

مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی مطالعه موردی: جوانان شهر بندرعباس

* بیژن خواجه‌نوری

** لیلا پرنیان

*** صغری همت

E-mail: Bkhajeh@rose.shiraz.ac.ir

E-mail: Lleilaparnian@yahoo.com

E-mail: hemmat.soghra@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۰/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۳/۲۷

چکیده

هدف این مطالعه بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان شهر بندرعباس است. این تحقیق به روش پیمایش و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام گرفته است. شیوه نمونه‌گیری، تصادفی سهمیه‌ای چند مرحله‌ای و حجم نمونه ۴۰۶ نفر بوده است. در ابتدا مطالعات پیشین بررسی شده و سپس با استفاده از نظریه گیدنز، جنکینز و بورديو فرضیات تحقیق به آزمون گذاشته شد. لازم به ذکر است که متغیر سرمایه اجتماعی به‌عنوان متغیر مستقل شامل میزان ارتباطات اجتماعی، صمیمیت اجتماعی، حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی بوده و متغیر سرمایه فرهنگی نیز با سنجش میزان مصرف کالاهای فرهنگی به‌طور عینی و مهارت‌ها و توانایی‌های علمی، تحصیلی و فرهنگی و سطح تحصیلات سنجیده شده است. بر اساس نتایج رگرسیون چندمتغیره، چهار متغیر مشارکت مذهبی - سنتی، مشارکت فرهنگی - مدنی، مسافرت خارج، و صمیمیت اجتماعی وارد معادله شده و در مجموع ۴۷/۵ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی را تبیین کرده است.

کلید واژه‌ها: هویت اجتماعی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، جوانان، مشارکت اجتماعی.

* استادیار بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، نویسنده مسئول

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز

*** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز

مقدمه

امروزه افراد جامعه بیشتر از گذشته درباره «هویت» سؤالاتی می‌شنوند، مطالبی می‌خوانند و بحث‌هایی می‌کنند. در حقیقت این واژه در عصر حاضر یک کلمه کلیدی برای کنفرانس‌ها، سخنرانی‌ها، کتاب‌ها، مقالات و مکالمه‌ها شده است. بخشی از علایق به این موضوع که در سال‌های اخیر توسعه پیدا کرده است حول مفاهیم «خود»، «فردیت» و «نظریهٔ هویت» بوده است (کریستینا، ۲۰۰۸: ۵۵۰). این مفهوم یکی از مفاهیم پیچیدهٔ اجتماعی است که تاکنون دیدگاه‌های مختلفی دربارهٔ آن ارائه شده و در لغت به معنای تشخیص (دهخدا، ۱۳۷۷: ج ۱۴: ۲۰۸۶۶) و آنچه سبب شناسایی شخصی باشد (معین، ۱۳۷۷؛ ۵۲۲۸، ج ۴) تعریف شده است. هویت در ارتباط با دیگر افراد مورد بررسی قرار می‌گیرد و بدون توجه به زندگی اجتماعی و روابط بین انسان‌ها معنایی نخواهد داشت. یعنی محصول ارتباط و تعامل است و دیگری باید وجود داشته باشد تا «من» ساخته و درک شود. به عبارت دیگر هویت در کلی‌ترین مفهوم آن به خودآگاهی یک شخص در رابطه با دیگری اشاره دارد (عیوضی و هراتی، ۱۳۸۸: ۸).

«هویت اجتماعی» مبتنی بر سه عنصر است: ۱- همانندی و هماهنگی شخصیت اجتماعی با «فراخود» فرد و بخش ذهنی و پندارهای مقوم گروه و نیز استقرار وی در پایگاهی معین ۲- آگاهی و اعتقاد فرد از تعلق به گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد ۳- پیدایی تعهد و احساس مسئولیت برای ایفای نقش‌های محول در کلیهٔ ساختارهای اجتماعی مربوطه (ابوالحسنی، ۱۳۸۸: ۲۵).

اهمیت و ضرورت بحث از هویت اجتماعی از آنجا ناشی می‌شود که شناخت از خود فردی و جمعی آثار بسیار سودمندی را در جامعه به دنبال خواهد داشت. به‌عنوان مثال رسیدن به پیشرفت انسان و توسعه و تعالی جامعه و ایجاد امنیت در آن، نیازمند شناخت از خود است. هم‌چنین هویت اجتماعی نه تنها ارتباطات اجتماعی را امکان‌پذیر می‌کند بلکه به زندگی افراد معنا می‌بخشد. به عبارت دیگر هویت اجتماعی فرایندی برای خودشناسی کنشگران اجتماعی است که معناسازی نیز به واسطهٔ آن صورت می‌گیرد (باقری و سلیمان نژاد، ۱۳۸۹: ۹۳). هم‌چنین فهم چیستی و چگونگی خود در برابر دیگری که مشخصهٔ هویت است نه تنها در ساختار روانی افراد بلکه در تکاپوهای جامعهٔ انسانی نیز اهمیت زیادی دارد (ذوالفقاری و سلطانی، ۱۳۸۹: ۲۵) و (زلفعلی فام و غفاری، ۱۳۸۸: ۱۲۲). بنابراین می‌توان گفت بحران هویت منجر به سرخوردگی‌های روانی، فردگرایی خودخواهانه، بی‌تعهدی، فساد اخلاقی، هنجارشکنی و اختلال در نظم

و کنترل اجتماعی، تخریب منابع و پایمال شدن منافع ملی و اجتماعی و نارضایتی اجتماعی می‌گردد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۷).

از طرف دیگر امروزه شاهد آن هستیم که تحولات سریع اجتماعی و فرهنگی، و گرفتار شدن در روند اقتصاد جهانی شده، شخصیت انسان امروزی را چنان بی‌ثبات کرده است که نمی‌داند «کیست»، «چه می‌خواهد» و «به کجا می‌رود» و هویت اجتماعی افراد را تبدیل به یک مسأله اجتماعی کرده است. این روند به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران نمود بیشتری دارد. این کشورها که تا چندی پیش دارای ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های ویژه‌ی خود بوده‌اند، با هجوم انواع مظاهر فرهنگی و اجتماعی غرب دچار نوعی تناقض و بی‌هویتی شده‌اند. بنابراین امروزه با توجه به کثرت هویت‌های فرد در جامعه، هویت اجتماعی دچار نقصان شده است (خدایی و مبارکی، ۱۳۸۸: ۲). در این بین عوامل مختلفی مانند رشد صنایع فرهنگی عامه‌پسند در جامعه معاصر ایران و پیشگامی جوانان در مصارف جدید فرهنگی، اهمیت یافتن و تجاری شدن فرآیند فرهنگ فراغتی، تشدید سهم جوانان در تحولات اجتماعی و فرهنگی (چه در شکل جنبش‌های اجتماعی و مصرفی و یا تغییر در ماهیت شهروندی و صورت‌های جدید مشارکت اجتماعی) که خود به درجاتی متأثر از جهانی شدن فرهنگ و رشد تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی جدید است، در کنار سهم آماری و جمعیت گسترش یافته جوانان، مسائل هویتی و فرهنگی جوانان را نسبت به سایر گروه‌های جامعه بسیار پر اهمیت‌تر کرده است (ذکائی، ۱۳۸۶: ۱۱۸). به علاوه هویت یکی از مهم‌ترین چالش‌های دوره جوانی است و ابعاد مختلف هویتی تأثیر انکارناپذیری بر همه فعالیت‌های جوانی داشته و آن را متأثر می‌کند (سروش و افراسیابی، ۱۳۸۹: ۱۲۷). از این رو با تغییر ملاک‌های تمایزساز و هویت‌بخش در بین جوانان، تحقیق حاضر در جستجوی آن است که به بررسی تجربی بین سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی و هویت اجتماعی در بین آنان پردازد. بدین‌سان هدف اصلی مقاله سنجش میزان سرمایه فرهنگی و اجتماعی جوانان و رابطه این دو نوع سرمایه با نحوه برداشت جوانان از خویش‌ن خویش است.

جامعه ایرانی در دهه‌های اخیر در مواجهه با فرآیندهای مدرنیته و تجدد، ارزش‌های جدیدی از قبیل، کتاب خواندن، تخصص داشتن، بازدید از مکان‌های تفریحی و تاریخی، پرداختن فعالیت‌های هنری و غیره را کسب کرده است. این ارزش‌ها که از آنها به ارزش‌های مدرن تعبیر می‌شود، موجب تکثر و تمایزگذاری افراد بر حسب

ملاک‌های امروزی از قبیل سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در میان مردم و به‌ویژه جوانان شده است. بنابراین از آنجایی که هویت امری اجتماعی است و در یک فرآیند زمانی کسب می‌شود، ممکن است تحت تأثیر عوامل موقعیتی و شرطی مختلفی قرار گیرد. از جمله این عوامل موقعیتی می‌توان به سرمایه فرهنگی و اجتماعی یا میزان دسترسی به منابع معرفتی و اجتماعی اشاره کرد. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها 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: ۳۱۱). سرمایه اجتماعی یکی از مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار در روابط بین فردی و بین گروهی، است که طی دو دهه اخیر وارد حیطه علوم اجتماعی شده است (هلیول و پاتنام، ۱۹۵۵: ۱۲). این متغیر افراد را قادر می‌سازد تا شبکه‌ای از روابط اجتماعی را نسبت به یکدیگر حفظ کنند و تداوم بخشند. هم‌چنین موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و باعث پایین آمدن هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. بانک جهانی نیز سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسان و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده است که این پدیده تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد (الوانی و شیروانی، ۲۰۰۶: ۲۱). به‌طور کلی عنصر سرمایه اجتماعی در یک جامعه بسیار ضروری به نظر می‌رسد زیرا همکاری داوطلبانه را در بین اعضای جامعه تشویق نموده، بخش‌های جدا و منفصل موجود در جامعه را به حداقل رسانده و فعالیت دسته‌جمعی را تسهیل می‌نماید. از همه مهم‌تر این‌که به نظر پاتنام، این جنبه از زندگی جمعی، یک پیش‌نیاز ضروری برای نهادهای سیاسی به منظور عملکرد مناسب است. اعتماد، هنجارهای عمل متقابل و شبکه‌های مشارکت مدنی، اجزاء و عوامل ارزشمندی هستند که عمل دستگاه دموکراتیک را روان‌تر می‌سازند (کیم، ۲۰۱۲: ۲۷۲).

ابعاد سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی می‌توانند تعیین‌کننده موقعیت و اظهار وجود هویت افراد باشند (حسین‌زاده، ۱۳۸۸: ۵۱). به علاوه احساس قوی هویت می‌تواند جنبه‌ای از سرمایه اجتماعی باشد. هم‌چنین 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 (خدایی و مبارکی، ۱۳۸۸: ۱). به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی می‌تواند نگرش‌ها و طرز تلقی‌های

افراد را نسبت به اقوام و هم‌چنین طرز تلقی آنان را درباره ملیت و قومیت‌شان تحت تأثیر قرار دهد و موجب تقویت یا تضعیف هویت‌های مختلف و همبستگی جمعی شود. هویت اجتماعی نیز به میزان تداخل و امتزاج گروه‌ها به همدیگر وابسته است و میزان تداخل گروه‌ها نیز به میزان و نوع تعاملات اجتماعی افراد و گروه‌ها بستگی دارد (هزارجریبی و لهراسبی، ۱۳۹۰: ۲).

بنابراین با توجه به اهمیت و نقش سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی لازم است که شناخت کاملی از ابعاد این دو نوع سرمایه و برآوردی از نوع و میزان ارتباط هر یک با هویت اجتماعی به دست آید. با توجه به این مباحث، وجه دیگر این تحقیق سنجش سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی است. با توجه به بررسی‌های اجتماعی انجام شده در ایران مفهوم همکاری گروهی و سرمایه اجتماعی در روابط اجتماعی شناخته نشده و اعتماد مردم به یکدیگر کمرنگ شده است (سروش و افراسیابی، ۱۳۸۹: ۱۲۷). برخی از پژوهشگران نیز به روند فرسایشی سرمایه اجتماعی موجود به‌ویژه در بین جوانان طی چند دهه اخیر، هم در درون و هم بیرون از خانواده اشاره کرده‌اند که توأم با رشد فردگرایی و تقدم مصالح فردی بر جمعی بوده است. این مسأله معرف پیدایش گسل‌ها و گسست‌های اجتماعی و منبع اصلی افزایش انواع مسائل و آسیب‌های اجتماعی خواهد بود (شیبانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۹). بنابراین در این مقاله کوشش شده است در پرتو دانش موجود و تحقیقات انجام شده، رابطه میان سرمایه فرهنگی و اجتماعی با هویت اجتماعی تبیین شود. در این باره پاسخ به سؤالات زیر مدنظر بوده است: میزان سرمایه فرهنگی و اجتماعی در جوانان شهر بندرعباس چقدر است؟ میزان هویت اجتماعی در بین جوانان مورد مطالعه چقدر است؟ کدام یک از ابعاد سرمایه فرهنگی و اجتماعی قدرت تبیین هویت اجتماعی جوانان را دارند؟ نوع همبستگی ابعاد مختلف این دو سرمایه با هویت اجتماعی جوانان چگونه است؟

بدیهی است که با مطالعه علمی و شناخت دقیق سرمایه فرهنگی و اجتماعی اقشار مختلف جامعه می‌توان از این دو مفهوم به‌عنوان متغیر پیش‌بینی‌کننده در تحلیل مسائل اجتماعی و فرهنگی نظیر هویت اجتماعی استفاده کرد (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۵).

ادبیات پژوهش

درخصوص موضوعاتی چون هویت و انواع آن و هم‌چنین سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی به‌صورت جداگانه تحقیقات ارزشمندی در داخل و خارج صورت گرفته است.

اما بررسی نظری و تجربی رابطه سرمایه فرهنگی و اجتماعی با هویت اجتماعی در مطالعات داخلی و خارجی بسیار اندک است. به عنوان مثال در منابع داخلی و خارجی، هزار جریبی و لهراسبی (۱۳۹۰)، قادرزاده (۱۳۹۰)، شریفی و کاکاوندی (۱۳۸۹)، پترسون و همکاران (۲۰۱۲) و مکلان و وایت (۲۰۰۵) به مطالعه ارتباط انواع مختلف سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با هویت جمعی پرداخته‌اند که نتایج تحقیقات آنها گویای ارتباط معنادار بین انواع مختلف سرمایه با هویت‌های جمعی (ملی و اجتماعی) است. این در حالی است که پاره‌ای دیگر از تحقیقات مانند سروش و افراسیابی (۱۳۸۹)، کیم (۲۰۱۲)، سلمنت (۲۰۰۵) و گنجی و همکاران (۱۳۸۹) به مطالعه تأثیر انواع مختلف هویت بر سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و هم‌چنین اهمیت سرمایه‌ها و هویت‌های جمعی در میزان موفقیت افراد (رانیان و همکاران، ۲۰۰۷) پرداخته‌اند.

مبانی نظری تحقیق

هویت از پیچیده‌ترین مفاهیمی است که تعریف ساده و دقیق آن میسر نیست (جی‌دان، ۱۳۸۵: ۲۸). نظریه هویت این قضیه اصلی ارائه شده بوسیله مید را مبنی بر این که جامعه خود را شکل می‌دهد و خود نیز رفتار اجتماعی را شکل می‌دهد، با تبیین و مشخص نمودن مؤلفه‌ها و اجزای آن رسمی نموده است (مرولا و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۵۱). بنابراین نظریه هویت اجتماعی یک نظریه روان‌شناسی اجتماعی است که با افراد و گروه‌ها مرتبط است. همان‌طور که هوگ و آبرامز ذکر کرده‌اند از آن‌جایی که بسیاری از روان‌شناسان اجتماعی بر «فرد در گروه» تمرکز کرده‌اند، نظریه هویت اجتماعی توجه خود را بر «گروه در فرد» متمرکز کرده‌است. این نظریه با این فرض آغاز می‌شود که افراد موجود در جامعه در بسیاری از دسته‌بندی‌ها و گروه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند و بدین ترتیب در قدرت و موقعیت ارتباطاتی نسبی با یکدیگر قرار دارند. اگر چه این دسته‌بندی‌های اجتماعی در شرایط موضوعی و میزان استمرار متفاوتند، اما همه این گروه‌های اجتماعی توان آن را دارند که مفهوم «خود» فرد را شکل دهند (گرین فیلد، ۲۰۰۷: ۲). در نظریه هویت اجتماعی، جنبه هویت اجتماعی که بر پایه عضویت در گروه است از اهمیت خاصی برخوردار بوده و داشتن یک هویت اجتماعی مشخص به معنای عضویت در یک گروه معین است. این نظریه بر نیازها (نیاز برای یک هویت اجتماعی مثبت) و انگیزه‌های افراد به‌عنوان ابزارهایی که بطور بنیادی بیانگر پویایی‌های درون‌گروهی و درون‌فردی هستند، تمرکز می‌کند (بریک ول، ۱۹۹۳: ۲). در این حالت

شخص همه چیز را از دید گروه می بیند و مورد ارزیابی قرار می دهد و با افراد آن گروه همانندسازی می کند. بر طبق این نظریه افراد در جوامع مختلف مدرن هویت های متعددی دارند که ساختاری سلسله مراتبی یافته اند (مرولا و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۵۱). تاجفل به عنوان نظریه پرداز هویت اجتماعی آن را چنین تعریف می کند: بخشی از خودپنداره شخصی که از دانش مربوط به عضویت در گروه یا گروه های اجتماعی ناشی می شود و با وابستگی های ارزشی و عاطفی مربوط به این عضویت همراه است.

چیک، تروپ، چن و آندروود با اقتباس از نظریه های موجود، سه جنبه متمایز از هویت یعنی هویت فردی، اجتماعی و جمعی را مطرح نموده اند. هویت اجتماعی در این مقیاس به تعریف خود در ارتباط با دیگران اختصاص دارد و ریشه در خود عمومی دارد و به حیطه های بین فردی مثل محبوبیت و شهرت فرد نزد دیگران و تأثیر رفتارهای فرد بر دیگران در تعامل با آنها مربوط می شود. در واقع افرادی که بر هویت اجتماعی تأکید دارند اهمیت زیادی به قضاوت و ارزشیابی های دیگران از خود می دهند و برای آنها مهم است که مورد تأیید دیگران باشند، خود را تثبیت کنند، نزد دیگران محبوب باشند و مهم جلوه کنند (هاشمی و جوکار، ۱۳۸۹: ۳۶).

وولکاک و نارایان با استفاده از رویکرد همکاری، سرمایه اجتماعی را در سه بعد، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و تعاملات اجتماعی مورد ارزیابی قرار می دهند. به طور کلی این ابعاد شامل: الف) سرمایه اجتماعی محدود یا درون گروهی (ب) سرمایه اجتماعی اتصالی یا برون گروهی و ج) سرمایه اجتماعی ارتباطی می باشند (وولکاک و نارایان، ۲۰۰۰: ۲۳۰). سرمایه اجتماعی محدود به پیوندهای اجتماعی اشاره دارد که بر تشابه و صمیمیت متکی هستند. این بعد از سرمایه اجتماعی بر منابع شخصی محدود مانند پیوندهای خانوادگی، همسایگی و پیوندهای دوستی نزدیک تأکید می کند. سرمایه اجتماعی اتصالی به شبکه های ارتباطات نامتجانس تر برون گروهی اشاره دارد که در بین افراد به جای اتکا به نزدیکی های شخصی و هویت مشترک، بر علایق مشترک متکی است (هیلسی و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۲۳). سرمایه اجتماعی ارتباطی به طور خاص به پیوندهای اجتماعات و افراد با قدرت رسمی و به طور عام به ارتباطات بین افراد و گروه هایی اشاره دارد که در ساختار قدرت، موقعیت های متفاوتی را اشغال می کنند. این نوع پیوندها به اعتماد به حکمرانی و نظام های کارشناسی ربط دارند. کارکرد اصلی این سرمایه را باید در دسترسی افراد و گروه ها به بخش های مختلف دولتی، غیردولتی، تجاری و بازرگانی دید (غفاری و انق ناز، ۱۳۸۵: ۱۶۰).

پاتنام سرمایه اجتماعی را با ارتباطات بین افراد، شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی و اعتماد در ارتباط می‌بیند (قمری، ۲۰۱۲: ۳۵۴). کسانی که مدت طولانی سرمایه اجتماعی بدست آورده‌اند می‌توانند برای حل مشکلات، ترتیبات نهادینی ایجاد کنند. شهرت و قابل اعتماد بودن، سرمایه با ارزش هرکسی است که می‌خواهد عضو انجمن‌ها باشد. هنجار عمل متقابل، مرکز ثقل انجمن‌هاست که مولدترین جزء سرمایه اجتماعی هستند (قانع‌ی راد و حسینی، ۱۳۸۴: ۱۰۵) پاتنام معتقد است اعتماد و مشارکت دو وجه عاملی سرمایه اجتماعی است. تعریف پاتنام از سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد است که مشارکت کنندگان را قادر می‌سازد تا به شیوه‌ای مؤثرتر اهداف مشترک خود را تعقیب نمایند (پاتنام، ۱۹۹۶: ۵۶ به نقل از فیلد، ۱۳۸۶: ۵۵). پاتنام سرمایه اجتماعی را ذاتاً مادی نمی‌داند، بلکه معتقد است که سرمایه اجتماعی در روابط بین افراد است و همان جا ظاهر می‌شود. بر این مبنا هرگاه یک جامعه یا نهاد بتواند مشارکت اعضای خود را برای دستیابی به اهداف خاص یا حل مسأله جلب نماید، گفته می‌شود آن جامعه دارای سرمایه اجتماعی است. این مشارکت می‌تواند اجتماعی، سیاسی، فرهنگی یا هر نوع دیگر باشد (موسوی، ۱۳۸۷: ۷۳).

چارچوب نظری تحقیق

با توجه به مجموعه نظریات و تحقیقاتی که ذکر شد، به نظر می‌رسد نظریه جنکینز اگر در کنار نظریه بوردیو و گیدنز منظور شود، می‌تواند رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی را به خوبی تبیین کند. علاوه بر آن در این پژوهش به منظور فضا سازی معنایی هر چه بهتر و تأمین معرف تجربی برای متغیرهای مستقل سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی، از نظریه بوردیو به عنوان چارچوب نظری استفاده می‌شود. علت انتخاب نظریه بوردیو این است که سرمایه فرهنگی و اجتماعی در این نظریه، به مفهوم نظری و دستگامی گیدنز و جنکینز نزدیک است.

جنکینز معتقد است که هویت اجتماعی درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر چیست؟ از این رو هویت همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و عدم توافق است و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت (جنکینز، ۱۹۹۶: ۶). جنکینز هویت را شرط ضروری برای حیات اجتماعی می‌داند و معتقد است هویت که در خویشتن تجسم یافته، جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. افراد یگانه و متفاوتند اما «خویشتن»

به طور کامل در اجتماع ساخته می شود؛ یعنی در فرآیندهای اجتماعی شدن اولیه و متعاقب و در فرآیندهای جاری تعامل اجتماعی است که در چهارچوب آنها، افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می کنند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۵). وی نیز هم چون گیدنز معتقد است که هویت حاصل دیالکتیک درونی - بیرونی یا دیالکتیک بین فرد و جامعه است. وی در این چهارچوب، هویت های اولیه را از ثانویه متمایز می نماید. هویت های اولیه (مانند خود بودن، انسان بودن، جنسیت و خویشاوندی) در اوایل زندگی ساخته می شود و گروه های نخستین نقش اساسی در شکل گیری آن دارند، در حالی که هویت های ثانویه مانند هویت های عام شهروندی، هویت گروهی، هویت ملی و اجتماعی بیشتر متأثر از تعاملات اجتماعی بوده و در قالب گروه های ثانویه شکل می گیرند. هویت های اولیه نسبت به هویت های ثانویه مقاوم ترند و افراد به آسانی حاضر به تغییر آن نیستند. مطابق رویکرد نظری جنکینز، خود یک هویت اجتماعی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه هویت های بعدی است. به عبارت دیگر برای فهم هویت فردی و اجتماعی، می توان از یک الگوی هویت شناسی واحد استفاده کرد. الگویی که روند هویت یابی را شامل دو وجه درونی و بیرونی می داند که هم چون دو سویه ی یک واقعیت واحد عمل می کند. واقعیتی که در آن واحد هم هویت فردی و هم هویت اجتماعی آنها را تعیین می کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۵). گیدنز نیز بین هویت شخصی و اجتماعی تفاوتی قائل نشده و معتقد است که چون هویت شخصی در جریان اجتماع ساخته می شود، خود نوعی هویت اجتماعی است (باهنر و جعفری کیدقان، ۱۳۸۹: ۱۳۵).

از نظر گیدنز هویت عبارتست از خود، آن طوری که شخص از خودش تعریف می کند و به آن آگاهی دارد. گیدنز نیز در نظریات خود به دنبال آن است که بر روی شکاف میان فرد و جامعه و کنش و ساختار پل بزند و فرآیندهای هویت یابی و هویت سازی را در دوران مدرن با در نظر گرفتن تأثیرات دو سویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین نماید. به اعتقاد وی عناصر خرد و کلان در یک پروژه تکمیلی به سر می برند. در حقیقت او با استفاده از مفهوم «ساختار بندی» نوعی رابطه دو وجهی بین ساختار و عامل می بیند. از نظر گیدنز ساختارها قواعد و منابعی هستند که کنشگران اجتماعی در بستر تعاملی به کار می برند و این بستر در مکان و زمان گسترده شده است. به بیان دیگر در همان حال که کنشگران عمل می کنند، از وضعیت و منابع موجود، که ممکن است انواع گوناگون سرمایه های فرهنگی و اجتماعی نیز باشد، استفاده کرده و وضعیت بعدی را می سازند (گیدنز، ۱۹۸۴: ۱۸). در حقیقت مطابق این

چارچوب نظری، هویت اجتماعی متغیر و تا حدودی تأملی است و عوامل ساختاری و جمعیتی، فرهنگی و اجتماعی در شکل‌گیری، اصلاح و یا تغییر هویت اجتماعی مؤثر هستند. به‌عنوان مثال گیدنز در این راستا معتقد است که فرهنگ مصرف‌گرای مدرن؛ با ایجاد امکاناتی مانند: فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی و گسترش دایره ارتباطات؛ موجب تنوع در نحوه گذران اوقات فراغت، تنوع سرمایه فرهنگی، سبک زندگی، تعاملات و شبکه‌های اجتماعی و در نهایت خلاقیت و تنوع در ساخت هویت اجتماعی افراد می‌گردد (کلاتری و حسنی، ۱۳۸۷: ۱۲۹). گیدنز در این رابطه از اصلاح آگاهی بازانديشانه استفاده نموده و منظور وی آن است که آگاهی و استفاده افراد از این امکانات جدید موجب بازانديشی در سرمایه‌های مختلف، سبک زندگی و همچنین هویت افراد می‌گردد (عبدالهیان و همکاران، ۱۳۸۵: ۶۳). بنابراین از نظر گیدنز هویت چیزی نیست که فرد به اجبار آن را پذیرفته باشد، بلکه چیزی است که توسط او، به‌طور روزانه و مداوم در جریان مصرف محصولات فرهنگی، مصرف رسانه‌های مختلف، تعاملات اجتماعی و... مورد بازانديشی و یا تأیید مجدد قرار می‌گیرد. در نتیجه هویت سیال و انعطاف‌پذیر بوده و در کنار تأثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی و ساختاری بر آن؛ فرد نیز در شکل‌دهی و بازننگری آن نقش دارد.

بنابراین با توجه به نتیجه حاصل از آرای جنکینز و گیدنز می‌توان گفت، هم بین سرمایه فرهنگی و اجتماعی با هویت اجتماعی و هم بین ابعاد و مؤلفه‌های هویت اجتماعی (جمع‌ی و فردی) رابطه‌ای دیالکتیکی و دوسویه برقرار است. از نظر بوردیو نیز افراد در ساختارها و عرصه‌های تعاملاتی، به میزان متفاوتی دارای انواع سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هستند (بوردیو، ۱۳۸۱: ۲۴۱). بر این اساس به بیان وی، سرمایه هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاصی که در صحنه جامعه حاصل می‌گردد مؤثر واقع می‌شود. بنابراین از آنجایی که هویت امری اجتماعی است و در یک فرآیند زمانی کسب می‌شود ممکن است تحت تأثیر عوامل مختلف قرار گیرد (حسین‌زاده، ۱۳۸۸: ۵۹) و در نتیجه ابعاد سرمایه فرهنگی و اجتماعی می‌توانند تعیین‌کننده‌های هویت افراد باشند. به‌عنوان مثال در خصوص میزان تأثیرگذاری ارتباطات اجتماعی (به‌عنوان یکی از شاخص‌های سنجش سرمایه اجتماعی) باید گفت که انسان از طریق کنش متقابل با دیگران است که هویت خود را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی پیوسته آن را تغییر می‌دهد. در واقع هویت اجتماعی به شیوه‌های متمایز شدن افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از

افراد و جماعت‌های دیگر اشاره دارد. به بیان دیگر هویت اجتماعی برقراری و متمایز ساختن نظام‌مند نسبت‌های شباهت و تفاوت میان افراد، میان جماعت‌ها و میان افراد و جماعت‌هاست. از این رو شباهت و تفاوت، با هم اصول پویای هویت و کنه زندگی اجتماعی هستند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۴). به‌طور کلی براساس این چارچوب، هویت یک امر منفعل نیست که فقط از طریق تأثیرات درونی شکل بگیرد. افراد ضمن این‌که اقدام به ساختن و پرداختن هویت خویش می‌کنند، هم‌زمان از دنیای اطراف خود نیز تأثیر می‌پذیرند (گیدنز، ۱۳۸۳: ۱۰۵). در نتیجه، سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی که به تعبیر بوردیو شامل مشارکت در گروه‌های مختلف، مصرف محصولات مختلف فرهنگی و رسانه‌ای (فیلم، کتاب، رسانه‌ها، تصاویر و...)، کسب مدارج علمی و مهارت‌های مختلف فرهنگی، کسب موقعیت‌ها و حمایت‌های اجتماعی، ارتباطات اجتماعی و احساس صمیمیت اجتماعی و غیره است، افراد را با انتخاب‌های متعددی مواجه می‌کنند و این وضعیت سبب می‌شود که افراد به تعدیل عادت‌واره‌ها یا جهان‌بینی‌های خود و هم‌چنین منابع و مقوله‌های هویتی بپردازند. بنا به تعبیر بوردیو، عادت‌واره طبقه‌ای از موقعیت اجتماعی و جایگاه عاملان اجتماعی در ساختارها و میدان‌های تعاملاتی نشأت می‌گیرد و بر هویت‌های جمعی مشترک دلالت دارد (بوردیو، ۱۹۹۵: ۱۱۲). بنابراین جوانان با بهره‌مندی از سرمایه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی، عادت‌واره طبقه‌ای پیدا می‌کنند که باعث تضعیف یا تقویت هویت اجتماعی آنان می‌شود. یعنی افرادی که سرمایه فرهنگی و اجتماعی پایینی دارند، عادت‌واره یا جهان‌بینی آنان به دلیل فقر سرمایه اجتماعی و فرهنگی، نسبت به جامعه، هویت گروهی، دینی، بدنی و... منفی و یا خنثی است و در نتیجه هویت اجتماعی آنها نیز ضعیف می‌شود. اما افرادی که دارای ارتباطات و مشارکت اجتماعی بالا و حمایت‌های اجتماعی و احساس صمیمیت قوی با گروه‌های مختلف هستند، میزان سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی آنان افزایش می‌یابد و در نهایت هویت اجتماعی قوی نیز خواهند داشت. بنابراین، انواع مختلف سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی؛ به‌عنوان منابع ساختاری، عناصر تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده هویت اجتماعی جوانان، در یک بستر مکانی مثل شهر بندرعباس عمل می‌کنند.

فرضیه‌های تحقیق

به نظر می‌رسد بین انواع سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان بندرعباس رابطه وجود دارد. به نحوی که:

فرضیات فرعی

- ۱- به نظر می‌رسد بین مشارکت اجتماعی مذهبی - سنتی و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد بین مشارکت اجتماعی فرهنگی - مدنی و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۳- به نظر می‌رسد بین سرمایه علمی - تحصیلی و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۴- به نظر می‌رسد بین سرمایه علمی - فرهنگی و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۵- به نظر می‌رسد بین ارتباط اجتماعی و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۶- به نظر می‌رسد بین احساس صمیمیت اجتماعی و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۷- به نظر می‌رسد بین حمایت اجتماعی و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۸- به نظر می‌رسد بین میزان مسافرت به خارج از کشور و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۹- به نظر می‌رسد بین سطح تحصیلات و هویت اجتماعی جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش پژوهش

در این تحقیق، از روش تحقیق کمی و پیمایشی استفاده شده و اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسش‌نامه بدست آمده است. جامعه آماری تحقیق کلیه جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله ساکن شهر بندرعباس، در سال ۱۳۹۱ می‌باشند. روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این پیمایش، تصادفی سهمیه‌ای چند مرحله‌ای است. در این تحقیق حجم نمونه آماری بر اساس جدول لین، با سطح معناداری ۹۵ درصد و خطای ۴ درصد برابر با ۴۰۶ نفر برآورد گردید. هم‌چنین برای شناخت پایایی گویه‌های مربوط به متغیر هویت اجتماعی از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شده که نتایج آن در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول شماره ۱: نتیجه آزمون پایایی هر متغیر به روش آلفای کرونباخ

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
هویت اجتماعی	۲۵	۰/۸۵۷
حمایت اجتماعی	۶	۰/۷۰
صمیمیت اجتماعی	۶	۰/۷۱
ارتباط اجتماعی	۵	۰/۷۰

تعریف مفاهیم

هویت اجتماعی (متغیر وابسته): از نظر گیدنز، هویت همان «خود» است که شخص آن را به عنوان بازتابی از زندگی نامه‌اش می‌پذیرد، به آن آگاهی دارد، باید مداوم و هر روز آن را ایجاد و در فعالیت‌های بازتابی خویش از آن حفاظت و پشتیبانی کند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۲). هویت از نظر گیدنز به معنای تداوم فرد در زمان و مکان است و هویت شخصی عبارتست از همین تداوم، به صورت بازتاب تفسیری که شخص از آن کرده است. وی بین هویت شخصی و اجتماعی تفاوتی قائل نشده و معتقد است که چون هویت شخصی در جریان معاشرت اجتماعی ساخته می‌شود، خود نوعی هویت اجتماعی است (باهنر و جعفری کیدقان، ۱۳۸۹: ۱۳۵).

هویت اجتماعی نخستین برچسب یا دسته‌بندی است که تعدادی از مردم را براساس برخی مشخصه‌های مشترک در یک گروه یا دسته قرار می‌دهد. در حقیقت هویت اجتماعی چهارچوبی است که عناصر ارزشی، احساسی و معرفتی یا شناختی را دربردارد (دوکس، ۲۰۰۱: ۲). در این تحقیق هویت اجتماعی شامل هویت دینی، هویت گروهی و هویت بدنی است که برای هر کدام از آنها معرف‌های جداگانه‌ای در طیف لیکرت در نظر گرفته شد که با حذف گویه‌های دارای پایایی پایین و ترکیب بهترین گویه‌های هر کدام از این ابعاد، در نهایت متغیر هویت اجتماعی مورد سنجش قرار گرفت. گویه‌های سازنده هر یک از وجه‌های هویتی و اطلاعات آماری آنها به صورت جداگانه در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

سرمایه اجتماعی: بورديو سرمایه اجتماعی را شکلی از سرمایه می‌داند که در عین ارتباط با سایر انواع سرمایه از آنها جداست. سرمایه اجتماعی موقعیت‌ها و روابط در گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است که دسترسی به فرصت‌ها، اطلاعات، منابع مادی و

موقعیت اجتماعی را برای افراد افزایش می‌دهد. این سرمایه منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه‌ی بادوامی از روابط نهادی شده بین افراد و به عبارت ساده‌تر عضویت در یک گروه است (رضایی و احمدلو، ۱۳۸۴: ۱۳). سرمایه اجتماعی انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند، اول این‌که همه شامل حیطه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند. دوم کنش‌های معینی از افراد درون ساختار را تسهیل می‌کنند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۶۲). مؤلفه‌هایی مانند تعاملات اجتماعی، صمیمیت اجتماعی، مشارکت اجتماعی و حمایت اجتماعی در قالب طیف لیکرت (هیچ، خیلی کم، کم، تا حدودی، زیاد، خیلی زیاد)، جهت سنجش سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شده‌اند که در ادامه تعریف نظری و عملیاتی هر یک از این ابعاد ارائه شده است:

مشارکت اجتماعی: یکی از مؤلفه‌های مهم سرمایه اجتماعی مشارکت اجتماعی است که محصول وضعیت و شبکه‌ی روابط اجتماعی می‌باشد. مشارکت اجتماعی را در واقع فرآیند سازمان یافته‌ای می‌توان به شمار آورد که از سوی افراد جامعه به صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن هدف‌های معین و مشخص به منظور سهیم شدن در منابع ارزشمند مختلف انجام می‌گیرد (هزارجریبی و لهراسبی، ۱۳۹۰: ۷). نتایج تحلیل عامل گویه‌هایی که این متغیر را به صورت عملیاتی سنجیده‌اند در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

تعاملات اجتماعی: کنش‌هایی اجتماعی هستند که بین دو یا چند انسان واقع می‌شوند و در میان آنها نوعی هماهنگی ایجاد می‌کنند (آگ برن و نیم کوف، ۱۳۵۷: ۲۷). این متغیر با سنجش میزان تعاملات حضوری و غیرحضوری (تلفن، نامه، ایمیل و چت) پاسخگویان با خویشاوندان درجه دو، دوستان، همکاران، همسایگان و آشنایان عملیاتی شده است.

صمیمیت اجتماعی: منظور میزان نزدیکی و صمیمیتی است که پاسخگویان در جریان ارتباط با دوستان، خویشاوندان درجه دو، همکاران، همسایگان و آشنایان احساس می‌کنند که در قالب طیف لیکرت (هیچ، خیلی کم، کم، تا حدودی، زیاد، خیلی زیاد) عملیاتی شده است.

حمایت اجتماعی: به منظور سنجش این متغیر از پاسخگویان سؤال شده است که در طول زندگی تا چه اندازه از حمایت‌های: مشاوره‌ای، مالی، اطلاعاتی، شغلی و خانوادگی دیگران بهره‌مند شده‌اند.

سرمایه فرهنگی: با توجه به نظریه بورديو سرمایه فرهنگی شامل: دانش، توانایی‌ها و اندوخته‌های فرد از کالاهای فرهنگی‌ای است که همگی با هم، وضعیت فرد را در یک حوزه و زمینه می‌سازند. سرمایه فرهنگی به سه شکل است:

سرمایه فرهنگی درونی شده یا ذهنی: این نوع از سرمایه فرهنگی به معلومات کسب شده برمی‌گردد و نوعی ثروت بیرونی است که بخش جدایی‌ناپذیری از فرد می‌شود. این سرمایه که از طریق آموزش و یا فرآیند اجتماعی شدن کسب می‌شود، به شکل رغبت‌های پایدار ارگانیک، حالت درونی شده به خود می‌گیرند (لین و چن، ۲۰۱۲: ۲۶). این بعد از سرمایه فرهنگی با گویه‌هایی که میزان مهارت و دانش افراد در هنرهای دستی، کامپیوتر و نرم‌افزارهای آن، زبان خارجی، تعمیر وسایل منزل، سفال‌سازی و... را می‌سنجند عملیاتی شده است.

سرمایه فرهنگی عینی: یکی از عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است. این نوع از سرمایه فرهنگی در اشیاء مادی رسانه‌ها مانند نوشتار، نقاشی، ابزار و نظایر آن و به‌طور کلی در مادیت آن، قابل انتقال است. در واقع این نوع سرمایه که دال بر سلیق و تمایلات فرد است (لین و چن، ۲۰۱۲: ۲۶) با استفاده از گویه‌هایی که میزان مصرف کتاب، فیلم، سی‌دی‌های آموزشی، اینترنت، میزان مراجعه به موزه‌ها و نمایشگاه‌های علمی و ادبی و... را سنجیده‌اند عملیاتی شده است.

سرمایه فرهنگی نهادینه: این بعد، نوعی رسمیت بخشیدن به سرمایه فرهنگی فرد است. مدارک تحصیلی و دانشگاهی نمونه‌ای از این حالت است که قابلیت‌ها و منزلت فردی را نیز نشان می‌دهد (لین و چن، ۲۰۱۲: ۲۶). جهت سنجش عملیاتی این متغیر نیز از گویه‌ای که میزان تحصیلات را می‌سنجد استفاده شده است.

یافته‌ها

در این بخش ابتدا به بررسی یافته‌های تحقیق با استفاده از آماره‌های توصیفی می‌پردازیم و سپس با استفاده از تکنیک‌های استنباطی به بررسی فرضیات تحقیق خواهیم پرداخت. جدول شماره ۲ مقدار میانگین و انحراف معیار گویه‌های مربوط به هویت اجتماعی جوانان را نشان می‌دهد. این طیف شامل ۲۵ گویه است که گویه‌های هر وجه از هویت اجتماعی به تفکیک در آن ارائه شده است. با توجه به مقدار میانگین‌های ارائه شده در جدول، بیشترین میانگین متعلق به گویه‌های «این روزها اندام

ظریف بیشتر مورد توجه مردم قرار می‌گیرد»، «معتقدم که دینم بر سایر ادیان برتری دارد»، «از این که دینم در سراسر دنیا گسترش یابد، خوشحال می‌شوم»، «اوقات فراغتم را با مطالعه کتب دینی پر می‌کنم»، «از کسی که به آیین و دینم خدشه‌ای وارد کند بیزارم»، «اعتقاد دارم که دینم می‌تواند زندگی هر فرد را سامان دهد» است. هم‌چنین، کم‌ترین میانگین متعلق به گویه «دوست دارم فرزندم با خویشاوندان خود ازدواج کند»، با میانگین ۲/۲۰ است.

جدول شماره ۲: اطلاعات توصیفی متغیر وابسته (هویت اجتماعی)

عناصر سازنده هویت اجتماعی	گویه‌های هر وجه	رتبه	میانگین	انحراف معیار
هویت اجتماعی	در فعالیت‌های دینی مشارکت می‌کنم.	۰	۲/۶۱	۱/۲۶۰
	به علمای دینم افتخار می‌کنم.	۰	۲/۶۶	۱/۴۱۰
	از اینکه دینم در سراسر دنیا گسترش یابد، خوشحال می‌شوم.	۰	۳/۳۶	۱/۴۴۰
	احساس می‌کنم مذهب نیازهای مرا برآورده می‌سازد.	۰	۲/۸۲	۱/۳۴۱
	اعتقاد دارم که دینم می‌تواند زندگی هر فرد را سامان دهد.	۰	۳/۲۲	۱/۳۶۷
	به فراگیری دستورالعمل‌های دینم علاقمند هستم.	۰	۳/۱۰	۱/۳۷۲
	با کسی که اعتقادی به دینم ندارد، هم غذا نمی‌شوم.	۰	۲/۲۷	۱/۳۷۸
	اوقات فراغتم را با مطالعه کتب دینی پر می‌کنم.	۰	۳/۳۴	۱/۱۷۲
	از کسی که به آیین و دینم خدشه‌ای وارد کند بیزارم.	۰	۳/۲۲	۱/۲۵۰
	آنچه که خوشبختی مرا تضمین می‌کند، پایبندی به اصول مذهبی است.	۰	۲/۷۹	۱/۳۹۴
	معتقدم که دینم بر سایر ادیان برتری دارد.	۰	۳/۴۳	۱/۳۸۱
	با کسی که پایبند به دینم نیست، هم سفر نمی‌شوم.	۰	۲/۳۹	۱/۳۰۶
	آموخته‌های دینی دست و پای آدم را نمی‌بندند.	۰	۳/۱۵	۱/۳۵۰
حاضرم برای دینم بجنگم.	۰	۳/۰۲	۱/۴۲۹	
برای هر کس داشتن جذابیت جسمانی لازم است.	۰	۳/۶۶	۱/۱۶۷	
هویت بدنی	این روزها، اندام ظریف بیشتر مورد توجه مردم قرار می‌گیرد.	۰	۳/۷۷	۳/۹۵۶
	پوشیدن لباس‌های چسبان برای جوانان اشکال دارد.	۰	۲/۹۲	۱/۴۲۷
	راه‌های مناسب جدید را برای زیباتر کردن اندام استفاده می‌کنم.	۰	۳/۰۴	۱/۲۶۰
	نمایش اندام در بیرون از خانه اشکالی ندارد.	۰	۲/۴۸	۱/۲۴۰

۱/۱۳۶	۲/۲۰	۵	۰	دوست دارم که فرزندم با خویشاوندان خود ازدواج کند.	هویت گروهی
۱/۲۲۳	۲/۷۷	۵	۰	ترجیح می‌دهم در کنار خویشان خودم خانه بخرم.	
۱/۱۵۶	۲/۷۰	۵	۰	خویشاوندان خودم از همه قابل اعتمادترند.	
۱/۱۰۹	۲/۴۶	۵	۰	هنگام گرفتاری فقط باید به کمک خویشاوندان خودمتکی بود.	
۱/۲۰۸	۳/۰۲	۵	۰	ترجیح می‌دهم که بیشتر با خویشاوندانم رفت و آمد کنم.	
۱/۱۵۶	۲/۸۷	۵	۰	آنچه من می‌خواهم همان است که خانواده‌ام می‌خواهند.	

همان‌طور که ملاحظه می‌شود جدول شماره ۳ بیانگر مقدار میانگین و انحراف استاندارد، مؤلفه‌های هویت اجتماعی است. این جدول شامل سه نوع هویت است که بر روی هم هویت اجتماعی نمونه مورد مطالعه شهر بندرعباس را می‌سنجند. با توجه به مقادیر موجود در جدول، بیشترین میانگین متعلق به متغیر هویت مذهبی با مقدار $۴۰/۶۳$ و انحراف استاندارد $۱۴/۰۳$ است و هم‌چنین کمترین میانگین متعلق به هویت گروهی با میانگین $۱۵/۹۹$ و انحراف استاندارد $۴/۶۴$ است.

جدول شماره ۳: مقدار میانگین و انحراف استاندارد عناصر سازنده هویت اجتماعی

متغیر	تعداد گویه	میانگین	انحراف استاندارد
هویت گروهی	۶	۱۵/۹۹	۴/۶۴
هویت مذهبی	۱۴	۴۰/۶۳	۱۴/۰۳
هویت بدنی	۵	۱۶/۰۴	۵/۰۷
هویت اجتماعی	۲۵	۷۲/۶۹۸	۱/۸۱۴

جدول شماره ۴ نیز مقدار میانگین و انحراف استاندارد را در مؤلفه‌های مختلف سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی نشان می‌دهد. با توجه به مقادیر موجود در جدول، بیشترین میانگین متعلق به متغیر حمایت اجتماعی با مقدار $۱۶/۹۴۴$ و انحراف استاندارد $۵/۱۶۷$ است. متغیر صمیمیت اجتماعی نیز با مقدار میانگین $۱۳/۷۹۱$ و انحراف استاندارد $۶/۴۲۴$ در مرتبه دوم قرار دارد.

جدول شماره ۴: مقدار میانگین و انحراف استاندارد عوامل مختلف سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی

متغیر	تعداد گویه	میانگین	انحراف استاندارد
مشارکت مذهبی - سنتی	۳	۵/۹۸۲	۵/۸۶۸
مشارکت فرهنگی - مدنی	۳	۶/۱۵۹	۵/۱۴۵

۵/۱۶۷	۱۶/۹۴۴	۶	حمایت اجتماعی
۶/۴۲۴	۱۳/۷۹۱	۶	صمیمیت اجتماعی
۷/۲۰۱	۱۳/۳۱۳	۵	ارتباط اجتماعی
۶/۴۴۵	۱۰/۵۱۴	۴	سرمایه علمی - تحصیلی
۴/۸۶۲	۷/۵۷۹	۹	سرمایه علمی - فرهنگی

در این تحقیق برای ارزیابی اعتبار گویه‌ها از دو روش اعتبار محتوا و اعتبار سازه استفاده شده است که برای مشخص کردن اعتبار سازه، از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی مربوط به متغیرهای مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی در جدول شماره ۵ و ۶ بیان شده است. بر پایه نتایج این تکنیک برای متغیر مشارکت اجتماعی، دو عامل به دست آمد که، مشارکت مذهبی - سنتی و مشارکت فرهنگی - مدنی نام‌گذاری شدند. براساس نتایج جدول شماره ۵ و با توجه به آماره $K.M.O=0/80$ در تمام ابعاد، می‌توان گفت داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند. در واقع با سطح معناداری ($sig=0/00$) و سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد می‌توان گفت که تمامی عناصر به کار رفته برای هر بعد، قدرت تبیین‌کنندگی مورد نظر را برای متغیر وابسته داشته‌اند.

جدول شماره ۵: نتایج تحلیل عاملی مشارکت اجتماعی در بین جوانان شهر بندرعباس

نتیجه کلی آزمون	ابعاد مشارکت اجتماعی	عامل‌های مشارکت اجتماعی		اجزای مشارکت اجتماعی
		عامل اول	عامل دوم	
K.M.O=0/80 Sig=0/000	مشارکت مذهبی - سنتی	0/78		همکاری با هیئت‌ها و نهادهای دینی - مذهبی
		0/68		حضور در نیروی بسیج و مانند آن
		0/67		حضور در فعالیت‌های فرهنگی مساجد، حسینیه‌ها و...
	مشارکت فرهنگی - مدنی	0/74		همکاری با گروه‌ها، تشکل‌ها و احزاب سیاسی
		0/65		همکاری با انجمن‌ها و نهادهای علمی، ادبی یا هنری
		0/49		شرکت در انجمن‌های محلی، همسایگی و مانند آن

هم چنین نتایج تحلیل عاملی مربوط به متغیر سرمایه فرهنگی در جدول شماره ۶ بیان شده است. بر پایه نتایج این تکنیک، دو عامل به دست آمد که سرمایه علمی - تحصیلی و سرمایه علمی - فرهنگی نام گذاری شدند. با توجه به آماره $K.M.O=0/85$ در تمام ابعاد، می توان گفت داده ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند. در واقع با سطح معناداری ($sig=0/00$) و سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد می توان گفت که تمامی عناصر به کار رفته برای هر بعد، قدرت تبیین کنندگی مورد نظر را برای متغیر وابسته داشته اند.

جدول شماره ۶: نتایج تحلیل عاملی سرمایه فرهنگی در بین جوانان شهر بندرعباس

نتیجه کلی آزمون K.M.O	ابعاد سرمایه فرهنگی	عامل های سرمایه فرهنگی		اجزای سرمایه فرهنگی
		عامل اول	عامل دوم	
K.M.O=0/85 Sig=0/000	سرمایه علمی - تحصیلی		0/85	استفاده از رایانه جهت کارهای آموزشی در منزل و یا خارج از آن
			0/79	استفاده از فیلم ها و یا CD های آموزشی و تحصیلی در منزل
			0/75	استفاده از اینترنت جهت کارهای آموزشی در منزل و یا خارج از آن
			0/69	استفاده از جزوه ها و یا کتاب های کمک درسی در منزل
	سرمایه علمی - فرهنگی		0/73	مهارت و توانایی در هنرهای مانند: نقاشی، نوازندگی، خطاطی و...
			0/63	بازدید از موزه ها و اماکن تاریخی
			0/62	رفتن به کتابخانه ها و مراکز علمی، دانشگاهی و مانند آن
			0/61	گرفتن کتاب از کتابخانه ها
			0/60	بازدید از نمایشگاه های و فستیوال های علمی، هنری، ادبی و...
			0/60	مهارت و توانایی در زمینه های: کوزه گری، سفال سازی، خیاطی، تعمیر وسایل منزل ...
			0/48	آشنایی با زبان های خارجی
			0/47	خرید کتاب های غیر درسی (رمان، مجلات، دیوان اشعار و...)
			0/45	حضور در کلاس های علمی همچون آموزش رایانه (کامپیوتر) و نرم افزارهای آن

جدول شماره ۷ نتایج آزمون همبستگی متغیرهای مستقل: مشارکت مذهبی - سنتی، مشارکت فرهنگی - مدنی، حمایت اجتماعی، صمیمیت اجتماعی، ارتباط اجتماعی، سرمایه علمی - تحصیلی، سرمایه علمی - فرهنگی، تحصیلات و مسافرت به خارج از کشور با متغیر وابسته هویت اجتماعی را ارائه می دهد. هم چنانکه ملاحظه می شود، بین متغیرهای: مشارکت مذهبی - سنتی، مشارکت فرهنگی - مدنی، صمیمیت اجتماعی، ارتباطات اجتماعی، مسافرت به خارج از کشور و سطح تحصیلات با هویت اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. بنابراین چارچوب نظری تحقیق در این خصوص که ساختارها (سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی) و مؤلفه های آن بر هویت اجتماعی تأثیر گذار می باشد تأیید شد.

جدول شماره ۷: رابطه همبستگی بین شاخص های مختلف سرمایه اجتماعی و فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان

متغیرهای مستقل	هویت اجتماعی (متغیر وابسته)	سطح معناداری
مشارکت مذهبی - سنتی	۰/۶۰۱**	۰/۰۰۰
مشارکت فرهنگی - مدنی	۰/۱۱۷*	۰/۰۲۷
حمایت اجتماعی	۰/۰۱۷	۰/۷۵۲
صمیمیت اجتماعی	۰/۳۳۱**	۰/۰۰۰
ارتباط اجتماعی	۰/۱۰۳**	۰/۰۰۶
سرمایه علمی - تحصیلی	-۰/۰۵۴	۰/۳۰۹
سرمایه علمی - فرهنگی	-۰/۰۱۶	۰/۷۵۶
مسافرت به خارج از کشور	-۰/۲۱۸**	۰/۰۰۰
تحصیلات	-۰/۱۵۷**	۰/۰۰۳

$P < 0/05^*$ ، $P < 0/01^{**}$

بر اساس منطق روش چند متغیره، متغیرهای مستقلی که در تبیین واریانس سهم قابل توجهی داشتند برای متغیر وابسته، طی سه مرحله وارد معادله شدند که در جدول شماره ۸ نشان داده شده است. همان گونه که مشاهده می شود، چهار متغیر وارد شده با سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. بر اساس نتایج می توان گفت که مهم ترین متغیری که هویت اجتماعی را تبیین می کند، متغیر مشارکت مذهبی - سنتی است. به بیان دیگر مشارکت مذهبی - سنتی تأثیر مثبت و هم افزایی بر روی هویت اجتماعی دارد. توان پیش بینی مدل در این مرحله ۲۸/۳ درصد است. دومین متغیر وارد در معادله

مشارکت فرهنگی - مدنی است. با ورود این متغیر به معادله توان تبیین مدل $38/2$ درصد می‌شود. سومین متغیر مسافرت خارجی است که با ورود آن توان تبیین به $43/9$ درصد افزایش می‌یابد و در نهایت با ورود متغیر صمیمیت اجتماعی قدرت تبیین مدل تقریباً 48 درصد می‌شود ($R^2=0/475$).

جدول شماره ۸: تحلیل چند متغیره گام به گام برای پیش‌بینی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (هویت اجتماعی جوانان)

گام	متغیر وارد شده	R	R ²	F	B	Beta	T	معناداری
۱	مشارکت مذهبی - سنتی	۰/۵۳۲	۰/۲۸۳	۲۷/۶۰۹	۰/۸۶۷	۰/۵۴۳	۵/۶۰۳	۰/۰۰۰
۲	مشارکت فرهنگی - مدنی	۰/۶۱۸	۰/۳۸۲	۲۱/۳۵۰	۰/۶۱۱	۰/۲۸۹	۲/۹۷۵	۰/۰۰۴
۳	مسافرت خارجی	۰/۶۶۲	۰/۴۳۹	۱۷/۷۱۴	-۱/۲۹۹	-۰/۲۲۷	-۲/۴۵۱	۰/۰۱۷
۴	صمیمیت اجتماعی	۰/۶۸۹	۰/۴۷۵	۱۵/۱۳۱	۰/۶۶۲	۰/۲۰۱	۲/۱۴۱	۰/۰۳۶

نتیجه گیری

هویت اجتماعی در دوران معاصر، متغیر و واجد درجه‌ای از تأملی بودن است و زمینه‌های ساختاری، فرهنگی و اجتماعی در شکل‌گیری و بازتعریف آن مؤثر هستند. البته افراد در مقابل این تأثیرات و عوامل ساختاری نقش فعالانه‌ای دارند. در این مقاله با در نظر گرفتن سرمایه اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان عواملی که از آنها به‌عنوان عوامل بازتولید هویتی نام برده می‌شود، رابطه این دو عوامل و مؤلفه‌های آنها با هویت اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. هدف تحقیق حاضر شناسایی انواع و ابعاد سرمایه اجتماعی و فرهنگی و مطالعه نوع همبستگی آنها با هویت اجتماعی در بین جوانان شهر بندرعباس بود. نظریه مورد استفاده در این پژوهش برگرفته از آرای گیدنز، جنکینز و بوردیو بود. براساس نتایج تحلیل عاملی بدست آمده از مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی در نمونه مورد مطالعه از جوانان بندرعباس، در سطح اطمینان بیش از 99 درصد، دو نوع سبک مشارکتی: مذهبی - سنتی و فرهنگی - مدنی و دو نوع سرمایه فرهنگی: سرمایه علمی - تحصیلی و سرمایه علمی - فرهنگی شناسایی گردید.

در این تحقیق با استفاده از چارچوب نظری موجوده فرضیه ارائه شد. روش اجرای پژوهش، پیمایش و ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه بود. براساس نتایج آزمون همبستگی صورت گرفته، از میان متغیرهای مستقل تحقیق، ارتباط متغیرهای: مشارکت مذهبی - سنتی، مشارکت فرهنگی - مدنی، ارتباطات اجتماعی و صمیمیت اجتماعی با

متغیر هویت اجتماعی مثبت و مستقیم و ارتباط متغیرهای: مسافرت خارجی و سطح تحصیلات با آن منفی و معکوس بود. این همبستگی‌ها تأییدی بر مبانی و چارچوب نظری تحقیق مبنی بر ماهیت دیالکتیکی و تأثیرپذیری هویت اجتماعی از منابع و سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی مختلف است. در حقیقت زمینه و بستر شکل‌گیری هویت، زندگی جمعی است و هویت اجتماعی بر اساس احساس تعلق و صمیمیت اجتماعی تعریف می‌شود. بدین معنی که فرد کسانی را که به آنها تعلق دارد، به‌عنوان درون گروه و مقوله مثبت و کسانی را که به آنها متعلق نیست، تحت عنوان برون گروه می‌شناسد و بر این اساس هویت اجتماعی او نیز شکل می‌گیرد. هم‌چنین بین دو متغیر میزان مسافرت به خارج از کشور و سطح تحصیلات جوانان (به‌عنوان دو شاخص سنجش میزان سرمایه فرهنگی) با هویت اجتماعی جوانان ارتباط معنی‌دار و منفی وجود داشت. یعنی هر چه تعداد مسافرت‌های جوانان به خارج از کشور بیشتر باشد از میزان هویت اجتماعی آنان (که دارای جهت‌گیری سنتی است) کاسته می‌شود. هم‌چنین با استفاده از چارچوب نظری تحقیق در این خصوص می‌توان گفت که جوانانی که بیشتر به خارج از کشور سفر می‌کنند، بیشتر تحت تأثیر جریان‌ات نوسازی و نوگرایی قرار گرفته و در نتیجه در منابع هویت‌ساز سنتی خود دچار بازاندیشی می‌شوند. به علاوه ممکن است این گروه از جوانان، نسبت به سایر جوانان که دارای مسافرت‌های خارجی کمتری هستند، میزان احساس صمیمیت اجتماعی کمتری داشته باشند؛ که این امر موجب تضعیف هویت اجتماعی در آنان می‌شود. از طرف دیگر، بر اساس نتیجه‌ی آزمون همبستگی، با افزایش سطح تحصیلات جوانان از میزان هویت اجتماعی آنان کاسته می‌شود. شاید در این رابطه بتوان گفت، از آنجایی که افراد با تحصیلات دانشگاهی از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی بیشتر استفاده می‌کنند، در نتیجه تحت تأثیر پیام‌های جهانی و مدرنی که از طریق این فناوری‌ها انتقال داده می‌شود، تمایل به هویت اجتماعی مدرن پیدا کرده و از هویت اجتماعی سنتی خود فاصله می‌گیرند. هم‌چنین به نظر می‌رسد، از آنجایی که برخی منابع درسی دانشگاهی هنوز بومی نیست در نتیجه، افزایش سطح تحصیلات باعث تضعیف هویت اجتماعی می‌گردد.

هم‌چنین روابط بین متغیرهای موجود با هویت اجتماعی با استفاده از تکنیک آماری رگرسیون چند متغیری نیز مورد بررسی قرار گرفت و نتایج بدست آمده نشان داد که از میان متغیرهای موجود در معادله به ترتیب چهار متغیر: مشارکت مذهبی - سنتی، مشارکت فرهنگی - مدنی، مسافرت خارجی و صمیمیت اجتماعی وارد معادله شده و

در مجموع ۴۷/۵ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی جوانان را تبیین کردند. نتایج تحقیقات قادرزاده (۱۳۹۰)، شریفی و کاکاوندی (۱۳۸۹)، هزارجریسی و لهراسبی (۱۳۹۰)، شارع‌پور و خوش‌فر (۱۳۸۱)، رضایی و احمدلو (۱۳۸۴)، حسین‌زاده (۱۳۸۸) و خدایی و مبارکی (۱۳۸۸) نیز این یافته‌ها را تأیید کرد.

با استفاده از چارچوب نظری گیدنز و جنکینز در زمینه هویت اجتماعی و آرای بوردیو در زمینه سرمایه فرهنگی و اجتماعی در خصوص ارتباط متغیرهای فوق با متغیر هویت اجتماعی می‌توان گفت، علاوه بر تأثیرات دوسویه فرد و ساختارهای اجتماعی، نقش انتخاب و تفسیرهای کنشگران در شکل دادن به هویت جمعی و فردی نیز اهمیت بالایی دارد. به عبارت دیگر از آنجایی که بخش عظیمی از سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی اکتسابی است و کنشگران می‌توانند آنها را تغییر دهند، هویت اجتماعی بستگی به سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی افراد و تفسیر آنان از دنیای خارج دارد. سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد احساس تعهد تعمیم‌یافته و تعلق اجتماعی و عاطفی در افراد جامعه، باعث تقویت هویت اجتماعی آنها می‌شود و همبستگی اجتماعی را در جامعه پدید می‌آورد. از طرف دیگر با توجه به این‌که، معنای اصلی هویت (به تعبیر جنکینز) تشابه و تمایز است، مشارکت‌ها و ارتباطات اجتماعی نیز عامل مهمی در فراهم کردن زمینه شناخت تفاوت‌ها و تشابهات هستند. به بیان دیگر هویت اجتماعی درک هر شخص از خود و دیگران از یک سو و درک دیگران از خود و غیر خود از سوی دیگر در جریان ارتباطات اجتماعی مختلف محقق می‌شود. تحصیلات نیز تسهیلاتی را در اختیار کنشگران می‌گذارند که عنصرهایی مهم در تربیت و ایجاد هویت اجتماعی هستند. به عبارت دیگر با استفاده از تحصیلات، کنشگران می‌توانند خود را در شبکه‌های اجتماعی مختلف و متنوع وارد کرده و در طبقات و گروه‌های اجتماعی مختلف مشارکت نمایند. بنابراین در ساختارها و میدان‌های تعاملاتی شهر بندرعباس، جوانانی که مشارکت مذهبی - سنتی، مشارکت فرهنگی - مدنی، ارتباطات اجتماعی و صمیمیت اجتماعی بالایی داشتند، هویت اجتماعی قوی و بالایی نیز داشتند. به عبارت دیگر ارتباطات و مشارکت در قالب‌های مذهبی - سنتی و فرهنگی - مدنی در شبکه‌های اجتماعی مختلف، نگرش‌ها، باورها و طرز تلقی‌های جوانان را در رابطه با هویت اجتماعی‌شان تثبیت و تقویت می‌نماید. با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان پیشنهاد کرد که برای تقویت هویت اجتماعی جوانان، فراهم کردن فرصت‌های یکسان مشارکت و منابع سرمایه‌ای در بین تمامی استان‌های کشور، به‌ویژه استان‌های مرزی باید مورد توجه قرار گیرد. به علاوه از

آنجایی که بستر زاینده سرمایه اجتماعی و فرهنگی، ارتباطات و مشارکت اجتماعی است، توجه هر چه بیشتر نهادها و سازمان‌های مسئول به این امر، جهت تشویق و افزایش مشارکت و بالا بردن حس همبستگی حائز اهمیت است. هم‌چنین نظارت بیشتر این نهادها بر تولید و پخش محصولات فرهنگی و دانشگاهی هم‌گرا و مطابق با ارزش‌های ملی و دینی، تولید مواد درسی هم‌سو با هویت مذهبی جامعه به منظور تقویت انسجام اجتماعی، هماهنگ نمودن نظام ارزشی و فرهنگی خانواده با مدرسه و رسانه‌ها، تحلیل محتوای برنامه‌های فرهنگی و برنامه‌های رسانه‌ها در زمینه مؤلفه‌های هویت اجتماعی از دیگر مسائل مهم و مؤثر در تقویت هویت اجتماعی خواهد بود.

منابع

- ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۳۸۸)؛ «سازگاری هویت‌ها در فرهنگ ایرانی»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۳۹، ش ۲، صص ۲۳-۵۰.
- آگ برن، اف و ام نیم کوف (۱۳۵۷)؛ *زمینه جامعه‌شناسی*، ترجمه و اقتباس: امیرحسین آریان‌پور، تهران.
- باقری، معصومه و سلیمان‌نژاد، محمد (۱۳۸۹)؛ «بررسی جامعه‌شناختی هویت جوانان»، *دانشنامه علوم اجتماعی*، دوره ۱، ش ۳، صص ۹۳-۱۱۲.
- باهنر، ناصر و طاهره جعفری کیدقان (۱۳۸۹)؛ «تلویزیون و تأثیرات کاشتی آن بر هویت فرهنگی ایرانیان»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره سوم، صص ۱۳۱-۱۵۶.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۱)؛ «کنش‌های ورزشی و کنش‌های اجتماعی»، *فصلنامه ارغنون*، ترجمه محمدرضا فرزاد، ش ۲۰، صص ۲۲۷-۲۴۶.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- جی‌دان، رابرت (۱۳۸۵)؛ *نقد اجتماعی پست مدرنیته، بحران هویت*، ترجمه صالح نجفی، تهران: شیرازه.
- حسین‌زاده، میکائیل (۱۳۸۸)؛ «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی در بین دانشجویان تبریز»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۳۷، س ۱۰، ش ۱، صص ۴۹-۷۴.
- خدایی، ابراهیم و محمد مبارکی (۱۳۸۸)؛ «سرمایه اجتماعی و هویت: رابطه متقابل»، *دانشنامه علوم اجتماعی*، دوره ۱، ش ۲، صص ۱-۳۲.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷)؛ *لغت‌نامه دهخدا*، زیر نظر محمد معین، جعفر شهیدی، تهران: دانشگاه تهران: مؤسسه لغت‌نامه دهخدا.
- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۶)؛ «جوانان، بدن و فرهنگ تناسب»، *تحقیقات فرهنگی*، س ۱، ش ۱، صص ۱۴۱-۱۱۷.
- ذوالفقاری، ابوالفضل و لاوین سلطانی (۱۳۸۹)؛ «بررسی رابطه سبک زندگی با هویت قومی جوانان: مطالعه موردی شهرستان مهاباد»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره یازدهم، ش ۲، صص ۲۴-۵۰.

- ربانی، علی، ربانی، رسول و محمدرضا حسینی (۱۳۸۸)؛ «رسانه‌های جمعی و هویت ملی؛ مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، س ۱۶، ش ۲ (پیاپی ۵۸)، صص ۶۵-۹۳.
- رضایی، احمد و حبیب احمدلو (۱۳۸۴)؛ «نقش سرمایه اجتماعی در روابط بین قومی و هویت ملی؛ مطالعه موردی: جوانان تبریز و مهاباد»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۲۴، ش ۶، صص ۷-۳۳.
- زلفعلی فام، جعفر و مظفر غفاری (۱۳۸۸)؛ «تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی دختران دانشجوی دانشگاه گیلان»، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، ش ۳، صص ۱۲۱-۱۴۰.
- سروش، مریم و حسین افراسیابی (۱۳۸۹)؛ «سرمایه اجتماعی، هویت و مشارکت اجتماعی جوانان شیراز»، *دو فصلنامه علمی - تخصصی پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، ش ۵، صص ۱۲۳-۱۵۵.
- شارع‌پور، محمود و غلامرضا خوش‌فر (۱۳۸۱)؛ «رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان: مطالعه موردی شهر تهران»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۰، صص ۱۳۲-۱۴۷.
- شریفی، اسماعیل و اکرم کاکاوندی (۱۳۸۹)؛ «رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان»، *دوفصلنامه علمی تخصصی پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، ش ۴، صص ۲۵-۵۰.
- شببانی، ملیحه، موسوی، میر طاهر و سعید مدنی قهقرخی (۱۳۸۸)؛ «سرمایه اجتماعی جوانان در ایران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره دهم، ش ۳، صص ۵۷-۸۴.
- عیوضی، محمدرحیم محمدجواد و هراتی (۱۳۸۸)؛ «تأملی در تأثیر توسعه بر هویت فرهنگی»، *راهبرد یاس*، ش ۱۹، صص ۱۰۴-۱۳۰.
- غفاری، غلامرضا و انق ناز محمد (۱۳۸۵)؛ «سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی در شهر گنبد کاووس»، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره اول، ش ۱، صص ۱۵۹-۱۹۹.
- فیلد، جان (۱۳۸۶)؛ *سرمایه اجتماعی*، تهران: کویر.
- قادرزاده، امید (۱۳۹۰)؛ «تأثیر اشکال مختلف سرمایه بر هویت جمعی زنان»، *زن در توسعه و سیاست*، دوره ۹، ش ۲، صص ۳۵-۶۵.
- قانع‌راد، محمد امین و فریده حسینی (۱۳۸۶)؛ «ارزش‌ها، شبکه روابط و مشارکت در سازمان‌های غیردولتی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ج ۶، ش ۳، صص ۹۷-۱۲۳.
- کلانتری، عبدالحسین و حسین حسینی (۱۳۸۷)؛ «رسانه‌های نوین و زندگی روزمره، تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان»، *رسانه*، س ۱۹، ش ۴، صص ۱۱۹-۱۳۵.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷)؛ *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- گنجی، محمد، نعمت‌اللهی، زهرا و زهرا طاهری (۱۳۸۹)؛ «رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی در بین مردم شهرکاشان»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، س ۲۱، شماره پیاپی ۴۰، ش ۴، صص ۱۲۳-۱۴۴.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)؛ *راه سوم، بازسازی سوسیال دموکراسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: شیرازه.
- ----- (۱۳۸۰)؛ *مدرنیته و مدرنیسم*، ترجمه حسینعلی نوذری، تهران: نقش جهان.
- ----- (۱۳۸۳)؛ *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، ج ۳.
- معین، محمد (۱۳۸۷)؛ *فرهنگ فارسی معین*، تهران: منشأ دانش.
- موسوی، میرطاهر (۱۳۸۷)؛ «مشارکت اجتماعی یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، س ۶، ش ۲۳، صص ۶۷-۹۲.
- هاشمی، زهرا و جوکار، بهرام (۱۳۸۹)؛ «بررسی رابطه جهت‌گیری‌های مذهبی اسلامی با ابعاد هویت»، *دو*

ماهنامه علمی - پژوهشی دانشور رفتار، روان‌شناسی بالینی و شخصیت، دانشگاه شاهد، س ۱۷، ش ۴۰، صص ۵۹-۷۴.

- هزارجریبی، جعفر و سعید لهراسی (۱۳۹۰)؛ «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با میزان هویت جمعی»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، س ۲۲، شماره پیاپی ۴۲، ش ۲، صص ۱-۲۰.

- Alvani M, shirvani A (2006); *Social capital (Concepts, Theories and applications)*, Tehran: Mani PublicCation, First volume.
- Bourdieu, P. (1995); *The Field of Cultural Production*, Cambridge: Polity Press.
- Breakwell, G. M. (1993); "Social representation and social identity", *Papers on social representations*, Vol.2(3), PP 1-127.
- Clemente, A. (2005); "Whose English is it any way? Culture, language and identity: ethnographic portraits from Oaxaca, Mexico", *Working papers on culture, education and human development*, Vol. 1, No.3, PP 1-12.
- Cristina, A (2008); *Identity and the European union*, Annals of faculty of economics, universitatea din Oradea, Vol. 1, issue 1, PP 36-45.
- Deaux, K. (2001); *Social identity, Encyclopedia of women and gender*, city university of Newyork: by academic press, Vol. 1 & 2, PP 116-127.
- Ghamari, M. (2012); "The relationship of social capital and happiness among high school students of Karaj city", *International journal of Academic research in business and social sciences*, Vol.2, No.1 , PP 21-36.
- Giddens, A. (1984); *The Construction of society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge: Polity Press.
- Greenfield, E.A. & N.F. Maeks (2007); "Religious social identity as an explanatory factor for associations between more frequent formal religious participation and psychological well – being", *Int J Psychol Reling*, 17(3), PP 245-259.
- Healy. K & L. Ayres & A. Hampshire (2003); *Social capital and Quality of Life in Geographical Diverse Communities Melborne*.
- Helliwell JF, Patnam RD. (1995); "Tuning out. The strange disappearance of Social Capital in America", PI: 28.
- Jenkins. R. (1996); *Social Identity*, London: Sage Publication.
- Kim, H. (2012); "Determinants of individual trust in global institutions: the role of social capital and transnational identity", *Sociology mind*, Vol. 2, No. 3, PP 272-281.
- Lin, C.S & Y.F. Chen (2012); "The influences of online cultural capital on social tagging behavior", *Journal of library and information studies*, 10: 2, PP 21-37.
- Mclellan, J. & M. White (2005); "Social capital and identity politics among: Asian Buddhists in Toronto", *Journal of international migration and integration*, Vol 6, issue 2, PP 235-253.
- Merolla, D.M. & et al. (2012); "Structural precursors to identity processes: the role of proximate social structures", *Social psychology quarterly*, 75(2), PP 149-172.
- Petersen, L.E. & Dunnbier, U. & O. Morgenroth (2012); "Ethnic identity and ethnicity – related stress in accompanied and unaccompanied adolescent immigrants: does the family work as social capital for adolescent immigrants? , *Psychology*, Vol. 3, No. 4, PP:370-377.
- Runyan, R.C & Huddleston, J. & J. L. Swinney (2007); "A resource – based view of the small firm using a qualitative approach to uncover small firm resource", *Qualitative market research: An international journal*, Vol. 10, No. 4, PP 91-105.
- Wall, E, Gabriele, Ferrazzi & Frans, schryer (1998); "Getting the Goods on Social capital", *Rural Sociology*, Vol. 63, No 2, PP 300-322.
- Wool cock, M & Narayan D (2000); "Social capital: Implication for Development theory, Research and Policy", *World Bank Research observer*, Vol. 15, No. 2, PP 225-249.