

تحلیل جامعه‌شناختی - راهبردی ارتباط بین هویت ملی و سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه یاسوج

اصغر میرفردی^{۱*}، عبدالله ولی‌نژاد^۲

۱. دانشیار، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران
 ۲. کارشناسی ارشد، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران
- (تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۰۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۱۹)

چکیده

سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از متغیرهای مهم و تأثیرگذار در زندگی اجتماعی مورد توجه اندیشمندان اجتماعی، و به‌ویژه جامعه‌شناسان قرار گرفته است. پژوهش حاضر با هدف مطالعه رابطه بین متغیرهای راهبردی هویت ملی و سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه یاسوج، با به‌کارگیری چارچوبی تلفیقی، و با روش پیمایشی انجام گرفته است. براساس فرمول لین، حجم نمونه ۴۰۰ نفر محاسبه شد و با روش نمونه‌گیری تصادفی از نوع طبقه‌ای چندمرحله‌ای، انتخاب و مطالعه شدند. ابزار گردآوری داده‌ها نیز، پرسشنامه‌ای ۸۰ پرسشی بود که پس از تأیید اعتبار توسط صاحب‌نظران، پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ (سرمایه اجتماعی، ۰/۹۵۳ و هویت ملی، ۰/۸۸۸) بررسی شد. نتایج نشان‌دهنده رابطه مستقیم و معنادار «هویت ملی» و «سرمایه اجتماعی» از یک‌طرف، و رابطه مثبت و معنادار بین ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی با ابعاد «سرزمینی»، «سیاسی» و «فرهنگی» هویت ملی از طرف دیگر، بود. همچنین، نتایج نشان داد بین بعد «تاریخی» هویت ملی با ابعاد «ساختاری» و «شناختی» سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد، اما با بعد «ارتباطی» سرمایه اجتماعی رابطه معنادار دارد. در نهایت، متغیر هویت ملی ۴/۹ درصد از متغیر وابسته سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کند. براساس نتایج، دو متغیر هویت ملی و سرمایه اجتماعی همبستگی و هم‌افزایی شایان توجهی با سرمایه اجتماعی دانشجویان در جامعه مورد مطالعه داشتند.

کلیدواژگان

تحلیل جامعه‌شناختی - راهبردی، سرمایه اجتماعی، هویت ملی.

مقدمه

سرمایه اجتماعی که به معنای دانش فهم هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تراکنش‌هایی است که گروه‌هایی از افراد را به فعالیت برمی‌انگیزد (Fukuyama, 1999)، جایگاه مهمی در وضعیت انسجام اجتماعی یک جامعه دارد. از آنجا که به گفته گنجی و همکاران (۱۳۸۹)، وضعیت تعاملات و ارتباطات شهروندان شهرهای مختلف، شناخته شده نیست و با توجه به افزایش چشمگیر تعهدهای محضری در انواع گوناگون معاملات تجاری، میزان اعتماد در جامعه ایران در سطح پایینی است، شناخت و آگاهی درباره این روابط و تعاملات اهمیت راهبردی دارد. رابطه مند بودن سرمایه اجتماعی با بسیاری از ابعاد زندگی اجتماعی (Gerew, 2003; Krishna, 2003; Knack, 2002; Hyatt, 2003; Kerry, 2003)؛ از قبیل هوش عاطفی (زارعی‌متین و همکاران، ۱۳۹۴)، عملکرد شرکت‌های تعاونی (میرفردی و همکاران، ۱۳۹۳)، خلاقیت کارکنان (مؤذن جمشیدی و حق‌پرست کنارسری، ۱۳۹۴)، مهارت ارتباطی مدیران (یوسف‌زاده و کیاکجوری، ۱۳۹۴)، انسجام گروهی (صابری و همکاران، ۱۳۹۴)، عملکرد سازمان (Andrew, 2010)، و موفقیت تحصیلی (Tobias, 2013) که در پژوهش‌های متعدد تأیید شده است، وجه راهبردی بودن این مقوله را آشکار می‌کند. بر این اساس، شناسایی منابع و راه‌های تقویت آن می‌تواند نتایج مثبت برای جامعه در پی داشته باشد. با نظر به این نکته که در مباحث نظری، میزان و نحوه تعاملات اجتماعی کنشگران، سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید؛ به نظر می‌رسد عوامل اجتماعی گوناگونی توان دارا بودن رابطه با این متغیر کارکردی و مهم را دارند. بر این اساس، متغیری که در این تحقیق، در پیوند با سرمایه اجتماعی مد نظر قرار گرفت، هویت ملی بوده است.

از مهم‌ترین نمودهای «هویت ملی» که به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی و در میان مرزهای تعریف‌شده سیاسی (جلایی‌پور و قنبری، ۱۳۸۸)؛ و به‌عنوان یکی از مباحث عصر مدرن و پسامدرن (Miller, 1995, p.41) از آن یاد می‌شود، وجود یک سرزمین جغرافیایی خاص با دولتی متمرکز و مدرن، و احساس تعلق ساکنان آن سرزمین به تاریخ و آداب و رسومشان است. در شرایط خاص عصر جدید و با توجه به فرایند جهانی‌شدن که

شکل‌گیری هویت جهانی را در پی داشته و موجب شکل‌گیری احساس چندپارگی در افراد شده است (شولت^۱، ۱۳۸۲)؛ به نظر می‌رسد سرمایه اجتماعی شهروندان در برداشت آنان از هویت ملی‌شان که نوعی احساس تعلق به شمار می‌آید، نقش داشته باشد. به نظر می‌رسد هویت ملی نیز که با حوزه‌های متفاوت زندگی اجتماعی رابطه دارد (حاجیان، ۱۳۷۹)، با میزان سرمایه اجتماعی دانشجویان ارتباط داشته باشد. جامعه ایرانی، که خود شرایط در حال گذار از شرایط سنتی به مدرن را تجربه می‌کند، متشکل از اقوام و مناطق مختلفی است که با وجود ایرانی‌بودن، از خرده‌فرهنگ‌ها و شیوه‌های قومی متنوعی برخوردارند. شناخت متغیرهای مهمی مانند سرمایه اجتماعی و هویت ملی در این جامعه، با ترکیب متنوع قومیتی، می‌تواند سیر تحولات نسلی در مناطق مختلف کشور را در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی بنمایاند. از منظر راهبردی، به نظر می‌رسد هویت ملی بالا به دلیل ایجاد حس همبستگی، زمینه برقراری روابط مبتنی بر همکاری و همراهی با اعتماد را میان ساکنان یک سرزمین فراهم می‌کند؛ همکاری و اعتمادی که به‌عنوان ابعاد مهم سرمایه اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند. از طرف دیگر، همین همکاری و در نتیجه آن، اعتمادی که ممکن است تحت‌الشعاع این همکاری به وجود آید، می‌تواند محرکی در جهت بالارفتن هویت ملی افراد باشد. مفاهیم «تعهد» و «تعلق» در مقوله هویت ملی، و مفاهیم «اعتماد»، «مشارکت» و «هنجارمندی» در سرمایه اجتماعی، عناصر پایه‌ای را تشکیل می‌دهند و تحلیل رابطه این دو متغیر با مبنا قراردادن این موارد، میسر خواهد بود.

راهبردی‌بودن متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش، آنجا آشکار می‌شود که همبستگی منتج‌شده از هویت ملی، و همکاری، مشارکت و ایجاد روابط سالمی که از کارکردهای سرمایه اجتماعی‌اند، می‌توانند به موازات هم بوده و در تقویت یکدیگر مؤثر باشند. بنابراین، وجوه راهبردی این متغیرها نه تنها به‌طور جداگانه، بلکه به صورت توأم نیز آشکار است. به نظر می‌رسد این مقوله‌ها که عناصری کلیدی برای توسعه بیشتر کشورند، در کارکردها و ویژگی‌هایشان، اشتراک‌هایی با یکدیگر داشته باشند، به طوری که به هم‌افزایی همدیگر کمک کنند. در تأیید این

نکته، اشاره به تحقیقات پیشین در زمینه‌های یادشده لازم است. نتایج بسیاری از پژوهش‌ها (از جمله پژوهش‌های داخلی حسینی و جلائی‌پور، ۱۳۹۱؛ قاسمی و جمال‌وندی، ۱۳۹۱؛ رستگارخالد و همکاران، ۱۳۹۵ و خارجی Muir, 2011; Cote & Bonnie, 2009) نشان‌دهنده ارتباط مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی و هویت ملی بوده است.

ویژگی‌های راهبردی دانشجویان به‌عنوان کارگزاران و مدیران آینده جامعه، نقشی که این قشر به واسطه حضور در یک مکان آموزشی در تولید دانش، و در حد واسطه بین حوزه عمومی و جامعه ایفا می‌کنند؛ و همچنین، بیان این نکته که دانشجویان تحت تأثیر جامعه‌پذیری و گونه‌های فرهنگی یکسانی در بین اقوام و فرهنگ‌های مختلف‌اند، این قشر را به جامعه آماری مناسبی برای مطالعه سرمایه اجتماعی بدل کرده است. از طرف دیگر، وضعیت در حال گذار از سنت به مدرنیته استان کهگیلویه و بویراحمد نیز در انتخاب این جامعه آماری بی‌تأثیر نبوده است. استان کهگیلویه و بویراحمد به دلیل دارا بودن بافت قومی - عشیره‌ای از یک طرف، و ارتباط کمتر با بسیاری از فناوری‌های نوین تا دو سه دهه اخیر، هنوز هم بسیاری از ویژگی‌های سنتی و عشیره‌ای از جمله ویژگی‌های محلی گرایانه را حفظ کرده است. در این میان، پیوندها و انسجام‌های منطقه‌ای و محلی که زمینه‌ساز سرمایه اجتماعی‌اند، از ویژگی بارز این مناطق‌اند. دانشگاه یاسوج به عنوان دانشگاهی که بیشتر دانشجویان آن بومی استان کهگیلویه و بویراحمد هستند، توان تأثیرگذاری فرهنگی شایان توجهی بر سطح این استان دارد. محیط دانشگاه‌ها حتی در شهرهای کوچک هم به لحاظ فرهنگی اجتماعی قرابت فرهنگی بیشتری با سبک زندگی افراد در شهرهای بزرگ دارند. بر این اساس، مقایسه سطح این دانشگاه با استان کهگیلویه و بویراحمد می‌تواند یک مقایسه به لحاظ روش‌شناختی اشتباه باشد؛ با این حال، به دلیل آنکه بیشتر دانشجویان این دانشگاه بومی استان می‌باشند، می‌توان تا حدودی جامعه مورد مطالعه را جامعه‌ای در حال گذار از شرایط و احوالات سنتی به مدرنیته دانست. بر این اساس، این تحقیق در صدد ارزیابی رابطه بین متغیرهای راهبردی هویت ملی و سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه یاسوج است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

هویت ملی

هویت ملی، پدیده‌ای چندبعدی است، ولی اکثر محققان، در بررسی این مقوله، بر حسب علاقه خود، فقط به یک یا چند بعد خاص آن پرداخته‌اند. در یک تقسیم‌بندی، گودرزی (۱۳۸۴) برای هویت ملی، شش بعد «اجتماعی»، «تاریخی»، «جغرافیایی»، «سیاسی»، «دینی»، و «فرهنگی» در نظر گرفته است (گودرزی، ۱۳۸۴، ص ۱۱۳). در پژوهش حاضر فقط چهار بعد «سرزمینی»، «سیاسی»، «تاریخی» و «فرهنگی» آن مد نظر قرار گرفته است.

میلر (۱۹۹۵)، چند ویژگی برای هویت ملی بیان کرده است: الف) ملت‌ها زمانی پدید می‌آیند که اعضا یکدیگر را به‌عنوان هم‌وطن بپذیرند و به این باور برسند که ویژگی‌های مشترکی دارند؛ ب) هویتی است که تداوم تاریخی را تداوم می‌بخشد؛ ج) هویت ملی، فعال است. ملت‌ها اجتماعاتی‌اند که با یکدیگر عمل می‌کنند، تصمیم می‌گیرند و به نتیجه می‌رسند؛ د) هویت ملی، پیوند یک گروه از مردم به مکان جغرافیایی خاص است؛ ی) هویت ملی، مستلزم شراکت افراد در یک فرهنگ عمومی است (Miller, 1995, pp.29-32). میلر (۱۹۹۵) تأکید می‌کند لازمه هویت ملی این است که همه افراد، چیزی به اشتراک داشته باشند؛ حس تعلقی که افراد در کنار یکدیگر، به واسطه وجود آن خصوصیات مشترک، به یکدیگر دارند. میلر، آن را فرهنگ عمومی مشترک می‌داند (Miller, 1995, p.25). پاردی و ویلس (۲۰۰۷)، هویت ملی را دارای ابعاد فردی و جمعی می‌دانند. در بعد فردی، این نکته را که ما به‌عنوان افراد، چه کسی هستیم، روشن می‌کنند؛ و در حالت جمعی، به ما کمک می‌کند که افراد خودمان را در ارتباط با جامعه وسیع‌تر، تعریف کنیم (Purdie & Wilss, 2007, p.68). آنتونی اسمیت از نظریه‌پردازان دیگر هویت ملی، آگاهی ملی را جایگزینی برای این نوع هویت در نظر می‌گیرد؛ از نظر وی، «هویت ملی بازتولید ارزش‌ها، نمادها و سنت‌های به‌جامانده از گذشتگان یک ملت است که هویت‌یابی افراد را براساس آن‌ها امکان‌پذیر

می‌کند» (اسمیت^۱، ۱۳۸۳، ص ۳۰). از نظر وی، برای فهم کامل هویت ملی باید تعادل بین اجزای آن رعایت شود؛ تعادل بین سطوح جمعی و فردی، و بین تداوم و تغییر هویت (اسمیت، ۱۳۸۳، ص ۳۰). گیدنز نیز فرد را در جریان هویت‌یابی خود موجودی صرفاً منفعل و پذیرنده در نظر نمی‌گیرد، بلکه می‌گوید فرد در این فرایند، به تفسیر هویت خویش می‌پردازد؛ گیدنز تأکید می‌کند این تفسیر، بریده‌بریده و منقطع نیست، بلکه از مقداری ثبات و استمرار برخوردار است (گیدنز^۲، ۱۳۸۳، ص ۸۶-۸۱). براساس آرای گیدنز می‌توان فرد را در جریان رشد هویت ملی‌اش نیز موجودی در نظر گرفت که به تفسیر هویت خویش مشغول است.

دیدگاه‌های هویت

جرج هربرت مید^۳، «خود» را منشأ و مرکز روابط اجتماعی می‌داند (توسلی، ۱۳۷۱، ص ۲۷۱)؛ در نظریه وی، افراد و جامعه، مانند دو چیز متفاوت، با هم در تضاد نیستند؛ او خویشتن را فی‌الذات همان هویت اجتماعی می‌بیند که از یک‌سو، از مناسبات متقابل میان گفت‌وگوی فرد در ذهن، یعنی گفت‌وگوی میان من فاعلی و من مفعولی، و از سوی دیگر، گفت‌وگوی فرد با دیگران، در عرصه مناسبات اجتماعی، نشأت می‌گیرد (جنکینز^۴، ۱۳۸۱، ص ۷۴).

در نظریه چارلز هورتون کولی^۵، «خود» یک شخص، از رهگذر تبادل او با دیگران، رشد می‌کند، از نظر وی، «خود» به تنهایی نه فردی و نه اجتماعی محض است؛ بلکه از رهگذر یک نوع ارتباط دیالکتیکی شکل می‌گیرد (تنهایی، ۱۳۷۳، ص ۴۰۵). به اعتقاد وی، روابط صمیمانه‌ای که در گروه‌های نخستین وجود دارد، مهم‌ترین نقش را در فرایند هویت‌یابی ایفا می‌کنند و این هویت می‌تواند از سطح این گروه‌ها، حتی به سطح جهانی هم گسترش یابد (توسلی، ۱۳۷۶، ص ۲۹۸).

منظور اریکسون از هویت، احساسی است که فرد در اوایل نوجوانی، خود را از دیگران متمایز

-
1. Smith
 2. Giddens
 3. Mead
 4. Jenkins
 5. Cooley

و مجزا دانسته و برای خود، ثبات و یکپارچگی قائل است (Erikson, 1959, p.110). او در سیر هشت‌گانه مراحل رشد مورد نظرش، هویت‌یابی را پنجمین مرحله می‌داند و بیان می‌کند مهم‌ترین مسئله نوجوانان در این دوره، هویت‌یابی است. فرد در هر یک از مراحل هشت‌گانه رشد مد نظر اریکسون، درگیر بحران‌هایی است که برای ادامه رشد سالم، باید آن‌ها را با روشی مناسب، حل کند (Erikson, 1959, p.113). وی، رشد هویت برای مردان و زنان را کاملاً متفاوت در نظر می‌گیرد و استدلال می‌کند که تفاوت‌های کالبدشناختی ممکن است در ویژگی‌های فرایند رشد هویت اثر بگذارند (Erikson, 1968, p.73).

اصل اساسی در نظریه هویت ریچارد جنکینز، نظریه‌پرداز دیگر این حوزه، این است که درست است هویت فردی بر تفاوت‌ها، و هویت جمعی بر شباهت‌ها تأکید می‌کند، می‌توان آن را مشابه یکدیگر فرض کرد. به عبارت دیگر، جنکینز معتقد است این دو از هم جدا نیستند. او می‌گوید اگرچه افراد، متفاوت هستند؛ ولی خویشتن، به‌طور کامل، در ظرف اجتماع ساخته می‌شود؛ یعنی، افراد، خودشان و دیگران را در جریان فرایند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران، تعریف و بازتعریف می‌کنند. به باور جنکینز، دیالکتیک درونی و بیرونی، فرایندی است که به واسطه آن، همه هویت‌ها، اعم از فردی و اجتماعی، ترکیب می‌شوند (جنکینز، ۱۳۸۱، ص ۳۵). همچنین، او تأکید می‌کند که هویت اجتماعی را می‌توان با به‌کارگرفتن کنش متقابل دیالکتیکی درونی - بیرونی فهمید (جنکینز، ۱۳۸۱، ص ۴۳). از نظر وی، رفتار و تجربه انسان، یک مسئله واحد است که انواع انتزاع، از آن استخراج شده، و به تشکیل جامعه منجر می‌شود. بنابراین، هدف اصلی جنکینز را می‌توان ترسیم چارچوب نظری دانست که از طریق آن بتوان خود و جامعه را به‌عنوان انواع مختلف انتزاع در یک پدیده واحد (رفتار و تجربه انسان) فهم کرد.

آنتونی گیدنز نیز ضمن اینکه منابع اصلی هویت هر فرد را جنسیت، تمایلات جنسی، ملیت یا قومیت و طبقه اجتماعی می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۶، ص ۴۵-۳۴)، اعتقاد دارد فرد، مسئولیت «خود» را به عهده دارد و این افراد هستند که «خود» را می‌سازند (گیدنز، ۱۳۸۳، ص ۱۱۲). وی، سیاست‌رهایی‌بخش در دوره جدید را عامل آزادسازی افراد و گروه‌ها از محدودیت‌های دوره سنتی می‌داند و تأکید می‌کند، در دوره جهانی شدن، آدمی بر زندگی خود مسلط است (گیدنز، ۱۳۸۳،

ص ۲۹۵). او می‌گوید چون در دنیای امروزی، امکان انتخاب و گزینش به وجود آمده است، زندگی روزمره به دلیل پیوند عناصر محلی و جهانی، تحول می‌یابد و به این ترتیب، هویت فرد، به‌طور مداوم، بازتولید می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۳، ص ۸۱). به اعتقاد گیدنز، بازاندیشی در زندگی اجتماعی مدرن دربرگیرنده این واقعیت است که عملکردهای اجتماعی، پیوسته بازسنجی می‌شوند و در پرتو اطلاعات تازه درباره خود آن‌ها اصلاح می‌شوند و بدین‌سان خصلتشان را به‌طور اساسی دگرگون می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۳، ص ۴۷). از آنجا که تعدد مراجع هویت‌ساز نیز فرایند هویت‌سازی را دشوار می‌کند، گیدنز معتقد است در جوامع سنتی، افراد معمولاً در واحدهای اجتماعی کوچک، ولی منسجم‌تر قرار می‌گرفتند و در چارچوب آن واحد، هویت می‌یافتند؛ ولی با فرایند تجدد و گسترش فضای اجتماعی، امکان هویت‌یابی در چارچوب محدود و معین اجتماعی، رو به کاهش است (گیدنز، ۱۳۸۳، ص ۵۸-۴۹).

دیدگاه‌های سرمایه اجتماعی

کاربرد سرمایه اجتماعی نزد پیر بوردیو بر این درک استوار است که افراد چگونه با سرمایه‌گذاری بر روابط گروهی، وضعیت اقتصادی خود را در یک فضای اجتماعی سلسله‌مراتبی، بهبود می‌بخشند. سرمایه اجتماعی از نظر بوردیو، ابزاری است که وضعیت گروه و در نتیجه، فرد را بازتولید می‌کند (بوردیو، ۱۳۸۱). بوردیو معتقد بود درک دنیای اجتماعی، بدون فهم نقش اشکال مختلف سرمایه، و نه فقط آن شکل از سرمایه که در نظریه اقتصادی مطرح شده، غیرممکن است (Bourdieu, 1986, p.422). او، ایجاد و اثربخشی سرمایه اجتماعی را به عضویت در یک گروه اجتماعی وابسته دانسته (عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶، ص ۹) و تراکم و دوام ارتباطات، دارای اهمیت فراوانی می‌داند؛ به‌طوری که معتقد است ارزش ارتباطات یک فرد (یا حجم سرمایه اجتماعی یک عامل)، به تعداد ارتباطات فعال‌شده و حجم سرمایه هر ارتباط (اعم از سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی) بستگی دارد (Bourdieu, 1986, p.247).

جیمز کلمن، جامعه‌شناس آمریکایی، دیگر نظریه‌پرداز در زمینه سرمایه اجتماعی؛ سرمایه اجتماعی را نشان‌دهنده یک منبع می‌داند که متضمن شبکه‌های مبتنی بر اعتماد و ارزش‌های

مشترک است (فیلد^۱، ۱۳۸۸، ص ۳۸). او در عین حال که سرمایه اجتماعی را به‌عنوان دارایی فرد در نظر می‌گیرد، اما آن را ساخته منابع ساختاری اجتماعی می‌داند (Coleman, 1994, p.302). در تعیین اینکه آیا منابع، در عمل، کاربردی هستند، کلمن معتقد بود دو عنصر حیاتی، نقش مهمی را بازی می‌کنند: میزان واقعی تعهدات موجود؛ و میزان اعتماد موجود در محیط اجتماعی (فیلد، ۱۳۸۸، ص ۴۵). از نظر کلمن، سرمایه اجتماعی، انرژی‌های نهفته در جامعه، مانند اعتماد، هم‌دلی، تفاهم و ارزش‌های مشترک‌اند که به فعال‌شدن ارتباطات میان مردم کمک می‌کنند. او از اعتماد، اختیار، تعهدات، انتظارات و هنجارها به‌عنوان عناصر سرمایه اجتماعی یاد می‌کند (وحیدا و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۲۰).

رابرت پاتنام، دیگر نظریه‌پرداز سرمایه اجتماعی، اصطلاح‌های «سرمایه اجتماعی درون‌گروهی» و «سرمایه اجتماعی میان‌گروهی»؛ و با کاربرد مشخص این اصطلاح، بیش از پیش، آن را گسترش داد. او می‌گوید «منظور من از سرمایه اجتماعی، آن دسته از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد است که مشارکت‌کنندگان را قادر می‌کند تا به شیوه‌ای مؤثرتر، اهداف مشترک خود را تعریف کنند» (Putnam, 2000, p.56). در نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام، به دلیل به‌کارگیری کلماتی مانند مولد بودن و اثربخشی، به نظر می‌رسد برای این مفهوم، نقش کارکردی قائل بوده است و به همین دلیل، با تصوره‌های دورکیمی از همبستگی، شباهت دارد. ولی کلیت کار وی، کنش‌گر را فردی محاسبه‌گر نشان نمی‌دهد (Putnam, 1993, p.114). از نظر پاتنام، سرمایه اجتماعی یک ویژگی زندگی اجتماعی است که شرکت‌کنندگان را قادر می‌کند بر یکدیگر تأثیر بگذارند و اهداف مشترک را دنبال کنند.

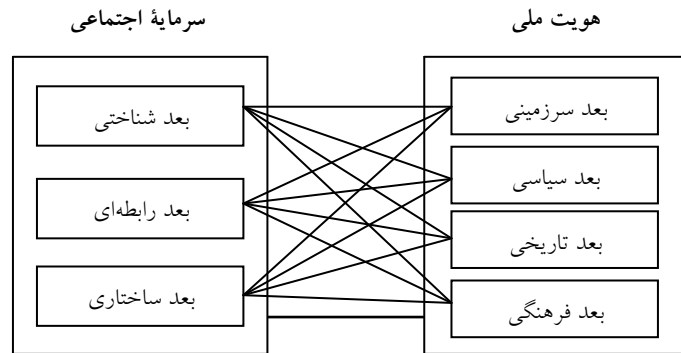
فرانسیس فوکویاما نیز به‌عنوان یکی از صاحب‌نظران مشهور در زمینه سرمایه اجتماعی، این مفهوم را مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی تعریف می‌کند که موجب ارتقای سطح هم‌کاری اعضای آن جامعه شده و موجب پایین‌آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات

1. Field, J.

می‌شود (Fukuyama, 1999). او معتقد است سرمایه اجتماعی را می‌توان به‌عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میان آن‌ها مجاز است، در آن سهیم‌اند. مشارکت در ارزش‌ها و هنجارها، به خودی خود، باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌شود، زیرا این ارزش‌ها، ممکن است منفی باشند؛ برعکس، هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می‌کنند، اساساً باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه باشند (فوکویاما، ۱۳۸۵، ص ۱۳-۱۰). وی سرمایه اجتماعی را منبعی با ارزش از ظرفیت‌های سازمانی و یادگیری، با طیف گسترده‌ای از نتایج مثبت، از جمله درآمد بالاتر، رضایت از زندگی و انسجام اجتماعی می‌داند (Barr & Cherry, 2006, p.207). فوکویاما منابع ایجادکننده سرمایه اجتماعی را به این شرح مطرح می‌کند: الف) هنجارهایی که به لحاظ نهادی ایجاد شده‌اند و منتج از نهادهای رسمی مانند دولت و نظام‌های قانونی هستند؛ ب) هنجارهایی که خودجوش بوده و برخاسته از کنش‌های متقابل اعضای یک جامعه هستند؛ ج) ساختمان‌های برون‌زاد که برخاسته از اجتماعی غیر از اجتماع مبدأ خودشان هستند و می‌توانند از ایدئولوژی، فرهنگ و تجربه تاریخی مشترک نشأت بگیرند؛ د) هنجارهایی که از طبیعت ریشه گرفته‌اند، مثل خانواده، نژاد و قومیت (فوکویاما، ۱۳۷۹، ص ۱۰۷-۸۷).

نان لین، یکی دیگر از نظریه‌پردازان سرمایه اجتماعی، این مفهوم را به مثابه منابع نهفته در ساختار اجتماعی که با کنش‌های هدفمند، قابل دسترس برای افراد است، تعریف می‌کند (Lin, 1999, p.7). براساس نظریه لین، عناصر سرمایه اجتماعی، با افزایش ارتباطات و افزایش سطح دسترسی به منابع، در نهایت، به ایجاد نتایج مطلوبی مانند دارایی، قدرت، شهرت، سلامت جسمانی، سلامت روانی، و رضایت از زندگی منجر خواهد شد (حریرچی و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۹۶). وی بر این اعتقاد است که روابط اجتماعی، هویت و اعتبار را تقویت می‌کند، اطمینان فرد از ارزش خود، به‌عنوان عضوی از یک گروه اجتماعی را افزایش می‌دهد و موجبات حمایت عاطفی و تأیید همگانی فرد را نسبت به منابع معین، فراهم می‌کند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۵، ص ۱۱).

همان‌طور که بیان شد، گیدنز و جنکینز در زمینه هویت، و لین و فوکویاما در زمینه سرمایه اجتماعی بر اجتماع تأکید زیادی کرده‌اند. گیدنز و جنکینز شکل‌گیری هویت را در گرو تعامل فرد با جامعه می‌دانستند؛ لین، روابط اجتماعی را عامل تقویت‌کننده هویت می‌دانست؛ و فوکویاما نیز هنجارهای ساخته‌شده در اجتماع را عامل ایجاد و نابودی سرمایه اجتماعی در نظر می‌گرفت. براساس اهمیتی که این نظریه‌پردازان به اجتماع و تعامل در این اجتماع قائل بودند، می‌توان از نظریه‌های آن‌ها به‌عنوان چارچوب نظری برای مطالعه دومتغیری که ماهیت اجتماعی دارند، بهره گرفت.



شکل ۱. مدل تحلیلی پژوهش

در ادامه، روابط بین ابعاد سرمایه اجتماعی و ابعاد هویت ملی بررسی می‌شود. همچنین فرضیه اصلی پژوهش به شرح زیر بیان می‌شود:

- بین هویت ملی و سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه یاسوج رابطه مثبت و معناداری وجود داشته باشد.

روش تحقیق

در پژوهش حاضر روش پیمایشی برای گردآوری داده‌ها به کار گرفته شد. جامعه آماری پژوهش، شامل همه دانشجویان شاغل به تحصیل دانشگاه یاسوج در سال تحصیلی ۱۳۹۴-۱۳۹۳ بوده که تعداد ۴۱۹۵ نفر بوده است. واحد آماری پژوهش نیز فرد بود. براساس جدول لین (۱۹۷۶) و با

در نظر گرفتن حجم جامعه، سطح معناداری، میزان همگنی و میزان خطای معناداری، حجم نمونه پژوهش، ۳۸۱ نفر برآورد شد که برای افزایش دقت، ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شد. روش نمونه‌گیری پژوهش نیز، تصادفی از نوع طبقه‌ای چندمرحله‌ای بوده است. برای نمونه‌گیری، پس از تعیین حجم نمونه، نسبت‌های هر دانشکده، مقطع تحصیلی و جنسیت محاسبه شد. در مرحله بعد، به دانشکده‌ها مراجعه و به‌طور تصادفی بین دانشجویان هر دانشکده، پرسشنامه توزیع شد.

برای سنجش متغیر سرمایه اجتماعی (وابسته) پرسشنامه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، با ضریب آلفای ۰/۷۹، با اندکی دخل و تصرف (منظور بومی‌کردن پرسشنامه و تقلیل در گویه‌هاست) به‌کار گرفته شد. برای سنجش متغیر هویت ملی (مستقل) نیز پرسشنامه سفیری و غفوری (۱۳۸۸) با آلفای ۰/۸۸ و با تقلیل گویه‌ها به‌کار گرفته شد.

برای بررسی اعتبار صوری و محتوایی پرسشنامه، نظر استادان متخصص و خبره در این حوزه به‌کار گرفته شد. همچنین، ضریب KMO برای متغیرهای هویت ملی و سرمایه اجتماعی، به ترتیب ۰/۹۰۹ و ۰/۹۵۵ با سطح معناداری صفر، و ضریب بارتلت نیز برای متغیرهای هویت ملی و میزان سرمایه اجتماعی، به ترتیب ۴۰۴/۲۷ و ۶۶۱۴/۷۰۱ با سطح معناداری صفر بود. که نشان داد داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب‌اند.

برای بررسی پایایی ابزار پژوهش نیز، به‌منظور شناخت میزان انسجام درونی گویه‌ها آلفای کرونباخ محاسبه شد. ضریب آلفا برای متغیر هویت ملی برابر با ۰/۸۸، و برای ابعاد «سرزمینی»، «سیاسی»، «تاریخی» و «فرهنگی» آن نیز به ترتیب، ۰/۸۳، ۰/۷۱، ۰/۷۱ و ۰/۸۳ به‌دست آمد. این ضریب برای متغیر سرمایه اجتماعی نیز ۰/۹۵، و برای ابعاد «ارتباطی»، «ساختاری» و «شناختی» آن به ترتیب، ۰/۹۰، ۰/۸۷ و ۰/۸۶ بوده است. پس از جمع‌آوری و گردآوری اطلاعات مورد نیاز و استخراج داده‌ها، برای تجزیه و تحلیل، نرم‌افزار SPSS به‌کار گرفته شد و تحلیل یافته‌ها در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی بیان شد.

تعریف عملیاتی مفاهیم

سرمایه اجتماعی: این پرسشنامه از سه بعد ارتباطی (۱۳ گویه)، ساختاری (هشت گویه) و

شناختی (هفت گویه) تشکیل شده است که در قالب ۲۸ گویه پنج‌گزینه‌ای کاملاً موافقم (نمره ۵)، موافقم (نمره ۴)، بی‌نظر (نمره ۳)، مخالفم (نمره ۲) و کاملاً مخالفم (نمره ۱) سنجیده شده است. بعد «ارتباطی» سرمایه اجتماعی: این بعد از سرمایه اجتماعی در قالب ۱۳ گویه، پنج گویه برای سنجش خرده‌مقیاس اعتماد، چهار گویه برای سنجش خرده‌مقیاس فهم متقابل، و چهار گویه برای سنجش خرده‌مقیاس تعهد سنجیده شده است.

بعد «ساختاری» سرمایه اجتماعی: این بعد از سرمایه اجتماعی در قالب هشت گویه، چهار گویه برای خرده‌مقیاس شبکه و چهار گویه برای خرده‌مقیاس روابط، سنجیده شده است.

بعد «شناختی» سرمایه اجتماعی: بعد شناختی سرمایه اجتماعی نیز در قالب هفت گویه، چهار گویه برای خرده‌مقیاس همکاری و سه گویه برای خرده‌مقیاس ارزش‌ها سنجیده شده است.

هویت ملی: برای سنجش این متغیر پرسشنامه سفیری و غفوری (۱۳۸۸)، با اندکی تقلیل در کمیت گویه‌ها به کار گرفته شد. این پرسشنامه، از چهار بعد سرزمینی (شش گویه)، سیاسی (شش گویه)، تاریخی (چهار گویه)، و فرهنگی (شش گویه) تشکیل شده است که گویه‌های آن، در سطح ترتیبی و در قالب ۲۲ گویه سنجیده شده است. روش نمره‌گذاری این پرسشنامه نیز مانند پرسشنامه قبلی بود.

بعد «سرزمینی» هویت ملی: این بعد از هویت ملی در قالب شش گویه درباره احساس تعلق به سرزمین ایران، دفاع از آن در موقع لزوم، افتخار به سربلندی و یکپارچگی آن در طول تاریخ، و سنجش نگرش درباره ترک آن سنجیده شده است.

بعد «سیاسی» هویت ملی: این بعد از هویت ملی در قالب شش گویه ۵ جوابی در زمینه‌های افتخار به حکومت و دولت فعلی، لزوم شرکت در انتخابات و پیگیری مسائل روز، و همچنین، سنجش نگرش درباره قانون فعلی سنجیده شده است.

بعد «تاریخی» هویت ملی: این بعد از هویت ملی در قالب چهار گویه درباره لزوم آگاهی از سرگذشت تاریخی کشور، بازدید از اماکن و آثار باستانی - تاریخی، و اهمیت مطالعه کتب تاریخی سنجیده شده است.

بعد «فرهنگی» هویت ملی: این بعد از هویت ملی در قالب شش گویه درباره افتخار به فرهنگ ایران، آثار باستانی، افتخار به ورزشکاران ملی و جز آن سنجیده شد.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان: براساس یافته‌های توصیفی پژوهش، از میان ۴۰۰ پاسخگوی پژوهش، ۲۱۳ نفر (۵۳/۲۵ درصد) زن و ۱۸۷ نفر (۴۶/۷۵ درصد) مرد بوده‌اند. بیشترین نسبت پاسخگویان در مقطع تحصیلی کارشناسی با ۷۶/۲۵ درصد (۳۹/۵ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۳۶/۷۵ درصد از کل پاسخگویان مرد)؛ و پس از آن، مقطع تحصیلی کارشناسی‌ارشد با ۱۹ درصد (۱۱/۵ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۷/۵ درصد از کل پاسخگویان مرد)، و در آخر، مقطع تحصیلی دکتری با ۴/۷۵ درصد (۲/۲۵ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۲/۵ درصد از کل پاسخگویان مرد) بودند. از لحاظ پایگاه اجتماعی-اقتصادی نیز، ۱۵/۷۵ درصد از پاسخگویان دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین (۶/۵ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۹/۲۵ درصد از کل پاسخگویان مرد)، ۶۸/۲۵ درصد از دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی متوسط (۳۶/۲۵ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۳۲ درصد از کل پاسخگویان مرد)، و ۱۶ درصد باقیمانده نیز دارای پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا (۱۰/۵ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۵/۵ درصد از کل پاسخگویان مرد) بوده‌اند. دانشجویان بومی ۶۱/۸ درصد (۳۲ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۲۹/۷۵ درصد از کل پاسخگویان مرد) و غیربومی‌ها نیز ۳۸/۲ درصد (۲۱/۲۵ درصد از کل پاسخگویان زن، و ۱۷ درصد از کل پاسخگویان مرد) از کل پاسخگویان را تشکیل داده‌اند.

همان‌طور که در جدول ۱ بیان شده است، بیشترین افراد دارای هویت ملی متوسط ارزیابی شده‌اند. درصد پاسخگویان با میزان هویت ملی بالا، بیشتر از درصد پاسخگویان با میزان هویت ملی پایین بود. در بین ابعاد هویت ملی نیز، بیشترین میزان را بعد «تاریخی» و کمترین میزان را بعد «سیاسی» دارد. میزان قابل قبولی از هویت ملی، به دلیل ایجاد حس همبستگی، زمینه برقراری روابط مبتنی بر همکاری و همراه با اعتماد را میان ساکنان یک سرزمین فراهم می‌کند؛ بر این

اساس، به نظر می‌رسد میزان هویت ملی در بین پاسخگویان مورد مطالعه (جدول ۱) بتواند قابل قبول و مثبت ارزیابی شود.

با توجه به آماره‌های جدول ۲، درصد بیشتری از پاسخگویان، دارای سرمایه اجتماعی متوسط ارزیابی شده‌اند، و درصد پاسخگویان با میزان سرمایه اجتماعی بالا، بیشتر از درصد پاسخگویان با میزان سرمایه اجتماعی پایین است. در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بیشترین میزان را بعد «ساختاری» و کمترین میزان را بعد «شناختی» دارد؛ اگرچه اختلاف نسبتاً کم است.

جدول ۱. توزیع فراوانی هویت ملی و ابعاد آن در بین پاسخگویان

متغیر هویت ملی و ابعاد آن	پایین	متوسط	بالا	کل
هویت ملی (کلی)	تعداد	۲۸۹	۵۷	۴۰۰
	درصد	۷۲٫۲۵	۱۴٫۲۵	۱۰۰
بعد سرزمینی	تعداد	۲۶۵	۶۷	۴۰۰
	درصد	۶۶٫۲۵	۱۶٫۷۵	۱۰۰
بعد سیاسی	تعداد	۲۰۱	۹۳	۴۰۰
	درصد	۵۰٫۲۵	۲۳٫۲۵	۱۰۰
بعد تاریخی	تعداد	۲۵۴	۹۰	۴۰۰
	درصد	۶۳٫۵	۲۲٫۵	۱۰۰
بعد فرهنگی	تعداد	۲۳۴	۱۰۵	۴۰۰
	درصد	۵۸٫۵	۲۶٫۲۵	۱۰۰

جدول ۲. میزان سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در بین پاسخگویان

متغیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن	پایین	متوسط	بالا	کل
سرمایه اجتماعی (کلی)	تعداد	۲۸۲	۵۸	۴۰۰
	درصد	۷۰٫۵	۱۴٫۵	۱۰۰
بعد ارتباطی	تعداد	۲۸۰	۶۳	۴۰۰
	درصد	۷۰	۱۵٫۷۵	۱۰۰
بعد ساختاری	تعداد	۲۷۵	۶۸	۴۰۰
	درصد	۶۸٫۷۵	۱۷	۱۰۰
بعد شناختی	تعداد	۲۷۹	۶۲	۴۰۰
	درصد	۶۹٫۷۵	۱۵٫۵	۱۰۰

یافته‌های استنباطی

یافته‌ها نشان داد بین هویت ملی (کلی) و سرمایه اجتماعی (کلی) پاسخگویان از یک‌سو، و ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی با ابعاد «سرزمینی»، «سیاسی» و «فرهنگی» هویت ملی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بین بعد «تاریخی» هویت ملی با ابعاد «ساختاری» و «شناختی» سرمایه اجتماعی رابطه معنادار وجود نداشت، در حالی این بعد از هویت ملی، همبستگی معناداری با بعد «ارتباطی» سرمایه اجتماعی داشت (جدول ۳).

براساس نتایج تحلیل رگرسیونی در جدول ۴، متغیر هویت ملی توانسته است ۴/۹ درصد از متغیر وابسته سرمایه اجتماعی را تبیین کند.

جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی پیرسون رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی و ابعاد هویت ملی

هویت ملی و ابعاد آن					سرمایه اجتماعی و ابعاد آن
سرزمینی	سیاسی	تاریخی	فرهنگی	(کلی)	
۰,۰۰۳	۰,۰۰۰	۰,۰۲۱	۰,۰۱۹	۰,۰۰۰	ارتباطی
۰,۰۰۱	۰,۰۰۰	۰,۰۹۷	۰,۰۳۰	۰,۰۰۰	ساختاری
۰,۰۰۱	۰,۰۰۰	۰,۱۱۲	۰,۰۱۰	۰,۰۰۰	شناختی
۰,۰۰۱	۰,۰۰۰	۰,۰۳۹	۰,۰۱۲	۰,۰۰۰	(کلی)

تعداد: ۴۰۰ همبستگی: در سطح ۰,۰۱ (دو دانه)

جدول ۴. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون تأثیر هویت ملی بر سرمایه اجتماعی

ضریب بتا	آماره تی	ضریب معناداری	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آماره F	ضریب معناداری
-	۶,۵۷	۰,۰۰۰	-	-	-	-	-
۰,۲۲۶	۴,۶۳	۰,۰۰۰	۰,۲۲۶	۰,۰۵۱	۰,۰۴۹	۲۱,۴۸	۰,۰۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با هدف مطالعه رابطه متغیرهای راهبردی هویت ملی و سرمایه اجتماعی دانشجویان

دانشگاه یاسوج انجام گرفت. شناخت ویژگی‌های هویتی و سرمایه اجتماعی دانشجویان به‌عنوان کارگزاران آینده جامعه اهمیت بالایی دارد.

رابطه مثبت و معنادار بین هویت ملی و سرمایه اجتماعی دانشجویان، نشان‌دهنده ماهیت اجتماعی و جمعی آنهاست. تجسم و پایداری، یا ناپایداری در میزان سرمایه اجتماعی و هویت ملی از نظر کمی، به میزان تراکم ارتباطات و از نظر ماهوی به وضعیت و میزان همگرایی ارزشی و فرهنگی کنشگران اجتماعی برمی‌گردد. به بیان دیگر، ویژگی‌های مشترکی در دو متغیر سرمایه اجتماعی و هویت ملی وجود دارد که گونه‌ای از هم‌افزایی را برای آنها شکل می‌دهد. هویت ملی به انسجام و همگرایی حول محور عناصری مانند سرزمین و ارزش‌ها و افتخارات آن و سرمایه اجتماعی نیز به همگرایی در ارتباطات، همیاری اجتماعی و اعتماد وابسته است. عناصر هویت ملی می‌تواند زمینه همیاری و ارتباطات را شکل دهد و اعتماد اجتماعی می‌تواند به دوام همیاری‌ها و گرایش به فعالیت‌های مرتبط با هویت ملی منجر شود. دانشجویان به‌عنوان نسلی پویا و جست‌وجوگر در پی شناخت ویژگی‌های هویتی خویش‌اند و در این فرایند همکاری‌ها و تعاملات جمعی مشترک به این امر یاری می‌رساند. این نتیجه همسو با چارچوب نظری پژوهش و یافته‌های تحقیقات داخلی، از جمله حسینی و جلائی‌پور (۱۳۹۱)، قاسمی و جمال‌وندی (۱۳۹۱)، و رستگارخالد و همکاران (۱۳۹۵)، و خارجی، از جمله کات و بونیت (۲۰۰۹)، و مویر (۲۰۱۱)، و برخلاف نتایج پژوهش‌های رسکنز و رایت (۲۰۱۲)، و مازلا (۲۰۱۳) است.

رابطه مثبت و معنادار بین ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی با ابعاد «سرزمینی»، «سیاسی» و «فرهنگی» هویت ملی دانشجویان به‌طور روشن‌تری می‌تواند ماهیت هم‌افزایی دو متغیر هویت ملی و سرمایه اجتماعی را در جامعه نشان دهد. ابعاد سه‌گانه «سرزمینی»، «سیاسی» و «فرهنگی» هویت ملی، زمینه‌ساز تعاملات و ارتباطاتی است که در پرتو سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرند. این نتیجه نشان می‌دهد احساس «تعلق به سرزمین مشترک»، «مبانی ارزشی - سیاسی»، «تاریخچه سرزمین»، و «ارزش‌ها و احساس‌های مشترک» که از نمادهای هویت ملی‌اند، با «اجزای شکل‌دهنده وضعیت ارتباطی و تعاملی»، و همچنین، «هنجارمندی در یک جامعه» که از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی‌اند، همخوانی دارند. در بعد «ساختاری»، شبکه روابط انسانی؛ مطابق با آنچه لین می‌گوید، هویت و

اعتبار را تقویت می‌کند. در بعد «شناختی» نیز، زمانی که افراد جامعه به این باور برسند که در پرتو روابط کارا تر و همکاری‌های بهتر، توان دسترسی به منابع و منافع بیشتری را دارند، به تقویت همبستگی اجتماعی به‌ویژه با محوریت هویت ملی می‌انجامد. در مجموع، رابطه مثبت و معنادار متغیرهای سرمایه اجتماعی و هویت ملی دانشجویان، با چارچوب نظری مقاله حاضر به‌ویژه دیدگاه‌های گیدنز، فوکویاما و لین همخوانی دارد.

نبود همبستگی بین ابعاد «ساختاری» و «شناختی» سرمایه اجتماعی با بعد «تاریخی» هویت ملی می‌تواند ناشی از ضعف آموزش در زمینه ترویج و تقویت سرمایه اجتماعی و همچنین ضعف آموزش و توجه در بعد تاریخی هویت ملی باشد. این نتیجه می‌تواند نشان‌دهنده نبود انسجام و هماهنگی معرفتی و آموزشی در زمینه متغیرهای مهمی مانند هویت ملی و سرمایه اجتماعی در جامعه امروزی ایران باشد. همچنین، ناهمخوانی داده‌ها و رویدادهای اجتماعی تاریخی کشور ایران با هنجارهای کنونی و فرهنگ مسلط در جامعه امروزی، و همچنین، ایستارها، ارزش‌ها و باورهای درونی افراد به‌ویژه دانشجویان، می‌تواند در تفسیر این نتایج مبنا قرار گیرد. به عبارت بهتر، معنادار نشدن رابطه بعد «تاریخی» هویت ملی با ابعاد سرمایه اجتماعی، می‌تواند نشان‌دهنده ضعف در توجه به پیشینه تاریخی در جامعه مورد مطالعه باشد. بعد «تاریخی» به‌عنوان پشتوانه توجیهی برای افتخارات و هویت ملی نقشی مهم در جامعه و در تجسم بعد تاریخی هویت ایفا می‌کند.

مفاهیم «تعهد» و «تعلق» در مقوله هویت ملی، و مفاهیم «اعتماد»، «مشارکت» و «هنجارمندی» در سرمایه اجتماعی، عناصر پایه‌ای را تشکیل می‌دهند و تحلیل رابطه این دو متغیر با مبنا قراردادن این موارد میسر خواهد بود. اگر نتایج این مطالعه به‌ویژه درباره دانشجویان از منظر راهبری نگریسته شوند، باید گفت انسجام از مفاهیم کلیدی برای هر جامعه‌ای است و همواره در سیاست‌گذاری‌های سطح کلان مورد توجه قرار می‌گیرد. نظریه‌های هویت ملی و سرمایه اجتماعی نشان می‌دهند که هویت ملی کارکردی انسجام‌بخش دارد و وجود میزان قابل قبولی از سرمایه اجتماعی در جامعه می‌تواند به همبستگی فرهنگی - اجتماعی افراد یک جامعه منجر شود و انسجام

را به دنبال داشته باشد. بر این اساس، هم‌افزایی قابل ملاحظه‌ای که هویت ملی با سرمایه اجتماعی و ابعاد «ارتباطی»، «ساختاری» و «شناختی» آن دارد، می‌تواند در سیاست‌گذاری‌های اجتماعی مورد توجه قرار گیرد. اگرچه جامعه مورد مطالعه در این تحقیق، دانشجویان دانشگاه یاسوج بوده است، ولی با توجه به اینکه جامعه مورد مطالعه بیشتر شامل دانشجویان بومی استان کهگیلویه و بویراحمد بوده است، می‌توان نتایج این تحقیق را به جوانان ساکن و بومی منطقه در حال گذار کهگیلویه و بویراحمد نیز تعمیم داد. بر این اساس، می‌توان به‌عنوان یک نتیجه‌گیری کلی چنین گفت که پیوند این دو مقوله و هم‌افزایی آن‌ها، به‌ویژه در مناطق با بافت نیمه‌سستی به‌ویژه در بین دانشجویان و دیگر جوانان زمینه‌ساز انسجام و همبستگی اجتماعی و ملی است.

پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود.

با توجه به اینکه بیشتر پژوهش‌های هویت ملی و سرمایه اجتماعی، با رویکرد کمی انجام گرفته است، پیشنهاد می‌شود تحقیقات بعدی در این زمینه با روش کیفی، انجام گیرد تا ابعاد معنایی و تفسیری این متغیرها بازکاوی شود. همچنین، این متغیرها در اقشار و گروه‌های سنی گوناگون و در کنار متغیرهای دیگر ارزیابی شود تا شرایط مداخله‌ای سایر متغیرها در میزان این متغیرهای راهبردی شناخته شود.

با توجه به نتایج مطالعه حاضر مبنی بر همگرایی متغیرهای راهبردی هویت ملی و سرمایه اجتماعی دانشجویان، پیشنهاد می‌شود نهادهای آموزشی، با رویکرد کارشناسانه و به دور از جهت‌گیری‌های مقطعی و جناحی از فرصت‌ها و امکانات تبلیغی و آموزشی خود برای ترویج و تقویت هویت ملی (به‌عنوان محور انسجام ملی) و سرمایه اجتماعی (به‌عنوان محور ارتباطات و تعاملات اجتماعی) بهره‌گیرند. آموزش و ترویج عقلانی و کارشناسانه این سه متغیر می‌تواند به تقویت انسجام ملی و پایداری نهادهای اجتماعی یاری رساند. به بیان دیگر، در پرداختن به هویت ملی و سرمایه اجتماعی و ابعاد آن‌ها نباید صرفاً از منظر ملاحظات سیاسی و ایدئولوژیک اقدام کرد، زیرا این نوع نگاه با ماهیت جمعی متغیرهای هویت ملی و سرمایه اجتماعی همخوانی ندارد.

و با تنوع ابزارهای ارتباطی امروزی نمی توان انتظار داشت آموزش‌ها و تبلیغات یک‌سویه مورد پذیرش نسل جوان، به‌ویژه دانشجویان قرار گیرد و برای تقویت هویت ملی و سرمایه اجتماعی آن‌ها اثربخشی داشته باشد.

بعد «تاریخی» هویت ملی به‌عنوان پشتوانه توجیهی برای افتخارات و هویت ملی، نقشی مهم را در جامعه و در تجسم این گونه از هویت ایفا می‌کند. با توجه به نتایج مطالعه پیرامون بعد تاریخی هویت ملی و ضرورت آشنایی نسل جوان به‌ویژه دانشجویان، پیشنهاد می‌شود هویت و پیشینه تاریخی ایران‌زمین در متون درسی و برنامه‌های رسانه‌ای بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

نمونه‌های موفق از کانون‌ها، اجتماعات و جوامعی که با همکاری و سرمایه اجتماعی بالا توانسته‌اند منشأ تغییرات سازنده‌ای در کانون خویش شوند در متون درسی و رسانه‌های جمعی معرفی تا الگویی برای نسل جوان جامعه باشند.

منابع و مأخذ

۱. اسمیت، آنتونی (۱۳۸۳). منابع قومی ناسیونالیسم. ترجمه منصور انصاری، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
۲. پاتنام، رابرت (۱۳۸۰). دموکراسی و سنت‌های مدنی. ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: سلام.
۳. تنهایی، حسین ابوالحسن (۱۳۷۳). درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: نشر مرنديز.
۴. توسلی، غلام‌عباس (۱۳۷۱). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
۵. توسلی، غلام‌عباس (۱۳۷۶). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
۶. جلالی‌پور، حمیدرضا، و قنبری، علی (۱۳۸۸). بررسی هویت ملی و ارزش‌های جهانی‌شدن، با تأکید بر ایرانیان عرب‌زبان. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال ۳، شماره ۲، صفحات ۱۸۸-۱۶۵.
۷. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
۸. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۹). تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه. مطالعات ملی، سال ۲، شماره ۵، صفحات ۱۹۳-۲۲۸.
۹. حسینی، ابراهیم، و جلالی‌پور، محمدرضا (۱۳۹۱). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی برون‌گروهي با هویت ملی جوانان، بررسی موردی: دانشجویان و غیردانشجویان اقوام ترک و کرد، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، شماره ۳، صفحات ۳۲۲-۲۹۹.
۱۰. رستگارخالد، امیر، سلمانی بیدگلی، هادی، و پاکیده دلشاد، هادی (۱۳۹۵). رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی در شهرهای کرمانشاه و جوانرود. مطالعات ملی، سال ۱۷، دوره ۶۵، شماره ۱، صفحات ۱۴۴-۱۳۳.

۱۱. زارعی‌متین، حسن، قنبری، علی‌اکبر، و قانع، مرضیه (۱۳۹۴). بررسی رابطه هوش عاطفی و سرمایه اجتماعی در تشکل‌های مردم‌نهاد (NGOs). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۲۲-۱.
۱۲. سفیری، خدیجه، و غفوری، معصومه (۱۳۸۸). بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده. *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره ۲، صفحات ۲۷-۱.
۱۳. شولت، یین. آرت (۱۳۸۲). *نگاهی موشکافانه به پدیده جهانی شدن*. ترجمه مسعود کرباسیان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۴. صابری، علی، باقری، قدرت‌الله، و بی‌غرض، محمد (۱۳۹۴). بررسی نقش انسجام گروهی در سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: بازیکنان حرفه‌ای فوتبال استان فارس)، *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۹۴-۷۵.
۱۵. عبداللهی، محمد، و موسوی، میرطاهر (۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان‌شناسی گذار. *فصل‌نامه رفاه اجتماعی*، دوره ۶، شماره ۲۵، صفحات ۲۳۵-۱۹۵.
۱۶. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹). *پایان نظم (سرمایه اجتماعی و حفظ آن)*. ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: نشر جامعه ایرانیان.
۱۷. فیلد، جان (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی*. ترجمه جلال متقی، مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.
۱۸. قاسمی، یارمحمد، و جمال‌وندی، رضا (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام. *فرهنگ ایلام*، شماره‌های ۳۷ و ۳۶، صفحات ۲۶-۴.
۱۹. گنجی، محمد، نعمت‌اللهی، زهرا، و طاهری، زهرا (۱۳۸۹). رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی در بین مردم شهر کاشان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۱، شماره ۴، صفحات ۱۲۴-۱۴۳.

۲۰. گودرزی، حسین (۱۳۸۴). گفتارهایی درباره جامعه‌شناسی هویت در ایران. تهران: تمدن ایرانی.
۲۱. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳). تجدد و تشخیص. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
۲۲. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی. ترجمه محسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
۲۳. مؤذن جمشیدی، میرهادی، و حق‌پرست کنارسری، نرجس (۱۳۹۴). سنجش میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی لوازم خانگی الکتریکی و الکترونیکی در ایران). مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۷۴-۴۹.
۲۴. میرفردی، اصغر، احمدی، سیروس، و امیری، راضیه (۱۳۹۳). رابطه سرمایه اجتماعی و تخلفات رانندگی (مورد مطالعه شهر یاسوج). فصل‌نامه مطالعات پژوهشی راهور، شماره ۹، صفحات ۳۷-۱۱.
۲۵. وحید، فریدون، کلانتری، صمد، و فاتحی، ابوالقاسم (۱۳۸۳). رابطه سرمایه اجتماعی با هویت اجتماعی دانشجویان. مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، دوره ۷، شماره ۲، صفحات ۹۲-۵۹.
۲۶. یوسف‌زاده، سعید، و کیاکجوری، داوود (۱۳۹۴). بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی مدیران و سرمایه اجتماعی سازمان. مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صفحات ۹۵-۱۱۶.

27. Andrew, R. (2010). Organizational social capital structure and performance. *Human Relations*, 63(5), 583-608.
28. Barr, F. M., & Cherry, A. R. (2006). Social capital a potential tool for analysis of the relationship between aging individuals and their social environment. *Ageing International*, 31(3), 203-216.
29. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp.58-241), New York: Greenwood Press.
30. Cote, R., & Bonnie H. E. (2009). Untangling the roots of tolerance: how forms of social capital shape attitudes toward ethnic minorities and immigrants. *American Behavioral Scientist*, 52(12), 1664-1689.
31. Dinda, S. (2008). Social capital in the creation of human capital and economic growth: A productive consumption approach. *Journal of Socio-Economics*, 37(5), 2020-2033.
32. Erikson, E. H. (1959). *Identity and the life cycle*. New York: International Universities Press.
33. Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W.W. Norton.
34. Fukuyama, F. (1999). Social capital and civil society. *Prepared for Delivery at IMF Conference on Second generation Reform*, Oct. 1.

35. Gerewe, N. R. (2003). *Social capital and local development: an exploration of three forms of community-based social capital (Iowa)*. Low State University.
36. Hyatt, R. (2003). *Social capital, inequality, and well-being in the international neighborhood*. Brown University.
37. Kerry, A. (2003). *Locating community social capital: a study of social networks and community action*. Iowa State University.
38. Knack, S. (2002). *Social capital, growth and poverty: a survey of cross country evidence*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
39. Krishna, A., & Uphoff, N. (2002). Mapping and measuring social capital through assessment of collective action to conserve and develop, *In Rajasthan, India* (pp.85-125).
40. Lin, N. (1976). *Foundations of social research*. New York: McGraw-Hill.
41. Lin, N. (1999). *Building a network theory of social capital*. In N. Lin, K. Cook and R.S. Burt (eds.), *Social capital: Theory and research* (pp.3-30). New York: Aldine De Gruyere.
42. Masella, P. (2013). National identity and ethnic diversity. *Journal of Population Economics*, 26, 437-454.
43. Miller, D. (1995). *On nationality*. Oxford: Clarendon Press.
44. Muir, J. (2011). Bridging and linking in a divided society: A social capital case study from Northern Ireland. *Urban Studies*, 48(5), 959-976.
45. Nahapiet, J., & Ghosal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242 -266.
46. Purdie, N., & Wilss, L. (2007). Australian national identity: Young peoples, Conceptions of what it means to be Australian. *National Identities*, 9(1), 67-82.
47. Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic tradition in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
48. Putnam, R. D. (2000). *Bowling atones: The collapse and revival of emerican community*. New York: Simon & Schuster.
49. Reeskens, T., & Wright, M. (2012). Nationalism and the cohesive society: a multilevel analysis of the interplay among diversity, national identity, and social capital across 27 European societies, *Comparative Political Studies*, 17(2), 1 -29.
50. Tobias, R. (2013). The role of social capital in the explanation of educational success and educational inequalities. *Irish Educational Studies*, 32(3), 335-354.