

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی؛

نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شیراز

جهانگیر جهانگیری (استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز؛ نویسنده مسؤل)

Jjahangiri@gmail.com

مهدی معینی (کارشناس ارشد جامعه‌شناسی)

mmoeyini84@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی می باشد. این پژوهش با استفاده از نظریه گیدنز در مورد هویت و نظریه وولکاک و نارایان در مورد سرمایه اجتماعی، به روش پیمایشی به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی در بین تعداد ۳۶۰ نفر از دانشجویان دانشگاه شیراز پرداخته است. متغیرهای مستقل شامل متغیرهای جمعیت شناختی، اقتصادی - اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت، تعاملات اجتماعی، جهت گیری مذهبی و عزت نفس بوده است. متغیر وابسته پژوهش نیز هویت ملی می باشد. یافته های پژوهش نشان می دهند که بین متغیرهای محل تولد، محل سکونت، اعتماد اجتماعی، مشارکت، تعاملات اجتماعی و جهت گیری مذهبی و هویت ملی رابطه معناداری وجود دارد. اما رابطه بین متغیرهای سن، جنس، وضعیت تأهل، تحصیلات والدین، درآمد خانواده، وضعیت طبقاتی و عزت نفس و هویت ملی معنادار نبود. همچنین رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی وجود دارد. تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان داد که چهار متغیر (جهت گیری مذهبی، سرمایه اجتماعی، محل تولد و سن) در مجموع ۳۲٪ از تغییرات در متغیر وابسته هویت ملی را تبیین کردند. نمودار تحلیل مسیر نیز نشان داد که متغیر جهت گیری مذهبی نسبت به دیگر متغیرها دارای تأثیر بیشتری بر هویت ملی بود.

کلیدواژه‌ها: هویت ملی، سرمایه اجتماعی، جهانی شدن، دانشجویان.

مقدمه

هویت مفهومی کلیدی در جهان معاصر به شمار می رود. بعد از جنگ جهانی دوم، استعمارگری، مهاجرت، جهانی شدن، همچنین رشد جنبش های اجتماعی جدید و اشکال هویت سیاسی باعث شد تا پرسش در مورد هویت در مرکز بحث و مناظره های علوم انسانی و اجتماعی قرار گیرد (ویدون^۱ ۲۰۰۴: ۱-۲). با توجه به اینکه افراد در موقعیت های مختلف کنشی در لایه های مختلف اجتماعی، از طریق عضویتشان در گروه های مختلف، خود را شناسایی می کنند، دارای هویت های جمعی مختلفی هستند که از آن جمله اند: هویت جنسی، سنی، شغلی، قومی و ... و در این میان هویت ملی^۲ و احساس تعلق خاطر به وطن، به خاطر نقش آن در ایجاد وفاق اجتماعی و انسجام عام، از مهم ترین مسائل جوامع متمایز می باشد و به همین لحاظ، بررسی آن از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است (رضایی و احمدلو ۱۳۸۴: ۸).

هویت ملی در حکم نرم افزاری است که برای رسیدن به وفاق اجتماعی و انسجام عام از میان تمایز یافتگی ها و تفاوت های درون جامعه، ساخته و پرداخته شده است. این نوع هویت جمعی که بالاترین سطح هویت در یک جامعه است، از یک طرف، در درون جامعه و از طرف دیگر، این جامعه را به عنوان یک کل از جوامع دیگر متمایز می سازد. هویت ملی، احساس تعهد و تعلق افراد نسبت به اجتماع جامعه ای و ملی است (رضایی و احمدلو ۱۳۸۴).

هویت ملی یک مقوله از هویت های جمعی است که منابع سرزمینی را با عناصر قومی، فرهنگی، اقتصادی و حقوقی - سیاسی ترکیب می کند (آبلا^۳ ۲۰۰۵: ۱۲). اصطلاح هویت ملی از وقتی که واژه ملت به معنی "Nation" رواج پیدا کرد، مورد استفاده قرار گرفت (ستاری ۱۳۸۳: ۹۵). و به عنوان یک پدیده اجتماعی و سیاسی، مولود عصر مدرن اروپا است که از قرن هفده آغاز می شود. این مفهوم اواخر قرن نوزدهم و مخصوصاً بعد از دو جنگ جهانی به کشورهای جهان سوم و تازه استقلال یافته راه پیدا کرده است. (اشرف ۱۳۷۲: ۸).

1- Weedon

2- National Identity

3- Abela

در مورد مؤلفه های هویت ملی، اندیشمندان حوزه های مختلف علوم انسانی، دیدگاه‌های متفاوتی دارند. عناصر اصلی ملت و ملیت در علوم اجتماعی و انسانی، زبان مشترک، دین مشترک و سرزمین مشترک است، بدون آنکه هیچیک از این عوامل سه گانه به تنهایی شاخص ملت و ملیت باشد. در جغرافیا سرزمین مشترک مؤلفه اساسی هویت ملی تلقی می شود. برخی رشته ها مانند علوم سیاسی، ملت را از مفاهیم اساسی نمی دانند و به جای آن مفاهیمی چون دولت و اقتدار سیاسی و جامعه مدنی را به کار می برند. در فلسفه بیشتر بر وحدت فرهنگی و تاریخ مشترک تأکید می شود (اشرف ۱۳۷۲: ۹) و در روان‌شناسی اجتماعی نیز به هویت «ما» و احساسات مشترک و آگاهی جمعی توجه می شود (احمدلو و افروغ ۱۳۸۱: ۱۱۹).

هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی است. مهم‌ترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می شوند، عبارتند از: سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات و مردم و دولت. در درون یک اجتماع ملی، میزان تعلق و وفاداری به هریک از عناصر و نمادهای مذکور، احساس هویت ملی آن‌ها را مشخص می‌سازد (یوسفی ۱۳۸۰: ۱۷).

هویت ملی و به تبع آن انسجام و یک‌پارچگی ملی، تحت تأثیر عوامل گوناگونی است که از آن جمله می‌توان به کمیت و کیفیت روابط بین افراد یک جامعه اشاره کرد. این عامل که در یک تعبیر کلی‌تر سرمایه اجتماعی^۱ نامیده می‌شود، یکی از مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار در روابط بین فردی و بین گروهی می‌باشد.

به عقیده چلبی (۱۳۷۵: ۲۷)، کیفیت روابط افراد و تعاملات اجتماعی در میزان همبستگی گروهی و در نتیجه هویت ملی اثرات متفاوتی دارد. این روابط که شامل تعاملات درون گروهی و بین گروهی و رقابت و تفاهم بین گروهی می‌باشد، از یک طرف، موجب تقویت انسجام کل و از طرف دیگر، موجب اختلال در نظم‌های خرد و انسجام محلی^۲ می‌گردد.

^۱ Social Capital

^۲ Local Integration

سرمایه اجتماعی آنچه که شما می دانید، نیست، بلکه کسانی است که می شناسید (وولکاک و نارایان^۱: ۲۰۰۰: ۲۲۵). ایده اصلی سرمایه اجتماعی، این است که شبکه های اجتماعی سرمایه با ارزشی هستند. شبکه ها مبنایی برای همبستگی اجتماعی به وجود می آورند، زیرا آن ها ما را قادر می سازند که با افراد دیگر - و نه فقط کسانی که مستقیماً می شناسیم - برای سود متقابل همکاری کنیم (فیلد^۲: ۲۰۰۳: ۱۲).

سرمایه اجتماعی با ایجاد شبکه ای از روابط و هنجارهای مشترک و تسهیل کنش جمعی بین افراد یک جامعه، به مثابه یک چسب عمل نموده و همبستگی اجتماعی را تقویت می کند. ضمن اینکه با فراهم آوردن بستر اعتماد و وفاداری و تعهد، حس همکاری و مشارکت را در بین افراد اجتماع درونی می سازد.

یکی از مهم ترین و حساس ترین دوره های زندگی انسان دوره جوانی است که علایم، آثار و تبعات خاص خود را دارد. تحولات جسمی که در این دوره روی می دهد، در حالات روحی و حتی جهت دهی نگرش های افراد مؤثر است.

دوره جوانی در واقع حلقه اتصال دوران کودکی و بزرگسالی است و منجر به تجدید ساختار شخصیت فرد می گردد. این تجدید ساختار، باعث ایجاد نگرشی نو در وضعیت جسمانی، روانی و اجتماعی فرد می شود و لزوم بازنگری فرد در نقش فعلی خود و نقش پذیری آینده او را ایجاد می کند. در این مرحله جوانان در پی هویت یابی خود هستند. اریکسون^۳ معتقد است که پایه های اولیه هویت در اوان زندگی و به شکلی احساسی و ناخودآگاهانه شکل می گیرد. لیکن نقطه اوج شکل گیری هویت در پایان دوران جوانی است (حیدری بیگوند ۱۳۸۰: ۱۰۷). بنابراین، از آنجایی که دانشجویان در نقطه اوج شکل گیری هویت خود قرار دارند، و با توجه به تعدد منابع هویت ساز در عصر جدید (با در نظر گرفتن مراکز آموزشی به عنوان یکی از مراجع تشکیل دهنده هویت)، آگاهی و اطلاع از نحوه تعریف و برداشت آنان از هویت ملی خویش به عنوان بالاترین سطح هویت جمعی به ویژه در جوامع

^۱ Woolcock & Narayan

^۲ Field

^۳ Erikson

چند قومی مانند کشور ما و عوامل مرتبط با این بعد از هویت از جمله سرمایه اجتماعی برای هر نوع برنامه ریزی اجتماعی و فرهنگی ضروری می‌باشد.

در شرایط کنونی که مسأله وفاق اجتماعی و وحدت ملی هم از طرف همبستگی‌های درون کشوری و هم از طرف فشارهای جهانی و فرآیند جهانی شدن تحت تأثیر قرار گرفته است، ضروری است نقش هویت ملی به عنوان یک عامل مهم در جهت انسجام اجتماعی، وفاق ملی، صیانت فرهنگی و برنامه ریزی اجتماعی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد (زاهد، ۱۳۸۴). ضمن اینکه سرمایه اجتماعی از طریق هنجارهای دستوری همانند تقویت روحیه گروهی، همکاری، تعاون، رقابت سالم، برقراری کنش‌ها و تعاملات اجتماعی مبتنی بر اعتماد، صداقت و احترام متقابل و از بین بردن تعارضات و خصومت‌ها میان افراد، به تقویت حس همبستگی و وفاق ملی و در تعبیری به تشکیل و تداوم هویت ملی افراد کمک می‌کند.

از جمله اهداف این تحقیق می‌توان به، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه شیراز، بررسی میزان سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان مورد مطالعه، بررسی میزان هویت ملی در بین دانشجویان مورد مطالعه اشاره کرد.

پیشینه تحقیق

در تحقیق وحیدا و همکاران (۱۳۸۳) تحت عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های تهران»، نتایج به دست آمده نشان‌دهنده این است که ۱۴٪ از دانشجویان در حد زیاد و بسیار زیاد و ۴۱ درصد در حد کم و بسیار کم از سرمایه اجتماعی برخوردار هستند. بیشترین میزان سرمایه اجتماعی دانشجویان (۷۸/۵٪) به گروه‌های نخستین تعلق دارد. دانشجویان پسر، دانشجویان دارای والدین با تحصیلات بالاتر، دانشجویان دارای مادران شاغل، دانشجویان بومی و دانشجویان متعلق به طبقه بالا دارای سرمایه اجتماعی بیشتری بودند. همچنین یافته‌ها، فرضیه اصلی تحقیق را تأیید می‌کند ($p = 0/000$ و $r = 0/191$) و نشان می‌دهد رشد سرمایه اجتماعی دانشجویان در نحوه تعریف و برداشت آنان از هویت اجتماعی خود نقش مؤثری دارد.

رضایی و احمدلو (۱۳۸۴) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی نقش سرمایه اجتماعی در روابط بین قومی و هویت ملی در میان جوانان تبریز و مهاباد» با استفاده از روش پیمایشی به این نتیجه رسیدند که میزان سرمایه اجتماعی در بین پاسخ‌گویان به طور محسوسی پایین است و میانگین آن ۲۵۸/۲۶ از ۵۹۰ می باشد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که نمره هویت ملی در بین پاسخ‌گویان بالاست. میانگین نمره هویت ملی پاسخ‌گویان ۴۴/۰۸ از ۶۵ می باشد. به علاوه، تفاوت معنی داری بین میانگین هویت ملی جوانان تبریز و مهاباد وجود ندارد و هر دو دارای هویت ملی بالایی هستند. نتایج تحقیق نشان می دهد که بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی رابطه مثبتی وجود دارد و سرمایه اجتماعی تقویت کننده هویت ملی است.

حافظ نیا و همکاران (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان «تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه های دولتی شهر تهران)» به بررسی ارتباط جهانی شدن و هویت ملی پرداختند. نتایج حاصل از واکاوی داده ها از طریق نرم افزار SPSS نشان داد که گسترش فرآیندهای جهانی شدن در قالب فناوری اطلاعات و ارتباطات (ماهواره و اینترنت)، زمینه ساز تقویت هویت فرو ملی دانشجویان بوده است.

احمدی (۱۳۸۶) در پژوهشی به «بررسی آثار نتایج تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی ۲۰۰۶ بر هویت ملی شهروندان یاسوجی» پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد که پس از شکست تیم ملی ایران در مقابل مکزیک و پرتغال، نمره های هویت ملی در ابعاد مختلف و به صورت کلی کاهش یافت، اما پس از کسب تساوی در مقابل آنگولا ضمن اینکه روند کاهش نمره های هویت ملی متوقف شد، افزایش معناداری نیز مشاهده نشد.

فرلاندر و تیمس^۱ (۲۰۰۱) در تحقیقی با عنوان «شبکه های محلی و سرمایه اجتماعی»، رابطه بین شبکه های محلی و سرمایه اجتماعی (شبکه ها، حمایت و اعتماد) در اجتماعات محلی را مورد بررسی قرار دادند. تحلیل اولیه نشان داد که سطح نسبتاً پایینی از سرمایه اجتماعی در بین پاسخ‌گویان وجود دارد. همچنین، تعداد کمی از پاسخ‌گویان خود را از طریق اجتماع شناسایی کردند و حس تعلق به آن دارند.

¹ Ferlander & Timms

«همبستگی اجتماعی، سرمایه اجتماعی و همسایگی» عنوان تحقیقی است که توسط فارست و کیرنز^۱ (۲۰۰۱) انجام گرفته است. این تحقیق نشان می‌دهد که چگونه سرمایه اجتماعی می‌تواند به حوزه‌های مناسبی برای عمل سیاسی در سطح همسایگی منفصل شود و اینکه چگونه مفاهیمی مانند همبستگی اجتماعی و سرمایه اجتماعی می‌توانند برای اهداف تحقیق عملی شوند.

تاموسکی^۲ (۲۰۰۳) در تحقیقی با عنوان «تشکیل هویت ملی در میان استونی‌های سالخورده در ایالات متحده» به بررسی تشکیل هویت ملی در میان استونی‌های سالخورده ساکن در ایالات متحده می‌پردازد. با استفاده از رویکرد نظریه زمینه‌ای داده‌ها مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که برای پناهندگان (مهاجرین) استونیایی نسل مشارکت‌کننده، هویت ملی جنبه مهمی از هویت‌های شخصی و اجتماعی در طول زندگی‌شان می‌باشد. اکنون در سن پیری، هویت ملی‌شان برای آنها یک منبع مهم از معانی حیاتی و مبنایی برای ارتباطات اجتماعی را فراهم می‌آورد.

«جهانی شدن و هویت ملی در ژاپن» عنوان پژوهشی است که ساساکی^۳ (۲۰۰۴) در آن به بررسی ارتباط بین این دو مفهوم می‌پردازد. یافته‌های این تحقیق نشان داد که بچه‌های ژاپنی نگرش مثبت و بازتری نسبت به دیگران (غریبه‌ها) در مقایسه با والدین‌شان و دیگر گروه‌های بزرگسال دارند. نسل اول تأثیر مهمی بر هویت ملی در میان ژاپنی‌ها دارد. یافته‌ها همچنین نشان داد که ژاپن دولت - ملتی نیست که در آن هویت ملی به طور خاص نقش مهمی را ایفا نماید.

ساباتیه^۴ (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان «هویت قومی و ملی در میان نوجوانان نسل دوم مهاجر در فرانسه: نقش زمینه اجتماعی و خانواده» به بررسی هویت فرهنگی در ارتباط با دو جهت‌گیری (قومی و ملی) شامل دو عنصر (شناسایی و تعلق) می‌پردازد. تحلیل رگرسیون

¹ Forrest & Kearns

² Tammeveski

³ Sasaki

⁴ Sabatier

تبیین زیاد واریانس ادراک نوجوانان از روابطشان با والدین، تبعیت از فرهنگ آموزی والدینی، و تبعیض ادراک شده نشان داد. بستر مدرسه و همسالان مقدار کمتری از واریانس را تبیین می کند. والدین همچنین به شیوه مثبتی در هویت ملی مشارکت می کنند. مشارکت والدین در مورد مادران و پدران متفاوت است. این پویایی فرهنگ پذیری درون خانواده های مهاجر را نشان می دهد.

تحقیقات انجام گرفته دارای نقاط قوت و ضعف می باشند، از جمله نقاط ضعف این تحقیقات، در نظر نگرفتن ابعاد مختلف هویت ملی و سرمایه اجتماعی، عدم انتخاب چارچوب نظری مناسب، توصیف پدیده و عدم تبیین مناسب موضوع می باشند. از نقاط قوت آن ها نیز می توان به استفاده از روش های مختلف تحقیق مثل تحلیل محتوا و روش های کیفی اشاره کرد.

مبانی نظری

مبحث هویت در حوزه علوم اجتماعی، یکی از اساسی ترین و بدیع ترین مباحث عصر مدرن شمرده می شود. مقوله سرمایه اجتماعی نیز از مباحث جدید در حوزه علوم اجتماعی است. جامعه شناسان، روان شناسان و روان شناسان اجتماعی به بررسی مقوله هویت پرداخته اند.

از دیدگاه مید^۱ (۱۹۶۵)، هر فرد هویت یا «خویشتن»^۲ خود را از طریق سازماندهی نگرش های فردی دیگران در قالب نگرش های سازمان یافته اجتماعی یا گروهی شکل می دهد. به بیان دیگر، تصویری که فرد از خود می سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می کند، بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند.

مید معتقد بود که خودآگاهی، و در واقع خود شناخت، تنها زمانی حاصل می شود که فرد خود را در جای دیگری یا یک «دیگری تعمیم یافته»^۳ اجتماعی بگذارد یا این طور فرض کند.

^۱ Mead

^۲ The Self

^۳ Generalized Other

به زبان ساده، مید بر این باور است که ما نمی توانیم خود را ببینیم مگر آنکه خود را همان گونه که دیگران ما را می بینند، مشاهده کنیم (جنکینز ۱۳۸۱: ۳۶).

از نظر اریکسون (۱۹۶۸)، هویت جریان تلفیق تغییرات فردی و نیازهای اجتماعی برای آینده است. اریکسون تشکیل هویت را شامل به وجود آمدن یک احساس این همانی و وحدت شخصیت می داند که فرد احساس می کند و دیگران آن را تشخیص می دهند و از زمانی به زمان دیگر مشابه است. تصویر اریکسون از رشد هویت نسبتاً کلی است. تشکیل هویت به نحوی که اریکسون بیان می کند، زمانی آغاز می شود که لزوم همانندسازی پایان می یابد. در این زمان فرد حالت انتخابی دارد، یعنی از همانندسازی دوران کودکی بعضی را حذف و رها می کند و بعضی دیگر را حفظ نموده و در ترکیب جدیدی جذب می کند که وابسته به جریان اجتماعی است و هویت فرد جوان را معین می کند و او را به صورتی که هست قبول می نماید. همراه با تشکیل هویت، فرد احساس استقلال می کند و در این مرحله می توان تا حدی رفتار و عکس العمل فرد را پیش بینی نمود.

بنابر نظریه بورک^۱ (۱۹۹۱)، روند هویت یک نظام کنترل، به خصوص یک نظام کنترل ادراک^۲ است. هویت، مجموعه ای از معانی به کار گرفته شده برای خود در یک نقش یا موقعیت اجتماعی است که فلانی بودن را تعریف می کند. این مجموعه از معانی برای اینکه شخص چه کسی است، استاندارد یا مرجع است.

در مفهوم پردازی هویت به عنوان سیستم کنترل سایبرنتیک، بورک (۱۹۹۷)، پویایی های این سیستم را در حول و حوش چهار عنصر می بیند: استاندارد هویت^۳، درونداد^۴، مقایسه گر^۵ و برونداد^۶.

انسجام و یک پارچگی ملی تا حد زیادی متأثر از شبکه ارتباطی و تعاملات بین افراد یک جامعه می باشد که بر همین اساس، مبنای اعتماد و همکاری گروهی در چارچوب و محدوده

^۱ Burke

^۲ Perception Control System

^۳ Identity Standard

^۴ Input

^۵ Comparator

^۶ Output

سرزمینی خاص به نام ملت شکل می‌گیرد (یوسفی ۱۳۸۰). با افزایش روابط و تعاملات بین افراد یک جامعه، تعلق و وفاداری آن‌ها به اجتماع ملی نیز افزایش یافته و زمینه برای تشکیل یک اجتماع ملی متحد و منسجم فراهم می‌گردد (یوسفی ۱۳۸۰). شبکه ارتباطات و تعاملات که از آن به سرمایه اجتماعی تعبیر می‌شود، به واسطه گسترش شبکه روابط و گرایش مبتنی بر احترام و اعتماد به دیگران، موجب تقویت همبستگی و احساس تعلق به اجتماع ملی و در واقع همان هویت ملی می‌گردد.

اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۱۶، در مقاله ای توسط هانی فان^۱ از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد (الوانی و سیدنقوی ۱۳۸۳؛ وولکاک و نارایان ۲۰۰۰). علی‌رغم اهمیت آن، نخستین بار در اثر کلاسیک جاکوبز^۲: مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی (۱۹۶۱) شکل جدی به خود گرفت (فوکویاما ۱۳۸۵: ۱۰).

اقتصاددانی به نام لوری^۳ نیز همچون لایت^۴ جامعه شناس، اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه ۱۹۷۰ برای توصیف مشکل توسعه اقتصادی درون شهری به کار برد (فوکویاما ۱۳۸۵). کاربرد این مفهوم به تدریج از دهه ۱۹۸۰ به این سو در تزاها و مقالات دانشگاهی با کارهای افرادی چون کلمن، بوردیو، پاتنام و فوکویاما افزایش یافته است (وال^۵ و همکاران ۱۹۹۸: ۳۰۰). به عقیده کلمن^۶ (۱۹۸۸)، سرمایه اجتماعی با کارکردش تعریف می‌شود. سرمایه اجتماعی شیئی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: همه آنها شامل جنبه ای از یک ساخت اجتماعی هستند، و کنش های معین افرادی را که در درون ساختار هستند، تسهیل می‌کنند. از نظر کلمن، اعتماد، اختیار، تعهدات، انتظارات و هنجارها عناصر اصلی سرمایه اجتماعی هستند و نقش گروه های نخستین مانند خانواده، دوستان، همسایگان و محله در تولید سرمایه اجتماعی مهم است (وحیدا و دیگران، ۱۳۸۳: ۶۸).

¹ Hanifan

² Jacobs

³ Loury

⁴ Light

⁵ Wall

⁶ Coleman

سرمایه اجتماعی از نظر بوردیو^۱ (۱۹۸۶) به نقل از ترنر^۲ (۲۰۰۳: ۴۹۵-۴۹۶)، موقعیت‌ها و روابط در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. وی یادآوری می‌کند که ایجاد و اثربخشی سرمایه اجتماعی به عضویت در گروه اجتماعی بستگی دارد که اعضایش از طریق مبادله اشیاء و نمادها مرزبندی‌های گروهی ایجاد می‌کنند (وال و همکاران ۱۹۹۸: ۳۰۶). سرمایه اجتماعی از نظر بوردیو، مجموعه‌ای از منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه بادوامی از روابط نهادی شده بین افراد و گروه‌ها و به عبارت ساده‌تر، عضویت در گروه است (شارع پور ۱۳۸۰: ۱۰۲). پاتنام^۳ (۲۰۰۰)، سرمایه اجتماعی را مجموع منابعی می‌داند که از طریق روابط بین فردی، شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای متقابل و اعتماد به وجود می‌آید. به عقیده پاتنام، سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های سازمان اجتماعی است که هماهنگی و همکاری را برای سود متقابل تسهیل می‌کند و باعث کارآمدی جامعه در فعالیت‌های هماهنگ می‌شود. این ویژگی‌ها عبارت است از: شبکه‌ها، هنجارهای معامله متقابل و اعتماد اجتماعی. از نظر فوکویاما^۴ (۱۳۸۵: ۱۰-۱۱)، سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهیم هستند.

چارچوب نظری

چشم انداز نظری پژوهش حاضر در بخش متغیر وابسته مبتنی بر نظریه گیدنز می‌باشد. علت انتخاب نظریه مذکور به خاطر این می‌باشد که مبحث هویت بیشتر از دیدگاه کنش متقابل نمادی مطرح شده و نظریه گیدنز نیز جزء این دسته قرار می‌گیرد. در بخش متغیر مستقل نیز از رویکرد همکاری وولکاک و نارایان استفاده شده است، چرا که در بر گیرنده سه بعد اصلی سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد اجتماعی، مشارکت و تعاملات اجتماعی می‌باشد.

^۱ Bourdieu

^۲ Turner

^۳ Putnam

^۴ Fukuyama

به نظر گیدنز (۱۳۸۳)، هویت عبارت است از خود، آن طوری که شخص از خودش تعریف می کند. انسان از طریق کنش متقابل با دیگران است که هویتش را ایجاد می کند و در جریان زندگی پیوسته آن را تغییر می دهد. هویت امر پایداری نیست، بلکه یک پدیده پویا و سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن می باشد. از نظر وی، هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد. به عبارت دیگر، هویت شخص چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار دهد.

گیدنز (۱۳۸۳)، معتقد است که خود یک امر منفعل نیست که فقط از طریق تأثیرات درونی شکل بگیرد، افراد ضمن اینکه اقدام به ساختن و پرداختن هویت شخصی خویش می کنند، به علاوه در ایجاد بعضی از تأثیرات اجتماعی دنیای اطراف خود مشارکت دارند. در نتیجه افراد با انتخاب های متعددی مواجه می شوند که جوامع امروزی در پیش روی آن ها قرار داده است و این وضعیت سبب می شود که افراد در تشکیل هویت خود دارای تنوع و گوناگونی مراجع هویت ساز باشند. گیدنز بر این باور است تغییر شکل هویت شخصی و پدیده جهانی شدن در دوران متأخر، دو قطب دیالکتیک محلی و جهانی را تشکیل می دهند.

فرآیند جهانی شدن به واسطه فن آوری های بسیار پیشرفته و کارآمد ارتباطی و جدایی مکان از فضا و زمان، این امکان را فراهم می کند که زندگی اجتماعی در فضایی بسیار گسترده شکل بگیرد و توانایی مکان در محدود و مقید کردن روابط اجتماعی و بنابراین، گستره ی زندگی اجتماعی کاهش می یابد. به بیان دیگر، فرآیند جهانی شدن با متحول کردن فضا و زمان، در واقع زندگی اجتماعی را متحول می کند (گل محمدی ۱۳۸۳: ۲۴۱-۲۴۲).

گیدنز (۱۳۸۳) حتی به چگونگی استفاده افراد از بدن خود و اعمال و رفتار افراد در فعالیت های روزمره و در کنش متقابل با دیگران برای موجه جلوه دادن خود اشاره می کند و معتقد است گاهی برای نشان دادن هویت خاصی، بدن و اعمال خود را جوری تنظیم می کنیم و کنش هایی انجام می دهیم که تفسیر آن ها در نظر دیگران آن طوری که ما می خواهیم

باشد (کسل^۱ ۱۳۸۳). در دنیای مدرن، این رفتارها و کنش‌ها تحت تأثیر محیطی است که در آن قرار می‌گیریم و باید این آمادگی را داشته باشیم که رفتار و کنش‌های خود را با محیط سازگار کنیم (گیدنز ۱۳۸۳). با توجه به مطالب ذکر شده می‌توان گفت افراد دارای یک هسته اولیه خود می‌باشند که دارای سه وجه اعتماد بنیادی، ویژگی‌های فردی و جامعه‌پذیری می‌باشد. اعتماد بنیادی از طریق تفسیر موفقیت آمیز فرد از کنش‌های خود و ایجاد کنش‌های موفق، ویژگی‌های فردی با ایجاد تفسیرهای موفقیت آمیز خود و دیگران از کنش‌ها و ایفای نقش‌های متعدد و جامعه‌پذیری نیز با درونی کردن هنجارها و ایجاد سازگاری با محیط بر روی فرآیند شکل‌گیری هویت تأثیر می‌گذارند. بنابراین، افراد در کنش‌های روزمره و با تفسیری که از کنش‌های خود و دیگران دارند، و همچنین با ارجاع به منابع هویت ساز که می‌تواند خانواده، مراکز آموزشی و وسایل ارتباط جمعی باشد، اقدام به تشکیل هویت خود می‌کنند. در واقع، این روابط و تعاملات کنش‌گران با هم و در محیط اجتماعی تحت تأثیر هنجارها و ارزش‌هایی است که می‌تواند باعث تسهیل کنش‌های کنش‌گران گردد و به شکل‌گیری هویت افراد کمک کند.

متغیر وابسته ما در این پژوهش، هویت ملی می‌باشد. هویت ملی نوعی احساس تعهد و تعلق عاطفی نسبت به اجتماع عام (ملی) می‌باشد که موجب وحدت و انسجام جامعه است و بخشی از هویت فرد را تشکیل می‌دهد (رزازی فر ۱۳۷۹). این نوع از هویت، نیز در کنش‌ها و تعاملات افراد با هم در یک اجتماع ملی و از طریق مراجع متنوع هویت ساز شکل می‌گیرد. هویت ملی دارای ابعاد و عناصر گوناگونی است.

مهم‌ترین عناصر و نمادهای ملی عبارتند از: سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات و مردم و دولت (یوسفی ۱۳۸۰)؛ زبان، میراث فرهنگی، تاریخ، دین، حکومت و سرزمین (حاجیان ۱۳۷۹)؛ ذهنیت مشترک تاریخی، میراث فرهنگی ایرانی - اسلامی، زبان و جغرافیا (تاجیک ۱۳۷۹)؛ فرهنگ، زبان، تاریخ و جغرافیا (روح‌الامینی ۱۳۷۹)؛ ارزش‌های

¹ Cassel

انسانی، ارزش‌های دینی و ارزش‌های ملی (چلبی ۱۳۷۹)؛ زبان، فرهنگ، مذهب، پرچم و محدوده جغرافیایی (زیبا کلام ۱۳۷۸). با جمع بندی مطالب موجود، در نهایت مهم‌ترین عناصر و مؤلفه‌های هویت ملی شامل تاریخ، سرزمین، حکومت، دین، زبان و میراث فرهنگی می‌باشند که برای هر کدام از این مؤلفه‌ها، گویه‌هایی در قالب طیف از خیلی زیاد تا خیلی کم تنظیم شده است.

وولکاک و نارایان^۱ (۲۰۰۰)، با استفاده از رویکرد همکاری یا هم‌افزایی^۲، سرمایه اجتماعی را در سه بعد مورد ارزیابی قرار می‌دهند. این ابعاد شامل: الف) سرمایه اجتماعی محدود یا درون‌گروهی^۳، ب) سرمایه اجتماعی اتصالی یا برون‌گروهی^۴، و ج) سرمایه اجتماعی ارتباطی^۵ می‌باشند (بزانسون^۶ ۲۰۰۶؛ هیلی^۷ و همکاران ۲۰۰۳). سرمایه اجتماعی محدود به پیوندهای اجتماعی اشاره دارد که بر تشابه و صمیمیت متکی هستند. این بعد از سرمایه اجتماعی، منابع شخصی محدود مانند پیوندهای خانوادگی، همسایگی و پیوندهای دوستی نزدیک را مورد تأکید قرار می‌دهد (کتل^۸ ۲۰۰۱). سرمایه اجتماعی اتصالی به شبکه‌های ارتباطات نامتجانس تر برون‌گروهی اشاره دارد که در بین افراد به جای اتکاء به نزدیکی‌های شخصی و هویت مشترک، بر علایق مشترک متکی است (هیلی و همکاران ۲۰۰۳). شبکه‌های نامتجانس تر برون‌گروهی به ارتباطاتی اشاره دارد که گرانووتر^۹ از آن به عنوان پیوندهای ضعیف^{۱۰} یاد می‌کند. نمودهای عمده این بعد از سرمایه اجتماعی را می‌توان

¹ Woolcock & Narayan

² Synergy

³ Bonding Social Capital

⁴ Bridging Social Capital

⁵ Linking Social Capital

⁶ Bezanson

⁷ Healy

⁸ Cattel

⁹ Granovetter

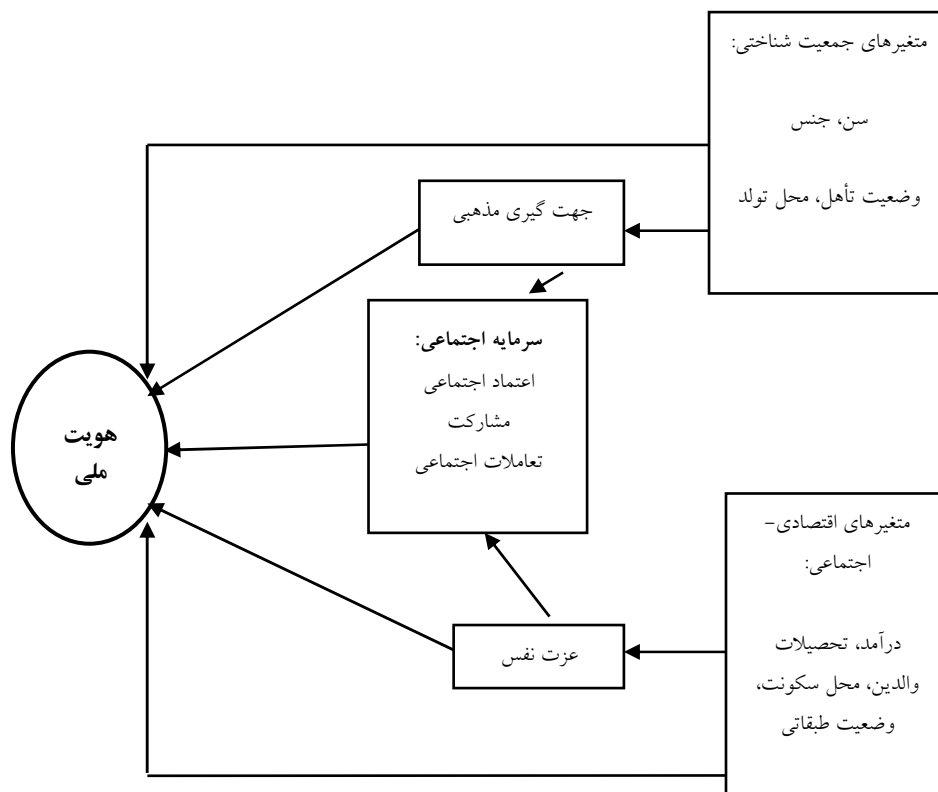
¹⁰ weak ties

در شبکه های اجتماعی و عضویت در انجمن ها و گروه های غیرمحملی مشاهده نمود(هیلی و همکاران ۲۰۰۳).

سرمایه اجتماعی ارتباطی به طور خاص به پیوندهای اجتماعات و افراد با قدرت رسمی، و به طور عام به ارتباطات بین افراد و گروه هایی اشاره دارد که در ساختار قدرت، موقعیت های متفاوتی را اشغال می کنند. این نوع پیوندها در ارتباط با اعتماد به حکمرانی و نظام های کارشناسی هستند. کارکرد اصلی این سرمایه را باید در دسترسی افراد و گروه ها به بخش های مختلف دولتی، غیردولتی، تجاری و بازرگانی دید(غفاری و انق ۱۳۸۵).

بر این اساس برای سنجش سرمایه اجتماعی سه شاخص اعتماد اجتماعی، مشارکت و تعاملات اجتماعی را در نظر گرفتیم. اعتماد اجتماعی که هم به سرمایه اجتماعی درون گروهی و هم برون گروهی مربوط می شود، در قالب اعتماد بین شخصی، اعتماد نهادی و اعتماد به اصناف مورد سنجش قرار گرفته است. برای سنجش مشارکت که بیشتر دربرگیرنده سرمایه اجتماعی برون گروهی می باشد، از متغیرهایی مانند عضویت در انجمن ها و مشارکت سیاسی استفاده شده است. تعاملات اجتماعی هم که با سرمایه اجتماعی ارتباطی دارد، را نیز در قالب شعاع و نوع ارتباطات مورد سنجش قرار دادیم. برای سنجش این متغیرها از سؤالاتی در قالب طیف و همچنین بلی و خیر استفاده شده است. متغیرهای واسطه ای که بیشتر به خاطر شرایط فرهنگی جامعه و همچنین آماری انتخاب شده اند، شامل جهت گیری مذهبی و عزت نفس نیز به وسیله سؤالاتی در قالب طیف مورد پرسش واقع شده اند. به علاوه متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای اقتصادی - اجتماعی نیز در مدل آورده شده است که از طریق سؤالاتی مورد سنجش قرار گرفته اند.

شکل ۱- مدل تجربی تحقیق



فرضیه اصلی تحقیق

بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد. فرضیه های فرعی در بخش یافته ها یک به یک ارائه و آزمون شده اند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس رویکرد کمی تحقیق و با استفاده از روش پیمایشی به جمع آوری داده ها و اطلاعات مورد نیاز پرداخته است. در این روش از تکنیک یا ابزار پرسش نامه استفاده می شود. پرسش نامه مورد استفاده ما از دو بخش اصلی تشکیل شده است: بخش اول سؤالاتی

است که اطلاعات مربوط به ویژگی‌های اجتماعی - اقتصادی فرد را جویا شده و بخش دوم نیز یک‌سری سؤالات در قالب طیف می باشد که میزان سرمایه اجتماعی و هویت ملی پاسخ‌گویان را می سنجد. این طیف توسط محققین طراحی و تعیین روایی و اعتبار شده است. جامعه آماری در این تحقیق کلیه دانشجویانی که در سال تحصیلی ۱۳۸۶-۸۷ جزء آمار دانشجویان دانشگاه شیراز بوده و در مقاطع مختلف تحصیلی و در دانشکده‌های مختلف این دانشگاه (در شهر شیراز) به تحصیل اشتغال داشته‌اند، می باشد. آمار کل دانشجویان در سال ۱۳۸۶-۸۷، ۱۶۰۲۳ نفر بوده که بدون احتساب دانشجویان تربیت دبیر کازرون، کشاورزی داراب، دانشجویان مجازی و قشم، ۱۴۱۵۱ دانشجو می‌باشند. در این تحقیق با استفاده از فرمول کوکران^۱ حجم نمونه ۳۷۴ نفر تعیین گردید که برای افزایش میزان دقت، تعداد نمونه به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. در نهایت تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه بین جمعیت نمونه توزیع گردید که از این تعداد ۳۶۲ پرسش‌نامه برگشت داده شد. دو پرسش‌نامه به خاطر بی پاسخی به تعداد زیادی از سؤالات حذف شد و در نهایت داده‌های ۳۶۰ پرسش‌نامه وارد نرم افزار SPSS گردید و مورد تحلیل قرار گرفت.

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی^۲ استفاده می‌شود. این روش شکل اصلاح شده‌ای از نمونه‌گیری تصادفی ساده و سیستماتیک است که هدف از آن رسیدن به نمونه‌های معرف‌تر و دقیق‌تر است (دواس، ۱۳۸۵: ۷۲). در این تحقیق با توجه به بخش‌های متعدد جامعه آماری (دانشکده‌ها)، ابتدا نسبت دانشجویان هر دانشکده به کل جامعه آماری محاسبه گردیده، سپس این نسبت‌ها برای نمونه‌مورد مطالعه نیز محاسبه می‌شود و پس از آن نمونه‌مورد نظر، از طریق نمونه‌گیری تصادفی انتخاب می‌شود. روایی^۳ پژوهش به شیوه اعتبار‌صوری و با مراجعه و تبادل نظر با افراد متخصص و صاحب‌نظر تضمین گردید. بدین منظور، پرسش‌نامه طراحی شده به همراه چارچوب نظری و فرضیات پژوهش در اختیار اساتید و

1- Cochran

2 Stratified Sampling

3 Validity

متخصصین قرار داده شد و نقطه نظرات آنها در تدوین نهایی پرسش نامه مورد استفاده قرار گرفت.

برای سنجش پایایی^۱ ابزار اندازه گیری نیز، از آلفای کرونباخ^۲ استفاده شد. روش آلفای کرونباخ برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار سنجش از جمله پرسش نامه یا آزمون هایی که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کنند، به کار می رود. آلفای کرونباخ به دست آمده برای طیف سرمایه اجتماعی ۰/۸۶ و هویت ملی ۰/۸۹ می باشد.

تعاریف متغیرها

هویت ملی - نوعی احساس پایبندی، دلبستگی و تعهد به اجتماع ملی است که موجب وحدت و انسجام جامعه است و بخشی از هویت فرد را تشکیل می دهد (رزازی فر، ۱۳۷۹: ۱۰۶). برای سنجش میزان هویت ملی دانشجویان، احساس تعلق آنان به ابعاد شش گانه هویت ملی که شامل زبان و ادبیات ملی، میراث فرهنگی، تاریخ، سرزمین، دین و نظام سیاسی می باشد مورد سنجش قرار گرفته و از طریق ۲۹ گویه در قالب طیف از خیلی زیاد تا خیلی کم سنجیده شده است.

سرمایه اجتماعی - مجموعه ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه ها می باشد که هماهنگی و همکاری را برای سود متقابل تسهیل می کند و باعث کارآمدی جامعه در فعالیت های هماهنگ می شود (وال و همکاران، ۱۹۹۸: ۳۱۱) سرمایه اجتماعی در این مقاله شاخص هایی مانند اعتماد اجتماعی، مشارکت، و تعاملات اجتماعی را شامل می شود که از طریق ۴۵ گویه به صورت طیف سنجیده شده است.

اعتماد اجتماعی - بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی دلالت دارد که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی شان دارند (ازکیا و غفاری ۱۳۸۰: ۹). که از طریق سنجش اعتماد دانشجو نسبت به خانواده،

^۱ Reliability

^۲ Cronbach's Alpha

دوستان، اطرافیان، اصناف و گروه‌ها، و سازمان‌های مختلف در جامعه که در قالب ۲۱ گویه به صورت طیف از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف سنجیده شده است.

مشارکت - فرآیندی است که در برگیرنده انواع کنش‌های فردی و گروهی به منظور دخالت در تعیین سرنوشت خود و جامعه و تأثیر گذاردن بر تصمیم‌گیری درباره امور عمومی است (موسوی ۱۳۸۵). نمود عینی مشارکت، وجود نهادهای مشارکتی مانند انجمن‌ها، گروه‌ها، سازمان‌های محلی و غیردولتی می‌باشد که از طریق عضویت افراد در این گونه انجمن‌ها و سازمان‌ها و همچنین شرکت در فعالیت‌های سیاسی مانند شرکت در انتخابات و رأی دادن و پیگیری مسائل سیاسی در قالب ۱۴ گویه سنجیده شده است.

تعاملات اجتماعی - کنش‌های اجتماعی هستند که بین دو یا چند انسان واقع می‌شوند و در میان آن‌ها نوعی هماهنگی ایجاد می‌کنند (آگ برن و نیم کوف، ۱۳۵۷: ۲۷). تعاملات اجتماعی شامل کنش‌های متقابل و برخوردهای روزمره دانشجویان که هم شعاع و گستره این ارتباطات و هم نوع ارتباط در این پژوهش مد نظر می‌باشد و در قالب ۱۰ گویه با طیف لیکرت از خیلی زیاد تا خیلی کم سنجیده شده و شامل ارتباطات دانشجویان با خویشاوندان و دوستان و اساتید و همکلاسی‌ها و اینکه این ارتباط حول چه مسائلی می‌باشد (کمک مادی، کمک علمی یا استفاده از راهنمایی‌های دیگران).

جهت‌گیری مذهبی^۱ - عبارت است از اعتقاد به قوای لاهوتی و ماوراء طبیعه و رعایت یک سلسله قواعد اخلاقی در زمینه ارتباط با خود، سایر بندگان و خدا و انجام مناسک عبادی در جهت تقریب خالق و جلب رضایت او به منظور تعالی روح می‌باشد (کتابی و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۷۷). این متغیر توسط ۵ گویه بر اساس طیف ۵ درجه ای لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است.

عزت نفس - به معنی پذیرش و ارزشمندی است که شخص نسبت به خود احساس می‌کند. شخصی که از عزت نفس بالا برخوردار است، خود را به گونه مثبتی ارزیابی نموده و برخورد مناسبی نسبت به خود و دیگران دارد و از توان‌سازی بالایی برای رویارویی با

¹ religious orientation

موقعیت‌های استرس زا و بحرانی برخوردار است (انصاری جابری و همکاران ۱۳۸۰). شاخص عزت نفس با توجه به اینکه هویت یک مقوله روان‌شناختی می‌باشد، در این پژوهش مورد استفاده واقع شده است که از طریق پنج گویه در قالب طیف ارزیابی افراد و احساس آن‌ها نسبت به خویشتن را نشان می‌دهد.

شیوه تجزیه و تحلیل داده ها

داده های گردآوری شده به کمک آماره های موجود در نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آماره های توصیفی مانند جداول تقاطعی و آماره های استنباطی مانند ضریب همبستگی پیرسون، آزمون T، تحلیل واریانس یک طرفه و رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است.

یافته ها

مهم‌ترین یافته های توصیفی به این شرح می‌باشند: از لحاظ جنسیت، ۵۰٪ پاسخ‌گویان مرد و ۵۰٪ زن می‌باشند، میانگین سن پاسخ‌گویان ۲۲/۴ سال می‌باشد، میانگین تحصیلات پاسخ‌گویان ۱۵/۴ کلاس، میانگین تحصیلات پدر پاسخ‌گویان ۸/۹ کلاس، میانگین تحصیلات مادر پاسخ‌گویان ۷/۲ کلاس، میانگین درآمد ماهیانه خانواده پاسخ‌گویان ۵۱۴ هزار تومان، میانگین نمره سرمایه اجتماعی پاسخ‌گویان ۱۱۹/۶۷ و میانگین نمره هویت ملی پاسخ‌گویان ۱۰۵/۶۱ می‌باشد. همچنین ۹۴/۴٪ پاسخ‌گویان مجرد و ۵/۶٪ متأهل، ۷۷/۸٪ فارس و ۲۲/۲٪ غیر فارس، ۹۵/۶٪ شیعه و ۵/۴٪ سنی، ۷۶/۷٪ در شهر و ۲۳/۳٪ در روستا متولد شده‌اند، ۱۶/۷٪ پاسخ‌گویان در روستا و ۸۳/۳٪ در شهر ساکن هستند، ۸۶/۷٪ دارای مسکن شخصی، ۱۲/۲٪ دارای مسکن اجاره‌ای و ۱/۱٪ دارای مسکن سازمانی هستند، و سرانجام اینکه ۵/۶٪ پاسخ‌گویان دارای وضعیت طبقاتی بالا، ۸۴/۴٪ طبقه متوسط و ۱۰ درصد نیز در طبقه پایین قرار دارند.

لازم به یادآوری است که برای رتبه ای کردن متغیرهای فاصله ای، با در نظر گرفتن دامنه و حد پایین و بالای نمره به دست آمده، عدد دامنه را به سه قسمت مساوی تقسیم کرده، از پایین ترین نمره تا یک سوم نمره دامنه را پایین، یک سوم میانی را متوسط و یک سوم آخر را بالا در نظر گرفتیم. به طور مثال اگر نمره پایین ۶۰، نمره بالا ۱۵۰ و دامنه نیز ۹۰ باشد، با توجه به اینکه اگر ۹۰ را بر ۳ تقسیم کنیم عدد ۳۰ به دست می آید، از نمره ۶۰ تا ۹۰ شامل رده پایین، از ۹۱ تا ۱۲۰ شامل رده متوسط و از ۱۲۱ تا ۱۵۰ نیز رده بالا به حساب می آیند.

جدول ۱ نشان می دهد که در بین افراد با سرمایه اجتماعی پایین، ۵۰٪ دارای هویت ملی پایین، ۴۰٪ دارای هویت ملی متوسط و ۱۰٪ دارای هویت ملی بالایی هستند. در بین افراد با سرمایه اجتماعی متوسط، ۱۴٪ دارای هویت ملی پایین، ۶۰٪ دارای هویت ملی متوسط و ۲۶٪ دارای هویت ملی بالایی هستند. در بین افراد با سرمایه اجتماعی بالا، ۶۷٪ دارای هویت ملی پایین، ۴۶٪ دارای هویت ملی متوسط و ۴۶٪ دارای هویت ملی بالایی هستند. به عبارت دیگر، هرچه سرمایه اجتماعی بالاتر باشد، هویت ملی نیز بالاتر است.

جدول ۱- توزیع فراوانی افراد مورد مطالعه براساس میزان سرمایه اجتماعی و هویت ملی

سرمایه اجتماعی	سطح هویت ملی						کل
	پایین		متوسط		بالا		
فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
پایین	۲۰	۵۰	۴	۴۰	۱۰	۴۰	۱۱/۱
متوسط	۲۸	۱۴	۵۲	۶۰	۲۶	۲۰۰	۵۵/۶
بالا	۸	۶/۷	۵۶	۴۶/۷	۵۶	۱۲۰	۳۳/۳
کل	۵۶	۱۵/۶	۱۹۲	۵۳/۳	۱۱۲	۳۶۰	۱۰۰

بررسی فرضیه ها

در این بخش، ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته و همچنین متغیرهای واسطه ای از طریق آماره های متناسب با آنها مورد سنجش قرار می گیرد.

فرضیه اول: بین سن و هویت ملی رابطه وجود دارد.

از آنجایی که هر دو متغیر فاصله ای می باشند، برای بررسی رابطه بین آنها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می شود. نمره هویت ملی از جمع نمرات پاسخ گویان به ۲۹ گویه به دست آمد. همان طور که داده های جدول ۳ نشان می دهند، با در نظر گرفتن ضریب همبستگی پیرسون ($T=0/040$) و سطح معناداری ($sig=0/391$)، رابطه معناداری بین این دو متغیر وجود ندارد و فرضیه رد می شود.

فرضیه دوم: بین جنس و هویت ملی رابطه وجود دارد.

از آنجایی که متغیر مستقل یک متغیر اسمی دو طبقه و متغیر وابسته فاصله ای می باشد، برای بررسی رابطه بین آنها، از آزمون تفاوت میانگین T استفاده می کنیم. جدول ۲ نشان می دهد که با توجه به مقدار T به دست آمده ($T=-0/590$) و سطح معناداری ($sig=0/556$)، بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد. داده های جدول نشان می دهد که میانگین هویت ملی زنان از مردان کمی بیشتر می باشد.

جدول ۲- آزمون تفاوت میانگین میزان هویت ملی افراد با توجه به جنسیت و وضعیت تأهل

جنس	فراوانی	میانگین نمره هویت ملی	انحراف معیار	مقدار T	سطح معناداری
مرد	۱۸۰	۱۰۵/۱۳	۱۵/۴۷		
زن	۱۸۰	۱۰۶/۰۸	۱۵/۲۶	-۰/۵۹۰	۰/۵۵۶
کل	۳۶۰	۱۰۵/۶۱	۱۵/۳۵		
وضعیت تأهل	فراوانی	میانگین نمره هویت ملی	انحراف معیار	مقدار T	سطح معناداری
مجرد	۳۴۰	۱۰۵/۵۵	۱۵/۳۳		
متأهل	۲۰	۱۰۶/۶۰	۱۶/۰۸	-۰/۲۹۶	۰/۷۶۷
کل	۳۶۰	۱۰۵/۶۱	۱۵/۳۵		

فرضیه سوم: بین وضعیت تأهل و هویت ملی رابطه وجود دارد.

از آنجایی که متغیر مستقل یک متغیر اسمی دو طبقه و متغیر وابسته فاصله ای می باشد، برای بررسی رابطه بین آن‌ها، از آزمون تفاوت میانگین T استفاده می کنیم. جدول ۲ نشان می دهد که میانگین هویت ملی مجردین کمتر از متأهلین می باشد. لذا با توجه به مقدار T به دست آمده ($T=-۰/۲۹۶$) و سطح معناداری ($\text{sig}=۰/۷۶۷$)، بین وضعیت تأهل و هویت ملی رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه ما رد می شود.

فرضیه چهارم: بین تحصیلات والدین و هویت ملی رابطه وجود دارد.

از آنجایی که هر دو متغیر فاصله ای می باشند، برای بررسی رابطه بین آن‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می شود. با توجه به داده های جدول ۳، با در نظر گرفتن ضریب پیرسون ($I=-۰/۰۲۷$) و سطح معناداری ($\text{sig}=۰/۶۰۹$)، رابطه معناداری بین میزان تحصیلات پدر و هویت ملی وجود ندارد. همچنین با توجه به ضریب همبستگی پیرسون ($I=۰/۰۸۲$) و سطح معناداری ($\text{sig}=۰/۱۲۲$)، بین میزان تحصیلات مادر و هویت ملی رابطه معناداری وجود ندارد و فرضیه رد می شود.

جدول ۳- همبستگی بین سن، تحصیلات والدین، درآمد خانواده و هویت ملی

متغیر	فراوانی	ضریب پیرسون (I)	سطح معناداری
سن	۳۶۰	۰/۰۴۰	۰/۳۹۱
تحصیلات پدر	۳۶۰	۰/۰۲۷	۰/۶۰۹
تحصیلات مادر	۳۶۰	۰/۰۸۲	۰/۱۲۲
درآمد خانواده	۳۶۰	-۰/۰۳۴	۰/۵۲۵

فرضیه پنجم: بین درآمد خانواده و هویت ملی رابطه وجود دارد.

از آنجایی که هر دو متغیر فاصله ای می باشند، برای بررسی رابطه بین آن‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می شود. با توجه به داده های جدول ۳، با در نظر گرفتن ضریب

پیرسون ($r = -0/034$) و سطح معناداری ($sig = 0/025$)، رابطه معناداری بین درآمد خانواده و هویت ملی وجود ندارد و فرضیه رد می شود.

فرضیه ششم: بین محل تولد و هویت ملی رابطه وجود دارد.

جدول ۴ آزمون تفاوت میانگین میزان هویت ملی افراد مورد مطالعه را با توجه به محل تولد نشان می دهد. از آنجایی که متغیر مستقل ما یک متغیر اسمی بیش از دو طبقه و متغیر وابسته نیز در سطح فاصله ای می باشد، برای بررسی رابطه این دو متغیر از آزمون تفاوت میانگین F استفاده می کنیم. داده های جدول نشان می دهند که بالاترین میانگین هویت ملی در بین متولدین روستا و پایین ترین آن در بین افراد متولد شده در شهرهای کوچک می باشد. لذا با توجه به مقدار F به دست آمده ($F = 8/429$) و سطح معناداری ($sig = 0/000$)، رابطه معناداری در سطح ۹۹٪ اطمینان بین دو متغیر وجود دارد و فرضیه ما مورد تأیید واقع می شود. می توان گفت محیط های روستایی باعث شکل گیری شبکه های اجتماعی محلی می گردد که این شبکه های اجتماعی محلی عامل مهمی در تقویت انسجام و همبستگی می باشند. بنابراین افراد متولد شده در محیط های روستایی به خاطر این شبکه های اجتماعی محلی و حتی فامیلی بیشتر از متولدین شهری دارای هویت ملی می باشند.

جدول ۴- آزمون تفاوت میانگین میزان هویت ملی افراد با توجه به محل تولد و محل سکونت

محل تولد	فراوانی	میانگین نمره هویت ملی	انحراف معیار	مقدار F	سطح معناداری
مرکز استان	۱۳۲	۱۰۸/۰۳	۱۵/۰۲	۸/۴۲۹	۰/۰۰۰
شهرهای بزرگ	۲۸	۱۰۱/۴۲	۱۳/۵۰		
شهرهای کوچک	۱۱۶	۱۰۰/۷۲	۱۷/۷۵		
روستا	۸۴	۱۰۹/۹۵	۱۰/۰۰		
کل	۳۶۰	۱۰۵/۶۱	۱۵/۳۵		
محل سکونت	فراوانی	میانگین نمره هویت ملی	انحراف معیار	مقدار F	سطح معناداری
مرکز استان	۱۴۴	۱۰۶/۸۳	۱۴/۷۷	۲/۷۳۹	۰/۰۴۳
شهرهای بزرگ	۳۲	۱۰۵/۰۰	۱۵/۷۳		
شهرهای کوچک	۱۲۴	۱۰۲/۷۴	۱۷/۴۸		
روستا	۶۰	۱۰۸/۹۳	۱۰/۳۰		
کل	۳۶۰	۱۰۵/۶۱	۱۵/۳۵		

فرضیه هفتم: بین محل سکونت و هویت ملی رابطه وجود دارد.

جدول ۴ آزمون تفاوت میانگین میزان هویت ملی افراد مورد مطالعه را با توجه به محل سکونت نشان می دهد. از آنجایی که متغیر مستقل ما یک متغیر اسمی بیش از دو طبقه و متغیر وابسته نیز در سطح فاصله ای می باشد، برای بررسی رابطه این دو متغیر از آزمون تفاوت میانگین F استفاده می کنیم. داده های جدول نشان می دهند که بالاترین میانگین هویت ملی در بین افراد ساکن در روستا و پایین ترین آن در بین افراد ساکن شهرهای کوچک می باشد. لذا با توجه به مقدار F به دست آمده ($F=2/739$) و سطح معناداری ($\text{sig}=0/043$)، رابطه معناداری در سطح ۹۵٪ اطمینان بین دو متغیر وجود دارد و فرضیه ما مورد تأیید واقع می شود. همان طوری که در فرضیه قبلی اشاره شد وجود شبکه های اجتماعی قوی در محیط های

روستایی منجر به تقویت همبستگی های گروهی می شود. شاید وجود ارزش های مشترک در محیط های روستایی یک عامل انسجام بخش بوده و حس همبستگی و هویت ملی را در روستاها تقویت کرده و از طرف دیگر نبود این شبکه های غیررسمی در محیط های شهری و پیوندهای ضعیف تر در این محیط ها عدم شکل گیری همبستگی در شهرها را موجب گردد.

فرضیه هشتم: بین وضعیت طبقاتی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

جدول ۵ آزمون تفاوت میانگین میزان هویت ملی افراد مورد مطالعه را با توجه به وضعیت طبقاتی نشان می دهد. از آنجایی که متغیر مستقل ما یک متغیر اسمی بیش از دو طبقه و متغیر وابسته نیز در سطح فاصله ای می باشد، برای بررسی رابطه این دو متغیر از آزمون تفاوت میانگین F استفاده می کنیم. داده های جدول نشان می دهند که بالاترین میانگین هویت ملی در بین افراد طبقه میانی و پایین ترین آن در بین افراد طبقه پایین می باشد. لذا با توجه به مقدار F به دست آمده ($F=0/322$) و سطح معناداری ($Sig=0/725$)، رابطه معناداری در سطح ۹۵٪ اطمینان بین دو متغیر وجود ندارد و فرضیه رد می شود.

جدول ۵- آزمون تفاوت میانگین میزان هویت ملی افراد با توجه به وضعیت طبقاتی

وضعیت طبقاتی	فراوانی	میانگین نمره هویت ملی	انحراف معیار	مقدار F	سطح معناداری
بالا	۲۰	۱۰۵/۶۰	۱۳/۴۶		
میانی	۳۰۴	۱۰۵/۸۴	۱۵/۷۹		
پایین	۳۶	۱۰۳/۶۶	۱۲/۴۸	۰/۳۲۲	۰/۷۲۵
کل	۳۶۰	۱۰۵/۶۱	۱۵/۳۵		

فرضیه نهم: بین اعتماد اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

جدول ۶ رابطه بین اعتماد اجتماعی و هویت ملی را نشان می دهد. از آنجایی که هر دو متغیر فاصله ای می باشند، برای بررسی رابطه بین آن ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می شود. با در نظر گرفتن ضریب پیرسون ($r=0/258$) و سطح معناداری ($sig=0/000$)، رابطه معناداری در سطح ۹۹٪ اطمینان بین میزان اعتماد اجتماعی و هویت ملی وجود دارد و فرضیه ما تأیید می شود. وجود روابط مثبتی بر اعتماد متقابل در جامعه شکل گیری شبکه های اجتماعی را موجب می شود و این شبکه ها منابع با ارزشی برای افراد می باشند تا بتوانند کنش های خود را با همدیگر برقرار کرده و به منافع مشترکی برسند که این منافع مشترک بیان کننده وجود همبستگی در بین آن ها و همچنین یک هویت مشترک می باشد.

فرضیه دهم: بین مشارکت و هویت ملی رابطه وجود دارد.

جدول ۶ رابطه بین مشارکت و هویت ملی را نشان می دهد. از آنجایی که هر دو متغیر فاصله ای می باشند، برای بررسی رابطه بین آن ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می شود. با در نظر گرفتن ضریب پیرسون ($r=0/310$) و سطح معناداری ($sig=0/000$)، رابطه معناداری بین میزان مشارکت و هویت ملی در سطح ۹۹٪ اطمینان وجود دارد و فرضیه ما تأیید می شود. اگر افراد یک جامعه خود را متعلق به آن جامعه بدانند یا به عبارتی احساس تعلق به آن جامعه یا کشور داشته باشند در نتیجه در موارد مختلف و هر جا که لازم باشد در امور مختلف آن مشارکت خواهند کرد تا از این طریق نشان دهند که سرنوشت آن جامعه و کشور برایشان مهم بوده و خودشان می خواهند سرنوشت کشورشان را رقم بزنند.

فرضیه یازدهم: بین تعاملات اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

جدول ۶ رابطه بین تعاملات اجتماعی و هویت ملی را نشان می دهد. از آنجایی که هر دو متغیر فاصله ای می باشند، برای بررسی رابطه بین آن ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می شود. با در نظر گرفتن ضریب پیرسون ($r=0/367$) و سطح معناداری ($sig=0/000$)، رابطه

معناداری بین میزان تعاملات اجتماعی و هویت ملی در سطح ۹۹٪ اطمینان وجود دارد و فرضیه ما تأیید می‌شود. شکل گیری کنش‌های جمعی در جامعه بستگی به نکات مشترکی دارد که در بین افراد جامعه وجود دارد. در جامعه‌ای که دارای همبستگی باشد این نکات مشترک بیشتر هست و تعاملات بیشتری هم شکل می‌گیرد و وجود همبستگی‌ها سبب تسهیل کنش‌های جمعی و استمرار آن‌ها می‌گردد و خود این همبستگی‌ها را در جامعه افزایش می‌دهد.

جدول ۶- همبستگی بین متغیرهای اعتماد اجتماعی، مشارکت، تعاملات اجتماعی، جهت‌گیری مذهبی، عزت نفس و هویت ملی

متغیر	فراوانی	ضریب پیرسون (r)	سطح معناداری
اعتماد اجتماعی	۳۶۰	۰/۲۵۸	۰/۰۰۰
مشارکت	۳۶۰	۰/۳۱۰	۰/۰۰۰
تعاملات اجتماعی	۳۶۰	۰/۳۶۷	۰/۰۰۰
جهت‌گیری مذهبی	۳۶۰	۰/۴۵۴	۰/۰۰۰
عزت نفس	۳۶۰	-۰/۰۱۷	۰/۷۴۳

فرضیه دوازدهم: بین جهت‌گیری مذهبی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

جدول ۶ رابطه بین جهت‌گیری مذهبی و هویت ملی را نشان می‌دهد. از آنجایی که هر دو متغیر فاصله‌ای می‌باشند، برای بررسی رابطه بین آن‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. با در نظر گرفتن ضریب پیرسون ($r=0/454$) و سطح معناداری ($sig=0/000$)، رابطه معناداری بین میزان جهت‌گیری مذهبی و هویت ملی در سطح ۹۹٪ اطمینان وجود دارد و فرضیه ما تأیید می‌شود. جهت‌گیری‌های مذهبی به وجود آورنده ارزش‌های مشترکی برای افراد می‌باشند. این ارزش‌های مشترک و توافقی که حول این ارزش‌های مشترک وجود دارد موجب می‌گردد انسجام بیشتری در بین گروه‌های مذهبی به وجود بیاید و این انسجام در سطح ملی منجر به تقویت هویت ملی افراد می‌گردد.