

Analysis of the Relationship between Social Capital and National Identity of Women Aged 18 to 50 Living in Shahrekord

Hossein Nazoktabar *

E-mail: hntabar@yahoo.com

Shahram Mollania Jelodar **

E-mail: smollnai@yahoo.com

Leila Malekpoor Jonaghani ***

E-mail: lmalekpoor577@gmail.com

Maryam Malmir ****


E-mail: maryammalmir7@yahoo.com

Received: 2022/5/6

Revised: 2023/3/3

Accepted: 2023/3/13

Doi: 10.22034/RJNSQ.2023.345744.1413

 20.1001.1.1735059.1402.24.93.6.0

Abstract:

National identity is the result of social interactions between individuals and is influenced by several factors. One of the influential factors in the formation of national identity of individuals is social capital. The purpose of this study is to investigate the relationship between social capital and national identity of women aged 18 to 50 living in Shahrekord City. The research method of survey and data collection tool is a researcher-made questionnaire. The statistical population is all women aged 18 to 50 years old living in Shahrekord in year 2021, which according to the general census of population and housing 2016, their number is 6004 people. Sample size in the statistical population of Shahrekord using the equivalent Cochran's formula 364 people were obtained, for a more accurate study, the number of samples was set at 500 people. The theoretical framework of the research is a combination of the theories of Durkheim, Putnam, Bourdieu, Coleman and Halpern in the three dimensions of trust, participation and social interactions. Based on the findings, there was a significant relationship between social capital and national identity. Also, the results of multivariate regression analysis showed that the components of social capital (social trust, participation, social interactions) explained a total of 59% of the changes in the dependent variable (national identity).

Keywords: National Identity, Social Capital, Social Trust, Social Participation, Women, Shahrekord.

* Associate Professor. Department of Sociology. Payame Noor University. Tehran. Iran (Corresponding Author).

** Assistant Professor. Department of Sociology. Payame Noor University. Tehran. Iran.

*** M.A. in Sociology. Payame Noor University. Behshahr Center. Behshahr. Iran.

**** Faculty Member of the Department of Sociology. Payame Noor University. Tehran. Iran.

تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی با هویت ملی زنان بین ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد

نوع مقاله: پژوهشی

حسین نازک‌تبار*

شهرام ملانیا جلودار**

لیلا ملک‌پور جوتقانی***

مریم مالمیر****

E-mail: hntabar@yahoo.com

E-mail: smollnai@yahoo.com

E-mail: lmalekpoor577@gmail.com

E-mail: maryammalmir7@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۳/۱۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۲/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۲

چکیده

هویت ملی حاصل تعاملات اجتماعی بین افراد است و از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد. یکی از عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری هویت ملی افراد، سرمایه اجتماعی است. هدف پژوهش حاضر، تعیین رابطه بین سرمایه اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخته است. جامعه آماری کلیه زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد در سال ۱۴۰۰ است که بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵، تعداد آن‌ها ۶۰۰۴ نفر است. حجم نمونه در جامعه آماری شهرکرد با استفاده از فرمول کوکران معادل ۳۶۴ نفر به دست آمد که برای دقت بیشتر پژوهش تعداد نمونه ۵۰۰ نفر تعیین شده است. چهارچوب نظری تحقیق ترکیبی از نظریات دورکیم، پاتنام، بوردیو، کلمن و هالپرن در سه بعد اعتماد، مشارکت و تعاملات اجتماعی است. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده، بین سرمایه اجتماعی و هویت ملی رابطه معناداری وجود داشت، همچنین، نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان داد که مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، مشارکت، تعاملات اجتماعی) در مجموع ۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (هویت ملی) را تبیین کردند.

کلیدواژه‌ها: هویت ملی، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، زنان،

شهرکرد.

* دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

** استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

*** کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور مرکز بهشهر، بهشهر، ایران.

**** عضو هیئت‌علمی گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.



مقدمه و بیان مسئله

هویت به یکی از مفاهیم و موضوعات محوری در پژوهش‌ها بدل شده و عوامل متعدد اجتماعی و فردی بر این حوزه اثر گذارند که یکی از مهم‌ترین این عوامل سرمایه اجتماعی است.

هویت در فرآیند اجتماعی شدن افراد در پی کنش متقابل حاصل می‌شود و افراد ضمن هویت‌یابی خود، تصوراتی از خود به دست می‌آورند و به کیستی خود پاسخ می‌دهند، بنابراین هویت امری اجتماعی است که در تعامل با افراد یا گروه‌های اجتماعی کسب می‌شود (رجایی، ۱۳۸۲: ۶۵). از طرفی «هویت» فرد در پاسخ به پرسش‌هایی از «کیستی» و «چیستی» و «چرایی» فرد از «خود» به ظهور می‌رسد.

هویت افراد به دو صورت نمایان می‌شود، ابتدا به صورت فردی و بعد هم به صورت جمعی. آنچه در این پژوهش مدنظر است هویت جمعی افراد است، چراکه هویت ملی زنان که به عنوان متغیر وابسته است، از طیف هویت جمعی است.

امروزه در تمامی کشورهای جهان مسئله ملیت موضوع مهمی است که مدنظر عالمان علم جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و اقتصاد و علوم دیگر قرار گرفته است. به هر حال هریک از این علوم با نگاهی متفاوت به این مسئله می‌نگرند؛ اما هدف این بررسی و مطالعه ملیت از منظر جامعه‌شناختی در کشور ایران است. از آنجایی که ایران خود دارای انواع قومیت‌ها از نظر نژاد، زبان و مذهب است، جامعه‌شناسان معاصر برای بررسی کمیت و کیفیت روابط اجتماعی از مفهوم سرمایه اجتماعی بهره جسته‌اند (شارع پور، ۱۳۹۰: ۱۲۰). ملت و هویت ملی مفاهیم مرتبط با هم هستند و اصولاً ملتی با ویژگی‌های امروزی آن لازم است تا هویت ملی شکل گیرد. هویت ملی فراگیرترین و گسترده‌ترین هویت اجتماعی در سطح جامعه بوده و عبارت است از مجموعه ویژگی‌ها، دل‌بستگی‌ها و پیوندهای جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، حماسی و قومی که زندگی انسانی را دربر می‌گیرد و عضو جامعه به آن می‌بالد و افتخار می‌کند (روح‌الامینی به نقل از میرمحمدی، ۱۳۸۳: ۲۲). برای سنجش دقیق و جامع هویت ملی، شناسایی تمامی ابعاد آن ضرورت می‌یابد، این ابعاد شامل، بعد اجتماعی، تاریخی، جغرافیایی، سیاسی، دینی، فرهنگی و ادبی است که نقاط گره هویت ملی هستند (تاجیک، ۱۳۷۹: ۵۰).

کاستلز نیز معتقد است که زندگی روزمره در عمده‌ترین وجوه خود با دو فرایند جهانی شدن و هویت شکل می‌گیرد. از نظر کاستلز هویت‌ها برساخته می‌شوند و در عصر اطلاعات شاهد پیدایش هویت‌های قوی و مستحکمی هستیم که در برابر امواج

جهانی و فردگرایی افراطی مقاومت می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۲). در واقع، هویت اجتماعی در جوامع سنتی و مدرن متفاوت است. در جوامع سنتی، هویت بر مبنای ویژگی‌های انتسابی است؛ اما در جوامع مدرن هویت هم منبعث از جایگاه فرد در نظام تولیدی یا ساختار شغلی اوست و هم رفتارهای مصرفی مبنای شکل‌گیری هویت‌اند (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۲۱۳). هویت ملی نوعی احساس تعلق به ملت خاصی است. ملتی که نمادها، سنت‌ها، مکان‌های مقدس، آداب و رسوم، قهرمانان تاریخی و فرهنگ و سرزمین معین دارد. هویت ملی یعنی احساس تعلق به گروهی از انسان‌ها، به واسطه اشتراک داشتن در برخی عناصر فرهنگی و شبه‌فرهنگی (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۶۳). 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 واسطه‌ی برخورداری از شبکه‌های بادوام از روابط و فهم و درک متقابل و کم‌ویش نهادینه‌شده، آن را به دست می‌آورند (فیلد، ۲۰۰۳: ۱۷۶)؛ 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: ۵۳). سرمایه اجتماعی از مفاهیم مهم عصر حاضر به شمار می‌رود. سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ای از مفاهیم مانند اعتماد، هنجار و شبکه‌هاست که هماهنگی و همکاری را برای سود متقابل تسهیل می‌کند و باعث کارآمدی جامعه در فعالیت‌های هماهنگ می‌شود (وال و همکاران، ۱۹۹۸: ۳۰۶). مضمون سرمایه اجتماعی در بعد عینی و ساختاری در سطح کلان، مورد توجه امیل دورکیم، بعد ذهنی یا شناختی آن در سطح خرد مورد نظر وبر و مید و بعد ارتباطی و تعاملاتی آن در سطح شبکه روابط، مورد عنایت زیمل قرار گرفته است (اکبری، ۱۳۸۳: ۹۸). سرمایه اجتماعی می‌تواند نگرش‌ها و طرز تلقی‌های افراد را نسبت به اقوام موجود در جامعه و هم‌چنین طرز تلقی آنان را از ملیت و قومیتشان 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: ۳۴). با توجه به حضور روزافزون زنان در جامعه و شناخت ناکافی از انواع هویت زنان در جامعه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر روی هویت ملی زنان، این پژوهش درصدد آن برآمد تا به هدف اصلی پژوهش بپردازد و به این سوال اصلی پژوهش پاسخ دهد که آیا سرمایه اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله شهرکرد ارتباط دارند؟



سؤالات پژوهش

- ۱- آیا بین اعتماد اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد رابطه وجود دارد؟
- ۲- آیا بین مشارکت اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد رابطه وجود دارد؟
- ۳- آیا بین تعاملات اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد رابطه وجود دارد؟

روش پژوهش

این تحقیق بر اساس اهداف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی است؛ بنابراین، از بعد کمی از روش پیمایشی و برای جمع‌آوری داده‌های موردنیاز از تکنیک پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شده است. در طرح‌های همبستگی، پژوهشگران اطلاعات مربوط به گروه‌های از پیش موجود افراد را بدون تغییر دادن تجارب آن‌ها گردآوری می‌کنند.

جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری

جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد در سال ۱۴۰۰ است. از آنجایی که یکی از ابعاد هویت ملی به‌عنوان متغیر وابسته مشارکت سیاسی است و افراد نمونه آماری می‌بایست شرایط سنی شرکت در انتخابات را می‌داشتند، گروه سنی ۱۸ الی ۵۰ سال در این پژوهش انتخاب شدند؛ که بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵، تعداد آن‌ها ۶۰۰۴ نفر است. حجم نمونه‌ی تحقیق حاضر با استفاده از فرمول کوکران تعیین شده است. از تعداد جامعه آماری بر اساس فرمول کوکران ۳۶۴ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند؛ که برای دقت بیشتر پژوهش تعداد نمونه ۵۰۰ نفر تعیین شد.

روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای دو مرحله‌ای است، نمونه‌ها از بین زنان ساکن شهرکرد انتخاب شده‌اند، بدین صورت که ابتدا شهرکرد به چهار بخش شمال، جنوب، شرق و غرب تقسیم شده و از بین هر بخش به صورت تصادفی یک منطقه انتخاب گردید، سپس به صورت تصادفی از هر منطقه ۴ بلوک انتخاب شده و از هر یک از بلوک انتخابی ۱۰ نفر به صورت تصادفی انتخاب گردیده‌اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات آماری داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی متناسب با سطوح سنجش استفاده شده است.

پیشینه تحقیق

در خصوص ارتباط متغیر مستقل سرمایه اجتماعی با هویت افراد مورد تحقیق، تحقیقات بسیاری (شریفی و کاکاوندی ۱۳۸۹، شبانی و دیگران ۱۳۸۹، نوابخش و گراوند ۱۳۹۰، جهانگیری و معینی ۱۳۹۰، ذوالفقاری و دیگران ۱۳۹۱، صیدی ۱۳۹۲، یزدان‌پناه و دیگران ۱۳۹۷، کیانی و نجفی ۱۳۹۷، درستکار و دیگران ۱۳۹۸) به تأیید رابطه مثبت و معنی‌داری رسیدند. رنانی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه «نقش منابع هویت و معرفت در تشکیل سرمایه اجتماعی» در میان دانشجویان دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان، نشان دادند که تمرکز تحقیق بر هویت مذهبی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین اشکال هویت اجتماعی ایرانیان بود و رابطه قوی بین هویت مذهبی و سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان وجود داشت. سروش و افراسیابی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «سرمایه اجتماعی، هویت و مشارکت اجتماعی جوانان شیراز» به این نتیجه رسیده‌اند که کسانی مشارکت اجتماعی بیشتری می‌کنند که کیفیت روابط (میزان صمیمیت) بالاتری داشته، از حمایت‌های بیشتری برخوردار باشند و بیشتر به هنجار عمل متقابل اعتقاد داشته باشند؛ به‌علاوه جوانانی که دارای هویت ملی و دینی قوی‌تر و هویت جنسیتی مدرن‌تری هستند، مشارکت بیشتری دارند.

گلشن محمودی فومنی و اسکندری (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر هویت ملی جوانان در شهر ارسنجان» به این نتیجه رسیده‌اند که میزان سرمایه اجتماعی در جامعه از حد متوسط پایین‌تر است و همبستگی ضعیفی میان متغیرهای سرمایه اجتماعی و هویت ملی وجود دارد. همچنین، وجود رابطه بین هویت ملی با هر یک از شاخص‌های سرمایه اجتماعی را تأیید می‌کنند. بین سایر شاخص‌های سرمایه اجتماعی با هویت ملی همبستگی مثبت و همبستگی ضعیف بوده است؛ اما بین متغیر تعلق اجتماعی و هویت ملی همبستگی قوی‌تری وجود دارد.

رسول‌زاده اقدم و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با نام تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی با هویت بازاندیشانه (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان) نشان دادند که بین سرمایه‌های اجتماعی و ابعاد آن با هویت بازاندیشانه‌ی دانشجویان همبستگی معناداری وجود دارد. هم‌چنین، از بین ابعاد پنج‌گانه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی، فقط بعد مشارکت اجتماعی تأثیر معناداری بر هویت بازاندیشانه‌ی دانشجویان ندارد و ابعاد دیگر سرمایه‌ی اجتماعی توانسته‌اند ۲۰ درصد از تغییرات هویت بازاندیشانه‌ی دانشجویان را تبیین کنند.



دیانت و دسترنج (۱۳۹۸) در تحقیق «تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان در شهر بندرعباس» به این نتیجه رسیده‌اند که تحولات دهه‌های اخیر، چه در زمینه‌های فرهنگی و چه در عرصه‌های ساختاری، به تعدد، تنوع و گاه تعارض منابع هویت‌ساز منجر شده و گسترش نوگرایی و نوسازی در عرصه جهانی، به بحران هویت در میان بسیاری از قشرها، به‌ویژه زنان، دامن زده است.

یافته‌های جیانگ و کارول (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی، شبکه اجتماعی و پیوندهای هویت» نشان دادند که هویت جمعی هم به‌طور مستقیم و هم از طریق تأثیرگذاری بر پیوندهای اجتماعی بر سرمایه اجتماعی افراد تأثیر چشمگیری می‌گذارند.

کانکو و کارپف (۲۰۱۲) در مطالعه‌شان تحت عنوان «هویت جمعی و سرمایه اجتماعی جنبش فولکلور معاصر روسیه» نشان دادند که تعلق خاطر داشتن جنبش‌های فولکلور به هویت جمعی‌شان باعث تقویت سرمایه اجتماعی این جنبش‌ها شده است.

یافته‌های دیویس (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی: اعتماد و کشمکش» حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی افراد رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد؛ همچنین انواع مختلف انگیزه‌های فردی با اشکال مختلف سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی مرتبط است.

مبانی نظری

درباره هویت ملی، بینش‌ها و نظریه‌های مختلفی وجود دارد. از نظر تامپسون، مفهوم اساسی در هویت ملی احساس تعلق به یک ملت است. در واقع، مردم همواره می‌خواهند بخشی از ملت خودشان باشند و بدان وسیله شناسایی می‌شوند (تامپسون، ۲۰۰۱: ۱۲۱). حاجیانی (۱۳۷۹) هویت ملی را مهم‌ترین و اساسی‌ترین بخش هویت می‌داند. به اعتقاد او، برخورداری از هویت مستقل و ممتاز در حیات فردی و جمعی آدمی، به‌عنوان پایه اصلی در زندگی و کنشگری او محسوب می‌شود. عنصر شناسایی، تفکیک و تمایزگذاری بین خود و دیگران به زندگی انسان معنا می‌بخشد و او را به تحرک و پویایی وامی‌دارد. در میان انواع گوناگون هویت، لایه‌ها و سطوح آن که دامنه گسترده‌ای از هستی درونی فرد تا هستی جهانی وی را در برمی‌گیرد، وجود هویت ملی که در قالب واحدهای مستقل سیاسی، جغرافیایی و فرهنگی به نام کشور معنا می‌یابد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا کشور به‌عنوان یک واحد سیاسی مستقل، بسیاری از عناصر هویت‌بخش یک نظام اجتماعی را از سایر نظام‌ها متمایز و جدا

می‌سازد (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۱۰۱). تحولات سیاسی درون‌زا، به‌ویژه ساختار سیاسی، ایدئولوژی سیاسی، فرهنگ سیاسی، اندیشه سیاسی و همچنین امنیت ملی، نقش عمده‌ای در تغییر لایه‌های روبنایی هویت ملی ایفا می‌کنند. ساختار سیاسی به علت برخورداری از قدرت مادی و معنوی نقش و سهم درخور توجهی در هویت‌مندی و هویت‌سازی به معنای تولید نماد، انتقال، مصرف، فهم و تفسیر معانی دارد. نظام‌های سیاسی بسته و متصلب، موجب شکل‌گیری هویت درون‌گرا می‌شوند، درحالی‌که نظام‌های سیاسی باز و مردم‌سالار به شکوفاسازی و رشد محوریت هویت منجر خواهند شد (دهشیری، ۱۳۸۰: ۱۵۴).

میلر (۱۹۹۵) نیز تأکید می‌کند که لازمه هویت ملی این است که همه افراد چیزی به اشتراک داشته باشند؛ حس تعلقی که افراد در کنار یکدیگر به‌واسطه وجود آن خصوصیات مشترک، به یکدیگر دارند. از نظر میلر، آن «چیز» یک فرهنگ عمومی مشترک است. در واقع، هویت‌یابی با یک ملت و فهم مشترک از آنچه مفهوم ملت به همراه دارد (میلر، ۱۹۹۵: ۲۵). در کنار بعد سیاسی و فرهنگی، بعد اجتماعی آن نیز در میان پژوهشگران و اندیشمندان این عرصه محل تأکید فراوان بوده است. بعد اجتماعی هویت ملی در ارتباط با کیفیت روابط اجتماعی فرد با نظام کلان اجتماعی است. در صورت تقویت مناسبات و روابط فرد با جامعه، هویت جمعی فرد در سطح ملی شکل می‌گیرد و اصطلاحاً «ما» ی ملی تحقق می‌یابد. اعتقاد به وجود و ضرورت وجود جامعه ملی، احساس و اعتقاد و تمایل به عضویت در این جامعه و احساس تعلق خاطر مشترک و احساس تعهد افراد به اجتماع ملی از مهم‌ترین ابعاد این مسئله است (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۴). از سوی دیگر، دیدگاه‌های مختلفی درباره سرمایه اجتماعی مطرح است. اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی که در یک رابطه متعامل قرار گرفته و هر کدام تقویت‌کننده دیگری‌اند از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند. به نظر آیزنشتاد مهم‌ترین مسئله نظم اجتماعی برای دورکیم و تا حدودی برای تونیس، اعتماد و همبستگی اجتماعی است، یعنی این‌که بدون انسجام و نوعی اعتماد، پایداری نظم اجتماعی ممکن نیست. مفهوم انسجام اجتماعی نیز از مفاهیمی است که در کانون توجه نظریه‌پردازان علوم اجتماعی قرار داشته است، به‌گونه‌ای که متون کلاسیک جامعه‌شناسی عاری از این مفهوم نیستند. توجه به انسجام اجتماعی در آثار پیشکسوتان جامعه‌شناسی چون دورکیم که انسجام اجتماعی را مؤلفه‌ی اصلی عمل و رفتار اجتماعی می‌داند و تونیس جایگاه ویژه‌ای دارد (ازکیا، ۱۳۸۶: ۲۸۱).



پاتنام در تعریف سرمایه اجتماعی به ویژگی‌های سازمان اجتماعی از قبیل شبکه‌ها، هنجارها، اعتماد اشاره می‌کند که همکاری و هماهنگی را برای کسب سود متقابل میان اعضای یک گروه را فراهم می‌کند (پاتنام، ۱۹۹۵: ۷۳). بورديو سرمایه اجتماعی را یکی از اشکال سرمایه می‌داند. سرمایه به اعتقاد بورديو در سه شکل سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد. سرمایه اقتصادی مستقیماً قابل تبدیل به پول بوده، ممکن است به شکل حقوق مالکیت نهادینه شود. سرمایه فرهنگی که تحت شرایطی خاص قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و در شکل مدارج تحصیلی نهادینه می‌شود و سرمایه اجتماعی که از تکالیف و تعهدات اجتماعی، پیوندها و ارتباطات تشکیل شده و در برخی شرایط قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و ممکن است در شکل شهرت و اصالت نهادینه شود (بورديو، ۱۳۸۴: ۱۳۶). به نظر کلمن، سرمایه اجتماعی شیء واحدی نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: اول اینکه تمام آن‌ها جنبه‌ای از ساخت اجتماعی هستند و دوم این که برخی از کنش‌های افراد درون آن ساختار را تسهیل می‌کنند (عبداللهی، ۱۳۸۵: ۱۸۰). از نظر کلمن سرمایه اجتماعی به عنوان بخشی از ساختار اجتماعی، مانند سایر اشکال سرمایه مولد است و به کنشگر اجازه می‌دهد که از طریق آن‌ها به اهداف خود دست یابد که شاید در نبود آن محقق نمی‌شدند (فیلد، ۲۰۰۸: ۲۳). دیوید هالپرن نیز سرمایه اجتماعی را ترکیب یافته از سه جزء شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد می‌داند (هالپرن، ۲۰۰۵: ۶۶). وندی استون در سنجش سرمایه اجتماعی، آن را در دو بخش «ساختار روابط» و «کیفیت روابط» محدود کرده است. نوع روابط (رسمی و غیررسمی)، اندازه شبکه روابط (گسترده و محدود) و ساختار درونی و بیرونی روابط عناصر آن هستند (استون ۲۰۰۱: ۳۱۴).

تعاریف نظری و عملی متغیرها

متغیر وابسته (هویت ملی): هویت ملی، تجلی کیستی و چیستی اجتماعات عظیم و متکثر انسانی و فراتر از تعلقات محدود قومی - قبیله‌ای است که در طول تاریخ با تکیه بر مؤلفه‌های مشترک نظیر دین، زبان، سمبل‌ها، نمادها، ارزش‌ها، خاطرات، سرنوشت و میراث مشترک به هویت کلان فرهنگی ملت‌ها معنی و مفهوم بخشیده است (اتابکی، ۱۳۸۱: ۴۴۵). هویت ملی در این پژوهش به عنوان متغیر وابسته به چهار بعد اصلی ۱- بعد فرهنگی ۲- بعد اجتماعی ۳- بعد تاریخی ۴- بعد سیاسی تقسیم

شده است، هریک از این ابعاد شامل گویه‌های خاصی هستند که نهایتاً در طیف لیکرت موردسنجش قرار گرفتند. تقسیم هویت ملی به این ابعاد بر اساس کتاب جامعه‌شناسی هویت (۱۳۸۸) صورت گرفته است و گویه‌های مربوط به هریک از ابعاد هویت ملی، بدون دخل و تصرف جهت سنجش گرایش‌های ملی افراد مورد استفاده قرار گرفته است (حاجیانی، ۱۳۸۸: ۳۴).

بعد فرهنگی: مقصود از فرهنگ، مجموعه ذهنی مشترکی است که در گذشته تاریخی شکل گرفته و طی فرآیند جامعه‌پذیری به نسل‌های بعدی منتقل گردیده و نسل‌های نوین آن را به‌عنوان میراث گذشته به ارث برده‌اند. این مجموعه ذهنی شامل ارزش‌ها، هنجارها، نمادها، اعتقادات و احساسات و رویکردهایی است که در زمینه خانواده، اقتصاد، سیاست، مذهب، جامعه‌پذیری و تفریحات در بین مردم یک جامعه به‌صورت وجدان جمعی درآمده است (شمشیری، ۱۳۸۷: ۶۰).

بعد فرهنگی هویت ملی با شاخص‌های: (اعتقاد و ارزش نسبت به زبان فارسی، اهمیت دادن به آثار ادبی فارسی، کاربرد زبان فارسی در گفت‌وگو و محاوره و همچنین علاقه‌مند بودن به مراسم باستانی عید نوروز و اعتقاد به حفظ میراث فرهنگی و علاقه به موسیقی سنتی جامعه، در قالب طیف لیکرت) موردسنجش قرار گرفتند.

بعد اجتماعی: بعد اجتماعی هویت ملی در ارتباط با کیفیت روابط اجتماعی فرد با نظام کلان اجتماعی است. در صورت تقویت مناسبات و روابط فرد با جامعه، هویت جمعی فرد در سطح ملی شکل می‌گیرد و اصطلاحاً «مای ملی» تحقق می‌یابد (نفیسی، ۱۳۷۹: ۱۹۹).

بعد اجتماعی هویت ملی با شاخص‌های: (احساس عضویت در جامعه ملی - ایرانی و پذیرش دیگران به‌عنوان هم‌وطن و احساس افتخار نسبت به عضویت در جامعه ملی و اعتقاد به سرنوشت و آینده‌ی جامعه ملی می‌تواند باشد، همچنین دفاع از یکپارچگی و همبستگی اجتماعی سیاسی هم جزء ابعاد اجتماعی شاخص هویت ملی، در قالب طیف لیکرت) موردسنجش قرار گرفتند.

بعد تاریخی: بعد تاریخی هویت ملی عبارت است از آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی و احساس دل‌بستگی به آن و احساس هویت تاریخی یا به تعبیر دیگر (هم تاریخ‌پنداری) که پیوند دهنده نسل‌های مختلف به یکدیگر شده و مانع جدا شدن یک نسل از تاریخش می‌شود؛ زیرا هر جامعه‌ای با هویت تاریخی خود تعریف و ترسیم می‌شود (شمشیری، ۱۳۸۷: ۵۸).



بعد تاریخی هویت ملی با شاخص‌های: (اهمیت داشتن شناختن تاریخ و گذشته و تاریخ ملی ایرانیان، افتخار به گذشته تاریخی ملی و همچنین بازدید آثار تاریخی و احساس مسئولیت نسبت به نگهداری و مرمت آثار تاریخی، در قالب طیف لیکرت) مورد سنجش قرار گرفتند.

بعد سیاسی: تعلق به یک واحد سیاسی به عنوان یک بعد ملی، مستلزم تعلق به دولت، نظام سیاسی و ارزش‌های مشروعیت بخش حکومت در هویت ملی است. امروز دولت ملی بزرگ‌ترین و رایج‌ترین نوع شکل‌گیری جامعه‌ی بشری محسوب می‌شود؛ لذا مسائلی نظیر این‌که دولت در یک کشور تا چه اندازه نزد اعضای آن از مقبولیت برخوردار است و اینکه میزان وفاداری اعضای یک سرزمین جغرافیایی نسبت به نهادها، نظام حکومتی، ارزش‌ها و ایدئولوژی سیاسی و مرزهای کشور چقدر است، بسیار مهم است (همان: ۶۰).

ابعاد سیاسی هویت ملی با شاخص‌های: (اهمیت دادن به سرنوشت سیاسی کشور و توجه به سیاست‌های داخلی و خارجی کشور و همچنین دنبال کردن اخبار از طریق رسانه‌های داخلی و آگاهی از مسائل سیاسی و همچنین شرکت در راهپیمایی و مناسبت‌های سیاسی و علاقه به شرکت در بحث‌های سیاسی و مهم بودن اوضاع کشور، در قالب طیف لیکرت) مورد سنجش قرار گرفتند.

متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی): مفهوم سرمایه اجتماعی را به‌طور کلی می‌توان منابعی تعریف کرد که میراث روابط اجتماعی‌اند و کنش جمعی را تسهیل می‌کنند. این منابع که از طریق اجتماعی شدن حاصل می‌شوند، دربرگیرنده اعتماد، هنجارهای مشارکتی و شبکه‌هایی از پیوند اجتماعی هستند که موجب گردآمدن افراد به صورت منسجم و باثبات در داخل گروه به‌منظور تأمین هدفی مشترک می‌شود (زاهدی، ۱۳۸۲: ۲۷۴). در این پژوهش، سرمایه اجتماعی، شاخص‌هایی مانند اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و تعاملات اجتماعی را شامل می‌شود که از طریق گویه‌هایی در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار می‌گیرند.

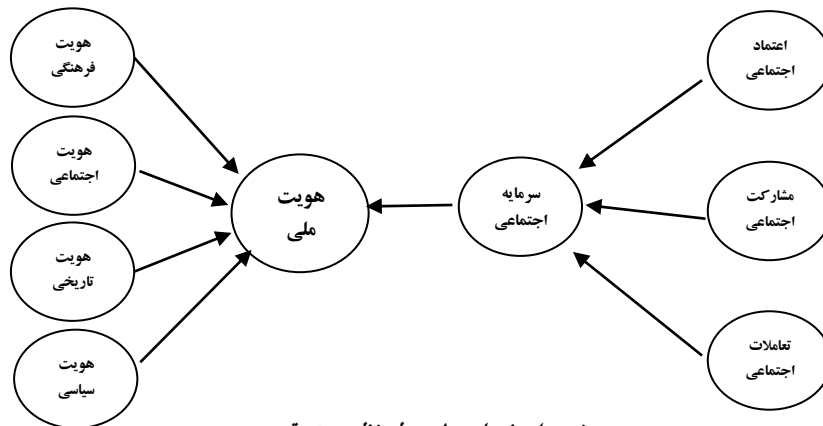
اعتماد اجتماعی: اعتماد اجتماعی بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی دلالت دارد که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۰: ۹۰).

برای سنجش مفهوم اعتماد اجتماعی از شاخص‌های: (میزان اعتماد به اعضای خانواده، خویشاوندان، دوستان و همسایگان، اعتماد به اطرافیان، اصناف و گروه‌ها و سازمان‌های مختلف در قالب گویه‌هایی از طیف لیکرت) استفاده شده است.

مشارکت اجتماعی: مشارکت اجتماعی هم برای فرد رضایت به بار می‌آورد و هم عامل شکل‌دهی به روابط و هم سازنده‌ی شبکه‌های حمایتی بالقوه است. البته مشارکت اگر به صورت مدنی باشد فعالیت‌هایی که در ارتباط با فضای سیاسی مدیریت باشگاه و انجمن‌ها و نیز سازمان‌های غیردولتی بوده و معمولاً در قالب عضویت رسمی فرد در گروه‌های مختلف خود را نشان می‌دهد و تابع مقررات و سلسله‌مراتب است (اسماعیلی، ۱۳۸۵: ۷۶).

برای سنجش مفهوم مشارکت اجتماعی از شاخص‌های: (نمود عینی مشارکت، وجود نهادهای مشارکتی مانند انجمن‌ها، گروه‌ها و سازمان‌های محلی و غیردولتی است که از طریق عضویت افراد در این‌گونه انجمن‌ها و سازمان‌ها و همچنین شرکت در فعالیت‌های سیاسی مانند شرکت در انتخابات و رأی‌دادن و پیگیری مسائل سیاسی در قالب گویه‌هایی از طیف لیکرت) استفاده شده است.

تعاملات اجتماعی: تعاملات اجتماعی به معنای ایجاد رابطه بین دو نفر یا بیشتر است که منجر به واکنشی میان آن‌ها شود و این نوع واکنش برای هر دو طرف شناخته شده است (دانشپور و چرخچیان، ۱۳۸۶: ۲۲). برای سنجش مفهوم اعتماد اجتماعی از شاخص‌های: (کنش‌های متقابلی و برخوردهای روزمره که هم شعاع و هم گستره‌ی این ارتباطات مدنظر است که شامل ارتباطات با خویشاوندان و دوستان و همسایگان است در قالب گویه‌هایی از طیف لیکرت) استفاده شده است.



نمودار شماره ۱: مدل نظری تحقیق



یافته‌های توصیفی

جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که از بین افراد شرکت‌کننده در مطالعه به‌طور کلی ۲۱۸ نفر کمتر از ۲۸ سال و ۱۹۵ نفر بین ۲۸ تا ۳۹ سال و ۸۷ نفر بیشتر از ۳۹ سال هستند.

جدول شماره ۱: توزیع و درصد فراوانی پاسخگویان بر اساس رده سنی

سن	فراوانی	درصد
کمتر از ۲۸ سال	۲۱۸	۴۳/۶
۲۸ تا ۳۹ سال	۱۹۵	۳۹
بیشتر از ۳۹ سال	۸۷	۱۷,۴
کل	۵۰۰	۱۰۰/۰

در این قسمت، آمار توصیفی مجموع نمرات متغیر سرمایه اجتماعی و هویت ملی گزارش شد. علاوه بر این، زیربُعد هر یک از این مؤلفه‌های متغیر مستقل و وابسته نیز توصیف شده است.

جدول شماره ۲: آماره‌های توصیفی سرمایه اجتماعی و هویت ملی

متغیر	مؤلفه‌ها	تعداد	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف استاندارد
سرمایه اجتماعی	اعتماد اجتماعی	۵۰۰	۱۳	۶۵	۴۵,۶۲	۱۳,۱۹
	مشارکت سیاسی	۵۰۰	۵	۲۵	۱۷,۴۰	۵,۲۹
	تعاملات اجتماعی	۵۰۰	۱۰	۵۰	۳۵,۸۰	۹,۷۷
	نمره کلی	۵۰۰	۳۰	۱۴۰	۹۸,۸۲	۲۰,۲۳
هویت ملی	اجتماعی	۵۰۰	۵	۲۵	۱۷,۷۸	۵,۰۲۶
	فرهنگی	۵۰۰	۷	۳۵	۲۳,۹۰	۶,۸۷۲
	تاریخی	۵۰۰	۵	۲۵	۱۷,۳۵	۵,۰۹۷
	سیاسی	۵۰۰	۵	۲۵	۱۷,۵۷	۴,۸۸۳
کل	کل	۵۰۰	۳۸	۱۰۴	۷۶,۶۰	۱۰,۸۷۳

جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که در سرمایه اجتماعی، میانگین نمره مؤلفه اعتماد اجتماعی $13/194 \pm 45/62$ ، میانگین نمره مؤلفه مشارکت سیاسی $17/40 \pm 5/295$ و میانگین نمره مؤلفه تعاملات اجتماعی $35/80 \pm 9/773$ و به‌طور کلی میانگین نمره متغیر سرمایه اجتماعی $98/82 \pm 20/23$ است. در متغیر هویت ملی، میانگین نمره مؤلفه

اجتماعی $۱۷/۷۸ \pm ۵/۰۲۶$ و میانگین نمره مؤلفه فرهنگی $۲۳/۹۰ \pm ۶/۸۷۲$ و میانگین نمره مؤلفه تاریخی $۹۸/۸۲ \pm ۲۰/۲۳$ و میانگین نمره مؤلفه سیاسی $۱۷/۵۷ \pm ۴/۸۸۳$ و به‌طور کلی میانگین متغیر هویت ملی $۱۰/۸۷۳ \pm ۱۰/۶۰$ است.

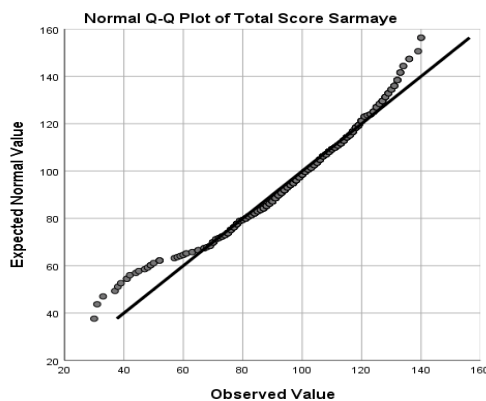
یافته‌های استنباطی

در این قسمت فرض نرمالیتی متغیرهای مطالعه بررسی می‌شوند. براین اساس، ابتدا نرمالیتی متغیرهای تحت بررسی به‌وسیله‌ی آزمون شاپیرو-ویلک و کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد و چنانچه نرمالیتی در متغیری رد شد، نمودار چندک-چندک برای بررسی نرمالیتی تقریبی استفاده گشت.

جدول شماره ۳: بررسی نرمالیتی متغیرهای پژوهش

متغیر	کولموگروف-اسمیرنوف			شاپیرو-ویلک		
	آماره	درجه آزادی	معنی‌داری	آماره	درجه آزادی	معنی‌داری
مجموع نمرات هویت ملی	۰/۰۴۹	۵۰۰	<۰/۰۰۶	۰/۹۹۳	۵۰۰	<۰/۰۲۲
مجموع نمرات سرمایه اجتماعی	۰/۰۶	۵۰۰	<۰/۰۰۰	۰/۹۷۰	۵۰۰	<۰/۰۰۰

جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که دلیلی بر رد نرمالیتی متغیر «هویت ملی» (معنی‌داری شاپیرو-ویلک $> ۰/۰۰۱$) وجود ندارد و «سرمایه اجتماعی» (معنی‌داری شاپیرو-ویلک $> ۰/۰۰۱$) رد شده است؛ اما از آنجاکه این آزمون‌ها به کوچک‌ترین انحراف از نرمالیتی حساس هستند و برای تحلیل‌های آماری به نرمالیتی تقریبی نیاز است، از نمودار چندک-چندک جهت تحلیل نهایی نرمالیتی استفاده می‌شود.



نمودار شماره ۲: نمره‌ی سرمایه اجتماعی



شکل شماره ۲ نشان می‌دهد که انحرافات جدی از نرمالیتی در متغیرهای تحت بررسی دیده نمی‌شود؛ بنابراین به‌طور تقریبی متغیرها از فرض نرمالیتی پیروی می‌کنند و می‌توان در تحلیل‌های آینده از آزمون‌های پارامتری بهره برد.

فرضیه ۱: بین اعتماد اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد رابطه وجود دارد.

در این قسمت، ارتباط نمره‌ی کل پرسشنامه‌ی مؤلفه اعتماد اجتماعی با هویت ملی زنان با استفاده از همبستگی و رگرسیون خطی ساده بررسی شده است.

جدول شماره ۴: ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد اجتماعی و هویت ملی زنان

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	معنی‌داری
اعتماد اجتماعی	۰,۴۹	<۰,۰۱
هویت ملی		

نتایج جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که اعتماد اجتماعی و هویت ملی ارتباط قوی مثبت و معنی‌داری دارند (ضریب همبستگی پیرسون = ۰,۴۹، معنی‌داری <۰,۰۱). به این ترتیب افزایش اعتماد اجتماعی با افزایش هویت ملی و کاهش آن با کاهش هویت ملی همراه است.

جدول شماره ۵: بررسی اثر اعتماد اجتماعی روی هویت ملی با استفاده از مدل رگرسیون خطی ساده

متغیر مستقل	متغیر وابسته	برآورد بنا	فاصله اطمینان	معنی‌داری
اعتماد اجتماعی	هویت ملی	۰,۱۰	۰,۰۲ - ۰,۱۷	۰,۰۱

جدول شماره ۵ نشان داد که اثر اعتماد اجتماعی روی هویت ملی افزایشی و معنی‌دار است (ضریب رگرسیون = ۰,۱۰، معنی‌داری = ۰,۰۱). بر این اساس، به ازای هر یک واحد افزایش در اعتماد اجتماعی، میانگین هویت ملی به میزان ۰,۱۰ واحد افزایش پیدا می‌کند و این افزایش معنی‌دار است.

فرضیه ۲: بین مشارکت اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد رابطه وجود دارد.

در این قسمت، ارتباط نمره‌ی کل پرسشنامه‌ی مؤلفه مشارکت اجتماعی با هویت ملی زنان با استفاده از همبستگی و رگرسیون خطی ساده بررسی شده است.

جدول شماره ۶: ضریب همبستگی پیرسون بین مشارکت اجتماعی و هویت ملی زنان

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	معنی داری
مشارکت اجتماعی	۰,۷۷	<۰,۰۱
هویت ملی		

نتایج جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که مشارکت اجتماعی و هویت ملی ارتباط قوی مثبت و معنی‌داری دارند (ضریب همبستگی پیرسون = ۰,۷۷، معنی‌داری >۰,۰۱). به این ترتیب افزایش اعتماد اجتماعی با افزایش هویت ملی همراه است.

جدول شماره ۷: بررسی اثر مشارکت اجتماعی روی هویت ملی با استفاده از مدل رگرسیون خطی ساده

متغیر مستقل	متغیر وابسته	برآورد بتا	فاصله اطمینان	معنی داری
مشارکت اجتماعی	هویت ملی	۰,۹۴	۰,۷۴ - ۱,۱۴	<۰,۰۱

جدول شماره ۷ نشان داد که اثر مشارکت اجتماعی روی هویت ملی افزایشی و معنی‌دار است (ضریب رگرسیون = ۰,۹۴، معنی‌داری >۰,۰۱). بر این اساس، به ازای هر یک واحد افزایش در مشارکت اجتماعی، میانگین هویت ملی به میزان ۰,۹۴ واحد افزایش پیدا می‌کند و این افزایش معنی‌دار است.

فرضیه ۳: بین تعاملات اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد رابطه وجود دارد.

در این قسمت، ارتباط نمره‌ی کل پرسش‌نامه‌ی مؤلفه تعاملات اجتماعی با هویت ملی زنان با استفاده از همبستگی و رگرسیون خطی ساده بررسی شده است.

جدول شماره ۸: ضریب همبستگی پیرسون بین تعاملات اجتماعی و هویت ملی زنان

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	معنی داری
تعاملات اجتماعی	۰,۱۱	۰,۰۱۵
هویت ملی		

نتایج جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که تعاملات اجتماعی و هویت ملی ارتباط قوی مثبت و معنی‌داری دارند (ضریب همبستگی پیرسون = ۰,۱۱، معنی‌داری = ۰,۰۱۵). به این ترتیب افزایش تعاملات اجتماعی با افزایش هویت ملی همراه است.



جدول شماره ۹: بررسی اثر تعاملات اجتماعی روی هویت ملی با استفاده از مدل رگرسیون خطی ساده

متغیر مستقل	متغیر وابسته	برآورد بتا	فاصله اطمینان	معنی داری
تعاملات اجتماعی	هویت ملی	۰,۱۲	۰,۲۲ - ۰,۰۲	۰,۰۱۵

جدول شماره ۹ نشان داد که اثر تعاملات اجتماعی روی هویت ملی افزایشی و معنی دار است (ضریب رگرسیون = ۰,۱۲، معنی داری = ۰,۰۱۵). براین اساس، به ازای هر یک واحد افزایش در مؤلفه تعاملات اجتماعی، میانگین هویت ملی به میزان ۰,۱۲ واحد افزایش پیدا می‌کند و این افزایش معنی دار است.

فرضیه ۴: تأثیر و نقش هریک از متغیرهای مستقل (مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و عوامل جمعیت‌شناختی) بر متغیر وابسته (هویت ملی) زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد متفاوت است.

در این قسمت، ارتباط متغیرهای مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، مشارکت و تعاملات اجتماعی روی هویت ملی با استفاده از رگرسیون خطی چندگانه بررسی شد. قبل از بررسی این تحلیل، پیش‌فرض‌های رگرسیون خطی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون دوربین و اتسون چنان چه بین ۱,۵ تا ۲,۵ باشد، استقلال خطاها رد نمی‌شود. نتایج جدول شماره ۱۰ نشان داد که مقدار دوربین و اتسون برابر با ۲,۱۴ بوده و بنابراین مشکلی از بابت استقلال خطای تصادفی وجود ندارد. لازم است که رگرسیون خطی چندگانه فاقد مشکل هم‌خطی چندگانه باشد. برای بررسی هم‌خطی چندگانه از عامل تورم واریانس یا مقادیر اغماض استفاده می‌شود. چنانچه عامل تورم واریانس کمتر از ۱۰ باشد یا مقادیر اغماض بزرگ از ۰,۱ باشد، مشکل هم‌خطی وجود ندارد. نتایج جدول شماره ۱۰ نشان داد که مشکل هم‌خطی چندگانه وجود ندارد.

جدول شماره ۱۰: تشخیص عدم هم‌خطی چندگانه و استقلال تصادفی خطاها

مؤلفه‌های متغیر مستقل	اغماض	VIF	دوربین و اتسون
اعتماد اجتماعی	۰,۸۵	۱,۲۳	۲,۱۴
مشارکت اجتماعی	۰,۹۹	۱,۰۱	
تعاملات اجتماعی	۰,۸۲	۱,۲۱	

جدول شماره ۱۱: خلاصه رگرسیون متغیرهای پیش‌بین روی هویت ملی

خطای معیار برآورد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی
۶,۸۹	۰,۵۹	۰,۶۱	۰,۷۸

نتایج جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه بین متغیرها برابر با ۰,۷۸ بوده است. ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده به ترتیب برابر با ۰,۶۱ و ۰,۵۹ شده است. این بدان معناست که ۵۹ درصد تغییرات هویت ملی با استفاده از متغیرهای پیشگو تبیین می‌شود. به این ترتیب فرضیه چهارم یعنی معنی‌دار بودن اثر متغیرهای پیشگو روی هویت ملی، تأیید می‌گردد.

جدول شماره ۱۲: بررسی اثر اعتماد، مشارکت و تعاملات اجتماعی بر هویت ملی با استفاده از مدل رگرسیون خطی ساده

مؤلفه‌های متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	برآورد بتا	فاصله اطمینان	معنی‌داری
اعتماد اجتماعی	هویت ملی	۰,۰۹	-۰,۰۶ - ۰,۲۳	۰,۲۲۸
مشارکت اجتماعی	هویت ملی	۰,۹۵	۰,۷۵ - ۱,۱۵	<۰,۰۱
تعاملات اجتماعی	هویت ملی	۰,۰۲	-۰,۱۷ - ۰,۲۱	۰,۸۳۵

جدول شماره ۱۲ نشان می‌دهد که به لحاظ اهمیت میان متغیرهای پیش‌بین، تنها مشارکت اجتماعی روی هویت ملی اثر مستقیمی داشته است. به این ترتیب، با کنترل اعتماد اجتماعی و تعاملات اجتماعی، به ازای هر یک واحد افزایش در نمرات مشارکت اجتماعی، میانگین نمرات هویت ملی به میزان ۰,۹۵ افزایش پیدا می‌کند و این افزایش معنی‌دار است (ضریب رگرسیون = ۰,۹۵، معنی‌داری <۰,۰۱) و نشان می‌دهد که اعتماد اجتماعی و تعاملات اجتماعی هر دو مؤلفه‌های تأثیرگذار مستقیمی بر هویت ملی نیستند ولی مشارکت اجتماعی بر روی هویت ملی تأثیرگذار مستقیم است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با هویت ملی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله ساکن شهرکرد پرداخته است. یافته‌های مطالعه نشان داد که افزایش نمرات مؤلفه‌های ابعاد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و تعاملات اجتماعی با افزایش نمره‌ی پرسشنامه‌ی هویت زنان همراه بود. علاوه بر این، رگرسیون خطی نشان داد که هر واحد



افزایش در نمرات مؤلفه‌های ابعاد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و تعاملات اجتماعی، به‌طور متوسط موجب افزایش نمره‌ی هویت ملی شده است.

یافته‌های مطالعه‌ی حاضر ارتباط مستقیم اعتماد اجتماعی را با هویت زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله نشان داد. پس فرضیه اول با توجه به داده‌های تحقیق مورد قبول است. نتایج این مطالعه همسو با مطالعات مختلفی بود. بر این اساس، در مطالعه‌ی کیانی و نجفی (۱۳۹۷)، نشان داده شد که اعتماد اجتماعی اثر مستقیم روی هویت زنان تحصیل کرده داشت. هویت از عوامل زیادی تأثیرپذیر است که اعتماد اجتماعی از جمله‌ی آن عوامل است و با توجه به نتایج به دست آمده، اعتماد اجتماعی با هویت زنان تحصیل کرده رابطه دارد که با نتایج این تحقیق همسو است. در مطالعه انجام شده برای بررسی رابطه بین میزان هویت دینی با اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه مازندران، یافته‌ها نشان داد که بعد اعتقادی هویت دینی با اعتماد اجتماعی کل و اعتماد نهادی رابطه مستقیم و معناداری دارد. رابطه بعد تجربی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن، معنادار و مثبت است. بعد پیامدی هویت دینی با اعتماد نهادی رابطه معنادار و مثبتی دارد. همچنین بعد مناسکی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه معنادار و مثبتی دارد. به‌طور کلی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه معنادار و مثبتی دارد که با نتایج این تحقیق همسو است.

صادقی و فلاحی (۱۳۹۹) نیز در مطالعه‌ی خود نشان دادند که رابطه‌ی مستقیم و معنی دار بین هویت و اعتماد اجتماعی وجود دارد. علاوه بر این، این مطالعه نشان داد که می‌توان با تقویت هویت اجتماعی، اعتماد اجتماعی را بهبود بخشید و این کار می‌تواند ابتدا از کتب درسی شروع گردد. همچنین، شیانی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه خود نشان دادند که از بین تمام ابعاد سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی بیشترین اثر را روی کلیه‌ی ابعاد هویت داشته است. به این ترتیب بسیار مهم است که در جامعه اعتماد اجتماعی افزایش یابد تا به تبع آن، هویت بهبود پیدا کند. به بیان نویسندگان این مقاله، اعتماد به نهادهای اجتماعی در این مورد نقش مؤثر دارد. در مطالعه‌ی شایگان و رستمی (۱۳۹۰) نیز مشخص شد که هویت اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه‌ی مستقیم داشتند. این مطالعه صرفاً از یک مدل ساده برای بررسی رابطه استفاده کرده است. نوابخش و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ی خودشان یافته‌های مشابهی به دست آوردند. مضاف بر این، یافته‌های یکسانی در مطالعه‌ی ذوالفقاری و همکاران (۱۳۹۲) دیده شد. در مطالعه‌ی دیگری از نوابخش و همکاران (۱۳۹۰)، رابطه‌ی اعتماد اجتماعی و هویت

ملی ارزیابی شده است. براین اساس، همبستگی قوی، مثبت و معنی‌داری بین اعتماد شهروندان و هویت ملی آن‌ها برقرار بود. قاسمی و همکاران (۱۳۹۴) نیز نشان دادند که رابطه‌ی مستقیم و معنی‌دار بین اعتماد اجتماعی و هویت ملی وجود دارد.

مطالعه‌ی حاضر نشان داد که ارتباط مستقیم، قوی و معنی‌دار بین مشارکت اجتماعی زنان ۱۸ تا ۵۰ ساله شهرکرد با هویت آنان برقرار بود پس فرضیه دوم با توجه به داده‌های تحقیق موردقبول است. مطالعات اندکی در این حوزه انجام شده است؛ باین‌حال نتایج مطالعات گلشن فومنی و مشهدی، نشان دادند که ارتباط بین مشارکت اجتماعی و هویت زنان معنی‌دار بوده است. در مطالعه‌ی درستکار و همکاران (۱۳۹۸) نیز ارتباط مستقیم و معنی‌دار بین هویت و مشارکت اجتماعی گزارش گردید. نتایج همسو در مطالعه‌ی سروش و افراسیابی (۱۳۸۹) نیز دیده شد. این رابطه‌ی معنی‌دار در بین جوانان دیده شده است. صیدی (۱۳۹۲) نشان داد که رابطه‌ی بین هویت و مشارکت اجتماعی در بین دانش‌آموزان شهر ایلام نیز مثبت و معنی‌دار است. علاوه براین، شریفی و کاکاوندی (۱۳۸۹) روی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در سه منطقه‌ی تهران نشان دادند که رابطه‌ی مشارکت اجتماعی و هویت مثبت و معنی‌دار بوده است. مطالعه‌ی یزدان پناه و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد که مشارکت زنان روستایی با برخی متغیرهای مثل هویت کشاورز و هویت خانه‌داری همبستگی منفی داشته است. این مطالعه به بررسی رابطه‌ی مشارکت اجتماعی با بعد کلی هویت پرداخته است. باین‌وجود یک دلیل تفاوت در یافته‌های این مطالعه با سایر مطالعات می‌تواند نوع نگرش و دیدگاه متفاوت بین زنان روستایی باشد. از نظر آن‌ها شاید مشارکت اجتماعی موجب دور کردن آنان از اهداف اصیل روستائینی می‌شود و بنابراین هویت خود که رسیدگی به وظایف خاص روستائینی هست، دچار ضعف می‌گردد. مطالعات انجام‌شده در این حوزه غالباً مثبت بودن همبستگی بین مشارکت اجتماعی و هویت بین زنان و مردان را نشان دادند. این همبستگی فقط مربوط به جوانان نیست و در گروه‌های سنی نوجوانان نیز وجود داشت.

مطالعه‌ی حاضر ارتباط مثبت، قوی و معنی‌دار بین تعاملات اجتماعی و هویت زنان را نشان داد پس فرضیه سوم با توجه به داده‌های تحقیق موردقبول است. تعاملات اجتماعی یکی از عناصر ضروری زندگی اجتماعی و از اجزا سازنده سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید. نتایج مطالعات مختلف اما اندک در این زمینه نیز همسو با یافته‌های مطالعه‌ی حاضر بود. براین اساس، قاسمی و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که تعاملات



اجتماعی می‌تواند با بهبود مؤلفه‌های مختلفی شامل دسترسی و ارتباط، فعالیت و کاربری بهبود پیدا کند. مضاف بر این، با بهبود تعاملات اجتماعی، هویت ارتقا پیدا می‌کند. جهانگیری و همکاران (۱۳۸۹) نیز نشان دادند که تعاملات اجتماعی و هویت رابطه‌ی مستقیم و معنی‌دار برقرار بود. بر اساس نتایج این مطالعه، به‌طور کلی سرمایه اجتماعی نیز با هویت ملی رابطه‌ی مستقیم و معنی‌دار داشت. همچنین، در مطالعه‌ی فومنی و همکاران (۱۳۸۹) نشان داده که تعاملات اجتماعی همبستگی مثبت و معنی‌داری با هویت دارد. یافته‌های فوق از منظر اجتماعی بدیهی بوده و این انتظار وجود داشت که با افزایش تعاملات اجتماعی، میزان هویت نیز افزایش یابد.

در این پژوهش، رابطه‌ی سرمایه اجتماعی روی هویت نمونه آماری تحقیق با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و مدل رگرسیون خطی بررسی شد. با توجه به یافته‌های این مطالعه توصیه می‌شود با افزایش سرمایه اجتماعی به‌خصوص مشارکت اجتماعی (نمود عینی مشارکت، وجود نهادهای مشارکتی مانند انجمن‌ها، گروه‌ها و سازمان‌های محلی و غیردولتی است که از طریق عضویت افراد در این‌گونه انجمن‌ها و سازمان‌ها و همچنین شرکت در فعالیت‌های سیاسی مانند شرکت در انتخابات و رأی دادن و پیگیری مسائل سیاسی) بین زنان ۱۸ الی ۵۰ ساله ساکن شهرکرد بر هویت ملی آن‌ها به میزان قابل توجهی افزوده خواهد شد.

منابع

- ابوالحسنی، سید رحیم (۱۳۸۷)؛ «مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی»، *فصلنامه سیاست*، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۳۸، ش ۴.
- اتابکی، تورج (۱۳۸۱)؛ «آذربایجان و ناسیونالیسم ایرانی»، *گفتگو*، شماره ۳۳، خرداد ۱۳۸۱، صص: ۱۷-۳۶.
- اسماعیلی، رضا (۱۳۸۵)؛ «سطح‌بندی سرمایه اجتماعی در شهرستان‌های استان اصفهان»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، شماره ۲۳، صص ۲۲۵-۲۴۸.
- ازکیا، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰)؛ «بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان کاشان»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، صص ۳۱-۳.
- ازکیا، مصطفی؛ و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۶)؛ *توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران*، تهران: نشر نی.
- اکبری، ا. (۱۳۸۳)؛ *نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی، اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسینج از توابع سقز)*، پایان‌نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

- بورديو، پير (۱۳۸۴): *شکل‌های سرمایه، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه*، به کوشش کیان تاجبخش، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: شیرازه.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۹): «روشنفکر ایرانی و معمای هویت ملی»، *فصلنامه مطالعات هویت ملی*، سال دوم، شماره ۵، صص ۶۷-۱۱.
- الطائی، ع (۱۳۸۷): *بحران هویت قومی در ایران*، تهران، نشر شادگان.
- حق وردی طاقانکی، مهدی (۱۳۹۳): *نقش بازی‌های رایانه‌ای بر هویت فرهنگی دانش‌آموزان پسر متوسطه شهر شهرکرد*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸): *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران، انتشارات پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۹): «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه»، *فصلنامه مطالعات ملی*، سال دوم، ش ۵.
- جهانگیری، جهانگیر، معینی، مهدی (۱۳۸۹): «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی؛ نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شیراز»، *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، سال هفتم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۸۹، صص ۶۴-۳۷.
- چاوشیان، حسن (۱۳۸۱): *سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به‌عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دور مدرنیته اخیر*، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- دانشپور، سیدعبدالهادی و چرخچیان، مریم (۱۳۸۶): «فضاهای عمومی و عوامل مؤثر بر حیات جمعی»، *مجله باغ نظر*، ۴(۷)، صص ۲۸-۱۹.
- درستکار، آرنوش؛ صابری، هائیده؛ باقری، نسرین (۱۳۹۸): «ارائه مدل ساختاری مشارکت اجتماعی بر مبنای خودکارآمدی، هویت اجتماعی و تاب‌آوری بر اساس نقش میانجیگری امید»، *مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد*، سال ۶۲، بهمن-اسفند ۹۸، صص ۵۰۲-۴۹۵.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰): «جهانی‌شدن و هویت ملی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، سال دوم، ش ۴.
- دیانت محسن، دسترنج منصوره (۱۳۹۸): «تأثیر جهانی‌شدن بر هویت اجتماعی زنان (مورد مطالعه: زنان شهر بندرعباس)»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۸، شماره ۳، صص ۵۸۰-۵۵۷.
- ذوالفقاری، ابوالفضل؛ سپهوند، حجت؛ دریکوند، خدانظر؛ امام‌جمعه، فرهاد (۱۳۹۲): «عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان اعتماد اجتماعی دبیران متوسطه شهر خرم‌آباد»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، دوره ۲۰، شماره ۶۰، خرداد ۹۲، صص ۲۷۵-۲۴۶.
- رسول‌زاده اقدم، صمد؛ افشار سیمین؛ عدلی‌پور صمد؛ میرمحمدتبار، سیداحمد (۱۳۹۵): «تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی و سبک زندگی با گرایش به فرزندآوری (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان)»، *مجله راهبرد اجتماعی فرهنگی*، دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۱۳۵-۱۰۷.
- زنائی، محسن؛ دلیری، حسن و مویدفر، رزیتا (۱۳۸۹): «نقش منابع هویت و معرفت در تشکیل سرمایه اجتماعی در میان دانشجویان دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، دوره ۱۰، شماره ۳۸، صص ۱۴۰-۱۰۵.
- زاهدی، محمدجواد (۱۳۸۲): *توسعه و نابرابری*، تهران، انتشارات مازیار.
- سروش، مریم؛ افراسیابی، حسین (۱۳۸۹): «سرمایه اجتماعی، هویت و مشارکت اجتماعی جوانان شیراز»، *دو فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، دوره ۵، شماره ۵، صص ۱۵۵-۱۲۳.

- شارع‌پور، محمود (۱۳۹۰): «سنجش نابرابری در سرمایه اجتماعی با استفاده از تکنیک‌های ژنراتور»، *مجله تحلیل اجتماعی*، شماره ۲، دوره ۲، صص ۱۲۹-۱۱۱.
- شریفی، اسماعیل؛ کاکاوندی، اکرم (۱۳۸۹): «رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان»، *دوفصلنامه تخصصی پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره چهارم، بهار و تابستان ۱۳۸۹، صص ۵۰-۲۵.
- شمشیری، ب. (۱۳۸۷): «*درآمدی بر هویت ملی*»، شیراز: نوید شیراز.
- شبانی، ملیحه؛ موسوی، میرطاهر، قهقرخی (۱۳۸۸): «سرمایه اجتماعی جوانان در ایران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره دهم، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۸، صص ۸۴-۵۷.
- صادقی افجه، زهره؛ فلاحی، زهرا (۱۳۹۹): «مدل‌یابی اعتماد اجتماعی بر اساس هوش اجتماعی، هویت اجتماعی و انزوای اجتماعی در دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهر تهران»، *مجله روانشناسی اجتماعی*، بهار ۱۳۹۹، شماره ۵۸، صص ۲۱۹-۲۰۹.
- صیدی، علی (۱۳۹۲): «بررسی تجربی ابعاد سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان پسر مقطع پیش‌دانشگاهی شهر ایلام)»، *فصلنامه علمی-ترویجی فرهنگ ایلام*، دوره ۱۴، پاییز و زمستان ۹۲، شماره ۴۰ و ۴۱.
- عبداللهی، محمد؛ پرویز پیران و میرطاهر موسوی (۱۳۸۵): «سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، دور نمای آینده و امکان شناسی گذار»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال ششم، ش ۲۵، صص ۱۹۵-۲۳۳.
- قاسمی، علیرضا؛ گراوند، جمشید؛ فرهادی، سمیه (۱۳۹۴): «بررسی رابطه احساس عدالت اجتماعی بر هویت ملی جوانان قوم کرد (نمونه موردی: شهر قروه)»، *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، بهار ۹۴، شماره ۱۷، صص ۱۶۲-۱۴۵.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰): *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای*، ترجمه علی پایا، تهران: طرح نو.
- کیانی، مزده، نجفی، سیامک (۱۳۹۷): «اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی؛ بازاندیشی در هویت اجتماعی زنان تحصیلکرده مورد مطالعه دانشگاه تبریز»، *فصلنامه علمی-پژوهشی زن و جامعه*، سال نهم، شماره دوم، صص ۲۹۴-۲۷۵.
- گلشن فومنی، رسول؛ مشهدی، ژیلا (۱۳۸۹): «بررسی رابطه هویت شخصی زنان با مشارکت اجتماعی آنان»، *مجله جامعه‌شناسی*، دوره ۵، شماره ۱، صص ۱۳۷-۱۱۵.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۰): «جهانی‌شدن و بحران هویت»، *فصلنامه ملی*، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱-۳.
- میرمحمدی، داود (۱۳۸۳): *گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران*، تهران: تمدن ایرانی.
- نفیسی، رسول (۱۳۷۹): «فرهنگ سیاسی و هویت ملی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵، پاییز، صص ۱۹۲-۱۷۷.
- نوابخش، فرزاد؛ گراوند، جمشید (۱۳۹۰): «بررسی تأثیر احساس عدالت اجتماعی بر هویت ملی شهروندان سنی و شیعه‌مذهب قوم کرد (نمونه موردی شهر قروه)»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال هفتم، شماره ۲۲، صص ۱۸۱-۱۴۴.
- هزارجریبی، جعفر؛ لهراسبی، سعید (۱۳۹۰): «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با میزان هویت جمعی»، *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره ۲۲، شماره ۲، صص ۲۰-۱.
- یزدان‌پناه، مسعود؛ خدری، کژال؛ فروزانی، معصومه؛ برادران، مسعود (۱۳۹۷): «نقش هویت، کلیشه‌های جنسیتی و خودکارآمدی بر مشارکت زنان روستایی در فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی»، *مجله زن در توسعه و سیاست*، دوره ۱۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۷، صص ۶۱۳-۶۰۳.
- Davis, J. B. (2014); "Social capital and social identity: trust and conflict, Forthcoming" in



- Social Capital and Economics: *Social Values, Power, and Identity*, A. Christoforou and J. Davis, eds, London: Routledge.
- Field, J. (2003); *Social capital*. New York: Routledge.
 - Field, John. (2008); *Social Capital Second Edition*, London, Rutledge
 - Jiang, H. & Carroll, J. M. (2009); "Social capital, social network and identity bonds: A reconceptualization, Conference": *Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies*, University Park, PA, USA.
 - Halpern, D. (2005); *Social Capital*, UK. Polity Press.
 - Kononenko, R. & Karpova, E. (2012); "Collective identity and social capital of the contemporary Russian folklore movement", *Anthropology of East Europe Review*, Vol. 30, No. 2.
 - Miller, D. (1995); *on nationality*, Oxford: Clarendon Press.
 - Putnam, R.D. (1995); "Bowling Alone: American Declining Social Capital", *Journal of Democracy*, No. 6, p65-78.
 - Stone, W. and Hughes, J. (2001); "Social Capital Empirical Meaning and Measurement Validity", *Australian Institute of Family Studies*, Research Paper, No. 27, www.aes.asn.au
 - Stryker, Sh. & Burke, J. P. (2000); "The Past, Present and Future of an Identity Theory", *Social Psychology*. 63(4), 284-297.
 - Thompson, Andrew (2001); "National Identity and Human Agency", *The sociological Review*, Vol. 49, No. 1, PP 18-32.
 - Wall, E, Gabriele, F.& and Frans, Sch (1998); Getting the Goods on Social Capital. *Rural Sociology*, 63(2), 300-322.

