

## بررسی رابطه سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی با هویت دینی نوجوانان

خدیدجه سفیری،\* افسانه کمالی،\*\* نرجس خاتون مصلح\*\*\*

(تاریخ دریافت ۹۲/۰۵/۲۰، تاریخ پذیرش ۹۴/۰۶/۰۷)

**چکیده:** پژوهش حاضر به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی با هویت دینی نوجوان می‌پردازد. چارچوب نظری تحقیق در زمینه سرمایه اجتماعی خانواده به‌طور خاص بر مبنای نظریه کلمن و در زمینه مشارکت دینی بر مبنای نظریات جنکینز، دورکیم، طالبان و در زمینه هویت دینی نیز بر مبنای ترکیبی از نظریات تاجفل، فینی، جنکینز می‌باشد. روش پژوهش از نوع پیمایش بوده و داده‌های پرسش‌نامه از میان یکی از والدین و فرزند نوجوان آن‌ها در پایه سوم دبیرستان‌های شهر قم با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی با احتمال متناسب با حجم و تعداد نمونه ۳۶۷ نفر نوجوان به همراه ۳۶۷ نفر یکی از والدین آنان جمع‌آوری شده است. نتایج تحلیل دومتغیره حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی خانواده (درونی و بیرونی) و مشارکت دینی (والدین و نوجوان) با هویت دینی نوجوانان رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد. بر اساس نتایج تحلیل رگرسیونی چند متغیره، تأثیر سرمایه اجتماعی درونی خانواده و مشارکت دینی نوجوان معنادار بوده و متغیر مشارکت دینی نوجوان، مهم‌ترین عامل تبیین‌کننده هویت دینی نوجوان است.

**مفاهیم کلیدی:** هویت دینی، سرمایه اجتماعی خانواده، مشارکت دینی.

m\_safiri@yahoo.com

\* استاد دانشگاه الزهرا (س) (نویسنده مسئول)

afsane\_kamali@yahoo.com

\*\* استادیار دانشگاه الزهرا (س)

n.mosleh63@gmail.com

\*\*\* کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی. دانشگاه الزهرا (س)

مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پانزدهم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۳، ص. ۱۶۲-۱۹۸

### مقدمه و بیان مسئله

هویت اجتماعی در ساده‌ترین بیان، تعریفی است که فرد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی از خویشتن دارد و همچنین میزان تعلق و تعهد نسبت به این عضویت، یعنی تعلق و تعهد نسبت به «ما»ی جمعی (وودوارد<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰؛ فینی<sup>۲</sup>، ۱۳۸۰؛ تاجفل<sup>۳</sup>، ۱۹۷۸؛ چلبی، ۱۳۷۵). شکل‌گیری هویت هویت فرآیندی است که در تمام طول زندگی ادامه دارد؛ اما به سبب زاینده‌گی، خلاقیت و نیاز به استقلال در دوره نوجوانی و جوانی، تکوین آن در این دوره از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۳). بدون هویت اجتماعی، نمی‌توان از وجود اجتماع سخن گفت، به این معنا تنها با تشخیص تفاوت‌ها و شباهت‌هاست که افراد یک جامعه امکان برقراری یک ارتباط مستمر و پایدار میان خود را خواهند داشت. در غیر این صورت من همان بودم که شما هستید و هیچ‌یک از ما قادر نبود با دیگری نسبت معناداری پیدا کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۹). با این وجود، در دوران معاصر «بحران هویت» یکی از نتایج تغییرات وسیعی است که در ساختارهای جوامع پدید آمده است (رفعت‌جاه، ۱۳۸۱: ۱۱). در واقع گسیختگی فرهنگی بین نسل‌های متفاوت، نشان‌دهنده شکاف واقعی فرهنگی و بحران انتقال بین نسلی است که تا قلب هویت‌های فرهنگی و اجتماعی و تا قلب روابط با جهان و قابلیت‌های افراد برای برقراری ارتباط رسوخ کرده است. حال اگر نهادهای اجتماعی در این بحران با مشکل مواجه شده باشند این درباره نهادهای دینی بیشتر و مسئله‌سازتر شده است (هروبولز، ۱۳۸۰: ۲۸۸-۲۹۲) چراکه هویت دینی علاوه بر این‌که نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در هویت‌یابی افراد ایفا می‌کند (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۲۵)؛ بنابراین هویت دینی به‌عنوان یک هویت اجتماعی همواره در پژوهش‌ها و نظریه‌های علوم اجتماعی موردتوجه بوده است و در میان اندیشمندان علوم اجتماعی این امر پذیرفته‌شده و عمومی است که هویت دینی نقش پررنگی در زندگی مردم داراست. این دیدگاه ریشه در نظریات جامعه‌شناسان متعدد از جمله دورکیم، زیمل، یوخیم واخ و... داشته است (دوان و همکاران، ۲۰۰۶: ۵۳۰). چراکه از مهم‌ترین عناصر ایجادکننده همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرآیندی با ایجاد تعلق خاطر به دین، مذهب و جامعه مسلمانان، در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی نقش بسیار مهم دارد. به عبارتی عملیات تشابه‌سازی و تمایز بخشی را انجام می‌دهد. در این معنا دین اسلام ضمن ایجاد تشابه دینی در بین مسلمانان، آن‌ها را از سایر ادیان جدا می‌سازد (گودرزی، ۱۳۸۷: ۵۰). بنا به دلایل

1. Woodward
2. Fini
3. Tajfel

متعدد تاریخی، مذهب، تدین و معنویت بخشی ذاتی از هویت ایرانیان محسوب می‌گردد؛ یعنی نهاد دین در فرهنگ ایرانی جایگاه ویژه‌ای دارد (حاجیان، ۱۳۸۸: ۲۶۶).

بنابراین با توجه به این‌که جامعه ایران، یک جامعه دینی است، بررسی هویت دینی نوجوانان، وضعیت این هویت و بررسی عوامل مؤثر بر آن، حائز اهمیت فراوان است. نتایج تحقیقات پیشین در این مورد نیز گواهی بر نیاز روزافزون به انجام تحقیقات جدید و مستمر در این حوزه است: یافته‌های پژوهش عزتی (۱۳۸۶) نشان می‌دهد که وضعیت هویت دینی، در بین ۱۷/۵ درصد از جوانان ضعیف، در ۶۰/۵ درصد متوسط و تنها ۲۲ درصد از هویت دینی زیاد و قوی برخوردارند. همچنین تحقیق تقی زاده (۱۳۸۷) نیز نشان می‌دهد که ۴۰ درصد از پاسخ‌گویان هویت دینی‌شان در سطح متوسط ارزیابی می‌شود. درباره وضعیت ابعاد هویت دینی نیز نتایج حاصل از پژوهش نعمت الهی (۱۳۹۰) بیانگر این مسئله است که میانگین بُعد تعهدی هویت دینی ۲۰/۳۲ و میانگین بعد تعلق متوسط ۲۶/۳۳ است که نشانگر تعلق و تعهد هویتی پایین در بین نوجوانان مورد بررسی است. علاوه بر این طبق تحقیقات حاجیان (۱۳۸۸) که در سطح ملی انجام شده است بُعد اجتماعی هویت دینی که بیانگر تعهد به اجتماع دینی است ضعیف می‌باشد و در مجموع هویت دینی پاسخ‌گویان تا حدودی بالاتر از سطح متوسط ارزیابی می‌شود.

در این میان خانواده به‌عنوان اولین مکان جامعه‌پذیری، نخستین محلی است که افراد در بستر آن به تعریف نسبتاً روشنی از خود دست پیدا می‌کنند و به درک صحیحی از رابطه خود با دیگران و همچنین عضویت گروهی خود دست می‌یابند. به این ترتیب آنچه از طریق مسائل خانوادگی به افراد انتقال می‌یابد، نه تنها ویژگی‌های زیست‌شناختی و وراثتی است، بلکه مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، اعتقادات، خصوصیات رفتاری و فرهنگی است. به این طریق می‌توان گفت از طریق تعاملات درونی و بیرونی خانواده، مجموعه‌ای از باورها، احساسات، تعلق‌ها و تعهدها به افراد انتقال می‌یابد که مؤثر در هویت اجتماعی آن‌ها و به همین طریق تأثیرگذار بر هویت دینی آن‌ها می‌باشد. بدین معنا در فرآیند جامعه‌پذیری فرد به تدریج گرایش عاطفی مثبت نسبت به دیگران و «ما»ی معین پیدا می‌کند. اولین مکان فرآیند اجتماعی شدن در خانواده است و طی آن فرد می‌آموزد که نسبت به خانواده خود گرایش مثبت و علقه عاطفی پیدا کند و این احساس مثبت را نسبت به دیگران نیز پیدا کند. بنابراین، با توجه به این‌که هویت در فرآیند ارتباط و تعامل با دیگران شکل می‌گیرد که نوع و خصوصیات آن بستگی به ویژگی‌های جامعه، خود فرد و روابط متقابل بین فرد و جامعه دارد و سرمایه اجتماعی نیز به بررسی کمیت و کیفیت روابط اجتماعی در جامعه می‌پردازد، می‌توان یکی از عوامل مؤثر بر هویت دینی را سرمایه اجتماعی خانواده دانست. از طرف دیگر نقش مشارکت دینی نیز بر تثبیت و میزان تعلق و تعهد نسبت به اجتماع دینی در نوجوانان نیز (با توجه به نظریات دورکیم، جنکینز، طالبان و...) حائز اهمیت است. لذا در این تحقیق، میزان مشارکت دینی و فعالیت

در برنامه‌های گروه‌های دینی هم در والدین و هم در خود فرد و میزان تأثیر آن بر هویت دینی نوجوان، مهم تلقی می‌شود. در نتیجه ما در این تحقیق به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی (والدین و نوجوان) بر هویت دینی خواهیم پرداخت.

بدین ترتیب اهداف تحقیق عبارت‌اند از:

- بررسی وضعیت هویت دینی نوجوانان
- بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی خانواده
- بررسی وضعیت مشارکت دینی (والدین و نوجوان)
- بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی خانواده و هویت دینی نوجوان
- بررسی رابطه میان مشارکت دینی (نوجوان و والدین) و هویت دینی نوجوان
- بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی (والدین و نوجوان)

### چارچوب نظری

هویت‌های جمعی اجتماعی عناصر مهمی در ساختار چارچوب‌های مفهومی جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی اجتماعی هستند، چنان‌که درباره این هویت‌ها سخنی نرود، نمی‌توان درباره هیچ منظر جامعه‌شناختی اندیشه کرد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۳۶). هویت اجتماعی از نظر تاجفل<sup>۱</sup> عبارت است از: «برداشت فرد از خود بر اساس میزان شناخت و آگاهی از عضویت در یک گروه اجتماعی همراه با ملاحظات ارزشی و احساسی مرتبط با آن» (تاجفل، ۱۹۷۸: ۶۳). عنصر ارزشی در این تعریف، به معنای محاسباتی است که فرد از پیامدهای مثبت و منفی عضویتش در گروه دارد و عنصر عاطفی یا احساسی، ناظر به احساساتی است که فرد نسبت به گروه و افراد دیگری که رابطه‌ای ویژه با آن گروه دارند (همان: ۶۴).

ترنر<sup>۲</sup>، شیوه ایجاد و تشابه با گروه در نظریه تاجفل را دارای سه نوع عنصر می‌داند:

۱- شناختی: که باعث ایجاد کلیشه بندی اجتماعی و هم ذات پنداری<sup>۳</sup> می‌گردد. هم ذات پنداری وقتی به وجود می‌آید که فرد خودش را از لحاظ اجتماعی و فرهنگی به جمع، موفقیت‌ها و شکست‌هایشان وابسته می‌داند؛

۲- گرایشی: موجب ارزیابی مثبت نسبت به گروه عضویت شده و ایجاد دل‌بستگی می‌کند؛

۳- رفتاری: باعث هماهنگی در رفتارها و مشارکت جدی و فعال به نفع گروه خواهد شد (ترنر،

۱۹۹۹: ۹).

---

1. Tajfel  
2. Turner  
3. Identification

بدین ترتیب سه مفهوم اساسی که عناصر مهم در نظریه تاجفل محسوب می‌شوند عبارت‌اند از:

۱- دسته‌بندی (وجود یک دسته که از لحاظ داخلی و خارجی پذیرفته‌شده باشد): اساس نظریه هویت اجتماعی، دسته‌بندی اجتماعی است یعنی هویت بر پایه مقوله‌های اجتماعی مانند ملیت، مذهب، حزب و ... است که فرد در آن‌ها عضویت می‌یابد و این عضویت همراه با احساس تعلق نسبت به آن گروه می‌گردد. بر این اساس فرد، خود را برحسب ویژگی‌های آن دسته یا مقوله اجتماعی تعریف می‌کند؛

۲- هویت (هویت‌یابی با آن دسته): هر یک از این عضویت‌های گروهی در ذهن فرد عضو به‌صورت یک منبع ساخت هویت جمعی عمل می‌کنند که آنچه را فرد باید فکر و احساس نماید و یا این‌که چگونه رفتار و عمل نماید تعیین می‌کنند؛

۳ - مقایسه (روند مقایسه اجتماعی بین درون گروه و برون گروه): عضویت‌های اجتماعی، تنها توصیفی یا تجویزی نیستند، بلکه جنبه‌ی ارزیابانه<sup>۱</sup> نیز دارند. به این معنا که یک هویت اجتماعی خاص باعث ارزیابی نسبت به گروه‌های اجتماعی شده و بنا بر آن افراد درباره اعضای گروه و دیگر گروه‌های اجتماعی به مقایسه و داوری می‌پردازند. این امر منجر به ارزیابی مثبت نسبت به درون گروه در مقابل گروه‌های دیگر شده که نتیجه آن ایجاد درون گروه مشابه نسبت به برون گروه متفاوت و درک زمینه‌ی رقابت بین گروهی می‌شود (تاجفل و ترنر، ۱۹۸۶: ۱۶). بدین ترتیب هویت اجتماعی، ضرورتاً در بستری از درگیری‌های بین گروهی قرار گرفته که هویت‌یابی با یک درون گروه تا حدودی به‌وسیله موقعیت بین گروهی مشخص می‌شود (جکسون و اسمیت، ۱۹۹۹؛ به نقل از دوران، ۱۳۸۷: ۹۵).

جنکینز به‌عنوان فردی که سعی می‌کند یک الگوی جامعه‌شناختی از هویت اجتماعی ارائه دهد، هویت اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند: «به شیوه‌هایی که به‌واسطه آن افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند، اشاره دارد و برقراری نظام‌مند نسبت‌های شباهت و تفاوت میان افراد، میان جماعت‌ها و میان افراد و جماعت‌ها» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۷). از نظر جنکینز در تعریف هویت جمعی اجتماعی، «جماعت» یا «اجتماع» مفهوم اصلی است (همان: ۱۷۶) و دو وجه جماعت عبارت‌اند از: «خودشناسایی جمعی و رفتار و وضعیت مشابه (رده‌بندی اجتماعی)» در وجه اول، افراد گروه، خود را به‌عنوان عضوی از گروه می‌شناسند و دارای شناخت مشترک هستند. در وجه دوم، عضویت خودآگاهانه ما در گروه، به دیگران پیام می‌فرستد و روابط ما را با دیگران رقم می‌زند، یعنی در خلال رابطه‌مان با دیگران موجب برجسته شدن شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌ها می‌شویم (همان: ۱۳۷-۱۴۰). فیینی معتقد است هر فردی که هویت اجتماعی

## 1. Evaluation

معینی داشته باشد، در نتیجه: عضو جمع یا گروه خاصی است، از عضویت خود در گروه آگاه است؛ عضویت او بخشی از تصورش از خود می‌شود؛ از لحاظ شباهت و تفاوت، نسبت به فضای درون گروه خود و برون گروه دیگران درک دارد؛ ارزیابی احساسی او نسبت به گروه و نسبت به عضویت خود در گروه مثبت است؛ نسبت به سرنوشت مشترک گروه آگاهی و درک دارد (فینی، ۱۳۸۰: ۲۵۵-۲۵۰).

به بیان بهتر، عضویت فرد در گروه‌های اجتماعی، باعث ایجاد تعریف و تصور فرد از خود می‌شود و این هویت اجتماعی بر اساس عضویت گروهی و احساس تعلق به گروه ایجاد و تعریف می‌گردد، یعنی فرد علاوه بر این که خود را عضوی از گروه می‌داند، نسبت به عضویت خود در گروه احساس مثبتی داشته و با مقایسه و ارزیابی بین «درون گروه» خود و «برون گروه» دیگران، به صورت جانبدارانه‌ای به نفع گروه خود داوری می‌کند، یعنی باعث درک زمینه رقابت بین گروهی می‌گردد که این امر در نهایت منجر به تعهد و مشارکت فعال در یک هویت اجتماعی می‌گردد.

در نهایت هویت اجتماعی را این گونه تعریف می‌کنیم: هویت اجتماعی، تعریف و تصور افراد از خودشان بر حسب گروه‌هایی است که در آن‌ها عضویت دارند و همچنین میزان تعلق و تعهد آن‌ها نسبت به این عضویت، یعنی تعلق و تعهد نسبت به «ما»ی جمعی (تاجفل، ۱۹۷۸؛ فینی، ۱۳۸۰).

با توجه به این که هویت دینی، نوعی هویت اجتماعی است و با استناد به نظر دوان<sup>۱</sup> که بیان می‌دارد، اندازه‌گیری هویت دینی باید در محتوا و ظرف هر دین خاص و با توجه به جامعه مورد بررسی، صورت گیرد. (دوان و همکاران، ۲۰۰۶: ۵۲۰) ما در این تحقیق برای تعیین حدود مفهوم هویت دینی، همان ابعاد هویت اجتماعی را البته با جرح و تعدیل به کار خواهیم گرفت و سعی می‌کنیم بیشتر بر مبنای نظرات اندیشمندان مسلمان ایرانی، به تعیین ابعاد آن بپردازیم. برای درک صحیح از مفهوم هویت دینی و تعریف آن، تأکید بر اهمیت «اجتماع دینی» یا «ما»ی دینی ضروری است (دوان و همکاران، ۲۰۰۶: ۵۳۱). در واقع همان گونه که جامعه شناسان دین تصریح کرده‌اند، دین به عنوان یک نظام فرهنگی (باورها، ارزش‌ها، هنجارها و مناسک) همواره یک «ما»ی جمعی را حول خود به وجود می‌آورد که اجتماعی غیر قلمرویی یا غیر سرزمینی است (در اسلام به آن «امت» می‌گویند) (طالبان، ۱۳۸۸: ۲۶).

بدین صورت در این پژوهش هویت دینی عبارت است از: تعریف فرد از میزان مذهبی بودن خودش (خودارزیابی مذهبی) همراه با احساس تعلق به اجتماع دینی و «ما»ی مسلمانان و احساس تعهد به اجتماع دینی (حاجیان، ۱۳۸۸؛ دوران، ۱۳۸۷؛ طالبان، ۱۳۸۸؛ چیت‌ساز قمی ۱۳۸۳).

بر همین اساس هویت دینی در سه بُعد قابل بررسی می‌شود:

۱ - خودارزیابی مذهبی:

«هویت اجتماعی درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران چه کسی هستند و از آن طرف درک دیگران از خودشان و افراد دیگر از جمله ما چیست؟» (جنکینز، ۱۳۸۱؛ ۶). فردی که عضو جمع یا گروه خاصی است، عضویت او بخشی از تصورش از خود می‌شود، در واقع هم فرد خود را این‌گونه تصور می‌کند و هم دیگران این تعریف و تصور را از او دارند (فینی، ۱۳۸۰: ۲۵۱)؛ بنابراین، مذهبی بودن حداقل تا اندازه‌ای ممکن است با ارزش‌های عقلی و احساسی که عضویت گروه مذهبی مشخص می‌کند، توضیح داده شود (وایس‌لیدیک<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۰: ۶۰). بدین معنا، «تلقی فرد از مذهبی بودن خود» به‌عنوان یک صفت اصلی در سنجش هویت دینی مطرح هست (حاجیان، ۱۳۸۸: ۴۵۳).

۲ - تعلق به اجتماع دینی: تعلق به گروه در واقع همان ارزش و اهمیت احساسی هویت اجتماعی است که از کلیدواژه‌های تعریف هویت اجتماعی تا جفل محسوب می‌گردد (دوران، ۱۳۸۷: ۹۵). این همدلی یا احساس تعلق مشترک، خمیرمایه اصلی احساس «ما» محسوب می‌گردد (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۰). این احساس تعلق گروه مؤمنان را به‌عنوان «ما» یا «درون گروه» از «دیگران» (غیر مؤمنان به آن دین خاص) به‌عنوان «برون گروه» متمایز می‌گرداند. از آن طرف به هر میزانی که بین «من» و «ما» مذهبی، این همسانی و یکسان‌پنداری ایجاد گردد و پیوند عاطفی قوی‌تر گردد، «تعهد به اجتماع دینی» به وجود آمده و فرد نسبت به سرنوشت هم‌کیشان خود احساس مسئولیت خواهد کرد (طالبان، ۱۳۸۸: ۲۶). بدین‌سان «تعلق به اجتماع دینی» به وجود آورنده نوعی احساس هم‌ذات‌پنداری میان فرد و اجتماع دینی است که بر مبنای آن، هر چه تعلق فرد به اجتماع دینی قوی‌تر باشد توهین و تحقیر به هم‌دینان (مثلاً مسلمانان یا شیعیان) را توهین به خویش تلقی کرده و در برابر آن واکنش نشان می‌دهد (البته در درجات مختلف) (طالبان، ۱۳۸۸: ۳۰-۲۴ و طالبان، ۱۳۸۴: ۵۳۰). علاوه بر این، افراد باید با مقایسه درون گروه خود با برون گروه دیگران، گروه خود را برتر بدانند تا این مقایسه جانبدارانه منجر به تعهد و احساس مسئولیت در برابر جامعه دینی گردد (دوران، ۱۳۸۷: ۵۲ - ۵۰).

در نهایت، فردی که نسبت به اجتماع دینی‌اش تعلق خاطر دارد: احساس مثبتی از عضویت خود در گروه به‌عنوان یک مسلمان دارد. همچنین نسبت به گروه دینی‌اش (جامعه مسلمانان) نیز ارزیابی احساس مثبتی دارد، این احساس مثبت به مسلمان بودن خود و نسبت به جامعه مسلمانان (جهان اسلام) به همراه مقایسه بین جامعه مسلمانان در مقابل ادیان دیگر، منجر به درک زمینه خصوصیت‌آمیز بین گروهی و ارزیابی جانبدارانه نسبت به اسلام و مسلمانان در مقابل غیرمسلمانان می‌گردد و در نتیجه فرد نسبت به دیگر مسلمانان احساس تعلق و وابستگی داشته و نسبت به

سرنوشت مشترک جامعه مسلمانان آگاهی و درک دارد و برای آن اهمیت قائل است (احساس هم ذات پنداری و یکسان پنداری بین خود و دیگر مسلمانان).

۳ - تعهد به اجتماع دینی: تعهد اصولاً از نظر مفهومی متضمن نوعی ضرورت است؛ ضرورت برای کسی در انجام چیزی (چلبی، ۱۳۷۵: ۷۰). تعهد به یک هویت را می‌توان به وسیله هزینه‌های گردآوری شده پیرامون آن روابطی که به یک هویت وابسته‌اند، اندازه‌گیری کرد (استرایکر و برک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰: ۲۸۷). «تعهد به اجتماع دینی» به معنای آن است که چون فرد در برابر سرنوشت هم‌دینان خویش و گروه دینی‌اش و همچنین آینده اجتماع دینی‌اش احساس مسئولیت دارد، در نتیجه حاضر به پرداخت هزینه‌های مادی و معنوی برای حمایت و پشتیبانی از گروه دینی‌اش است (طالبان، ۱۳۸۸: ۲۵).

نکته مهم در شناخت هویت دینی، مسئله «استمرار» است، بسیاری از هویت‌هایی که در دوره کودکی پروراند می‌شوند در طول عمر تا حد زیادی ثابت می‌مانند، اما در مورد هویت دینی، «تغییر در هویت دینی» عمدتاً در دوران نوجوانی روی می‌دهد (دوان و همکاران، ۲۰۰۶: ۵۳۴)؛ بنابراین به دلیل اهمیت تکوین هویت دینی در دوران نوجوانی، ما نیز در این پژوهش به دنبال بررسی وضعیت هویت دینی در نوجوانان و عوامل مؤثر بر آن هستیم.

به نظر کان، «خود» یا «هویت» که در کانون نظریه جامعه‌شناختی قرار دارد، در تعامل اجتماعی و با درونی شدن ایستارهای دیگران نسبت به خود شکل می‌گیرد (دوران، ۱۳۸۷: ۳۲). مید، شکل‌گیری خود یا هویت را در تعاملات با دیگران و تحت تأثیر هنجارهای اجتماعی و محیط می‌داند (جی دان، ۱۳۸۲: ۹۱). کوهن معتقد است که افراد در زیر سایه نهادها احساس می‌کنند شبیه هم هستند و یکسان عمل می‌کنند به این معنا که هرچه بیشتر باهم تعامل و ارتباط داشته باشند، احتمال آنکه یکدیگر را همچون یکتا به شمار آورند، بیشتر است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۹۸). بدین ترتیب، هویت‌ها، معرف پایگامی درونی شده‌اند که در تعامل اجتماعی، ادعا و تأیید شده‌اند. هویت‌ها تا آنجا وجود دارند که اشخاص در روابط اجتماعی ساخته یافته مشارکت دارند (دوران، ۱۳۸۷: ۴۷)؛ بنابراین می‌توان تعاملات اجتماعی را یکی از عوامل مهم و مؤثری دانست که تأثیر مستقیمی بر هویت می‌گذارد و دورکیم آن را به صورت «پیوندهای اجتماعی» و «عضویت در گروه‌های صنفی»، برگر و لوکمان به صورت «تأیید مستمر هویت و گفتگوی مداوم» و پارسونز و مونچ به صورت «روابط بین گروهی»، «روابط ابزاری و اظهاری» ذکر کرده‌اند (آخوندی، ۱۳۸۷: ۱۵۲). چلبی، سنگ بنای «ما» یا «اجتماع» را تعامل می‌داند (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۷). از این دیدگاه وابستگی عاطفی یا علاقه اجتماعی به جمع یکی از عناصر هویت جمعی است که از دو طریق ایجاد می‌شود: یکی از طریق



رابطه اجتماعی با دیگران و دیگری از طریق عضویت اجتماعی در اجتماعات. به این معنا که تعامل اجتماعی تبدیل به رابطه اجتماعی می‌شود و این رابطه باعث وابستگی عاطفی و علقه اجتماعی می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۰۱). از آنجایی که بنیادی‌ترین جزء سرمایه اجتماعی روابط است، در نتیجه می‌توان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی را سرمایه اجتماعی دانست. سرمایه اجتماعی مربوط به روابط، تعاملات، شبکه‌های اجتماعی بین افراد است و آنچه نتیجه این تعاملات و شبکه‌هاست، یعنی هنجارهای اعتماد، همیاری، همکاری. سرمایه اجتماعی نه تنها برای کسب اعتبار؛ بلکه برای رشد شناختی، خودشناسی و هویت‌یابی نیز ارزشمند است (فیلد، ۱۳۸۵: ۴۴).

ایجاد، توسعه و گسترش «خود» در جریان تعاملات اجتماعی از کوچک‌ترین واحدهای اجتماعی مانند خانواده در سطح فرد آغاز شده و تا واحدهای کلان اجتماعی، ادامه می‌یابد و تلقی افراد از این که «چه کسی هستند؟» و «چه چیزی برای آن‌ها مهم و معنادار است» شکل می‌گیرد. پاتنام<sup>۱</sup> مهم‌ترین شکل سرمایه اجتماعی را، خانواده می‌داند. (پاتنام، ۱۹۹۵: ۷۳) بوردیو<sup>۲</sup>، خانواده را مهم‌ترین مکان انباشت و انتقال سرمایه اجتماعی می‌داند. (بوردیو، ۱۹۹۳: ۳۳) فوکویاما<sup>۳</sup> نیز ادعا نموده که خانواده‌ها، منابع مهم سرمایه اجتماعی هستند (فوکویاما، ۱۹۹۹: ۱۷). در میان نظریه‌پردازان سرمایه اجتماعی، ویژگی جامعه‌شناسانه منحصر به فرد کلمن<sup>۴</sup>، دفاع از نقش سرمایه اجتماعی به عنوان یک منبع در فرآیند جامعه‌پذیری هست. (پارسل و همکاران، ۱۹۹۳: ۱۲۴). بدین معنا که در بستر تعاملات اجتماعی، نوعی جامعه‌پذیری یا اجتماعی کردن صورت می‌گیرد و طی آن فرد می‌آموزد که عضو چه گروه (هایی) یا «ما» (هایی) است و هم زمان به عنوان عضو آن (ها) مورد خطاب قرار می‌گیرد. (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۲۰).

با توجه به اهمیت فرآیند جامعه‌پذیری در هویت اجتماعی، خانواده به عنوان اولین مکانی که فرد در آن عضویت می‌یابد، اهمیت زیادی در فرآیند هویت‌یابی وی دارد. اگر ارزش‌های حوزه اجتماعی و فرهنگی مانند احترام، تعهد، اعتماد، دوستی و صداقت در خانواده آموخته شود و هنجارهای تعهد، احترام اجتماعی و کمک به دیگران درونی گردد، هویت جمعی نیز تحقق می‌یابد. در واقع فضای تعاملاتی در خانواده و ارتباط قوی بین اعضا، اعتماد، صمیمیت و همکاری بین آن‌ها در ساخت یابی هویت فرزندان مؤثر است. علاوه بر این که اعتماد تعمیم‌یافته، حمایت اجتماعی، عضویت در نهادها و انجمن‌ها، از خانواده آغاز می‌گردد که باعث تحکیم و تقویت هویت جمعی افراد می‌گردد؛ بنابراین می‌توان گفت، عدم نفوذ خانواده بر فرد و ارتباط قوی بین آن‌ها، زمینه بی‌اعتمادی و فقدان انسجام

1Putnam

2Bourdieu

3Fukuyama

4Coleman

است. از طرف دیگر افزایش ارتباطات بین گروهی در شبکه تعاملات اجتماعی خانواده و رشد اعتماد و حمایت اجتماعی، موجب تقویت انسجام عام شده و هویت جمعی افزایش می‌یابد (چلبی، ۱۳۷۵: ۹۷-۱۱۰).

جیمز کلمن سرمایه اجتماعی خانواده<sup>۱</sup> را هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و روابط بین بزرگسالان و کودکان می‌داند که برای رشد بچه‌ها ارزشمند هستند. این سرمایه اجتماعی هم در خانواده و هم در خارج و در داخل اجتماع وجود دارد (کلمن، ۱۹۹۰: ۳۳۴).

با توجه به تعریف کلمن از سرمایه اجتماعی خانواده دو بعد را می‌توان برای آن در نظر گرفت:  
الف) سرمایه اجتماعی درونی خانواده<sup>۲</sup>:

کلمن هم سرمایه اجتماعی درون خانواده را روابطی می‌داند که بین بچه‌ها و والدین آن‌ها (و اگر خانواده شامل اعضای دیگری نیز باشد، بین آنان و بچه‌های خانواده) برقرار است (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۱۰)؛ و شامل هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و روابط بین والدین با فرزندان آن‌ها هست که برای فرزندان به‌ویژه در دوران جامعه‌پذیری بسیار بااهمیت است. این سرمایه اجتماعی از طریق سرمایه‌گذاری در کنش متقابل بین افراد و با ایجاد فرصت برای کنش‌های بین شخصی و همچنین فراوانی و مدت‌زمان کنش ظاهر می‌شود (کلمن، ۱۹۸۸). از نظر کلمن، میزان سرمایه اجتماعی موجود در درون خانواده هم به حضور والدین در خانه وهم میزان توجه آن‌ها به فرزندان بستگی دارد، البته حتی اگر والدین در خانه حضور داشته باشند، ولی رابطه قوی بین فرزندان و والدین برقرار نباشد بازهم فاقد سرمایه اجتماعی خانواده است (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۱۰) در واقع سرمایه اجتماعی درون خانواده از نظر کلمن همان روابط قوی و مثبت بین والدین و فرزندان است که از شاخص‌های سنجش آن، میزان علاقه‌ای است که نوجوانان به والدینشان دارند و میزانی که با آن‌ها صمیمی‌اند (رایت و همکاران، ۲۰۰۱: ۱۰). همچنین برای اندازه‌گیری ارزش هنجار همکاری درون خانواده، کلمن کیفیت تعاملات والدین و فرزندان را مورد سنجش قرار می‌دهد مانند فراوانی بحث و گفت‌وگو با والدین درباره موضوعات شخصی (وینتر، ۲۰۰۰: ۷).

ب) سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده<sup>۳</sup>:

«سرمایه اجتماعی خانواده را می‌توان در جامعه دربرگیرنده روابط اجتماعی که میان پدر و مادرها و در فرو بستگی‌ای که به‌وسیله این ساختار روابط به وجود می‌آید و همچنین در شبکه ارتباطات پدر و مادرها با نهادهای جامعه یافت» (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۱۲) در واقع مربوط به شبکه خانواده در اجتماع و روابط آن با سایر نهادهای اجتماع و اعضای جامعه از قبیل مدارس، همسایگان،

- 
1. Family Social Capital
  2. Social Capital Within The Family
  3. Social Capital Beyond The Family

دوستان و آشنایان، سازمان‌های اجتماعی و نیز مشارکت در نهادهای مدنی و انجمن‌ها می‌داند. (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۹۲)

کلمن فرو بستگی در مورد هنجارهایی که والدین بر فرزندانشان اعمال می‌کنند را «فرو بستگی بین نسلی»<sup>۱</sup> می‌نامد؛ که معرف روابط پدر و مادر و فرزندان با افراد خارج از خانواده هست. در نتیجه فرو بستگی بین نسلی، سرمایه اجتماعی است برای پدران و مادران در بزرگ کردن فرزندان آن‌ها (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۰۴-۱۰۶).

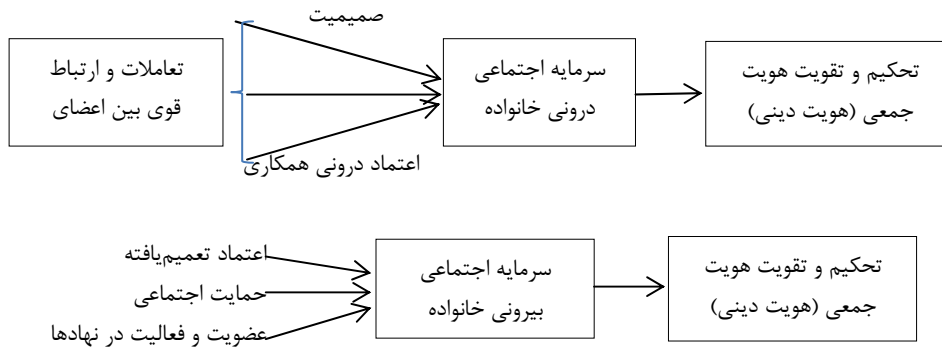
برای تعیین ابعاد مفهوم سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی خانواده، با توجه به نظر کلمن و همچنین تقسیم‌بندی نهاپیت و گوشال<sup>۲</sup>، عمل خواهیم کرد. بر همین اساس سه بُعد برای سرمایه اجتماعی خانواده در نظر می‌گیریم: ساختاری<sup>۳</sup>، شناختی<sup>۴</sup>، ارتباطی<sup>۵</sup>؛ که در تعریف کلمن از سرمایه اجتماعی خانواده، به ترتیب معادل شبکه‌های اجتماعی، روابط و هنجارها است. (کلمن، ۱۹۹۰: ۳۳۴). دو بُعد ساختاری و ارتباطی، جنبه کمی سرمایه اجتماعی خانواده را می‌سنجد و بُعد شناختی، جنبه کیفی آن را (نهاپیت و گوشال، ۱۹۹۵؛ از پیرسون و همکاران، ۲۰۰۸: ۹۵۷).

۱ - ساختاری: الگوهای غیرشخصی پیوندهای بین افراد و بخش‌های شبکه اجتماعی خانواده است؛ یعنی دربردارنده تعداد پیوندهای فرد در شبکه روابط خانوادگی (درونی و بیرونی) و نوع ترکیب شبکه از نظر شکل و تعداد پیوندها است؛

۲ - ارتباطی: روابط شخصی مؤثر بر رفتار افراد که انگیزه‌های اجتماعی آن‌ها را ارضا می‌کند. درواقع مربوط به مناسبات فردی رودررو و میزان تعاملات در خانواده (درونی و بیرونی) از نظر وسعت و شدت این روابط هست؛

۳ - شناختی: از نظر نهاپیت و گوشال منابعی که بازنمودها، تفاسیر و سیستم‌های مشترک معانی را فراهم می‌کند. درواقع مربوط به هنجارها، ارزش‌های مشترک، اعتماد و همیاری و حمایت اجتماعی در شبکه روابط خانوادگی است (همان: ۹۵۸).  
با توجه به مباحث مطرح‌شده می‌توان گفت که:

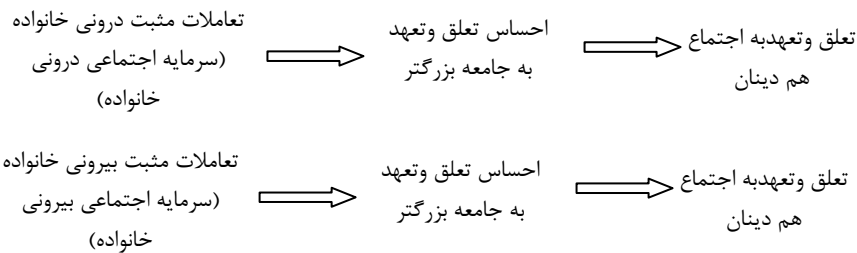
- 
- 1 Intergenerational Closure
  - 2 Nahapit&Ghoshal
  - 3 Structural
  - 4 Relational
  - 5 Cognitive



بنابراین هم تعاملات درون خانواده و هم تعاملات بین گروهی برای احراز هویت جمعی الزامی است، اگر روابط مثبت و قوی در خانواده وجود نداشته باشد، اگر در بین اعضای خانواده صمیمیت، همکاری و اعتماد شکل نگرفته باشد و به همین ترتیب این تعاملات مثبت و توأم با اعتماد تعمیم یافته و احساس مسئولیت نسبت به دیگران و اجتماع بیرون از خانه بروز نیافته باشد، نمی توان انتظار داشت که فرزند آن ها نسبت به اجتماع دینی و نسبت به دیگر مسلمانان احساس تعلق و دل بستگی داشته باشد؛ بنابراین تعاملات فرزند با خانواده و میزان صمیمیت بین آن ها در میزان هویت دینی فرزندان مؤثر است و میزان تعلق و تعهد فرزند نسبت به اجتماع دینی اش و تصور او از مذهبی بودنش در خانواده شکل می گیرد. علاوه بر ارتباطات درون خانوادگی، ارتباط خانواده با اجتماع، نهادها و سازمان ها و میزان اعتماد به آن ها، در میزان هویت دینی فرزندان، احساس مثبت آن ها نسبت به هم دینان خود و تعهد نسبت به سرنوشت حال و آینده جامعه مسلمانان، واجد نقش مؤثری است.

در نتیجه می توان سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی خانواده را عامل مؤثر و مهمی در هویت فرزندان به شمار آورد. اعتماد، ارزش ها و روابط درون خانواده در رشد هویت فرد نقش اساسی ایفا می کنند. نحوه تعاملات و میزان ارتباط بین والدین و فرزندان نقش بسیار مهمی در تقویت تعهد نوجوانان نسبت به اجتماع دینی آن ها دارد (لایتون و همکاران، ۲۰۱۱: ۴۱۰). با گسترش این تعاملات، ارتباطات و هنجارها، به صورت تعمیم یافته و اجتماعی، حس تعلق و تعهد عمیق تری نسبت به اجتماع دینی در فرزندان ایجاد می گردد. این دو سرمایه در کنار هم می توانند موجب تقویت هویت جمعی و احساس «ما»ی جمعی و به تبع آن «ما»ی مذهبی فرزندان گردند.

مسئله مهم در بحث هویت دینی، جایگاه مناسب دینی به عنوان یکی از عناصر دین داری و تمایز با مفهوم هویت دینی است که در عین حال می تواند یکی از عناصر مشارکت دینی باشد.



اگرچه دین‌داری از مفاهیم بسیار نزدیک به هویت دینی است، اما درعین حال با آن بسیار متفاوت است و آنچه این تفاوت را ایجاد می‌کند، تأکید بر «ما»ی جمعی یا همان «اجتماع دینی» در مفهوم هویت دینی است (دوران ۱۳۸۷؛ طالبان، ۱۳۸۸). به این معنا که می‌توان اشخاصی را نام برد که از حیث تعلق به دین در درجات بالایی قرار دارند، یعنی آگاهی درستی نسبت به اعتقادات و اعمال دینی داشته و نسبت به اجرای شعائر دینی پایبندی دارند، اما به اجتماع دینی خود و جامعه مسلمانان احساس تعلق و تعهد چندانی ندارند و به همین علت در مقابل هم‌دینان خود احساس مسئولیت خاص نداشته و برای دفاع از اجتماع دینی‌شان حاضر به صرف وقت و هزینه شخصی نیستند (دوران، ۱۳۸۷: ۱۲۵؛ طالبان، ۱۳۸۸، ۲۷). درواقع در هویت دینی، صرف مسلمان بودن و عضویت در اجتماع مسلمانان مهم است و نه آگاهی از اعتقادات، باورها و پایبندی به مناسک و اعمال دینی. مناسک دینی به‌عنوان یکی از نشانه‌های دین‌داری، یکی از اصلی‌ترین ورودی‌های دین‌داری به هویت دینی است که باعث ایجاد هویت ویژه‌ای می‌گردد (طالبان، ۱۳۸۸: ۴۰-۳۷).

دورکیم به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین جامعه‌شناسان حوزه دین، اهمیت زیادی برای تأثیر مناسک دینی بر تحکیم مناسبات اجتماعی پیروان دارد (شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۳۹)؛ چراکه باعث تجمع مردمی، با ارزش‌ها و باورهای مشترک شده و روح جمعی، تقویت انسجام و اتحاد مؤمنان به آن را در پی دارد (آخوندی، ۱۳۸۷: ۲۸).

لنسکی به‌عنوان نخستین کسی که رهیافتی چندبعدی از دین‌داری ارائه داد، یکی از ابعاد دینی که برای دین‌داری در نظر گرفت میزان درگیر بودن با گروه دینی (مشارکتی و معاشرتی) است. بعد مشارکتی دربرگیرنده میزان حضور در برنامه‌ها و فعالیت‌های رسمی و جمعی نهاد دین (امور مناسکی، کمک مالی به امور دینی کلیسا) و بعد معاشرتی پیوندهای دوستانه باهم کیشان و اعضای کلیسا است. در این معنا میزان درگیر بودن با گروه دینی، فرد دین‌دار را به گروه دینی‌اش پیوند می‌زند (شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۴۱-۴۰). از نظر جنکینز، اجرای مراسم آیین و مشارکت فرد در مناسک و مراسم، تأثیر مهمی در درونی کردن شناسایی جمعی دارد به این معنا که به شخص عضو، احساس تعلق داشتن و جزئی از کل اجتماع بودن دست می‌دهد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۴۲). چلبی نیز به پیروی

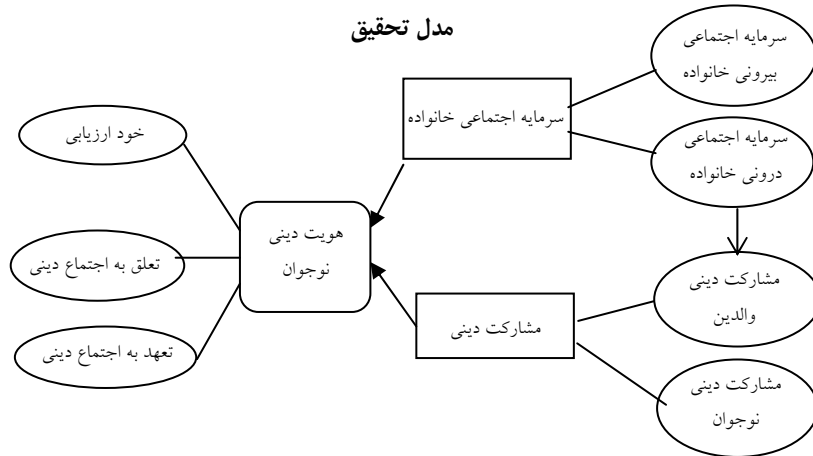
از مونچ، برگزاری مناسک و مراسم مذهبی و مشارکت فرد در آن‌ها را، سبب تقویت هویت جمعی (وابستگی و علقه عاطفی همراه با تعهد) می‌داند (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۵۳).

برهمن اساس، مناسک دینی از عوامل تأثیرگذار بر هویت دینی به‌عنوان یک هویت اجتماعی است چراکه مناسک دینی و پای بندی به انجام آن، یک جماعت دینی خاص را از جماعات دیگر تفکیک می‌کند و با تمایز بین درون گروه و برون گروه، هویتی ویژه ایجاد می‌کند (طالبان، ۱۳۸۸: ۴۰ - ۳۷). در واقع اهمیت مناسک دینی جمعی و مشارکت در فعالیت‌های گروه‌های دینی این است که افراد را بر «ما»ی مذهبی آن‌ها در مقابل «ما»ی دیگران آگاه کرده و با تمایز یک اجتماع دینی خاص، از اجتماع دینی دیگران، هویت دینی به معنای «ما»ی جمعی را ایجاد می‌کند. در واقع پای بندی به مشارکت دینی، افراد را بر عضویت‌شان در جامعه مسلمانان آگاه کرده و با تمایز بین «درون گروه» مسلمانان از «برون گروه» دیگر ادیان، باعث تحقق هویت دینی می‌شود. پایگاه مهم و اساسی تقویت یا تضعیف هویت دینی، بزرگداشت یا تحقیر مراسم و مناسک مذهبی است. در واقع شرکت در مراسم و مناسک مذهبی سبب ایجاد همبستگی و انسجام مذهبی می‌شود، همان‌طور که بی‌توجهی به آن سبب تضعیف و فروپاشی انسجام و همبستگی میان آن‌ها خواهد بود (آخوندی ۱۳۸۷: ۳۰).

نتایج پژوهش لایتون و همکاران (۲۰۱۱)، نشان می‌دهد که شرکت در مناسک و مراسم مذهبی و ارتباط با نهادها و اعضای جامعه دینی، نقش زیادی در تقویت تعهد نوجوانان نسبت به اجتماع دینی‌شان دارد (لایتون و همکاران، ۲۰۱۱: ۴۱۲). چیت‌ساز قمی (۱۳۸۵) با بررسی تحقیقات انجام‌شده در حوزه دین‌داری و هویت دینی، مهم‌ترین عوامل مؤثر شناخته‌شده در این پژوهش‌ها را میزان شرکت در مناسک دینی، فعالیت در گروه‌ها و تشکل‌های مذهبی می‌داند. همچنین پژوهش آخوندی (۱۳۸۷) نیز مهم‌ترین عامل مؤثر بر هویت دینی را شرکت در مراسم و مناسک دینی (خانواده و فرد) و همچنین میزان فعالیت در گروه‌های مذهبی عنوان می‌کند (آخوندی، ۱۳۸۷: ۲۶۲ - ۲۶۰).

تحکیم هویت دینی → تقویت تعلق و تعهد به اجتماع دینی → شرکت در مراسم و مناسک دینی  
بنابراین ما در این پژوهش علاوه بر سرمایه اجتماعی خانواده، به دنبال بررسی رابطه مشارکت دینی با هویت دینی نوجوانان نیز هستیم و مشارکت دینی را در دو بُعد مشارکت دینی والدین و مشارکت دینی نوجوان بررسی خواهیم کرد که با توجه به نظر لنسکی، در مؤلفه‌های شرکت در مناسک دینی، فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی و کمک مالی به امور دینی بررسی خواهد شد. نکته دیگر درباره‌ی اهمیت مشارکت دینی، رابطه ویژه‌ای است که می‌تواند به سرمایه اجتماعی برقرار کند. کروز<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، در پژوهش خود به بررسی شاخص‌های سرمایه اجتماعی و انسانی

می‌پردازد و در انتها به این نتیجه می‌رسد که بهترین چیز برای تعریف و تبیین متغیر مشارکت دینی، مفهوم سرمایه اجتماعی است (کروز، ۲۰۰۹: ۵-۴). بنابراین با توجه به این که مشارکت دینی هم با هویت دینی و هم با سرمایه اجتماعی خانواده رابطه دارد، تصمیم بر این گرفته شد که در این پژوهش به سنجش این متغیر و رابطه آن با دو متغیر دیگر تحقیق پرداخته شود؛ بدین صورت برای تبیین مشارکت دینی و ابعاد آن، می‌توان از سرمایه اجتماعی خانواده استفاده کرد.



### فرضیات

- بین سرمایه اجتماعی خانواده و ابعاد آن (سرمایه درونی و سرمایه بیرونی) با هویت دینی نوجوان رابطه وجود دارد.
- بین مشارکت دینی (مشارکت دینی والدین و مشارکت دینی نوجوان) با هویت دینی نوجوان رابطه وجود دارد.
- بین سرمایه اجتماعی خانواده و ابعاد آن با مشارکت دینی (مشارکت دینی والدین و مشارکت دینی نوجوان) رابطه وجود دارد.

### روش‌شناسی تحقیق

به‌منظور بررسی و سنجش متغیرهای تحقیق از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. برای سنجش متغیرها دو پرسشنامه جداگانه تدوین گردید، یک پرسشنامه برای سنجش هویت دینی و مشارکت دینی نوجوان که با حضور در مدرسه در اختیار نوجوانان دانش‌آموز قرار گرفت و یک پرسشنامه برای سنجش سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی والدین که از طریق دانش‌آموزان، در اختیار یکی از والدین آن‌ها قرار گرفت. برای تشخیص این نکته که پرسشنامه مادر مربوط به کدام‌یک از دانش‌آموزان است؛ پرسشنامه‌های هر مادر و فرزند کدگذاری یکسان شد.

جامعه آماری این پژوهش دو بخش است:

۱. کلیه دانش آموزان دختر و پسر پایه سوم دبیرستان‌های شهر قم (شامل مدارس دولتی و غیردولتی در رشته‌های نظری)
۲. یکی از والدین دانش آموزان دختر و پسر پایه سوم دبیرستان‌های شهر قم (با توجه به این‌که مادران حضور بیشتری در خانه داشته و تعاملات گسترده‌تری با اعضای خانواده دارند، تصمیم گرفته شد پرسش‌نامه از طریق مادران پاسخ داده شود، به‌غیراز دو مورد که به علت فوت مادر، پدر پاسخ‌گو بود). روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری طبقه‌بندی متناسب با حجم است و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردید که با توجه به جمعیت ۸۴۰۷ نفری جامعه آماری، سطح اطمینان ۹۵ درصد و واریانس متغیر وابسته (pq) برابر با ۲۵ درصد و نصف فاصله اطمینان (d) برابر با ۰/۰۴، نمونه ۳۶۷ نفر برآورد شد؛ یعنی ۳۶۷ نفر از دانش آموزان دختر و پسر پایه سوم دبیرستان‌های مناطق چهارگانه آموزش و پرورش قم به همراه ۳۶۷ نفر از یکی از والدین آن‌ها (پدر یا مادر) تعیین گردید. درواقع تعداد نمونه‌های ما برابر ۷۳۴ نفر است.

### تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق

مطابق با چارچوب نظری پژوهش و جدول تعریف عملیاتی، متغیرهای مستقل و وابسته مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

جدول (۱) تعریف عملیاتی متغیرهای مستقل و وابسته

مفهوم	ابعاد	شاخص
تعهد به اجتماع دینی	۱ - خودارزیابی مذهبی	تلقی و تصور فرد از مذهبی بودن خودش (گذشته، حال و آینده) و تصور دیگران (خانواده و دوستان)
	۲ - تعلق به اجتماع دینی	۱ - ارزیابی احساسی مثبت نسبت به عضویت خود در گروه
		۲ - ارزیابی احساسی مثبت نسبت به گروه
		۳ - آگاهی و درک از سرنوشت مشترک گروه هم‌ذات پنداری با گروه
	۴ - درک زمینه رقابت بین گروهی ارزیابی جانبدارانه مثبت نسبت به گروه	
۳ - تعهد به اجتماع دینی	آمادگی برای پرداخت هزینه‌های مادی و معنوی (شرکت در راهپیمایی و ...)	

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها
مشارکت دینی خانواده (در پرسش‌نامه والدین)	مشارکت دینی خانواده (در پرسش‌نامه والدین)	شرکت در مناسک دینی (نماز جمعه، نماز جماعت، مراسم دعا و نیایش، مناسبات مذهبی)
		فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی (هیأت مذهبی و مساجد)
مشارکت دینی نوجوان (در پرسش‌نامه دانش‌آموز)	مشارکت دینی نوجوان (در پرسش‌نامه دانش‌آموز)	کمک مالی به امور دینی
		شرکت در مناسک دینی (نماز جمعه، نماز جماعت، مراسم دعا و نیایش، مناسبات مذهبی)
		فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی (هیأت مذهبی و مساجد)



مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص			
سرمایه اجتماعی درونی خانواده	۱ - ساختاری		ترکیب اعضاء خانواده			
			وضعیت حیات والدین			
			تعداد فرزندان			
			وضعیت اشتغال والدین			
			حضور فیزیکی والدین در خانه			
			تعاملات بین والدین و فرزندان			
	۲ - ارتباطی			تعاملات بین والدین		
				تعاملات بین فرزندان		
				اعتماد بین والدین		
	۳ - شناختی	اعتماد		اعتماد بین والدین و فرزندان		
				اعتماد فرزندان به هم		
				عاطفی		
				مشورتی		
				خدماتی		
سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده	۱ - ساختاری		تعداد خویشاوندان			
			تعداد دوستان			
			تعداد والدین دوستان فرزندان			
			تعداد همسایگان			
			آشنایی با سازمان‌ها و نهادها			
			جابجایی و تحرک مکانی			
	۲ - ارتباطی			تعاملات با خویشاوندان		
				تعاملات با دوستان		
				تعاملات با همسایگان		
				تعاملات با والدین دوستان فرزندان		
				تعاملات با گروه‌ها و انجمن‌ها		
	۳ - شناختی	همیاری		همیاری تعمیم‌یافته		
				همیاری متوازن		
				اعتماد بین فردی		
		اعتماد بیرونی		اعتماد بنیادی		
				اعتماد نهادی		
				اعتماد تعمیم‌یافته		
		حمایت اجتماعی متقابل				دریافت حمایت
						ارائه حمایت

### پایایی و اعتبار تحقیق

پایایی تحقیق از طریق آماره آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت و اعتبار پرسش‌نامه نیز از طریق اعتبار صوری و استفاده از داوران و با توجه به نظر اساتید تصحیح و تکمیل گردید.

جدول (۲) نتایج ضرایب آلفای کرونباخ در مرحله پیش‌آزمون و آزمون اصلی (نهایی)

متغیر	آلفای کرونباخ پیش‌آزمون	آلفای کرونباخ آزمون اصلی	
۱- هویت دینی	۰/۹۴۳	۰/۹۵۸	هویت دینی
۱-۱ خودارزیابی مذهبی	۰/۷۹۱	۰/۸۱۱	
۱-۲- تعلق به اجتماع دینی	۰/۹۴۴	۰/۹۴۰	
۱-۳- تعهد به اجتماع دینی	۰/۸۰۴	۰/۸۷۲	
۲- سرمایه اجتماعی درونی خانواده	۰/۹۳۵	۰/۹۳۰	سرمایه اجتماعی خانواده
۲-۱ سرمایه ساختاری درونی	۰/۶۳۰	۰/۶۹۰	
۲-۲ سرمایه ارتباطی درونی	۰/۹۱۹	۰/۸۸۷	
۲-۳ سرمایه شناختی درونی	۰/۹۲۳	۰/۹۰۵	
۳- سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده	۰/۹۴۰	۰/۹۱۸	
۳-۱ سرمایه ساختاری بیرونی	۰/۶۸۵	۰/۶۷۶	
۳-۲ سرمایه ارتباطی بیرونی	۰/۸۵۴	۰/۸۵۱	
۳-۳ سرمایه شناختی بیرونی	۰/۹۰۵	۰/۸۹۰	
۴- مشارکت دینی والدین	۰/۹۴۳	۰/۹۰۷	مشارکت دینی
۵- مشارکت دینی نوجوان	۰/۸۷۶	۰/۸۸۲	

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار SPSS به کار برده شده است. بعد از اجرای پرسش‌نامه، وارد کردن داده‌ها در این نرم‌افزار به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، در بخش توصیفی از جدول توزیع فراوانی، میانگین و انحراف معیار استفاده شده است و در بخش تحلیلی، متناسب به نوع فرضیه‌ها و داده‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون، تحلیل رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر به کار گرفته شد.

### یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های کلی جمعیت آماری: با توجه به این که نمونه ما شامل دو گروه دانش آموزان نوجوان و والدین‌شان هست ابتدا به بررسی ویژگی‌های آن‌ها می‌پردازیم. در میان دانش آموزان نوجوان

موردبررسی از مجموع ۳۶۷ نفر نمونه، ۵۴/۸ درصد (۲۰۱ نفر) دختر و ۴۵/۲ درصد (۱۶۶ نفر) پسر هستند که رشته تحصیلی ۳۲/۲ درصد (۱۱۸ نفر) آن‌ها ریاضی و فیزیک، ۳۴/۶ درصد (۱۲۷ نفر) علوم تجربی و ۳۳/۲ درصد (۱۲۲ نفر) علوم انسانی است. هم‌چنین ۹۱/۶ (۳۳۶) نفر از دانش‌آموزان در مدارس دولتی و ۸/۴ درصد (۳۱ نفر) در مدارس غیردولتی مشغول به تحصیل هستند. هم‌چنین در میان والدین نوجوانان پاسخ‌گو، از نظر وضعیت اشتغال ۹۲/۶ درصد (۳۴۰ نفر) پدران شاغل و ۷/۴ درصد (۲۷ نفر) غیر شاغل هستند در حالی که درباره مادران ۱۲/۳ درصد (۴۵ نفر) شاغل و ۸۷/۷ درصد (۳۲۲ نفر) غیر شاغل و خانه‌دار هستند بدین ترتیب در نمونه موردبررسی اکثریت مادران خانه‌دار بوده و اکثریت ساعات شبانه‌روز را در منزل هستند. باید افزود که ۱۰ نفر از پاسخ‌گویان پدرشان فوت کرده و ۲ نفر از نوجوانان مادرشان در قید حیات نیست. از نظر تحصیلات به صورت کلی سطح تحصیلات پدران از مادران بالاتر است به صورتی که ۲۸/۱ درصد (۱۰۳ نفر) از پدران تحصیلات عالی (لیسانس و بالاتر) دارند ۲۴ درصد (۸۸ نفر) تحصیلات متوسط (دیپلم و فوق‌دیپلم) و ۴۶/۶ تحصیلات پایین (زیر دیپلم)؛ در حالی که در مورد مادران ۱۰/۹ درصد (۴۰ نفر) تحصیلات عالی (لیسانس و بالاتر)، ۳۰ درصد (۱۱۰ نفر) تحصیلات متوسط (دیپلم و فوق‌دیپلم) و ۵۸/۳ درصد (۲۱۴ نفر) تحصیلات پایین (زیر دیپلم) دارند.

### یافته‌های توصیفی

#### توصیف وضعیت هویت دینی نوجوان

جدول (۳) توصیف وضعیت متغیر هویت دینی

متغیر	مؤلفه	میانگین <sup>۱</sup>	انحراف معیار
خودارزیابی مذهبی	-	۵۵/۶۱	۱۹/۱۰
تعلق به اجتماع دینی	ارزیابی احساس مثبت از عضویت در گروه	۸۹/۱۰	۱۷/۴۰
	ارزیابی احساس مثبت نسبت به درون گروه	۶۷/۲۵	۲۳/۱۴
	هم ذات پنداری با گروه	۶۶/۶۱	۲۲/۵۲
	درک زمینه‌ای رقابت بین گروهی	۶۹/۳۴	۲۱/۴۴
تعهد به اجتماع دینی	تعلق به اجتماع دینی	۶۸/۳۵	۲۰/۰۸
	_____	۶۶/۴۱	۲۱/۵۰
کل (هویت دینی)	_____	۶۶/۰۶	۱۹/۸۰

۱. با توجه به این که تمامی گویه‌ها در بازه ۱۰۰ - ۰ استاندارد شده‌اند، بنابراین سطح متوسط برابر با نمره ۵۰ است.

در پژوهش حاضر متغیر هویت دینی در سه بُعد موردبررسی قرار گرفت:

۱ - خودارزیابی مذهبی: طبق داده‌های به‌دست‌آمده، نمره میانگین وضعیت خودارزیابی مذهبی معادل ۵۵/۶۱ نشان‌دهنده این امر است که نوجوانان پاسخ‌گو، تصورشان از میزان مذهبی بودن خودشان (حال، گذشته، آینده) و تلقی‌شان از تصویری که دیگران (خانواده و دوستان) درباره مذهبی بودنشان دارند، اندکی بالاتر از متوسط است. به‌بیان‌دیگر، درمجموع نوجوانان خود را تا حدودی یک فرد مذهبی می‌دانند. البته در این میان، تصور دوستانشان از مذهبی بودن خودشان (۵۴/۵۰)، کمتر از تصور خودشان و خانواده‌شان است. درمجموع نیمی از نوجوانان خودارزیابی مذهبی‌شان بالاتر از نمره متوسط (۵۰) و نیمی کمتر از آن است.

۲ - تعلق به اجتماع دینی که با چهار مؤلفه سنجیده شده است:

- ارزیابی احساسی مثبت از عضویت خود در گروه: با توجه به نمره میانگین (۸۹/۱۰) اکثریت نوجوانان موردبررسی، از این‌که عضو جامعه مسلمانان هستند، رضایت بالایی داشته و به مسلمان بودن خود افتخار می‌کنند و اگر دوباره متولد شوند بازهم دوست دارند مسلمان باشند. نکته حائز اهمیت این است که نیمی از نوجوانان بالاترین میزان احساس مثبت (نمره ۱۰۰) را از مسلمان بودن خود دارند.

- ارزیابی احساسی مثبت نسبت به درون گروه: نمره میانگین (۶۷/۲۵) نشان می‌دهد که احساس علاقه نوجوانان نسبت به مسلمانان و اعتماد به آن‌ها، مثبت بوده و از زندگی کنار مسلمانان احساس رضایت دارند.

- آگاهی و درک از سرنوشت مشترک گروه: میانگین این مؤلفه ۶۶/۶۱ بوده که نشان می‌دهد برای نوجوانان سرنوشت مسلمانان دیگر مهم بوده و نسبت به شادی‌ها و غم‌های آن‌ها احساس مشترک و همدردی دارند. موفقیت‌های مسلمانان آن‌ها را خوشحال و مشکلات‌شان، باعث ناراحتی‌شان می‌شود. درمجموع نوجوانان موردبررسی میزان هم‌ذات‌پنداری‌شان با سایر مسلمانان بالاتر از متوسط و خوب ارزیابی می‌شود.

- درک زمینه رقابت بین گروهی: نشان‌دهنده این امر است که نوجوانان تا چه اندازه از دیدگاه جانب‌دارانه در مقایسه بین جامعه مسلمانان با سایر ادیان برخوردارند و این‌که آیا در موقعیت‌های مختلف مثل شراکت، همکاری بودن، هم‌اتاق بودن و... تا چه اندازه مسلمانان را ترجیح می‌دهند. نتایج یافته‌ها حاکی از این است که هرچند اکثریت قاطع نوجوانان دین اسلام را تنها دین کامل جهان می‌دانند و دوست دارند روزی بیاید که مسلمانان بر جهان حکومت کنند ولی میزان این توافق در مورد گویه‌هایی که این ارزیابی جانب‌دارانه را در عمل و رفتار می‌سنجند پایین‌تر است و کمترین میزان توافق در این زمینه مربوط به «کشورهای اسلامی» است که علاوه بر این‌که میانگین موافقت با آن کمتر از نمره متوسط است، نظرات پاسخ‌گویان تفاوت و پراکندگی بالایی داشته و میزان

موافقان و مخالفان با آن در هر دو سر طیف زیاد است. البته در مجموع میانگین (۶۹/۳۴)، نشان‌دهنده ارجحیت مسلمانان نسبت به اعضای سایر ادیان در موقعیت‌های مختلف است. در نهایت میانگین بُعد تعلق به اجتماع دینی (۶۸/۳۵)، بیانگر میزان پیوند عاطفی و تعلق خاطر نوجوانان نسبت به جامعه، بالاتر از سطح متوسط است (میان مؤلفه‌ها، بالاترین میزان موافقت مربوط به احساس مثبت از مسلمان بودن و عضویت در جامعه مسلمانان در نوجوانان است).

۳ - تعهد به اجتماع دینی: میانگین تعهد به اجتماع دینی در بین نوجوانان (۶۶/۴۱)، نشان دهند احساس مسئولیت در قبال جامعه دینی و تعهد نسبت به آن، بالاتر از سطح متوسط است، یعنی نوجوانان به خاطر گروه دینی‌شان حاضر به صرف وقت و هزینه می‌باشند. (نکته قابل توجه این است که درباره «شرکت در راهپیمایی به خاطر مسلمانان» میانگین میزان موافقت نوجوانان متوسط بوده و تنها نیمی از نوجوانان در راهپیمایی در حمایت از سایر مسلمانان شرکت می‌کنند).

- در نهایت وضعیت هویت دینی در بین نوجوانان پاسخ‌گو با میانگین (۶۶/۰۶)، بالاتر از سطح متوسط است، هرچند که خیلی قوی نیست. در بین ابعاد این متغیر، میزان خودارزیابی مذهبی، ضعیف‌تر از سایر ابعاد و وضعیت تعلق به اجتماع دینی، قوی‌ترین است. به بیان دیگر هرچند نوجوانان میزان مذهبی بودن خود را زیاد نمی‌دانند، ولی از این که یک فرد مسلمان هستند خوشحال بوده و احساس مثبتی نسبت به جامعه مسلمانان دارند.

### توصیف وضعیت سرمایه اجتماعی خانواده:

۱ - سرمایه ساختاری درونی: با توجه به نمره میانگین (۷۱/۸۱)، میزان برخورداری پاسخ‌گویان از سرمایه ساختاری خانواده مطلوب بوده و در حد زیاد ارزیابی می‌شود.

۲ - سرمایه ارتباطی درونی: دربردارنده تعاملات بین والدین، بین والدین و فرزندان و بین فرزندان در سه شاخص «صمیمیت، میزان صحبت بین اعضا و میزان گذراندن اوقات فراغت باهم» می‌باشد. با توجه به نمره میانگین، بالاترین میزان تعاملات، بین والدین با فرزندان با نمره ۵۴/۷۸ می‌باشد؛ و کمترین میزان تعاملات مربوط به تعاملات بین فرزندان با میانگین ۵۱/۲۳ است. در بین شاخص‌های موردبررسی، بالاترین میزان مربوط به صمیمیت بین اعضای خانواده و به خصوص، بین مادران و فرزندان است و کمترین میزان مربوط به گذراندن اوقات فراغت در کنار هم است. البته نکته قابل توجه این است که در تمام این شاخص‌ها کمترین میزان تعاملات، تعاملات بین پدر با فرزندان است. در مجموع میزان برخورداری از سرمایه ارتباطی درونی در خانواده‌های موردبررسی با میانگین (۵۱/۲۳) میزان متوسطی از تعاملات بین اعضای خانواده را نشان می‌دهد.

جدول (۴) توصیف متغیر سرمایه اجتماعی خانواده

انحراف معیار	میانگین	مؤلفه	ابعاد	انحراف معیار	میانگین	مؤلفه	ابعاد				
۵۹/۱۵	۰۹/۳۱	سرمایه ساختاری بیرونی	سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده	۱۱/۱۴	۸۱/۷۱	سرمایه ساختاری درونی	سرمایه اجتماعی درونی خانواده				
۱۵/۱۶	۴۰/۶۷	سرمایه ارتباطی بیرونی		۱۸/۱۹	۵۲/۰۷	تعاملات بین والدین		سرمایه ارتباط درونی			
				۱۸/۵۳	۵۴/۷۸	تعاملات بین والدین و فرزندان					
				۱۷/۹۲	۵۱/۲۳	تعاملات بین فرزندان					
				۱۹/۱۸	۵۱/۱۲						
۱۵/۹۶	۴۸/۱۲	اعتماد بیرونی		سرمایه شناختی بیرونی	۲۰/۳۷	۸۲/۶۹		اعتماد درونی	سرمایه شناختی درونی		
۱۶/۹۲	۵۳/۲۶	همیاری			۱۷/۰	۵۹/۷۳		حمایت خانوادگی			
۱۷/۲۵	۳۷/۷۸	حمایت اجتماعی									
۲۰/۲۵	۴۹/۵۸									۱۶/۶۰	۶۵/۱۴
۱۶/۹۰	۴۳/۹۰									۱۵/۵۶	۶۸/۲۴
سرمایه اجتماعی خانواده میانگین=۶۰/۵۸				انحراف معیار =۱۶/۶۳							

\*سرمایه اجتماعی درونی خانواده، متشکل از سه بُعد ساختاری، شناختی و ارتباطی است.

۳ - سرمایه شناختی درونی: این سرمایه با میانگین ۶۵/۱۴، میزان بهره‌مندی از اعتماد درونی و حمایت خانوادگی را بالاتر از سطح متوسط ارزیابی می‌کند؛ که در این میان، اعتماد درونی با میانگین ۸۲/۶۹ نشان‌دهنده اعتماد زیاد بین اعضای خانواده و به‌طور خاص بین مادران و فرزندان است. در مقابل حمایت خانوادگی با میانگین ۵۹/۷۳ تا حدودی بالاتر از متوسط بوده ولی زیاد نیست. (در حمایت مشورتی و عاطفی، بیشترین میزان حمایت، مربوط به مادران و فرزندان است درحالی‌که این رابطه بین پدر و فرزندان، خیلی ضعیف‌تر است). نکته قابل‌توجه در میان حمایت

خدماتی، حمایت پایین مردان از همسرانشان می‌باشد؛ به طوری که نیمی از مردان نمونه مورد بررسی، کم و خیلی کم در کارهای خانه به همسرانشان کمک می‌کنند.

\* سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده: متشکل از سه سرمایه ساختاری، ارتباطی و شناختی است.

۱ - سرمایه ساختاری بیرونی: میانگین (۳۱/۰۹)، نشان‌دهنده پایین بودن سرمایه ساختاری در نمونه مورد بررسی است. نکته قابل توجه این است که میزان شناخت والدین از والدین دوستان فرزندانشان است خیلی کم بوده و ۸۰ درصد والدین، کمتر از ۵ نفر از والدین دوستان فرزندانشان را می‌شناسند.

۲ - سرمایه ارتباطی بیرونی: بیشترین میانگین تعاملات (صمیمیت، تماس حضوری و تلفن و شرکت در مراسم) با خویشاوندان (۶۸/۵۶) و کمترین تعاملات با والدین دوستان فرزندان (۱۸/۹۳) است. این امر نشان‌دهنده تعاملات بسیار اندک و محدود است. علاوه بر این در زمینه میزان فعالیت و عضویت در گروه‌ها و انجمن‌ها میانگین ۹/۴۳، حاکی از تعاملات بسیار پایین است تا جایی که حتی نیمی از خانواده‌ها میزان فعالیت‌شان صفر (کمتر از میانگین) بوده است. در مجموع میانگین ۴۰/۶۷ درباره سرمایه ارتباطی، بیان‌کننده میزان تعاملات کمتر از سطح متوسط است. (تنها ۱۰/۴ درصد، میزان تعاملات‌شان زیاد و خیلی زیاد است).

۳ - سرمایه شناختی بیرونی: دربردارنده سه مؤلفه همیاری، اعتماد بیرونی، حمایت متقابل اجتماعی است. میزان همیاری با میانگین ۵۳/۲۶ اندکی بالاتر از متوسط می‌باشد. البته در این زمینه میزان همیاری تعمیم‌یافته با میانگین ۳۹/۴۳ از میزان همیاری متوازن با میانگین ۷۵/۷۳ کمتر است. بدین معنا که میزان کمک به آشنایان و دوستان، خیلی بیشتر از میزان کمک به هم‌نوعان و نیازمندان غیر آشنا است. درباره اعتماد بیرونی، میانگین ۴۸/۱۲ سطح اعتماد را اندکی کمتر از متوسط نشان می‌دهد. در این میان بالاترین میزان اعتماد، اعتماد بین فردی (آشنایان) با میانگین ۵۹/۱۷ و پایین‌ترین، اعتماد بنیادی با میانگین ۳۹/۵۳ است. نکته قابل توجه درباره اعتماد بنیادی این است که درباره گویند «اکثریت مردم جامعه ما قابل اعتماد هستند» تنها ۸/۸ درصد زیاد و خیلی زیاد موافق هستند. در زمینه اعتماد نهادی، پایین‌ترین میزان اعتماد به مسئولان دولتی و بالاترین اعتماد مربوط به نیروی انتظامی است. در زمینه اعتماد تعمیم‌یافته (اعتماد به صاحبان مشاغل و حرفه‌ها)، بالاترین اعتماد مربوط به معلمان مدارس و پایین‌ترین اعتماد نسبت به رانندگان تاکسی است. درباره حمایت اجتماعی متقابل نیز، میانگین ۳۷/۷۸، بیانگر میزان دریافت و ارائه حمایت، کمتر از سطح متوسط است؛ که البته در این میان بالاترین میزان حمایت مربوط به خویشاوندان و کمترین میزان مربوط به همسایگان است. در مجموع سرمایه شناختی بیرونی با میانگین ۴۹/۵۸ نزدیک به سطح متوسط می‌باشد.

• در مجموع، کمترین میزان بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی درونی خانواده، مربوط به سرمایه ارتباطی یعنی میزان تعاملات بین اعضا می‌باشد و کمترین میزان بهره‌مندی از سرمایه بیرونی خانواده، مربوط به سرمایه ساختاری است.

• در نهایت خانواده‌های مورد بررسی، میزان سرمایه درونی‌شان (با میانگین ۶۸/۲۴)، بیشتر از سرمایه بیرونی آن‌ها (با میانگین ۴۳/۹۰) می‌باشد. نکته قابل‌توجه این است که میزان تعاملات بیرونی خانواده و میزان اعتماد و همیاری با افراد خارج از خانواده از سطح متوسط پایین‌تر است.

### توصیف وضعیت مشارکت دینی

شرکت دینی در دو بُعد مشارکت دینی والدین و مشارکت دینی نوجوان سنجیده شده است.

جدول (۵) توصیف وضعیت متغیر مشارکت دینی

ابعاد	میانگین	انحراف معیار	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار
مشارکت دینی والدین	۴۴/۶۲	۱۹/۴۶	شرکت در مناسک دینی	۴۷/۸۱	۱۱/۱۱
			فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی	۳۱/۲۷	۱۸/۹۴
			کمک مالی به امور دینی	۵۰/۸۸	۲۱/۴۱
مشارکت دینی نوجوان	۳۶/۴۶	۲۰/۸۶	شرکت در مناسک دینی	۴۰/۴۲	۲۰/۴۵
			فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی	۲۶/۹۳	۲۱/۸۹
مشارکت دینی میانگین=۴۴/۳۴= انحراف معیار=۱۹/۹۶					

۱ - مشارکت دینی والدین: داده‌های متغیر مذکور حاکی از آن است که مؤلفه شرکت در مناسک دینی جمعی، با میانگین ۴۷/۸۱، مشارکت بالنسبه پایین‌تر از سطح متوسط را برآورده می‌کند (تنها ۲۸/۶ درصد میزان مشارکت خود را زیاد می‌دانند). در زمینه مناسک دینی، پایین‌ترین میزان مربوط به شرکت در نماز جمعه می‌باشد؛ به صورتی که حدود ۶۵ درصد از والدین به‌ندرت (و اصلاً) در نماز جمعه شرکت می‌کنند. در مجموع میزان مشارکت والدین در مراسم مذهبی (عزاداری و جشن ائمه با دعا و نیایش) بیشتر از شرکت در مناسک عبادی دینی (نماز جمعه یا نماز جماعت) است؛ به صورتی که ۷۰/۳ درصد میزان فعالیت خود را کم و خیلی کم می‌دانند. در زمینه مؤلفه کمک مالی به امور مسلمانان نیازمند سایر کشورها در حد متوسط ارزیابی می‌شود؛ البته تنها ۱۸ درصد خانواده‌های مذکور اذعان داشته‌اند به مسلمانان نیازمند سایر کشورها کمک کرده‌اند.



• درنهایت میزان مشارکت دینی والدین با میانگین ۴۴/۶۲، بیانگر میزان مشارکت کمتر از سطح متوسط می‌باشد (تنها ۲۲ درصد مشارکتشان زیاد است)، کمترین میزان مشارکت در بین مؤلفه‌ها مربوط به فعالیت در گروه‌های دینی است.

۲ - مشارکت دینی نوجوان: در دو مؤلفه شرکت در مناسک دینی و فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی سنجیده شده است. میزان مشارکت نوجوانان در مناسک دینی جمعی (نماز جمعه، نماز جماعت، مراسم دعا و نیایش) با میانگین ۴۰/۴۲، کمتر از متوسط می‌باشد (تنها ۸/۸ درصد). میزان شرکت در نماز جمعه در بین نوجوانان بسیار کم بوده، به صورتی که ۸۰ درصد آن‌ها به‌ندرت (و اصلاً) در نماز جمعه شرکت می‌کنند. همچنین میزان فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی (فعالیت در هیئت‌های مذهبی و کانون فرهنگی مساجد) پایین می‌باشد (۷۶/۳ درصد میزان فعالیت‌شان کم و خیلی کم است). البته این مشارکت پایین در زمینه کانون فرهنگی مساجد، بسیار بیشتر می‌باشد به صورتی که نیمی از پاسخ‌گویان هیچ‌گونه فعالیت و ارتباطی با کانون فرهنگی ندارند و میانگین این ارتباط تنها ۱۷ درصد می‌باشد.

• درمجموع وضعیت مشارکت دینی نوجوان با میانگین ۳۶/۴۶، کم‌تر از متوسط ارزیابی می‌شود که در مقایسه با مشارکت دینی والدین (۴۴/۶۲) نیز وضعیت پایین‌تری دارد.

• درنهایت مشارکت دینی (والدین و نوجوان)، با میانگین ۴۴/۳۴، کمتر از سطح متوسط برآورد می‌شود نکته مهم این است که هم والدین و هم نوجوانان، کمترین میزان مشارکت‌شان در زمینه فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی است و بیشترین میزان مشارکت والدین و نوجوان، مربوط به شرکت در مراسم جشن، عزاداری ائمه می‌باشد.

### یافته‌های تحلیلی

جدول (۵) بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و هویت دینی

سطح معناداری	همبستگی پیرسون	هویت دینی
		متغیرهای مستقل
۰/۰۰۰	۰/۱۹۳	سرمایه اجتماعی خانواده
۰/۰۰۰	۰/۱۸۷	سرمایه اجتماعی درونی خانواده
۰/۰۱۶	۰/۱۲۶	سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده
۰/۰۰۰	۰/۲۲۱	مشارکت دینی والدین
۰/۰۰۰	۰/۴۵۱	مشارکت دینی نوجوان
۰/۰۰۰	۰/۴۰۴	مشارکت دینی

- بین سرمایه اجتماعی درونی خانواده و هویت دینی نوجوان رابطه معناداری وجود دارد بدین معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی درونی خانواده، هویت دینی نوجوانان هم افزایش می‌یابد. به بیان بهتر، افزایش تعامل در درون خانواده همراه با صمیمیت، گفت‌وگو، باهم بودن اعضا در کنار اعتماد خانواده به یکدیگر و حمایت خانوادگی، باعث افزایش هویت دینی در نوجوانان می‌گردد.

- بین سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده و هویت دینی نوجوانان رابطه معناداری باشد، بدین معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده هویت دینی نوجوانان نیز افزایش می‌یابد. بدین معنا که افزایش در تعاملات خانواده با دوستان و آشنایان و همچنین ارتباط و فعالیت در گروه‌ها و انجمن‌ها، در کنار اعتماد به جامعه و اعضا آن که همیاری و حمایت اجتماعی را به همراه داشته باشد. افزایش تعلق و تعهد به اجتماع دینی (هویت دینی) را به همراه خواهد داشت. هرچند میزان این افزایش، نسبت به افزایشی که سرمایه درونی خانواده می‌تواند در هویت دینی ایجاد کند کمتر است.

- میان سرمایه اجتماعی خانواده و هویت دینی نوجوانان رابطه‌ی معناداری وجود دارد، بدین معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی خانواده، هویت دینی نوجوانان نیز افزایش می‌یابد. بدین ترتیب از آنجایی که میزان همبستگی سرمایه کل خانواده با هویت دینی، بیشتر از میزان همبستگی هر کدام از سرمایه‌های درونی و بیرونی خانواده به صورت مجزا، می‌باشد. این امر نشان‌دهنده لزوم افزایش هر دو نوع سرمایه در کنار هم برای افزایش هویت دینی نوجوان است که در مقابل کاهش این سرمایه‌ها، کاهش در هویت دینی را ایجاد می‌کند.

- بین مشارکت دینی والدین و هویت دینی نوجوان، در سطح ۰/۰۰۰ رابطه معناداری وجود دارد، ضریب همبستگی این رابطه برابر ۰/۲۲۱، نشان‌دهنده رابطه مثبت با شدت متوسط بین مشارکت دینی خانواده و هویت دینی نوجوانان می‌باشد. در واقع بالاترین میزان شرکت والدین در مناسک دینی جمعی و دریافت فعالیت‌ها برنامه‌های گروه‌های دینی، افزایش در هویت دینی نوجوان را به همراه خواهد داشت.

- رابطه بین مشارکت دینی نوجوان و هویت دینی نوجوان نیز معنادار بوده و ضریب همبستگی برابر با ۰/۴۵۱، نشان‌دهنده همبستگی مثبت و قوی بین مشارکت دینی نوجوان و هویت دینی وی است. بدین معنا که افزایش میزان مشارکت نوجوان در مناسک دینی و فعالیت‌های گروه‌های دینی، افزایش قابل‌توجهی در میزان هویت دینی‌اش ایجاد خواهد کرد. افزایشی که مشارکت دینی خود نوجوان در افزایش هویت دینی‌اش دارد، بیشتر از تأثیر مشارکت دینی و افزایش است.

- بین مشارکت دینی (والدین و نوجوان) و هویت دینی نوجوان رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی با افزایش مشارکت دینی (هم در والدین و هم در نوجوان) هویت دینی نوجوانان افزایش می‌یابد.

جدول (۶) بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی

مشارکت دینی نوجوان	مشارکت دینی والدین	مشارکت دینی	آزمون همبستگی پیرسون	
۰/۲۶۷	۰/۵۸۴	۰/۵۲۵	ضریب همبستگی	سرمایه اجتماعی خانواده
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۰/۱۵۶	۰/۳۸۶	۰/۳۴۲	ضریب همبستگی	سرمایه اجتماعی درونی خانواده
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۰/۲۶۴	۰/۵۵۶	۰/۵۰۸	ضریب همبستگی	سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	

- بین سرمایه اجتماعی درونی خانواده و مشارکت دینی (والدین نوجوان) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به این معنا که با افزایش تعاملات و ارتباطات مثبت و قوی بین اعضاء خانواده مشارکت دینی والدین و نوجوان نیز افزایش می‌یابد.

- بین سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده و مشارکت دینی والدین و نوجوان، رابطه معنادار و قوی وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش تعاملات بیرونی خانواده همراه با اعتماد بیرونی در کنار هنجارهای همیاری و حمایت اجتماعی، افزایش چشم‌گیری در مشارکت دینی ایجاد خواهد شد.

- بین سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی والدین و نوجوان رابطه مثبت، قوی و معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش تعاملات مثبت و قوی هم در داخل خانواده و هم در بین خانواده و سایر اعضاء و نهادهای جامعه در کنار کیفیت این نوع تعاملات، افزایش چشم‌گیری در مشارکت دینی والدین و نوجوان مشاهده خواهد شد.

- بین سرمایه اجتماعی خانواده (درونی و بیرونی) با مشارکت دینی والدین رابطه معنادار وجود دارد. بدین ترتیب افزایش در ارتباطات مثبت و قوی در خانواده و در ارتباطات خانواده با اجتماع، افزایش در مشارکت دینی والدین را به همراه دارد.

- بین سرمایه اجتماعی خانواده (درونی و بیرونی) با مشارکت دینی نوجوان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. بدین معنا که با افزایش تعاملات درونی و بیرونی خانواده، مشارکت دینی نوجوان نیز افزایش خواهد یافت البته میزان همبستگی بین مشارکت دینی والدین و سرمایه اجتماعی خانواده، قوی‌تر از رابطه مشارکت دینی نوجوان با سرمایه اجتماعی خانواده می‌باشد.

### تحلیل چند متغیری: روابط چندگانه متغیرهای مستقل و وابسته

تحلیل رگرسیون هویت دینی از طریق متغیرهای مستقل (سرمایه اجتماعی درونی خانواده، سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده، مشارکت دینی نوجوان و مشارکت دینی خانواده): نتایج زیر را در برداشت:

جدول (۶) تحلیل رگرسیون هویت دینی از طریق متغیرهای مستقل

مدل	متغیرهای وارد شده	b	$\beta$	t	Sig
۱	مقدار ثابت	۵۰/۴۶۵		۲۷/۱۰۳	۰/۰۰۰
	مشارکت دینی نوجوان	۰/۴۲۸	۰/۴۵۱	۹/۶۵۰	۰/۰۰۰
	$۹۳/۱۲۸ = F \cdot ۰/۲۰۱ = R^2 \cdot adj$ $۰/۴۵۱ = R$ $۰/۰۰۰ = sig$ $۰/۲۰۳ = R^2$				
	متغیر وارد شده				
۲	مقدار ثابت	۴۱/۰۲۶		۹/۶۳۶	۰/۰۰۰
	مشارکت دینی نوجوان	۰/۴۱۰	۰/۴۳۲	۹/۱۸۱	۰/۰۰۰
	سرمایه اجتماعی درونی خانواده	۰/۱۴۹	۰/۱۱۶	۲/۴۶۱	۰/۰۱۴
	$۵۰/۲۳۸ = F \cdot ۰/۲۱۲ = R^2 \cdot adj$ $۰/۴۶۵ = R$ $۰/۰۰۰ = sig$ $۰/۲۱۶ = R^2$				

در رگرسیون مشاهده شده به ترتیب متغیرها بر اساس بالاترین میزان تأثیر وارد رگرسیون شده‌اند و در نهایت دو مدل رگرسیونی حاصل شد. در مدل اول، میزان R برابر است با ۰/۴۵ که نشان می‌دهد رابطه مثبت و قوی بین هویت دینی و میزان مشارکت دینی نوجوان وجود دارد مقدار  $R^2$  نشان می‌دهد که ۲۰/۱ درصد تغییرات هویت دینی توسط مشارکت دینی نوجوان تبیین می‌شود و مقدار F و سطح معناداری آن حاکی از وجود رابطه خطی بین هویت دینی و مشارکت دینی نوجوان است. ضریب  $\beta$  نشان می‌دهد که مقدار تأثیر خالص مشارکت دینی نوجوان بر هویت دینی‌اش برابر ۰/۴۵۱ است یعنی به ازای یک انحراف معیار تغییر در مشارکت دینی نوجوان، ۰/۴۵۱ تغییر در هویت دینی ایجاد می‌شود. در مدل دوم علاوه بر مشارکت دینی نوجوان، متغیر سرمایه درونی خانواده هم وارد رگرسیون می‌شود. میزان R برابر است با ۰/۴۶۵ که نشان می‌دهد رابطه مثبت و قوی بین مشارکت دینی نوجوان و سرمایه درونی خانواده با هویت دینی نوجوان وجود دارد. مقدار  $R^2$  نشان می‌دهد که ۲۱/۲ درصد تغییرات هویت دینی توسط این دو متغیر، تبیین و پیش‌بینی می‌شود؛ و مقدار F و سطح معناداری آن حاکی از وجود رابطه خطی بین این دو متغیر مستقل و

هویت دینی است. ضریب  $\beta$  بیانگر این مطلب است که تأثیر خالص متغیر سرمایه درونی خانواده بر تغییرات هویت دینی برابر ۰/۱۱۶ و تأثیر مشارکت دینی نوجوان برابر ۰/۴۳۲ می‌باشد.

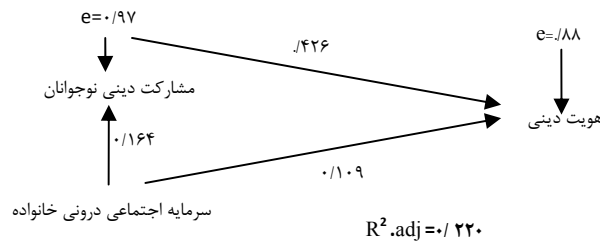
بدین ترتیب معادله رگرسیون این متغیرها برابر است با:

$$\text{هویت دینی} = ۰/۴۳۲ (\text{مشارکت دینی نوجوان}) + ۰/۱۱۶ (\text{سرمایه اجتماعی درونی خانواده})$$

بر اساس این معادله رگرسیونی و با توجه به نتایج تحلیل رگرسیونی می‌توان گفت: با توجه به حذف مشارکت دینی خانواده از مدل رگرسیونی، نقش مشارکت دینی نوجوان بسیار بااهمیت به نظر می‌رسد، چراکه بالاترین ضریب تأثیر را دارد، به این معنا که حضور نوجوان در مناسک دینی جمعی در کنار فعالیت در برنامه‌های گروه‌های دینی، تأثیر بیشتری بر افزایش هویت دینی‌اش نسبت به نقش مشارکت دینی خانواده دارد و همچنین با توجه به این‌که بین سرمایه درونی و سرمایه بیرونی خانواده تنها سرمایه درونی خانواده وارد رگرسیون شده است، نشان می‌دهد که سرمایه درونی خانواده نقش بیشتری در تبیین هویت دینی دارد؛ یعنی ارتباطات و تعاملات بین اعضای خانواده، میزان اعتماد بین آن‌ها و میزان حمایت خانوادگی، عاملی مؤثر بر تغییرات هویت دینی می‌باشد. با توجه به مدل مهم‌ترین عامل در تبیین تغییرات هویت دینی، مشارکت نوجوان در فعالیت‌ها و برنامه‌های گروه‌های دینی است.

### تحلیل مسیر

در تحلیل مسیر علامه بر اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم متغیرها را بررسی خواهیم کرد.



جدول (۷) تحلیل مسیر هویت دینی

نام متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	کل اثر علی
مشارکت دینی نوجوان	۰/۴۲۶	-	۰/۴۲۶
سرمایه درونی خانواده	۰/۱۰۹	۰/۰۷۰	۰/۱۷۹

بر اساس تحلیل مسیر، ۲۲ درصد از تغییرات هویت دینی توسط دو متغیر، مشارکت دینی نوجوان و سرمایه اجتماعی درونی خانواده تبیین می‌شود. بیشترین میزان اثر خالص بر هویت دینی

مربوط به متغیر مشارکت دینی نوجوان می‌باشد بدین معنا که با افزایش مشارکت دینی نوجوان هویت دینی او نیز افزایش خواهد یافت. همچنین متغیر سرمایه اجتماعی درونی خانواده بر هویت دینی هم اثر مستقیم و هم غیرمستقیم دارد. بدین ترتیب با توجه به ضریب مسیر مستقیم افزایش در سرمایه درونی خانواده منجر به افزایش در هویت دینی می‌شود و از طرف دیگر افزایش سرمایه درونی خانواده به واسطه افزایش در مشارکت دینی نوجوان به صورت غیرمستقیم باعث افزایش هویت دینی نوجوان خواهد شد.

### بحث و نتیجه‌گیری

هویت دینی در پژوهش‌های تجربی علوم اجتماعی همواره مورد توجه بوده است، چراکه نقش مهمی در زندگی مردم ایفا کرده و علاوه بر این که همبستگی و انسجام اجتماعی را ایجاد می‌کند، موجب دوام و پایداری سایر ابعاد هویت نیز می‌شود؛ از سوی دیگر چالش در این زمینه می‌تواند منجر به بحران در سایر ابعاد هویت شود. با توجه به این که «تغییر در هویت دینی» عمدتاً در دوران نوجوانی روی می‌دهد و با توجه به نقش و اهمیت تعاملات خانواده بر باورها و گرایش‌های فرزندان و اهمیت مشارکت دینی در احساس تعلق و تعهد نسبت به اجتماع دینی، هدف این پژوهش بررسی رابطه سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی نوجوان و والدین با هویت دینی نوجوان است.

نتایج تحقیق ما درباره رابطه معنادار و مثبت بین سرمایه اجتماعی خانواده و هویت دینی فرزندان در راستای نظر جامعه‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی است که معتقدند هویت اجتماعی افراد در روابط و تعاملات متقابل با دیگران شکل می‌گیرد. نظریات مکتب کنش متقابل (مید و کولی) و همچنین نظر کوهن نشان می‌دهد که هویت در تعاملات و ارتباطات اجتماعی ظهور می‌یابد (توسلی، ۱۳۸۱: ۳۰۶؛ جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۶۲). همچنین جنکینز بیان می‌دارد که تعریف و تصور افراد از خودشان و از گروه‌هایی که در آن‌ها عضو هستند در جریان تعامل و ارتباط با دیگران شکل می‌گیرد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۹۸). در واقع سنگ بنای «ما» یا «اجتماع»، تعامل می‌باشد (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۷). همچنین تأییدکننده نظر کلمن است که اصلی‌ترین تعریفش از سرمایه اجتماعی خانواده برحسب اهمیت آن برای رشد شناختی و اجتماعی فرزندان در دوران جامعه‌پذیری است (کلمن، ۱۹۹۰: ۳۳۴). چراکه در بستر این تعاملات اجتماعی است که جامعه‌پذیری صورت گرفته و طی آن فرد می‌آموزد که عضو چه «گروه» (هایی) یا «ما» (هایی) و همزمان به عنوان عضو آن (ها) مورد خطاب قرار می‌گیرد (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۰۲). در نتیجه فرضیه ما نیز این امر را اثبات می‌کند که در فضای تعاملات مثبت و قوی بین اعضاء آن همراه با اعتماد و صمیمیت و همکاری بین آن‌ها در ساخت‌یابی هویت فرزندان و تعلق و تعهد آن‌ها نسبت به اجتماع مؤثر است؛ چراکه هنجارهای دوستی، اعتماد و حمایت از دیگران در خانواده آغاز می‌گردد و احساس تعلق و تعهد و احساس

مسئولیت نسبت به جامعه بزرگ‌تر نیز در فرد شکل می‌گیرد؛ البته در کنار آن روابط گرم و نزدیک همراه با اعتماد و صمیمیت با دوستان و آشنایان در کنار عضویت و فعالیت در انجمن‌ها و نهادها، تقویت بیشتر تعلق و تعهد نسبت به اجتماع را به دنبال خواهد داشت (چلبی، ۱۳۷۵). بنابراین نتایج پژوهش ما نیز، نظر فیلد (۱۳۸۵) درباره اهمیت سرمایه اجتماعی خانواده برای رشد و هویت‌یابی فرزندان تأیید می‌کند. در پژوهش شریفی و کاکاوندی (۱۳۸۹) نیز همخوان با یافته‌های ما، رابطه مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی خانواده و هویت فرزندان مشاهده شده است.

با توجه به این که بین سرمایه درونی خانواده و هویت دینی نیز رابطه معنادار وجود دارد، بنابراین تقویت و تحکیم تعاملات درون خانوادگی، افزایش در هویت دینی نوجوان را به دنبال خواهد داشت. لایتون و همکاران (۲۰۱۱) نیز بیان می‌دارند که تقویت تعاملات بین والدین و فرزندان نقش پررنگی در افزایش تعهد نسبت به اجتماع دینی و افزایش هویت دینی نوجوان دارد؛ بنابراین با توجه به اهمیت سرمایه درونی خانواده و از آنجایی که در بین ابعاد سرمایه درونی، سرمایه ارتباطی کمتر از سایر انواع سرمایه بود، توجه و اهمیت قائل شدن به میزان ارتباطات درون خانوادگی (میزان صحبت و صمیمیت بین اعضاء و میزان گذران اوقات فراغت با یکدیگر) ضروری به نظر می‌رسد؛ چراکه نتایج تحقیقات شارع‌پور (۱۳۸۵) نیز نشان می‌دهد که فرسایش زیادی در تعاملات و ارتباطات درونی خانواده صورت گرفته است.

نتایج تحقیقات مهربانی (۱۳۸۷)، تقی‌زاده (۱۳۸۷)، غفوری کله (۱۳۸۴)، آخوندی (۱۳۸۴) و عیوضی (۱۳۹۱) که نشان می‌دهند روابط صمیمی و عاطفی و تعاملات مثبت میان والدین و فرزندان بر هویت دینی آن‌ها تأثیر مثبت دارد، با نتایج تحقیق ما در این باره همخوان است.

همچنین با توجه به معنادار بودن رابطه سرمایه اجتماعی بیرونی خانواده و هویت دینی نوجوان، لازم است سرمایه بیرونی خانواده مورد توجه بیشتری قرار بگیرد؛ چراکه بر اساس یافته‌های این پژوهش، میزان سرمایه بیرونی در خانواده‌های مورد بررسی پایین‌تر از سطح متوسط می‌باشد و میزان تعاملات والدین با والدین دوستان فرزندان خیلی کم است. این در حالی است که کلمن، اهمیت شبکه روابط خانواده در اجتماع را به دلیل شکل‌گیری «فرو بستگی بین نسلی» حاصل از آن می‌داند که این فرو بستگی بین نسلی، سرمایه مهم والدین برای رشد شناختی فرزندان محسوب می‌گردد (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۰۶-۱۰۴). خاستگاه اصلی تعهد و احساس تکلیف اجتماعی، روابط گرم نزدیک با خویشاوندان، دوستان، همسایگان و ... همراه با صمیمیت و اعتماد است؛ اما آنچه باعث افزایش تعهد و وابستگی عاطفی می‌شود، وجود این نوع روابط گرم و نزدیک در کنار وجود انجمن‌ها و نهادها و عضویت و فعالیت در آن‌هاست. (چلبی، ۱۳۷۵: ۵۲-۵۰). بدین ترتیب یکی از شاخص‌های اصلی در تعیین میزان سرمایه اجتماعی در سطح جوامع، اعتماد، همیاری و شبکه روابط با گروه‌ها و انجمن‌ها است؛ در حالی که یافته‌های توصیفی ما نشان می‌دهد که میزان اعتماد به افراد جامعه بسیار پایین

بوده و اکثریت پاسخ‌گویان، مردم جامعه‌شان را خیلی کم قابل‌اعتماد می‌دانند. از طرف دیگر میزان تعاملات آن‌ها با انجمن‌ها و نهادها نیز بسیار ضعیف است؛ این در حالی است که با توجه به دینی بودن جامعه ایران و رابطه معنادار بین سرمایه بیرونی و هویت دینی، توجه به امر افزایش اعتماد و همیاری در جامعه و تشویق خانواده‌ها به فعالیت در انجمن‌ها و نهادها می‌تواند باعث افزایش تعلق و تعهد به اجتماع دینی (هویت دینی) در فرزندان گردد.

درنهایت، می‌توان گفت در طی فرآیند اجتماعی شدن و با آغاز آن در خانواده، نوجوان به تدریج گرایش عاطفی مثبت نسبت به دیگران و «ما»های معینی پیدا می‌کند و می‌آموزد که نسبت به خانواده خود گرایش مثبت و علقه عاطفی پیدا کند و این احساس مثبت و تعهد را نسبت به دیگران نیز پیدا کند و در جوامع دینی مثل ایران، این احساس تعلق و تعهد نسبت به «ما»ی دینی شکل بگیرد. علاوه بر این که تصور و تلقی فرد از مذهبی بودنش نیز در تعاملات و ارتباطات اجتماعی شکل می‌گیرد. یکی دیگر از نتایج این تحقیق، وجود رابطه معنادار، مثبت و قوی بین مشارکت دینی (والدین و نوجوان) و هویت دینی نوجوان است. این همبستگی مثبت و قوی با نظریات اندیشمندان این حوزه تطابق دارد: دورکیم به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین جامعه‌شناسان حوزه دین اهمیت زیادی برای تأثیر مناسک دینی بر تحکیم مناسبات اجتماعی پیروان دارد (شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۴۱). از نظر جنکینز نیز، اجرای مراسم آیینی و مشارکت فرد در مناسک و مراسم، تأثیر مهمی در درونی کردن شناسایی جمعی دارد. به این معنا که به شخص عضو، احساس تعلق داشتن و جزئی از کل اجتماع بودن دست می‌دهد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۴۲). چلبی نیز به پیروی از مونچ، برگزاری مناسک مذهبی را سبب تقویت هویت جمعی می‌داند (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۵۳).

طالبان (۱۳۸۸) نیز، ویژگی مناسک دینی و مشارکت در فعالیت‌های گروه‌های دینی را، ایجاد احساس تعلق و تعهد نسبت به اجتماع دینی می‌داند. تحقیقات چیت‌ساز قمی (۱۳۸۵)، آخوندی (۱۳۸۷) و غفوری کله (۱۳۸۴) نیز مؤید اهمیت و تأثیر قابل‌توجه میزان مشارکت دینی برای هویت دینی است. یافته‌های پژوهش لایتون و همکاران (۲۰۱۱) نیز نشان می‌دهد که شرکت در مراسم مذهبی در کنار ارتباط با نهادها و اعضای جامعه دینی عامل بسیار مهمی در تقویت تعهد نوجوان نسبت به اجتماع دینی‌شان است.

با این وجود، نتایج توصیفی حاکی از میزان پایین مشارکت به‌ویژه مشارکت دینی نوجوان می‌باشد. این یافته با نتایج تحقیقات دیگران در این زمینه همخوانی دارد. نتایج تحقیقات سراج زاده (۱۳۷۸)، پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۲)، سراج زاده و پویافر (۱۳۸۷)، آخوندی (۱۳۸۷)، نعمت الهی (۱۳۹۰) نیز نشان می‌دهد شرکت در مناسک دینی جمعی و ارتباط با گروه‌های مذهبی در جامعه پایین است.



پایین بودن میزان مشارکت دینی در این پژوهش، حاوی دو نکته است: در وهله اول، با توجه به این که قم یک شهر مذهبی است، پایین بودن میزان مشارکت در آن علاوه بر این که قابل تأمل و بررسی است، می‌تواند نشان‌دهنده این باشد که محقق توانسته با جلب اعتماد پاسخ‌گویان، میزان واقعی مشارکت دینی در آنان را به دست آورد. و دوم این که، میزان مشارکت دینی پایین در والدین و نوجوانان، در کنار رابطه معنادار قوی آن با هویت دینی و با استناد به این که نتایج تحقیقات دیگران نیز تأییدکننده نتیجه است، لزوم توجه به علل کاهش مشارکت دینی به‌ویژه در نوجوانان را نشان می‌دهد.

نتایج تحلیل چند متغیری، حاکی از تأکید فزاینده بر همخوانی داده‌های این پژوهش با نظریات مطرح‌شده می‌باشد؛ در نتایج حاصل از رگرسیون، شاهد هستیم که متغیر سرمایه اجتماعی درونی خانواده و نیز مشارکت دینی نوجوان، در تبیین تغییراتی که هویت دینی ایجاد می‌شود نقش مؤثری دارند (البته نقش مشارکت دینی نوجوان اثرگذاری بیشتری دارد). بر همین مبنا، می‌توان گفت این که نوجوان در مناسک دینی جمعی شرکت کند و در فعالیت و برنامه‌های گروه‌های دینی مشارکت داشته باشد، مهم‌تر از مشارکت والدینش است و این امر نقش مهم‌تری در تغییرات هویت دینی نوجوان دارد. بر طبق تحقیقات آخوندی (۱۳۸۷) نیز، اثر خالص میزان مشارکت دینی فرد از میزان مشارکت دینی خانواده‌اش بیشتر است.

علاوه بر این، میزان تعاملات درونی خانواده یا صمیمی بودن این تعاملات همراه اعتماد و حمایت بین اعضاء خانواده (سرمایه درونی)، در افزایش هویت دینی نوجوان اثر مهمی دارد؛ و خانواده‌هایی که تعاملات مثبت و قوی، همراه با اعتماد و حمایت دارند، هویت دینی فرزندانشان بیشتر خواهد بود. این امر با نتایج تحقیقات مهربانی (۱۳۸۷)، غفوری کله (۱۳۸۴)، آخوندی (۱۳۸۳)، عیوضی (۱۳۹۱) و همچنین نظریه کلمن (۱۹۹۰) درباره اهمیت تعاملات درونی بر رشد شناختی فرزندان و نظر چلبی (۱۳۷۵) مبنی بر اهمیت هنجارهای اعتماد و حمایت درونی خانواده و میزان دوستی و صمیمیت اعضاء خانواده بر هویت جمعی فرزندان همخوانی دارد.

از طرف دیگر تحلیل مسیر نیز بیانگر اثر مستقیم (مشارکت دینی نوجوان و سرمایه درونی خانواده) و غیرمستقیم (سرمایه درونی خانواده) بر هویت دینی نوجوان است؛ بدین صورت که هرچند اثر مستقیم مشارکت دینی به افزایش مثبت هویت دینی نوجوان، بسیار بیشتر است، اما سرمایه درونی خانواده دارای اثر غیرمستقیم بر هویت دینی نیز می‌باشد، به این صورت افزایش سرمایه درونی خانواده باعث افزایش مشارکت دینی نوجوان شده و در نتیجه افزایش هویت دینی نوجوان را در پی خواهد داشت. با توجه به این اثر غیرمستقیم، می‌توان بر اهمیت سرمایه درونی خانواده، تأکیدی دوباره داشت، یعنی تعاملات مثبت و قوی بین اعضاء خانواده همراه با صمیمیت، باعث

افزایش مشارکت دینی نوجوان شده که نتیجه‌اش افزایش هویت دینی است. این امر تأیید مجددی بر فرضیه تحقیق ما مبنی بر رابطه بین سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی نوجوان است. با توجه به نتایج رگرسیون و تحلیل مسیر، می‌توان گفت که؛ هرچند در روابط دومتغیره، همه متغیرها همبستگی و رابطه معنادار با هویت دینی دارند، اما وقتی در روابط چند متغیره میزان اثر آن‌ها در کنار هم بررسی می‌شود، فقط تأثیر علی دو متغیر سرمایه درونی خانواده و مشارکت دینی نوجوان اهمیت می‌یابد و سرمایه بیرونی خانواده و مشارکت دینی والدین حذف می‌شود.

افزون بر این، با توجه به این که فرضیه تحقیق، مبنی بر رابطه بین سرمایه اجتماعی خانواده و مشارکت دینی نوجوان نیز تأیید گردید و در تحلیل مسیر نیز تأثیر سرمایه درونی خانواده بر مشارکت دینی نوجوان مشاهده شد، این امر تأیید مجددی بر فرضیه تحقیق ما است که همخوان با نتایج پژوهش کروز (۲۰۰۹) و البته در تقابل با پژوهش محمدی و همکاران (۱۳۹۲) قرار می‌گیرد. البته این تقابل و تفاوت می‌تواند ناشی از نوع سنجش مشارکت دینی و شاخص‌های تعیین شده برای آن باشد (تحقیق محمدی و همکاران به سنجش دین‌داری پرداخته که تنها یکی از مؤلفه‌های آن مناسب دینی است) و یا متأثر از تفاوت جامعه آماری (در تحقیق آن‌ها، جامعه آماری بزرگسالان بوده‌اند) باشد. به‌رحال این تفاوت نیازمند بررسی و مطالعات بیشتری است.

❖ نتایج این پژوهش نظرات و یافته‌های پیشین در زمینه رابطه میان هویت و سرمایه اجتماعی را تأیید می‌کند و شواهد بیشتری به‌طور ویژه درباره رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی خانواده بر هویت دینی و مشارکت دینی ارائه می‌دهد.

❖ نتایج این پژوهش یافته‌های پیشین در زمینه میزان پایین مشارکت دینی در جامعه ایرانی تأیید می‌کند و شواهد بیشتری در خصوص تأثیر بسیار چشم‌گیر آن بر هویت دینی ارائه می‌دهد؛ در نتیجه لازم است به بررسی علل کاهش مشارکت دینی در جامعه ایرانی پرداخت.

به‌طور کلی یافته‌های به‌دست‌آمده در این مطالعه، نشانگر نقش بسیار پررنگ و مؤثر مشارکت دینی نوجوان در کنار نقش مؤثر سرمایه اجتماعی درونی خانواده بر هویت دینی نوجوان است.

• در مجموع، هنگامی نوجوانان از هویت دینی بالاتری برخوردار می‌شوند که؛ میزان بالایی از مشارکت دینی در میان خود و نیز از تعاملات مثبت و قوی همراه با اعتماد، صمیمیت و حمایت از سوی خانواده بهره‌مند باشند. تعلق و اعتماد نسبت به خانواده می‌تواند منجر به تعلق، اعتماد و در نتیجه تعهد به جامعه بزرگ‌تر و نسبت به اجتماع دینی مسلمانان شود. به‌علاوه این تعاملات مثبت و قوی در خانواده، باعث افزایش مشارکت دینی نوجوانان می‌شود و از این طریق منجر به ارتقای ارزیابی مثبت مذهبی از خود و تعلق و تعهد بیشتر نسبت به اجتماع دینی و جامعه مسلمانان خواهد شد.

## منابع

- آخوندی، محمدباقر (۱۳۸۷)، *هویت ملی مذهبی جوانان*، قم: مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (موسسه بوستان کتاب).
- تقی زاده، مریم (۱۳۸۷)، «هویت دینی زنان و عوامل اجتماعی مرتبط با آن»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- توسلی، غلام عباس (۱۳۸۸)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران: انتشارات سمت.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج احمدی، تهران: نشر شیرازه.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، *جامعه‌شناسی نظم. تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، تهران: نشر نی.
- چیت‌ساز قمی، محمدجواد (۱۳۸۳)، «هویت دینی جوانان در ایران»، کتاب *هویت در ایران: رویکرد سیاسی، فرهنگی و ادبی* هویت و بحران، تهران: نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- چیت‌ساز قمی، محمدجواد (۱۳۸۵)، «جامعه ایرانی، هویت دینی و چالش‌های آن»، کتاب: *دین و هویت*، تهران: موسسه مطالعات ملی تمدن ایرانی.
- حاجیان، ابراهیم (۱۳۸۸)، *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- حاجیان، ابراهیم (۱۳۸۷)، «بررسی منابع هویت ایرانی»، رساله دکتری رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۷)، *هویت اجتماعی رویکردها و نظریات*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳)، «عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر بازتعریف هویت زنان»، پایان‌نامه دکتری رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران.
- سازمان ملی جوانان (۱۳۸۳)، *برنامه ارتقاء هویت دینی و ملی جوانان*.
- سراج‌زاده، سید حسین و محمدرضا پویافر (۱۳۸۷)، «مقایسه تجربی سنج‌های دین‌داری: دلالت روش‌شناسانه کاربرد سه‌سنج در یک جمعیت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هشتم، شماره ۴: ۷۰-۳۷.
- شریفی، اسماعیل و اکرم کاکاوندی (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان»، *فصلنامه تخصصی پژوهش جوانان فرهنگ و جامعه*، شماره چهارم: ۵۰-۲۵.
- شارع پور، محمود (۱۳۸۵)، *سرمایه اجتماعی مفهوم‌سازی، سنجش و دلالت‌های سیاست‌گذاری*، مازندران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.
- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۴)، «مدلی برای سنجش دین‌داری در ایران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ششم، شماره یک: ۶۶-۳۴.
- طالبان، محمدرضا (۱۳۸۸)، «چارچوبی مفهومی برای پیمایش دین‌داری در ایران»، *دو فصلنامه علمی - تخصصی اسلام علوم اجتماعی*، سال اول، شماره ۴۸: ۲-۷.

- طالبان، محمدرضا (۱۳۸۴)، «سنجش دین‌داری و ارزیابی مدل اندازه‌گیری آن»، در کتاب مبانی نظری مقیاس‌های دینی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه: ۵۲۳ - ۵۴۶.
- عیوضی، لیلا (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه میان مادران و دختران نوجوان بر شکل‌گیری نوع هویت دختران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا (س).
- عزتی، رحمان (۱۳۸۶)، «بررسی اثرات ماهواره بر هویت دینی (مطالعه شهر تهران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- غفوری کله، سیده معصومه (۱۳۸۴)، «بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده بر آن»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا، دانشکده علوم اجتماعی.
- فیلد، جان (۱۳۸۶)، *سرمایه اجتماعی*، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضانی، تهران: انتشارات کویر.
- فینی، جان. ام (۱۳۸۰)، «نظریه‌ای در باب تعهد دینی»، ترجمه افسانه توسلی، *نامه پژوهش*، دوره پنجم، شماره ۲۰ و ۲۱.
- کلانتری، عبدالحسین، جلیل عزیزی و سعید زاهد زاهدانی (۱۳۸۸)، «هویت دینی و جوانان» (نمونه آماری جوانان شهر شیراز)، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۶.
- گودرزی، حسین (۱۳۸۷)، «کارکرد هویت‌بخش مذهب شیعه در دوره صفویه»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۹: ۷۲-۴۵.
- نعمت الهی، زهرا (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین ابزارهای جهانی‌شدن و هویت دینی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی دانشگاه الزهرا.
- محمدی، جمال، محمود عیوضلو و فرشته رضایی (۱۳۹۲)، «تحلیل فضایی از تأثیر دین‌داری بر سرمایه اجتماعی» مورد مطالعه نقاط شهری و روستایی شهرستان کوهدشت، *مجله آمایش جغرافیایی فضا*، دوره هشتم: ۲۲-۱.
- هرویولزه، دانیل (۱۳۸۰)، «انتقال و شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی مدینی در مدرنیته: رساله‌ای تحلیلی درباره مسیرهای هویت‌یابی» ترجمه سیدمحمود نجاتی حسینی، *نامه پژوهش*، دوره پنجم، شماره ۲۰ و ۲۱.
- Coleman, J (1988), "social capital in creation of human capital ", American Journal Of Sociology,94:s95-s120
- Coleman,J.s (1990), Foundation of social Theory, Camdridge: Harvard university press
- Crus, Jose uiguel (2011). "social capital in the Americin: participation in Religious Group ". Americas Barometer in sights. No.15:
- Duane F.Alwin؛Jacobl, Feslon؛ Edward T,Walker؛ Paula A, Tufis, (2006), "Measuring Religious Identities In Survey", Public Opinion Quarterly, Vol. 70, No 4: Pp530 - 564.
- Layton, Emily; DavidC, Dollahite; sam A, Hardy, (2011), "Anchors of religious commitment in adolescents ", journal of adolescent research,26(3):381-413.
- Parcel, tobyl; manghan, Elizabeth.g, (1993), "family social capital and problem children's behaviour ", social psychology quartery, vo 1. 56, no. 2;120 - 113

- pearson, Allison W; Carr, Jon C; shaw, Jon C, (2008)," toward a theory of familiness: a social capital perspective", *Entrepreneurship theory and practice*, Baylor university:949-969
- Stryker,s; Burke, P, (2000),"the post, present and future of social identity theory". *social psychology quarty*, vol1, (6314):248-297
- Tajfel, H, (1978)," Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations", London:Academic Press.
- Tajfel, H, & Turner, J. C, (1986), "The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7–24). Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Turner, John C, (1999), Some current issues in research on social identity and self categorization theory, In Nome Ellemers,Russell Spears, Bertjan Doosje (eds) *social identity: Context,commitment, content*, London:Blackwell Publishers, pp: 6-34
- Winter,Ian (2000), "Toward a theorized understanding of Family Life and social coptal" *Australian Institution of family studies*:s1-s24
- Woodward,Kkath (2000),"Qquestioning identity.Ggender, class,Nnation", London, Routledge, The open university.
- wright, john paul; Cullen, francist; miller, jeremyt, (2001), "family social capital and delinquenty involvement", *Journal Of Criminal Justice*, no. 29, pp: 109
- Ysseldyk, Renate; Kimberly,Matheson a; hymie, anisman (2010), " religiosity as identity: toward an understanding of religion form a social identity perspective", *personality and social psy chology review*, 14(1): 60-71.