

## رابطه هویت دینی و سرمایه‌ی اجتماعی در بین مردم شهر کاشان

محمد گنجی، استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کاشان\*

زهرانعمت الهی، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

زهرا ظاهری، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان

### چکیده

این پژوهش به مطالعه و بررسی رابطه میان هویت دینی و سرمایه اجتماعی مردم شهرستان کاشان در سال ۱۳۸۷ می‌پردازد. جامعه آماری در این پژوهش، مردم شهر کاشان است که تعداد آنها بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵، ۱۶۲۱۳۶ نفر بوده و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۳ نفر تعیین شده است. روش تحقیق پیمایشی است و بر اساس ابزار پرسشنامه دارای روایی مبتنی بر آلفای کرونباخ، داده‌ها و اطلاعات مربوط به جامعه آماری گردآوری شده است. پس از بررسی نظریات مطرح شده در زمینه موضوع مورد مطالعه و همچنین جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها چنین استنتاج شده که هویت دینی که خود متشکل از بعد دینداری، بعد تعلق و بعد تعهدی است، دارای دستاوردهای زیادی در جامعه کاشان است که از آن جمله می‌توان به جهت بخشیدن زندگی افراد، ایجاد رویکرد مثبت به آینده و تقویت روحیه امیدواری و نشاط برای آینده‌ی بهتر، پاسخ دادن به پرسش‌های بنیادین و عمیق انسان در زندگی، ایجاد حس همدلی، همبستگی و انسجام در جامعه (که از مصادیق سرمایه اجتماعی‌اند) اشاره کرد. بنابراین در این پژوهش با افزایش میزان هویت دینی افراد جامعه به ویژه در ابعاد تعهدی و دینداری، میزان حضور جمعی افزایش یافته و در نتیجه سرمایه اجتماعی جامعه بالاتر می‌رود.

**واژه‌های کلیدی:** دین، هویت، هویت دینی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی

## مقدمه

هویت امری چند لایه است بطوریکه این لایه‌ها، هستی درون فرد و همچنین هستی جهانی وی را در بر می‌گیرند. از طرفی هویت پویا و متحول است و هیچ‌گاه مفهومی ثابت نداشته است. از جمله گونه‌ها و لایه‌های مهم هویت، هویت دینی است. هویت دینی از مهم‌ترین عناصر ایجادکننده‌ی همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر به دین و مذهب در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی دارد و به عبارتی عملیات تشابه‌سازی و تمایز بخشی را انجام می‌دهد (کلانتری و دیگران، ۱۳۸۸: ۷۳) به طور مثال دین اسلام و مذهب شیعه، به طور همزمان ضمن ایجاد تشابه دینی در بین افراد جامعه ایران، آن‌ها را از سایر ادیان جدا می‌سازد. در جامعه ایران استفاده از نیروی مذهب در پینج قرن گذشته، حداقل سه حرکت تمام عیار را سامان داده است. نخستین حرکت در سال ۸۸۰ شمسی با حکومت صفویان بر پایه مذهب تشیع، دومین در سال ۱۲۸۵ شمسی با رهبری علمای طراز اول شیعه در دوره مشروطه و آخرین هم در انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ شمسی که با رهبری و هدایت مرجعیت شیعی شکل گرفته است (همان منبع: ۱۲۶). و از اینروست که افرادی چون «وبر» از دین به عنوان عامل موج‌سرمایه اجتماعی یاد نموده‌اند. به گفته او مذهب می‌تواند شبکه اعتمادی در بین افراد ایجاد کند که برای روابط تجاری و اقتصادی ضروری است (فوکویاما،

۱۳۷۹: ۱۵۳) و «فوکویاما از دین به عنوان یکی از منابع سرمایه اجتماعی یاد می‌کند امروزه برخی معتقدند که مفهوم همکاری گروهی و به عبارتی سرمایه اجتماعی در روابط اجتماعی کم‌رنگ‌تر شده و مردم به یکدیگر اعتماد کمتری دارند (اکبری، ۱۳۸۳: ۵۰). بنابراین با توجه به نقش دین و هویت دینی در بروز و ظهور انقلابات سیاسی گذشته و ایجاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه نظریه‌پردازان، این مطلب به ذهن خطور می‌کند که آیا در دوره کنونی که همواره ایده‌های سکولاریستی ملهم از تاثیرات مدرنیته قدرت‌نمایی می‌کنند، می‌توان در جامعه آماری شهرکاشان انتظار داشت که با تغییر میزان هویت دینی میزان اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و در کل سرمایه اجتماعی نیز تغییری کند؟ از این رونوشتار حاضر با کنکاش و بررسی بر آن است تا به بررسی و تجزیه و تحلیل رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی در شهرستان کاشان پردازد. بررسی این ارتباط در جریان تحقیق حاضر، می‌تواند عملکرد بخش‌های مهمی از این شهرستان را تحت تاثیر قرار دهد و سبب برنامه‌ریزی‌هایی در جهت ارتقای سرمایه اجتماعی با تکیه بر عنصر هویت دینی شود.

## طرح مساله

داشتن هویت مستقل و ممتاز در حیات فردی و جمعی آدمی یکی از ارکان اساسی زندگی هر فرد محسوب می‌شود. زیرا این عنصر باعث تفکیک و تمایز

نشود دل مشغولی‌های فراوانی برای طرف دیگر حاصل می‌شود. در ایران میزان اعتماد افراد در درون خانواده و آشنایان بیشتر از میزان اعتماد آنان به ارگان‌های دولتی است. علاوه بر آن میزان مشارکت غیررسمی افراد در کارها مثل شرکت در انجمن‌های خیریه و هیات‌های مذهبی و... بیشتر از میزان مشارکت رسمی افراد همانند شرکت در انتخابات گوناگون، برعهده گرفتن مسئولیت رسمی و... است.

باتوجه به آنچه گذشت این سوال‌ها به ذهن خطور می‌کند که در جامعه آماری شهر کاشان چه ارتباطی بین هویت دینی و سرمایه اجتماعی وجود دارد؟ و آیا با افزایش میزان هویت دینی، میزان اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و در کل سرمایه اجتماعی افزایش یابد؟ به این منظور در نوشتار حاضر علاوه بر تحلیل هویت و هویت دینی به مبحث سرمایه اجتماعی و رابطه آن با هویت دینی به طور خلاصه پرداخته شده و سپس نتایج تجربی نیز در این راستا آورده می‌شود.

## مبانی نظری

### الف: هویت

هویت یک واژه‌ی عربی است و از ضمیر مفرد مذکر «هو» که به معنی «او» می‌باشد، مشتق شده است (رضادوست و میرزایی، ۱۳۸۷: ۱۴۵). در لغت نامه دهخدا «هویت» تشخیص معنا شده که میان حکما و متکلمان مشهور است (محرمی، ۱۳۸۳: ۶۶). در فرهنگ آکسفورد هویت به معنای چیستی و کیستی افراد معنی شده است. در

انسانها بین خود و دیگری شده و به عبارتی به زندگی انسان معنی می‌بخشد. از بین انواع هویت، هویت دینی که به رابطه آدمی و دین و همچنین نسبتی که با آن پیدا می‌کند، می‌پردازد از اهمیتی ویژه برخوردار است (کمالی اردکانی، ۱۳۸۳: ۳۱۶). در ایران سرنوشت و سرگذشت ایرانیان چه قبل و چه بعد از اسلام با ادیان توحیدی گره خورده است. از این رو هویت دینی و توحیدی بخشی از هویت اصیل ساکنین این مرز و بوم است (منصور نژاد، ۱۳۸۵: ۷۰) از سوی دیگر طبق بررسی‌ها و مطالعات انجام شده ایجاد حس همدلی و همبستگی و انسجام از جمله کارکردهای هویت دینی در جامعه است. زیرا ادیان با قبول مرزبندی‌ها و تمایزات منشا همبستگی و همدلی‌اند. مثلاً برخی محققین معتقدند با شرکت در هیات‌های عزاداری و تشکیل صندوق‌های خیریه، احساس همدلی و اعتماد که از جمله مولفه‌های سرمایه اجتماعی است، افزایش می‌یابد.

سرمایه اجتماعی به منزله‌ی زنجیره‌ای از اعتماد، مسئولیت‌پذیری، همدلی، همبستگی و... مفهومی قابل‌تامل در پژوهش حاضر است. با توجه به برخی بررسی‌های انجام شده (اکبری، ۱۳۸۳: ۵۰) در ایران مفهوم همکاری گروهی و سرمایه اجتماعی در روابط اجتماعی شناخته شده نیست و اعتماد مردم به یکدیگر کم‌رنگ‌تر شده است. گواه این مطلب افزایش چشمگیر تعهدهای محضری در انواع گوناگون و در معاملات مالی است به گونه‌ای که اگر مدرک محکمی از طرف مقابل گرفته

جامعه‌شناسی واژه‌ی هویت به معنای چه کسی بودن و حس شناساندن خود است که یک سلسله عناصر فرهنگی و تاریخی را در فرد یا گروه انسانی تحریک می‌کند و مجموعه خصوصیات، مشخصات فردی و اجتماعی، احساسات و اندیشه‌های مربوطه که فرد آن‌ها را از طریق توانایی کنش متقابل با خود و یافتن تصوراتی از خود بدست می‌آورد و در جواب سوال «من کیستم» ارائه می‌دهد، هویت اطلاق می‌شود. (کلانتری و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۲۵). بنابراین هویت مجموعه معانی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه معانی‌ای را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی او را تشکیل می‌دهند. هنگامی که از هویت به عنوان یک پدیده‌ی جمعی یاد می‌شود، ویژگی‌هایی جمعی نیز از قبیل احساس همبستگی، احساس تعلق به یک جامعه و علاوه بر آن فداکاری و وفاداری نسبت به آن احساس می‌شود (خانیکی، ۱۳۸۳: ۷).

### انواع و ابعاد هویت

«تاجفل» هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می‌زند و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد)، عنصر ارزشی (فرض‌هایی در مورد پیامدهای ارزشی مثبت و منفی عضویت گروهی) و عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که

رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند). برای این اساس هویت اجتماعی از نظر تاجفل عبارت است از آن بخش از برداشت‌های یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه‌های اجتماعی، همراه با اهمیت ارزشی آن عضویت سرچشمه می‌گیرد (گل محمدی، ۱۳۸۶: ۲۲۳).

از نظر جامعه‌شناسان هویت دو ویژگی مهم دارد: یکی آنکه هویت وجه تمایز بین «من» و «ما» با «دیگر» و «دیگران» است و دوم آنکه هویت مهمترین منبع شناخت عواطف، احساسات و سازماندهی رفتارهای جمعی و فردی، در درون جامعه‌ی پیرامون محسوب می‌شود که می‌تواند دارای ابعاد متعدد باشد و برخی از آنها عبارتند از: (قادری، ۱۳۸۴: ۴۴):

- هویت اجتماعی: هویت اجتماعی هر فرد بر اساس جایگاه فرد در اجتماع تعریف می‌شود و چون جامعه از نهادها و گروه‌های مختلفی اعم از اجتماعی، اقتصادی، سیاسی... تشکیل شده است، بنابراین هویت اجتماعی شخص بر اساس این که به کدام یک از نهادها تعلق دارد چند گانه است.

- هویت فردی: هویت فردی در مجموع به نوعی آگاهی اطلاق می‌شود که هر فرد در فرآیند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران درباره خود کسب می‌کند.
- هویت خانوادگی<sup>۱</sup>: هر چند که تعریف هویت خانوادگی دشوار است اما می‌توان آن را تعیین نسبت

میان فرد و خانواده دانست. به این معنی که چه پیوندهایی میان آنها موجود است.

• هویت قومی<sup>۱</sup>: باور مشترک و احساس یک قوم بر اساس وابستگی خونی، نژادی، زبان، سرزمین و روابط خویشاوندی است.

• هویت دینی: هویت دینی متضمن سطحی از دینداری است که با مای جمعی یا همان اجتماعی دینی مقارنه دارد. در واقع هویت دینی نشان دهنده احساس تعلق به دین و جامعه دینی و همچنین تعهد به دین و جامعه‌ی دینی است. هویت دینی در واقع همان آثار و عوارض ناشی از حمل دین بر فرد دیندار است. به تعبیر بهتر با پذیرش دین به عنوان اصل اعتقادی و تعهد و احساس تعلق به آن، در زندگی و وجوه مختلف حیات فرد مومن تغییرات و نتایج مهمی حاصل می‌شود که همان هویت دینی است (چیت ساز قمی، ۱۳۸۳: ۱۹۶). بنابراین برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک، پایبندی و وفاداری به آن، اعتقاد و تمایل به مناسک و آیین‌های مذهبی فراگیر در فرایند شکل دهی هویت بسیار موثر است. با توجه به اینکه یکی از ویژگی‌های هویت چندبعدی و مرکب بودن آن است، برای هویت دینی نیز ابعادی در نظر گرفته شده است که عبارتند از:

۱- بعد دینداری و نگرش به نفس دین: «دینی بودن» عنوان عامی است که به هر فرد یا پدیده‌ای که ارزش‌ها و نشانه‌های دین در آن متجلی باشد، اطلاق می‌شود. تجلی

نشانه‌های دینی بودن فرد را در نگرش، گرایش و کنش‌های آشکار و پنهان او می‌توان جست و شناسایی کرد. فرد متدین از یک سو، خود را ملزم به رعایت فرامین دینی می‌داند و از سوی دیگر اهتمام و ممارست‌های دینی، او را به انسانی متفاوت با دیگران بدل می‌سازد. بدین طریق با دو نشانه می‌توان او را از دیگران باز شناخت یکی از طریق پایبندی و التزام دینی اش و دیگری پیامد دینداری و آثار تدین در فکر و جان و عمل فردی و اجتماعی او. پس دینداری به بیان کلی یعنی داشتن اهتمام دینی به نحوی که نگرش گرایش و کنش‌های فرد را متأثر کند (شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۳۶).

گلارک و استارک ساختارهای دینی متعددی را تحت عناوین باور، عمل (مراسم مذهبی و عبادت) تجربه، معارف و نتایج و پیامد‌های دینی و تاثیرات روزانه آن نام برده‌اند. آن‌ها ویژگی‌های مرتبط با دینداری را حول پنج بعد زیر جمع بندی کرده‌اند که راهنمای ما در این بررسی بوده است. این پنج بعد به شرح زیر است:

- بعد اعتقادی که در برگیرنده باورهایی است که انتظار می‌رود فرد با توجه به دین خاص خود به آن‌ها اعتقاد داشته باشد.

- بعد مناسکی که عبارت است از آداب و رسوم و مراسمی که هر دین از پیروان خود انتظار دارد که آن‌ها را به جا آورند.

- بعدعاطفی یا تجربی که ناظر به عواطف، تصورات و احساسات پیروان یک دین به وجودی ربوبی همچون خدا یا واقعیتی غایی و اقتداری متعالی است.

- بعد فکری یا دانش دینی که مشتمل بر اطلاعات و دانسته‌های بنیادی در مورد معتقدات هر دین است.

- بعد پیامدی یا آثار دینی که ناظر بر اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزانه است و به عبارت دیگر تاثیر و انعکاس دینی در رفتارهای روزمره است (کتابی و دیگران، ۱۳۸۳: ۱۷۷).

۲- بعد فرهنگی (تعهدی): سالانسیک<sup>۱</sup> تعهد را عبارت از پیوند دادن فرد به اعمال و اقدامات فردی وی می‌داند و منظور کلی از این تعریف آن است که تعهد زمانی واقعیت می‌یابد که فرد نسبت به رفتار و اقدامات خود احساس مسئولیت و وابستگی نماید. به عبارت دیگر، در این مفهوم صرف حرف زدن کافی نیست و به دنبال آن باید عمل همراه با مسئولیت نیز باشد. پس به طور کلی می‌توان تعهد را احساس وفاداری و احساس مسئولیت فردی تعریف کرد. (احمد پور و شامی، ۱۳۷۸:

۳۵). بنابراین می‌توان تعهد دینی را مجموعه‌ای از عناصر شناختی نمادین و عملی دانست که میراث سنتی خاص را تشکیل می‌دهد؛ مثل آموزه‌ها، کتابها، رفتارها و آیین‌ها، تاریخ اندیشه‌ها و شیوه‌های اندیشه‌ورزی که ریشه در فعالیت‌های اجتماعی اجتماعات دارند، عادات غذاخوردن، لباس پوشیدن، امور بهداشتی و نظایر آن که

با نظام اعتقادات مرتبط اند، هنر و آموزه‌های زیبا شناختی که به طور عملی توسعه یافته است و با این اعتقادات ارتباط دارد و نظایر آن شامل بعد فرهنگی هویت است. در واقع بعد فرهنگی، نگرش مثبت به میراث فرهنگی - مذهبی مسلمانان و تلاش برای حفظ و نگهداری آن است (چیت ساز قمی، ۱۳۸۳: ۱۹۶).

۳- بعد تاریخی (تعلقی): منظور از آن آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی دین و احساس تعلق خاطر و دلبستگی بدان دانست. این بعد در برگیرنده دومولفه است: یکی دانش تاریخی، به معنای آگاهی از مهم‌ترین حوادث و شخصیت‌های تاریخی و دیگری تعلق خاطر تاریخی، به معنای وجود احساسات و عواطف مثبت و منفی نسبت به حوادث، وقایع و شخصیت‌های مثبت و منفی که نتیجه آن برخورد مثبت و افتخار آمیز با آن‌ها یا موافق دانستن فعالیت‌ها و شخصیت‌های موثر و مثبت در تاریخ کشور و احساس غرور یا ناراحتی و سرافکنندگی و تحقیر شدن است (همان: ۱۹۵). بنابراین این بعد به آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی دین خود و احساس دلبستگی به آن و اهتمام به حفظ و زنده نگاهداشتن آن دلالت می‌کند.

### ب) سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت ذاتی و نهفته در روابط اجتماعی گروه‌های نخستین، ثانوی و در سازمان اجتماعی

جامعه (نهادی های رسمی و غیر رسمی) وجود دارد. برخی از این ذخایر ارزشمند که گاه از آن به عنوان ارزشهای اجتماعی یاد می شود عبارتند از: صداقت، حسن تفاهم، همدردی، دوستی، دلسوزی، همبستگی و... به عبارتی دیگر "سرمایه اجتماعی مجموعه منابع مادی یا معنوی است که به یک جزء یا گروه اجازه می دهد تا شبکه پایداری از روابط کم و بیش نهادینه شده و شناخت متقابل را در اختیار داشته باشد" (بورديو و ککوانت، ۱۹۹۲: ۲۱۹ نقل از جان، فیلد، ترجمه غفاری، رمضان، ۱۳۸۶: ۳۱). بنابراین می توان سرمایه اجتماعی را مجموعه هنجارهای موجود در سیستم اجتماعی دانست که موجب ارتقای همکاری اعضای آن جامعه شده و موجب پایین آمدن سطح هزینه های تبادل و ارتباطات می شود.

### دیدگاههای نظری در مورد سرمایه اجتماعی

پی بورديو سرمایه اجتماعی را از سایر سرمایه های اقتصادی، فرهنگی و نمادین متمایز می کند و برای آن خصیصه ساختاری و تعاملی قائل است. وی سرمایه اجتماعی را شبکه ی نسبتاً با دوامی از روابط کمابیش نهادینه شده ی توأم با شناخت و تعهدات از جمله اعتماد متقابل می داند که به عنوان منابعی بالفعل یا بالقوه، موجبات لازم را برای تحصیل کنش های فردی و یا جمعی کنش گران فراهم می سازد. بنابراین از نظر بورديو ایجاد و اثر بخشی سرمایه اجتماعی بستگی به عضویت در یک گروه اجتماعی دارد که اعضای آن مرزهای گروه را از

طریق مبادله اشیاء و نهادها بنیان نهاده اند. این روابط ممکن است از طریق کاربرد یک نام مشترک (خانواده، ملت، انجمن، حزب، دین) و مجموعه ای کامل از کنش ها برای نهادینه کردن، نظیر مبادلات مادی و نهادی تضمین شود. (عبداللهی، موسوی، ۱۳۸۶: ۹).

کلمن سرمایه اجتماعی را انرژی های نهفته در جامعه می داند که سبب فعال شدن ارتباطات در میان مردم می شود. وی این منابع را اعتماد، همدلی، تفاهم و ارزش های مشترکی می داند که شبکه انسانی و اجتماعی را به هم متصل می سازد. او از اعتماد، اختیار، تعهدات، انتظارات و هنجارها به عنوان عناصر سرمایه اجتماعی یاد می کند (وحیدا و دیگران، ۱۳۸۳: ۲۰).

رابرت پانتام نیز به تبع کلمن و بورديو سرمایه اجتماعی را از دیگر انواع سرمایه ها متمایز می کند و آن را به عنوان سازمانی اجتماعی می داند که مشتمل بر شبکه ای از روابط و تعاملات توأم با آگاهی و اعتماد اجتماعی است و با تسهیل کنش ها در ارتقاء کارایی سازمان و توسعه اقتصادی موثر واقع می شود (سعادت، ۱۳۸۵: ۲۰۳). وی سرمایه اجتماعی را اساس اعتبار جامعه می داند که از طریق اعتماد سازی، مردم را به تعاملات و تعلقات اجتماعی برای رسیدن به اهداف مشخص ترغیب می کند. وی عناصر اساسی سرمایه اجتماعی را، تعهد و اعتماد متقابل، ارزش ها و هنجار های مشترک، احساس تعلق، صداقت و تعاملات اجتماعی می داند. از نظر وی،

سرمایه اجتماعی از سه مولفه اساسی برخوردار است که عبارتند از:

- شبکه‌ها: او با تفکیک شبکه‌های افقی یا (مساوات طلب) از شبکه‌های عمومی یا (انحصار طلب)، نوع دوم را فاقد توان برقراری اعتماد و هنجارهای همیاری معرفی می‌نماید. از نظر او شبکه‌های افقی در قالب مشارکت‌های مدنی (انجمن‌ها، احزاب و...) به دلیل ارائه چارچوب فرهنگی برای همکاری، مواد هنجارهای اعتماد همیاری هستند.

- هنجارهای همیاری: پاتنام در تعریف هنجارهای همیاری به دو نوع متوازن و تعمیم یافته اشاره می‌نماید. در نوع متوازن با مبادله هم‌زمان چیزهایی با ارزش برابر، مانند موقعی که همکارها روزهای تعطیلشان را با هم عوض می‌کنند، مواجه هستیم. اما در نوع تعمیم یافته رابطه تبادلی مداومی در جریان است که در همه حال یک طرفه و غیر متوازن است. اما انتظارات متقابلی ایجاد می‌کند مبنی بر این که سودی که اکنون اعطا شده باید در آینده بازپرداخت گردد.

- اعتماد: از دیگر مولفه‌های سرمایه اجتماعی اعتماد است. اعتماد از عناصر ضروری برای تقویت همکاری بوده که در یک جامعه کوچک از طریق آشنایی نزدیک با دیگران حاصل می‌شود. اما در جوامع بزرگ‌تر و پیچیده‌تر یک اعتماد غیر شخصی‌تر یا شکل غیرمستقیمی از اعتماد ضرورت می‌یابد. وی در بحث اعتماد با توجه به شعاع اعتماد به دو نوع شخصی و اجتماعی اشاره می‌کند

و نوع دوم یعنی اعتماد اجتماعی را که بعضاً اعتماد تعمیم یافته نیز نامیده می‌شود، سودمند تر برای جامعه می‌داند. (توسلی، موسوی، ۱۳۸۴: ۱۵-۱۷).

فوکویاما نیز از اعتماد به مثابه شاخصی برای بیان سرمایه اجتماعی در معنای ارزشهای جمعی شبکه‌های اجتماعی و اخلاق فرهنگی که بنیاد رشد و ثبات اقتصادی را تشکیل می‌دهند، استفاده می‌کند. به عبارت دیگر از نظر او اعتماد انتظاری است که از یک اجتماعی برخوردار از رفتار منظم، دارای روابط دوستانه و مبتنی بر تعاون و مشارکت بر می‌خیزد (کارکنان، ۱۳۸۸: ۲۱۶-۲۱۵). سپس فوکویاما به منابع سرمایه اجتماعی اشاره می‌کند و آنها را چنین برمی‌شمارد:

- منابعی که به صورت نهادی ساخته می‌شود: از طریق قوانین و نظامهای قانونی

- منابع خود جوش: که از کنشهای متقابل اعضای یک اجتماع به وجود می‌آید.

- منابع برون‌زا: که منظور آن است که سرچشمه‌ی هنجارها، غیر از همان اجتماعی است که در آن به کار می‌روند. در این میان نقش دین، ایدئولوژی در فرهنگ بسیار برجسته است.

- منابع طبیعی: که از طریق نظام خویشاوندی و یا قومیت و نژاد ساخته می‌شود (کتابی و دیگران، ۱۳۸۳: ۱۷۵).



## جمع بندی چارچوب نظری

مذهب علاوه بر آنکه از لحاظ کارکردی عامل مهمی در روابط اجتماعی به حساب می‌آید، موجب دلگرمی، نشاط و اشتیاق عمومی است، ضمن آنکه در بسیاری مواقع مذهب در مفهوم جامعه شناختی، با تاکید بر بعد عینی و خارجی آن، با سایر مضامین ملی از جمله دولت، تاریخ و میراث فرهنگی در آمیخته است. مذهب از گذشته تا کنون عامل بوجود آورنده ی هویت مشخص برای معتقدان خود و تمایز میان آن‌هایی بوده که اعتقادی به آن نداشته اند. و به عبارتی بخش مهمی از هویت انسان‌ها با مذهب و دین آنها شناخته می‌شود. «یهودی»، «مسیحی» و «مسلمان» بودن، هویت فرهنگی انسان‌های مختلف را به نمایش می‌گذارد. به این ترتیب دین و مذهب کارکردهای اجتماعی مختلفی از قبیل: اجتماعی کردن اعضای جامعه، کاهش کشمکش، تحکیم ارزش‌های مشترک، یکپارچه سازی جامعه، حفظ ثبات اجتماعی و تقویت نظارت اجتماعی را برعهده داشته اند. حبیب زاده در تحقیقی با عنوان بررسی هویت ملی و دینی جوانان و تاثیر آن بر مشارکت سیاسی و اجتماعی بیان می‌کند که برای بالابردن میزان مشارکت سیاسی اجتماعی جوانان باید هویت ملی - دینی جوانان تقویت شود (منصورنژاد، ۱۳۸۵: ۱۷۷). «برندا اونیل»<sup>۱</sup> در مطالعه‌ی خویش تحت عنوان جنسیت، مذهب، سرمایه‌ی اجتماعی و مشارکت سیاسی بر تعهدگرایی مذهبی به عنوان یک عنصر

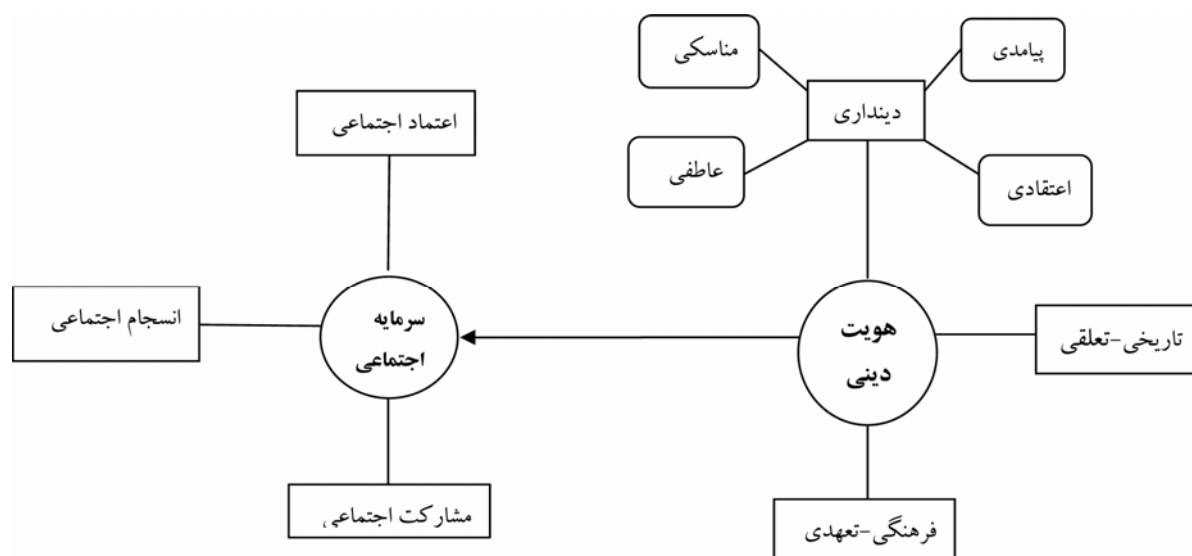
سرمایه‌ی اجتماعی و مشارکت سیاسی میان زنان آمریکایی تأکید می‌کند. وی همچنین به بررسی رابطه‌ی میان مشارکت زنان در سازمان‌های مذهبی و ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی پرداخته است و در نهایت نشان می‌دهد که تعهد مذهبی زنان می‌تواند بر توسعه و افزایش سرمایه‌ی اجتماعی کمک کند" (موحد و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۶۷). همچنین مذهب در ایجاد فروبستگی (Closure) در روابط اجتماعی از طریق متصل کردن دوستان و اعضای خانواده در یک گروه اجتماعی نقش مهمی را ایفا می‌کند. به نظر می‌رسد اعضای خانواده‌هایی که در نهادهای مذهبی همانندی شرکت می‌کنند. احتمالاً یک سری روابط اجتماعی با سایر اعضای آن نهاد مذهبی پیدا می‌کنند. «کلمن» عنوان می‌کند که دین، فروبستگی شبکه‌های اجتماعی روابط والدین و فرزندان را تقویت می‌کند به طوری که آن روابط اجتماعی را افزایش داده و روابط خویشاوندی مثبت‌تری را نیز بهبود می‌دهد. این مکانیسم به نظر می‌رسد با حضور در مراکز مذهبی آغاز می‌شوند. در واقع، حضور، افراد را در معرض فعالیت‌های اجتماعی قرار داده و آنها را در یک سری روابط اجتماعی وارد می‌کند. علاوه بر حضور فرایند دیگری نیز در این زمینه مشاهده می‌گردد که به نظر می‌رسد اهمیت بیشتری از حضور، در جهت تقویت روابط افراد، ایفا می‌کند و آن «اهمیت» شخصی افراد به مذهب و عناصر مذهبی است که در نزد برخی اندیشمندان به «هویت - نقش» تعبیر می‌شود. بر اساس نظریه «ویمبرلی» (Wimberley) هر چه نقش

و..(که از مظاهر سرمایه اجتماعی است) را در افراد جامعه ایجاد بکند. (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۲۵). براساس مجموعه بحث‌های فوق می‌توان فرضیات زیر را استخراج کرد.

### فرضیه کلی:

- بین میزان هویت دینی و سرمایه اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.
- فرضیات جزئی:
- بین میزان هویت دینی افراد و میزان اعتماد بین آنها رابطه وجود دارد.
- بین میزان هویت دینی افراد و انسجام اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.
- بین میزان هویت دینی افراد و میزان مشارکت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.

مذهبی بودن شخص در سلسله مراتب هویت-نقش او بالاتر باشد نقش مذهبی نفوذ بیشتری بر سایر نقش‌های وی دارد. برای آنهایی که مذهب بخش عمده‌ای از هویت‌شان را تشکیل می‌دهد، عناصر مذهبی می‌توانند به عنوان یک نظام معنی‌دار در زندگی روزانه آنها نقش بازی کنند و پیام‌هایی که از سوی آن عناصر صادر می‌گردد به عنوان راهنمایی در جهت روابط اجتماعی افراد قلمداد می‌گردد. به عنوان مثال مورگان (Morgan) دریافت که میزان بالای اهمیت شخصی مذهب، کنش متقابل دوستانه توأم با حس تعاون و همکاری در افراد ایجاد می‌کند و آن کیفیت روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به هر حال به نظر می‌رسد مذهب چه از طریق «حضور» و چه از طریق «اهمیت» می‌تواند حس اعتماد، پیوند، هویت مشترک، همبستگی اجتماعی و روحیه همکاری و تعاون



شکل (۱) مدل نظری تحقیق

### بررسی تجربی

این پژوهش با روش پیمایش مقطعی و با استفاده از تکنیک پرسشنامه انجام گرفته است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه که شامل افراد ۲۰ تا ۶۴ سال شهرستان کاشان است بر اساس آمار موجود در مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵ در حدود ۱۶۲۱۳۹ نفر گزارش شده است که از این تعداد ۸۳۱۴۷ نفر مرد و ۷۸۹۹۲ نفر زن را شامل می‌شود. تعداد حجم نمونه در پژوهش حاضر ۳۸۳ نفر می‌باشد که از این تعداد ۱۹۷ نفر از مردان و ۱۸۶ نفر از زنان را شامل می‌شود. و روش توزیع پرسشنامه، روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای است. بر این اساس شهر کاشان به پنج منطقه تقسیم شده و پرسشنامه‌ها به تعداد مساوی بین هر منطقه پخش شده است. اعتبار (Validity) پژوهش حاضر

از سویی از نوع اعتبار صوری است و پرسشنامه توسط چند تن از اساتید جامعه‌شناسی مورد بررسی قرار گرفته و نکات اصلاحی آنها در پرسشنامه منظور شده است و از سوی دیگر اعتبار سازه‌ای است و تلاش شده با تحلیل چارچوب نظری غنی مولفه‌ها و ابعاد مورد اجماع استخراج شود. بطوریکه نتایج حاصله با چارچوب نظری مورد استفاده همخوان است. روایی (Reliability) نیز که به بررسی قابلیت تکرار پذیری ابزار تحقیق می‌پردازد با استفاده از «آلفای کرونباخ» بدست آمده است. ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده در مورد مجموعه معرف‌های مفاهیم بیانگر میزان روایی مناسب تک تک مفاهیم تحقیق است.

جدول ۱) میزان آلفای کرونباخ

مفهوم و ابعاد	آلفای کرونباخ	مفهوم و ابعاد	آلفای کرونباخ
بعد تعلق-تاریخی	.۷۸	بعد اعتقادی	.۷۶
هویت دینی	.۸۷	بعد مناسکی	.۶۴
انسجام اجتماعی	.۶۰	بعد عاطفی	.۴۷
اعتماد اجتماعی	.۷۶	بعد پیامدی	.۶۷
مشارکت اجتماعی	.۶۰	بعد دینداری	.۸۷
سرمایه‌ی اجتماعی	.۸۰	بعد تعهدی-فرهنگی	.۷۹

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو بخش تنظیم شده است. ابتدا به نحوه‌ی توزیع افراد از لحاظ جنس، وضعیت تاهل و میزان تحصیلات افراد و توصیف مفاهیم اصلی پژوهش

(هویت دینی و سرمایه اجتماعی) اشاره می‌شود و سپس رابطه هر یک از آن مفاهیم با متغیرهای زمینه‌ای مطرح و سپس بایگدیگر تحلیل خواهد شد.

**الف): یافته‌های توصیفی**

درصد از پاسخگویان را افرادی شامل می‌شوند که دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر می‌باشند.

از تعداد ۳۸۳ نفر حجم نمونه انتخاب شده در پژوهش حاضر ۱۹۷ نفر (۵۱/۴۳ درصد) را مردان و ۱۸۶ نفر (۴۸/۵۷ درصد) را زنان تشکیل می‌دهند و در این بین ۳۶/۸ درصد مجرد، ۶۱/۴ درصد متأهل، ۳ درصد مطلقه و ۱ درصد نیز بیوه هستند. همچنین ۸/۴ درصد از پاسخگویان، سطح تحصیلاتشان ابتدایی، ۱۴/۱ درصد از راهنمایی، ۴۳/۱ درصد دیپلم، ۳۱/۱ درصد فوق دیپلم و لیسانس و ۲/۹

**سرمایه اجتماعی**

سرمایه اجتماعی دارای سه بعد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی است که هر کدام از طریق گویه‌های خاص خودسنجیده شده‌اند. جدول زیر توزیع پراکندگی سرمایه اجتماعی و هر یک از ابعاد آن را نشان می‌دهد.

**جدول ۲) توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان به ابعاد و مفهوم سرمایه اجتماعی**

نام متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
انسجام اجتماعی	۴/۲۰	۰/۶۳	۱	۵
مشارکت اجتماعی	۳/۲۷	۰/۹۱	۱	۵
اعتماد اجتماعی	۳/۶۲	۰/۵۱	۱	۵
سرمایه اجتماعی	۳/۶۸	۰/۴۸	۱	۵

(۳/۲۷) می‌باشد. نحوه توزیع سرمایه اجتماعی و هر یک از ابعاد آن در نمودارهای زیر آمده است.

**هویت دینی**

همانگونه که در مبانی نظری نیز توضیح داده شد، در بررسی حاضر هویت دینی افراد جامعه مورد نظر با سه بعد دینداری، بعد تعهدی- فرهنگی و بعد تعلقی- تاریخی مورد سنجش قرار گرفته است. جدول زیر توزیع پراکندگی هویت دینی و ابعاد آن را نشان می‌دهد.

همانطور که جدول شماره (۲) نشان می‌دهد، در دامنه تغییرات ۱-۵، میانگین سرمایه اجتماعی ۳/۶۸ با انحراف استاندارد ۰/۴۸، می‌باشد که به نظر می‌رسد بالاتر از حد متوسط است. بطوریکه از بین ابعاد مورد بررسی و در مردم شهر کاشان انسجام اجتماعی دارای بیشترین میانگین (۴/۲۰)، اعتماد اجتماعی در رده دوم با میانگین (۳/۶۲) و مشارکت اجتماعی دارای کمترین میانگین

**جدول ۳) توصیف هویت دینی و ابعاد آن**

متغیر	ابعاد	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
مولفه های بعددینداری	مناسکی	۳/۷۸	۰/۶۰	۱	۵
	پیامدی	۴/۴۴	۰/۵۸	۱	۵
	عاطفی	۴/۰۶	۰/۶۱	۱	۵
	اعتقادی	۴/۸۷	۰/۵۷	۱	۵
بعد دینداری		۴/۲۸	۰/۶۵	۱	۵
بعدتعهدی		۴/۵۷	۰/۵۹	۱	۵
بعد تعلق		۴/۷۴	۰/۵۰	۱	۵
مفهوم هویت دینی		۴/۵۳	۰/۴۷	۱	۵

**ب): یافته های تحلیلی**

در این قسمت ابتدا رابطه سرمایه اجتماعی و همچنین هویت دینی، با متغیرهای جنس، وضعیت تاهل و میزان تحصیلات بررسی شده است و سپس از طریق همبستگی پیرسون به طور جزئی رابطه هر یک از ابعاد هویت دینی و سرمایه اجتماعی سنجیده شده است و در نهایت آزمون تحلیل رگرسیون نیز ابعادی از هویت دینی که قادر به تبیین و پیش بینی تغییرات متغیر وابسته سرمایه اجتماعی هستند را معرفی خواهد کرد.

**رابطه متغیرهای زمینه ای (جنس، تاهل و تحصیلات) و هویت دینی**

جدول شماره (۳) توزیع و پراکندگی هویت دینی و

ابعاد آن را نشان می دهند. میانگین هویت دینی در دامنه تغییرات ۱-۵ در بین مردم شهر کاشان (۴/۵۳) با انحراف استاندارد ۰/۴۷ است. بطوریکه از بین مجموعه ابعاد هویت دینی بیشترین میانگین به بعد تعلق دینی (۴/۷۴)، سپس تعهد دینی (۴/۵۷) و سپس به دینداری (۴/۲۸) اختصاص دارد. بطوریکه از بین ابعاد دینداری بعد مناسکی دارای کمترین میانگین (۳/۷۸) و بعد اعتقادی دارای بیشترین میانگین (۴/۸۷) می باشد. در مجموع هویت دینی توزیع بالایی را در میان پاسخگویان داراست و آن نشان از هویت دینی قوی در میان افراد جامعه مورد مطالعه است.

**جدول ۴) رابطه بین نوع جنس افراد و هویت دینی آنها**

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	واریانس
مرد	۱۹۷	۴/۴۶	۰/۴۹	-۲/۷۱	۳۸۰	۰/۰۰۵	برابر
زن	۱۸۶	۴/۵۹	۰/۳۵				

مقایسه میانگین میزان هویت دینی افراد بر حسب جنس در جدول شماره (۴) ارائه شده است. براساس نتایج جدول فوق میانگین نمره هویت دینی برای مردان ۴/۴۶ و برای زنان ۴/۵۹ است. مقدار T بدست آمده (۲/۷۱-) معنادار است (۰/۰۵). و بیانگر آن است که میانگین هویت دینی در میان زنان و مردان تفاوت معناداری بایکدیگر دارد و زنان دارای هویت دینی بیشتری از مردان هستند.

#### جدول (۵) رابطه وضعیت تاهل افراد با هویت دینی آنها

وضعیت تاهل	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	واریانس
مجرد	۱۴۱	۴/۴۲	۰/۴۸	۳/۹۳	۳۷۴	۰/۰۰۰	برابر
متاهل	۲۳۵	۴/۶۱	۰/۳۵				

مقایسه میانگین میزان هویت دینی افراد بر حسب وضعیت تاهل در جدول شماره (۵) نشان می‌دهد. میانگین هویت دینی برای افراد مجرد ۴/۴۲ و برای افراد متاهل ۴/۶۱ است و مقدار T بدست آمده (۳/۹۳) معنادار است (۰/۰۰۰). و بیانگر آن است که میانگین هویت دینی در میان مجردان و متاهلان تفاوت معناداری با یکدیگر دارد و هویت دینی افراد متاهل بالاتر است.

#### جدول (۶) رابطه میزان تحصیلات افراد با هویت دینی آنها

متغیر	ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین مجذورات درون گروهی	میانگین مجذورات برون گروهی	F	Sig
تحصیلات	بی سواد	۲	۴/۸۰	۰/۰۰	۰/۲۲	۰/۱۹	۱/۱۳	۰/۳۴
	ابتدایی	۳۲	۴/۵۸	۰/۳۰				
	راهنمایی	۵۴	۴/۴۹	۰/۴۴				
	دیپلم	۱۶۵	۴/۵۴	۰/۴۷				
	فوق دیپلم و لیسانس	۱۱۹	۴/۵۲	۰/۵۰				
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۱	۴/۲۶	۰/۴۴				
	کل	۳۸۳	۴/۵۲	۰/۴۴				

جدول شماره (۶) نشان می‌دهد که میزان هویت دینی افراد مورد مطالعه در کاشان بر حسب تحصیلات آنها معنادار نیست. ( $\text{sig}=.34$  و  $\text{df}=1/13$ ).

جدول زیر میانگین نمره سرمایه‌ی اجتماعی برای مردان ۳/۶۱ و برای زنان ۳/۷۲ است. و این باتوجه به مقدار T بدست آمده (۲/۲۲-) معنادار است (۰/۰۲۷). و این بیانگر آن است که میانگین سرمایه اجتماعی در میان زنان و مردان تفاوت معناداری با یکدیگر دارد و زنان دارای سرمایه اجتماعی بالاتری هستند.

### رابطه متغیرهای زمینه‌ای (جنس، تاهل و تحصیلات) و سرمایه اجتماعی

مقایسه میانگین میزان سرمایه اجتماعی بر حسب جنس در جدول شماره (۷) ارائه شده است. بر اساس نتایج

جدول (۷) رابطه بین نوع جنس افراد با سرمایه اجتماعی آنها

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	واریانس
مرد	۱۶۳	۳/۶۱	۰/۵۰	-۲/۲۲	۳۸۰	۰/۰۲۷	برابر
زن	۲۱۹	۳/۷۲	۰/۴۵				

جدول (۸) رابطه وضعیت تاهل افراد با سرمایه اجتماعی آنها

وضعیت تاهل	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	واریانس
مجرد	۱۴۱	۳/۵۹	۰/۴۹	۳/۰۴	۳۷۴	۰/۰۰۳	برابر
متاهل	۲۳۵	۳/۷۴	۰/۴۶				

مقایسه میانگین میزان سرمایه اجتماعی بر حسب وضعیت تاهل در جدول شماره (۸) ارائه شده است. بر اساس نتایج جدول فوق میانگین سرمایه اجتماعی برای افراد مجرد ۳/۵۹ و برای افراد متاهل ۳/۷۴ است و مقدار T

بدست آمده (۳/۰۴) معنادار است (۰/۰۰۳) و بیانگر آن است که میانگین سرمایه اجتماعی در میان افراد مجرد و متاهل تفاوت معناداری با یکدیگر دارد و سرمایه اجتماعی افراد متاهل بالاتر است.

جدول ۹) رابطه میزان تحصیلات افراد با سرمایه اجتماعی آنها

متغیر	ابعاد	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین مجذورات درون گروهی	میانگین مجذورات برون گروهی	F	Sig
تحصیلات	بی سواد	۹	۴/۰۲	۰/۴۵	۰/۴۳	۰/۲۲	۱/۹۱	۰/۰۹
	ابتدایی	۳۲	۳/۷۶	۰/۴۵				
	راهنمایی	۵۴	۳/۷۸	۰/۵۰				
	دیپلم	۱۶۵	۳/۶۶	۰/۴۶				
	فوق دیپلم و لیسانس	۱۱۹	۳/۶۶	۰/۴۸				
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۱	۳/۲۶	۰/۵۱				
	کل	۳۸۳	۳/۶۸	۰/۴۸				

جدول شماره (۹) نشان می‌دهد که براساس میزان آبدست آمده میزان سرمایه اجتماعی افراد پاسخگو بر حسب تحصیلات آنها متفاوت نیست. (۰/۹۱).

جدول ۱۰) بررسی رابطه بین ابعاد و مفهوم هویت دینی و ابعاد و مفهوم سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی		هویت دینی	دینداری	تعلقی	تعهدی	هویت دینی
اعتماد اجتماعی	همبستگی	۰/۴۵	۰/۳۸	۰/۵۰	۰/۵۱	
	معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
مشارکت اجتماعی	همبستگی	۰/۲۰	۰/۱۶	۰/۳۱	۰/۲۸	
	معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
انسجام اجتماعی	همبستگی	۰/۴۶	۰/۳۰	۰/۳۲	۰/۴۶	
	معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
سرمایه اجتماعی	همبستگی	۰/۵۵	۰/۳۹	۰/۵۲	۰/۵۴	
	معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	

- بعد دینداری با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری

دارد. لازم به توضیح است رابطه بعد دینداری و سرمایه

اجتماعی قوی تر از سایر ابعاد هویت دینی است. با توجه

### رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی

مهم ترین نکاتی که در جدول شماره (۱۰) می‌توان

مشاهده کرد عبارتند از:



است. بنابراین چنین استنباط می‌شود که افزایش هویت دینی افراد، میزان سرمایه اجتماعی آن‌ها را افزایش می‌دهد.

### تحلیل رگرسیونی ابعاد هویت دینی و سرمایه اجتماعی

به منظور بررسی میزان تأثیر هر یک از ابعاد هویت دینی بر سرمایه‌ی اجتماعی از تحلیل رگرسیونی گام به گام استفاده شده است و از سه بعد هویت دینی دو بعد تعهد دینی و دینداری در مدل رگرسیونی باقی مانده اند. همان‌طور که جدول شماره (۱۱) نشان می‌دهد، دو بعد هویت دینی (دینداری و تعهدی) به میزان ۰/۳۳ درصد تغییرات متغیر سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کنند.

به نوع رابطه، چنین استنباط می‌شود که افزایش دینداری (مناسکی، پیامدی و عاطفی) پیامدهای مثبتی بر سرمایه اجتماعی به ویژه بر ابعاد انسجام و اعتماد اجتماعی دارد.

رابطه بعد تعهدی هویت دینی و سرمایه اجتماعی مثبت و معنی دار است. بطوریکه پس از دینداری دارای بیشترین میزان همبستگی است. همچنین شدت رابطه بعد تعهدی و بعد اعتماد اجتماعی بیشتر از سایر ابعاد است.

رابطه بعد تعلق‌ی هویت دینی و سرمایه اجتماعی نیز معنی دار و مستقیم است. بطوریکه این رابطه با بعد اعتماد قوی تر از سایر ابعاد است.

در نهایت ضریب همبستگی ۰/۵۴ نشان دهنده وجود رابطه معنادار و مستقیم بین دو متغیر هویت دینی و سرمایه اجتماعی است. بطوریکه رابطه هویت دینی با اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی بیشتر از مشارکت اجتماعی

جدول (۱۱) تحلیل رگرسیونی ابعاد هویت دینی و سرمایه‌ی اجتماعی

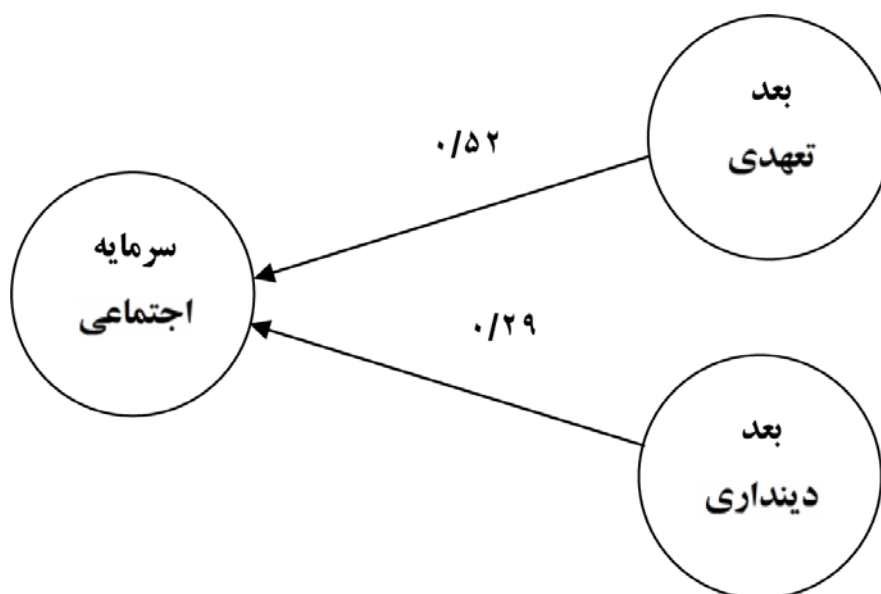
همبستگی R	ضریب تبیین ( $R^2$ )	خطای استاندارد تخمین زده شده
۰/۵۷	۰/۳۳	۰/۳۹

جدول (۱۲) ضرایب تاثیر گذاری ابعاد هویت دینی بر سرمایه اجتماعی

Sig	T	ضرایب			ابعاد هویت دینی
		ضرایب استاندارد	ضرایب خام	Std. Error	
۰/۰۰۰	۱۲/۱۳	۰/۵۲	B	۰/۳۵	تعهدی- فرهنگی
۰/۰۰۰	۵/۶۳	۰/۲۹	B	۰/۰۵	دینداری

متعهد بودن به دین درصد بیشتری از واریانس سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کند

به طوری که بر اساس جدول شماره (۱۲) میزان تاثیر گذاری بعد تعهدی هویت دینی (۰/۵۲) و بعد دینداری هویت دینی (۰/۲۹) است. از اینرو به نظر می‌رسد



شکل ۲) مدل تجربی تحقیق

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

همانگونه که اشاره شد سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت ذاتی و نهفته در روابط اجتماعی گروه‌های نخستین، ثانوی و در سازمان اجتماعی جامعه (نهادی‌های رسمی و غیر رسمی) وجود دارد. برخی از این ذخایر ارزشمند عبارتند از: صداقت، حسن تفاهم، همدردی، دوستی، دلسوزی، همبستگی و... که از طریق فرایند ایجاد ارتباط و اعتماد در شبکه‌های ارتباطی در جامعه فردگرای عصر حاضر، از ذره‌ای شدن جامعه‌ی از خود بیگانه و رشد فزاینده‌ی انحرافات اجتماعی پیشگیری می‌کند. از سوی دیگر بر اساس برخی تئوری‌های موجود هویت دینی که خود متشکل از بعد دینداری، بعد تعلقی و بعد تعهدی است از مهم‌ترین عناصر ایجاد کننده همبستگی و همگنی

اجتماعی در سطح جوامع است. غالباً چنین گفته می‌شود که هویت دینی دارای دستاوردهای متعددی است که از آن جمله می‌توان به جهت بخشیدن زندگی افراد، ایجاد رویکرد مثبت به آینده و تقویت روحیه امیدواری و نشاط برای آینده‌ی بهتر، پاسخ دادن به پرسش‌های بنیادین و عمیق انسان در زندگی، ایجاد حس همدلی، همبستگی و انسجام در جامعه (که از مصادیق سرمایه اجتماعی اند) اشاره کرد. نیاز به شناختن جایگاه خود و جهان اطراف، مقوله‌ای است که در برخی شرایط ممکن به شدیدترین وجه آن احساس می‌شود و عدم شناخت آن وضعیت به معنای سردرگمی، آشفتگی و هراس است و روان انسان بر اثر آن دچار ناآرامی و ناآسودگی می‌گردد. از این رو ادیان همواره برآنند تا به مسایل وجودی انسان پاسخ گویند، مسائلی که به ادراک هویت، ارزش و هدف

- انسانها مرتبط بوده و برای آنها اهمیت حیاتی دارند. در این جهت باید توضیح داد که دین در ضمن فراهم آوردن معنا، تنها در صدد آن نیست که مسایل مربوط به وجود فردی را به نسبت حل کند بلکه در این رهگذر نقش اجتماعی مهمی را نیز ایفا می‌کند که مهمترین آن ایجاد سرمایه اجتماعی است و از آن طریق به آرمان‌های مشترک، وفاق و انسجام اجتماعی، انگیزه‌های قوی برای پیشرفت، کسب افتخارات فزاینده، اعتماد، صداقت و احترام متقابل افراد جامعه نسبت به همدیگر، رعایت ارزش‌ها و هنجارها و اصول اخلاقی و پرهیز از هرگونه تظاهر و ریا در کنش‌های اجتماعی به منظور پویایی جامعه کمک می‌کند. بنابراین به نظر می‌رسد که آن در ایجاد و تکوین سرمایه اجتماعی نقش بسزایی دارد. هدف اصلی مقاله حاضر آن است تا به بررسی این امر پردازد که آیا در دوره کنونی که همواره ایده‌های سکولاریستی ملهم از تأثیرات مدرنیته قدرت نمایی می‌کنند، با توجه به این که شهر کاشان دارای پیشینه مذهبی و دینی اصیلی است، می‌توان در این جامعه آماری انتظار داشت که با افزایش میزان هویت دینی میزان اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و در کل سرمایه اجتماعی افزایش یابد؟ پس از مطالعه نظری در این راستا (که بخشی از آن در مبانی نظری پژوهش حاضر مطرح شد) با استفاده از روش پیمایش و در شهر کاشان پژوهشی تجربی نیز انجام شد که برخی از نتایج حاصل از پژوهش حاضر بدین شرح است.
- میانگین سرمایه اجتماعی بالاتر از حد متوسط است. بطوریکه از بین ابعاد مورد بررسی و در مردم شهر کاشان انسجام اجتماعی دارای بیشترین میانگین، اعتماد اجتماعی در رده دوم و مشارکت اجتماعی دارای کمترین میانگین است.
- از بین مجموعه ابعاد و مولفه‌های هویت دینی بیشترین میانگین به بعد تعلق دینی، سپس تعهد دینی و سپس به دینداری اختصاص دارد. بطوریکه از بین ابعاد دینداری بعد مناسکی دارای کمترین میانگین و بعد اعتقادی دارای بیشترین میانگین می‌باشد. در مجموع هویت دینی توزیع بالایی را در میان پاسخگویان داراست و آن نشان از هویت دینی قوی در میان افراد جامعه مورد مطالعه است.
- میانگین هویت دینی در بین مردان و زنان تفاوت معناداری با یکدیگر دارد و زنان دارای هویت دینی بیشتری از مردان هستند.
- میانگین میزان هویت دینی افراد بر حسب وضعیت تاهل در میان افراد مجرد و متأهل تفاوت معناداری با یکدیگر دارد و هویت دینی افراد متأهل بالاتر است.
- تحلیل‌ها نشان می‌دهند که میزان هویت دینی افراد مورد مطالعه بر حسب تحصیلات آنها معنادار نیست.
- مقایسه میانگین میزان سرمایه اجتماعی بر حسب جنس تفاوت معناداری با یکدیگر دارد و زنان دارای سرمایه اجتماعی بالاتری هستند.

ارائه نمود. از اینرو متناسب با نتایج پژوهش می‌توان راهکارهایی چند به نهادها و افراد مرتبط با این پدیده پیشنهاد داد که از آن جمله می‌توان به آگاهی مسئولین از پیامدهای هویت دینی مردم بر اعتماد، مشارکت و انسجام مردم و در نهایت سرمایه اجتماعی جامعه، فراهم ساختن شرایطی مناسب برای درک بهتر افراد جامعه و گسترش مفهوم هویت دینی در بین آنها به منظور تقویت میزان اعتماد، مشارکت و انسجام مردم، توجه هر چه بیشتر نهادها و سازمان‌های مرتبط با امور جوانان و نوجوانان برای فهم و رفع شبهات در مورد هویت دینی به منظور افزایش هویت دینی جوانان و در نهایت رشد سرمایه اجتماعی آنها و برنامه ریزی دقیق در رابطه با ایجاد و پخش برنامه‌هایی در مورد هویت دینی در رسانه‌ها به منظور آگاهی از هویت دینی و فهم بهتر از آن توسط سازمان‌های مرتبط اشاره کرد.

#### منابع

- ۱- احمدپور، علی و شائمی (۱۳۷۸) رابطه‌ی تعهد و وجدان کاری با تعهد سازمانی، مجله توسعه مدیریت، شماره یازدهم و دوازدهم
- ۲- اکبری، امین (۱۳۸۳) بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی و اجتماعی، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- ۳- توسلی، غلامعباس و مرضیه موسوی (۱۳۸۴) مفهوم سرمایه از نظریات کلاسیک و جدید، نامه‌ی علوم اجتماعی، شماره بیست و ششم

• مقایسه میانگین میزان سرمایه اجتماعی بر حسب وضعیت تاهل در میان افراد مجرد و متأهل تفاوت معناداری با یکدیگر دارد و سرمایه اجتماعی افراد متأهل بالاتر است.

• براساس تحلیل‌های ارائه شده میزان سرمایه اجتماعی بر حسب تحصیلات پاسخگویان متفاوت نیست.

• در نهایت ضریب همبستگی ۰/۵۴ نشان دهنده وجود رابطه معنادار و مستقیم بین دو متغیر هویت دینی و سرمایه اجتماعی است. بطوریکه رابطه هویت دینی با اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی بیشتر از مشارکت اجتماعی است. بنابراین چنین استنباط می‌شود که افزایش هویت دینی افراد، میزان سرمایه اجتماعی آن‌ها را افزایش می‌دهد.

• در تحلیل رگرسیونی دو بعد هویت دینی (دینداری و تعهدی) به میزان ۰/۳۳ درصد تغییرات متغیر سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کنند. به طوری که میزان تاثیرگذاری بعد تعهدی هویت دینی بیشتر از بعد دینداری هویت دینی است. از اینرو به نظر می‌رسد متعهد بودن به دین درصد بیشتری از واریانس سرمایه اجتماعی را تبیین می‌کند

از آنجا که تمامی پدیده‌های اجتماعی چند بعدی و چند لایه هستند، لذا یک سو نگری به آنها مشکلی را حل نمی‌نماید. بنابراین ضروری است که ابعاد متعدد مساله بررسی گردد و در نظامها و سیستم‌های مرتبط با آن کنکاش دقیق صورت گیرد تا بتوان راهکارهایی مناسب

- ۴- خانیکی، هادی (۱۳۸۳) هویت در ایران: رویکرد سیاسی اجتماعی فرهنگی و ادبی به هویت و بحران در ایران، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی اجتماعی
- ۵- چیت سازقمی، محمدجواد (۱۳۸۳)، هویت دینی جوانان در ایران، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی اجتماعی
- ۶- ربانی، علی و محمدگنجی (۱۳۸۷)، تحلیلی بر رابطه دینداری و سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان، فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی
- ۷- رضادوست، کریم و ابراهیم میرزایی (۱۳۸۷)، فصلنامه توسعه انسانی، دوره ی سوم، شماره اول
- ۸- سعادت، رحمان (۱۳۸۵)، تخمین سطح و توزیع سرمایه اجتماعی استان ها، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ششم
- ۹- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۴)، مدلی برای سنجش دینداری، مجله جامعه شناسی ایران، دوره ششم، شماره یک
- ۱۰- عبداللهی، محمد و میرطاهر موسوی (۱۳۸۶)، سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان شناسی گذار، فصلنامه ی علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره بیست و پنج
- ۱۱- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹) پایان نظم، مترجم غلامعباس توسلی، تهران، چاپ اطلس.
- ۱۲- فیلد، جان (۱۳۸۶) سرمایه اجتماعی، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضائی، تهران، انتشارات کویر
- ۱۳- قادری، مهدی (۱۳۸۴) آثار و پیامدهای جامعه ی شبکه‌ای بر روی هویت اجتماعی جوانان، پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی علوم اجتماعی، دانشگاه اصفهان
- ۱۴- کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۸۸) تبیین جامعه شناختی نقش سرمایه اجتماعی در هویت ملی، مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ و توسعه در منطقه ی مرکزی ایران، دانشگاه کاشان، اردیبهشت
- ۱۵- کتابی، محمود، محمدگنجی، یعقوب احمدی و رضا معصومی (۱۳۸۳) دین، سرمایه اجتماعی و توسعه ی اجتماعی فرهنگی، مجله ی پژوهشی دانشگاه اصفهان، جلد هفدهم، شماره دوم
- ۱۶- کلانتری، عبدالحسین، جلیل عزیزی و سعید زاهدانی (۱۳۸۸)، هویت دینی و جوانان (نمونه آماری جوانان شهر شیراز)، فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ی دوم، شماره دوم
- ۱۷- کمالی اردکانی، علی اکبر (۱۳۸۳) هویت در ایران، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی اجتماعی
- ۱۸- گل محمدی، احمد (۱۳۸۶) جهانی شدن فرهنگ و هویت، تهران، نشر نی
- ۱۹- گنجی، محمد (۱۳۸۳)، تبیین وضعیت دینداری دانشجویان دانشگاه اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان
- ۲۰- محرمی، توحید (۱۳۸۳) هویت در ایران، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی اجتماعی

- ۲۱- موحّد، م؛ عنایت، ح و پورنعمت، آ (۱۳۸۷)، بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی زنان، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی «ویژه نامه ی پژوهش های اجتماعی».
- ۲۲- منصور نژاد، محمد (۱۳۸۵) دین و هویت، تهران، موسسه مطالعات ملی
- ۲۳- وحید فریدون، صمد کلانتری و ابوالقاسم فاتحی (۱۳۸۳) رابطه سرمایه اجتماعی با هویت اجتماعی دانشجویان، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، جلد هفدهم، شماره دوم