

## The Relationship between Social Capital and Social Identity Among Citizens of Rasht

Malihe Shiani<sup>1</sup>, Khosro Ahmadpour<sup>2</sup>

ملیحه شبانی<sup>\*</sup>، خسرو احمدپور<sup>\*\*</sup>

**Introduction:** It is of great importance to study the relationship between social phenomena and concepts. One of the most important social concepts in recent century is the social identity. Social identity is the result of the interaction among human beings which is affected by many factors. Ties, formal and informal networks, norms and trusts among individuals and in general social capitals have a significant role in forming the social identity. The relationship between the dimensions of social capital and some types of social identity (ethnic, national, and religious) is the subject of this study by using Giddens's views on social identities, Kelman and Putnam's view on social capital..

**Method:** This research was a quantitative approach using questionnaires among 381 citizens in Rasht which were chosen through multistage clus-

مقدمه: مطالعه روابط بین پدیده‌ها و مفاهیم اجتماعی اهمیت فراوانی دارد. یکی از مهمترین مفاهیم اجتماعی عصر حاضر هویت اجتماعی است. هویت اجتماعی حاصل تعامل بین انسانهاست که از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد. روابط و شبکه‌های رسمی و غیررسمی، اعتماد و هنجارهای میان افراد و به‌طورکلی سرمایه اجتماعی نقش مهمی در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی دارد. چگونگی روابط بین ابعاد سرمایه اجتماعی و برخی از انواع هویت اجتماعی (قومی، ملی و مذهبی) موضوعی است که در این پژوهش با استفاده از نظرات گیدنز در باب هویت اجتماعی، کلمن و پاتنام در مورد سرمایه اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است.

روش: این پژوهش با رویکرد کمی و با استفاده از پرسشنامه در بین ۳۸۱ نفر از شهروندان شهر رشت به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شد.

یافته‌ها: بر اساس نتایج تحقیق انواع سرمایه اجتماعی به‌طورکلی با هویت اجتماعی افراد در رابطه است. ابعاد سرمایه اجتماعی افراد به ترتیب بیشترین تأثیر را بر هویت مذهبی و سپس هویت قومی و ملی دارد و موجب تقویت این هویتها می‌شود. از

1. Ph.D. in Sociology,  
<Mshiani@ut.ac.ir>

2. Ph.D. Student in Cultural Policy

\* دکتر جامعه‌شناس، دانشگاه تهران، (نویسنده مسئول)،

<Mshiani@ut.ac.ir>

\*\* دانشجوی دکتری سیاستگذاری فرهنگی، دانشگاه

خوارزمی

ter sampling technique.

**Findings:** findings showed that among men, the average of ethnic and national identity and among women, in comparison to men, religious identity was higher. Between single and married people, later had a higher ratio of ethnic, national and religious identity. National identity for retired people was higher in comparison to soldiers, students and unemployed individuals. Religious identity for housewives is higher and among soldiers, unemployed people and students is lower.

**Discussion:** It can be said that the dimensions of social capital have the greatest impact respectively on religious identity, ethnic identity and national identity and improve these identities. The relationship which Colman emphasized on it as well. Among the dimensions of social capital "trust" has the greatest impact. The lowest impact on different types of social identities is dedicated to official networks.

**Keywords:** Social identity, social capital, ethnic identity, national identity, religious identity

موضوع افزوده است. مسائلی از قبیل بحران هویت، بی‌هویتی و بیگانگی اجتماعی، همگی حول محور هویت قرار دارند (کاجی، ۱۳۷۸). هویت از نیازهای روانی انسان و پیش‌نیاز هرگونه زندگی اجتماعی است. بدون وجود چارچوب معین که شباهتها و تفاوتها را مشخص

بین ابعاد سرمایه اجتماعی نیز اعتماد بیشترین تأثیر را داراست. کمترین تأثیرگذاری بر انواع هویت‌های اجتماعی مربوط به شبکه‌های رسمی است.

**بحث:** وجود رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی با انواع هویت اجتماعی افراد و این واقعیت که انواع مختلف هویت اجتماعی در بین جوانان، دانشجویان، افراد بیکار و بازنشسته‌ها در سطح پایین‌تری قرار دارد و همچنین پایین‌تر بودن سرمایه اجتماعی به‌ویژه اعتماد اجتماعی در بین این افراد که بیشترین تأثیر را بر هویت اجتماعی دارد، نشان‌دهنده اهمیت و ضرورت سیاستگذاری درست جهت ارتقای اعتماد اجتماعی در بین جوانان است. اعتماد به نهادهای اجتماعی در این بین می‌تواند نقش کلیدی ایفا کند.

**کلیدواژه‌ها:** سرمایه اجتماعی، هویت اجتماعی، هویت قومی، هویت مذهبی، هویت ملی

تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۳۱

تاریخ پذیرش: ۹۶/۷/۱۸

## مقدمه:

امروزه مسئله هویت از جنبه‌های گوناگون و از سوی متفکرین و نظریه‌پردازان بسیاری مطرح است. شرایط فعلی جهان و ارتباط و رویارویی فرهنگها نیز بر اهمیت

سازد، افراد یک جامعه امکان برقراری ارتباط معنادار و مستمر میان خود را نخواهند داشت. به عبارت دیگر، اساس دوام و بقای یک جامعه انسانی، کنشهای ارتباطی آن جامعه است که هم به فرایند معناسازی و هم به فرایند هویت‌سازی منجر می‌شود (فکوهی و آموسی، ۱۳۸۸). هویت در ارتباط با افراد دیگر مورد بررسی قرار می‌گیرد و بدون توجه به زندگی اجتماعی و روابط مابین انسانها، معنایی نخواهد داشت. به عبارت دیگر هویت محصول ارتباط و تعامل است. یعنی دیگری باید وجود داشته باشد تا من ساخته و درک شود. «خود» از طریق فهم و ارتباط با دیگری و در فرایند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد (هزارجریبی و لهراسبی، ۱۳۹۰). با این تعاریف به نظر می‌رسد هویت ارتباط تنگاتنگی با مفهوم سرمایه اجتماعی پیدا می‌کند. سرمایه اجتماعی مجموع منابع حقیقی یا مجازی در دسترس یک فرد یا گروه است که این افراد به واسطه برخورداری از شبکه‌ای بادوام از روابط و فهم و درک متقابل و کم و بیش نهادینه شده، آن را به دست می‌آورند (فیلد، ۲۰۰۳) و افراد به تعداد شبکه‌های اجتماعی متمایز و روابطی که در آنها موضعی را اشغال کرده و نقش بازی می‌کنند، هویت‌های متمایز دارند (استرایکر و بورک، ۲۰۰۰).

از آنجا که تبیین پدیده‌های اجتماعی از طریق کنکاش در روابط بین آنها از اهمیت زیادی برخوردار است، بخش مهمی از تحقیقات صورت گرفته در حوزه علوم اجتماعی معطوف به شناخت پدیده‌ها و مسائل اجتماعی از طریق ارتباطشان با یکدیگر بوده است. یکی از مهمترین موضوعات اجتماعی عصر جدید بحث هویت است. هویت در واقع عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات فردی و اجتماعی و احساسات و اندیشه‌های مربوط به آنها که فرد آنها را از طریق توانایی کنش متقابل با خود و یافتن تصویری از خود به دست می‌آورد و در پاسخ به پرسش «من کیستم؟» ارائه می‌دهد (احمدلو و افروغ، ۱۳۸۱). هویت شناسه آن گروه یا حوزه اجتماعی است که شخص بدان تعلق داشته و با آن خود را معرفی

می‌کند و در زندگی اجتماعی، خود را نسبت به آن ملتزم و متعهد و وفادار می‌داند (وودوارد، ۲۰۰۰). هویت در واقع امری تاریخی و محتمل است و همانند بسیاری از جنبه‌های دیگر، محصول زمان و تصادف است. تاریخی بودن هویت و تغییر تعریف فرد از خویش بر این امر دلالت دارد که هویت تغییرپذیر است (گل محمدی، ۱۳۹۲). با این نگاه می‌توان با تأثیرگذاری عناصر مرتبط با هویت موجب تغییر آن شد. به عقیده ملوچی<sup>۱</sup> همه هویتها در درون یک سیستم روابط اجتماعی شکل می‌گیرند و به شناسایی متقابل دیگران نیاز دارند (شلسینگر، ۱۹۹۱). همان‌طور که گفته شد در دوران معاصر، معمای هویت بیش از هر عصری ذهن آدمی را به خود مشغول داشته است (تاجیک، ۱۳۷۹). در واقع انسان از زمانی که آغاز به شناخت خود کرد مسئله هویت برایش مطرح شد (تاجیک، ۱۳۸۳) اما هویت، امروزه اهمیتی مضاعف یافته است. در دوران تاریخی که ساختارزدایی<sup>۲</sup> گسسته سازمانها، ویژگی اصلی آن است، هویت به اصلی‌ترین و گاه تنها سرچشمه معنا تبدیل می‌شود. مردم هر روز بیش از گذشته معانی خود را نه بر اساس اعمال، بلکه بر اساس هویت خود یا آنچه که گمان می‌کنند هویتشان است سامان می‌دهند (کاستلز، ۱۳۸۱؛ به نقل از رهنما و رضوی، ۱۳۹۱).

این اهمیت در جامعه در حال توسعه و پیچیده ایران مضاعف است. مطالعه روابط بین پدیده‌های اجتماعی هم به خودی خود و هم به این دلیل که موجب درک بهتر هر یک از پدیده‌ها می‌شود، حائز اهمیت است. سرعت شدید تحولات در جوامع در حال توسعه مانند جامعه ایران، نوسان بین فرهنگ خودی و غربی، آنومی موجود در نظام هنجاری جامعه و شکسته شدن هویت‌های سنتی، موجب اهمیت بحث هویت می‌شود.

گرچه هویت به‌طور کل پدیده‌ای اجتماعی است و بدون اجتماع معنا نمی‌یابد اما در نزد

1. Alberto Melucci  
2. deconstruction

برخی صاحب‌نظران به دو نوع فردی و اجتماعی تقسیم می‌شود. هویت اجتماعی را نیز می‌توان به ابعاد مختلف بر حسب منابع آن تقسیم کرد. خانواده، شهر، قوم، ملت، امت سطوح مختلف هویت اجتماعی‌اند. اهمیت هویت اجتماعی در جامعه ایران امری آشکار است. همزیستی‌ها و تعارضهای انواع هویت اجتماعی مسئله‌ای عمومی در جامعه ماست. این مسئله به‌ویژه برای کسانی که در مناطقی از کشور زندگی می‌کنند که مردم هویت‌های اجتماعی مختلفی دارند و هویت جمعی غالبی وجود ندارد، برجسته‌تر است. مهمترین و فراگیرترین اشکال هویت اجتماعی در جامعه ما هویت ملی، هویت مذهبی و هویت قومی است. نگرانی از فراموش شدن ارزشهای قومی و آداب و رسوم و به حاشیه رفتن هویت قومی نگرانی عمده بسیاری از مردم ساکن مناطق مختلف کشور است. نگرانی از افزایش هویت جهانی به‌طور کل و غرب‌گرایی به‌طور خاص و کم‌اهمیت شدن هویت‌های ملی و مذهبی به‌ویژه در بین جوانان نیز از مهمترین دغدغه‌های بسیاری از مردم، سیاستمداران، کارشناسان و فرهنگ دوستان به‌شمار می‌آید.

دو عنصر مشترک در هویت اجتماعی، احساس تعهد و تعلق عاطفی است (بروجردی، ۱۳۷۹). هویت اجتماعی یک دستاورد تعاملی قلمداد می‌شود که به‌طور پیوسته از طریق تبادل زبانی و عمل اجتماعی، مورد مذاکره قرار می‌گیرد. در چارچوب این رویکرد شیوه‌هایی مورد توجه قرار می‌گیرند که بر اساس آن عاملان و حاملان جامعه‌پذیری، داده‌ها و دانسته‌های شناختی، عاطفی و رفتاری افراد را سازمان می‌بخشند. دانسته‌ها و داده‌هایی که افراد برای شکل‌دهی به یک خود اجتماعی به‌کار می‌گیرند (بورکیت، ۱۹۹۴). از این منظر هویت اجتماعی در بستر تعاملات و روابط اجتماعی، اعتماد بین افراد و همه آنچه سرمایه اجتماعی خوانده می‌شود شکل می‌گیرد.

سرمایه اجتماعی از مفاهیم مهم عصر حاضر به‌شمار می‌رود. سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ای از مفاهیم مانند اعتماد، هنجار و شبکه‌ها می‌باشد که هماهنگی و همکاری را

برای سود متقابل تسهیل می‌کند و باعث کارآمدی جامعه در فعالیتهای هماهنگ می‌شود (وال و همکاران، ۱۹۹۸). سرمایه اجتماعی اگرچه مفهومی نوین و نوپا در عرصه مطالعات اجتماعی است اما این مفهوم ریشه در روابط اجتماعی نوع بشر دارد. جامعه‌شناسان معاصر برای بررسی کمیت و کیفیت روابط اجتماعی در جامعه از مفهوم سرمایه اجتماعی بهره‌جسته‌اند (شارع‌پور، ۱۳۸۰؛ به نقل از پیرهادی، ۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی زاده‌کنش و واکنش افراد است و محصول آشنا بودن و آشنا شدن آدمیان با یکدیگر است و بر چشمداشتهایی استوار است که از آشنایی جان می‌گیرد و در اکثر مواقع با گذر زمان می‌بالد و گسترده می‌شود (پیران و همکاران، ۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی می‌تواند نگرشها و طرز تلقی‌های افراد را نسبت به اقوام موجود در جامعه و همچنین طرز تلقی آنان را از ملیت و قومیشان تحت تأثیر قرار دهد و موجب تقویت یا تضعیف هویت‌های اجتماعی و همبستگی جمعی شود. بنابراین هویت اجتماعی به تداخل و امتزاج گروهها در همدیگر وابسته است و تداخل گروهها نیز به کمیت و نوع تعاملات اجتماعی افراد و گروهها برمی‌گردد (هزارجریبی و لهراسبی، ۱۳۹۰). بررسی و مطالعه این رابطه از جهات مختلف حائز اهمیت است. شاید یکی از مناطق مناسب جهت آزمون این فرضیه استان گیلان و شهرستان رشت باشد. رشت مرکز استان گیلان و بزرگ‌ترین و پرجمعیت‌ترین شهر شمال ایران محسوب می‌شود. رشت همچنین بزرگ‌ترین شهر گیلک‌نشین ایران است. گیلکها از اقوام ایرانی دارای خصوصیات مشخص قومی همچون تاریخ و زبان و آداب و رسوم است. اکثر مردم رشت شیعه دوازده امامی محسوب می‌شوند. اگر چه ملی‌گرایی و تأثیرگذاری مردم این منطقه همواره مورد تأیید و تحسین واقع شده و به نظر می‌رسد عناصر مختلف هویت اجتماعی در تعادل و سازش مناسبی به سر می‌برند. اما نزدیکی به مرکز ایران و همچنین توریستی بودن منطقه، موجب نگرانی‌هایی در مورد کم‌رنگ شدن هویت قومی و از بین رفتن زبان و رسوم در این خطه هم شده است. همچنین رشت به‌عنوان دروازه اروپا شاید پیش از بسیاری از مناطق کشور

تحت تأثیر فرهنگ غربی قرار گرفته است. تأثیرات جهانی شدن و روند گسترش روزافزون ارتباطات جهانی و رشد اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای در کنار هم موجب نگرانی‌هایی در جهت تضعیف هویت ملی و مذهبی در بین شهروندان شهر رشت به مانند بسیاری از شهرهای کشور گشته است. مجموع مسائل عنوان شده اهمیت و حساسیت مطالعه انواع هویت اجتماعی مورد بررسی در این تحقیق را نشان می‌دهد.

در هر حال همانگونه که در نتایج این پژوهش هم تأیید می‌شود می‌توان گفت هویت‌های قومی، ملی و مذهبی به شکل معناداری در بین ساکنین شهر رشت وجود دارد. همچنین این موضوع که هویت قومی و همچنین مذهبی مردم رشت نسبتاً یکدست است در کنار این واقعیت که در مناطقی با قومیتها و مذاهب مختلف سخت می‌توان از طریق یک پژوهش کمی و پرسش‌نامه به سنجش هویت‌های قومی و مذهبی دست زد، رشت را نمونه مناسبی جهت آزمون این فرضیه می‌سازد. در این تحقیق در ابتدا تأثیر ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی افراد بر اشکال هویت اجتماعی بررسی می‌گردد و سپس چگونگی روابط نشان داده می‌شود.

### پیشینه تجربی

تحقیقات متنوعی در مورد رابطه برخی از انواع هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی صورت گرفته است که به چند مورد آن اشاره می‌شود.

«سرمایه اجتماعی و هویت شهری در ایرلند» کاری از دانگیو<sup>۱</sup> و همکاران در سال ۲۰۰۵ به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی به‌ویژه وجود ارتباطات و شبکه‌های داوطلبانه بر پایه اعتماد، هنجارها و ارزشها در ایجاد هویت اجتماعی خاصی به نام هویت شهری می‌پردازد. این تحقیق بر پایه مصاحبه با تعدادی افراد عضو سازمانهای داوطلبانه این ارتباط را مورد مطالعه قرار داد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی، راههای به‌وجود آمدن

---

1. Freda Donoghue

هویت شهری را تسهیل می‌کند. به‌ویژه سرمایه اجتماعی ارتباطی نقش پررنگی در این زمینه ایفا می‌کند.

وحیدا و همکاران تحقیقی با عنوان «رابطه سرمایه اجتماعی با هویت اجتماعی دانشجویان: مطالعه موردی یازده دانشگاه دولتی شهر تهران» در سال ۱۳۸۲ انجام داده‌اند. در این تحقیق که توسط پرسشنامه در بین ۷۰۰ نفر از دانشجویان یازده دانشگاه دولتی تهران به روش نمونه‌گیری مطبق صورت گرفت، سرمایه اجتماعی یک شاخص ترکیبی در نظر گرفته شده است که شامل تعهد، تعلق و اعتماد افراد به نهادها و گروه‌های اجتماعی و همچنین علاقه آنها به تعاملات اجتماعی است. از میان انواع هویت اجتماعی نیز هویت خانوادگی، مذهبی و ملی انتخاب شد که نتایج حاصل از تحقیق حکایت از وجود رابطه داشت. به‌ویژه بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی (دو شاخص اعتماد اجتماعی و تعهد اجتماعی) به‌طور مستقیم و مؤثر در بروز هویت اجتماعی نقش داشت.

رنانی (۱۳۸۸) در مطالعه «نقش منابع هویت و معرفت در تشکیل سرمایه اجتماعی» در میان دانشجویان دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان، به هویت به‌عنوان یکی از عناصر مهم تشکیل‌دهنده سرمایه اجتماعی نگریسته است و تأثیر انواع هویت اجتماعی بر شکل‌گیری ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی از جمله اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی را در میان ۱۹۹ نفر از دانشجویان توسط پرسشنامه مطالعه کرده است. تمرکز تحقیق بر هویت مذهبی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین شکل‌های هویت اجتماعی ایرانیان بود که نتایج، وجود رابطه قوی بین هویت مذهبی و سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان را نشان داد.

جهانگیری و معینی در سال ۱۳۸۹ تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی» انجام دادند و این رابطه را در بین دانشجویان دانشگاه شیراز مورد بررسی قرار دادند. آنها از نظریه‌های گیدنز و وولکاک و نارایان در چارچوب نظری بهره برده و با استفاده از پیمایش و پرسشنامه این بررسی را انجام دادند که نتایج حاصل از تحقیق، وجود رابطه بین



سرمایه اجتماعی و هویت ملی دانشجویان را تأیید کرد.

هزارجریبی و لهراسبی در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با میزان هویت جمعی» در سال ۱۳۹۰ وجود این رابطه را در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی مورد مطالعه قرار دادند. مطالعه ایشان از نوع کمی و با استفاده از پرسشنامه و هدفشان بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی افراد بر هویت جمعی‌شان بود. این تحقیق وجود رابطه بین سرمایه اجتماعی افراد و هویت قومی و ملی آنها را تأیید کرد.

ده‌ها تحقیق درباره رابطه هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در ایران و سایر کشورها صورت گرفته که در این بخش به برخی اشاره شد. هر تحقیق با توجه به چارچوب نظری ویژه خود و اهداف متفاوت بر ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی و همچنین انواع هویت اجتماعی تأکید داشته است. جامعه آماری اکثر تحقیقاتی که در کشور درباره این رابطه صورت گرفته، دانشجویان و دانشگاهیان بوده است و بیشترین تأکید بر بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت مذهبی و سپس هویت ملی افراد بوده است. به علت پراکندگی بالای جامعه آماری از نظر قومی امکان بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت قومی افراد فراهم نبوده است. همچنین برخی تحقیقات تنها به بررسی رابطه برخی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی پرداخته‌اند. در این تحقیق سعی شده با رویکردی جامع، رابطه ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی و هویت ملی، مذهبی و قومی در بین مردم یک شهر مورد بررسی قرار گیرد.

### مبانی نظری

در این بخش ابتدا به صورت اجمالی نظرات برخی از مهمترین نظریه‌پردازان حوزه هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی مرور و سپس در جمع‌بندی نهایی به چگونگی ارتباط پرداخته خواهد شد.

هویت اجتماعی: تاجفل (۱۹۷۸) از پیشگامان نظریه هویت اجتماعی است که هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می‌زند و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد)، عنصر ارزشی (فرضیهایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی) و عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه خاصی با آن گروه دارند). بر این اساس هویت اجتماعی از دیدگاه تاجفل عبارت است از آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروههای اجتماعی سرچشمه می‌گیرد همراه با اهمیت احساسی متضم به آن عضویت (گل محمدی، ۱۳۹۲).

گیدنز کاهش نفوذ سنت و توسعه مدرنیته و امکان تحقق هویت‌های چندگانه و آزادی افراد در انتخاب آگاهانه هویت را مطرح می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸). او معتقد است ماهیت زندگی روزمره به‌طور مستمر تحت تأثیر عناصر محلی و جهانی تحول پیدا می‌کند؛ به نحوی که فرد باید هویت خود را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد نماید و در فعالیتهای بازتابی خویش مورد حفاظت قرار دهد (گیدنز، ۱۳۷۸). از این گفته گیدنز بر می‌آید که هویت هر شخصی لزوماً ذاتی آن شخص نیست. هویت نقشی نیست که از طرف جامعه به شخص تفویض شده باشد، بلکه فرایند معناسازی است که در طی زندگی روزمره و مکانیسمهای آن ساخته می‌شود. هویت هرگز ثابت نیست، بلکه متطور و متحول یا «دینامیک» است (شریفی و کاکاوندی، ۱۳۸۹). در واقع هویت از نظر گیدنز عبارت است از خود شخص، آن طوری که شخص خودش را تعریف می‌کند. به نظر گیدنز، هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌شود و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ‌کس دارای هویت ثابتی نیست. هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است (علیزاده اقدم و همکاران، ۱۳۸۹). جنکینز معتقد است «خود» در فرایند اجتماعی ساخته می‌شود که بر این دیالکتیک درون و برون یا فرد و جامعه است و هویت فرد در این رابطه دوگانه شکل‌گیری خود، به

وجود می‌آید (رفیعی جیردهی و حبیب‌زاده خطبه‌سرا، ۱۳۹۱). افراد بنا به مجموعه مشخصی از هویت‌های جمعی با یکدیگر فرق دارند و شباهت‌های اعضای یک جماعت نوعاً با این پیش‌فرض همراه است که آنها با اعضای جماعت‌های دیگر فرق دارند. کنش متقابل شباهت و تفاوت، منطبق تعیین همه هویت‌ها، اعم از «فردی» و «اجتماعی» است (جنکینز، ۱۳۹۱). استرایکر نیز به تمایز ساخت اجتماعی و فرهنگی با هویت و نیز بر تعدد هویت‌ها در نتیجه تعدد شبکه‌های متمایز روابط اجتماعی و مواضعی که فرد اشغال کرده و نقش بازی می‌کند، تأکید داشت (حاجیان، ۱۳۹۲).

سرمایه اجتماعی: کلمن از صاحب‌نظران مشهور این حوزه، سرمایه اجتماعی را منابع و انرژی‌های نهفته در جامعه می‌داند که سبب فعال شدن ارتباطات در بین مردم می‌شود. وی این منابع را اعتماد، همدلی، تفاهم و ارزش‌های مشترکی می‌داند که شبکه‌های انسانی و اجتماعی را به هم متصل می‌سازد و امکان کارهای دست‌جمعی را فراهم می‌آورد. از نظر کلمن سرمایه اجتماعی معنایی است که می‌تواند سطح روابط فردی را به اجتماعی ارتقا دهد و دارای دو عنصر اساسی است. یکی ساخت اجتماعی و دیگری کنش‌های کنشگران (وحیدا و همکاران، ۱۳۸۳). کلمن در واقع سرمایه اجتماعی را نه در افراد، بلکه در روابط بین افراد می‌داند (موسوی و علی‌پور، ۱۳۹۱). او سرمایه اجتماعی را ترکیبی می‌داند از ساختارهای اجتماعی که کنش‌های معینی از کنشگران را درون این ساختارها تسهیل می‌کند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۸). بوردیو از پیشگامان طرح مفهوم سرمایه اجتماعی است که بر این باور است که سرمایه اجتماعی‌ای که یک فرد از آن برخوردار است، بسته به اندازه شبکه ارتباطات وی می‌تواند به‌طور مؤثری تغییر یابد (بوردیو، ۱۹۸۶). او سرمایه اجتماعی را موقعیت‌ها در روابط و در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی می‌داند (ترنر، ۲۰۰۳). او همین‌طور بر تعهدات و ارتباطات اجتماعی تأکید دارد. از نظر بوردیو (۱۹۹۷) سرمایه اجتماعی انباشت منابع بالقوه و بالفعلی است که مربوط به داشتن شبکه‌ای نسبتاً پایدار از روابط کم‌وبیش نهادینه شده از آشنایی و

شناخت متقابل است. البته سرمایه اجتماعی مستلزم شرایطی به مراتب بیشتر از وجود صرف شبکه پیوندها است. در واقع پیوندهای شبکه‌ای باید از نوع خاصی، یعنی مثبت و مبتنی بر اعتماد باشد. او همین‌طور بر قابلیت تبدیل انواع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به همدیگر تأکید دارد. در تعریف بورديو تأکید روی شبکه‌های اجتماعی است که دسترسی با منابع گروهی را فراهم می‌کند. نتایج این سرمایه اجتماعی، نهایتاً پاداش اقتصادی است که از طریق مشارکت مداوم در شبکه به وجود می‌آید (فاین، ۱۳۸۵). بورديو همین‌طور متغیر «حمایت اجتماعی» را اندازه‌گیری و به‌عنوان نتیجه سرمایه اجتماعی تعریف کرد که شامل حمایت عاطفی، آسایش و درک و کمک و مشاوره می‌شود که اینجا به‌عنوان نتیجه مثبت سرمایه اجتماعی مطرح است (بیدوین، ۲۰۰۷).

نظریه سرمایه اجتماعی لین در واقع گسترش و امتداد نظریه منابع اجتماعی<sup>۱</sup> اوست که در آن او فرض می‌کند که دسترسی و استفاده از منابع اجتماعی (منابع موجود در شبکه‌های اجتماعی) می‌تواند به وضعیت اجتماعی و اقتصادی بهتر منجر شود. او منابع را با ویژگیهای ثروت، قدرت و پایگاه و موقعیت اجتماعی تعریف می‌کند (لین، ۱۹۹۹ به نقل از وبر، ۲۰۰۸). لین همچنین چهار عنصر «اطلاعات»، «نفوذ»، «اعتبار اجتماعی» و «تأیید» را در توضیح چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در کنشهای ابزاری و اظهاری مطرح می‌کند (لین، ۲۰۰۱) پاتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه منابعی می‌داند که از طریق روابط بین فردی، شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای متقابل و اعتماد به وجود می‌آید. به عقیده پاتنام سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگیهای سازمان اجتماعی است که هماهنگی و همکاری را برای سود متقابل تسهیل می‌کند و باعث کارآمدی جامعه در فعالیتهای هماهنگ می‌گردد (جهانگیری و معینی، ۱۳۸۹). پاتنام سرمایه اجتماعی را از مشخصه‌های خاص یک سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی می‌داند که می‌تواند با تسهیل کنشهای هماهنگ، کارایی

جامعه را افزایش دهد (پاتنام، ۱۹۹۳). رابرت پاتنام سرمایه اجتماعی را سازمان اجتماعی می‌داند که مشتمل بر شبکه‌ای از روابط و تعاملات توأم با آگاهی و اعتماد اجتماعی است و با تسهیل کنشها در ارتقای کارایی سازمان و توسعه اقتصادی مؤثر واقع می‌شود (سعادت، ۱۳۸۵) اگرچه واحد مطالعه و سطح تحلیل پاتنام را می‌توان در قیاس با کلمن، بورديو و لین، کلان دانست اما او نیز نقطه عزیمتش را افراد قرار می‌دهد و با توجه به این‌که او دو نوع سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و برون‌گروهی را مورد مطالعه قرار می‌دهد و روابط عمودی را مولد سرمایه اجتماعی نمی‌داند. از این روی می‌توان رویکرد او را میانه در نظر گرفت. او همین‌طور سرمایه اجتماعی را در روابط بین افراد جستجو می‌کند و به تأثیر کنشهای روزمره اشاره دارد. البته برخلاف کلمن سرمایه اجتماعی را نوعی دارایی جمعی به حساب می‌آورد و هنجارهای عمل متقابل را مولدترین جزء سرمایه اجتماعی می‌داند. او همین‌طور بررسی شبکه‌های مشارکت مدنی نیز می‌پردازد. شبکه‌هایی که هنجارهای همیاری را در جامعه تقویت می‌کنند. پاتنام گرچه به هویت اجتماعی به‌طور مستقل اشاره نمی‌کند اما نقش سرمایه اجتماعی و روابط اجتماعی با آشنایان و غریبه‌ها را چیزی می‌داند که باعث کارکرد بهتر جامعه می‌شود. او همین‌طور به نقش سرمایه اجتماعی درون‌گروهی در تقویت هویت‌های انحصاری و تقویت همگنی در جامعه اشاره دارد.

به علت گستردگی و پیچیدگی مفاهیم مورد مطالعه در این تحقیق، نظریه خاصی که بتواند همه روابط مورد بحث را تبیین نماید، وجود ندارد. اما می‌توان با ترکیب نظریه‌های مختلف چگونگی روابط مورد بحث را نشان داد. در بحث هویت از میان نظریه‌های موجود در باب شکل‌گیری و تأثیرات هویت از دریچه نظرات گیدنز نگاه شده است. گیدنز معتقد است که خود یک امر منفعل نیست که فقط از طریق تأثیرات درونی شکل بگیرد. افراد ضمن اینکه اقدام به ساخت و پرداخت هویت شخصی خویش می‌کنند، در ایجاد بعضی از تأثیرات اجتماعی دنیای اطراف خود مشارکت دارند. در نتیجه افراد با انتخاب‌های متعددی مواجه

می‌شوند که جامعه امروزی پیش پای آنها قرار داده است. در واقع این روابط و تعاملات کنشگران با هم و در محیط اجتماعی تحت تأثیر هنجارها و ارزشهایی است که می‌تواند باعث تسهیل کنشهای کنشگران گردد و به شکل‌گیری هویت افراد کمک کند (جهانگیری و معینی، ۱۳۸۹).

همان‌طور که گفته شد کلمن به اعتماد، هنجارها، تعهدات و انتظارات به‌عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی اشاره دارد. پاتنام نیز هنجارهای همیاری و اعتماد را به اضافه شبکه‌ها از ابعاد سرمایه اجتماعی قلمداد می‌کند. در این بخش از نگاه کلمن به جهت سطح تحلیل فردی و گروهی و انطباق آن با زاویه بررسی هویت اجتماعی و گردشگری در این تحقیق بهره گرفته شده است و از جهت بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در قالب شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی و همچنین تقسیم شبکه‌ها به دو نوع شبکه درون‌گروهی و برون‌گروهی از نظرات پاتنام استفاده شده است.

روابط درون‌گروهی و غیررسمی اغلب با اعتماد خاصی به گروههای اجتماعی همراه است. در حالی که روابط برون‌گروهی با اعتماد عمومی بین گروههای اجتماعی مرتبط است. پاتنام اهمیت سرمایه اجتماعی برون‌گروهی برای جامعه را به‌طورکلی در این می‌داند که مانع تبدیل جامعه به مجموعه‌ای از گروههای اجتماعی و مجزا با اعتماد کم به هم می‌شوند. در این دیدگاه سرمایه اجتماعی برون‌گروهی پیوند بین جزایر سرمایه اجتماعی درون‌گروهی را برقرار می‌سازد و کارکردش همانند بافتهای همبند برای جامعه است (دیویس، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی برون‌گروهی در واقع به شبکه‌های ارتباطات نامتجانس برون‌گروهی اشاره دارد که بین افراد به جای اتکا به نزدیکیهای شخصی و هویت مشترک بر علایق مشترک متکی است (هیلی و همکاران: ۲۰۰۳). از نگاه پاتنام شبکه‌ها، هنجارهای همیاری و اعتماد عناصر اصلی سازنده سرمایه اجتماعی قلمداد می‌شود.

شبکه‌ها: پاتنام روابط افراد و تعاملاتشان را بنیادی‌ترین جزء سرمایه اجتماعی می‌داند

و شبکه‌ها را به‌عنوان خاستگاه و مؤلفه‌های دیگر سرمایه اجتماعی مطرح می‌سازد (پاتنام و گراس، ۲۰۰۲). او همچنین شبکه‌های افقی یا «مساوات‌طلب» را از شبکه‌های عمودی یا «انحصارطلب» جدا می‌کند و نوع دوم را فاقد توان برقراری اعتماد و هنجارهای همیاری معرفی نماید. پاتنام دو نوع شبکه رسمی و غیررسمی را از هم متمایز کرد. شبکه‌های غیررسمی شامل خانواده، خویشاوندان، دوستان و همسایگان است. درحالی‌که شبکه‌های رسمی شامل پیوندهایی است که در اجتماعات داوطلبانه وجود دارد و از روابط غیررسمی خویشاوندی تا روابط محیط کار و روابط نهادی و دولتی را شامل می‌شود. همین‌طور شبکه‌ها را می‌توان از جهت اندازه، تراکم و ترکیب مورد بررسی قرار داد (پیرهادی، ۱۳۸۸). اینکه مردم تا چه حد به اعضای شبکه اجتماعی که به آن تعلق دارند، اعتماد دارند و تا چه حد عضویت در این گروه‌ها جزء جدایی‌ناپذیری از هویت آنها است، ما را در درک طبیعت ارتباط افراد با شبکه‌ها یاری می‌رساند. اعتماد به شکل بسیار بدیهی و واضحی برای ساخت و نگهداری یک شبکه اجتماعی لازم است. هویت می‌تواند به ما بگوید که آیا رابطه فرد با اعضای شبکه اجتماعی برون‌گروهی است یا درون‌گروهی. سطح پایین هویت‌یابی می‌تواند نشان‌دهنده باز بودن و ارتباط‌دهنده بودن یک رابطه باشد (بکسلی، ۲۰۰۷).

هنجارهای همیاری: او به دو نوع هنجار همیاری اشاره می‌کند. هنجارهای همیاری متوازن و تعمیم‌یافته. در نوع متوازن این چیزهای برابر هستند که با هم مبادله می‌شوند اما این نوع هنجار همیاری تعمیم‌یافته<sup>۱</sup> است که مولد سرمایه اجتماعی و حتی ملاک آن به شمار می‌آید (پاتنام، ۲۰۰۰ به نقل از توسلی و موسوی، ۱۳۸۴). تعمیم هنجارهای رفتاری و ارزشی در شبکه‌ها و تعاملات اجتماعی یک عنصر مهم سرمایه اجتماعی به حساب می‌آید. کلمن به هنجارها به‌عنوان تقویت‌کننده روابط اجتماعی و منبعی برای سرمایه اجتماعی تأکید دارد. این هنجارها هستند که اعتماد را تقویت می‌کنند و توسعه می‌دهند و هزینه معاملات را کاهش

1. Norms of generalized reciprocity

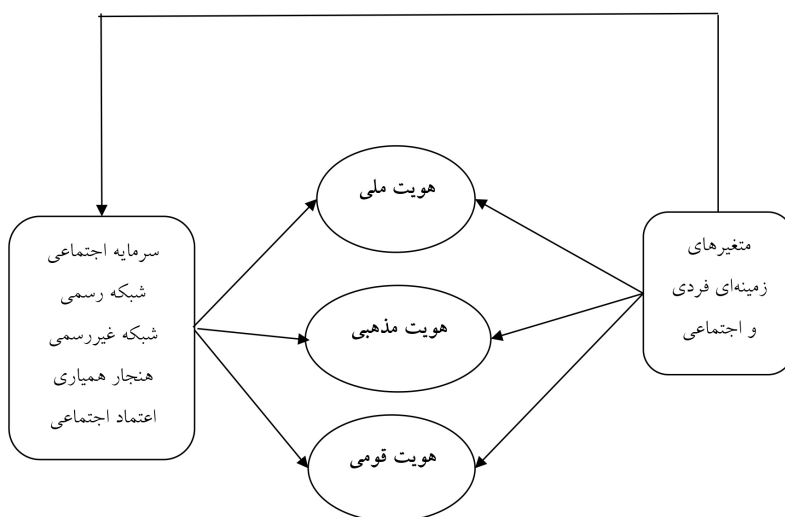
می‌دهند و همکاری را تسهیل می‌سازند.

اعتماد: پاتنام اعتماد را از دیگر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی می‌داند. اعتماد را می‌توان وارد کردن عنصر خطر در تصمیم برای کنش با دیگران دانست (کلمن، ۱۹۹۰ به نقل از هزارجریبی و نجفی، ۱۳۸۹). او همچنین به دو نوع اعتماد شخصی و اجتماعی یا تعمیم‌یافته اشاره می‌کند و نوع دوم را برای جامعه سودمندتر می‌داند. او افزایش مشارکتهای مدنی و گسترش شبکه‌های اجتماعی را از ساز و کارهای تبدیل اعتماد شخصی یا خاص به اعتماد اجتماعی یا تعمیم‌یافته می‌داند (پاتنام، ۱۳۸۰). یکی از اصول اولیه زندگی اجتماعی داشتن اعتماد به یکدیگر است و اگر افراد نسبت به یکدیگر اعتماد و اطمینان نداشته باشند، تداوم زندگی در چنین جامعه‌ای دشوار خواهد بود. چرخهای زندگی بر محور اعتماد به یکدیگر در حال گردش است و اهمیت اعتماد در روابط به‌گونه‌ای است که می‌توان آن را عنصر اساسی زندگی اجتماعی تلقی نمود که زمینه همکاری و تعامل را در ابعاد مختلف گسترش می‌دهد (صالحی، ۲۰۰۶).

همان‌طور که در چارچوب نظری تبیین گشت هویت اجتماعی افراد تا حد زیادی تبیین‌کننده کنشهای افراد است. هویت اجتماعی ما بر انتخابهای مان و نحوه تصمیم‌گیریهای مان اثرگذار است و خود نیز از زندگی، برخوردها و تعاملاتمان با محیط تأثیر می‌پذیرد. سرمایه اجتماعی نیز در واقع توانایی گسترش کنش است. آن را غنی می‌سازد و منبع کنش اجتماعی و محمل و حاصل آن است. سرمایه اجتماعی کنش را از حالت مکانیکی خارج کرده و تشویق‌کننده کنشگر است. سرمایه اجتماعی کنش را تبدیل به جریان می‌سازد (تشکر و معینی، ۱۳۸۱). همان‌طور که عنوان شد به نظر می‌رسد بین هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی افراد رابطه وجود دارد. در این بین متغیرهای زمینه‌ای فردی و اجتماعی هم وجود دارند که می‌توانند تأثیرگذار باشد از جمله این متغیرها می‌توان به جنس، سن، وضع تأهل، تحصیلات، وضعیت فعالیت، نوع شغل، احساس طبقاتی، درآمد و هزینه افراد و خانواده‌هایشان اشاره کرد.



## مدل سنجش



## روش

### ماهیت و روش تحقیق

در این تحقیق از روش کمی جهت سنجش متغیرها و بررسی روابط بین آنها استفاده شد. در میان روشهای کمی نیز از روش پیمایش و از تکنیک پرسشنامه بهره گرفته شد.

### جامعه آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه گیری

جامعه آماری تحقیق، تمامی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر رشت است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه و حجم نمونه ۳۸۳ به دست آمد. روش نمونه‌گیری از آنجا

که فهرست کردن همه عناصر جمعیت غیرممکن بود روش تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای<sup>۱</sup> مورد استفاده قرار گرفت (بلیکی، ۱۳۹۰).

### سنجدها

**هویت اجتماعی:** آگاهی فرد از تعلقش به گروه خاصی است که در جریان آن فرد از نظر ارزشی و عاطفی تأمین می‌شود (تاجفل، ۱۳۷۹؛ به نقل از میرهاشمی و حیدرپور، ۱۳۹۰). به عبارتی آن بخش از برداشت یک فرد از خود است که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه‌های اجتماعی همراه با اهمیت ارزشی و احساسی پیوسته به آن عضویت سرچشمه می‌گیرد (تاجفل، ۱۹۷۸). هویت اجتماعی شامل گونه‌ها و سطوح مختلفی می‌باشد. در این تحقیق سه نوع هویت اجتماعی فراگیر و پراهمیت در جامعه تحقیق یعنی هویت قومی، هویت ملی و هویت مذهبی مورد بررسی قرار گرفته است. در واقع، متغیر هویت اجتماعی در این تحقیق شامل سه بعد است که در مجموع با استفاده از ۱۵ سوال نگرشی در قالب طیف لیکرت و در سطح سنجش فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفته است. هر کدام از ابعاد هویت قومی، هویت ملی و هویت مذهبی با پنج پرسش در پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

۱- **هویت قومی:** هویت قومی را می‌توان مجموعه ایده‌های فرد درباره اعضای گروه قومی خود و بازشناسی خود با استفاده از برجسبهای قومی دانست (مارتا، ۱۹۹۳؛ به نقل از ایمان و روحانی، ۱۳۹۲). بدین معنا که هویت قومی مجموعه خاصی از عوامل عینی-ذهنی و فرهنگی-اجتماعی است که در یک گروه انسانی متجلی می‌شود و آن را نسبت به دیگر گروهها متمایز می‌سازد (الطائی، ۱۳۷۸).

۲- **هویت ملی:** هویت ملی بازتولید و بازتفسیر دائمی ارزشها، نهادها، خاطره‌ها،

۱. Multistage cluster sampling

اسطوره‌ها و سنت‌هایی است که میراث متمایز ملتها را تشکیل می‌دهد و تشخیص هویت افراد با آن الگو، میراث و یا عناصر فرهنگی امکان‌پذیر است (علیزاده اقدم و همکاران، ۱۳۹۰). در مجموع هویت ملی به مشخصات و ویژگی‌هایی گفته می‌شود که یک جامعه را از جامعه دیگر متمایز می‌کند و در جامعه نوعی انسجام کلی ایجاد می‌کند (احمدلو و افروغ، ۱۳۸۱). لازم به ذکر است هویت ملی در ایران بر خلاف بسیاری از کشورها مقوله‌ای جدید به شمار نمی‌آید که زاده ساختارهای اجتماعی-سیاسی قرون گذشته باشد. لذا در این تعریف روح ملی و فرهنگ ایرانی مهم است و نه ساختارهای سیاسی-جغرافیایی. لذا تعریف هویت ملی در این تحقیق متفاوت با مفهوم ناسیونالیسم رایج است.

**۳- هویت مذهبی:** هویت مذهبی متضمن سطحی از دینداری است که با مای‌جمعی یا همان اجتماعی مقارنه دارد. در واقع هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به جامعه دینی است. با پذیرش دین به‌عنوان اصل اعتقادی و تعهد و احساس تعلق به آن در زندگی و جوه مختلف حیات فرد مؤمن تغییرات و نتایج مهمی حاصل می‌شود که همان هویت دینی است (گنجی و همکاران، ۱۳۸۹). در این تحقیق متغیر هویت مذهبی به تعلق که فرد با افراد هم‌مذهب خود احساس می‌کند و معنایی که این احساس تعلق برای او ایجاد می‌کند، اطلاق می‌شود.

**سرمایه اجتماعی:** شبکه‌ای از روابط و پیوند های مبتنی بر اعتماد اجتماعی بین فردی و بین‌گروهی و تعاملات افراد با نهادها، سازمانها و گروه‌های اجتماعی است که قرین همبستگی و انسجام اجتماعی و برخورداری افراد از حمایت و انرژی لازم برای تسهیل کنشها در جهت تحقق اهداف فردی و جمعی می‌باشد (شیانی و همکاران، ۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی دارای ابعاد مختلفی است. در این تحقیق با توجه به چارچوب نظری چهار بعد شبکه‌های رسمی و غیررسمی، اعتماد و هنجارهای همیاری مورد سنجش قرار می‌گیرد.

**۱- شبکه اجتماعی:** شبکه اجتماعی الگویی از روابط است که کنشگران را به هم متصل

می‌سازد. شبکه اجتماعی را می‌توان مجموعه‌ای از افراد، سازمانها یا مجموعه‌های اجتماعی دیگر دانست که از طریق روابط اجتماعی مانند دوستی، همکاری بودن یا تبادل اطلاعات با یکدیگر مرتبط می‌شوند. (باستانی، ۲۰۰۱؛ به نقل از محمدی و همکاران، ۱۳۹۱). پاتنام دو نوع شبکه غیررسمی و رسمی را از هم متمایز کرد. پیوندهای غیررسمی شامل پیوندهایی است که بین خانواده و خویشاوندان و دوستان وجود دارد. در حالیکه شبکه‌های رسمی شامل پیوندهایی است که در اجتماعات داوطلبانه وجود دارد (پیراهری، ۱۳۸۸). جهت سنجش شبکه‌های اجتماعی غیررسمی افراد از پنج سوال در طیف لیکرت و در سطح سنجش فاصله‌ای استفاده خواهد شد. برای سنجش شبکه‌های اجتماعی رسمی عضویت و مشارکت افراد در ۱۴ نوع شبکه اجتماعی رسمی در جامعه در سطح سنجش فاصله‌ای مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲- **اعتماد:** اعتماد اجتماعی، دلالت بر انتظاراتها و تعهدهای اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و سازمانها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند، تعریف کرده‌اند که با رابطه متقابل تعمیم‌یافته، قرین است (ازکیا و حسینی‌راد، ۱۳۸۸). اعتماد اجتماعی افراد در این تحقیق توسط یک پرسش ساده مورد سنجش قرار گرفته است و مستقیماً اعتماد فرد به افراد، گروهها و نهادهای مخلف در طیف لیکرت مورد آزمون قرار می‌گیرد.

۳- **هنجارهای همیاری:** هنجارهای همیاری دو دسته‌اند. هنجارهای همیاری متوازن که به معامله همزمان چیزهای با ارزش برابر اشاره دارد و هنجارهای همیاری تعمیم یافته که منظور زمانی است که کسی کاری برای کسی انجام می‌دهد بی‌آنکه بلافاصله انتظاری چیزی در مقابل آن داشته باشد. با توجه به چارچوب نظری در این تحقیق تنها هنجارهای همیاری تعمیم‌یافته مورد سنجش قرار می‌گیرد. جهت سنجش متغیر هنجارهای همیاری (تعمیم یافته) ۱۰ پرسش در طیف لیکرت در نظر گرفته شده است که در سطح سنجش فاصله‌ای مورد بررسی قرار گرفته است.

## جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

در مرحله اول جهت گردآوری داده‌های کتابخانه‌ای و الکترونیکی از فیشهای تحقیقاتی استفاده شد و سپس پرسشنامه طراحی گردید. در پرسشنامه طراحی شده از پرسشهای باز و بسته در سه سطح اسمی، ترتیبی و فاصله‌ای بهره گرفته شد. پس از پردازش داده‌های حاصل از پیمایش، تحلیل داده‌ها توسط فنون آماری موجود در نرم‌افزار SPSS انجام شد.

## اعتبار و پایایی ابزار اندازه‌گیری

اعتبارسنجی گویه‌ها و پرسشهای پرسشنامه در چند نوبت پیش از طرح پرسشنامه و پس از آن صورت پذیرفت. جهت افزایش اعتبار صوری گویه‌های مربوط به ابعاد هویت اجتماعی پرسشنامه‌ای حاوی گویه‌های به‌کارگرفته شده در تحقیقات پیشین طراحی و به همراه توضیحاتی در باب موضوع و چارچوب نظری تحقیق توسط اساتید تکمیل گردید. در این راستا از ۱۰ نفر از اساتید دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران و سه نفر از اساتید دانشکده علوم سیاسی دانشگاه تهران که در زمینه هویت اجتماعی دارای تحقیقاتی بوده و به نوعی متخصص محسوب می‌شوند، بهره گرفته شد. برای برآورد اعتبار سازه از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی بهره گرفته شد. بدین منظور طیفهایی که در مرحله اول طراحی گردیدند و توسط کارشناسان اعتبار صوری‌شان مورد تأیید قرار گرفته بود، وارد تحلیل عاملی شده و از این طریق مورد تحلیل قرار گرفتند. ابتدا اطلاعات به‌دست آمده توسط پرسشنامه در نرم‌افزار SPSS وارد و هر یک از طیفهای مرتبط به یک مفهوم به‌طور جداگانه مورد تحلیل عاملی قرار گرفت. ابتدا کفایت نمونه‌گیری توسط شاخص KMO و آزمون معناداری بارتلت بررسی شد و سپس در صورت داشتن شرایط مورد تحلیل عاملی قرار گرفت. همین‌طور عاملها توسط روش واریماکس چرخانده شدند تا رابطه همبستگی بین متغیرها و بعضی فاکتورها به حداکثر برسد. سپس با مقایسه نتایج تحلیل با ساختار طراحی

شده و دارای اعتبار صوری، اعتبار سازه مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج به دست آمده همان‌طور که پیشتر به وسیله اساتید مجرب طیفها به صورت نظری تأیید شده بودند، نتایج آن نیز توسط تحلیل عامل تأیید گردید.

جهت برآورد قابلیت اعتماد یا پایایی ابزار و محاسبه هماهنگی درونی گویه‌ها، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ابتدا در مرحله پیش‌آزمون و جهت اصلاح پرسشنامه و سپس بعد از پیمایش نهایی استفاده شد که ضرایب به دست آمده نشان از مقدار قابل قبولی از ضرایب آلفای کرونباخ برای گویه‌های طیفهای مختلف بود. آلفای کرونباخ برای هویت مذهبی ۰/۸۹۱، هویت قومی ۰/۷۱۱، هویت ملی ۰/۷۰۴ بود. همچنین برای متغیر اعتماد ۰/۸۳۵، هنجارهای همیاری ۰/۸۱۳ و برای شبکه‌های اجتماعی عدد ۰/۶۹۸ به دست آمد.

## یافته‌ها

### بافت نمونه آماری

جمعیت نمونه در این پژوهش را ۳۸۱ نفر از شهروندان شهر رشت تشکیل دادند. از این تعداد ۴۵/۵ درصد را زنان و ۵۴/۶ درصد را مردان تشکیل می‌دادند. ۳۳/۳ درصد افراد مجرد و ۶۱/۹ درصد متأهل بودند. حداقل سن پاسخگویان ۱۸ و حداکثر ۸۰ سال بود همچنین میانگین سنی ۳۸/۳۱ و نما ۲۹ سال بود. ۶/۸ درصد از پاسخگویان زیر دیپلم، ۳۲/۵ درصد دیپلم، ۱۱/۸ درصد کاردانی، ۳۸/۳ درصد کارشناسی و ۱۰/۵ درصد افراد با مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. بیشتر نمونه آماری (۹۶/۳ درصد) مسلمان و شیعی بودند. در مورد وضع فعالیت هم ۱۶ درصد خانه‌دار، ۱۲/۳ درصد دانشجو، ۰/۸ درصد سرباز، ۶/۸ درصد بیکار، ۵۱/۴ درصد شاغل و ۱۲/۶ درصد بازنشسته بودند. بیشتر پاسخگویان (۸۵/۳ درصد) گیلک، ۵/۸ درصد تالشی، ۵ درصد فارس، ۲/۴ درصد ترک و ۰/۸ درصد کرد بودند. از نظر احساس

تعلق طبقاتی، ۱۸/۸ درصد خود را جزء طبقات بالا، ۶۶/۱ درصد جزء طبقه متوسط و ۱۴/۸ درصد هم خود را جزء طبقات پایین اجتماع به حساب می‌آوردند. از نظر درآمد ماهیانه کل خانواده ۲۱/۵ درصد زیر ۱ میلیون تومان، ۲۴ درصد بین ۱ تا ۱/۵ میلیون تومان، ۲۲ درصد بین ۱/۵ تا ۲ میلیون تومان و ۳۲/۵ درصد هم بالای ۲ میلیون تومان درآمد ماهیانه کل خانواده خود را ذکر کردند.

### آزمون رابطه بین متغیرهای مستقل و سرمایه اجتماعی

در این بخش با استفاده از آزمون‌های مختلف به سنجش معناداری فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد. آزمون‌ها متناسب با سطح سنجش متغیرها انتخاب شد. لازم به ذکر است در این مرحله ابتدا کلیه شرایط آزمون‌ها از جمله سنجش همبستگی نسبی متغیرهای وابسته، نرمال بودن متغیرهای فاصله‌ای و در صورت لزوم نرمال‌سازی داده‌ها و برای آزمون رگرسیون استقلال خطاها و عدم همخطی متغیرهای مستقل بررسی شد.

جدول (۱) آزمون واریانس چندمتغیره (متغیرهای زمینه‌ای و هویت اجتماعی)

قدرت مشاهده شده	مجذور اتای جزئی	<i>p</i>	درجه آزادی خطا	درجه آزادی فرضیه	<i>F</i>	مقدار ارزش	آزمونهای چندمتغیره	سیستمی تعیینه
۰/۸۸۹	۰/۰۳۹	۰/۰۰۵	۳۷۶	۴	۳/۷۷۱	۰/۰۳۹	اثر پیلای	جنس
۰/۸۸۹	۰/۰۳۹	۰/۰۰۵	۳۷۶	۴	۳/۷۷۱	۰/۹۶۱	لامبدای ویکلز	
۰/۹۹۹	۰/۰۴۰	<۰/۰۰۱	۱/۱۲۸	۱۲/۰۰۰	۳/۹۵۸	۰/۱۲۱	اثر پیلای	تأهل و تمیز
۰/۹۹۸	۰/۰۴۲	<۰/۰۰۱	۹۸۹/۸۰	۱۲/۰۰۰	۴/۰۸۸	۰/۸۸۰	لامبدای ویکلز	
۰/۳۳۹	۰/۰۰۵	۰/۹۵۴	۱/۵۰۴	۱۶/۰۰۰	۰/۴۸۸	۰/۰۲۱	اثر پیلای	تخصصات
۰/۲۵۳	۰/۰۰۵	۰/۹۵۵	۱/۱۴۰	۱۶/۰۰۰	۰/۴۸۶	۰/۹۷۹	لامبدای ویکلز	
۱	۰/۰۴۲	<۰/۰۰۱	۱/۵۰۰	۲۰/۰۰۰	۳/۲۹۳	۰/۱۶۸	اثر پیلای	وضع فعالیت
۱	۰/۰۴۳	<۰/۰۰۱	۱/۲۳۵	۲۰/۰۰۰	۳/۳۸۵	۰/۸۳۸	لامبدای ویکلز	
۰/۶۶۱	۰/۰۱۰	۰/۵۱۸	۱/۵۰۰	۱۶/۰۰۰	۰/۹۴۳	۰/۰۴۰	اثر پیلای	تعلقی طبقاتی
۰/۵۰۹	۰/۰۱۰	۰/۵۲۱	۱/۱۳۷	۱۶/۰۰۰	۰/۹۴۱	۰/۹۶۱	لامبدای ویکلز	

جهت بررسی رابطه هویت اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای اسمی و ترتیبی از آزمون واریانس چندمتغیره بهره گرفته شد. بر اساس نتایج به دست آمده هویت اجتماعی



پاسخگویان به طور کلی با متغیرهای جنس، وضعیت تأهل و وضع فعالیت در رابطه است. بیشترین ارتباط نیز با متغیر وضع فعالیت برقرار که نزدیک ۱۷ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل تبیین شده است. بر مبنای سایر نتایج به دست آمده می توان گفت انواع هویت اجتماعی به جز هویت مذهبی در بین مردان بالاتر است. همچنین در بین افراد متأهل نیز قدری بالاتر است. هویت ملی در بین افراد بازنشسته بیشتر و در بین دانشجویان و افراد بیکار پایین تر است.

جدول (۲) همبستگی بین متغیرهای سن، هزینه و درآمد ماهیانه خانواده با انواع هویت اجتماعی

کل هزینه خانواده		کل درآمد خانواده		سن		متغیر مستقل هویت اجتماعی
p	r	p	r	p	r	
۰/۰۰۲	-۰/۱۶۱	۰/۰۰۳	-۰/۱۵۵	<۰/۰۰۱	۰/۱۹۶	هویت قومی
۰/۰۲۴	-۰/۱۲۱	۰/۰۵۹	-۰/۱۰۰	<۰/۰۰۱	۰/۲۹۶	هویت ملی
<۰/۰۰۱	-۰/۱۹۵	<۰/۰۰۱	-۰/۲۲۳	<۰/۰۰۱	۰/۲۰۷	هویت مذهبی

بر اساس نتایج به دست آمده به نظر می رسد بین انواع هویت اجتماعی و متغیرهای سن و درآمد و هزینه کل خانواده رابطه وجود دارد. همبستگی بین سن پاسخگویان و انواع هویت اجتماعی معنادار و مثبت بود به این معنا که افراد با سن بالاتر هویت اجتماعی بالاتری دارند. اما این همبستگی با متغیرهای درآمد و هزینه منفی است.

جدول (۳) آزمون واریانس چندمتغیره (متغیرهای زمینهای و سرمایه اجتماعی)

قدرت مشاهده شده	مجذور اتای جزئی	<i>p</i>	درجه آزادی خطا	درجه آزادی فرضیه	<i>F</i>	مقدار ارزش	آزمونهای چندمتغیره	متغیر مستقل
۰/۳۵۴	۰/۰۱۲	۰/۳۴۵	۳۷۳/۰۰	۴/۰۰۰	۱/۱۲۵	۰/۰۱۲	اثر پیلای	جنس
۰/۳۵۴	۰/۰۱۲	۰/۳۴۵	۳۷۳/۰۰	۴/۰۰۰	۰/۱۲۵	۰/۹۸۸	لامبدای ویکلز	
۰/۹۴۴	۰/۰۲۲	۰/۰۱۳	۰/۰۱۳	۱۲/۰۰۰	۲/۱۲۴	۰/۰۶۸	اثر پیلای	وضعیت تأهل
۰/۹۱۰	۰/۰۲۳	۰/۰۱۲	۰/۰۱۲	۱۲/۰۰۰	۰/۱۵۲	۰/۹۳۴	لامبدای ویکلز	
۰/۹۹۸	۰/۰۳۰	<۰/۰۰۱	۱/۴۹۲	۱۶/۰۰۰	۲/۹۲۲	۰/۱۲۲	اثر پیلای	تحصیلات
۰/۹۸۷	۰/۰۳۱	<۰/۰۰۱	۱/۱۳۱	۱۶/۰۰۰	۲/۹۸۰	۰/۸۸۱	لامبدای ویکلز	
۰/۹۹۹	۰/۰۳۴	<۰/۰۰۱	۱/۴۸۸	۲۰/۰۰۰	۲/۶۳۵	۰/۱۳۷	اثر پیلای	وضع فعالیت
۰/۹۹۵	۰/۰۳۵	<۰/۰۰۱	۱/۲۲۵	۲۰/۰۰۰	۲/۶۶۰	۰/۸۶۸	لامبدای ویکلز	
۰/۹۸۷	۰/۰۲۴	۰/۰۰۳	۱/۴۸۸	۱۶/۰۰۰	۲/۲۷۶	۰/۰۹۶	اثر پیلای	تعلق طبقاتی
۰/۹۴۰	۰/۰۲۴	۰/۰۰۳	۱/۴۲۸	۱۶/۰۰۰	۲/۲۷۷	۰/۹۰۷	لامبدای ویکلز	

با توجه به مقادیر به دست آمده می توان گفت سرمایه اجتماعی افراد با وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، وضع فعالیت و احساس تعلق طبقاتی در رابطه است. بر اساس سایر نتایج

به دست آمده می‌توان گفت سرمایه اجتماعی در بین افراد مجرد قدری بیشتر است. افراد با تحصیلات بالا دارای سرمایه اجتماعی بالاتری بودند. همچنین سرمایه اجتماعی افراد بیکار و بازنشسته کمتر و این شاخص بین اقشار طبقه متوسط، بالاتر از سایر لایه‌های طبقاتی بود.

جدول (۴) همبستگی بین متغیرهای سن، هزینه و درآمد ماهیانه خانواده با ابعاد سرمایه اجتماعی

کل هزینه خانواده		کل درآمد خانواده		سن		متغیر مستقل هویت اجتماعی
<i>p</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	
<۰/۰۰۱	۰/۲۱۷	<۰/۰۰۱	۰/۲۱۳	۰/۰۶۹	-۰/۰۹۳	شبکه‌های رسمی
۰/۱۷۲	۰/۰۷۳	۰/۱۶۳	۰/۰۷۴	۰/۰۱۸	-۰/۱۲۱	شبکه‌های غیررسمی
۰/۵۷۸	۰/۰۳۰	۰/۲۳۳	۰/۰۶۴	۰/۴۹۱	۰/۰۳۶	اعتماد
۰/۰۵۸	۰/۱۰۱	۰/۰۴۱	۰/۱۰۹	<۰/۰۰۱	-۰/۲۲۰	هنجارهای همیاری

بر اساس نتایج به دست آمده جدول (۴)، بیشترین همبستگی بین ابعاد سرمایه اجتماعی با سن افراد مربوط به هنجارهای همیاری است ( $r = -0/220$ ،  $p < 0/0001$ ) که با توجه به منفی بودن ضریب همبستگی می‌توان نتیجه گرفت افراد با سن پایین‌تر از بهرهمندی بیشتری از هنجارهای همیاری همچنین شبکه‌های غیررسمی دارند. شبکه‌های رسمی و هنجارهای همیاری پاسخگویان همچنین با متغیر درآمد کل خانواده در رابطه است.

### بررسی نقش سرمایه اجتماعی در پیش‌بینی تغییرات هویت اجتماعی

جدول (۵) تحلیل رگرسیون چندمتغیره نقش سرمایه اجتماعی در پیش‌بینی هویت اجتماعی

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> <sub>Adj.</sub>	SES	df	F	p
سرمایه اجتماعی	هویت ملی	۰/۳۰۷	۰/۰۹۴	۰/۰۸۴	۳/۶۴۱	۴	۹/۶۹۳	<۰/۰۰۱
	هویت قومی	۰/۳۳۴	۰/۱۱۱	۰/۱۰۲	۳/۳۰۷	۴	۱۱/۶۹	<۰/۰۰۱
	هویت مذهبی	۰/۳۵۸	۰/۱۲۸	۰/۱۱۹	۴/۸۲۴	۴	۱۳/۶۸	<۰/۰۰۱

به منظور بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی افراد بر انواع هویت اجتماعی‌شان از رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. بر اساس نتایج، رابطه بین سرمایه اجتماعی با هویت ملی، قومی و مذهبی پاسخگویان با ۹۹ درصد اطمینان معنادار است. در این بین بالاترین همبستگی با هویت مذهبی (۰/۳۵۸) و سپس هویت قومی (۰/۳۳۴) است. با توجه به ضرایب تعیین می‌توان گفت حدود ۱۳ درصد از تغییرات هویت مذهبی توسط سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود. همین‌طور این ضریب برای هویت قومی برابر ۱۱ درصد و برای هویت ملی برابر ۹/۴ درصد می‌باشد. در بررسی صورت گرفته در خصوص تأثیر هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی بر انواع هویت افراد، متغیر اعتماد با اختلاف سهم بیشتری در تبیین انواع هویت اجتماعی داشت. ضریب بتای متغیر اعتماد برای هویت مذهبی ۰/۳۴۲، برای هویت قومی ۰/۳۰۱ و برای هویت ملی مقدار ۰/۲۵۸ می‌باشد.

## بحث

یافته‌های تحقیق نشان داد میانگین هویت قومی، ملی در بین مردان بیشتر از زنان است و زنان هویت مذهبی بالاتری نسبت به مردان داشتند. هویت قومی، ملی و مذهبی در بین متأهلها نیز بیشتر از مجردها است. هویت ملی در بین بازنشسته‌ها بیشتر و در سربازها، دانشجویان و افراد بیکار پایین‌تر است. هویت مذهبی در بین زنان خانه‌دار بیشتر و در میان سربازان، دانشجویان و افراد بیکار پایین‌تر است. به نظر می‌رسد ثبات موقعیت اجتماعی فرد در جامعه، در هویت ملی و مذهبی تأثیرگذار است. با بررسی انواع هویت اجتماعی افراد می‌توان چنین برداشت کرد که هویت‌های قومی، ملی و مذهبی در بین جامعه آماری یعنی شهروندان شهر رشت در یک تعامل و همزیستی با هم به سر می‌برند و متغیرهای تقریباً یکسانی بر آنها تأثیرگذار است.

به‌طورکلی سرمایه اجتماعی در بین افراد مجرد اندکی بیشتر از متأهلها است. جز اعتماد که در بین متأهلها بالاتر است که این برخلاف نتایج به دست آمده در مطالعه گنجی و همکاران (۱۳۸۹) است که در آن سرمایه اجتماعی افراد متأهل دارای سطح بالاتری بود. شبکه‌های رسمی و هنجارهای همیاری در بین افراد با تحصیلات بالا، بیشتر است. افراد شاغل و خانه‌دار دارای اعتماد بالاتر و افراد بیکار دارای پایین‌ترین سطح اعتماد بودند. هنجارهای همیاری در بین سربازها و دانشجویان بالاتر و در بین بازنشسته‌ها به شکل معناداری پایین‌تر است. شبکه‌های رسمی نیز در بین زنان خانه‌دار و بازنشسته‌ها پایین است. شبکه‌های رسمی برای کسانی که خود را جزء طبقه متوسط رو به بالا می‌دانند، به مراتب بالاتر است. شبکه‌های غیررسمی نیز در بین افرادی که خود را متعلق به طبقات بالاتر می‌دانند، بیشتر است. این موضوع برای هنجارهای همیاری نیز صادق است. اما اعتماد افراد برای کسانی که خود را جزء طبقه متوسط می‌دانند بیشتر از طبقات بالا و پایین است.

یافته‌های تحقیق درباره رابطه سرمایه اجتماعی افراد با انواع هویت اجتماعی نشان داد که انواع سرمایه اجتماعی به‌طور کلی با هویت اجتماعی افراد در رابطه است. این بررسی که توسط تحلیل رگرسیون چندمتغیره صورت گرفت؛ نشان داد که رابطه سرمایه اجتماعی با هویت اجتماعی افراد معنادار است. موضوعی که در کار قادرزاده (۱۳۹۰) نیز نشان داده شد. در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بیشترین قدرت رابطه و پیش‌بینی متعلق است به اعتماد است و پس از آن متغیر هنجارهای همیاری و شبکه‌های غیررسمی افراد قرار دارند. این نتایج در کار رضایی و احمدلو (۱۳۸۴) هم به‌دست آمد. در تحقیق فریدون وحید در سال ۱۳۸۲ نیز علاوه بر نشان دادن رابطه بین هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی، اعتماد بیشترین تأثیر را بر هویت قومی و هویت ملی افراد نشان داد. اعتماد در تحقیق پیرامون رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی توسط گنجی و همکاران (۱۳۸۹) نیز بیشترین سهم را در پیش‌بینی هویت مذهبی یا دینی دارد.

نتایج نشان داد همان‌طور که کلمن سرمایه اجتماعی را پلی میان فرد و جمع می‌داند و پاتنام به نقش سرمایه اجتماعی در تقویت هویتها و همگنی جامعه اشاره دارد؛ سرمایه اجتماعی افراد با انواع هویت اجتماعی در رابطه است. در مجموع می‌توان گفت ابعاد سرمایه اجتماعی افراد به ترتیب بیشترین تأثیر را بر هویت مذهبی و سپس هویت قومی و ملی دارد و موجب تقویت این هویتها می‌شود. ارتباطی که کلمن نیز بر آن تأکید می‌ورزید و بسیار به تأثیر متقابل دین و سرمایه اجتماعی اشاره داشت. کاندلند نیز معتقد بود دین از طریق ایجاد شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی موجب تقویت سرمایه اجتماعی می‌شود (رنانی، ۱۳۸۸). از بین ابعاد سرمایه اجتماعی نیز اعتماد بیشترین تأثیر را داراست. در این بین کمترین تأثیرگذاری بر انواع هویت‌های اجتماعی مربوط به شبکه‌های رسمی است.

این تحقیق بر پایه زاویه نگاه گیدنز و مفهوم سرمایه اجتماعی در نزد کلمن و پاتنام شکل گرفت. با اینکه هدف این مطالعه، نظریه‌سازی نبوده و صرفاً تبیین علمی روابطی بوده

که به نظر محقق و بر مبنای مستندات در جامعه می‌توان یافت؛ نتایج می‌تواند راهگشای مدل‌های جدیدی پیرامون تبیین روابط بین این پدیده‌های مهم اجتماعی شود. صحبت‌های فراوانی پیرامون اهمیت هویت قومی، هویت ملی و مذهبی به‌ویژه در بین جوانان می‌شود. از اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر این هویتها، با توجه با نتایج تحقیق، اعتماد است. می‌توان از طریق تأثیرگذاری بر اعتماد جامعه موجب ارتقای سطح انواع هویت اجتماعی شد. اعتماد که از نظر گیدنز حاصل انتظارات برآورده شده چشمداشتها در رویدادهای اجتماعی است و به صورت بی‌واسطه‌ای با مفهوم ساختار و نهاد از یک سو و با خصصتهای جامعه مدرن از سوی دیگر مرتبط است. اعتماد که گیدنز همانند زیمل آن را صورتی از ایمان به جامعه می‌داند. یکی از بخشهای مهم اعتماد، اعتماد به ساختارها و نهادهای حاکم است که تسری‌بخش در سایر لایه‌های اجتماعی است. افزایش اعتماد عمومی در جامعه موجب بهبود و تقویت هویت اجتماعی در بین مردم می‌شود. این موضوع به‌ویژه در مورد جوانان اهمیت بیشتری دارد چرا که بنا به نتایج به دست آمده هویت قومی، ملی و مذهبی در جوانان کمتر است. بیکاری یکی از مشکلات اساسی است که هم به اعتماد عمومی جوانان آسیب می‌زند و هم همان‌طور که نتایج نشان داد بر هویت ملی و مذهبی تأثیر منفی دارد. این موضوعات مربوط به برنامه‌ریزی‌های کلانی است که باید نه تنها از دید اقتصادی به آن نگرست؛ بلکه باید سایر جوانب مسئله را درک کرد تا به اولویت و اهمیت آن پی برد.

- ازکیا، م. و حسینی‌راد، ک. (۸۸۳۱). نقش اعتماد اجتماعی در مشارکت مردم در طرح‌های توسعه روستایی. *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۳(۱)، ۷-۸۲.
- ازکیا، م. و غفاری، غ. ر. (۸۸۳۱). *توسعه روستایی با تأکید بر جامعه ایران*. چاپ سوم، تهران: نشر نی.
- احمدلو، ح. و افروغ، ع. (۱۸۳۱). رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴(۳۱)، ۹۰۱-۴۴۱.
- الطائی، ع. (۸۷۳۱). *بحران هویت قومی در ایران*. تهران: نشر شادگان.
- ایمان، م. ت. و روحانی، ع. (۲۹۳۱). هویت اسلامی و هویت‌های رغیب (هویت جهانی، ملی و قومی) مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۶(۱)، ۷۲۱-۸۴۱.
- بروجردی، م. (۹۷۳۱). فرهنگ و هویت ایرانی در فراسوی مرز. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۲(۵)، ۷۱۳-۰۳۳.
- بلیکی، ن. (۰۹۳۱). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی* (ترجمه ح. چاوشیان). چاپ چهارم، تهران: نشر نی.
- پاتنام، ر. (۰۸۳۱). *دموکراسی و سنت‌های مدنی* (ترجمه محمد تقی دلفروز). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- پیراهری، ن. (۸۸۳۱). سرمایه اجتماعی در نظریات جدید. *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۳(۳)، ۲۳۱-۹۰۱.
- پیران، پ.، موسوی، م. ط. و شیانی، م. (۵۸۳۱). سرمایه اجتماعی در ایران، کارپایه مفهومی و مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی با تأکید بر شرایط ایران. *مجله رفاه اجتماعی*، ۳۲، ۷-۴۴.
- تاجیک، م. ر. (۳۸۳۱). *جهانی شدن و هویت*. تهران: موسسه تحقیقات و توسعه انسانی دانشگاه تهران.
- تاجیک، م. ر. (۹۷۳۱). روشنفکر ایرانی و معمای هویت ملی. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۵۲، ۶۷۱-۹۵۱.
- تشکر، ز. و معینی، م. ر. (۱۸۳۱). نگاهی به سرمایه اجتماعی و توسعه. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۴، ۲۴-۵۲.
- توسلی، غ. ع. و موسوی، م. (۴۸۳۱). سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، ۱۱(۶۲)، ۱-۲۳.
- جنکینز، ر. (۱۹۳۱). *هویت اجتماعی* (ترجمه ت. یاراحمدی). تهران: پردیس دانش.
- جهانگیری، ج. و معینی، م. (۹۸۳۱). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی: نمونه مطالعه: دانشجویان دانشگاه شیراز. *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی فردوسی مشهد*، ۷(۲)، ۷۳-۴۷.



- حاجیانی، ا. (۲۹۳۱). *جامعه شناسی هویت ایرانی*. چاپ دوم، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- رفیعی جبردهی، ع. و حبیب زاده خطبه سرا، ر. (۱۹۳۱). بررسی عوامل مؤثر بر هویت جمعی (محلی، ملی و جهانی) شهروندان گیلک. *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، (۲)۱، ۲۲۱-۰۰۱.
- رهنما، م. ر. و رضوی، م. ح. (۱۹۳۱). بررسی تأثیر حس تعلق مکانی بر سرمایه اجتماعی و مشارکت در محلات شهر مشهد. *نشریه هنرهای زیبا-معماری و شهرسازی*، (۲)۷۱، ۶۳-۹۲.
- شریفی، ا. و کاکاوندی، ا. (۹۸۳۱). رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان. پژوهش جوانان، *فرهنگ و جامعه*، ۴، ۰۵-۵۲.
- شیبانی، م. موسوی، م. ط. و مدنی قهقرخی، س. (۸۸۳۱). سرمایه اجتماعی جوانان در ایران. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۰۱(۳)، ۴۸-۷۵.
- سعادت، ر. (۵۸۳۱). تخمین سطح و توزیع سرمایه اجتماعی استانها. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۳۲، ۶۹۱-۳۷۱.
- علیزاده اقدم، م. ب.، شیری، م. و اوچاقلو، س. (۹۸۳۱). نقش آموزش در ارتقاء شاخصهای هویت ملی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۳(۹)، ۶۰۲-۱۸۱.
- علیزاده اقدم، م. ب.، کوهی، ک.، عباس زاده، م. و مبارک بخشایش، م. (۰۹۳۱). گرایش به هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن. *مهندسی فرهنگی*، ۱۶ و ۲۶، ۲۷-۹۵.
- فاین، ب. (۵۸۳۱). *سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی: اقتصاد سیاسی و دانش اجتماعی در طلیعه هزاره سوم* (ترجمه م. ک. سروریان). تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- فکوهی، ن. و آموسی، م. (۸۸۳۱). هویت ملی و هویت قومی در کردستان ایران. *فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، ۲، ۶۷-۹۴.
- کاجی، ح. (۸۷۳۱). *کیستی ما*. تهران: نشر روزنه.
- گل محمدی، ا. (۲۹۳۱). *جهانی شدن، فرهنگ و هویت*. چاپ ششم، تهران: نشر نی.
- گنجی، م.، نعمت الهی، ز. و طاهری، ز. (۹۸۳۱). رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی در بین مردم کاشان. *جامعه شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، ۱۲(۴)، ۴۴۱-۳۲۱.
- گیدنز، آ. (۸۷۳۱). *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید* (ترجمه ن. موفقیان). تهران: نشر نی.
- محمدی، ج.، محمدی، ف. و سلیمان زاده، ز. س. (۱۹۳۱). تبیین جامعه شناختی رابطه سرمایه اجتماعی / فرهنگی و اثربخشی آموزشی معلمان (مطالعه موردی دبیران دبیرستان-های شهر سنندج). *دوفصلنامه مطالعات جامعه شناختی*، ۱(۹۱)، ۲۲۲-۷۸۱.

- موسوی، م. ط. و علی‌پور، پ. (۱۹۳۱). *تاملی بر نظریه سرمایه اجتماعی در جامعه*. تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- میرهاشمی، م. و حیدرپور، ل. (۰۹۳۱). ارتباط عوامل اجتماعی با هویت اجتماعی دانش‌آموزان. *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، ۴(۲۱)، ۵۸۱-۷۶۱.
- وحیداء، ف.، کلانتری، ص. و فتیحی، ا. ق. (۳۸۳۱). رابطه سرمایه اجتماعی با هویت اجتماعی دانشجویان (مطالعه موردی یازده دانشگاه دولتی شهر تهران). *مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)*، ۷۱، ۲۹-۹۵.
- هزارجریبی، ج. و لهراسبی، س. (۰۹۳۱). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با میزان هویت جمعی. *جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، ۲۲(۲۴)، ۱-۰۲.
- هزارجریبی، ج. و نجفی، م. م. (۹۸۳۱). اعتماد و توسعه گردشگری. *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، ۷، ۳۵-۰۷.
- Bexley, E. (2007). *Social Capital in Theory and Practice*. Center for the Study of Higher Education, The University of Melbourne.
- Beaudoin, C. E. (2007). Mass media use neighborliness, and Social capital: Assessing Causal links with panel data. *Communication Research*, 34(6), 637-664.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (241-258). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1997). *The Forms of Capital*. In A. H. Halseu, Ph., Brown, L. Weas & A. Stuart (Eds.), *Education, Culture, Economy Society* (46-58). London: oxford Univers Press.
- Burkitt, I. (1994). The Shifting Concept of the Self. *History of the Human Sciences*, 7(2), 7-20.
- Davis, J. B. (2014). *Social Capital and Social Identity: Trust and Conflict*. Forthcoming In A. Christoforou & J. Davis (Eds.), *Social Capital and Economics: Social Values, Power, and Identity* (8-10). London: Routledge.
- Field, J. (2003). *Social capital*. New York: Routledge.
- Healy, K., Ayres, L., & Hampshire, A. (2003). *Social Capital and Quality of Life in Geographically diverse communities affected by Rapid Social and Economic Change*. 8th Australian Institute of Family Studies Conference, Australian Institute of Family Studies.

- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory Of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Putnam, R. D. & Gross, K. A. (2002). *Introduction. In R. Putnam (Ed.), Democracies in Flux*, The Evolution of Social Capital in Contemporary Society (3-20).Oxford: Oxford University Press.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy work: civic tradition in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Schlesinger, Ph. (1991). *Media, State and Nation: Political Violence and Collective Identities*. London: Sage.
- Stryker, Sh. & Burke, J. P. (2000). The Past, Present and Future of an Identity Theory, *Social Psychology*. 63(4), 284-297.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- Terner, Jonathan.H (2003), "*The Structure of Sociological Theory*", USA, Wadworth Pub Co, Seven Edition.
- Wall, E., Gabriele, F. & and Frans, Sch. (1998). Getting the Goods on Social Capital. *Rural Sociology*, 63(2), 300-322.
- Webber, M. P. (2008). *Access to Social Capital and the Course of Depression Aprospective Study*. London: Listitute of Psuchiatty, Kiges College.
- Woodward, K. (2000). *Introduction in Questioning Identity: Gender, Class, Nation*. London: Sage.