
تأثیر سرمایه اجتماعی بر هویت ملی جوانان در شهر ارسنجان

دکتر محمد رسول گلشن محمودی فومنی^۱، سعید اسکندری^۲

چکیده

شکل گیری هویت و باز تعریف آن، تحت تأثیر عوامل گوناگونی است که از آن جمله می‌توان به کمیت و کیفیت روابط بین افراد در جامعه اشاره کرد. این عامل که در یک تعبیر کلی تر، سرمایه اجتماعی نامیده می‌شود، یکی از مهم‌ترین متغیرهای تأثیر گذار در شکل گیری و باز تعریف هویت ملی است. این مقاله به دنبال بررسی تأثیر شاخص‌های سرمایه اجتماعی بر هویت ملی جوانان به روش پیمایشی است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میزان سرمایه اجتماعی در جامعه از حد متوسط پایین تر است و همبستگی ضعیفی میان متغیرهای سرمایه اجتماعی و هویت ملی وجود دارد. نتایج به دست آمده از آزمون‌های آماری، وجود رابطه بین هویت ملی با هر یک از شاخص‌های سرمایه اجتماعی را تأیید می‌کنند. اما با وجود اینکه بین سایر شاخص‌های سرمایه اجتماعی با هویت ملی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد ولی این همبستگی ضعیف است. در میان متغیرهای سرمایه اجتماعی، بین متغیر تعلق اجتماعی و هویت ملی همبستگی قوی تری وجود دارد. بنابراین باید در جهت تقویت احساس تعلق اجتماعی کوشید.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، هویت ملی، مشارکت اجتماعی، تعامل اجتماعی، اعتماد اجتماعی و تعلق اجتماعی

^۱ - استادیار جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

^۲ - دانش‌آموخته‌ی دوره‌ی دکتری جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

تأثیر سرمایه اجتماعی بر هویت ملی جوانان در شهر ارسنجان

در سالهای اخیر سرمایه اجتماعی به یک مفهوم بسیار مرسوم و متداول تبدیل شده و به صورت شعار روز سیاستمداران و نخبگان دانشگاهی در آمده است. سرمایه اجتماعی مفهومی چندبعدی در علوم اجتماعی و تأثیر گذار در بسیاری از حوزه‌های جامعه است و در ادبیات مرتبط با توسعه و توسعه انسانی، جایگاهی ویژه یافته است به گونه‌ای که برخی آن را حلقه مفقوده توسعه می‌دانند.

امروزه افزایش ارتباطات جهانی و جهانی شدن باعث ایجاد تغییرات فرهنگی بسیاری در جوامع مختلف شده است. رواج ارزشهای گوناگون و قرار گرفتن در معرض اندیشه‌ها و گرایشهای مختلف، انسان امروزی را در آنچنان از خود بیگانگی فرو برده که خود را به فراموشی سپرده است. تحولات عظیم و سریع اجتماعی و صنعتی، انسان امروزی را دچار احساس بی قدرتی و از خود بیگانگی کرده است، طوری که نمی‌داند که «کیست»، «چه می‌خواهد» و «به کجا می‌رود».

این روند در کشورهای در حال توسعه نمود بیشتری دارد. این کشورها که تا چندی پیش دارای ارزشها، هنجارها و نگرشهای ویژه خود بوده اند، با هجوم انواع مظاهر فرهنگی غرب، دچار نوعی تناقض و بی هویتی و مشکل در باز تعریف هویت شده اند. همزمان با کاهش هویت اجتماعی افراد در جوامع در حال توسعه، شاهد فرسایش سرمایه اجتماعی در این جوامع نیز هستیم. بنابراین امروزه، با توجه به کثرت هویت فرد در جامعه، هویت اجتماعی دچار نقصان شده و سرمایه اجتماعی نیز که مهمترین مؤلفه‌ی اعتماد و روابط صمیمی بین افراد جامعه است، کاهش یافته است، در نتیجه پایه و اساس هویت متعهد به جامعه سست شده است.

در شرایط کنونی که مسئله وفاق اجتماعی و وحدت ملی هم از طرف همبستگی‌های درون کشوری و هم از طرف فشارهای جهانی و فرایند جهانی شدن تحت تأثیر قرار گرفته است، ضروری است که 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، ۵۸).

بنابراین سرمایه اجتماعی نیز 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 نهایت به شکل و تداوم هویت ملی افراد کمک می‌کند (جهانگیری، ۱۳۹۰، ۴۱).

از این رو در این پژوهش، ابتدا به تعریف هویت ملی و سرمایه اجتماعی از ابعاد مختلف پرداخته شده و سپس نوع رابطه موجود بین آنها بررسی و در ادامه مکانیسم‌های تأثیر گذار نمایان می‌شود.

بیان مساله

با توجه به اینکه افراد در موقعیت‌های مختلف کنشی در لایه‌های مختلف اجتماعی از طریق عضویت در گروه‌های مختلف خود را شناسایی می‌کنند، دارای سطوح هویت جمعی مختلفی هستند که از جمله هویت جنسی، سنی، شغلی و هویت ملی است. هویت ملی و احساس تعلق خاطر به وطن، به خاطر نقش آن در ایجاد وفاق اجتماعی و انسجام عام از مهمترین مسائل متمایز جوامع می‌باشد (رضایی و احمدلو، ۱۳۸۴، ۸).

هویت ملی در حکم ابزاری است که برای رسیدن به وفاق اجتماعی و انسجام عام از میان تمایز یافتگی‌ها و تفاوت‌های درون جامعه ساخته و پرداخته شده است. این نوع هویت جمعی که بالاترین سطح هویت در جامعه است، از یک طرف در درون جامعه و از طرف دیگر جامعه را به عنوان یک کل از جوامع دیگر متمایز می‌سازد. هویت ملی، احساس تعلق و تعهد افراد نسبت به اجتماع ملی است (رضایی و احمدلو، ۱۳۸۴، ۱۰).

اصطلاح هویت ملی از وقتی که واژه ملت به معنی (Nation) رواج پیدا کرد، مورد استفاده قرار گرفت و به عنوان یک پدیده اجتماعی و سیاسی، مولود عصر مدرن اروپا است که از قرن هفده آغاز می‌شود. این مفهوم از اواخر قرن نوزدهم و بویژه بعد از جنگ جهانی دوم به کشورهای جهان سوم و تازه استقلال یافته راه پیدا کرده است (اشرف، ۱۳۷۲، ۸).

عناصر اصلی ملت و ملیت در علوم اجتماعی و انسانی، زبان مشترک، دین و سرزمین مشترک است، بدون آنکه هیچ یک از این عوامل سه گانه به تنهایی شاخص ملت و ملیت باشد. در جغرافیا سرزمین مشترک مؤلفه اصلی هویت ملی تلقی می‌شود. در حالی که در روان شناسی اجتماعی به هویت «ما» و احساسات مشترک و آگاهی جمعی توجه می‌شود. (جهانگیری و معینی، ۱۳۹۰، ۳۹).

هویت ملی به عنوان احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی است.

مهمترین عناصر و نهادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند عبارتند از: سرزمین، دین، آداب و رسوم، تاریخ، زبان، ادبیات و مردم و دولت. در درون یک اجتماع ملی، میزان تعلق و وفاداری به هریک از عناصر و نهادهای 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 کلی تر سرمایه اجتماعی نامیده می‌شود، یکی از مهم‌ترین متغیرهای تأثیر گذار در روابط بین فردی و بین گروهی می‌باشد.

کیفیت روابط بین افراد و تعاملات اجتماعی آنها 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 است، از یک طرف، موجب تقویت انسجام کل و هویت ملی و از طرف دیگر، موجب اختلال در نظام‌های فرد و انسجام محلی می‌گردد (چلبی، ۱۳۷۵، ۲۷).

دوره‌ی جوانی، حلقه اتصال دوران کودکی و بزرگسالی است و منجر به تجدید ساختار شخصیت فرد می‌گردد. این تجدید ساختار باعث ایجاد نگرشی نو در وضعیت جسمانی، روانی و اجتماعی فرد می‌شود و لزوم بازنگری فرد در نقش فعلی خود و نقش پذیری آینده او را ایجاب می‌کند. در مرحله جوانی، جوانان در پی هویت یابی خود هستند. اریکسون معتقد است که پایه‌های اولیه هویت در اوان کودکی و به شکلی ناآگاهانه و احساسی شکل می‌گیرد، لیکن نقطه اوج شکل‌گیری هویت در پایان دوره‌ی جوانی است که به صورت آگاهانه و ارادی انجام می‌شود (حیدری بیگوند، ۱۳۸۰، ۱۰۷).

بنابراین از آنجایی که جوانان در نقطه اوج شکل‌گیری هویت خود هستند و با توجه به تعدد و تنوع منابع هویت ساز در عصر جدید، آگاهی از نحوه‌ی تعریف در برداشت آنان از هویت ملی خویش به عنوان بالاترین سطح هویت جمعی به ویژه در جوامع چند قومی مانند ایران حائز اهمیت است. (جهانگیری، ۱۳۹۰، ۴۰).

این تحقیق می‌کوشد اولاً میزان سرمایه اجتماعی جوانان را بسنجد. دوماً رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی را از نظر شدت و جهت تعیین کند.

هدف تحقیق: هدف اصلی پژوهش، سنجش میزان سرمایه اجتماعی جوانان و بررسی نوع رابطه آن از نظر شدت و جهت با نحوه‌ی تعریف و برداشت آنان از هویت ملی ایشان است.

سوال تحقیق

چه نوع همبستگی بین میزان برخورداری جوانان از سرمایه اجتماعی با نحوه‌ی تعریف و برداشت آنان از هویت ملی وجود دارد؟

فرضیه اصلی تحقیق

بین میزان برخورداری جوانان از سرمایه اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد. (به این معنی که سرمایه اجتماعی بالا موجب تقویت هویت ملی و برعکس سرمایه اجتماعی پایین منجر به نقصان هویت ملی می‌شود).

فرضیه‌های فرعی تحقیق:

فرضیه‌های فرعی تحقیق با توجه به شاخص‌های مختلف سرمایه اجتماعی مانند (مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعلق اجتماعی و عزت نفس) ساخته شده است.

- ۱- بین میزان مشارکت اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.
- ۲- بین میزان تعامل اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.
- ۳- بین میزان تعلق اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.
- ۴- بین میزان اعتماد اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.
- ۵- بین میزان عزت نفس و هویت ملی رابطه وجود دارد.

تعریف مفاهیم:

دو مفهوم کلی در این پژوهش به نام سرمایه اجتماعی (متغیر مستقل) و هویت ملی (متغیر وابسته) به کار رفته است.

سرمایه اجتماعی:

با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی یک مفهوم نوپاست و در این زمینه تعدد و تنوع تعاریف وجود دارد، لذا سعی می‌شود چکیده‌ای از تعاریف متعدد و متنوع آورده شود که جامع جمیع صفات سرمایه اجتماعی باشد.

سرمایه اجتماعی: آن نوع شبکه‌ای از روابط و پیوندهای مبتنی بر اعتماد بین فردی و بین گروهی و تعاملات افراد با نهادها و سازمانها و گروه‌های اجتماعی است که قرین همبستگی و انسجام اجتماعی و برخورداری افراد و گروه‌ها از حمایت و انرژی لازم برای سهولت کنش و در جهت تحقق اهداف فردی و جمعی می‌باشد.

لازم به یاد آوری است که سرمایه اجتماعی از شاخص‌هایی مانند اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، تعاملات اجتماعی و تعلقات اجتماعی تشکیل شده است که از طریق گویه‌هایی در قالب طیف لیکرت سنجیده می‌شود.

اعتماد اجتماعی:

دلالت بر انتظارات و تعهدهای اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمانها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی نشان می‌دهند، دارد(از کیا و غفاری، ۱۳۸۲، ۲۹۴).

تعلق اجتماعی:

فرایندی است که طی آن فرد نسبت به مکان، شئی و امری احساس تعهد و مسئولیت پیدا می‌کند، به نوعی که موجب احساس مثبت نسبت به محیط و یا امر مورد نظر می‌شود(وحیدا و نیازی، ۱۳۸۲، ۲۱).
مشارکت اجتماعی را می‌توان فرایندسازمان یافته‌ای دانست که از سوی افراد جامعه به صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن هدف‌های معین و مشخص به منظور سهیم شدن در منابع قدرت انجام می‌گیرد(از کیا و غفاری، ۱۳۸۲، ۲۹۳).

تعامل اجتماعی:

کنش‌های اجتماعی هستند که بین دو یا چند نفر انسان واقع می‌شود و در بین آنها نوعی هماهنگی ایجاد می‌کند که هم شعاع و گستره این ارتباطات حائز اهمیت است و هم نوع ارتباط.(موسوی، ۱۳۸۵، ۸۱).

عزت نفس:

به معنی پذیرش و ارزشمندی است که شخص نسبت به خود احساس پیدا می‌کند، شخصی که از عزت نفس بالایی برخوردار است، خود را به گونه‌ای مثبت ارزیابی نموده و برخورد مناسبی نسبت به خود و دیگران دارد و از توانایی سازگاری بالایی برای رویارویی با موقعیت‌های استرس زا و بحرانی برخوردار است(انصاری جابری و دیگران، ۱۳۸۰، ۶۸).

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 می‌دهد(رزازی فر، ۱۳۷۹، ۱۰۶).
برای سنجش میزان هویت ملی افراد، احساس تعلق آنان نسبت به ابعاد شش گانه هویت ملی که شامل زبان و ادبیات فارسی، میراث فرهنگی و مفاخر ملی، تاریخ، سرزمین، دین و نظام سیاسی است، مورد سنجش قرار گرفته و از طریق ۱۱ گویه در قالب طیف لیکرت از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم استفاده شده است.

سرمایه اجتماعی در این مقاله شاخص هایی مانند اعتماد اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی و عزت نفس را شامل می شود که از طریق ۵۶ گویه در قالب طیف لیکرت سنجیده شده است.

جامعه آماری و حجم آن

در این تحقیق با توجه به حجم کم جامعه آماری از شیوه نمونه گیری تصادفی دو مرحله ای استفاده شده است یعنی ابتدا چهار خوشه از محلات مختلف شهر انتخاب شده و سپس از درون خوشه ها با شیوه نمونه گیری تصادفی ساده و با توجه به ویژگیهای جمعیت شناختی، جامعه شناختی و اقتصادی افراد حجم نمونه انتخاب شده است.

جامعه آماری این تحقیق را کلیه جوانان و دختران بالای ۱۸ ساله شهر ارسنجان می باشند که اکنون محل اقامت ایشان و خانواده های آنان در شهر ارسنجان است. واحد تحلیل در این تحقیق «فرد» پاسخگوست، بنابراین سطح تحلیل نیز «فرد» است. برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است.

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

$$d = 0.05 \quad p = 0.5 \quad q = 0.5 \quad t = 1.96 \quad n = 27285$$

که حجم نمونه ۳۸۴/۱۶ نفر می باشد که در نهایت حجم نمونه ۴۰۰ نفر تعیین شد.

روش تحقیق:

برای انجام این پژوهش با توجه به ماهیت تحقیق از روش پیمایشی و اسنادی استفاده شده است. روش اسنادی و کتابخانه ای به منظور مطالعه ادبیات موضوع، بررسی پیشینه تحقیق و مبانی نظری مورد استفاده قرار گرفته است.

در این تحقیق از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده، سؤالات مربوط به ویژگی های اقتصادی-اجتماعی افراد و بخش دوم سؤالاتی است که در قالب طیف لیکرت میزان سرمایه اجتماعی و هویت ملی افراد را می سنجد.

اعتبار گویه ها و پرسشنامه تحقیق از طریق مراجعه به متخصصین تعیین شده است. لذا برای تعیین اعتبار مفاهیمی همچون تعامل اجتماعی، مشارکت اجتماعی، هویت ملی و... از «اعتبار صوری» استفاده شده است. یعنی گویه ها و شاخص هایی طراحی شده و به صورت نسخه هایی در اختیار استادان قرار گرفته و در نهایت با بدست آوردن فراوانی نظرات ایشان، برخی از گویه ها حذف و گویه های دارای اعتبار انتخاب شده اند.

تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفته که در سطح توصیفی از انواع جداول و نمودارهای توصیفی استفاده شده و در سطح استنباطی از تکنیک ضریب همبستگی پیرسون، آزمون رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است.

یافته ها:

از لحاظ جنسیت ۴۹٪ پاسخگویی را مردان و ۵۱٪ آنها را زنان تشکیل می دهند. در نتیجه سهم زنان کمی بیشتر از مردان است. از نظر سنی بیشترین فراوانی در گروه سنی ۱۸-۲۷ ساله است یعنی ۴۵/۳٪ پاسخگویان در گروه سنی ۱۸-۲۷ ساله قرار دارند. با توجه به درصد تراکمی ۶۵٪ پاسخگویان در گروه سنی ۱۸-۳۵ ساله قرار دارند. از نظر سطح تحصیلات ۵۹٪ پاسخگویان لیسانس و یا فوق لیسانس می باشند و تنها ۵/۰٪ آنها دارای مدرک دکترای حرفه ای و تخصصی می باشند. ۲۸/۵٪ پاسخگویان مجرد، ۵۳/۳٪ آنها متأهل و ۱۷/۳٪ پاسخگویان مطلقه می باشند که جای تحقیق و بررسی دارد و قابل تأمل است. از نظر درآمدی ۳۰/۳٪ پاسخگویان بدون درآمد بوده اند. با توجه به درصد تراکمی ۵۰/۵٪ پاسخگویان درآمدی بین صفر تا ۶۰۰/۰۰۰ تومان داشته اند.

۵/۸٪ پاسخگویان در اتحادیه ها و انجمن های صنفی عضویت دارند درحالی که ۹۴/۳٪ در اتحادیه های مذکور عضویت ندارند.

۴۵/۳٪ پاسخگویان در جلسات انجمن اولیاء و مربیان، مشارکت پایین دارند در حالیکه تنها ۲۲/۸٪ مشارکت سطح بالا دارند که با توجه به درصد تراکمی ۷۷/۳٪ پاسخگویان مشارکت اجتماعی از سطح متوسط به پایین دارند.

۳۲/۲٪ پاسخگویان در جلسات نماز جمعه و جماعت مشارکت سطح پایین دارند که با توجه به درصد تراکمی ۶۷/۸٪ پاسخگویان در این زمینه مشارکت از سطح متوسط به بالا دارند.

۸۴/۳٪ پاسخگویان در مراسم مربوط به اعضای فامیل، مشارکت سطح بالا داشته اند که نشان از مشارکت غیر رسمی و سنتی در جامعه است.

۸۶/۵٪ پاسخگویان با اقوام و خویشاوندان درجه یک تعامل و ارتباط قوی و بالا داشته اند که هرچه از سطح اقوام درجه یک به سمت افراد و گروه های دورتر و غریب تر می رویم از میزان تعامل افراد کاسته می شود. ۷۹/۳٪ پاسخگویان با خویشاوندان خود تماس حضوری و مستقیم داشته اند.

۹۶٪ پاسخگویان به اعضای خانواده خود اعتماد بالا داشته اند و هرچه از افراد نزدیک به سمت افراد دور می رویم از میزان اعتماد پاسخگویان کاسته می شود. یعنی میزان اعتماد بنیادی در جامعه بالاست در حالیکه اعتماد به گروه ها و اعتماد نهادی ناچیز است.

۴۳/۳٪ پاسخگویان به مردم اعتماد پایین، ۴۷/۳٪ اعتماد متوسط و ۱۸/۵٪ اعتماد بالا داشته اند. ۱۹/۸٪ پاسخگویان نسبت به هموطنان خود احساس تعلق پایین، ۴۲/۵٪ احساس تعلق متوسط و ۳۷/۸٪ احساس تعلق بالا داشته اند. با توجه به درصد تراکمی ۶۲/۳٪ پاسخگویان احساس تعلق از سطح متوسط به پایین دارند. ۳/۸٪ پاسخگویان نسبت به گویه «پرچم سه رنگ ایران، مایه سرافرازی ما ایرانیان است» مخالفت کرده، ۸٪ اظهار بی نظری در حالیکه ۸۸/۳٪ با گویه مذکور موافقت نموده اند. ۹۲/۳٪ پاسخگویان با گویه «من به سرزمین ایران عشق می‌ورزم» موافقت کرده، تنها ۱/۵٪ پاسخگویان مخالفت کرده‌اند.

۹۱٪ پاسخگویان نسبت به گویه «من به زبان فارسی افتخار می‌کنم» موافقت و تنها ۱/۸٪ با گویه مذکور مخالفت کرده اند.

۹۰/۸٪ پاسخگویان نسبت به گویه «من افتخار می‌کنم ایرانی هستم» موافقت، ۲/۵٪ مخالفت کرده اند.

۷۷/۵٪ پاسخگویان نسبت به گویه «نظام جمهوری اسلامی ایران، افتخاری برای من است» اظهار موافقت و ۱۰/۳٪ با گویه مذکور مخالفت کرده اند.

۸۳/۳٪ افراد با گویه «اسلام مایه سربلندی ما ایرانیان است» موافقت کرده اند. ۹۴/۳٪ پاسخگویان فردوسی و حافظ رامایه مباحثات ایرانیان دانسته اند، تنها ۱/۸٪ افراد با گویه مذکور مخالفت نموده اند.

۸۵/۵٪ پاسخگویان (شاهنامه فردوسی را سند هویت ملی ایرانیان) می‌دانند، تنها ۷/۳٪ با گویه مذکور مخالفت نموده اند.

۱۸/۸٪ پاسخگویان از تولد در ایران ناراحت بوده اند و با گویه «ای کاش در ایران متولد نمی‌شدم» موافقت کرده اند، در حالیکه ۶۴٪ افراد با این گویه مخالفت کرده اند.

۱۶٪ افراد پاسخگو از مردم ایران تنفر داشته اند و با گویه «گاهی احساس می‌کنم از مردم ایران متنفرم» موافقت کرده‌اند، در حالی که ۶۸/۵٪ پاسخگویان با گویه مذکور مخالف بوده‌اند.

آزمون فرضیه‌ها:

فرضیه (۱) بین اعتماد اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

چون متغیرهای اعتماد اجتماعی و هویت ملی در مقیاس و سطح فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفته اند لذا تکنیک همبستگی پیرسون مناسب تشخیص داده شد.

میزان ضریب همبستگی میان متغیر اعتماد اجتماعی و هویت ملی برابر با ۰/۲۷۵، و سطح معناداری برابر با ۰/۹۹٪ اطمینان است که نشانه وجود همبستگی میان متغیرهای مذکور می‌باشد. بنابراین با ۰/۹۹٪ اطمینان فرض یک (H1) تأیید و فرض صفر (H0) که بیانگر عدم رابطه است، رد می‌شود. لازم به توضیح است که همبستگی میان دو متغیر اعتماد اجتماعی و هویت ملی ضعیف است. بنابراین با افزایش اعتماد اجتماعی افراد نسبت به یکدیگر هویت ملی تقویت و با کاهش آن، هویت ملی نقصان می‌گیرد.

فرضیه (۲) بین تعلق اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

میزان ضریب همبستگی میان متغیر تعلق اجتماعی و هویت ملی برابر با ۰/۲۹۷ و سطح معناداری برابر با ۰/۹۹٪ اطمینان است. در نتیجه با ۰/۹۹٪ اطمینان فرض یک (H1) تأیید و فرض صفر (H0) که نشانه عدم رابطه بین متغیرهاست، رد می‌گردد. البته همبستگی میان متغیرهای مذکور در حد ضعیف است. در نتیجه با افزایش تعلق اجتماعی در افراد، هویت ملی تقویت و با کاهش آن هویت ملی تضعیف می‌گردد.

فرضیه (۳) بین تعامل اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

میزان ضریب همبستگی میان متغیر تعامل اجتماعی و هویت ملی برابر با ۰/۱۰۴ و سطح معناداری برابر با ۰/۹۵٪ اطمینان است که نشانه وجود همبستگی میان متغیرهای تعامل اجتماعی و هویت ملی است. بنابراین با ۰/۹۵٪ اطمینان، فرض یک (H1) تأیید و فرض صفر (H0) که نشانه وجود عدم رابطه است رد می‌شود. لازم به توضیح است که همبستگی میان متغیرهای مذکور بسیار ضعیف است. در نتیجه می‌توان گفت که با افزایش تعامل اجتماعی میان افراد، هویت ملی تقویت و با کاهش آن تضعیف می‌گردد.

فرضیه (۴) بین عزت نفس و هویت ملی رابطه وجود دارد.

میزان ضریب همبستگی میان متغیر عزت نفس و هویت ملی برابر با ۰/۱۶۰ و سطح معناداری برابر با ۰/۹۹٪ اطمینان است که نشانه وجود رابطه میان متغیرهای عزت نفس و هویت ملی است. در نتیجه با ۰/۹۹٪ اطمینان، فرض یک (H1) تأیید و فرض صفر (H0) رد می‌شود. بنابراین با افزایش عزت نفس در افراد، هویت ملی افزایش و با کاهش آن تضعیف می‌گردد. البته همبستگی میان متغیرها در حد بسیار ضعیف است.

فرضیه (۵) بین مشارکت اجتماعی و هویت ملی رابطه وجود دارد.

میزان ضریب همبستگی میان متغیر بین مشارکت اجتماعی و هویت ملی برابر با ۰/۲۹۶ و سطح معناداری برابر با ۰/۹۹٪ اطمینان است که نشانه آن است که وجود همبستگی میان متغیرهای مذکور تأیید می‌گردد. در نتیجه با ۰/۹۹٪ اطمینان، فرض یک (H1) تأیید و فرض

صفر (H0) رد می‌شود. بنابراین با افزایش مشارکت اجتماعی در جامعه، سطح هویت ملی ارتقاء می‌یابد و با کاهش آن سطح هویت ملی دچار تنزل می‌شود. اکنون پس از استفاده از تکنیک ضریب همبستگی پیرسون، برای آزمون فرضیات از تکنیک رگرسیون استفاده می‌کنیم زیرا تکنیک رگرسیون این امکان را برای محقق فراهم می‌کند تا تغییرات متغیر وابسته (هویت ملی) را از طریق متغیرهای مستقل (سرمایه اجتماعی) پیش بینی و سهم هر یک از متغیرهای مستقل (مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعلق اجتماعی و عزت نفس) را در تبیین متغیر وابسته تعیین کند. چون میان متغیرهای مورد مطالعه همبستگی وجود دارد، پس می‌توانیم از تکنیک رگرسیون برای آزمون فرضیات استفاده کنیم، همچنین چون متغیرهای سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی در سطح و مقیاس فاصله‌ای مورد سنجش واقع می‌شوند و نیز سرجمع طیف‌های لیکرتی، شبه پارامتری است تکنیک رگرسیون مناسب تشخیص داده می‌شود.

تکنیک رگرسیون برای آزمون فرضیه هویت ملی

برای تحلیل رگرسیون چند گانه داده‌های مربوط به مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعلق اجتماعی و عزت نفس به عنوان شاخص‌های متغیر سرمایه اجتماعی و داده‌های مربوط به هویت ملی به عنوان متغیر وابسته را وارد نموده و با روش رگرسیون چندگانه توأم (Enter) محاسبه صورت پذیرفته است، که نتایج آن به صورت زیر است.

Model	R	R ² square	Ajusted R square	Std. Error of estimate
۱	۰/۳۶۶	۰/۱۳۴	۰/۱۲۲	۴/۶۹۱۸

طبق داده‌های جدول بالا، بررسی نتایج رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که مقدار R یا ضریب همبستگی چند گانه برابر با ۰/۳۶۶ بوده که نشان دهنده رابطه‌ی متوسط بین سطح هویت ملی جوانان و متغیرهای مستقل تحقیق است. مقدار ضریب تعیین یا R² برابر با ۰/۱۳۴ بوده و بیانگر این حقیقت است که ۱۳/۴٪ از تغییرات هویت ملی جوانان به این متغیرهای مستقل تحقیق (مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعلق اجتماعی و عزت نفس) مربوط است و ۸۶/۶٪ بقیه مربوط به عواملی است که در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. از آنجایی که در ضریب تعیین درجه آزادی در نظر گرفته نمی‌شود، به همین دلیل برای رفع این مشکل معمولاً از ضریب تعیین تعدیل شده استفاده می‌شود که مقدار آن ۰/۱۲۲ است.

ANOVA

model	Sum of square s	df	Mean of square s	F	sig
Regression	۱۳۴۹/۴۷۳	۵	۲۶۹/۸۹۵	۱۲/۰۲۲۲	۰/۰۰۰
Residual	۸۹۰۰/۴۳۷	۳۹۴	۲۲/۰۸۲		
Total	۱۰۰۴۹/۹۱۰	۳۹۹			

جدول تجزیه واریانس نیز معنی دار بودن رگرسیون و رابطه خطی بین متغیرها را نشان داده که سطح معنی داری (۰/۰۰۰) آن را تأیید می‌کند. اعداد ارائه شده در جدول آنالیز واریانس، نشان می‌دهد که مقدار f یعنی نسبت متوسط واریانس رگرسیون به متوسط واریانس باقیمانده برابر با ۱۲/۰۲۲۲ بوده و با درجه آزادی ۵ و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) می‌توان گفت که با احتمال ۹۹٪ اطمینان بین هویت ملی جوانان و سایر متغیرهای مستقل تحقیق اختلاف معنی داری وجود دارد.

Coefficients

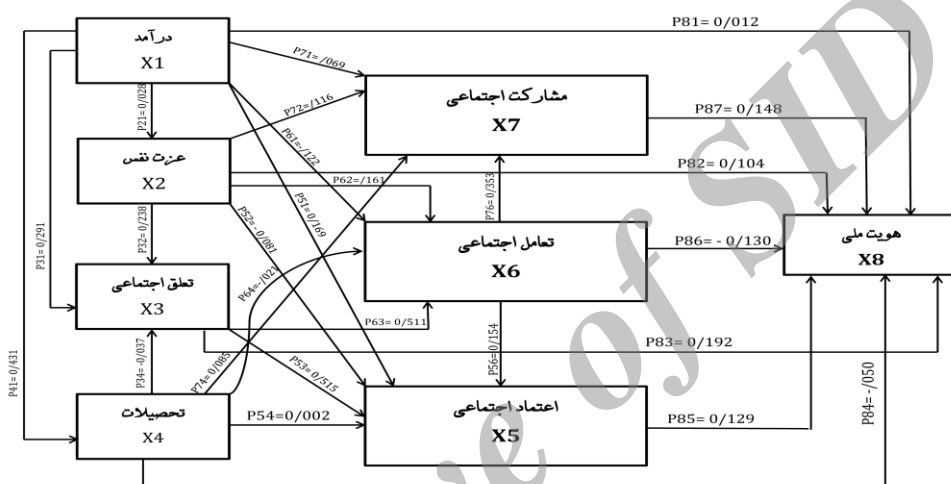
Model	Un standardized coefficients		standardized coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت	۳۲/۵۱۰	۲/۳۹۹	-	۱۳/۵۵۴	۰/۰۰۰
مشارکت اجتماعی	۰/۱۰۴	۰/۰۴۱	۰/۱۴۲	۲/۵۵۰	۰/۰۱۱
عامل اجتماعی	-۰/۱۳۷	۰/۰۶۱	-۰/۱۲۶	-۲/۲۲۷	۰/۰۲۶
اعتماد اجتماعی	۰/۰۶۸	۰/۰۳۳	۰/۱۲۸	۲/۰۳۰	۰/۰۴۳
تعلق اجتماعی	۰/۲۰۸	۰/۰۷۲	۰/۱۹۲	۲/۹۰۷	۰/۰۰۴
عزت نفس	۰/۹۳	۰/۰۴۴	۰/۱۰۶	۲/۱۲۷	۰/۰۳۴

طبق داده‌های جدول فوق، مقادیر Beta (ضریب استاندارد شده) در جدول ضریب رگرسیون نشان می‌دهد که متغیرهای مشارکت اجتماعی، عامل اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعلق اجتماعی و عزت نفس در سطح ۹۹٪ معنادار هستند. با توجه به ضرایب رگرسیون می‌توان گفت که نقش متغیر تعلق اجتماعی (Beta% 192) بیشتر از نقش سایر متغیرهاست. یعنی به ازای هر یک واحد تغییر در انحراف معیار متغیر تعلق اجتماعی به اندازه‌ی ۰/۱۹۲ در انحراف معیار متغیر وابسته (هویت ملی) تغییر ایجاد می‌گردد. در حالی که به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار سایر متغیرها، در انحراف معیار متغیر وابسته (هویت ملی) تغییرات کمتری ایجاد می‌شود. بنابراین بر اساس وزن و مقادیر (Beta) می‌توان گفت که متغیرهای تعلق اجتماعی (۰/۱۹۲)، مشارکت اجتماعی (۰/۱۴۲)، اعتماد اجتماعی (۰/۱۲۸)، عامل اجتماعی (-۰/۱۲۶) و عزت نفس (۰/۱۰۶) به ترتیب سهم بیشتری

در پیش بینی هویت ملی دارند. براساس داده‌های جدول (coefficients) معادله رگرسیون را می‌توان به شرح زیر نوشت.

$$Y = ۳۲/۵۱۰ + ۰/۱۹۲(\text{تعلق اجتماعی}) + ۰/۱۴۲(\text{مشارکت اجتماعی}) + ۰/۱۲۸(\text{اعتماد اجتماعی}) - ۰/۱۲۶(\text{عزت نفس}) + ۰/۱۰۶(\text{تحصیلات})$$

مدل تحلیلی هویت ملی (تکنیک تحلیل مسیر)



تکنیک تحلیل مسیر جهت اندازه گیری تأثیر متغیرهای مستقل بر هویت ملی

جدول: مجموعه تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (هویت ملی)

متغیر مستقل	اثرات غیر مستقیم	اثرات مستقیم	مجموعه تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم هر متغیر
X1=درآمد	۰/۰۵۲	٪۰۱۲	۰/۰۶۴
X2=عزت نفس	۰/۰۷۷	۰/۱۰۴	۰/۱۸۱
X3=تعلق اجتماعی	-۰/۰۹۴	۰/۱۹۲	۰/۲۸۶
X4=تحصیلات	-۰/۰۰۳	-۰/۰۵۰	۰/۴۶
X5=اعتماد اجتماعی	-	۰/۱۲۹	-۰/۱۲۹
X6=تعامل اجتماعی	۰/۰۷۱	-۰/۱۳۰	-۰/۰۵۸
X7=مشارکت اجتماعی	-	۰/۱۴۸	۰/۱۴۸

در تحقیقات اقتصادی-اجتماعی، معمولاً شناسایی کلیه عوامل تأثیر گذار بر متغیر وابسته (هویت ملی) امکان پذیر نیست. بنابراین متغیرهای تحلیل مسیر همواره می‌توانند بخشی از واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند. برای دستیابی به این مطلب که مدل علی

ارائه شده در دیاگرام تحلیل مسیر، چه میزان از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کند از ضریب تعیین (R^2) کمک گرفت. R^2 بدست آمده با روش (Enter) برای کلیه متغیرها برابر با ۰/۱۳۶ است. یعنی این مدل عملی در دیاگرام تحلیل مسیر تنها ۱۳/۶٪ از مجموع تغییرات متغیر توسط مدل علی تبیین می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که مدل علی به دست آمده ۸۳/۴٪ از واریانس متغیر وابسته را تبیین نمی‌کند و واریانس متغیر وابسته تحت تأثیر عوامل دیگری است که در این مدل لحاظ نشده است.

یافته ها:

یافته‌های پژوهش حکایت از سطح پایین سرمایه اجتماعی در جامعه نمونه و رابطه ضعیف بین ابعاد سرمایه اجتماعی و هویت ملی دارد. در میان متغیرهای سرمایه اجتماعی، متغیر تعلق اجتماعی با هویت ملی همبستگی قوی تری وجود دارد. بنابراین به موازات افزایش احساس تعلق به جمع و جامعه، هویت ملی ارتقاء می‌یابد و برعکس با کاهش تعلق اجتماعی، هویت ملی نیز نقصان می‌گردد. علیرغم اینکه ضریب همبستگی و رگرسیون، حکایت از رابطه مثبت و مستقیم بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و هویت ملی دارد ولی مقدار همبستگی در حد بسیار ضعیف است.

نتیجه گیری:

با توجه به اینکه، گیدنز، هویت را در جامعه مدرن مورد بررسی قرار داده و بر این اعتقاد است که انسان امروزی هویت خود را با توجه به منابع موجود هویت ساز در جایگاههای نمادین تجدید کسب می‌کند و با توجه به اینکه جامعه ایران، جامعه‌ای در حال گذار و انتقالی می‌باشد، لذا بدیهی است که هر چند جایگاهها و موقعیت‌های تجدید مورد نظر گیدنز در جامعه ایران، کم و بیش قابل رؤیت است، اما این تفاوت باعث شکل گیری هویت بینابینی و باعث سردرگمی افراد شده، که این سردرگمی در کنش‌های متقابل افراد از جمله مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعامل اجتماعی، تعلق اجتماعی و اعتماد به نفس و عزت نفس منعکس شده است که از یک طرف زوال سرمایه اجتماعی را به دنبال دارد و از طرف دیگر نقصان هویت ملی و تضعیف آن را به همراه دارد.

پیشنهادات:

الف- پیشنهادات پژوهشی

- ۱- با توجه به نقش موثر گروه‌های اولیه و دوستی در تولید سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه غیر رسمی، خود جوش و غیر دولتی که با حداقل هزینه می‌توانند بیشترین سرمایه اجتماعی را با سهولت تولید کنند، لذا پیشنهاد می‌شود که نقش گروه‌های اولیه و دوستانه در تولید سرمایه اجتماعی به عنوان یک موضوع مستقل مورد پژوهش و بررسی قرار گیرد.
- ۲- با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوپا در ادبیات جامعه‌شناسی است و آنچنانکه شایسته است عملیاتی نشده و محل بحث و اختلاف میان صاحب‌نظران است، بنابراین بر صاحب‌نظران و اهل فن واجب است که نظری ویژه نسبت به این موضوع داشته باشند تا سنجش دقیق‌تر و درست‌تری از سرمایه اجتماعی به عمل آید.

ب- پیشنهادات اجرایی

- ۱- بر اساس یافته‌های تحقیق، بسیاری از افراد جامعه از نظر هویتی، حالت بینابینی دارند لذا این افراد برای الگو پذیری برای ساخت هویت خویش بعضاً از الگوهای متناقض استفاده می‌کنند که باعث سردرگمی بیشتر آنان می‌شود. بنابراین دستیابی به یک الگوی واحد نظری توصیه می‌شود.
- ۲- برنامه ریزی برای غنی سازی فرهنگ عمومی و تقویت روحیه اعتماد به نفس و اعتماد به گروهها و نهادهای جامعه.
- ۳- تشویق و حمایت نهادهای اجتماعی، صنفی، حرفه‌ای و شبکه‌های محله‌ای جهت تولید سرمایه اجتماعی.

منابع:

۱. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶) فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی شدن، تهران، انتشارات تمدن ایرانی.
۲. از کیا، مصطفی و فیروزآبادی، سیداحمد (۱۳۸۳) سرمایه اجتماعی و نقش آن در تشکل‌های تولیدی: مطالعه موردی حوزه آبریز کرخه، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۴، ص ۹۹-۸۵
۳. اشرف، احمد (۱۳۸۴) هویت ایرانی، مجله گفتگو، شماره ۳، صص ۲۷-۷
۴. تاجبخش، کیان (۱۳۸۴) سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه.
۵. جنکینز، ریچارد (۱۹۹۶) (۱۳۷۷) هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران، نشر شیرازه.
۶. جهانگیری، جهانگیر و معینی، مهدی (۱۳۸۹) بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی؛ نمونه مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه شیراز، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشکده فردوسی مشهد، دوره ۱ ششم، شماره ۲، صص ۴۷-۳۷.
۷. چلیبی، مسعود و مبارکی، محمد (۱۳۸۴) تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی و جرم در سطوح خرد و کلان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۲، صص ۴۴-۳۰.
۸. حیدری بیگوند، داریوش (۱۳۸۰) مساله بحران هویت، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران (ویژه‌ی دومین همایش مسائل اجتماعی ایران) شماره ۴، صص ۱۱۱-۱۱۰.
۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰) تجدد و تشخیص: جامعه و هویت، تشخیص در عصر جدید، چاپ سوم، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشرنی.
۱۰. یوسفی، علی (۱۳۸۰) روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۸، صص ۴۲-۱۴.
۱۱. رضایی، احمد و احمدلو، حبیب (۱۳۸۴) نقش سرمایه اجتماعی در روابط بین قومی و هویت ملی (بررسی جوانان تبریز و مهاباد) فصلنامه مطالعات ملی، سال ششم، شماره ۳۴، صص ۳۳-۷.

1. Abela. M.A (2005) "shaping a national identity: malta in the European union" International Journal of sociology. Vol. 35, No.4, pp. 10-27
2. Goleman, j (1988) "social capital in the creation of human capital." American journal of sociology. Vol.94, supplement, pp, 95-120
3. woolcock, m. and Narayan, d. (2000) "social capital: implication for development theory. research and policy. Word bank research observer. Vol. 15, no.2, pp 225-249.
4. weedon, c (2004) "identity and culture: narratives of difference and belonging". London: open university press..