, 12(2), 197-229.

Nasiri, Ho.; Kafashi, M. Shahla, K. (2018) Determining the role of economic-social base in explaining the level of political participation of citizens of Mahabad city, *Sociological Researches*, 3, 75-49.

Panahi, M. H. (2001) Generation gap and family differences and how to deal with it, *Humanities Quarterly*, 11(37), 49-37.

Persson, R. (2017). The Relationship Between Education and Political Participation British, *Journal of Political Science*. 23(11), 453-497.

Popova, O. & Riabushko, A. (2017). Political loyalty of the Russian youth in the context of economic crisis. In Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: *Challenges in Eurasia*, 26(4), 85-90.

Rajab Lu, J., Islami, M. H., D. K. Mohsen (2018). Investigating the political participation of Tehrani citizens with an emphasis on the components of social capital, *Social Research*, 11(45), 149-168.

Ritzer, G. (1998) *Sociological theories in the contemporary era*, translated by Mohsen Talasi, third edition, Scientific Publications, Tehran.

Rush, M. (2008). *Society and Politics: An Introduction to Political Sociology*, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran, Samt Publications.



- Sabouri Khosrowshahi, H. (2011). Investigation of Tehran youth reference groups, *Social Research Quarterly*, 4(11), 35-51.
- Sajjadi, Gh. Maghsoudi, M. (2019) Analysis of the transformation process of the political culture of the social generations of Sanandaj city, *Social Studies and Research in Iran*, 9(4), 744-717.
- Sarokhani, B., Sadaghati Fard, M. (2009). Generation gap in the Iranian family, views and insights, *Social Sciences Research Paper*, 6(4), 6-32.
- Sarvari, Gh, Nourbakhsh, S. M. (2018) How mass media influence the political participation of Tehrani citizens, *Contemporary Political Essays*, 2(28), 23-20.
- Sedq Sarostani, R., Hashemi, S. Z. (2002). Reference groups in sociology and social psychology with an emphasis on the theories of Merten and Festinger, *Social Sciences Journal*, 20(7), 149-167.
- Shahram Nia, A. M. (2018). Analysis of the effect of teachers' political awareness on participation in elections, a case study of the 1st and 2nd districts of Isfahan city, *Political Science Journal*, 6(1), 135-166.
- Shokri, A., Ahmadi, A., Moradi, A., Zamaneh, A. (2020). Sociological investigation and analysis of intergenerational changes in educational and religious reference groups, a case study of Kermanshah city, *Social and Cultural Strategies Quarterly*, 10(37), 62-33.
- Tawakkal, M. and Ghazinejad, M. (2016) Generation gap in sociological macro approaches: review and critique of historical generation approaches and contrast with emphasis on Mannheim and Bourdieu's views, *Social Sciences Letter*. 27, 124-95.
- Triandis, H. C. Bontempo, R. & Villareal, M. J. Asai, M. Lucca, N. (2019) "Individualism and collectivism: On self-ingroup relationships". *Journal of Personality and Social Psychology*. 54(2), 323-338.
- Youmans, E. G. (2020). Age stratification and value orientations. *Paper presented at annual meeting of American sociological Association*. Denver.

تغییرات بین‌نسلی گروه‌های مرجع سیاسی و تأثیر آن بر وفاداری سیاسی؛ مطالعه موردی شهر کرمانشاه

عباس پروزمهر^۱ * علی مرادی^۲ حمیدرضا سعیدنژاد^۳ ادریس بهشتی‌نیا^۴ ایرج رنجبر^۵

۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد اسلام‌آبادغرب، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۳. استادیار گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۴. استادیار گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۵. استادیار گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: [https://hamyab.sinaweb.net/Ci_result/details/C196770D977B602A/2%](https://hamyab.sinaweb.net/Ci_result/details/C196770D977B602A/2%20.1001.1.1735790.1401.17.4.1.7)

20.1001.1.1735790.1401.17.4.1.7

چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۲۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۶/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۷

نوع مقاله: پژوهشی

واژگان کلیدی:

گروه نسلی، گروه

مرجع، وفاداری

سیاسی، شاخص‌های

جامعه‌پذیری سیاسی

اگر اعضای یک جامعه در سطح پایینی از وفاداری سیاسی باشند، مشروعیت و بقای نظام سیاسی تهدید می‌شود؛ ازاین‌رو، پژوهش حاضر با هدف شناخت تغییرات بین‌نسلی در گروه‌های مرجع سیاسی و تأثیر آن بر وفاداری سیاسی انجام شده است. این پژوهش به لحاظ هدف، توصیفی، در بعد زمان، مقطعی و در بعد روش اجرا، پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش نیز شهروندان ۱۸ تا ۶۰ ساله شهر کرمانشاه بوده‌اند که با استفاده از نرم‌افزار SPSS، حجم نمونه ۳۵۳ نفر انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری، احتمالی از نوع خوشه‌ای است. نتایج ضریب آلفای کرونباخ و تحلیل عامل تأییدی، صلاحیت پرسش‌نامه را تأیید می‌کند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، ریشه اختلاف گروه‌های مرجع با تغییرات نسلی در مورد نهاد خانواده بر نسل اول و دوم، نهاد دین، نسل اول و دوم با نسل سوم، رسانه‌های جمعی نسل اول و سوم است. در زمینه وفاداری سیاسی، ریشه اختلاف میانگین بین‌نسلی به نسل‌های اول و سوم مربوط است؛ به‌گونه‌ای که نسل اول، وفاداری سیاسی بیشتری دارند. مقادیر رگرسیونی نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی با مقدار ۰/۴۲۶ درصد، بیشترین تأثیر را بر وفاداری سیاسی داشته‌اند. متغیر آگاهی سیاسی و تمایل به جهانی‌شدن بر وفاداری سیاسی تأثیر معکوسی داشته و چهار بعد شاخص جامعه‌پذیری سیاسی با وفاداری سیاسی همبستگی مثبتی دارد.

* نویسنده مسئول:

علی مرادی

پست الکترونیک: moradi.pop@gmail.com

مقدمه

تغییرات نسلی در علوم اجتماعی به تفاوت‌های نسبتاً پایداری اشاره دارد که اغلب در فرایند تقابل‌های سیاسی، اجتماعی، و فرهنگی بروز می‌کند (ساروخانی و همکاران، ۱۳۸۸، ۸). با توجه به پیموده شدن روند نوسازی در روابط اجتماعی و سیاسی، تحولات بزرگ عرصه فناوری، و گذار از مراحل سنت به مدرنیته، در ایران، نگرش‌ها و باورهای فکری و سیاسی در میان نسل‌های گوناگون تغییر کرده و جامعه با نسلی از جوانان روبه‌رو است که با روند جهانی شدن، مجموعه‌ای از افکار و ایده‌های جدید را تجربه می‌کنند (سجادی و همکاران، ۱۳۹۸، ۷۱۸). این تجربه‌های جدید، سبب عدم پذیرش کامل ارزش‌ها و هنجارهای موردتوافق نسل‌های پیشین توسط نسل جدید (افلاکی فرد و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۱۹)، و انتخاب گروه مرجع^۱ متفاوت نسبت به نسل‌های قبل شده است (شکری و همکاران، ۱۳۹۹، ۳۵).

گروه‌های مرجع، به‌عنوان منبع اصلی هنجارها، نگرش‌ها، و ارزش‌های شخصی با دو رویکرد عمده^۱ (القاکننده هنجارها، دستورالعمل‌ها، ارزش‌ها، و باورها به دیگران؛ ۲) مشخص کردن استانداردها و معیارها برای کنشگران به‌منظور محک زدن خود، شناخته می‌شود (شکری و همکاران، ۱۳۹۹، ۳۶). گروه‌های مرجع در شکل‌دهی به رفتارهای اجتماعی و سیاسی، ازجمله میزان وفاداری سیاسی^۲ یا عدم آن در بین نسل‌ها، نقش تعیین‌کننده‌ای را به‌عهده دارند. وفاداری سیاسی، به‌عنوان یک امر داوطلبانه و غیرشخصی (دوول^۳، ۲۰۰۸، ۴۹)، به‌معنای تعهد و پافشاری در برابر یک امر یا هدف سیاسی است که با گذشت زمان دوام می‌آورد (محمدی‌فر و همکاران، ۱۴۰۰، ۲۰۱). در سال‌های اخیر، به‌دلیل دگرگونی‌های رخ داده در جامعه ایران، شاهد تغییراتی در گروه مرجع اعضای جامعه، به‌ویژه نسل جوان، و تغییر ارزش‌ها و هنجارهای جامعه بوده‌ایم که دستاورد آن، تردید درباره ارزش‌های سنتی، مذهبی، و سیاسی است (حاتمی و همکاران، ۱۳۸۵، ۳۰). این دگرگونی‌ها سبب شده است که نسل جدید در مقایسه با نسل‌های اول و دوم، در مورد ارزش‌های سیاسی با تردید بیشتر و نوعی نگاه انتقادی رفتار کنند.

شهروندان کرمانشاه نیز از شرایط خاص اجتماعی و تاریخی خود تأثیر پذیرفته‌اند. تجربه

1. Reference Group
2. Political Loyalty
3. Dowell

جنگ تحمیلی، زلزله ویرانگر، تغییرات اقلیمی و زیست محیطی، رشد بالای شهرنشینی، حاشیه نشینی، افزایش سطح تحصیلات، گسترش شبکه های ارتباطی و روند نوسازی و افزایش فعالیت های حزبی سبب ایجاد تغییراتی در ارزش های سیاسی، اجتماعی، و مذهبی گروه های نسلی، به ویژه نسل سوم انقلاب در این شهر شده است. همچنین، رویدادهایی مانند تغییر رویه سیاسی و اقتصادی برخی از مدیران عالی رتبه کشور، تصمیمات مربوط به حوزه سیاست خارجی و تأثیر آن بر اقتصاد کشور، تناقض در گفتار و عمل مسئولان، فساد اقتصادی بعضی مسئولان و وابستگی آنها، و تغییر طبقه اقتصادی آنها نیز بر فرایند عدم پذیرش و کاهش مشروعیت ساختارهای سیاسی کشور برای نسل جدید مؤثر بوده است. بروز برخی رفتارهای جمعی، مانند اعتراض های خیابانی سال های اخیر، نیز بیانگر تغییرات بنیادین در نگرش های سیاسی نسل جدید در مقایسه با نسل اول و دوم است؛ به گونه ای که می توان گفت، نسل سوم انقلاب، نگرش های سیاسی انتقادی تر و وفاداری سیاسی کمتری دارند؛ بنابراین، شناخت تغییرات نوع گروه مرجع در بین نسل ها و تأثیری که این گروه های مرجع بر وفاداری سیاسی شهروندان می گذارند، ضرورتی انکارناپذیر است. براین اساس، پژوهش حاضر با هدف شناخت تغییر گروه های مرجع در نتیجه تغییرات نسلی و تأثیر آن بر میزان وفاداری سیاسی در بین شهروندان شهر کرمانشاه انجام شده و در پی پاسخ گویی به این پرسش های اساسی است که «وضعیت گروه های مرجع سیاسی در بین سه نسل اول، دوم، و سوم انقلاب چگونه است؟» و «گروه های مرجع سیاسی چه تأثیری بر میزان وفاداری سیاسی نسل های سه گانه داشته اند؟» در راستای پاسخ گویی به این پرسش ها، هدف اصلی پژوهش حاضر شناخت تغییر گروه های مرجع در نتیجه تغییرات نسلی و تأثیر آن بر میزان وفاداری سیاسی شهروندان شهر کرمانشاه بوده است و افزون براین، اهداف جزئی تری نیز دنبال شده اند که عبارتند از:

- شناخت تأثیر تغییرات نسلی بر گزینش گروه های مرجع؛
- بررسی میزان تأثیر گروه مرجع بر وفاداری سیاسی؛
- شناخت تأثیر تغییرات نسلی بر میزان وفاداری سیاسی؛
- تعیین تأثیر تمایل به جهانی شدن بر وفاداری سیاسی؛
- تعیین تأثیر آگاهی سیاسی بر وفاداری سیاسی؛
- تعیین تأثیر شاخص های جامعه پذیری سیاسی بر وفاداری سیاسی.

۱. پیشینه پژوهش

محمدی‌فر و نصر اصفهانی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «نقش جامعه‌پذیری سیاسی و کارگزاران آن در میزان وفاداری سیاسی شهروندان؛ مطالعه موردی شهر اصفهان» نشان داده‌اند که بین جامعه‌پذیری سیاسی و کارگزاران آن (خانواده، نظام آموزشی، همسالان، رسانه‌های جمعی، احزاب سیاسی، و دین‌داری) با میزان وفاداری سیاسی شهروندان، رابطه معناداری وجود دارد.

خواجسته‌سروی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی شهروندان؛ مطالعه موردی مشارکت قوم ترکمن در انتخابات دوازدهم ریاست‌جمهوری» نشان داده‌اند که معتمدان سیاسی و مذهبی، تحولات جهانی، و شبکه‌های مجازی، بر رفتارهای سیاسی افراد تأثیرگذارند.

سجادی و مقصودی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تحلیل روند دگرگونی فرهنگ سیاسی نسل‌های اجتماعی شهر سنندج» به این نتیجه رسیده‌اند که فرهنگ سیاسی نسل‌های اجتماعی شهر سنندج، در حال دگرگونی از فرهنگ سیاسی محدود به فرهنگ‌های سیاسی دیگر، از جمله فرهنگ سیاسی دموکراتیک، است. همچنین، نشان داده‌اند که نسل‌های بزرگسال، بیشتر بازنمای فرهنگ سیاسی محدود هستند، اما جوانان، بیش از نسل‌های میانی، فرهنگ‌های بی‌اعتنا و عمل‌گرا را بروز داده‌اند.

رجبلو و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی با تأکید بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی»، بر نقش مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، مشارکت مذهبی، گروه همسالان، و پیوند اجتماعی بر رفتارهای سیاسی تأکید کرده‌اند.

نصیری و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تعیین نقش پایگاه اقتصادی-اجتماعی در تبیین میزان مشارکت سیاسی شهروندان شهر مهاباد» نشان داده‌اند که ریشه استحاله مشروعیت نظام سیاسی را باید در شکاف‌های اجتماعی، تردیدافکنی درباره مشروعیت نظام سیاسی، و ناکارآمدی آن جست‌وجو کرد.

سروری و نوربخش (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «نحوه تأثیر رسانه‌های جمعی بر مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی»، نقش رسانه‌ها را در رفتارهای سیاسی بررسی کرده و نشان داده‌اند که بین مصرف رسانه‌ای و رفتارهای سیاسی، رابطه وجود دارد؛ به گونه‌ای که شبکه‌های ماهواره‌ای بر رفتارهای سیاسی تأثیر معکوس و شبکه‌های تلویزیون داخلی، تأثیر مستقیمی دارند.

یومانس^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «قشربندی سنی و جهت‌گیری‌های ارزشی»، تفاوت‌های موجود در قشربندی‌های نسلی را بازتابی از تغییر تکنولوژیکی و اجتماعی دانسته است. تریانندیس^۲ و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر فردگرایی و جمع‌گرایی جوانان بر روابط اجتماعی»، پس از بررسی ریشه تفاوت در فرهنگ (فردگرایی/جمع‌گرایی) در نسل‌های جدید و قدیم، نشان داده‌اند که شهرنشینی، جهانی‌شدن، و تخصص‌گرایی، موجب شکل‌گیری فرهنگ فردگرایی در نسل جدید شده‌اند؛ به‌گونه‌ای که در نتیجه رفتارهای سیاسی و اجتماعی متفاوت با نسل پیشین، ارزش‌ها و اصول اخلاقی متفاوتی شکل گرفته است.

پرسون (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «ارتباط بین میزان تحصیلات و مشارکت سیاسی» بر اهمیت گروه مرجع آموزشی در شکل‌گیری رفتارهای سیاسی تأکید کرده و نتیجه گرفته است که افزایش سطح تحصیلات، که بازتابی از پابندی به گروه مرجع آموزشی است، بر مشارکت سیاسی تأثیر مثبتی دارد.

دودلی^۳ (۱۹۷۸) در پژوهشی با عنوان «بیگانگی از دین در نوجوانان در خانواده‌های مذهبی» نشان داده‌اند که روابط مستبدانه والدین با فرزندان و تناقض بین حرف و عمل آن‌ها، سبب شکاف نسلی والدین و جوانان شده و جوانان را مجاب به انتخاب گروه‌های مرجع متفاوتی نسبت به والدین کرده است.

بررسی پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که بیشتر آن‌ها بر مفهوم رفتارهای سیاسی و مشارکت سیاسی استوار بوده و به مفهوم وفاداری سیاسی و عوامل تأثیرگذار بر آن توجهی نداشته‌اند. همچنین، تأثیر گسست نسلی بر وفاداری سیاسی و بررسی منشأ اختلاف آن‌ها و نیز نقش گروه‌های مرجع بر وفاداری سیاسی، موردتوجه نبوده است.

۲. مروری بر مبانی نظری

از دیدگاه مانهایم^۴، اواخر نوجوانی و اوایل جوانی، درواقع، «سال‌های شکل‌گیری» بنیان شخصیت اجتماعی هستند که در آن، دیدگاه‌های فردی مجزا و متمایز درباره سیاست و جامعه

1. Youmans

2. Triandis

3. Dudley

4. Mannheim

در سطح گسترده‌ای شکل می‌گیرد و تنها در این نقطه از چرخه زندگی است که برخوردی «زنده و نو» با جهان اجتماعی-سیاسی به وجود می‌آید که در طول تاریخ زندگی فرد، به ندرت تکرار خواهد شد. به نظر مانهایم، جامعه بشری به طور عادی، در حال تغییر و تحول تدریجی و ناپیدا اما بنیادین و جدی است که حاصل آن، ظهور نسل‌هایی با ایده‌ها و اندیشه‌های جدید است. نسل‌های نو که ایده‌ها و ارزش‌های خود را به عنوان چیزی برتر، به ذخیره اصول و ارزش‌های مربوط به جریان‌های موجود ایدئولوژیک و فکری می‌افزایند و به تعبیر دیگر، دست به بازتعریف افکار و ایدئولوژی‌های رایج می‌زنند (توکل و قاضی نژاد، ۱۳۹۵، ۱۰۴).

مید^۱ با اشاره به جامعه‌پذیری تاریخی نسل‌های پیش و پس از جنگ بر این نظر است که کسانی که پس از جنگ جهانی دوم بزرگ شده‌اند، زندگی خود را در جهانی شروع کردند که کاملاً با دنیای پیش از آن متفاوت است (پناهی، ۱۳۸۰، ۸۳). مید برای تبیین روابط بین والدین و فرزندان به لحاظ جامعه‌پذیری، از سه نوع فرهنگ «نیاکان‌گرا»^۲، «همسال‌گرا»^۳، و «جوان‌گرا»^۴ نام می‌برد. در فرهنگ جوان‌گرا، جامعه با تحولات عمیق و گسترده‌ای روبه‌رو می‌شود و نسل گذشته دیگر نمی‌تواند الگو و معیاری برای زندگی اجتماعی جامعه باشد. نسل جدید نیز وضعیت حال و گذشته را محکوم می‌کند و در پی ایجاد شرایط جدیدی است. به نظر مید، این آخرین مرحله تطور فرهنگی است (کوزر، ۱۳۶۸، ۲۳۸).

مک لوهان^۵ بر این نظر است که تحولات سریع فناوریانه در حوزه اطلاعات و ارتباطات و دسترسی گسترده نسل جوان به رسانه‌هایی مانند ماهواره و اینترنت، آن‌ها را در موقعیتی متفاوت با نسل پیشین قرار داده است. سرعت این تحولات بر زندگی، رشد، و بلوغ جوانان تأثیر گذاشته و روند جامعه‌پذیری را کاملاً دگرگون کرده است (کوزر، ۱۳۶۸، ۲۰۸).

برگر^۶ (۱۹۲۹) و لاکمن^۷ (۱۹۲۷) پدیده شکاف نسلی را در قالب پرورش اجتماعی ناموفق تبیین کرده و بر این نظر بوده‌اند که امروزه با کثرت نهادهای جامعه‌پذیرکننده سروکار

1. Margaret Mead
2. Ancestors Centered
3. Peer-Oriented
4. Youthful
5. Marshall McLuhan
6. Berger
7. Lockman

داریم که هریک ارزش‌ها، هنجارها، و سبک زندگی خاصی را اشاعه می‌دهند. والدین، مدرسه و دانشگاه، صنعت فرهنگی (رادیو، تلویزیون، سینما، ماهواره، نشریه‌ها، ...) نهادهایی هستند که هریک، این کارکرد (جامعه‌پذیری) را به شکل‌های گوناگونی انجام می‌دهند. در جامعه‌ای که وحدت ارزشی از بین برود، انسان با گروه‌های مختلفی سروکار دارد که در هریک از آن‌ها، نوعی ارزش خاص حاکم است که گاهی در گروه دیگر، ارزش نیست (ریتزر، ۱۳۷۷، ۷۱۲).

از دیدگاه رابرتسون^۱، گروه‌های مرجع، نقش بنیادینی در زندگی بشر بازی می‌کنند؛ زیرا، افراد برای مشورت و دریافت دیدگاه‌های گوناگون اجتماعی، به شبکه روابط خود رجوع می‌کنند. آن‌ها به طور دائم با اعضای گروه خود و دیگران کنش متقابل دارند. این نوع ارتباط در قالب شبکه‌های اجتماعی، سازمان می‌یابد (حیاتی و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۸).

به نظر مerton^۲، بقای یک نظام اجتماعی و سیاسی، معلول توانایی در انجام کارکردهایی است که نیازهای ضروری نظام اجتماعی را تأمین می‌کنند. یکی از این نیازها، نیاز به انتقال ارزش‌ها و هنجارهای ضروری و مورد وفاق جامعه، از طریق فرایند جامعه‌پذیری است که توسط نهادهایی مانند خانواده، دوستان، و رسانه انجام می‌شود (صدیق سروستانی، ۱۳۸۱، ۱۶۰).

ولگایز^۳ بر این نظر است که هنگامی که یک نظام سیاسی جدید با ارزش‌های ایدئولوژیک متفاوتی به قدرت می‌رسد، تلاش می‌کند نه تنها نسل‌های جدید را اجتماعی کند، بلکه نسل‌های قدیمی‌تر را نیز بازاجتماعی کرده و آن‌ها را با ارزش‌های نظام سیاسی جدید هم‌نوا کند و از طریق فرایند اجتماعی کردن پیوسته توسط نظام آموزشی و رسانه، برای کنترل رفتارهای سیاسی کنشگران و افزایش وفاداری آنان، اقدام می‌کند (راش، ۱۳۸۷، ۱۱۰).

۳. چارچوب نظری پژوهش

در پژوهش حاضر، که در پی تبیین تغییرات نسلی گروه‌های مرجع سیاسی و تأثیر آن بر وفاداری سیاسی است، به منظور انتخاب نظریه‌ای که بیشترین پوشش فرضیه‌ها را داشته باشد، از چارچوب نظری ترکیبی استفاده شده است. برپایه نظریه مانهایم، جوانان، تجربه‌ها و جهان‌بینی متفاوتی با جهان‌بینی پدران و نسل گذشته خود دارند؛ بنابراین، نوع

1. Robertson

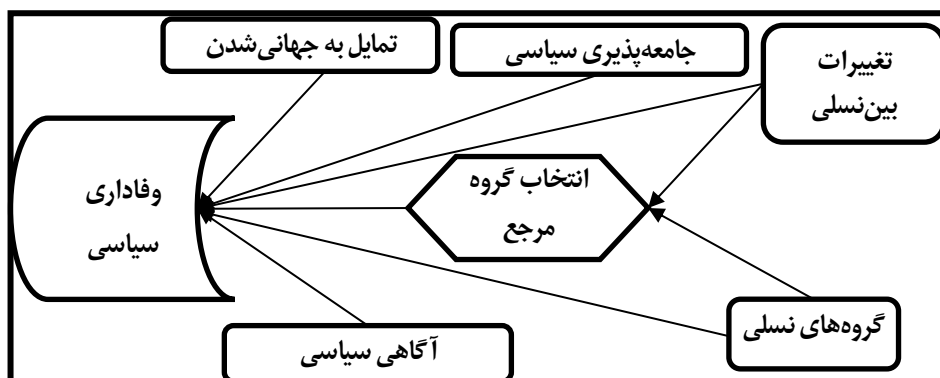
2. Robert k. Merton

3. Vulgaris

گزینش گروه‌های مرجع و وفاداری آنان به سیاست‌های کشور نیز متفاوت است. براساس نظریه مید، فرایند جامعه‌پذیری در جمهوری اسلامی، پیش و پس از جنگ تحمیلی متفاوت بوده است. در دوران پیش از جنگ، تنها نهادهای جامعه‌پذیری افراد جامعه، خانواده، سپاه دانش، و رسانه ملی بوده‌اند؛ حال آنکه در دوران پس از جنگ و توسعه شبکه‌های ارتباطی، جوانان در معرض انواع ارزش‌های اجتماعی منتشرشده از سوی شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی قرار دارند. همچنین، ارزش‌هایی مانند حفظ محیط زیست، بحران‌های هسته‌ای، و... نیز وارد فرایند ارزش‌گذاری‌ها شده‌اند و همین امر، موجب گزینش گروه‌های مرجع متفاوتی نسبت به دوران پیش از جنگ شده است؛ بنابراین، سطح وفاداری سیاسی نیز متفاوت است. براساس نظریه مک لوهان، نسل دوم و، به‌ویژه، نسل سوم در جامعه ایران پس از انقلاب ۱۳۵۷، با دگرگونی‌های سریع فناورانه در حوزه اطلاعات و ارتباطات و دسترسی گسترده نسل جوان به رسانه‌هایی مانند ماهواره و اینترنت روبه‌رو بوده‌اند که آن‌ها را در موقعیتی متفاوت با نسل پیشین قرار داده است. سرعت این دگرگونی‌ها بر زندگی، رشد، و بلوغ جوانان تأثیر گذاشته و روند جامعه‌پذیری را به‌طور کامل دگرگون کرده است (کوزر، ۱۳۶۸، ۲۰۸). برپایه نظریه برگر و لاکمن، با کثرت نهادهای جامعه‌پذیرکننده‌ای سروکار داریم که هریک از آن‌ها ارزش‌ها، هنجارها، و سبک زندگی خاصی را اشاعه می‌دهند. والدین، مدرسه و دانشگاه، صنعت فرهنگی (رادیو، تلویزیون، سینما، ماهواره، نشریات، و...) نهادهایی هستند که هریک این کارکرد (جامعه‌پذیری) را به شکل‌های گوناگونی انجام می‌دهند. برخی از این نهادها مانند مدرسه، رسانه و خانواده معمولاً رویکرد اثباتی دارند؛ یعنی درصدد درونی کردن ارزش‌های مسلط جامعه در فرزندان خود هستند تا مشروعیت نظام سیاسی حفظ شود و برخی از نهادهای دیگر مانند احزاب، شبکه‌های اجتماعی مجازی، و رسانه‌های ماهواره‌ای با داشتن اهداف فراملی درصدد جامعه‌پذیر کردن جوانان برپایه اهداف خودشان هستند که گاهی مغایر با اهداف نظام اجتماعی و سیاسی است و موجب کاهش وفاداری سیاسی در افراد می‌شود. براین اساس، شهروندان کرمانشاه، به‌ویژه نسل‌های اول و دوم، به‌دلیل پابندی به ارزش‌های قومی، شجاعت و جوانمردی بیشتر، تحت تأثیر جامعه‌پذیری توسط گروه‌های مرجع خانوادگی و مذهبی هستند؛ بنابراین، جهان‌بینی آن‌ها در مورد نظام سیاسی کشور نیز بیشتر متأثر از دیدگاه‌های سنتی و مذهبی خانواده است.

درحالی‌که در نسل سوم انقلاب، به دلیل ظهور ارزش‌های جدید در جوانان که با ارزش‌های سنتی و ریشه‌دار قومی متفاوت است، انتخاب گروه‌های مرجع و وفاداری سیاسی متناسب با این گروه‌ها، متفاوت خواهد بود.

نمودار شماره (۱). الگوی نظری پژوهش



۴. فرضیه‌های پژوهش

- بین گروه نسلی و انتخاب گروه‌های مرجع (خانواده، رسانه، و دین) پیوستگی معناداری وجود دارد؛
- گروه‌های مرجع سیاسی بر وفاداری سیاسی تأثیرگذارند؛
- میانگین وفاداری سیاسی در بین نسل‌های سه‌گانه متفاوت است؛
- بین تمایل به جهانی‌شدن و وفاداری سیاسی، رابطه معکوسی وجود دارد؛
- بین آگاهی سیاسی و وفاداری سیاسی، رابطه معکوسی وجود دارد؛
- جامعه‌پذیری سیاسی بر وفاداری سیاسی تأثیر مستقیم و مثبتی دارد.

۵. روش پژوهش

پژوهش حاضر در بعد هدف، توصیفی، در بعد زمانی، مقطعی و به لحاظ شیوه اجرا، پیمایشی است. داده‌ها از طریق ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته گردآوری شده‌اند. جامعه آماری پژوهش حاضر، همه افراد بین ۱۸ تا ۶۵ ساله ساکن شهر کرمانشاه در سال ۱۴۰۰ بوده‌اند که جمعیتی برابر با ۹۴۶۶۵۱ نفر را دربر می‌گرفت. با توجه به حجم گسترده جامعه آماری، حجم نمونه پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS Sample Power، با

پیش‌فرض ۰/۰۵ برای آلفا، ۰/۸۴ برای توان، و ضریب تعیین یا اندازه اثر قابل تشخیص برابر ۰/۰۵، تعداد ۳۵۳ نفر بوده است. در این پژوهش، نمونه‌گیری به صورت تصادفی انجام شده است. با توجه به اینکه جمعیت مورد مطالعه در این پژوهش، کل شهر کرمانشاه بوده که دارای دو ویژگی ناهمگنی جمعیت و مشخص بودن مناطق هشت‌گانه بود، به‌ناچار باید در ابتدا جامعه آماری بر پایه طبقه‌بندی شهرداری به ۸ منطقه تقسیم، و از درون هر منطقه، نمونه‌ای مناسب انتخاب می‌شد (تصادفی طبقه‌ای). در مرحله دوم، به‌طور تصادفی از هر منطقه، بلوک‌هایی مشخص شد و پس از مشخص شدن نشانی ساختمان‌های هر بلوک، از بین آن‌ها نمونه‌گیری انجام شد (تصادفی خوشه‌ای). درواقع، در این پژوهش از نوعی نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است.

جدول شماره (۱). جمعیت شهر کرمانشاه و حجم نمونه متناسب با آن

منطقه	نام منطقه	کل	حجم نمونه
۱	۲۲ بهمن- چقاگلان، چقامیرزا، برق، حافظیه، مرکزی، گذرنامه، نوبهار، گلریزان، گلستان	۹۳۳۷۶	۳۵
۲	فرهنگیان فاز یک، سنجایی، شهرک تاکسیرانی، دیزل‌آباد، شهرک اسلامی، شهرک امام خمینی، مسیر نفت، دولت‌آباد	۱۲۰۳۸۱	۴۵
۳	کیانشهر، جعفرآباد، آریاشهر، رسالت، رشیدی، کهریز، باریکه، فیض‌آباد، دانشکده کشاورزی، شهرک بسیج، آزادی، خیابان مدرس، خیابان سیلو، چهارراه ارشاد	۱۶۶۱۹۲	۶۲
۴	سراب قنبر، شهرک صادقیه، شهرک شهید نامجو، شریعتی، بهار، خیام، فردوسی، منز، گمرک، مصدق، دبیر اعظم، شهرداری	۷۵۴۸۶	۲۸
۵	شهرک دانش، مسکن، طاق‌بستان، کارمندان، جهاد، فرهنگیان فاز دو، صیاد شیرازی	۱۷۳۸۳۷	۶۵
۶	نهادستان، رودکی، معلم، تعاون، الهیه، دادگستری، بهداری	۹۳۳۷۲	۳۵
۷	دانشگاه، آناهیتا، سرخه لیزه، باغ ابریشم، رودکی، شهرک معلم	۱۳۱۴۲۱	۴۹
۸	پردیس، کسری، صدرا، زیباشهر، ژاندارمری، نقلیه، ترمینال، صابونی، وکیل‌آقا	۹۲۵۸۶	۳۴
	جمع کل	۹۴۶۶۵۱	۳۵۳

به‌منظور سنجش روایی ابزار پژوهش از روایی صوری و تحلیل عاملی تأییدی و برای برآورد پایایی ابزار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده شده است. در ادامه به تعریف عملیاتی متغیرهای اصلی پژوهش و نحوه سنجش آن‌ها پرداخته شده است.

وفاداری سیاسی: وفاداری سیاسی به معنای تعهد یک فرد یا گروه به اهداف، مقررات، ارزش‌ها، و ایدئولوژی‌های اعلام شده توسط بازیگران سیاسی (رهبران سیاسی یا کارگزاران سیاسی) است (پوپا و ریابشکو، ۲۰۱۷، ۸۶). به‌منظور سنجش مفهوم وفاداری سیاسی، پرسش‌هایی در قالب طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای با ۳۱ گویه درباره میزان مشارکت در مراسم ملی، شرکت فعال در انتخابات، میزان پذیرش اصول کلی نظام (ولایت فقیه، مذهب)، تمایل به ایثار و ازخودگذشتگی و خیر همگانی به‌منظور پیشبرد اهداف نظام، نگرش درباره نمایندگان

مجلس شورای اسلامی و شخصیت‌های سیاسی و مذهبی دیگر تدوین شده است.

نسل: واژه «نسل» در معنای عام یا از نظرگاه زیستی و شجره‌شناختی، به معنای یک رسته هم‌دوره که در یک زمان از یک دنیای مشترک بهره می‌گیرند، اطلاق می‌شود (جاجرمی، ۱۳۷۵، ۱۸۸). در بعد عملیاتی مفهوم نسل، گروه‌های سنی در سه دسته نسلی طبقه‌بندی شده‌اند. نسل سوم (گروه سنی ۱۸ تا ۳۰ سال)، نسل دوم (گروه سنی ۳۰ تا ۵۰ سال)، و نسل اول (گروه سنی بیشتر از ۵۰ سال).

گروه مرجع: گروه مرجع، دربردارنده افراد یا گروه‌هایی است که منبع و معیار قضاوت و ارزیابی کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند و در جریان تصمیم‌گیری‌ها، کنش‌ها، و حتی شکل‌گیری نگرش افراد در جامعه، نقش بسزایی دارند (صبوری خسروشاهی، ۱۳۹۰، ۳۶). در پژوهش حاضر، گروه مرجع، با پرسش‌هایی درباره میزان پذیرش ارزش‌ها و هنجارهای موجود در نهادهایی مانند نهاد خانواده، مدرسه، سیاست، دین، هم‌تایان، رسانه و نهادهای بین‌الملل توسط افراد در قالب طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای، طراحی و سنجیده شده است.

تمایل به جهانی‌شدن: تمایل به جهانی‌شدن به فرایندی گفته می‌شود که طی آن، جریان آزاد اندیشه، انسان، کالا، خدمات، و سرمایه در دنیا میسر و محقق شود و کنشگران درباره تأثیر فرایند جهانی‌شدن بر عرصه زندگی، نگرش مثبتی داشته باشند (معمار، ۱۳۹۱، ۱۵۵). به‌منظور سنجش مفهوم تمایل به جهانی‌شدن، از پاسخ‌گویان خواسته شده است که نظر خود را در پاسخ به پرسش‌هایی حول محور نگرش درباره تحولات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و نگرش درباره انتقال اطلاعات مطرح کنند. پرسش‌های مطرح‌شده در قالب طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای و با ۱۴ گویه طراحی شدند.

آگاهی سیاسی: آگاهی سیاسی دربرگیرنده برداشت‌ها و ارزیابی فرد از مسائل خاص سیاسی یا از شخصیت‌ها و رویدادهای سیاسی است (شهرام‌نیا و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۳۸). به‌منظور سنجش مفهوم آگاهی سیاسی، پرسش‌هایی درباره میزان آشنایی با مسائل و رویدادهای سیاسی، آشنایی با مفهوم برجام و آخرین وضعیت آن، آشنایی با رویدادهای بین‌المللی، و قدرت تحلیل آن‌ها در قالب ۳ گویه طراحی شد.

۶. شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی

شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی به مؤلفه‌هایی اشاره دارد که فرد برپایه آن‌ها نظام سیاسی

خود را می‌شناسد و واکنش‌هایش را در برابر رویدادهای سیاسی تنظیم می‌کند که در بردارنده سه ویژگی شناخت، احساسات، و حس اثربخشی است (کشیشیان و همکاران، ۱۳۹۶، ۱۵۲). در پژوهش حاضر ۴ بعد شاخص جامعه‌پذیری مذهبی با ۶ گویه، حقوق شهروندی با ۳ گویه، اعتماد سیاسی با ۶ گویه، و عدالت سیاسی با ۳ گویه سنجش شده است.

روایی و پایایی ابزار پژوهش: به منظور بررسی پایایی پرسش‌نامه پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقادیر ضریب آلفای کرونباخ نشان می‌دهد که بیشتر متغیرها از پایایی مناسبی (بیشتر از ۰/۷۱ درصد) برخوردارند؛ هرچند برای بعد حقوق شهروندی و اعتماد سیاسی از متغیر جامعه‌پذیری سیاسی، سطح آلفا کمتر از ۰/۷۰ درصد بوده است، اما زمانی که سطح آلفای کل متغیر جامعه‌پذیری سیاسی، سنجش شده است، با پوشش مقدار ۰/۸۶ درصد، پایا بودن ابزار سنجش را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۲). ضریب پایایی متغیرهای پژوهش

گویه	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	گویه	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
آگاهی سیاسی	۳	۰/۷۱	خانواده	۵	۰/۸۴
تمایل به جهانی‌شدن	۱۴	۰/۹۰	همسالان	۵	۰/۸۱
وفاداری سیاسی	۳۱	۰/۹۳	آموزش	۶	۰/۷۹
مقدار کل	۱۸	۰/۸۶	رسانه	۴	۰/۷۵
حقوق شهروندی	۳	۰/۶۳	نهاد سیاست	۳	۰/۸۶
مذهب	۶	۰/۹۱	دین	۴	۰/۹۳
اعتماد سیاسی	۶	۰/۶۱	نهاد بین‌الملل	۷	۰/۸۴
عدالت اجتماعی	۳	۰/۷۴	مقدار کل	۳۴	۰/۹۴

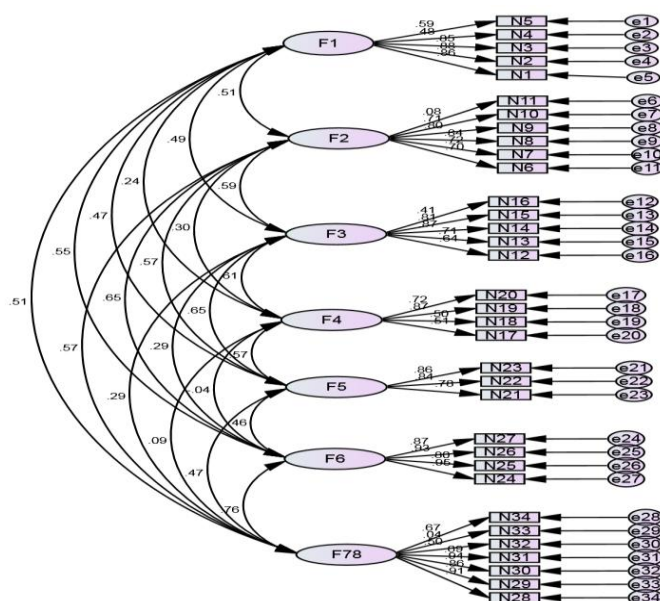
جدول شماره (۲) مقادیر تحلیل عامل تأییدی برای دو متغیر گروه مرجع سیاسی و شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی را نشان می‌دهد. سطح معناداری پیرسون ۰۰۰ درصد برای دو متغیر، نتیجه مطلوبی را نشان نمی‌دهد، اما مقدار ریشه میانگین مربعات گروه مرجع (۰/۸۸ درصد) و شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی (۰/۸۷ درصد)، برازندگی مدل را تأیید کرده است. همچنین، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و شاخص کای دو (CMIN/DF) برای دو متغیر، نتایج مطلوبی را نشان داده است.

جدول شماره (۳). روایی متغیرهای گروه مرجع و شاخص جامعه‌پذیری سیاسی

مؤلفه	آماره	مقادیر	مؤلفه	آماره	مقادیر
جامعه‌پذیری سیاسی	مقدار پیرسون (P)	۰/۰۰۰	جامعه‌پذیری سیاسی	مقدار پیرسون (P)	۰/۰۰۰
	شاخص کای دو (CMIN/DF)	۳/۷۴۲		شاخص کای دو (CMIN/DF)	۳/۷۴۲
	شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۸۹		شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۸۳
	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	۰/۸۵		شاخص برازش هنجار شده (NFI)	۰/۷۸
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۸۷		ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۸۸
	شاخص برازش تعدیل یافته (PCFI)	۰/۷۳		شاخص برازش تعدیل یافته (PCFI)	۰/۷۰

نمودار شماره (۲) مقادیر استاندارد شده متغیر گروه‌های مرجع است که نهاد خانواده (F1)، نهاد آموزشی (F2)، نهاد هم‌تایان (F3)، نهاد رسانه (F4)، نهاد سیاست (F5)، نهاد دین (F6) و نهاد بین‌الملل (F78) را دربر می‌گیرد. از آنجا که بارهای عاملی بیشتر متغیرها، مقداری بیش از ۰/۴۵ درصد داشته‌اند، می‌توان گفت، الگوی تحلیل عاملی برای شاخص‌های گروه مرجع، بیانگر مناسب بودن سطح روایی پرسش‌نامه برای سنجش این شاخص و ابعاد آن است.

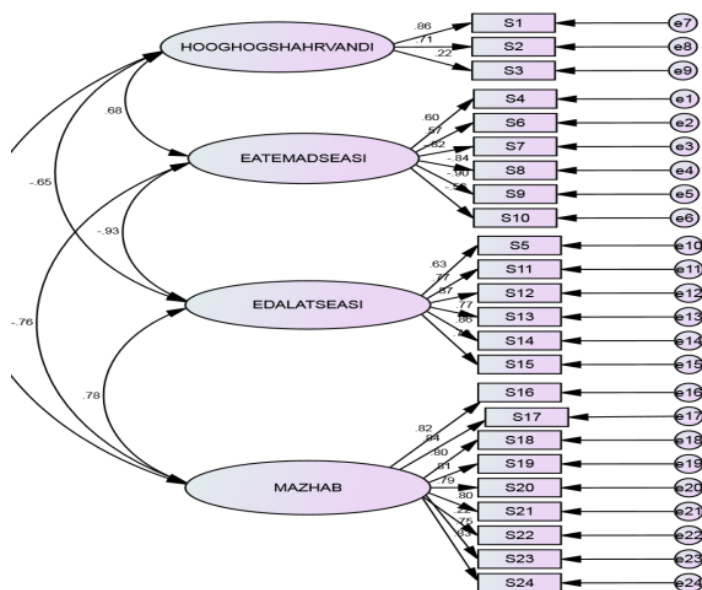
نمودار شماره (۲). الگوی استاندارد تحلیل عامل تأییدی متغیر گروه‌های مرجع



همچنین، الگوی شماره (۲) مقادیر استاندارد شده تحلیل عامل تأییدی برای متغیر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی را نشان می‌دهد که برپایه مقدار بار عاملی هر متغیر که بیشتر از ۰/۴۰ درصد

است، می‌توان گفت، الگوی تحلیل عاملی برای شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی، بیانگر مناسب بودن سطح روایی پرسش‌نامه برای سنجش این شاخص و ابعاد آن است.

نمودار شماره (۳). الگوی استاندارد تحلیل عامل تأییدی متغیر شاخص جامعه‌پذیری سیاسی



جدول شماره (۴) مقادیر آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. برپایه مقادیر جدول، میانگین نمره‌های وفاداری سیاسی برابر با ۸۵/۴۷ است که براساس مقدار آزمون $t(6/011)$ و سطح معناداری (۰۰۰ درصد) می‌توان گفت، بین میانگین نمره‌های موردانتظار (۹۳) و نمره‌های محاسبه‌شده، تفاوت معنادار آماری وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که برپایه مقادیر خودگردان‌سازی برای مؤلفه میانگین میزان وفاداری سیاسی، جامعه آماری با فاصله اطمینان ۹۵ درصد از حداقل ۸۲/۸۲ تا حداکثر ۸۸/۲۴ درصد، وفاداری سیاسی پایین‌تر از حد میانگین موردانتظار دارند. درباره گروه مرجع سیاسی می‌توان گفت، میانگین نمره‌های موردانتظار با میانگین محاسبه‌شده همه نهادهای موردبررسی، به‌جز نهاد مذهب، با هم تفاوت معنادار آماری دارند. همچنین، نتایج جدول نشان می‌دهد، بین میانگین نمره‌های موردانتظار و میانگین محاسبه‌شده برحسب آزمون t با سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح معناداری ۰۰۰ درصد، تفاوت معنادار آماری وجود دارد و قابل‌تعمیم به جامعه موردبررسی است.

جدول شماره (۴). نتایج شاخص‌های آماری متغیرهای پژوهش

آمار توصیفی		آمار استنباطی		شاخص و میانگین مورد انتظار	
میانگین	انحراف معیار	آزمون t	معناداری	کمران	کمران بالا
۸۵/۴۷۱	۲۴/۸۱۰	۶/۰۱۱۱	۰/۰۰۰	خودگردان سازی	۸۸/۲۴
۱۵/۲۲	۴/۸۵۶	۱۰/۵۳۸	۰/۰۰۰	نهاد خانواده (۱۵)	۱۴/۷۲
۱۸/۱۷	۵/۰۲۷	۱۱/۸۴۶	۰/۰۰۰	نهاد آموزشی (۱۸)	۱۷/۶۲
۱۵/۹۸	۴/۰۴۱	۳۹/۴۸	۰/۰۰۰	نهاد سیاست (۹)	۱۵/۵۹
۱۰/۱۶	۳/۴۲	۰/۹۱۷	۰/۳۶	نهاد دین (۱۲)	۹/۸۳
۹/۷۷	۳/۱۸	-۱۶/۰۶	۰/۰۰۰	نهاد همسالان (۱۵)	۹/۴۵
۱۴/۵۶	۴/۵۸	۱۸/۷۱	۰/۰۰۰	نهاد رسانه (۱۲)	۱۴/۰۸
۸/۳۵	۳/۴۳۳	۱۸/۳۷	۰/۰۰۰	حقوق شهروندی (۹)	۱۱/۰۴
۲۱/۴۹	۴/۷۳	۲۵/۳۷	۰/۰۰۰	اعتماد سیاسی (۱۸)	۲۰/۹۳
۲۰/۳۳	۵/۳۸	۳۷/۲۰	۰/۰۰۰	عدالت اجتماعی (۹)	۱۹/۷۴
۲۵/۵۷	۱۰/۱۷	۵/۶۵	۰/۰۰۰	مذهب (۱۸)	۲۴/۵۷
۳۰/۶۶	۹/۴۸	-۸/۵۸	۰/۰۰۰	تمایل به جهانی شدن (۴۲)	۰/۰۰۰
۱۱/۲۱۳	۱/۶۰۶	۴۳/۳۱۷	۰/۰۰۰	آگاهی سیاسی (۹)	۱۱/۳۶
۲/۰۲۶	۰/۶۷۵	۵۶/۶۶	۰/۰۰۰	گروه نسلی (۲)	۲/۱۰

• فرضیه شماره ۱: بین گروه نسلی و انتخاب گروه‌های مرجع (خانواده، رسانه و دین) پیوستگی معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۵) مقادیر آمار استنباطی برای متغیرهای گروه‌های نسلی و گروه‌های مرجع را نشان می‌دهد.

به منظور بررسی تفاوت میانگین بین گروه‌های مرجع سیاسی از تحلیل واریانس (برای داده‌های همگن) و آزمون ولچ (عدم برابری واریانس) استفاده شده که برپایه مقادیر آزمون لون محاسبه شده است. مقادیر آزمون نشان می‌دهد که از بین گروه‌های مرجع سیاسی، نهادهای خانواده، دین، و رسانه همگن نبوده‌اند که برای آن‌ها از آزمون ولچ و برای نهادهای آموزشی، سیاست، همتایان و روابط بین الملل به دلیل همگنی واریانس‌ها از آزمون f استفاده شده است. نتایج گنجانده شده در جدول شماره (۵) نشان می‌دهد، میانگین نمره‌های گروه مرجع خانواده، دین، و رسانه برپایه آزمون ولچ با سطح خطای کمتر از ۵ درصد معنادار بوده است. برپایه مقادیر آزمون F،

گویه‌های دیگر گروه مرجع سیاسی معنادار نبوده است.

جدول شماره (۵). نتایج میزان متغیرهای اصلی گروه مرجع سیاسی با گروه‌های مختلف نسلی

گروه مرجع	آماره	گروه نسلی			همگنی واریانس		تحلیل واریانس/ولج		آزمون تعقیبی
		اول	دوم	سوم	مقدار	معناداری	مقدار	معناداری	
خانواده	میانگین	۱۵/۶۴	۱۵/۵۸	۱۰/۶۹	۴/۸۶	۰/۰۰۰	۳/۷۰۷	۰/۰۲۶	تام هینس
	انحراف معیار	۴/۴۱۱	۵/۱۲۸	۴/۴۵	۱۳	ناهمگن		۰	
آموزشی	میانگین	۱۸/۸۵	۱۷/۷۷	۱۷/۵۷	۳/۹۳۰	۰/۴۸	۱/۹۳۲	۰/۲۷	بونفرونی
	انحراف معیار	۴/۳۰۵	۵/۲۹	۴/۹۸		همگن			
سیاست	میانگین	۱۶/۰۸	۱۶/۲۵	۱۵/۲۸	٪۷۷۵	۰/۳۷۹	۱/۷۵۳	۰/۱۷	بونفرونی
	انحراف معیار	۳/۹۷	۴/۲۷	۳/۴۹		همگن			
دین	میانگین	۹/۴۱۵	۱۰/۱۸	۱۰/۷۷	۷۴/۸۹	۰/۰۰۰	۳/۲۱۸	۰/۴۳	تام هینس
	انحراف معیار	۳/۶۰۳	۳/۴۳	۳/۱۴		ناهمگن		۰	
نهاد رسانه	میانگین	۱۵/۴۴	۱۴/۸۱	۱۳/۲۶	۲۵/۰۸	۰/۰۰۰	۶/۰۶۵	۰/۰۳	تام هینس
	انحراف معیار	۳/۸۹	۴/۸۳	۴/۳۲		ناهمگن			

با توجه به اینکه آزمون ولج نمی‌تواند مشخص کند که معناداری به‌دست‌آمده ناشی از تفاوت کدام گروه‌ها است، به‌منظور مشخص شدن منشأ اختلاف، از آزمون تعقیبی تام‌هینس استفاده شده است. برپایه نتایج آزمون تام‌هینس برای گروه مرجع خانواده می‌توان گفت، معناداری آزمون ولج ناشی از تفاوت میانگین نسل دوم و سوم است و می‌توان استنباط کرد، پابندی نسل دوم به گروه خانواده بیشتر از نسل سوم است. نتایج همین آزمون برای مشخص شدن منشأ گروه مرجع رسانه نشان می‌دهد که این تفاوت، ناشی از اختلاف میانگین نسل اول و سوم است و می‌توان استنباط کرد که پابندی نسل سوم به گروه مرجع رسانه بیشتر است. برای مشخص شدن منشأ اختلاف در گروه مرجع دینی نیز می‌توان گفت، ناشی از اختلاف میانگین نسل اول و دوم با گروه نسلی سوم است و مقادیر نشان می‌دهد که نسل اول، پابندی بیشتری به دین دارند؛ بنابراین، به‌طورکلی می‌توان گفت، نسل اول (بالای ۵۰ سال) گروه مرجع دینی را برای عقاید سیاسی خود الگو گرفته‌اند، نسل دوم (۳۰ تا ۵۰ سال) را کسانی تشکیل داده‌اند که گروه مرجع خانواده را به‌عنوان الگو برای فعالیت سیاسی انتخاب کرده‌اند و سرانجام، نسل سوم (کمتر از ۳۰ سال) در انتخاب گروه مرجع برای الگوپذیری سیاسی، تحت تأثیر رسانه‌ها و

محتوای آن‌ها بوده‌اند. در نتیجه، هدف نخست پژوهش که مشخص کردن گروه‌های مرجع سیاسی برای نسل‌های سه‌گانه است، محقق شد و قابل تعمیم به جامعه آماری است.

جدول شماره (۶). مقایسه میانگین گروه‌های مرجع برپایه آزمون تعقیبی تام هینس

آزمون تعقیبی	مرجعیت	گروه مبنا	ابعاد مورد مقایسه	اختلاف میانگین	خطای استاندارد	معناداری		فاصله اطمینان ۹۵ درصد
						کران بالا	کران پایین	
نام هینس	گروه مرجع نهاد رسانه	نسل اول	نسل دوم	۰/۰۶۵۳	۰/۰۶۳۲	۰/۰۹۹	-۱/۴۶	۱/۵۹
			نسل سوم	۱/۵۷۹	۰/۷۰۰۵	۰/۰۷۵	-۰/۱۱۱	۳/۲۷
		نسل دوم	نسل اول	-۰/۰۶۵	۰/۰۶۳۲	۰/۰۹۹	-۱/۵۹	۱/۴۶
			نسل سوم	۱/۵۱	۰/۶۰۳	۰/۰۳۸	۰/۰۵۹	۲/۹۶
		نسل سوم	نسل اول	-۱/۵۷	۰/۷۰۰	۰/۰۷۵	-۳/۲۷	۰/۱۱۲
			نسل دوم	-۱/۵۱	۰/۶۰۳	۰/۰۳۸	-۲/۹۶	-۰/۰۵۹
نام هینس	گروه مرجع نهاد رسانه	نسل اول	نسل دوم	-۰/۷۸۲	۰/۴۸۶	۰/۰۳۹	-۱/۹۵	۰/۳۹۵
			نسل سوم	-۱/۳۶۴	۰/۵۳۷	۰/۰۳۶	-۲/۶۶	-۰/۰۶۶
		نسل دوم	نسل اول	۰/۷۸۲	۰/۴۸۶	۰/۲۹۶	-۰/۳۹۵	۱/۹۵۹
			نسل سوم	-۰/۵۸۲	۰/۴۱۸	۰/۴۱۹	-۱/۵۹	۰/۴۲۵
		نسل سوم	نسل اول	۱/۳۶۴	۰/۵۳۷	۰/۰۳۶	۰/۶۶	۲/۶۶
			نسل دوم	۰/۵۸۲	۰/۴۱۸	۰/۴۱۹	-۰/۴۲۵	۱/۵۹
ن	گروه مرجع نهاد رسانه	نسل اول	نسل دوم	۰/۶۲۸	۰/۵۷۱	۰/۶۱۶	-۰/۷۵۰	۲/۰۰۶
			نسل سوم	۲/۱۸۱	۰/۶۴۷	۰/۰۰۳	۰/۶۱۷	۳/۷۴۵
		نسل دوم	نسل اول	-۰/۶۲۸	۰/۵۷۱	۰/۶۱۶	-۲/۰۰۶	۰/۷۵۰
			نسل سوم	۱/۵۵۳	۰/۵۸۰	۰/۰۲۴	۰/۱۵۵	۲/۹۵۱
		نسل سوم	نسل اول	-۲/۱۸۱	۰/۶۴۷	۰/۰۰۳	-۳/۷۴۵	۰/۶۱۷
			نسل دوم	-۱/۵۵۳	۰/۵۸۰	۰/۰۲۴	-۲/۹۵	-۰/۱۵۵

• فرضیه شماره ۲: گروه‌های مرجع سیاسی بر وفاداری سیاسی تأثیرگذارند.

جدول شماره (۷) تأثیر گروه مرجع سیاسی را بر وفاداری سیاسی نشان می‌دهد. برای رسیدن به رابطه بین دو متغیر، از ضریب رگرسیونی و روش ورود هم‌زمان^۱ استفاده شده است. این جدول، مقادیر مربوط به دو مؤلفه را نشان می‌دهد. برپایه مقادیر جدول می‌توان گفت،

1. Enter

رابطه بین دو متغیر بر پایه ضریب همبستگی $R=0/855$ است. مقادیر ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که مقدار $72/5$ درصد از تغییرات متغیر وفاداری سیاسی توسط 6 بعد گروه مرجع سیاسی تبیین شده است. با توجه به مقدار آزمون $F(132/309)$ با خطای کمتر از 5 درصد و مقدار معناداری 000 درصد می‌توان گفت، مدل رگرسیون، مدل خوبی است و می‌تواند تغییرات متغیر وفاداری سیاسی را به خوبی برآورد کند. بر پایه مقادیر بتای ارائه شده در جدول که ضرایب استاندارد رگرسیونی هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد، می‌توان گفت، نهاد دین با مقدار $0/136$ و نهاد آموزش با مقدار 136 درصد، بیشترین تأثیر را بر میزان وفاداری سیاسی داشته‌اند؛ به این معنا که به ازای هر یک واحد افزایش انحراف استاندارد در متغیرهای مستقل، به اندازه میزان بتای آن‌ها بر متغیر وفاداری سیاسی افزایش انحراف استاندارد خواهیم داشت. مقادیر نهاد سیاست و رسانه نیز که مقدار منفی را نشان می‌دهد، بیانگر رابطه معکوس این نهادها با وفاداری سیاسی است؛ به بیان روشن‌تر، برای هر واحد کاهش انحراف استاندارد در متغیرهای مستقل، به اندازه میزان بتای آن‌ها در متغیر وفاداری سیاسی افزایش انحراف استاندارد خواهیم داشت.

جدول شماره (۷). مقادیر رگرسیونی تأثیر گروه‌های مرجع بر وفاداری سیاسی

Sig	مقدار آزمون f	خطای برآورد	ضریب تعیین تعدیل شده	مجدور، مربعات	ضریب همبستگی
0/000	132/309	13/015	0/725	0/730	0/855
همبستگی		ضرایب استاندارد		ضرایب غیراستاندارد	
مدل	B	انحراف	Beta	آماره t	معناداری
نیمه تفکیکی	مرتبه صفر	تفکیکی	مرتبه صفر	تفکیکی	مرتبه صفر
نهاد خانواده	0/531	0/206	0/103	2/57	0/010
نهاد آموزشی	0/678	0/207	0/136	3/269	0/001
نهاد سیاست	-1/043	0/245	-0/169	-4/263	0/000
نهاد دین	0/798	0/260	0/110	3/065	0/002
نهاد رسانه	-2/310	0/243	-0/426	-9/499	0/000

• فرضیه شماره ۳: میانگین وفاداری سیاسی در بین نسل‌های سه‌گانه متفاوت است.

جدول شماره (۸) میانگین نمره‌های وفاداری سیاسی برحسب گروه‌های نسلی را نشان می‌دهد. به منظور بررسی تفاوت میانگین میزان وفاداری سیاسی برحسب گروه‌های نسلی از

تحلیل واریانس استفاده شده است. از آنجاکه مقادیر به‌دست‌آمده از طریق آزمون لون با مقدار $0/088$ و سطح معناداری 000 درصد به‌دست‌آمده و نشان می‌دهد که میزان واریانس گروه‌ها برابر نیست، برای بررسی میزان تفاوت میانگین، از آزمون ولچ و برای بررسی ریشه تفاوت‌ها از آزمون تعقیبی تام‌هینس استفاده شده است. نتایج آزمون ولچ با مقدار $3/34$ با سطح خطای کمتر از 5 درصد و میزان معناداری $0/038$ نشان می‌دهد، میانگین نمرات میزان وفاداری سیاسی برحسب گروه‌های نسلی متفاوت است. همچنین، برپایه نتایج جدول و مقدار آزمون تام‌هینس می‌توان گفت، اختلافات میانگین آزمون ولچ در وفاداری سیاسی، ریشه در تفاوت بین نسل اول و سوم دارد؛ به‌گونه‌ای که میزان وفاداری سیاسی نسل اول با اختلاف زیادی از نسل سوم بیشتر است. به‌بیان روشن‌تر، نسل اول (افراد بالاتر از پنجاه سال) وفاداری سیاسی بیشتری در مقایسه با نسل سوم (افراد زیر ۳۰ سال) دارند. نتایج به‌دست‌آمده را می‌توان به جامعه مورد مطالعه شهر کرمانشاه تعمیم داد.

جدول شماره (۸). مقادیر آزمون ولچ برای تفاوت میانگین وفاداری سیاسی برحسب گروه‌های نسلی

وضعیت فرضیه		سطح معناداری		مقدار آزمون ولج		وضعیت		سطح معناداری		مقدار آزمون لون	
H1 تأیید فرض		۰/۰۳۸		۳/۳۴۱		ناهمگن		۰/۰۰۰		۰/۰۸۸	
کران بالا	کران پایین	معناداری	انحراف	اختلاف	ابعاد نسلی	گروه نسلی	مؤلفه	آزمون			
۱۱/۵۱	-۳/۶۱۹	۰/۵۰۷	۳/۱۳۵	۳/۹۴۶	دوم	نسل اول	وفاداری سیاسی	تام هینس			
۱۷/۶۲	%۵۹۱	۰/۰۳۲	۳/۵۲	۹/۱۰۷	سوم						
۳/۶۱۹	-۱۱/۵۱۱	۰/۵۰۷	۳/۱۳۵	-۳/۹۴۶	اول	نسل دوم					
۱۲/۷۷	-۲/۴۹۹	۰/۲۸۱	۳/۱۵۸	۵/۱۶۱	سوم						
-۰/۵۹۱	-۱۷/۶۲	۰/۰۳۲	۳/۵۲۸	-۹/۱۰۷	اول	نسل سوم					
۲/۴۴	-۱۲/۷۷	۰/۲۸۱	۳/۱۵۸	-۵/۱۶۱	دوم						

می‌دهد، بین تمایل به جهانی‌شدن با مقدار $0/169$ - درصد با سطح خطای کمتر از ۵ درصد و سطح معناداری $0/001$ درصد با وفاداری سیاسی، همبستگی معکوسی وجود دارد؛ به بیان روشن‌تر، تمایل به جهانی‌شدن سبب کاهش میزان وفاداری سیاسی می‌شود. همچنین، متغیر آگاهی سیاسی با مقدار $0/820$ - درصد با سطح خطای کمتر از ۵ درصد و سطح معناداری $0/036$ - درصد نیز نشان‌دهنده رابطه معکوس بین آگاهی سیاسی و وفاداری سیاسی است. این یافته‌ها، تأیید شده و قابل تعمیم به جامعه آماری است.

جدول شماره (۹). مقادیر ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای تمایل به جهانی‌شدن و آگاهی سیاسی با وفاداری

سیاسی

متغیر مستقل	مقدار آزمون پیرسون	سطح معناداری	درجه اطمینان	وضعیت فرضیه
گرایش به جهانی‌شدن	$-0/169$	$0/001$	$0/95$	تأیید فرضیه H1
آگاهی سیاسی	$-0/820$	$0/036$	$0/95$	تأیید فرضیه H1

• فرضیه شماره ۵: شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی بر وفاداری سیاسی تأثیر مستقیم و مثبتی دارند.

جدول شماره (۱۰) تأثیر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی را بر وفاداری سیاسی نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر، برای بررسی تأثیر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی بر وفاداری سیاسی از مدل رگرسیون چندمتغیره و روش ورود هم‌زمان استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد، بین متغیرهای پژوهش با مقدار $R=0/907$ همبستگی قوی‌ای وجود دارد. مقادیر ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد، مدل توانسته است $82/1$ درصد از تغییرات متغیر وفاداری سیاسی را برآورد کند. برپایه مقادیر آزمون $F(398/058)$ و سطح معناداری 000 درصد می‌توان گفت، مدل به‌کاررفته، مدل مناسبی است که می‌تواند تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند. نتایج آزمون T در سطح خطای کمتر از ۵ درصد نیز نشان می‌دهد، بین هر ۴ گویه شاخص جامعه‌پذیری سیاسی با وفاداری سیاسی، رابطه وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که گویه مذهبی با مقدار بتای $0/592$ و گویه عدالت اجتماعی با مقدار بتای $0/205$ ، بیشترین تأثیر را بر میزان وفاداری سیاسی داشته‌اند. این یافته‌ها را می‌توان به شهروندان کرمانشاه تعمیم داد.

جدول شماره (۱۰). مقادیر رگرسیونی برای برآورد تأثیر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی بر وفاداری سیاسی

مقدار همبستگی	ضریب تعیین	خطای برآورد	مقدار آزمون F	معناداری
۹۰۷ درصد	۸۲۳ درصد	۱۰/۵۰۶	۳۹۸/۰۵۸	۰۰۰ درصد
مدل	ضرایب غیراستاندارد		مقدار آزمون t	معناداری
	B	انحراف معیار		
محرومیت حقوق شهروندی	-۶۲۶ درصد	۱۹۷ درصد	-۳/۱۸۰	۰۰۲ درصد
اعتماد سیاسی	۷۱۸ درصد	۱۹۰ درصد	۳/۷۸۹	۰۰۰ درصد
عدالت اجتماعی	۹۵۱ درصد	۱۸۷ درصد	۵/۰۷۳	۰۰۰ درصد
بعد شناختی مذهب	۱/۴۴۵	۰۸۶ درصد	۱۶/۸۴۵	۰۰۰ درصد

۷. تحلیل مسیر

در پژوهش حاضر از مدل تحلیل مسیر برای مشخص کردن روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها استفاده شده است. برپایه خروجی‌های مدل که در جدول ارائه شده است می‌توان گفت، مدل از برازش خوبی برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که شاخص کای دو با مقدار ۱/۱۷۹ و سطح معناداری ۰/۰۳، معنادار بوده است. سایر مقادیر برازش مدل در جدول شماره (۱۱) مشخص شده است.

جدول شماره (۱۱). مقادیر برازش مدل تحلیل مسیر برای متغیر وفاداری سیاسی

پارامتر	مقادیر معناداری	مقادیر به دست آمده	وضعیت
شاخص کای دو CMIN/DF	بین ۱ تا ۵	۱/۱۷۹	قوی
مقدار پیرسون P	کمتر از ۰/۵۰	۰/۰۳۱	قوی
برازش هنجار شده NFA	بین ۰ تا ۱	۰/۹۹	قوی
نیکویی برازش GFI	بین ۰ تا ۱	۰/۹۹	قوی
نیکویی برازش اصلاح شده AGFI	بین ۰ تا ۱	۰/۹۹	قوی
شاخص برازش هنجار شده مقتصد PNI	کمتر از ۰/۵	۰/۲۸	ضعیف
شاخص برازش تطبیقی مقتصد PCFI	کمتر از ۰/۵	۰/۲۸	ضعیف
شاخص برازش تطبیقی CFI	بین ۰ تا ۱	۰/۹۹	قوی
شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	کمتر از ۰/۵	۰/۰۲۳	قوی

با توجه به اینکه مقادیر برازش مدل نشان‌دهنده مطلوبیت مدل مسیر بوده است، برپایه مقادیر نمودار می‌توان روابط مستقیم و غیرمستقیم متغیرها را تجزیه و تحلیل کرد. براساس مقادیر گنجانده شده در نمودار می‌توان گفت، ۸۰ درصد از واریانس متغیر وفاداری سیاسی توسط سه متغیر میانجی گروه‌های مرجع سیاسی، شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی، و تمایل به جهانی شدن و دو متغیر مستقل گروه‌های نسلی و آگاهی سیاسی تبیین شده است. همچنین،

متغیرهای میانجی و مستقل توانسته‌اند ۵۱ درصد از واریانس شاخص جامعه‌پذیری سیاسی، ۰/۰۱۱ درصد از واریانس گروه‌های مرجع سیاسی و ۰/۰۵ درصد از واریانس تمایل به جهانی شدن را تبیین کنند. درباره روابط مستقیم متغیرهای پژوهش می‌توان گفت، تنها متغیرهای گروه مرجع سیاسی با مقدار ۰/۲۳ درصد و شاخص جامعه‌پذیری سیاسی با مقدار ۷۳ درصد و آگاهی سیاسی با مقدار ۰/۰۵ - درصد بر متغیر وفاداری سیاسی تأثیر مستقیم داشته‌اند که بیشترین تأثیر مستقیم، مربوط به شاخص جامعه‌پذیری سیاسی بوده است. افزون‌براین، دو متغیر گروه مرجع سیاسی و شاخص جامعه‌پذیری سیاسی بر وفاداری سیاسی تأثیر مثبت و متغیر آگاهی سیاسی بر متغیر وفاداری سیاسی تأثیر منفی داشته است که بیانگر رابطه معکوس بین دو متغیر آگاهی سیاسی و وفاداری سیاسی است.

درباره تأثیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیرهای میانجی نیز می‌توان گفت، گروه‌های مرجع سیاسی با مقدار ۶۸ درصد و تمایل به جهانی شدن با مقدار ۳۳- درصد بر متغیر شاخص جامعه‌پذیری سیاسی تأثیر داشته‌اند. تمایل به جهانی شدن با مقدار ۱۲ درصد بر متغیر میانجی گروه‌های مرجع تأثیر مستقیم داشته است. متغیر گروه‌های نسلی با مقدار ۱۱ درصد و آگاهی سیاسی با مقدار ۱۵- درصد نیز بر متغیر میانجی تمایل به جهانی شدن تأثیر مستقیمی داشته است. مقادیر تأثیرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در جدول شماره (۱۲) ارائه شده است.

جدول شماره (۱۲). مقادیر معناداری برای برآورد اثر مستقیم متغیرهای پژوهش

پارامترهای برآورد مدل و سطوح معناداری						
متغیر مستقل	متغیر وابسته	Estimate	S.E	C.R	معناداری	اثر مستقیم
گروه‌های نسلی	تمایل به جهانی شدن	۱/۵۸۱	۰/۷۷۳	۲/۰۴۷	۰/۰۴۱	۰/۱۱۳
آگاهی سیاسی	تمایل به جهانی شدن	-۰/۹۱۲	۰/۳۲۶	-۲/۸۰۲	۰/۰۰۵	-۰/۱۵۴
تمایل به جهانی شدن	گروه‌های مرجع سیاسی	۰/۲۹۰	۰/۱۳۳	۲/۱۸۹	۰/۰۲۹	۰/۱۲
تمایل به جهانی شدن	جامعه‌پذیری سیاسی	-۰/۵۸۷	۰/۰۶۶	-۸/۹۱۶	۰/۰۰۰	۰/۳۳
گروه مرجع سیاسی	جامعه‌پذیری سیاسی	۰/۴۷۴	۰/۰۲۶	۱۸/۰۳۰	۰/۰۰۰	۰/۶۸
گروه مرجع سیاسی	وفاداری سیاسی	۰/۲۴۵	۰/۰۳۳	۷/۴۲۲	۰/۰۰۰	۰/۲۳
جامعه‌پذیری سیاسی	وفاداری سیاسی	۱/۰۸۸	۰/۰۴۷	۲۳/۱۴۱	۰/۰۰۰	۰/۷۳
آگاهی سیاسی	وفاداری سیاسی	-۰/۸۲۰	۰/۳۷۸	-۲/۱۷۱	۰/۰۳۰	۰/۰۵۳

جدول شماره (۱۳) مقدار کوواریانس دو متغیر گروه‌های نسلی و آگاهی سیاسی را نشان

می‌دهد. برپایه داده‌های جدول می‌توان گفت، بین دو متغیر گروه‌های نسلی و آگاهی سیاسی، هم‌خطی از نوع منفی با مقدار تأثیر ۳۵- درصد و مقدار معناداری ۰۰۰ درصد وجود دارد.

جدول شماره (۱۳). مقادیر کوواریانس متغیرهای مستقل پژوهش

پارامترهای برآورد مدل و سطوح معناداری					
مؤلفه	Estimate	S.E	C.R	معناداری	وضعیت
گروه‌های نسلی	۲/۰۳۷	۰/۰۳۶	۵۶/۶۶	۰/۰۰۰	تائید
آگاهی سیاسی	۱۱/۲۱۰	۰/۰۸۶	۱۳۰/۸۰۴	۰/۰۰۰	تائید
کوواریانس مشترک	-۰/۴۳	۰/۰۶۱	-۵/۷۵	۰/۰۰۰	تائید

۸. اثرات غیرمستقیم و اثر کل

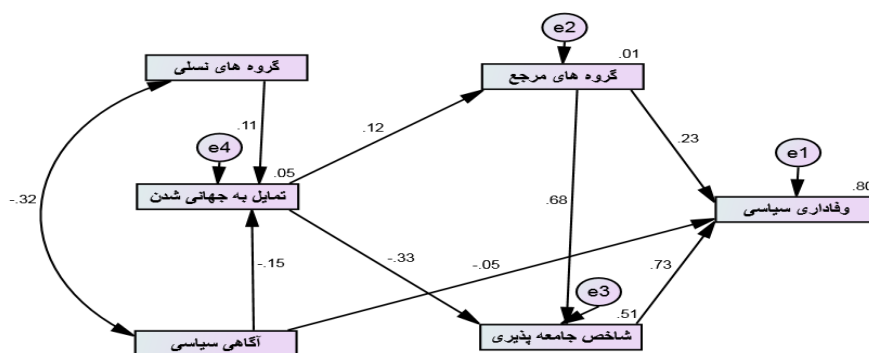
در مدل تحلیل مسیر، افزون‌بر بررسی روابط مستقیم و ضریب تأثیر متغیرهای مستقل و میانجی بر متغیر وابسته و بررسی مقادیر کوواریانس و روابط هم‌خطی بین متغیرهای مستقل پژوهش، می‌توان مقادیر غیرمستقیم و اثر کل متغیرها بر متغیر وابسته را نیز تبیین کرد که در جدول شماره (۱۴) ارائه شده است. برپایه داده‌های این جدول می‌توان گفت، گروه‌های نسلی از طریق ۳ مسیر مقدار ۰/۰۱۸- متغیر آگاهی سیاسی از طریق ۳ مسیر با مقدار ۰۲۵- درصد و متغیر تمایل به جهانی‌شدن از طریق ۳ مسیر با مقدار ۰/۱۵۹- بر متغیر وفاداری سیاسی اثر غیرمستقیمی داشته‌اند. اثر کل متغیرها نیز برای گروه‌های نسلی برابر با ۰/۰۱۸- برای متغیر آگاهی سیاسی ۰/۰۲۵؛ و برای تمایل به جهانی‌شدن برابر با ۰/۱۵۹- بوده است.

جدول شماره (۱۴). مقادیر اثرات غیرمستقیم و اثر کل متغیرهای پژوهش

مؤلفه	مسیر و مقادیر	اثر تفکیکی	اثر غیرمستقیم	اثر کل
گروه‌های نسلی	گروه‌های نسلی به تمایل به جهانی‌شدن (۰/۱۱۳) تمایل به جهانی‌شدن به گروه‌های مرجع (۰/۱۱۶) گروه‌های مرجع به وفاداری سیاسی (۰/۲۳۳)	۰/۰۳۰۱	-۰/۰۱۸	۰/۰۱۸- ۰
	گروه‌های نسلی به تمایل به جهانی‌شدن (۰/۱۱۳) تمایل به جهانی‌شدن به گروه‌های مرجع (۰/۱۱۶) گروه‌های مرجع به شاخص‌های جامعه‌پذیری (۰/۶۷۵) شاخص‌های جامعه‌پذیری به وفاداری سیاسی (۰/۷۲۷)	۰/۰۶۴۵		
	گروه‌های نسلی به تمایل به جهانی‌شدن (۰/۱۱۳) تمایل به جهانی‌شدن به شاخص جامعه‌پذیری (۰/۳۳۴) شاخص جامعه‌پذیری به وفاداری سیاسی (۰/۷۲۷)	-۰/۰۲۷۳		

۰/۰۲۸ -	-۰/۰۲۵	۰/۰۳۷۳	آگاهی سیاسی به تمایل به جهانی شدن (-۰/۱۵۴) تمایل به جهانی شدن به شاخص های جامعه پذیری (-۰/۳۳۴) شاخص جامعه پذیری سیاسی به وفاداری سیاسی (۰/۷۲۷)	آگاهی سیاسی
		-۰/۰۰۴۱۶	آگاهی سیاسی به تمایل جهانی شدن (-۰/۱۵۴) تمایل به جهانی شدن به گروه های مرجع (۰/۱۱۶) گروه های مرجع به وفاداری سیاسی (۰/۲۳۳)	
		-۰/۰۰۸۷۳	آگاهی سیاسی به تمایل به جهانی شدن (-۰/۱۵۴) تمایل به جهانی شدن به گروه های مرجع (۰/۱۱۶) گروه های مرجع به شاخص جامعه پذیری (۰/۶۷۵) شاخص جامعه پذیری به وفاداری سیاسی (۰/۷۲۷)	
۰/۱۵۹ -	-۰/۱۵۹	۰/۰۲۷۰	تمایل به جهانی شدن به گروه های مرجع (۰/۱۱۶) گروه های مرجع به وفاداری سیاسی (۰/۲۳۳)	تمایل به جهانی شدن
		۰/۰۵۶۹	تمایل به جهانی شدن به گروه های مرجع (۰/۱۱۶) گروه های مرجع به شاخص جامعه پذیری (۰/۶۷۵) شاخص جامعه پذیری به وفاداری سیاسی (۰/۷۲۷)	
		-۰/۰۲۴۲	تمایل به جهانی شدن به شاخص جامعه پذیری (-۰/۳۳۴) شاخص جامعه پذیری به وفاداری سیاسی (۰/۷۲۷)	

نمودار شماره (۴). مقادیر استاندارد تحلیل مسیر



نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تبیین تغییرات بین‌نسلی گروه‌های مرجع سیاسی و تأثیر آن بر وفاداری سیاسی شهروندان شهر کرمانشاه انجام شده است. روش پژوهش، پیمایش و ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه محقق‌ساخته بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تفاوت‌های نسلی و ارزش‌ها و هنجارهای مرتبط با هر نسل در شهر کرمانشاه سبب شده است که نسل‌های مختلف، گروه‌های مرجع متفاوتی را برای جامعه‌پذیری خود در نظر بگیرند. از آنجاکه گروه‌های مرجع بر پایه اهداف خاصی سازمان‌دهی شده‌اند، هر گروه مرجع، ارزش‌ها و هنجارهای متفاوتی را در شهروندان درونی می‌کند؛ بنابراین، با دو گروه مرجع مثبت و منفی روبه‌رو هستیم. به‌طورکلی، بر پایه نتایج پژوهش مشخص شد که نسل اول انقلاب (افراد بالای ۵۰ سال) گروه مرجع مذهبی را به‌عنوان الگوی کنش‌های سیاسی خود در نظر گرفته و وفاداری سیاسی بالایی دارند؛ و نسل دوم (افراد بین ۳۰ تا ۵۰ سال) گروه مرجع خانواده و گروه نسلی سوم (افراد کمتر از ۳۰ سال) گروه مرجع رسانه را به‌عنوان معیاری برای کنش‌های سیاسی خود انتخاب کرده‌اند. در این بین، میزان وفاداری سیاسی نسل سوم، کمتر از دو گروه نسلی پیشین است که می‌توان گفت، تا حد زیادی به دلیل محتوای برنامه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های مجازی و البته تأثیر آن‌ها بر آگاهی سیاسی شهروندان و همچنین، نقش آن‌ها در شفافیت صحنه سیاسی کشور و نشان دادن ناکارآمدی افراد بی‌تخصصی است که بر همه ارکان کشور استیلا دارند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که آگاهی سیاسی و تمایل به جهانی‌شدن با وفاداری سیاسی، همبستگی معکوسی داشته است. نتایج پژوهش با نتایج پژوهش خواجه‌سروی و همکاران (۱۴۰۰) که بر تأثیر مستقیم جهانی‌شدن و آگاهی سیاسی بر مشارکت سیاسی تأکید کرده‌اند، همسویی نداشته، اما با نتایج پژوهش‌های محمدی‌فر و نصر اصفهانی (۱۴۰۰) در زمینه تأثیر آگاهی سیاسی بر وفاداری سیاسی، نصری و همکاران (۱۳۹۷) درباره تفاوت نسلی و پژوهش‌های تریانندیس و همکاران (۲۰۱۹) و پرسون (۲۰۱۷) در مورد تأثیر گروه‌های مرجع بر رفتارهای سیاسی، همسو بوده است. در این راستا نیوکمب بر این نظر است که افراد با توجه به هنجارهای گروه‌های مرجع، نگرش‌ها و رفتارهای همسو با آن را درونی می‌کنند و خود را ملزم به رعایت آن می‌دانند. این گروه‌های مرجع، اهداف، شیوه‌ها، و جهان‌بینی خاصی را در اعضای خود ایجاد می‌کنند؛ بنابراین، اگر گروه مرجع مورد نظر افراد با نظام سیاسی حاکم توافق داشته باشد، افراد را به مشارکت سیاسی و رعایت اصول اخلاقی آن سوق می‌دهد. ولگایز در بررسی

تأثیر رفتارهای سیاسی بین نسلی، بر نقش ایدئولوژی نظام سیاسی تأکید کرده است و بر این نظر است که نظام‌های سیاسی نوظهوری مانند ایران که با نظام سیاسی پیش از خودش به لحاظ ایدئولوژیک تفاوت آشکاری دارند، برای بقای خود و نظم در جامعه، از یک سو، نسل‌های پیشین را بر پایه ارزش‌های نو با اجتماعی می‌کنند و از سوی دیگر، نسل‌های آینده را به گونه‌ای آموزش می‌دهند که تربیت سیاسی‌ای همسو با ارزش‌های سیاسی داشته باشد. به نظر مانهایم، هر نسلی در فرایند اجتماعی و تاریخی زیست خود، دارای موقعیت مشترکی است که حوزه‌های کسب تجربه نسلی را تعیین می‌کند و دارای علایق مشترکی هستند؛ بنابراین، نسل‌ها دارای ارزش‌های مشترک، کنش متقابل مشترک، و خودآگاهی مشترکی هستند که درک آن‌ها را از رویدادهای سیاسی و اجتماعی هدایت می‌کند. افزون‌براین، این هم‌نوایی‌ها، زمانی رخ می‌دهد که نظام سیاسی، به زعم آلموند، وظایف درون‌داد و برون‌داد خود را به خوبی انجام دهد تا شهروندان نیز خود را مکلف به رعایت هنجارها و انجام وظایفشان در مقابل دولت بدانند. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود.

- از آنجاکه در انتخاب گروه‌های مرجع بین سه نسل اول، دوم، و سوم و همچنین، وفاداری سیاسی آن‌ها تفاوت وجود دارد و نقش رسانه در گروه نسلی سوم، اهمیت بیشتری دارد، پیشنهاد می‌شود از طریق کلاس‌ها و دوره‌های گوناگون به کودکان و نوجوانان درباره رسانه و چگونگی تشخیص اخبار درست از نادرست، آموزش‌هایی داده شود یا به بیان روشن‌تر، سواد رسانه‌ای افراد ارتقا پیدا کند؛

- از آنجاکه تمایل به جهانی‌شدن با وفاداری سیاسی رابطه معکوسی داشته است، پیشنهاد می‌شود، نهادهای جامعه‌پذیری نه تنها با فرایند جهانی‌شدن مقابله نکنند، بلکه با آشناسازی نسل‌ها با ابعاد سازنده جهانی‌شدن مانند تخصص‌گرایی و تولید علم، توجه را به سوی این ابعاد هدایت کنند؛

- با توجه به اختلاف نسلی در بین نسل‌های اول و سوم و از آنجاکه گروه نسلی اول، یعنی افرادی که سال‌خورده‌تر هستند، بیشتر به گروه‌های مرجع مذهبی پایبندی دارند و با عنایت به تغییر گروه‌های مرجع در بین سه نسل اول، دوم، و سوم و کاهش نقش نهاد دین به عنوان یک مرجع تأثیرگذار، لازم است درباره روش‌های تبلیغ دین و به ویژه تبلیغ نوع خاصی از نگرش دینی، بازنگری شود و از افراط و جهت‌گیری‌هایی تنش‌زای نسلی پرهیز شود.*

منابع

- افلاکی فرد، حسین؛ میرزا جعفری، ابراهیم؛ سعادتمند، زهره؛ کشتی، نرگس (۱۳۹۲). شکاف نسلی و انتزاع ابعاد تربیت بین نسلی در قلم و برنامه درسی، یک مطالعه کیفی. فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافت نو در مدیریت آموزشی، ۴(۳)، پیاپی ۱۵.
- پناهی، محمدحسین (۱۳۸۰). فاصله نسلی و اختلافات خانوادگی و چگونگی برخورد با آن. فصلنامه علوم انسانی، ۱۱(۳۷).
- توکل، محمد؛ قاضی‌نژاد، مریم (۱۳۹۵). شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی: بررسی و نقد رهیافت‌های نسل تاریخی و تضاد؛ با تأکید بر نظرات مانهایم و بوردیو. نامه علوم اجتماعی، ۲۷(۲۷).
- جاجرمی، کاظم (۱۳۷۷). نسل جوان؛ ویژگی‌های ساختاری نسل نو. تهران: بنیاد مطالعات آسیایی.
- حاتمی، محمدرضا؛ قادری، علی؛ جمشیدی، علی (۱۳۹۵). بررسی روند تغییرات نگرشی نسل سوم در زمینه گروه‌های مرجع در دهه ۱۳۸۰. فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، ۳(۳).
- حیاتی، محمدرضا؛ قادری، علی؛ جمشیدی، علی (۱۳۹۵). بررسی روند تغییرات نگرشی نسل سوم در زمینه گروه‌های مرجع در دهه ۱۳۸۰. فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، ۶(۳).
- خواجیه‌سروی، غلامرضا؛ خرمشاه، محمدباقر؛ عباسعلی، رهبر؛ محمودی رجایی، سیدزکریا (۱۴۰۰). بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی شهروندان: مطالعه موردی مشارکت قوم ترکمن در انتخابات دوازدهم ریاست‌جمهوری، پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۳۷(۳۷).
- راش، مایکل (۱۳۸۷). جامعه و سیاست: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: انتشارات سمت.
- رجبلو، جعفر؛ اسلامی، محمدحسین؛ داوودخانی، محسن (۱۳۹۸). بررسی مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی با تأکید بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی. پژوهش اجتماعی، ۱۱(۴۵).
- ریتزر، جورج (۱۳۷۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی. چاپ سوم. تهران: انتشارات علمی.
- ساروخانی، باقر؛ صداقتی فرد، مجتبی (۱۳۸۸). شکاف نسلی در خانواده ایرانی، دیدگاه‌ها، و بینش‌ها. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، ۳(۴).
- سجادی، غریب؛ مقصودی، مجتبی (۱۳۹۸). تحلیل روند دگرگونی فرهنگ سیاسی نسل‌های اجتماعی شهر سنج. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۹(۴).
- سروری، غلامرضا؛ نوربخش، سیدمسعود (۱۳۹۷). نحوه تأثیر رسانه‌های جمعی در مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی. جستارهای سیاسی معاصر، ۲(۲۸).
- شکری، عظیم؛ علی‌احمدی، امیر؛ مرادی، علی؛ روشنایی، علی (۱۳۹۹). بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی تغییرات بین‌نسلی گروه‌های مرجع آموزشی و دینی؛ مطالعه موردی شهر کرمانشاه. فصلنامه راهبردهای اجتماعی-فرهنگی، ۱۰(۳۷).
- شهرام‌نیا، امیرمسعود (۱۳۸۹). تحلیل تأثیر آگاهی سیاسی معلمان بر شرکت در انتخابات؛ مطالعه

موردی نواحی ۱ و ۲ شهر اصفهان. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۶ (۱).

صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۹۰). بررسی گروه‌های مرجع جوانان شهر تهران. فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۴ (۱۱).

صدیق سروستانی، رحمت‌الله؛ هاشمی، سیدضیاء (۱۳۸۱). گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی با تأکید بر نظریه‌های مرتن و فیستنگر. نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.

کشیشیان، گارینه؛ موسوی‌نژاد، محمدجواد (۱۳۹۶). نقش فناوری اطلاعات بر شاخص‌های جامعه‌پذیری سیاسی. فصلنامه پژوهش در سیاست. شماره بیست و یکم.

کوزر، لوئیس (۱۳۶۸). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.

محمدی‌فر، نجات؛ نصر اصفهانی، محسن (۱۴۰۰). نقش جامعه‌پذیری سیاسی و کارگزاران آن در میزان وفاداری سیاسی شهروندان؛ مطالعه موردی شهر اصفهان. فصلنامه علمی-پژوهشی جستارهای سیاسی معاصر، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۲ (۲).

معمار، ثریا؛ عدلی‌پور، صمد؛ خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران). فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۴ (۱).

نصیری، حسام؛ کفاشی، مجید؛ کاظمی‌پور، شهلا (۱۳۹۷). تعیین نقش پایگاه اقتصادی-اجتماعی در تبیین میزان مشارکت سیاسی شهروندان شهر مهاباد. پژوهش‌های جامعه‌شناختی، شماره ۳.

- Dowell, A. M. (2008). The Case for Political Loyalty, Lu. *South Bend Undergraduate Research Journal*, 8(5).
- Dudley, R. L. (1978). Alienation from Religion in Adolescents from Fundamentalist Religious Homes. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 7(11).
- Persson, R. (2017). The Relationship Between Education and Political Participation British. *Journal of Political Science*. 23(11).
- Popova, O. & Riabushko, A. (2017). Political Loyalty of the Russian Youth in the Context of Economic Crisis. In Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society. *Challenges in Eurasia*, 26(4).
- Triandis, H. C. Bontempo, R. & Villareal, M. J. Asai, M. Lucca, N. (2019). Individualism and Collectivism: On Self-Ingroup Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*. 54(2).
- Youmans, E. G. (2020). Age Stratification and Value Orientations. *Paper Presented at Annual Meeting of American Sociological Association*. Denver.