

دانشنامه علوم اجتماعی

دوره ۱، شماره ۲، زمستان ۱۳۸۸

## سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل

ابراهیم خدایی<sup>۱\*</sup>، محمد مبارکی<sup>۲</sup>

(تاریخ دریافت ۸۹/۲/۲۲، تاریخ پذیرش ۸۹/۴/۱)

### چکیده

هویت جامعه‌ای ابزاری است برای تفکیک ملتی از ملت دیگر، با تکیه بر آگاهی مشترک حول مفهوم یا مفاهیم تعریف‌شده جمعی. احساس قوی هویت می‌تواند به‌عنوان جنبه‌ای از سرمایه اجتماعی درک شود. به‌علاوه، سرمایه اجتماعی به‌طور عام و هویت جامعه‌ای به‌طور خاص، محصول روابط اجتماعی محسوسی هستند که افراد جامعه آن را درک می‌کنند و تأثیرات متقابل زیادی بر یکدیگر می‌توانند داشته باشند. با توجه به این تأثیرات متقابل، هدف تحقیق حاضر، بررسی و شناسایی نوع رابطه هویت و سرمایه اجتماعی و همچنین تعیین مکانیسم‌های بینایی است. برای این منظور، با استفاده از داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی و با توجه به تعریف علمی متغیرها براساس داده‌ها و معرف‌های در اختیار، به بررسی رابطه مورد نظر در میان هفتاد کشور پرداخته شده است. برای تحلیل داده‌ها از رگرسیون لجستیک استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد بین هویت جامعه‌ای و سرمایه اجتماعی ارتباطی مثبت، متقابل و معنادار وجود دارد.

**واژه‌های کلیدی:** هویت جامعه‌ای، سرمایه اجتماعی، اعتماد، مشارکت، عام‌گرایی، تعهد، رضایت اجتماعی، رگرسیون لجستیک، تحلیل عاملی، تابع تشخیصی.

\*khodaie@sanjesh.org

۱. استادیار سازمان سنجش آموزش کشور

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی

## مقدمه

هویت جامعه‌ای<sup>۱</sup> ابزاری است برای تفکیک ملتی از ملت دیگر، با تکیه بر آگاهی مشترک حول مفهوم یا مفاهیم تعریف‌شده جمعی. هویت ملی هم دارای ابعاد ذهنی است و هم دارای ابعاد عینی. منظور از ابعاد ذهنی این است که یک ملت متمایز بودن خود را همواره در نظر دارد و این حس تمایز در ناخودآگاه فرد حضور همیشگی دارد. منظور از ابعاد عینی نیز این است که تقسیم کار اجتماعی و موقعیت فرد در اجتماع در شکل‌دادن به هویت فرد نقش مهمی دارد و باعث می‌شود تا او وفاداری به هویت جامعه‌ای را جانشین وفاداری به هویت قومی یا زبانی کند.

امروزه، افزایش ارتباطات جهانی و جهانی‌شدن 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 چنان از خودبیگانگی فرو برده که خود را به فراموشی سپرده است. تحولات سریع اجتماعی و فرهنگی، احساس بی‌قدرتی سیاسی و گرفتارشدن در روند اقتصاد جهانی شده، شخصیت انسان امروزی را در چنان بی‌ثباتی قرار داده که نمی‌داند «کیست»، «چه می‌خواهد» و «به کجا می‌رود». این روند به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه نمود بیشتری دارد. این کشورها که تا چندی پیش دارای ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های ویژه خود بوده‌اند، با هجوم انواع مظاهر فرهنگی و اجتماعی غرب دچار نوعی تناقض و بی‌هویتی شده‌اند. هم‌زمان با کاهش هویت اجتماعی افراد در جوامع در حال توسعه، شاهد فرسایش سرمایه اجتماعی در این جوامع نیز هستیم و این روند باعث پدید آمدن مشکلات فراوانی از قبیل افزایش آسیب‌های اجتماعی در بین مردم شده است. بنابراین امروزه، با توجه به کثرت هویت‌های فرد در جامعه، هویت اجتماعی دچار نقصان شده و سرمایه اجتماعی نیز که مهم‌ترین مؤلفه‌های آن اعتماد و روابط صمیمی بین افراد جامعه است، کاهش یافته است؛ در نتیجه پایه و اساس شخصیت متعهد به جامعه سست شده است.

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

از این رو، در این پژوهش ابتدا تعریف هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی از ابعاد مختلف بیان می‌شود، سپس نوع رابطه موجود بین آن‌ها بررسی و در ادامه مکانیسم‌های تأثیرگذار نمایان می‌شود.

### واکاوی پیشینه موضوع

هویت مفهومی گسترده دارد و معانی بسیاری برای آن امکان‌پذیر است. هویت را می‌توان برخی چیزهای ثابت یا متغیر در طول زمان یا مرتبط با حاکمیت ملی یا حتی برخی چیزهای فرامادی مانند روح و آگاهی در نظر گرفت (Murphy & Manjhi, 2002: 1). هویت مجموعه خصوصیات فردی و اجتماعی و احساسات و اندیشه‌های مربوط به آن‌هاست که فرد آن‌ها را از طریق توانایی کنش متقابل با خود و یافتن تصوراتی از خود به دست می‌آورد و در جواب سؤال «من کیستم؟» ارائه می‌دهد. به نظر برگر، «مردمی که برای اولین بار با یکدیگر آشنا می‌شوند، می‌کوشند تا به هویت رابطه‌ای دست پیدا کنند؛ یعنی نقطه مشترکی را پیدا کنند که وجه تمایز آن‌ها از دیگران است. این کار باعث می‌شود تا هریک از افراد نقش‌های جداگانه‌ای داشته باشند و با کشف هویت مشترک به نوعی انسجام برسند.» (Heise, 1989: 201-202).

بر اساس منطق نظریه هویت اجتماعی در ارتباط با محیط اجتماعی بی‌واسطه فرد، شخص خود و دیگران را در طبقات اجتماعی گوناگون از قبیل ملیت، قومیت، جنسیت، وابستگی‌های مذهبی و مشاغل طبقه‌بندی می‌کند. این طبقه‌بندی اجتماعی نظم معینی را برای جهان اجتماعی فرد فراهم می‌کند و پایه خودارجاعی فرد در جامعه می‌شود (kurashina, 2005: 59). بنابراین، می‌توان انواع مختلفی از هویت را مانند هویت فردی، اجتماعی، فرهنگی، قومی، ملی و... برای افراد جامعه مشخص کرد.

از میان انواع هویت، هویت ملی اهمیت چشمگیری دارد. به این دلیل که هویت ملی منشأ و اساس تعلق و همبستگی با جامعه و فرهنگ است؛ به گونه‌ای که در رفتار اعضا تأثیر می‌نهد و اکثریت اعضا رفتار همسانی را نشان می‌دهند و عضو این جامعه از سایر جوامع متمایز می‌شود. هویت ملی نوعی احساس تعهد و تعلق عاطفی نسبت به اجتماع عام (ملی) است که

موجب وحدت و انسجام جامعه می‌شود و بخشی از هویت فرد را تشکیل می‌دهد (رزازی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۰۶).

تاجفل (۱۹۷۸) استدلال کرده است که شخص از طریق خودآگاهی به عضویتش در گروه به هویت اجتماعی دست می‌یابد و از نظر احساسی این عضویت برای او مهم ارزیابی می‌شود (Bagozzi & Dholakia, 2002: 11). براساس این رویکرد، المرت، کورتکاس و اورکرک (۱۹۹۹) سه مؤلفه اساسی تشکیل‌دهنده هویت فرد را مطرح کرده‌اند: مؤلفه شناختی (آگاهی شناختی از عضویت فرد در گروه اجتماعی: طبقه‌بندی خود)؛ مؤلفه احساسی (حس درگیری احساسی با گروه: تعهد عاطفی)؛ مؤلفه ارزیابی (دلالت ارزشی منفی و مثبت مربوط به این عضویت گروهی: خودباوری مبتنی بر گروه).

در جوامع در حال توسعه با توجه به دوران گذار از جامعه سنتی به صنعتی، تناقض‌های بسیاری دامنگیر افراد جامعه در باب پاسخ‌گویی به پرسش‌هایی درباره «خود» و «ملت» خود و... شده است؛ به‌گونه‌که آشفتگی و بحران در پایه‌های هویتی شخصیت افراد را به دنبال داشته است. از سوی دیگر، «مسئله اصلی بحران هویت» بیشتر متوجه کسانی است که در بحران غرق‌اند. اصلی‌ترین این گروه‌ها جوانان هستند که در تنگنای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی گرفتار شده‌اند، از گذشته بریده و از حال سرخورده و از آینده مانده‌اند. اما آنچه که اهمیت خاصی دارد و ذهن انسان را به خود مشغول می‌کند، جواب دادن به این سؤال است که چه عواملی باعث بحران هویت در جوانان شده است و یا به عبارتی دیگر، از چه راه‌هایی می‌توان هویت جوانان را تقویت کرد؟

امروزه، یکی از مهم‌ترین مباحث مورد توجه اندیشمندان که می‌تواند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر هویت اجتماعی افراد جامعه تأثیرگذار باشد و همچنین از آن تأثیر پذیرد، سرمایه اجتماعی در جامعه است. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به‌صورت ذاتی و نهفته در روابط اجتماعی گروه‌های نخستین، ثانوی و سازمان اجتماعی جامعه (نهادهای رسمی و غیررسمی) وجود دارد. برخی از این ذخایر ارزشمند که گاه از آن به ارزش‌های اجتماعی نیز یاد می‌شود، عبارت است از: صداقت، حسن تفاهم، سلامت نفس،

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

همدردی، دوستی، همبستگی، فداکاری و... سرمایه اجتماعی از طریق این منابع، کنش‌های کنشگران را در سطوح خرد، میانی و کلان جامعه آسان، سریع، کم‌هزینه و مطمئن می‌سازد و آنان را در رسیدن به اهداف مشترک اجتماعی کمک می‌کند.

براساس دیدگاه‌ها و نظریه‌های موجود، سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها و روابطی است که بر اعتماد، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک مبتنی است (پوتنام، ۱۳۸۰؛ فوکویاما، ۱۳۷۹؛ Paxton, 2002; Field, 2003). همچنین، سرمایه اجتماعی دربرگیرنده احساس تعلق به یک اجتماع تصور شده است؛ همچنان‌که اندرسون (۱۹۹۱) آن را ملی‌گرایی توصیف می‌کند (Donoghue & etal., 2006: 2).

با بررسی دیدگاه‌های مربوط به سرمایه اجتماعی، می‌توان سه نوع سرمایه اجتماعی را از هم تمیز داد: پیوندی یا اختصاصی<sup>۱</sup>، فراگیر<sup>۲</sup> و رابطه‌ای<sup>۳</sup>. سرمایه اجتماعی پیوندی در خانواده‌ها و گروه‌های قومی یا خویشاوندی پدید می‌آورد و شامل پیوندهای نزدیک یا اعتماد متراکم (غلیظ) است. این نوع سرمایه می‌تواند بر اساس شباهت‌های معین یا هویت بسته مشترک بیان شود (Donoghue & etal., 2006: 2). سرمایه اجتماعی پیوندی برای تجهیز روابط متقابل ویژه و فراهم کردن اطلاعات مطلوب است و به‌مثابه نوعی از رابطه جامعه‌شناختی باعث حفظ وفاداری درون‌گروهی و تقویت هویت‌های ویژه می‌شود (Field, 2003: 32). سرمایه اجتماعی فراگیر به روابط ایجاد شده بین گروه‌های اجتماعی متفاوت برمی‌گردد. این نوع سرمایه نیز بر تشابه مبتنی است؛ اما این تشابه و روابط می‌تواند در بین گروه‌هایی از قبیل قومی، سیاسی و منطقه‌ای ایجاد شود (Donoghue & etal., 2006: 2). روابط موجود در سرمایه اجتماعی فراگیر، برای مرتبط کردن سرمایه‌های خارجی و انتشار اطلاعات مطلوب است و موجب هویت‌های گسترده و روابط متقابل وسیع می‌شود (Field, 2003: 32). نوع سوم سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی رابطه‌ای است که به ایجاد روابط به‌منظور دست‌یابی به منابع و قدرت برمی‌گردد. سرمایه اجتماعی رابطه‌ای برخلاف دو شکل دیگر سرمایه

---

1. Bonding  
2. Bridging  
3. Linking

اجتماعی، لزوماً بر تشابه مبتنی نیست؛ اما بر اساس ایجاد پیوندها یا روابط عمودی برای دستیابی به منابع و قدرت است (Donoghue & etal., 2006: 2). با توجه به انواع سرمایه اجتماعی، این نوع می‌تواند به‌مثابه روابطی مفهوم‌سازی شود که به‌طور افقی، عمودی و قطری درون اجتماعات پرورش می‌یابد و چنین روابطی اساس اجتماعات است.

اگر سرمایه اجتماعی به غیرعینی بودن توسعه اشاره کند، پس می‌توان استدلال کرد که احساس قوی هویت مشترک جنبه‌ای از سرمایه اجتماعی است که اجتماع می‌تواند برای رسیدن به منافع توسعه‌ای آن را بسیج کند (lee & etal., 2005: 273). در بحث هویت نیز می‌توان گفت سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد احساس تعهد و تعلق اجتماعی در افراد جامعه، باعث تقویت هویت اجتماعی آن‌ها می‌شود و همبستگی اجتماعی را در جامعه پدید می‌آورد.

طرح بحث سرمایه اجتماعی در جامعه می‌تواند با تصحیح رویکردها به مباحث هویت، چشم‌اندازهای جدیدی پیش روی ما بگشاید. همچنین باعث می‌شود دیگر به‌صورت تک‌بعدی به هویت نگاه نکنیم، بلکه آن را در ابعاد مختلف، به‌ویژه در ارتباط با انباشت سرمایه اجتماعی مثبت در جامعه بدانیم. همچنین اطمینان داشته باشیم جوامعی که میزان سرمایه اجتماعی آن‌ها به هر دلیلی کاهش یابد، جوانان آن جامعه دچار نوعی از خودحیرانی و سرگشتگی در رویارویی با مسائل و پدیده‌های اجتماعی- روانی خواهند شد. این امر نه تنها پایه تعهد تعمیم‌یافته و احساس تعلق عاطفی جوانان را به جامعه سست می‌کند، بلکه به علت به‌دست نیاوردن هویت ملی مناسب، باعث سرگشتگی و اختلالات روانی و رشد نکردن شخصیت پیشرفته جوانان و در نتیجه عدم پیشرفت و توسعه جامعه خواهد شد.

به هر حال، با مطالعه علمی و شناخت دقیق سرمایه اجتماعی در میان گروه‌های مختلف جامعه می‌توان از این مفهوم در تحلیل مسائل اجتماعی- فرهنگی به‌عنوان متغیر پیش‌بینی‌کننده و پیش‌بینی‌شونده بهره گرفت. بر اساس این، سؤال اساسی تحقیق این است: سرمایه اجتماعی چه رابطه‌ای با هویت جامعه‌ای افراد می‌تواند داشته باشد و این تأثیر از طریق چه مکانیزم‌هایی صورت می‌گیرد؟

### چارچوب نظری

بینش‌ها و نظریه‌های مختلفی رابطه هویت و سرمایه اجتماعی را بررسی کرده‌اند. این نظریه‌ها از حوزه‌های مختلف روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی سربرآورده‌اند و هر یک از اندیشمندان از بعدی خاص به مسئله نگاه کرده و چگونگی این رابطه را نمایان کرده‌اند. با الهام از استرایکر، نگرش‌هایی را که در مورد هویت در حیطه روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی مطرح شده است می‌توان به سه گروه تقسیم کرد:

۱. برخی دیدگاه‌ها نگرشی فرهنگی و جمعی به هویت دارند و ایده‌ها، باورها و عمل‌های گروه یا جمع را نمایش می‌دهند. این نگرش به هویت، اغلب در کارهایی که بر هویت قومی انجام گرفته است دیده می‌شود. در این دیدگاه، هویت به صورت مشخص و شفاف تعریف نشده است؛ به همین جهت تحقیقاتی که از این دیدگاه بهره برده‌اند، مبهم است. این دیدگاه از تشریح تغییرپذیری افراد در رفتار و انگیزش و کنش متقابل ناتوان است (Strikers & Burke, 2000: 284-297).

۲. دیدگاه دوم در مورد هویت، تحت سنت کنش متقابل‌گرایی و به‌ویژه نگاه ساختاری آن پدید آمده است. این دیدگاه بیشتر به بررسی ارتباطات نقش افراد و تغییرپذیری، انگیزش و تفاوت‌ها با هویت می‌پردازد. این رویکرد به نظریه هویت معروف است و دانشمندانی چون بورک، استرایکر، مک کال و سیمونز و... درباره این دیدگاه از هویت پژوهش می‌کنند. در نظریه هویت، هسته هویت، مقوله‌بندی خود به‌عنوان اجراکننده نقش و ترکیب معانی و انتظارات تداعی شده با نقش در درون خود و اجرای آنهاست (Ibid, 224). در این دیدگاه بیشتر به هویت نقشی تأکید می‌شود. زمانی که فرد نقش خاصی را برعهده می‌گیرد، همراه نقش نوعی هویت نیز کسب می‌کند و این هویت از وظایف نقشی او سربرمی‌آورد و انتظارات دیگران نیز از آن نقش ناشی می‌شود. این دیدگاه چون هویت را ناشی از نقش‌پذیری افراد درون گروه‌ها می‌داند، بیشتر به روابط درون گروه با نقش‌های اعضاء می‌پردازد.

۳. سومین دیدگاه در مورد هویت، در مطالعات تاجفل و افرادی چون جان ترنر، هوگ، اوکاس و ریچر با عنوان نظریه هویت اجتماعی دیده می‌شود. این دیدگاه هویت را چیزی می‌داند که درون گروه و مقوله جاسازی شده است و تفاوت گروه و مقوله را نادیده می‌گیرد. همچنین اهمیت رفتار درون‌گروهی مثل ارتباطات بین اعضای گروه را رها می‌کند (Ibid, 6).

گلاسر هویت‌یابی را در طول عمر پیوسته و جاری می‌داند و به نقش خود و دیگران در نوع تلاش و فعالیت‌ها و ارتباط عاطفی و به نوعی ارزش‌یابی در یافتن هویت و شکل‌گیری آن توجه دارد. او معتقد است هویت از راه‌های مختلفی تشکیل می‌شود و رشد می‌کند. یکی از راه‌های تکوین هویت، داشتن ارتباط و درگیری عاطفی با خود و دیگران است. اساس تشکیل هویت، تلاش‌ها و فعالیت‌هایی است که علاقه‌مندیم آن‌ها را انجام دهیم. برداشت‌ها و نظریات دیگران در روشن کردن هویت نقش اساسی دارد. ارزش‌یابی‌های ما از شرایط زندگی، اوضاع اجتماعی و اقتصادی خود نیز تعیین‌کننده هویت است (رمضانی، ۱۳۸۱: ۳۱).

نظریه هویت اجتماعی روابط درون‌گروهی (Tajfel and Turner, 1986) و نظریه طبقه‌بندی خود (SCT) (Turner and Others, 1987)، هر دو دیدگاهی روان‌شناختی به هویت دارند. دیدگاه هویت اجتماعی، مجموعه‌ای از تحلیل‌های سازگار با طبقه‌بندی اجتماعی، انگیزه گروهی، مفهوم خود جمعی، عضویت گروهی، روابط درون‌گروهی و نفوذ اجتماعی را با همدیگر یکپارچه می‌کند. این دیدگاه پدیده گروهی را از پدیده بین‌شخصی و شخصی متمایز می‌کند و اولی را در مقابل فرایند طبقه‌بندی اجتماعی از خود و دیگران توضیح می‌دهد که پایه برجسته‌ای از برداشت، شناخت و رفتار در شرایط معین است (Hogg, 2006: 336).

به‌تازگی، تعدادی از پژوهشگران در پی یکپارچه‌سازی دیدگاه‌های گوناگون‌اند و سعی می‌کنند دامنه وسیعی از آن‌ها را در سطوح متفاوت در نظر بگیرند. مدل هویت زیمون (۲۰۰۴) با عنوان خودپذیری<sup>۱</sup>، یکی از این دیدگاه‌های یکپارچه‌شده است. زیمون کار خود را با این هشدار آغاز می‌کند که هویت ممکن است تابع تحلیلی باشد و اینکه جست‌وجوی



سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

آن به عنوان اساس یک چیز، ممکن است کوشش گمراه کننده‌ای باشد که تلاش ما را از یک مسیر جهت یافته مورد انتظار منحرف کند (Oatey, 2006: 640). مدل هویت زیمون (۲۰۰۴) مفهوم خود را شامل اعتقاداتی درباره نگرش‌های خود شخص یا ویژگی‌های خود می‌داند. این ویژگی‌ها می‌تواند موارد زیادی را شامل شود؛ از قبیل ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌ها، ویژگی‌های فیزیکی، خصوصیات رفتاری، ایدئولوژی‌ها، نقش‌های اجتماعی، وابستگی‌های زبانی و عضویت گروهی (Ibid, 641).

نظریه‌های روان‌شناختی هویت به لحاظ نوعی، بین هویت‌های اجتماعی (جمعی یا گروهی) و شخصی (فردی) تمایز قائل می‌شوند. هویت فردی به تعریف خود به عنوان فردی منحصر به فرد می‌پردازد؛ در حالی که هویت جمعی به تعریف خود به عنوان عضوی از گروه نظر دارد. ممکن است ویژگی‌های معینی در مقایسه با دیگر ویژگی‌ها (از قبیل جنسیت شخص، قومیت، مذهب و غیره) پتانسیل جمعی بیشتری داشته باشند؛ اما زیمون (۲۰۰۴) بر آن است که این موضوع به این بستگی دارد که مردم چگونه تصویر خود را نمایان می‌کنند. برای مثال، در بسیاری از شرایط عناصر مذهبی ممکن است فقط یکی از ویژگی‌های هویت فردی شخص باشد؛ در حالی که در موقعیت‌های دیگر ممکن است خصوصیتی باشد که هویت جمعی آن فرد را آشکار می‌کند (Oatey, 2006: 641). زیمون (۲۰۰۴) در نهایت سه کارکرد مهم را برای هویت معرفی می‌کند:

الف) هویت باعث گرد آوردن افرادی با احساس تعلق (از طریق جنبه‌های خود جمعی و رابطه‌ای) و احساس تمایز (از طریق جنبه‌های خود فردی) می‌شود.

ب) هویت باعث می‌شود افراد در ارتباط با دیگران با کمک جایگاهی که به آن تعلق دارند و جایگاهی که هیچ احساس تعلقی به آن نمی‌کنند، خودشان را در جهان اجتماعی‌شان مکان‌یابی کنند. این فرایند باعث مهار آن‌ها در جهان اجتماعی و فراهم کردن احساس مکانی برای آن‌ها می‌شود.

ج) هویت باعث خودباوری و خودپذیرشی در افراد می‌شود. در واقع ارزیابی مثبت افراد از ویژگی‌های خودشان به ایجاد خودباوری در آنها کمک می‌کند (Ibid, 642).

در مطالعات روان‌شناختی و جامعه‌شناختی، هویت فردی شخص تأثیر مهم و تعیین‌کننده‌ای بر رفتار دارد. برای مثال، در پژوهش بگوزی و دولاکیا، سازه هویت اجتماعی نقش مهمی در تعیین مشارکت اجتماعی داشته است. آنها در مطالعات خود دریافته‌اند که قصد مشارکت در اجتماع به وسیله هویت اجتماعی از طریق آرزو و میل به مشارکت تحت تأثیر قرار می‌گیرد (Chou & Hsu, 2006: 1472-1473).

یکی از مشهورترین صاحب‌نظرانی که به‌طور جدی به طرح نظریه هویت اجتماعی پرداخته، تاجفل است. او نوعی پیوند علی بین ملزومات هویت و اشکال مختلف رفتار بین‌گروهی قائل است. کانون توجه تاجفل این فرضیه است که هویت‌های اجتماعی مردم در ابتدا از طریق مقایسه اجتماعی شکل می‌گیرد که گروه خودی را از گروه‌های غیرخودی متمایز می‌کند (Kupper & Kupper, 1995: 790-797). او استدلال می‌کند که افراد خود و دیگران را در دو گروه جداگانه طبقه‌بندی می‌کنند: ۱. درون گروه (تمام افرادی که مشابه با موضوع طبقه‌بندی شده هستند)؛ ۲. خارج از گروه یا بیرون گروه (تمام افراد دیگر). به نظر او، درک افراد در جایگاه عضو درون گروه باعث می‌شود آنها به درگیر شدن در رفتار مورد نیاز برای حفظ روابط با اعضای دیگر برانگیخته شوند که بخش مهمی از حفظ این رابطه با گروه، مشارکت فعال در کنش‌های متقابل روزمره است (Chou & Hsu, 2006: 1473).

ویلیامز و اوریلی در بررسی خود درباره جمعیت‌شناسی ذکر کرده‌اند که برداشت‌های مغایر و گوناگون درون یک گروه کاهش همکاری را نشان داده است. براساس این نتایج، مور، کورتزبرگ، تامپسن و موریس گفته‌اند اگر هویت درون‌گروهی وجود نداشته باشد، رسیدن به همبستگی در میان افراد خیلی مشکل است (Ibid, 1473).

یک شیوه برای درک چالش‌هایی که شکل‌گیری هویت را در جوامع در حال توسعه تحت تأثیر قرار می‌دهد، توجه به تخریب فرهنگی است. به این صورت که پیشرفت

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

سرمایه‌داری باعث تخریب فرهنگی می‌شود؛ زیرا راه را برای الگوهای اجتماعی جدید هموار می‌کند و باعث مصرف کالاهای جدید می‌شود. هنگامی که فرهنگ در مسیر تخریب قرار می‌گیرد، سنت‌ها (هنجارها، ارزش‌ها و باورها) بر اعضای فردی کمتر تأثیر می‌گذارد. زمانی که این حالت اتفاق می‌افتد، سرمایه اجتماعی درون‌نسلی اجتماعات کاهش می‌یابد و والدین برای فرزندانشان شبکه‌های کمتری به‌منظور انتقال به دوره بزرگسالی فراهم می‌کنند. چنین جوامعی بیشتر آنومیک و فردگرا خواهند بود و چیزی را طی می‌کنند که رابرت پوتنام آن را سرمایه‌زدایی اجتماعی می‌نامد. در شکل افراطی، فردگرایی کنترل‌نشده (بی‌قاعده) می‌تواند هم برای شخص زیان‌آور باشد (در شکل مسائل هویتی) و هم برای اجتماع (در شکل افزایش جرائم و کاهش اقتصاد) (Cote, 2005: 222). بنابراین، سرمایه اجتماعی نیز نقش مهمی در شکل‌گیری هویت افراد جامعه دارد و فرسایش آن در جامعه می‌تواند به‌طور غیرمستقیم بر انواع هویت اجتماعی تأثیرات تعیین‌کننده‌ای داشته باشد.

بر اساس بررسی‌ها و پژوهش‌ها می‌توان استدلال کرد که بین سرمایه اجتماعی و انواع هویت تأثیرات متضادی نیز ممکن است رخ دهد. اگر نشانه‌های هویت شخصی بدون توجه به هویت اجتماعی در جامعه‌ای نمایان شود، انتظارات متقابل کاهش می‌یابد و به موجب آن رفتار اعتماد‌آمیز نیز کاهش خواهد یافت. بنابراین، وجود نشانه‌های هویت شخصی در جامعه‌ای باعث برجسته شدن ویژگی‌های شخصی می‌شود و عدم تأکید بر یگانگی گروه، نفوذ و تأثیرات هویت اجتماعی مشترک را کاهش خواهد داد (Tanis & Postmes, 2005: 422).

ولکاک و نارایان (۲۰۰۰) استدلال کرده‌اند که کمبود سرمایه اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی محدود نه تنها بر توسعه نهادی و اقتصادی اجتماع تأثیر می‌گذارد، بلکه باعث سطوح پایینی از دفاع هنگام تهدید علایق جمعی افراد جامعه می‌شود (McLellan & White, 2006: 9). از این‌رو، در اجتماعات مذهبی و قومی، سرمایه اجتماعی هم برای سیاست‌های تشخیص و بازنمایی (تعیین هویت) تعیین‌کننده است و هم برای تسهیل برنامه‌ها و طرح‌ها ضروری است.

از سوی دیگر، هویت نیز نقش مرکزی در میزان مشارکت افراد در شبکه‌های بین شخصی در سطح خانواده و دوستان دارد.

در مطالعات روان‌شناسی اجتماعی در مورد پیش‌شرط‌های مشارکت در کنش‌های جمعی، از دو پدیده با عنوان عواملی یاد شده است که احتمالاً چنین مشارکتی را تشویق می‌کنند: احساس هویت جمعی و احساس عاملیت جمعی یا اثربخشی جمعی (Catherine & Carl, 2002: 655). در کنار تأثیرات تعیین‌کننده عوامل یادشده، بر اساس مدل استاندارد مشارکت اجتماعی می‌توان فرض کرد که سطوح درآمد، آموزش، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، سن و دیگر متغیرهای زمینه‌ای افراد نیز بر میزان مشارکت مدنی افراد به‌طور خاص و سرمایه اجتماعی به‌طور عام تأثیر دارند (Haerberle, 1987: 182).

به‌طور کلی می‌توان گفت، جوهره هویت اجتماعی به برقراری روابط دوستانه و عاطفی وابسته است؛ زیرا پایه هرگونه نظم اجتماعی، حتی در جوامع مدرن، عاطفه است و علل و منشأ آن، وابستگی عاطفی به جمع و روابط عاطفی در جوامع است. شکل‌گیری «خود» یا «احساس هویت» کارکرد مهم خرده‌نظام شخصیتی در نظام فکری پارسونز است و در این زمینه باید گفت هویت جامعه‌ای تا حد وسیعی به چندوچون روابط اجتماعی فرد با نظام اجتماعی بستگی دارد. به عبارت دیگر، احساس دلبستگی کنشگران به اجتماع، با شدت و میزان فراوانی روابط اجتماعی افراد در سطح جامعه مشخص می‌شود. به این صورت که ارتباطات گسترده موجب تقویت هویت اجتماعی می‌شود و هر قدر این هویت در سطح جامعه قوی‌تر باشد، شخصیت اجتماعی شهروندان نیز منسجم‌تر و جدی‌تر پی‌ریزی می‌شود و همبستگی اجتماعی و ملی پدید می‌آید.

تأثیرات گوناگون سرمایه اجتماعی و هویت بر یکدیگر ممکن است باعث ابهام و سردرگمی شود. یکی از راه‌حل‌هایی که می‌توان از طریق آن، آشفتگی این رابطه را کاهش داد، در نظر گرفتن رابطه‌ای متقابل بین این دو مفهوم است. به گونه‌ای که از یک سو، داشتن ارتباط و درگیری عاطفی با دیگران باعث احساس تعلق و دلبستگی به دیگران و

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

ایجاد عامگرایی در افراد جامعه شده، به دنبال خود شکل‌گیری هویت جامعه‌ای را موجب خواهد شد؛ از سوی دیگر، شکل‌گیری هویت آرزو و میل به مشارکت را در افراد تقویت می‌کند و مشارکت اجتماعی را در پی خواهد داشت. مشارکت فعال در کنش‌های متقابل روزمره و داشتن روابط بین‌گروهی در سطح جامعه، باعث افزایش رفتار اعتماد‌آمیز و تقویت سرمایه اجتماعی در اجتماع خواهد شد.

بنابراین، در تحقیق حاضر، به‌منظور مشخص کردن نوع رابطه هویت و سرمایه اجتماعی با استفاده از نظریه‌های مطرح‌شده و همچنین سنجش آن در عمل، ابتدا معرف‌های هر دو مفهوم را معین می‌کنیم و سپس رابطه متقابل بین آن‌ها را مورد آزمون قرار می‌دهیم. البته در کنار این روابط، برخی از متغیرهای بینابینی و زمینه‌ای نیز برای مشخص کردن مکانیزم‌های واسط آورده خواهد شد.

### روش تحقیق

این پژوهش با استفاده از روش تطبیقی و به‌صورت تحلیل ثانویه، درصدد بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت در سطح بین‌المللی است و واحد تحلیل در آن فرد است. برای این منظور از داده‌های موج چهارم (۱۹۹۹-۲۰۰۴) پیمایش ارزش‌های جهانی اینگلهارت<sup>۱</sup> در بین هفتاد کشور دنیا استفاده، و رابطه مورد نظر بررسی شده است. گفتنی است در بین این کشورها، کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته وزن بیشتری داشته‌اند. از این رو، نتایج تحقیق تاحدودی به این کشورها تعمیم‌پذیر خواهد بود. در تبیین مسئله تحقیق - از آنجایی که متغیر وابسته در مدل‌های مختلفی که آورده شده به‌صورت دومقوله‌ای و در سطح سنجش اسمی است - برای اینکه تأثیر عوامل مستقل بر آن سنجیده شود، از رگرسیون لجستیک استفاده شده است. شایان ذکر است تعریف علمی متغیرها بر اساس داده‌ها و معرف‌های در دسترس بوده است.

---

1. World Values Survey

### اندازه‌گیری متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

سرمایه اجتماعی: داده‌های مورد نیاز متغیر سرمایه اجتماعی در این پژوهش، از گزارش WVS (پیمایش ارزش‌های جهانی) در سال ۱۹۹۹-۲۰۰۴م به دست آمده که در سطح بین‌المللی انجام شده است. شاخص‌های عمده‌ای که به عنوان معرف‌های سرمایه اجتماعی در سطح کلان در نظر گرفته شده‌اند، عبارت‌اند از: اعتماد اجتماعی بین شخصی (اعتماد یا عدم اعتماد به اکثریت افراد جامعه)، عضویت در انجمن‌های داوطلبانه (تعلق یا عدم تعلق به عضویت در چهارده نوع انجمن داوطلبانه)، فعالیت بدون دستمزد در انجمن‌ها و میزان اطمینان به سازمان‌های مختلف (اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته).

هویت جامعه‌ای: برای سنجش این متغیر از دو شاخص: میزان احساس غرور نسبت به ملیت خود و میزان تمایل به جنگ برای کشور استفاده شده است (پیمایش ارزش‌های جهانی، ۱۹۹۹-۲۰۰۴م).

متغیرهای واسط و کنترل: علاوه بر متغیرهای وابسته و مستقل مدل تحقیق، متغیرهای دیگری نیز به عنوان متغیرهای واسط و کنترلی در مدل وارد شده و تأثیرات آن‌ها بر متغیرهای دیگر بررسی و تبیین شده است. این متغیرها عبارت‌اند از: عام‌گرایی، احساس دلبستگی و تعهد، اهمیت مذهب در زندگی، رضایت از زندگی، تفکر در معنا و مفهوم زندگی، جنسیت، سن پاسخ‌گویان، تحصیلات، سطح درآمد، وضعیت تأهل و اشتغال. توصیف و نحوه سنجش هر یک از متغیرها در جدول شماره یک آمده است:

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

جدول ۱ تعاریف عملیاتی و آماره‌های توصیفی برای متغیرهای کنترلی استفاده شده در تحلیل

نام متغیر	توصیف	میانگین	میانه	انحراف استاندارد
عامگرایی	از طریق ترکیب پاسخ‌های مربوط به دو گویه (هنگام کمبود شغل: مردان باید حقوق بیشتری نسبت به زنان داشته باشند/ کارفرمایان باید اولویت را به افراد بومی بدهند) روی یک طیف سه‌قسمتی اندازه‌گیری شده است.	۳.۵۵	۳.۱۹	۱.۳۴
احساس دلبستگی و تعهد	از طریق ترکیب پاسخ‌های مربوط به پنج گویه (آمادگی کمک به: خانواده، افراد همسایه، افراد سالخورده، خارجی‌ها، افراد ناتوان و مریض) بر روی یک طیف پنج‌قسمتی اندازه‌گیری شده است.	۳.۳۱	۳.۴۸	۰.۸۷
اهمیت مذهب در زندگی	از طریق پاسخ به سؤال «مذهب در زندگی شما چقدر مهم است» روی یک طیف چهارقسمتی اندازه‌گیری شده است.	۳.۰۵	۳	۱.۰۵
رضایت از زندگی	از طریق پاسخ به سؤال «چقدر از زندگی خود راضی هستید» روی یک طیف ده‌قسمتی اندازه‌گیری شده است.	۶.۴۱	۷	۲.۵۶
تفکر در معنا و مفهوم زندگی	از طریق پاسخ به سؤال «چقدر در مورد معنا و مفهوم زندگی فکر می‌کنید» بر روی یک طیف چهارقسمتی اندازه‌گیری شده است.	۳.۲۶	۳	۰.۸۳
جنسیت	به صورت متغیر تصنعی اندازه‌گیری شده است (مرد = ۱).	-	-	-
سن پاسخ‌گو	سن با سال اندازه‌گیری شده است.	۴۱.۱	۳۹	۱۶.۳۲
تحصیلات	بالاترین سطح تحصیلات رسمی با استفاده از یک طیف هشت‌قسمتی.	۴.۳۵	۴	۲.۲۸
سطح درآمد	سطح درآمد در یک طیف سه‌قسمتی.	۱.۹۵	۲	۰.۷۹۴
وضعیت تأهل	به صورت متغیر تصنعی اندازه‌گیری شده است (متأهل = ۱).	-	-	-
وضعیت اشتغال	به صورت متغیر تصنعی اندازه‌گیری شده است (شاغل = ۱).	-	-	-

### یافته‌های تحقیق

#### الف) نتایج آمار توصیفی متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

جدول شماره دو آماره‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای سرمایه اجتماعی و هویت جامعه‌ای را به همراه شاخص‌های آن‌ها در میان پاسخ‌گویان نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود برای معرف‌هایی که در سطح سنجش نسبی و فاصله‌ای قرار داشته‌اند، میانگین و انحراف استاندارد گرفته شده است. در این باب میانگین عضویت افراد جامعه آماری در انجمن‌های داوطلبانه و همچنین

فعالیت بدون دستمزد آن‌ها در این انجمن‌ها، در کل پایین است. اما متوسط احساس غرور افراد به ملیت خود در سطح بالایی است و نشان می‌دهد که افراد در بیشتر کشورها نسبت به جامعه و ملیت خود احساس هویت و یگانگی فراوانی داشته‌اند. همچنین نتایج جدول شماره یک گویای آن است که حدود ۲۷.۲ درصد افراد جامعه آماری اظهار کرده‌اند به مردم اعتماد دارند؛ درحالی که ۶۹ درصد آن‌ها عکس آن را گفته‌اند. درباره معرف‌های دیگر سرمایه اجتماعی نیز می‌توان گفت ۳۸.۶ درصد افراد در انجمن‌های مختلف عضویت داشته‌اند؛ درحالی که فقط ۲۳.۳ درصد از افراد جامعه آماری برای این انجمن‌ها فعالیت داوطلبانه و بدون دستمزد انجام داده‌اند.

یافته‌های جدول شماره دو نشان می‌دهد ۳۷.۱ درصد افراد حاضر بوده‌اند برای کشور خود بجنگند و از آن دفاع کنند و تنها ۱۴.۳ درصد به جنگ برای کشور خود تمایلی نشان نداده‌اند. به‌طور کلی، نتایج توصیفی این جدول نمودار سطح پایین سرمایه اجتماعی در کشورهای مورد مطالعه است؛ اما میزان احساس هویت جامعه‌ای این کشورها هنوز در حد بالایی قرار دارد.

جدول ۲ آماره‌های توصیفی برای متغیرهای مستقل و وابسته تحلیل

متغیرهای اصلی تحقیق	تعداد پاسخ‌گویان	میانگین	انحراف استاندارد	دامنه		درصد	
				حداقل	حداکثر	۰	۱
تعداد انجمن‌هایی که افراد در آن‌ها عضویت دارند	۷۸۶۶۹	۱.۱۰	۱.۷۰	۰	۱۴		
	۷۳۵۱۸	۰.۶۴	۱.۳۷	۰	۱۴		
	۷۳۸۷۰	۰.۰۰	۱.۰۰	-۲.۵۵	۲.۴۵		
	۹۷۳۳۸					۶۹	۲۷.۲
	۷۸۶۶۹					۳۹.۱	۳۸.۶
	۷۳۵۱۸					۴۹.۳	۲۳.۳
میزان احساس غرور به ملیت خود	۹۶۶۸۰	۳.۴۲	۰.۷۷	۱	۴		
	۵۲۰۵۹					۱۴.۳	۳۷.۱



### ب) نتایج آمار استنباطی متغیرهای تحقیق

در این تحقیق برای تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و هویت جامعه‌ای سعی شده است روابط یک‌سویه و متقابل بین آن‌ها مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین، هر کدام از این متغیرها هم به‌عنوان متغیر وابسته و هم متغیر مستقل به‌همراه متغیرهای کنترلی در مدل‌های مختلف وارد شده‌اند تا نوع رابطه آن‌ها از طریق آزمون‌های آماری (رگرسیون لجستیک) مشخص شود. برای این منظور، ابتدا از طریق تحلیل عاملی، معرف‌های سرمایه اجتماعی و هویت جامعه‌ای به‌طور جداگانه با همدیگر ترکیب شد و در نهایت دو بعد عمده برای سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی) و یک بعد اصلی برای هویت جامعه‌ای (احساس هویت جامعه‌ای) به‌دست آمد. برای تبیین این ابعاد، به‌وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی و با استفاده از رگرسیون لجستیک، هر کدام از آن‌ها به صورت یک متغیر دوقوله‌ای (احتمال وقوع  $y=1$  و احتمال عدم وقوع  $y=0$ ) در نظر گرفته شد، سپس با استفاده از روش Enter متغیرهای مستقل و کنترلی وارد مدل شدند و روابط مفروض بدین شرح مورد آزمون قرار گرفت:

#### \* مشارکت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین مشارکت اجتماعی

جدول شماره سه رگرسیون لجستیک مشارکت اجتماعی را بر اساس متغیرهای مستقل و کنترلی تحقیق نشان می‌دهد. بر مبنای اطلاعات این جدول در مدل‌های شماره یک تا چهار، متغیرهای مستقل اصلی به‌ترتیب وارد مدل شده‌اند که به‌جز متغیر اهمیت مذهب در زندگی، بقیه متغیرها بر احتمال مشارکت اجتماعی افراد در انجمن‌های مختلف تأثیر مثبت و معناداری داشته‌اند. به‌عبارت دیگر، هر چقدر میزان هویت جامعه‌ای، عامگرایی و احساس دلبستگی و تعهد افراد بیشتر باشد، احتمال مشارکت آن‌ها در انجمن‌های داوطلبانه و انجام فعالیت بدون دستمزد افزایش می‌یابد.

در مدل شماره پنج، متغیرهای مستقل همراه با کنترل یکسری متغیرهای پیشینه‌ای وارد شده‌اند. آن‌گونه‌که از مدل پیداست، متغیرهای هویت جامعه‌ای، عامگرایی و احساس دلبستگی

و تعهد با ورود متغیرهای پیشینه‌ای هنوز تأثیر معنادار خود را حفظ کرده‌اند. در این مدل متغیر اهمیت مذهب در زندگی نیز با کنترل متغیرهای دیگر معنادار شده و بر احتمال مشارکت اجتماعی تأثیر مثبتی داشته است. علاوه بر موارد یادشده، متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل و اشتغال به‌عنوان متغیرهای تصنعی بر احتمال مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه تأثیر معناداری داشته‌اند. به‌عبارت دیگر، در متغیرهای مورد نظر هر چقدر به مردان، افراد مجرد و شاغل نزدیک می‌شویم، احتمال مشارکت افزایش می‌یابد؛ یعنی مردان مجرد و شاغل احتمال بیشتری دارد که در انجمن‌های مختلف عضویت داشته باشند و فعالیت بدون دستمزد انجام دهند.

یافته‌های جدول شماره سه تأثیر مثبت و معنادار متغیرهای سن، تحصیلات و درآمد را بر احتمال مشارکت نمایش می‌دهد؛ بدین معنا که با افزایش سن، تحصیلات و سطح درآمد افراد، احتمال مشارکت آن‌ها در انجمن‌های مختلف افزایش می‌یابد و برعکس. به‌طورکلی، مدل لجستیک شماره پنج ۶۲.۶٪ مشاهدات را به‌درستی به رده‌های موجود متغیر پاسخ رده‌بندی می‌کند. به‌عبارت دیگر، حدود ۶۳ درصد کل پیش‌بینی درست بوده یا اطلاعات مطابق با پیش‌بینی بوده است.

در جدول شماره سه علاوه بر ضرایب **B**، مقدار ثابت، آماره والد (میزان معناداری) و نسبت برتری [Exp (B)] و نیز وضعیت شاخص‌ها را در مدل‌ها نشان می‌دهد. به این صورت که مقادیر بزرگ والد همراه با درجات آزادی مربوط نشان‌دهنده معناداربودن ضرایب متغیرهای مورد نظر است و نسبت برتری نیز لگاریتم ضرایب **B** را به‌صورت مضرب نشان می‌دهد. علاوه بر این موارد، برازش نهایی مدل‌ها<sup>۱</sup> نیز به‌صورت کلی در جدول مورد نظر نشان داده شده است. معناداربودن میزان  $\chi^2$  در مدل‌ها حاکی از مؤثر بودن متغیرهای موجود در معادله بر متغیر وابسته است. به‌عبارت دیگر، برازش مدل‌ها با داده‌های موجود متناسب است.

جدول ۳ ضرایب رگرسیون لجستیک مشارکت اجتماعی (عضویت و فعالیت بدون دستمزد در انجمن‌های داوطلبانه) روی متغیرهای مستقل با کنترل متغیرهای پیشینه‌ای

مدل ۵	مدل ۴	مدل ۳	مدل ۲	مدل ۱		
۰.۱۰۲ <sup>***</sup>	۰.۰۳۰ <sup>°</sup>	۰.۰۳۴ <sup>**</sup>	۰.۱۶۴ <sup>***</sup>	۰.۱۳۳ <sup>***</sup>	B	هویت جامعه‌ای
(۱.۱۰۸)	(۱.۰۳۱)	(۱.۰۳۵)	(۱.۱۷۸)	(۱.۱۴۳)	Exp (B)	
۰.۳۴۱ <sup>***</sup>	۰.۳۷۶ <sup>***</sup>	۰.۳۷۴ <sup>***</sup>	۰.۲۶۶ <sup>***</sup>	-	B	عامگرایی
(۱.۴۰۶)	(۱.۴۵۶)	(۱.۴۵۳)	(۱.۳۰۵)	-	Exp (B)	
۰.۰۱۵ <sup>***</sup>	۰.۰۱۸ <sup>***</sup>	۰.۰۱۸ <sup>***</sup>	-	-	B	احساس دل‌بستگی و تعهد
(۱.۰۱۵)	(۱.۰۱۸)	(۱.۰۱۸)	-	-	Exp (B)	
۰.۰۳۶ <sup>**</sup>	۰.۰۰۸	-	-	-	B	اهمیت مذهب در زندگی
(۱.۰۳۷)	(۱.۰۰۸)	-	-	-	Exp (B)	
۰.۱۷۸ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	جنسیت (مرد=۱)
(۱.۱۹۵)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۱۰ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	سن
(۱.۰۱۰)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۷۳ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	تحصیلات
(۱.۰۷۵)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۷۲ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	سطح درآمد
(۱.۰۷۴)	-	-	-	-	Exp (B)	
-۰.۱۲۱ <sup>**</sup>	-	-	-	-	B	وضعیت تأهل (متاهل=۱)
(۰.۸۸۶)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۹۱۵ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	وضعیت اشتغال (شاغل=۱)
(۲.۴۹۷)	-	-	-	-	Exp (B)	
-۲.۹۶۴ <sup>***</sup>	-۱.۳۹۸ <sup>***</sup>	-۰.۴۰۰ <sup>***</sup>	-۰.۴۷۹ <sup>***</sup>	-۰.۳۵۱ <sup>***</sup>	B	مقدار ثابت
(۰.۰۵۲)	(۰.۲۴۷)	(۰.۲۴۷)	(۰.۶۱۹)	(۰.۷۰۴)	Exp (B)	
۱۴۸۹.۵۹۴	۱۹۶۲.۵۹۳	۱۹۸۰.۸۴۴	۱۲۷۴.۶۵۷	۲۰۱.۹۶۹	X2	Model chi square
۱۰	۴	۳	۲	۱	D.f	
۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	sig	
۲۲۱۸۱.۲۳۷	۴۴۳۰۷.۴۳۶	۴۴۸۸۹.۷۶۳	۹۰۷۷۷.۱۰۴	۹۵۷۵۹.۸۴۲	-2log likelihood	
۶۲.۶	۵۹.۷	۵۹.۵	۵۵.۷	۵۳.۳	درصد پیش‌بینی صحیح	
۱۷۲۸۶	۲۳۳۷۷	۲۳۸۱۰	۶۶۵۳۸	۶۹۲۳۰	N	

با مقایسه مدل‌ها مشاهده می‌شود که برازش مدل شماره سه نسبت به بقیه مدل‌ها خیلی بهتر است. بنابراین، مهم‌ترین متغیرهایی که احتمال مشارکت اجتماعی افراد را در انجمن‌ها تبیین می‌کند، شاخص‌های هویت جامعه‌ای، عامگرایی و احساس دلبستگی و تعهد است که تأثیر تعیین‌کننده‌ای می‌تواند داشته باشد. معادله رگرسیونی مدل نام‌برده را می‌توان به این صورت نوشت:

$\ln \frac{p}{1-p}$	$= -0.400 + 0.374 (\text{عامگرایی}) + 0.034 (\text{هویت جامعه‌ای}) + 0.018 (\text{احساس دلبستگی و تعهد})$
	Chi-Square = ۱۹۸۰.۸۴۴ و d.F= ۳ و Significant= ۰/۰۰۰

#### \* مشارکت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین اعتماد اجتماعی

جدول شماره چهار رگرسیون لجستیک اعتماد اجتماعی را بر اساس متغیرهای مستقل و کترلی تحقیق نشان می‌دهد. یافته‌های جدول نشان‌دهنده آن است که متغیر هویت جامعه‌ای به‌تنهایی بر احتمال داشتن اعتماد به مردم تأثیر معناداری ندارد، بلکه با حضور متغیر عامگرایی است که تأثیر آن مثبت و معنادار می‌شود (مدل‌های شماره یک و دو). نکته جالب توجه در جدول شماره چهار تأثیر تعیین‌کننده متغیر احساس دلبستگی و تعهد بر احتمال داشتن اعتماد در کنار متغیر هویت جامعه‌ای است. بدین گونه که در مدل شماره سه با ورود احساس دلبستگی به آن، هویت جامعه‌ای معناداری خود را از دست می‌دهد؛ به این معنا که زمانی احتمال وجود اعتماد در جامعه افزایش می‌یابد که مردم نسبت به همدیگر عامگرا باشند و میزان احساس دلبستگی نیز در جامعه بالا باشد که این خود باعث تقویت احتمال اعتماد در جامعه خواهد شد.

در مدل شماره چهار متغیر اهمیت مذهب در زندگی وارد مدل شده و توانسته است تأثیر منفی و معناداری بر احتمال داشتن اعتماد بگذارد. دلیل این، شاید تأثیرات متضاد مذهب بر اعتماد درون‌گروهی و بین‌گروهی باشد؛ به این معنا که در عین حال که مذهب باعث افزایش اعتماد درون‌گروهی می‌شود، ممکن است تأکید بیش از اندازه بر آن، اعتماد بین‌گروهی را در سطح جامعه و نسبت به گروه‌های دیگر کاهش دهد.

در مدل شماره پنج در کنار متغیرهای اصلی، پاره‌ای متغیرهای کترلی نیز به ترتیب وارد مدل شده‌اند. در اینجا سعی شده است تأثیرات آن‌ها بر دیگر متغیرها کنترل شود تا تبیین رگرسیونی

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

از وضوح بیشتری برخوردار شود. همچنان که در این جدول مشاهده می‌شود با ورود متغیرهای پیشینه‌ای، شاخص هویت جامعه‌ای معناداری خود را به دست آورده و در کنار متغیرهایی از قبیل جنسیت، سن، تحصیلات، سطح درآمد، وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر احتمال داشتن اعتماد به مردم گذاشته است. به عبارت دیگر، افرادی که دارای تحصیلات و سطح درآمد بالایی بوده‌اند و نیز مردان و افراد مجرد و شاغل دارای احتمال اعتماد به مردم بالاتری بوده‌اند. همچنین با افزایش سن، این احتمال زیاد شده است.

جدول ۴ ضرایب رگرسیون لوجستیک اعتماد اجتماعی (قابل اعتماد بودن اکثر مردم) روی

متغیرهای مستقل با کنترل متغیرهای پیشینه‌ای

مدل ۵	مدل ۴	مدل ۳	مدل ۲	مدل ۱		
۰.۰۸۵ <sup>***</sup>	۰.۰۲۱	۰.۰۱۰	۰.۰۲۰ <sup>*</sup>	۰.۰۰۰	B	هویت جامعه‌ای
(۱.۰۸۹)	(۱.۰۲۱)	(۱.۰۱۰)	(۱.۰۲۰)	(۱.۰۰۰)	Exp (B)	
۰.۴۷۹ <sup>***</sup>	۰.۴۵۸ <sup>***</sup>	۰.۴۶۳ <sup>***</sup>	۰.۲۰۳ <sup>***</sup>	-	B	عامگرایی
(۱.۶۱۴)	(۱.۵۸۰)	(۱.۵۸۹)	(۱.۲۲۵)	-	Exp (B)	
۰.۰۰۸ <sup>***</sup>	۰.۰۰۸ <sup>***</sup>	۰.۰۰۷ <sup>***</sup>	-	-	B	احساس دل‌بستگی و تعهد
(۱.۰۰۸)	(۱.۰۰۸)	(۱.۰۰۷)	-	-	Exp (B)	
-۰.۰۵۵ <sup>**</sup>	-۰.۰۶۲ <sup>***</sup>	-	-	-	B	اهمیت مذهب در زندگی
(۰.۹۴۷)	(۰.۹۴۰)	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۶۶ <sup>*</sup>	-	-	-	-	B	جنسیت (مرد=۱)
(۱.۰۶۹)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۱۷ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	سن
(۱.۰۱۷)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۹۹ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	تحصیلات
(۱.۱۰۴)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۸۱ <sup>**</sup>	-	-	-	-	B	سطح درآمد
(۱.۰۸۵)	-	-	-	-	Exp (B)	
-۰.۱۹۰ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	وضعیت تأهل (متاهل=۱)
(۰.۸۲۷)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۳۴۸ <sup>***</sup>	-	-	-	-	B	وضعیت اشتغال (شاغل=۱)
(۱.۴۱۶)	-	-	-	-	Exp (B)	
-۳.۱۲۳ <sup>***</sup>	-۱.۴۳۳ <sup>***</sup>	-۱.۵۰۷ <sup>***</sup>	-۱.۰۲۳ <sup>***</sup>	-۰.۹۳۳ <sup>***</sup>	B	مقدار ثابت
(۰.۰۴۴)	(۰.۲۳۹)	(۰.۲۲۲)	(۰.۳۵۶)	(۰.۳۹۳)	Exp (B)	
۱۳۴۹.۳۰۳	۱۶۱۶.۵۳۵	۱۵۹۰.۷۷۶	۷۰۴.۳۳۶	۰.۰۰۱	X2	Model chi square
۱۰	۴	۳	۲	۱	D.f	
۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۹۷۵	sig	
۲۰۰۰۸.۲۱۱	۳۸۲۴۷.۱۲۱	۳۸۷۵۶.۰۵۵	۱۰۱۴۵۵.۱۵	۱۱۰۹۶۲.۲۴	-2log likelihood	
۶۹.۶	۷۰.۱	۶۹.۵	۷۲.۳	۷۱.۸	درصد پیش‌بینی صحیح	
۱۶۷۵۲	۳۲۲۸۵	۳۲۶۹۵	۸۶۵۷۲	۹۳۲۵۴	N	

علاوه بر این موارد، مقایسه برآزش نهایی مدل‌ها نیز نشان می‌دهد مدل شماره چهار نسبت به دیگر مدل‌ها از برآزش بهتری برخوردار است و در واقع احتمال داشتن اعتماد به مردم بیشتر توسط متغیرهای عام‌گرایی، احساس دلبستگی و تعهد و اهمیت مذهب در زندگی تبیین می‌شود و تأثیر هویت جامعه‌ای بر اعتماد بیشتر به صورت غیرمستقیم و از طریق این متغیرهاست. این مدل انتخابی توانسته است ۷۰.۱٪ مشاهدات را به درستی به رده‌های موجود متغیر پاسخ رده‌بندی کند. به عبارت دیگر، حدود ۷۰ درصد پیش‌بینی درست بوده و یا اطلاعات منطبق بر پیش‌بینی بوده است. معادله رگرسیونی این مدل را می‌توان به صورت زیر نوشت:

$\text{Ln} \frac{p}{1-p}$	$= -۱.۴۳۳ + ۰.۴۵۸ (\text{عام‌گرایی}) - ۰.۰۶۲ (\text{اهمیت مذهب در زندگی}) + ۰.۰۰۸ (\text{احساس دلبستگی و تعهد})$
	Chi-Square = ۱۶۱۶.۵۳۵ و d.F = ۴ و Significant = ۰/۰۰۰

**\* مشارکت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین هویت جامعه‌ای**

جدول شماره پنج نیز نشان‌دهنده رگرسیون لجستیک احساس هویت جامعه‌ای بر اساس متغیرهای مستقل و کترلی است. نتایج جدول حاکی از آن است که در مدل‌های یک تا سه شاخص‌های مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته و رضایت از زندگی، هر کدام به صورت مجزا و مستقل از هم بر احتمال داشتن هویت جامعه‌ای تأثیر معناداری داشته‌اند؛ یعنی هر چقدر مشارکت اجتماعی افراد در سازمان‌ها و اعتماد تعمیم‌یافته به سازمان‌های مختلف بیشتر بوده است و همچنین رضایت از زندگی بالایی داشته‌اند، احتمال داشتن احساس هویت جامعه‌ای بیشتر بوده است و برعکس.

همچنان‌که در جدول مشاهده می‌شود، در مدل‌های شماره چهار و پنج این وضعیت تغییر کرده است؛ به گونه‌ای که با ورود شاخص احساس دلبستگی و تعهد متغیر مشارکت اجتماعی معناداری خود را از دست داده است و این نشان می‌دهد که صرف داشتن مشارکت اجتماعی و عضویت در انجمن‌های داوطلبانه، احساس هویت در افراد پدید نمی‌آید؛ بلکه این مشارکت باید بر احساس دلبستگی و تعهد مبتنی باشد تا بتواند تأثیر تعیین‌کننده خود را نشان دهد. در واقع این احساس دلبستگی است که می‌تواند احتمال داشتن هویت جامعه‌ای را در پی داشته باشد. همچنین مدل شماره پنج گویای آن است که متغیر تفکر در معنا و مفهوم زندگی، بر احتمال داشتن احساس هویت جامعه‌ای تأثیر معناداری نداشته است و تأثیر آن را بایست از طریق متغیرها و شاخص‌های دیگری جست‌وجو کرد.

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

علاوه بر این موارد، در مدل شماره شش در کنار متغیرهای مستقل اصلی برخی متغیرهای پیشینه‌ای نیز وارد شده و تأثیر آن‌ها بر احتمال داشتن هویت جامعه‌ای سنجیده شده است. اما همچنان‌که در این جدول مشاهده می‌شود به‌جز متغیرهای جنسیت و تحصیلات، هیچ‌یک از آن‌ها در کنار سایر متغیرها روابط معناداری را نشان نمی‌دهند. در ضمن تأثیر متغیر تحصیلات بر احتمال داشتن هویت منفی است؛ به عبارت دیگر، با توجه به نتایج می‌توان گفت هر چقدر سطح تحصیلات افراد پایین‌تر بوده، احتمال داشتن احساس هویت زیاد به جامعه خود بیشتر بوده است.

جدول ۵ ضرایب رگرسیون لجستیک هویت جامعه‌ای (احساس هویت جامعه‌ای) متغیرهای مستقل

با کنترل متغیرهای پیشینه‌ای

مدل ۶	مدل ۵	مدل ۴	مدل ۳	مدل ۲	مدل ۱		
-۰.۱۲۴	۰.۰۲۱	۰.۰۰۶	۰.۱۴۰***	۰.۱۵۵***	۰.۳۱۳***	B	مشارکت اجتماعی
(۰.۸۸۴)	(۱.۰۲۱)	(۱.۰۰۶)	(۱.۱۵۱)	(۱.۱۶۸)	(۱.۳۶۷)	Exp (B)	
۰.۰۴۳***	۰.۰۳۶***	۰.۰۳۶***	۰.۰۳۹***	۰.۰۳۹***	-	B	اعتماد اجتماعی
(۱.۰۴۴)	(۱.۰۳۶)	(۱.۰۳۷)	(۱.۰۳۹)	(۱.۰۳۹)	-	Exp (B)	تعمیم‌یافته
۰.۰۱۶	۰.۰۴۶**	۰.۰۴۹***	۰.۰۷۹***	-	-	B	رضایت از زندگی
(۱.۰۱۶)	(۱.۰۴۸)	(۱.۰۵۱)	(۱.۰۸۲)	-	-	Exp (B)	
۰.۰۰۴	۰.۰۰۸***	۰.۰۱۰***	-	-	-	B	احساس دلبستگی و تعهد
(۱.۰۰۴)	(۱.۰۰۸)	(۱.۰۱۰)	-	-	-	Exp (B)	
۰.۰۵۸	۰.۰۵۹	-	-	-	-	B	تفکر در معنا و مفهوم زندگی
(۱.۰۵۹)	(۱.۰۶۰)	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۴۳۳***	-	-	-	-	-	B	جنسیت (مرد=۱)
(۱.۵۴۴)	-	-	-	-	-	Exp (B)	
-۰.۰۰۲	-	-	-	-	-	B	سن
(۱.۹۹۸)	-	-	-	-	-	Exp (B)	
-۰.۰۸۶**	-	-	-	-	-	B	تحصیلات
(۰.۹۱۷)	-	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۱۲۳	-	-	-	-	-	B	سطح درآمد
(۱.۱۴۲)	-	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۲۱۵	-	-	-	-	-	B	وضعیت تأهل (متاهل=۱)
(۱.۲۴۰)	-	-	-	-	-	Exp (B)	
۰.۱۶۸	-	-	-	-	-	B	وضعیت اشتغال (شاغل=۱)
(۱.۱۸۳)	-	-	-	-	-	Exp (B)	
-۰.۰۲۴	-۰.۰۸۵	۰.۰۷۹	۰.۶۳۴***	۱.۰۹۹***	۲.۷۱۸***	B	مقدار ثابت
(۰.۹۷۶)	(۰.۹۱۸)	(۱.۰۸۲)	(۱.۸۸۵)	(۳.۰۰۲)	(۱۵.۱۴۷)	Exp (B)	
۲۱۸.۸۲۰	۳۲۷.۳۳۹	۴۰۸.۵۰۷	۱۱۸۷.۸۹۳	۱۱۱۱.۱۴۷	۱۷۰.۲۲۶	X2	Model chi square
۱۱	۵	۴	۳	۲	۱	D.f	
۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۹۷۵	sig	
۲۴۶۱.۵۱۳	۴۹۵۲.۷۷۵	۵۹۱۹.۸۰۵	۱۴۲۵۳.۱۵۲	۱۴۴۲۴.۰۴۵	۱۹۳۱۰.۷۳۵	-2log likelihood	
۹۱.۶	۹۱.۱	۹۲.۱	۹۳.۷	۹۳.۷	۹۳.۷	درصد پیش‌بینی صحیح	
۴۶۸۲	۸۱۱۰	۱۱۵۰۰	۳۲۹۳۷	۳۳۱۲۱	۴۱۳۶۹	N	

برای درک بهتر تأثیر متغیرهایی که به طور معنادار با احتمال هویت جامعه‌ای ارتباط داشته‌اند، از بین مدل‌های یادشده، مدل شماره سه به دلیل داشتن برازش بهتر و همچنین درصد بالای تفکیک صحیح، به عنوان مدل نهایی انتخاب شده است. بر اساس مدل نام‌برده می‌توان نتیجه‌گیری کرد که ابعاد اصلی سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی) به صورت مجزا و مستقل از هم می‌توانند بر احتمال احساس هویت جامعه‌ای تأثیر بگذارند. همچنین نقش متغیر احساس رضایت از زندگی در این میان نباید نادیده گرفته شود. البته لازم است ذکر شود بُعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی زمانی می‌تواند بر احتمال داشتن هویت تأثیرگذار باشد که بر احساس دلبستگی و تعهد مبتنی باشد و گونه رابطه صرف و عضویت فارغ از تعهد نمی‌تواند تعیین‌کننده باشد. معادله رگرسیونی این مدل را می‌توان این گونه نوشت:

$\ln \frac{p}{1-p}$	$= 0.634 + 0.140 (\text{مشارکت اجتماعی}) + 0.079 (\text{رضایت از زندگی}) + 0.039 (\text{اعتماد اجتماعی تعمیم یافته})$
	$\text{Chi-Square و } 1187.893 = d.F = 3 \text{ و } \text{Significant} = 0/000 =$

نتایج جدول شماره پنج و به‌ویژه مقایسه نتایج مدل‌های شماره سه و چهار نشان‌دهنده این است که ما نباید به‌طور تک‌بعدی به تأثیر سرمایه اجتماعی بنگریم؛ بلکه باید نوع روابط حاکم بر افراد را مشخص کنیم، روابط و اعتماد درون‌گروهی و بین‌گروهی را از هم تفکیک کنیم و تأثیرات هر یک از آنها را بر متغیر وابسته به صورت مجزا و مستقل بسنجیم؛ زیرا تنها از این راه است که می‌توان به نتایج معتبری دست یافت.

### ج) نتایج تحلیل تشخیصی متغیرهای تحقیق

پس از انجام تحلیل‌های رگرسیونی، با بهره‌گیری از متغیرهای مستقل، متغیرهای اصلی را -که به‌طور مناسب گروه‌ها را بر اساس متغیر وابسته از هم تفکیک می‌کنند- مشخص می‌کنیم و بر اساس میزان



سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار  
تأثیرگذاری اولویت‌بندی می‌کنیم. برای این منظور از آزمون تحلیل تشخیصی برای بررسی ارتباط  
متغیر وابسته با متغیرهای مستقل استفاده می‌کنیم که نتایج آن به شرح زیر است:

#### \* تحلیل تشخیصی متغیرهای مستقل در تبیین سرمایه اجتماعی

برای انجام آزمون تشخیصی بر متغیر سرمایه اجتماعی، به دلیل اهمیت بیشتر بُعد اعتماد اجتماعی در مقایسه با مشارکت اجتماعی (همان‌طوری که در تحلیل‌های رگرسیون لوجستیک نیز مشاهده شد) متغیر گروه‌بندی در این تحلیل اعتماد و عدم اعتماد به مردم معرفی شد و متغیرهای مستقل تحقیق نیز وارد مدل شدند. آن‌گونه که جدول شماره شش نشان می‌دهد، ماتریس ساختار متغیرها بدون توجه به علامت مقادیر، به ترتیب از بیشترین تا کمترین در جدول مرتب شده‌اند. مقادیر ماتریس ساختار نشان‌دهنده میزان همبستگی خطی بین هر متغیر مستقل و تابع تشخیصی است؛ به عبارت دیگر، مقادیر ماتریس ساختار نمودار مقدار واریانسی است که توسط هر متغیر مستقل در خصوص تابع تشخیصی تبیین می‌شود (کلانتری، ۱۳۸۲: ۲۱۳). بنابراین، در تحقیق حاضر متغیرهای عام‌گرایی، رضایت از زندگی و احساس دل‌بستگی و تعهد بیشترین میزان تبیین را در باب اعتماد اجتماعی افراد دارند و هویت جامعه‌ای بعد از این متغیرها قرار می‌گیرد. بنابر این، متغیر هویت جامعه‌ای بیشترین تأثیر خود را از طریق متغیرهای یادشده و به صورت غیرمستقیم بر اعتماد اجتماعی به طور خاص و سرمایه اجتماعی به طور عام می‌تواند داشته باشد. جدول شماره شش مقدار لامبدای ویلکز را نشان می‌دهد که بیانگر معناداری معادله متمایزکننده است. چنان‌که از این جدول برمی‌آید، معادله تشکیل‌شده برای تمایز دو گروه دارای مقدار کای اسکویر ۱۱۳۵.۵۱۱ است که با درجه آزادی پنج در سطح بالایی معنادار است. این آماره بر معناداری و قدرت تمیز خوب تابع تشخیص دلالت دارد. عدد یک در ستون تعداد معادله حاکی از تنها تابع تشخیصی است که با دو سطح از متغیر وابسته به‌دست آمده است و

درجه آزادی، تعداد متغیرهای موجود در تابع تشخیصی را نشان می‌دهد. به‌طور کلی، قدرت تمیز متغیرهای مستقل واردشده در این تحلیل برابر با ۵۹.۹ درصد است.

جدول ۶ تحلیل تشخیصی متغیرهای مستقل در تبیین اعتماد اجتماعی

ماتریس ساختار	متغیرهای مستقل		رضایت از زندگی	احساس دل‌بستگی و تعهد	هویت جامعه‌ای	اهمیت مذهب در زندگی	تفکر در معنا و مفهوم زندگی
	۱	Function					
	۰.۸۱۱	۰.۶۳۴	۰.۴۰۹	۰.۱۷۲	-۰.۰۸۲	-۰.۰۱۲	
معناداری تابع تشخیصی	Test of Function		Wilk's Lambda	Chi-square	d.f	Sig.	
	۱						۰.۹۲۷
درصد کل قدرت تمیز		۵۹.۹					

\* تحلیل تشخیصی متغیرهای مستقل در تبیین هویت جامعه‌ای

جدول شماره هفت نتایج تحلیل تشخیصی متغیر احساس هویت جامعه‌ای را نشان می‌دهد که به‌عنوان متغیر گروه‌بندی در این قسمت انتخاب شده است. یافته‌های جدول بیانگر آن است که متغیر اعتماد تعمیم‌یافته اجتماعی برخلاف متغیر هویت جامعه‌ای در جدول شماره شش، بر احساس هویت جامعه‌ای تأثیر مستقیم دارد و توانسته است با قدرت تبیینی بیشتری گروه‌ها را از هم تفکیک کند؛ درحالی‌که متغیر مشارکت اجتماعی در رده‌های آخر قرار گرفته است. همچنین در کنار متغیر اعتماد اجتماعی، متغیرهای احساس دل‌بستگی و تعهد، رضایت از زندگی و عام‌گرایی به‌ترتیب در رده‌های بعدی اهمیت قرار گرفته‌اند. مقدار لامبدا و یلکز نیز

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار

در این جدول نشان‌دهنده معناداری سطح بالای معادله متمایزکننده این تحلیل است. علاوه بر موارد یادشده، با توجه به میزان قدرت تمیز تحلیل می‌توان گفت متغیرهای مستقل به‌طور کلی توانسته‌اند ۶۴.۵ درصد قدرت تمیز (پیش‌بینی) داشته باشند.

جدول ۷ تحلیل تشخیصی متغیرهای مستقل در تبیین هویت جامعه‌ای

ماتریس ساختار	متغیرهای مستقل		اعتماد تعمیم یافته اجتماعی	احساس دلبستگی و تعهد	رضایت از زندگی	عام‌گرایی	مشارکت اجتماعی	تفکر در معنا و مفهوم زندگی
	Function	۱						
	۰.۸۶۶	۰.۳۵۶	-۰.۳۶۳	-۰.۳۸۶	-۰.۳۶۳	۰.۳۵۶	-۰.۱۲۲	-۰.۰۰۴
معناداری تابع تشخیصی	Test of Function				Wilk's Lambda	Chi-square	d.f	Sig.
	۱				۰.۹۵۷	۳۷۳.۰۰۴	۴	۰.۰۰۰
درصد کل قدرت تمیز				۶۴.۵				

### نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش گویای آن است که در مجموع بین سرمایه اجتماعی و هویت ارتباطی مثبت، متقابل و معنادار وجود دارد؛ به عبارت دیگر، هر قدر سرمایه اجتماعی فرد افزایش یابد، احتمال بیشتر شدن احساس هویت جامعه‌ای او افزایش می‌یابد و برعکس هر قدر احساس هویت جامعه‌ای فرد زیاد شود، احتمال اینکه او بیشتر در انجمن‌های مختلف جامعه حضور یابد و به مردم و سازمان‌های مختلف بیشتر اعتماد داشته باشد، افزایش می‌یابد.

نتایج آزمون تحلیل رگرسیون لجستیک نیز نشان‌دهنده آن است که اگرچه سرمایه اجتماعی بر هویت جامعه‌ای تأثیر تعیین‌کننده‌ای دارد، نوع تأثیر ابعاد مختلف این مفهوم با همدیگر محدودی متفاوت است؛ به گونه‌ای که شاخص اعتماد اجتماعی در کنار متغیرهایی از قبیل رضایت از زندگی و احساس دلبستگی و تعهد بیشترین تأثیر خود را به‌طور مستقیم و مستقل بر احساس هویت جامعه‌ای دارد؛ در حالی که شاخص مشارکت اجتماعی فقط زمانی می‌تواند بر هویت تأثیر مثبت و معناداری داشته باشد که بر احساس دلبستگی و تعهد مبتنی باشد. بنابراین، عضویت صرف در انجمن‌های داوطلبانه باعث احساس هویت در افراد جامعه

نمی‌شود، بلکه باید این عضویت به گونه‌ای باشد که بین اعضای جامعه وابستگی متقابل ایجاد کند و افراد نسبت به همدیگر و نیز به جامعه خود احساس تعهد داشته باشند.

نتایج آزمون تحلیل تشخیصی متغیرهای مستقل تحقیق بر متغیرهای گروه‌بندی نیز گویای آن است که اگرچه بین سرمایه اجتماعی و هویت رابطه مثبت و متقابلی وجود دارد، متغیرهای عمده‌ای مانند عامگرایی، رضایت از زندگی و احساس دل‌بستگی و تعهد به‌عنوان مکانیسم‌های بینابینی عمل می‌کنند و رابطه آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. البته گفتنی است تأثیر سرمایه اجتماعی به‌طور عام و اعتماد تعمیم‌یافته اجتماعی به‌طور خاص بر هویت جامعه‌ای بیشتر مستقیم است؛ اما تأثیر هویت جامعه‌ای بر سرمایه اجتماعی بیشتر غیرمستقیم و از طریق متغیرهای عامگرایی، رضایت از زندگی و احساس دل‌بستگی و تعهد است.

در تحقیق حاضر روابط معناداری نیز بین متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات، سطح درآمد، وضعیت تأهل و اشتغال با شاخص‌های اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی مشاهده می‌شود. به این معنا که در مردان مجرد و شاغل احتمال بیشتری وجود دارد که در انجمن‌های داوطلبانه جامعه مشارکت کنند؛ همچنین اعتماد اجتماعی آنان به مردم نسبت به بقیه بیشتر است. افرادی که دارای تحصیلات و سطح درآمد بالاتری هستند، احتمال مشارکت و اعتماد آن‌ها افزایش می‌یابد. ضمن اینکه، با افزایش سن نیز احتمال عضویت در سازمان‌ها و اعتماد به مردم بیشتر می‌شود. از بین متغیرهای پیشینه‌ای یادشده، فقط متغیر جنسیت و تحصیلات با احساس هویت جامعه‌ای رابطه معناداری دارد و تأثیر متغیرهای دیگر معنادار نیست.

با توجه به اینکه نتایج تحقیق حاضر با بیشتر یافته‌های تحقیقات پیشین (گلاسر؛ تاجفل؛ ویلیامز و اوریلی؛ زیمون؛ Catherine & Haerberle, 1987; Bagozzi & Dholakia, 2002; Carl, 2002) مطابقت دارد و در واقع از آن‌ها حمایت می‌کند، می‌توان گفت این پژوهش پشتوانه نظری قوی و محکمی دارد و نتایج آن را می‌توان با اطمینان به‌کل جامعه آماری تعمیم داد.

سخن آخر اینکه چنانچه در پی شناسایی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت هستیم، بایست اذعان کنیم که از یک‌سو، هویت جامعه‌ای از طریق عامگرایی، وفاق اجتماعی و احساس تعهد، میل به مشارکت را در افراد ایجاد می‌کند و در نتیجه مشارکت اجتماعی و اعتماد را به‌دنبال

سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل \_\_\_\_\_ ابراهیم خدایی و همکار  
می‌آورد و از سوی دیگر، شدت و فراوانی روابط اجتماعی موجب احساس تعلق و وابستگی  
در بین افراد جامعه و در نتیجه شکل‌گیری هویت و خودباوری می‌شود.

#### منابع

- پاتنام، روبرت. (۱۳۸۰). *دموکراسی و سنت‌های مدنی* (تجربه ایتالیا و درس‌هایی برای کشورهای در حال گذار). ترجمه محمدتقی دلفروز. تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- رزازی فر، افسر. (۱۳۷۹). «الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران». *فصلنامه مطالعات ملی*. س ۲. ش ۵.
- رمضانی، رحمت. (۱۳۸۱). *مقایسه نوع هویت دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی استفاده‌کننده از ماهواره و شبکه‌های خارجی تلویزیون و دانش‌آموزان غیراستفاده‌کننده*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
- فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۷۹). *پایان نظم: سرمایه اجتماعی و حفظ آن*. ترجمه غلام‌عباس توسلی. تهران: جامعه ایرانیان.
- کاویانی‌راد، مراد. (۱۳۸۰). *بررسی نقش هویت قومی در اتحاد ملی؛ مطالعه موردی قوم بلوچ*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی. دانشگاه تربیت مدرس.
- کلاتری، خلیل. (۱۳۸۲). *پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی*. تهران: شریف.
- Bagozzi, RichardP & UtpalM Dholakia. (2002). "Intentional Social Action Invirtual Communities". *Journal of Interactive Marketing*. Vol.16. N.2. Published Online in Wiley InterScience <[www.interscience.wiley.com](http://www.interscience.wiley.com)>
- Basu, Kaushik. (2006). *Identity, Trust and Altruism: Sociological Clues to Economic Development*. Department of Economics Cornell University.
- Catherine, Campbell & McLean Carl. (2002). *Ethnic Ientities, Scial Capital and Halth Iequalities: Factors Saping African-Caribbean Prticipation in Lcal Cmmunity Ntworks*. Social Science and Medicine.

- Chou, Huey-Wen & Jung-Lung Hsu. (2006). *The Influence of Group Identity, Group Trust and Group Norms on Group Learning Participation*. Taiwan: Dept. of Information Management, National Central University.
- Côté, James E. (2005). "Identity Capital, Social Capital and the Wider Benefits of Learning: Generating Resources Facilitative of Social Cohesion". *London Review of Education*. Vol. 3. N. 3. Canada: University of Western Ontario. pp. 221–237.
- Donoghue, Freda, Edwina Hughes & Andrew O'Regan. (2006). *County Identity and Social Capital – the View from Cavan*. Centre for Nonprofit Management Trinity College Dublin.
- Field, John. (2003). *Social Capital*. London, UK: Routledge.
- Haerberle, Steven H. (1987). "Neighborhood Identity and Citizen Participation". *Administration & Society*. Vol. 19. N.2. August 1987. University of Alabama at Birmingham. PP. 178-196.
- Hogg, Michael A., et alii. (2006). "Demographic Category Membership and Leadership in Small Groups: A Social Identity Analysis". *The Leadership Quarterly*. 17 (2006). PP. 335–350.
- Kupper, Adam & F.Jessice Kupper. (1995). *Social Science Encyclopedia*. 2Ed. 1996. London: Routledge.
- Kurashina, Yuko. (2005). "Peacekeeping Participation and Identity Changes in the Japan Self Defense Forces: Military Service as 'Dirty Work'". *Dissertation Submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park, in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy*.

- Lee, Jo, et alii. (2005). "Networking: Social Capital and Identities in European Rural Development". *Sociologia Ruralis*. Vol. 45. N. 4. October 2005/©European Society for Rural Sociology.
- McLellan, Janet & Marybeth White. (2006). *Social Capital and Identity Politics Among Asian Buddhists in Toronto*. Department of Religion and Culture, Wilfrid Laurier University, Waterloo, Canada.
- Murphy VII, Tom & Amit K. Manjhi. (2002). *Anonymous Identity and Trust for Peer-to-Peer Networks*. April 29.
- Oatey, Helen Spencer. (2006). "Theories of Identity and the Analysis of Face". *Journal of Pragmatics*. 39 (2007). PP. 639–656.
- Paxton, Pamela. (2002). "Social Capital and Democracy: an Interdependent Relationship". *American Sociological Review*. Vol. 67. April, PP. 254-277.
- Strikers, S. & P. J. Burke. (2000). "The past , Present and Future of Social Identity Theory". *Social psychology Quarterly*. 63: PP. 284-297.
- Tanis, Martin & Tom Postmes. (2005). "Short Communication A Social Identity Approach to Trust: Interpersonal perception, Group Membership and Trusting Behaviour". *European Journal of Social Psycholog*. <[www.interscience.wiley.com](http://www.interscience.wiley.com)>
- *World Values Survey*. (1999-2004). Institute for Social Research. the University of Michigan.