

رابطه هویت دینی و اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه مازندران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۱/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۵/۲۵

وحید قاسمی*

صمد عدلی پور**

سید احمد میرمحمدتبار دیوکلائی***

چکیده

اعتماد اجتماعی یکی از عناصر ضروری زندگی اجتماعی و از اجزا سازنده سرمایه اجتماعی به‌شمار می‌آید. هدف نوشتار حاضر، مطالعه رابطه بین میزان هویت دینی با اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان است. پژوهش حاضر، به‌صورت پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته و روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی با حجم نمونه ۴۰۰ نفر در بین دانشجویان دانشگاه مازندران در سال تحصیلی ۹۲-۹۳ انجام شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بعد اعتقادی هویت دینی با اعتماد اجتماعی کل و اعتماد نهادی رابطه مستقیم و معناداری دارد. رابطه بعد تجربی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن، مستقیم و معنادار است. بعد پیامدی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن، مستقیم و معنادار است. همچنین بعد مناسکی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد. به‌طور کلی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد. علاوه بر این، ۲۴ درصد از تغییرات اعتماد بین‌شخصی، ۲۰ درصد از تغییرات اعتماد تعمیم‌یافته و ۱۸ درصد از تغییرات اعتماد نهادی توسط هویت دینی تبیین می‌شود.

واژگان کلیدی

هویت دینی، اعتماد اجتماعی، اعتماد بین فردی، اعتماد تعمیم‌یافته، اعتماد نهادی

V.ghasemi@ltr.ui.ac.ir

Samadadlipour@gmail.com

Ahmad_mirtabar@yahoo.com

* دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان

** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان و نویسنده مسئول

*** کارشناسی ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران

مقدمه

نحوه تعامل افراد جامعه با یکدیگر، نوع شبکه‌های روابطی که بین آن‌ها شکل می‌گیرد، ارزش‌های حاکم بر این روابط و مهم‌تر از همه نحوه مشارکت افراد برای حل مشکلات متقابل و دستیابی به اهداف جمعی، همواره مورد توجه دانشمندان مختلف قرار گرفته است. در حقیقت سؤالاتی از این قبیل که افراد جامعه چگونه با وجود منافع متضاد شخصی با یاری و همکاری یکدیگر مشکلات جمعی و مسائل عمومی جامعه را رفع و حل می‌کنند، در کانون این توجه قرار داشته است. ادبیات سرمایه اجتماعی در گسترده‌ترین سطح تلاش دارد تا با رویکردی علمی پاسخگوی چنین پرسش‌هایی باشد. در واقع، مفهوم سرمایه اجتماعی چارچوبی برای تفکر دقیق درباره کیفیت تعاملات اجتماعی افراد جامعه به دست می‌دهد و تشریح‌کننده ویژگی‌های گروه‌های مختلف اجتماعی است که قدرت سازمان‌دهی جمعی و داوطلبانه برای پیشبرد خیر عمومی در جامعه را افزایش می‌دهد. اعتماد، شاخصی از سرمایه اجتماعی است که تبادل اجتماعی را در شرایط عدم اطمینان و ریسک تسهیل می‌کند (Cook, 2001) و در تحقق نظم اجتماعی و نیز زندگی روزمره، عنصری ضروری و حیاتی به‌شمار می‌آید. در واقع، اعتماد اجتماعی، یکی از مقولات و عناصر بنیادین در برقراری تعامل اجتماعی است (Hardin, 1996).

در جوامعی که اعتماد بالایی وجود دارد، مسئولیت‌پذیری بیشتری در سطوح پایین جامعه دیده می‌شود و در جوامعی که اعتماد کمتری وجود دارد، به‌نوعی فرار از مسئولیت بیشتر دیده می‌شود (Erden & Erden, 2009, p.218). در دنیای بدون اعتماد، زندگی سخت و نظم اجتماعی شکسته می‌شود. در صورت عدم وجود اعتماد، نهادهایی که نوعاً مقررات و نظارت اجتماعی را در جامعه تولید و تقویت می‌کنند و شرایط سازمانی را برای همکاری در جامعه مهیا می‌سازند، باید برای برقراری نظم اجتماعی عملکرد خود را به‌صورتی متصلب و انعطاف‌ناپذیر اجرا کنند.

به عقیده بسیاری از محققان و صاحب‌نظران، یکی از عواملی که نقش قابل‌ملاحظه‌ای در افزایش اعتماد اجتماعی دارد، دین است (افشانی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۸۶). دین یکی از ابزارهای سازمان‌دهنده اعتماد است که به چندین طریق عمل

می‌کند. عقاید دینی، نوعاً قابلیت اطمینان و اتکا را وارد تجربه رویدادها و وضعیت‌ها می‌کنند و چارچوبی تشکیل می‌دهند که بر اساس آن می‌توان رخدادها و وضعیت‌های مذکور را تبیین کرد و در مقابل آن‌ها واکنش نشان داد (زین‌آبادی، ۱۳۸۷، صص ۱۵۲-۱۵۳). مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که هرچه ارزش‌های دینی، فرهنگی و اخلاقی تقویت شده باشد، رفتار افراد پیش‌بینی‌پذیرتر می‌شود؛ چراکه افراد در چارچوب قواعد خاصی رفتار می‌کنند. بنابراین قابلیت اعتماد افراد بیشتر و مناسبات اجتماعی روان‌تر و کم‌هزینه‌تر صورت می‌گیرد (شریفی، ۱۳۸۷، ص ۲۸۲).

بنابراین، با توجه به تأثیر دین و به تبع آن، هویت دینی در سامان دادن به اعتماد و سرمایه اجتماعی، این مطلب به ذهن خطور می‌کند که آیا در دوره کنونی که ایده‌های سکولاریستی ملهم از تأثیرات مدرنیته قدرت‌نمایی می‌کنند، می‌توان در جامعه آماری مورد نظر (دانشجویان دانشگاه مازندران) انتظار داشت که آیا با تغییر میزان هویت دینی میزان اعتماد اجتماعی نیز تغییر می‌کند؟ از این رو، نوشتار حاضر بر آن است تا رابطه هویت دینی و اعتماد اجتماعی را بررسی و تجزیه و تحلیل نماید. مطالعه این ارتباط در جریان پژوهش حاضر، می‌تواند عملکرد بخش‌های مهمی از این دانشگاه و حتی شهر مازندران را تحت تأثیر قرار دهد و سبب برنامه‌ریزی‌هایی در جهت ارتقای اعتماد اجتماعی با تکیه بر عنصر هویت دینی شود.

۱. پیشینه پژوهش

انعام (۱۳۸۱) در پژوهش خود با عنوان «بررسی اعتماد بین شخصی در بین روستاهای نمونه شهرستان شهریار»، به این نتیجه رسید که بین دین و اعتماد بین شخصی رابطه وجود دارد.

یافته‌های پژوهش کتابی و همکاران (۱۳۸۳) و حیدرآبادی (۱۳۸۸) حاکی از آن است که بین میزان اعتماد اجتماعی و دین‌داری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد.

نتایج تحقیق افشانی و همکاران (۱۳۸۸) با عنوان «اعتماد اجتماعی در شهر یزد؛ تحلیلی از سطوح و عوامل» حاکی از رابطه مستقیم میزان دین‌داری با میزان افزایش اعتماد اجتماعی بود. بر اساس نتایج این تحقیق، آموزه‌های دینی می‌تواند با تقویت

مفاهیمی نظیر صداقت، خوش بینی، عدم تظاهر و غیره زمینه اعتماد افراد به یکدیگر را فراهم آورد.

مهدوی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر دینداری بر اعتماد اجتماعی شهروندان تهرانی»، نشان دادند که متغیر دین داری به طور مستقیم بر اعتماد اجتماعی مؤثر است و علاوه بر آن، به طور غیرمستقیم با متغیرهای مستقل ثانویه، نوع شخصیتی معاشرتی و مشارکت های داوطلبانه نیز بر آن اثر می گذارند.

یافته های پژوهش افشانی و همکاران (۱۳۸۹) حاکی از آن است که بین میزان دین داری با ابعاد مختلف میزان اعتماد اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش میزان دین داری، اعتماد نهادی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد بین شخصی افزایش می یابد. در مجموع با افزایش میزان دین داری، میزان اعتماد اجتماعی افزایش پیدا می کند.

یافته های پژوهش سیالا^۱ و همکاران (۲۰۰۴) نشان داد که مسلمانان به کتاب فروشی های اینترنتی مسلمانان بیشتر اعتماد داشتند تا دیگر کتاب فروشی های اینترنتی، اما مسیحیان برعکس مسلمانان نسبت به خرید اینترنتی از کتاب فروشی های مذاهب دیگر اعتماد بیشتری داشتند.

در تحقیق وچ^۲ و همکاران (۲۰۰۴)، سه جنبه برای اعتماد در نظر گرفته شده بود: سطح عمومی اعتماد، اعتماد به همکاران و اعتماد به همسایه ها. یافته های این تحقیق حاکی از آن است که اهتمام دینی به تنهایی سازوکاری برای اعتماد اجتماعی و اینکه افراد مشارکت مردم سالار داشته باشند، فراهم نمی کند و شاید نظام های اعتقادی و فرهنگ های خاص خرده گروه های دینی اهمیت و تأثیر بیشتری در ایجاد رابطه میان دین داری و اعتماد داشته باشند.

یوهانسون^۳ (۲۰۰۹) در تحقیقی با عنوان «اعتماد و مذهب: شواهد تجربی از مناطق روستایی در بنگلادش» نشان داد که هر دو گروه از پیروان مذهبی (مسلمانان و هندوها) بیشتر به هم مذهب های خود اعتماد داشتند؛ یعنی مسلمانان به مسلمانان و هندوها به هندوها.

در جمع‌بندی مطالعات انجام‌شده، باید گفت که تحقیقات مختلف نشان داده که بین مذهب، دین‌داری و اعتماد اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ به این صورت که هرچه میزان دین‌داری در بین افراد بیشتر باشد، اعتماد افراد در درون خانواده و گروه‌های کوچک زیاد شده و سبب می‌شود که اعتماد از حوزه شخصی به سطح وسیع‌تر، یعنی جامعه توسعه پیدا کند. هرچه در روابط شخصی بین اعضای جامعه، مذهب جایگاه بالاتری داشته باشد، سبب می‌شود که اعتماد اجتماعی هم بین افراد جامعه بالاتر باشد.

۲. گستره مفهومی و نظری پژوهش

۲-۱. هویت دینی

دین، دین‌داری و هویت دینی در نظریه‌ها و پژوهش‌های تجربی علوم اجتماعی همواره مورد توجه بوده است. به نظر می‌رسد که این یک امر پذیرفته‌شده و عمومی در میان دانشمندان علوم اجتماعی است که هویت دینی نقش پررنگی در زندگی مردم داراست. در بحث هویت دینی، برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک در یک جامعه مورد توجه قرار می‌گیرد. با توجه به شدت یافتن فرایندهای توسعه و نوسازی در جوامع کنونی، مذهب همچنان در تمام ابعاد خود به‌عنوان منبعی مهم برای هویت و معنابخشی در جهان متجدد به‌شمار می‌رود.

موضوع هویت دینی و الگوی آن در ارتباط با هر دینی متفاوت است (Duane, 2006, p. 535)؛ زیرا هویت دینی به‌شدت به ماهیت و تاریخ ادیان، تاریخ جنبش‌های مذهبی و نوع عقاید دینی مربوط می‌شود. بنابراین، در اندازه‌گیری هویت دینی در هر دین خاص باید به ترجیحات دینی، نوع طبقه‌بندی فرقه‌ها، و ارزش‌ها و نگرش‌های مذهبی هرکدام توجه کرد. در واقع، هویت دینی عبارت است از شناخت ارزش‌ها و احساس تعلق فرد نسبت به عضویت در یک اجتماع دینی خاص (Jacobson, 1998, p.14) و همچنین، می‌توان گفت که هویت دینی مجموعه‌ای نسبتاً پایدار و ثابت از ایستارهاست که فرد از رابطه خود با دین در ذهن دارد. هویت دینی به‌عنوان هویت جمعی متضمن آن سطح از دین‌داری است که با مای جمعی یا همان اجتماع دینی یا

امت مقارنت دارد (حاجیان، ۱۳۸۸، ص ۴۳۷). از منظر روان‌شناختی، هویت دینی به رابطه آدمی با دین و مؤلفه‌های آن، میزان تعلق و گرایش‌های فرد بر حول ارزش‌ها و موازین دینی و چگونگی تأثیر آن‌ها در زندگی او در نظر گرفته شده که دارای ابعادی همچون رابطه فرد با خویشتن، رابطه فرد با خدا، رابطه فرد با جهان هستی و رابطه فرد با جامعه است.

آخوندی (۱۳۷۷) مؤلفه‌های هویت دینی را پابندی نظری و عملی به مذهب، انجام مراسم مذهبی، کنشگری پیرامون مذهب، خود و خانواده‌اش را مذهبی دانستن، توجه به عقاید ویژه مذهبی، احساس معنادار بودن زندگی، احساس معنای بخشی دین و شرکت در خدمات داوطلبانه مذهبی دانسته است و وی معتقد است که هویت دینی به معنای احساس تعلق و تعهد فرد نسبت به باورها، احکام و ارزش‌های دینی است.

عاملی (۱۳۸۶) در تفکیک هویت دینی از دین‌داری معتقد است که در بحث از دین‌داری، موضوع عبارت است از دین از منظر بازتابی که در رفتار و اعتقاد دینداران دارد، اما در بحث از هویت دینی، موضوع عبارت است از کنش کنش‌گران اجتماعی در مواجهه با دین. اگر رابطه دین با دین‌داران را دارای دو جهت بدانیم، یکی از سمت دین به سوی کنش‌گر و دیگری از سمت کنش‌گر به سوی دین، دین‌داری بیشتر مرتبط با جهت از دین به سوی کنش‌گر است، اما هویت دینی مرتبط با جهت از کنش‌گر به سوی دین است؛ به عبارت دیگر، در مطالعه دین‌داری، دین مبدأ اصلی مطالعه است. در واقع موضوع مورد مطالعه در اصل دین است، اما از آن نظر که در عمل و عقیده دین‌داران ظاهر شده است، درحالی که در مطالعه هویت دینی، مبدأ، شخص دین‌دار است و موضوع اصلی، شخص دین‌دار یا کنش‌گر اجتماعی است، از آن حیث که با دین رابطه برقرار می‌کند. در مطالعه دین‌داری، چهره‌های مختلفی که دین در عمل و ذهنیت دین‌داران به خود می‌گیرد، مطالعه می‌شود، اما در بررسی هویت دینی، انواع کنش‌ها و واکنش‌هایی که کنش‌گران مختلف اجتماعی هنگام مواجهه با دین و برقراری رابطه با آن از خود بروز می‌دهند، بررسی می‌گردد.

بر اساس آنچه ذکر شد، پیشنهاد می‌شود تعریف زیر را به عنوان برآیندی از مجموع ویژگی‌های گفته شده برای هویت دینی بپذیریم: میزان شناخت فرد از تعلق و ارتباطش

نسبت به دینی خاص و پیامدهای ارزشی مثبتی که فرد برای این تعلق و ارتباط قائل است و بالاخره، احساسات خاص فرد نسبت به آن دین و نسبت به دیگرانی که مثل او رابطه‌ای مشابه با آن دین دارند. به بیان دیگر، هویت دینی عبارت است از: تعریف شخص از خود براساس داشتن تعلق نسبت به دینی خاص به همراه ملاحظات ارزشی و احساسی مترتب با آن (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱۴).

۲-۲. اعتماد اجتماعی

اعتماد را می‌توان اطمینان فرد به دیگران و عدم بدگمانی به افراد جامعه تعریف کرد (حسینی، ۱۳۸۹، ص ۳۸). اعتماد اجتماعی زیربنای نظم جامعه است. اعتماد اجتماعی نه تنها موجب پابندی به اصول مشترک و پیش‌بینی‌پذیر بودن الگوهای رفتاری می‌شود بلکه در تقویت همبستگی و انسجام اجتماعی نیز مؤثر است.

اعتماد «باوری قوی به اعتبار، صداقت و توان یک فرد، انتظاری مطمئن و اتکا به یک ادعا یا اظهار نظر، بدون آزمون کردن آن است» (Lyon, 2002, p.664). در جای دیگر آمده که اعتماد عبارت است از اطمینان به دیگران با وجود امکان فرصت‌طلبی، عدم قطعیت و مخاطره‌آمیز بودن آنان (Misztal, 1996, p.18). اعتماد در متن کنش‌های انسان نمود پیدا می‌کند، به‌خصوص در آن دسته از کنش‌ها که جهت‌گیری معطوف به آینده دارند و آن نوعی رابطه کیفی است که به تعبیر کلمن «قدرت عمل کردن را تسهیل می‌کند» (کلمن، ۱۳۸۶، ص ۲۹۷).

در واقع، اعتماد تسهیل‌کننده مبادلات در فضای اجتماعی است که هزینه مذاکرات و مبادلات اجتماعی را به حداقل می‌رساند و برای حل مسائل مربوط به نظم اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و عنصر پیش‌قراردادی و مقوم حیات اجتماعی است. به تعبیری مفاهیم مربوط به اعتماد به‌طور بالقوه و روابط اجتماعی را توصیف می‌نمایند که دربردارنده تمایزات افقی بین حوزه‌های مربوط به فضای عمومی و شخصی است. به نظر آلموند و وربا، اعتماد به یکدیگر شرط تشکیل روابط ثانوی است (اینگلهارت، ۱۳۷۳، ص ۲۴).

اعتماد اجتماعی دلالت بر انتظاراتها و تعهدهای اکتسابی و تاییدشده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمانها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی شان دارند، تعریف شده است، و قرین با رابطه متقابل تعمیم یافته است.

کلمن اعتماد را کیفیتی از رابطه می داند که در آن دست کم دو طرف اعتمادکننده و امین وجود دارند. وی هر دو را هدفمند، عنوان می کند؛ هدفی که تأمین منافع است (کلمن، ۱۳۸۶، ص ۵۳). اما زتومکا^۶ (۱۹۹۹، ص ۶۷) اعتماد را نوعی شرط بندی نسبت به کنش های متحمل دیگران در آینده می داند. او سه مبنای اصلی برای اعتماد تعریف کرده است که عبارت اند از: ارزشمندی اعتماد بازتابی، خوش بینی عوامل و فرهنگ اعتماد. لومان^۶ اعتماد را از مفهوم اطمینان تمیز داده و معتقد است اعتماد با مفهوم مخاطره یا ریسک در ارتباط است و در دوران اخیر (مدرنیته) مطرح شده است. وی کارکرد اعتماد را درون نظام اجتماعی بررسی کرده با کارکرد قانون در جامعه مقایسه می کند. به اعتقاد لومان، کارکرد اعتماد در نظام اجتماعی این است که عدم تعیین اجتماعی را کاهش و بدین ترتیب قابلیت پیش بینی رفتارها را افزایش می دهد. اعتماد در واقع یک نوع سازوکار اجتماعی است که در آن انتظارات، اعمال و رفتار افراد تنظیم و هدایت می شود (Luhmann, 1979, p.6). وی می گوید باید اعتماد و آشنایی را از همدیگر تفکیک کنیم. آشنایی یک حقیقت اجتناب ناپذیر زندگی است و اعتماد یک راه حل برای مسائل خاص ریسک است. اما گیدنز برخلاف نظر لومان معتقد است مفهوم اطمینان و اعتماد به طور نزدیکی به هم مربوط اند و در عین حال، اعتماد و امنیت وجودی را نیز به هم وابسته می داند. وی احساس امنیت را اطمینانی می داند که بیشتر افراد به تداوم تشخیص هویت خود و دوام محیط های اجتماعی و مادی کنش در اطراف خود دارند (گیدنز، ۱۳۸۷، صص ۶۰-۶۱).

پاتنام به عنوان ویژگی های فردی، میزان اعتماد افراد را با وضعیت پایگاه اجتماعی، میزان تحصیل، میزان درآمد و تجارب شخصی آنها مرتبط می داند. پاتنام در موضوع اعتماد، البته به عوامل اجتماعی اهمیت بیشتری می دهد. او در این زمینه می گوید: «منابع اعتماد به ما چیزهای زیادتری در رابطه با جوامع و سیستم های اجتماعی می گویند تا ویژگی های شخصی افرادی که در آن جوامع زندگی می کنند» (Putnam, 2000, p.137).

به نظر پاتنام افراد، هنجارهای اساسی، مشارکت، همکاری و مبادله را از طریق پیوستگی و تعلق گروهی یاد می‌گیرند و سپس، به همدیگر اعتماد می‌کنند. به نظر وی به همین دلیل، میزان اعتماد در اجتماعات کوچک و محدود بیشتر از اجتماعات بزرگ و گسترده با جمعیت بالاست. بنابراین از دیدگاه پاتنام میزان گستردگی روابط بر میزان اعتماد مؤثر است.

فوکویاما^۶ بیشتر به اعتماد تعمیم‌یافته توجه دارد. او در این باره می‌گوید: اشکال مختلف سرمایه اجتماعی مردم را قادر می‌سازد که به یکدیگر اعتماد کنند. از نظر او میزان سرمایه اجتماعی در وسعت و شعاع اعتماد اجتماعی تأثیر دارد. هرچه میزان گستردگی روابط برون‌گروهی با آثار خارجی مثبت آن تقویت گردد، بر میزان شعاع اعتماد اجتماعی افزوده می‌شود. در مقابل، هرچه میزان گستردگی روابط برون‌گروهی کاهش یابد، میزان اعتماد هم کاهش می‌یابد (معیدفر و جهانگیری، ۱۳۸۸، ص ۵۴).

اسلانر^۷ در یک تقسیم‌بندی دیگر، اعتماد را در دو دسته تجربی و اخلاقی قرار می‌دهد و معتقد است که اعتماد تجربی مبتنی بر دانش و شناخت ریسک از قبل در ارتباط با افرادی است که آن‌ها را می‌شناسیم. اما اعتماد اخلاقی به‌عنوان شالوده اعتماد عام در ارتباط با افرادی است که آن‌ها را نمی‌شناسیم و بیشتر افراد را در ارزش‌های اخلاقی اساسی سهیم و مشترک می‌دانیم (ادهمی، ۱۳۸۶، ص ۶۶).

اوفه^۹ انواع اعتماد اجتماعی را مطرح کرده است: الف) اعتماد شهروندان به هم‌شهری‌های خود یا مقوله فرعی دنیای «دیگران»، ب) اعتماد شهروندان به نخبگان سیاسی یا نخبگان سایر بخش‌ها (از قبیل نمایندگان کلیساها، رسانه‌ها، پلیس، نظام دادگاه یا پزشکان)، ج) اعتماد نخبگان به یکدیگر و نخبگان دیگر بخش‌ها از قبیل نخبگان بخش‌های تجاری، کارگری، دینی، دانشگاهی، ارتشی و غیره) اعتماد سطوح بالا به سطوح پایین جامعه. اعتماد نخبگان درباره گرایش‌های رفتاری توده‌ها. اگرچه بیشتر مطالعات بر دومین حوزه روابط اعتماد تمرکز داشته‌اند، ولی اوفه بر اعتماد افقی در میان غیرنخبگان تأکید دارد (تاجبخش، ۱۳۸۴، صص ۲۰۶-۲۰۷).

گیدنز نیز اعتماد اجتماعی را به چهار دسته (۱) اعتماد بنیادی، (۲) اعتماد بین‌شخصی، (۳) اعتماد انتزاعی و (۴) اعتماد تعمیم‌یافته تقسیم می‌کند. دسته اول، اعتماد

به افرادی است که در روابط رو در رو می‌شناسیم؛ مانند خانواده و خویشاوندان و دوستان. دسته دوم، اعتماد به نهادها و سازمان‌های اجتماعی و افراد حقوقی است؛ مانند پلیس، قضات، اساتید و معلمان، هنرمندان و غیره. دسته سوم، اعتماد به افرادی است که نمی‌شناسیم مانند شهروندانی که در شهر و کشور خود با آنان هم‌شهری یا هم‌وطن هستیم، اما هیچ شناخت دیگری از آنان نداریم (گیدنز، ۱۳۸۸).

۳. چارچوب نظری

دین 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 جامعه‌شناختی، با تأکید بر بعد عینی و خارجی آن، با سایر مضامین ملی از جمله دولت، تاریخ و میراث فرهنگی درآمیخته است. دین و مذهب از گذشته تاکنون عامل به‌وجودآورنده هویت مشخص برای معتقدان خود و تمایز میان آن‌هایی بوده که اعتقادی به آن نداشته‌اند؛ به عبارتی، بخش مهمی از هویت انسان‌ها با مذهب و دین آن‌ها شناخته می‌شود. به این ترتیب، دین و مذهب کارکردهای اجتماعی مختلفی از قبیل اجتماعی کردن اعضای جامعه، کاهش کشمکش، تحکیم ارزش‌های مشترک، یکپارچه‌سازی جامعه، حفظ ثبات اجتماعی و تقویت نظارت اجتماعی را برعهده داشته‌اند. حبیب‌زاده در تحقیقی با عنوان «بررسی هویت ملی و دینی جوانان و تأثیر آن بر مشارکت سیاسی و اجتماعی» بیان می‌کند که برای بالا بردن میزان مشارکت سیاسی اجتماعی جوانان باید هویت ملی - دینی جوانان تقویت شود (منصورنژاد، ۱۳۸۵، ص ۱۷۷).

همچنین، مذهب در ایجاد فروبستگی^{۱۰} 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 مجموعه روابط اجتماعی با سایر اعضای آن نهاد مذهبی پیدا می‌کند. 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 سازوکار 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 مجموعه 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 دانشمندان به «هویت-نقش» تعبیر می‌شود. بر اساس نظریهٔ ویمبرلی^{۱۱}، هرچه نقش مذهبی بودن شخص در سلسله‌مراتب «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 به‌عنوان یک نظام معنادار در زندگی روزانه آن‌ها نقش بازی کنند و پیام‌هایی که از سوی آن عناصر صادر می‌گردد، به‌عنوان راهنمایی در جهت روابط اجتماعی افراد قلمداد می‌گردد؛ برای مثال، مورگان^{۱۲} 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 روحیهٔ همکاری و تعاون را در افراد جامعه ایجاد بکند (گنجی، ۱۳۸۳، ص ۱۲۵). در مجموع، با توجه به پیشینهٔ پژوهش و رویکردهای نظری بالا می‌توان فرضیه‌های زیر را طرح کرد:

- ❖ بین جنس و اعتماد اجتماعی افراد رابطهٔ معناداری وجود دارد.
- ❖ بین میزان هویت دینی و اعتماد اجتماعی افراد رابطهٔ معناداری وجود دارد.
- ❖ بین میزان هویت دینی و اعتماد بین‌شخصی افراد رابطهٔ معناداری وجود دارد.
- ❖ بین میزان هویت دینی و اعتماد تعمیم‌یافتهٔ افراد رابطهٔ معناداری وجود دارد.
- ❖ بین میزان هویت دینی و اعتماد نهادی رابطهٔ معناداری وجود دارد.

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کمی است و به روش پیمایشی انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات مدنظر از فن پرسشنامه محقق ساخته بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دختر و پسر دانشگاه مازندران در سال تحصیلی ۱۳۹۲-۱۳۹۳ است که بر اساس اطلاعات موجود تقریباً ۱۰۰۰۰ نفر برآورد شده است. حجم نمونه با بهره‌گیری از جدول لین^{۱۳} با لحاظ پارامتر ۵۰ درصد، سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد ۳۸۰ نفر برآورد شد که برای اطمینان از نتایج، ۴۰۰ پرسشنامه تکمیل شد و تجزیه و تحلیل گردید. با توجه به تنوع رشته‌ها و دانشکده‌ها از شیوه نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی استفاده شده است.

برای سنجش اعتبار ابزار تحقیق از اعتبار صوری (مراجعه به داوران و پژوهشگران دیگر) و اعتبار نمونه‌ای (انجام آزمون مقدماتی و طرح سؤالات نیمه‌باز) استفاده شده است. پایایی ابزار نیز با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی شده و مقدار آلفای تمامی متغیرها بالای ۰/۷۰ و در حد مطلوب است. به طوری که میزان آلفای بعد اعتماد بین‌شخصی ۰/۸۲، اعتماد تعمیم‌یافته ۰/۷۴، اعتماد نهادی ۰/۷۸ است. همچنین، میزان آلفای کرونباخ ابعاد متغیر هویت دینی بدین صورت است: بعد اعتقادی ۰/۸۸، بعد پیامدی ۰/۷۳، بعد تجربی ۰/۷۵، و بعد مناسکی ۰/۸۴ است.

۴-۱. تعریف عملیاتی مفاهیم

هویت دینی: در پژوهش حاضر، مفهوم هویت دینی به‌عنوان متغیر مستقل با چهار بعد احساسی، اعتقادی، مناسکی و پیامدی بر اساس تعدادی گویه که در قالب طیف لیکرت تنظیم شده، سنجیده شده است. گویه‌های متغیر هویت دینی به تفکیک هریک از ابعاد در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. گویه‌های سنجش هویت دینی به تفکیک ابعاد آن

متغیر	بعد	گویه‌ها
هویت دینی	اعتقادی	اعتقاد به وجود خداوند، اعتقاد به حضرت محمد(ص)، اعتقاد به بهشت و جهنم، اعتقاد به ظهور منجی بشریت، اعتقاد به قرآن و حقانیت آن
	احساسی	احساس توبه کردن و از خدا کمک خواستن، احساس معنویت دست دادن در اماکن مذهبی، تجربه کردن احساس ترس از خدا، احساس عذاب وجدان پس از ارتکاب گناه، احساس آرامش کردن موقع شنیدن صدای اذان و قرآن
	پیامدی	مهم بودن کسب روزی حلال، رعایت حجاب، دروغ گفتن، بهره گرفتن هنگام دادن پول به دیگران، برداشت وسایل دیگران بدون اجازه آن‌ها و برنگردان آن
	مناسکی	نماز خواندن، روزه گرفتن، قرآن خواندن، صدقه دادن، شرکت در جشن‌ها و مراسم مذهبی، شرکت در نماز جماعت، شرکت در جلسات تلاوت قرآن

اعتماد اجتماعی: در پژوهش حاضر متغیر اعتماد اجتماعی با سه بعد اعتماد بین‌فردی، اعتماد تعمیم‌یافته و اعتماد نهادی مورد سنجش قرار گرفته است. اعتماد بین‌فردی حاصل روابط مستقیم و چهره‌به‌چهره میان اعضا جامعه است. در واقع، این اعتماد «باریک‌ترین شعاع اعتماد در بین اعضای خانواده است که فضایی مملو از صمیمیت و نزدیکی بر آن حاکم است. این اعتماد معطوف به افرادی است که آن‌ها را می‌شناسیم و با آن‌ها به‌عنوان دوست، همسایه، همکار و شریک تجاری رابطه رو در رو داریم (Sztompka, 1999, p.42). اعتماد عام یا تعمیم‌یافته را می‌توان داشتن حسن ظن نسبت به افراد جامعه، جدای از تعلق آن‌ها به گروه‌های قومی و قبیله‌ای تعریف نمود. اعتماد تعمیم‌یافته، تنها به افرادی که روابط رو در رو دارند، محدود نمی‌گردد بلکه

مرزهای خانوادگی، همسایگی، قومی و محلی را درمی‌نوردد و در سطح ملی گسترش می‌یابد (اوجاقلو و زاهدی، ۱۳۸۴، ص ۱۰۲). در مورد اعتماد نهادی نیز می‌توان گفت که در جامعه، انسان‌ها گاهی با کنش‌گران غیرفردی ارتباط برقرار می‌کنند. به این ترتیب، شکل دیگری از اعتماد مطرح می‌شود که متوجه ساختارهای غیرشخصی است. در این مورد به اعتماد مدنی و اعتماد نهادی اشاره شده است. اعتماد نهادی به نهادهای رسمی دولتی و اعتماد مدنی به نظام‌های تخصصی مربوط است (Stone, 2001, p.26). گویه‌های متغیر اعتماد اجتماعی به تفکیک هر یک از ابعاد در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. گویه‌های سنجش اعتماد اجتماعی به تفکیک ابعاد آن

متغیر	بعد	گویه
اعتماد اجتماعی	اعتماد بین فردی	اعتماد کردن به اعضای خانواده، اعتماد کردن به خویشاوندان خود، اعتماد کردن به دوستان خود، اعتماد کردن به همسایگان، اعتماد کردن به همکاران خود
	اعتماد تعمیم‌یافته	اعتماد کردن به دیگران، صادق بودن دیگران در برخورد با شما، یکی بودن ظاهر و باطن دیگران، برگرداندن کیف گم‌شده توسط مردم، کمک به فرد غریبه در شب، سوار کردن فرد غریبه هنگام رانندگی در شب، ضایع کردن حق توسط دیگران، دادن تلفن همراه به فرد غریبه برای استفاده، قرض دادن پول به فرد ناشناس
	اعتماد نهادی	اعتماد به آموزش و پرورش، شهرداری، صدا و سیما، نظام بانکی، معلمان، پزشکان، پرستاران، نیروی انتظامی، روحانیان، اداره پست، استادان دانشگاه، کارمندان ادارات، نمایندگان مجلس، قضات، بازاری‌ها، مؤسسات مسافربری، کمیته امداد، سازمان انتقال خون

۵. یافته‌های پژوهش

۴۹ درصد از پاسخ‌گویان مرد و ۵۱ درصد آن‌ها زن می‌باشند. دامنه سنی پاسخ‌گویان تحقیق از ۱۸ تا ۳۰ سال و میانگین سنی این افراد ۲۱ سال است. مقطع تحصیلی ۸۴/۶ و ۱۵/۴ درصد پاسخ‌گویان به ترتیب در حد کارشناسی و کارشناسی ارشد قرار دارد. ۹۱/۱ درصد از افراد حاضر در تحقیق مجرد، ۷/۳ درصد متأهل و ۱/۶ درصد طلاق گرفته‌اند.

جدول شماره ۳ توزیع درصدی میزان هویت دینی و ابعاد آن پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که بعد اعتقادی هویت دینی ۱/۲، ۱۰/۳ و ۸۸/۵ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب در حد پایین، متوسط و بالاست. میانگین بعد اعتقادی با ۴/۴ از ۵ در حد زیاد ارزیابی می‌شود. بعد تجربی هویت دینی ۰/۷، ۱۸/۹ و ۸۰/۴ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب در حد پایین، متوسط و بالا قرار دارد. میانگین بعد تجربی با ۳/۸۷ از ۵ در حد زیاد قرار دارد. همچنین، بعد پیامدی هویت دینی ۰/۷، ۵۹/۱ و ۴۲/۲ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب در حد پایین، متوسط و بالاست. میانگین این بعد با ۳/۳۸ از ۵ در حد متوسط ارزیابی می‌شود. بعد مناسکی هویت دینی ۱۳/۵، ۷۰/۸ و ۱۵/۷ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب در حد پایین، متوسط و بالا قرار دارد. میانگین بعد مناسکی با ۲/۶۷ از ۵ در حد متوسط قرار دارد. مقایسه میانگین‌های ابعاد هویت دینی نشان می‌دهد که بعد اعتقادی دارای بیشترین و بعد مناسکی دارای کمترین میانگین در بین ابعاد هویت دینی می‌باشند. طبق نتایج جدول شماره ۳، هویت دینی ۷۱/۱ درصد از پاسخ‌گویان در حد بالا و ۲۸/۲ آن‌ها در حد متوسط است، درحالی‌که کمتر از یک درصد از پاسخ‌گویان (۰/۷ درصد) هویت دینی خود را در حد پایین گزارش کردند. هویت دینی پاسخ‌گویان با ۳/۵۸ از ۵ در حد بالا ارزیابی می‌شود.

جدول ۳. توزیع درصدی میزان هویت دینی پاسخ‌گویان و ابعاد آن

ابعاد / میزان	بعد اعتقادی	بعد تجربی	بعد پیامدی	بعد مناسکی	هویت دینی
پایین	۱/۲	۰/۷	۰/۷	۱۳/۵	۰/۷
متوسط	۱۰/۳	۱۸/۹	۵۹/۱	۷۰/۸	۲۸/۲
بالا	۸۸/۵	۸۰/۴	۴۲/۲	۱۵/۷	۷۱/۱
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
میانگین	۴/۴	۳/۸۷	۳/۳۸	۲/۶۷	۳/۵۸

جدول شماره ۴ توزیع درصدی میزان اعتماد اجتماعی و ابعاد آن پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که در بعد اعتماد بین‌شخصی ۳/۲، ۴۹/۸ و ۴۷/۱ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب در حد پایین، متوسط و بالاست. میانگین بعد اعتماد بین‌شخصی با ۳/۴۳ از ۵ در حد متوسط ارزیابی می‌شود. بعد اعتماد تعمیم‌یافته ۲۲/۳، ۶۸/۶ و ۹/۱ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب در حد پایین، متوسط و بالا قرار دارد. میانگین بعد اعتماد تعمیم‌یافته با ۲/۳۸ از ۵ در حد متوسط رو به پایین قرار دارد. همچنین بعد اعتماد نهادی ۱۵، ۷۲/۱ و ۱۳ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب در حد پایین، متوسط و بالاست. میانگین این بعد با ۲/۶۱ از ۵ در حد متوسط ارزیابی می‌شود. مقایسه میانگین‌های ابعاد اعتماد اجتماعی نشان می‌دهد که بعد اعتماد بین‌شخصی دارای بیشترین و بعد اعتماد تعمیم‌یافته دارای کمترین میانگین در بین ابعاد اعتماد اجتماعی می‌باشند. طبق اطلاعات جدول شماره ۴، اعتماد ۸۵ درصد از پاسخ‌گویان در حد متوسط و ۱۱/۸ آن‌ها در حد بالاست، در حالی که حدود ۳/۲ درصد از پاسخ‌گویان اعتماد اجتماعی خود را در حد پایین گزارش کردند. اعتماد اجتماعی پاسخ‌گویان با ۲/۸ از ۵ در حد متوسط ارزیابی می‌شود.

جدول ۴. توزیع درصدی میزان اعتماد اجتماعی پاسخ‌گویان و ابعاد آن

اعتماد اجتماعی	اعتماد نهادی	اعتماد تعمیم‌یافته	اعتماد بین‌شخصی	ابعاد میزان
۳/۲	۱۵	۲۲/۳	۳/۲	کم
۸۵	۷۲/۱	۶۸/۶	۴۹/۸	متوسط
۱۱/۸	۱۳	۹/۱	۴۷/۱	زیاد
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع
۲/۸۰	۲/۶۱	۲/۳۸	۳/۴۳	میانگین

جدول شماره ۵ نشان‌دهنده مقایسه میزان اعتماد پاسخ‌گوها بر حسب جنس است. نتایج حاصل از آزمون T در جدول زیر حاکی از آن است که در مجموع بین زنان و مردان، با توجه به نمره میانگین میزان اعتماد آنان تفاوت معناداری وجود دارد. در این آزمون نمره میانگین اعتماد اجتماعی مردان (۲/۸۹) به نسبت بیشتر از نمره میانگین زنان (۲/۷۲) است و این اختلاف به لحاظ آماری معنادار است (تأیید فرضیه اول). هم‌چنان‌که نتایج حاصل از جدول شماره ۵ نشان می‌دهد در مقایسه‌ای که بین زنان و مردان به لحاظ میزان اعتماد آنان در ابعاد مختلف صورت گرفته، در همه این ابعاد و شاخص‌ها (به غیر از اعتماد بین‌شخصی) مقدار T بیشتر از ۱/۹۶ و مقدار سطح معناداری نیز کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین بر مبنای این آزمون، می‌توان گفت که اختلاف میانگین نمره‌ای که زنان و مردان به‌طور مجزا کسب نموده‌اند، به لحاظ آماری معنادار است. این آزمون نشان داد که میزان رواج اعتماد در کل و همچنین در ابعاد و شاخص‌های آن، در مجموع در نمره میانگین مردان بیشتر از زنان است.

جدول ۵. مقایسه میزان اعتماد پاسخ‌گویان بر حسب جنس

sig	t	میانگین	تعداد	جنسیت	ابعاد اعتماد
۰/۱۷۵	-۱/۳۶	۳/۳۸	۲۰۴	زن	اعتماد بین‌شخصی
		۳/۴۸	۱۹۶	مرد	
۰/۰۰۱	-۳/۲۷	۲/۲۷	۲۰۴	زن	اعتماد تعمیم‌یافته
		۲/۴۹	۱۹۶	مرد	
۰/۰۰۵	-۲/۸۵	۲/۵۱	۲۰۴	زن	اعتماد نهادی
		۲/۷۰	۱۹۶	مرد	
۰/۰۰۱	-۳/۲۱	۲/۷۲	۲۰۴	زن	اعتماد اجتماعی
		۲/۸۹	۱۹۶	مرد	

جدول شماره ۶ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون ابعاد متغیر مستقل و وابسته است. بعد اعتقادی هویت دینی با اعتماد اجتماعی کل و اعتماد نهادی رابطه مستقیم و معناداری دارد؛ به این معنا که هرچه بعد اعتقادی هویت دینی افزایش پیدا می‌کند، اعتماد اجتماعی و بعد اعتماد نهادی افراد نیز افزایش می‌یابد. بعد تجربی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد؛ یعنی اینکه هرچه بعد تجربی هویت دینی بالاتر می‌رود، اعتماد اجتماعی و ابعاد آن (اعتماد بین‌شخصی، تعمیم‌یافته و نهادی) نیز افزایش می‌یابند. بعد پیامدی هویت دینی با اعتماد نهادی رابطه مستقیم و معناداری دارد؛ به این معنا که هرچه بعد پیامدی هویت دینی افزایش پیدا می‌کند، اعتماد نهادی افراد نیز تقویت می‌شود. بعد مناسکی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد؛ یعنی اینکه هرچه بعد مناسکی هویت دینی در حد بالا باشد، اعتماد اجتماعی کل، اعتماد بین‌شخصی، تعمیم‌یافته و نهادی افراد نیز در حد بالایی قرار می‌گیرند. به‌طور کلی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد؛ به این معنا که هرچه هویت دینی افراد افزایش پیدا می‌کند، اعتماد اجتماعی (اعتماد بین‌شخصی، تعمیم‌یافته و نهادی) افراد نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۶. ضریب همبستگی پیرسون ابعاد متغیر مستقل و وابسته

اعتماد اجتماعی	اعتماد نهادی	اعتماد تعمیم یافته	اعتماد بین شخصی	ابعاد متغیر وابسته ابعاد متغیر مستقل
۰/۱۲۵ *	۰/۲۲۰ *	۰/۰۶۵	۰/۰۶۱	بعد اعتقادی
۰/۲۰۳ *	۰/۲۵۱ *	۰/۱۱۰ *	۰/۱۳۳ *	بعد تجربی
۰/۰۸۸	۰/۳۴۴ *	۰/۰۵۱	۰/۰۸۳	بعد پیامدی
۰/۲۵۵ *	۰/۲۸۱ *	۰/۱۷۷ *	۰/۱۶۵ *	بعد مناسکی
۰/۱۶۸ *	۰/۲۶۰ *	۰/۱۴۱ *	۰/۱۵۵ *	هویت دینی

* = نشان دهنده معناداری کمتر از ۰/۰۵ است.

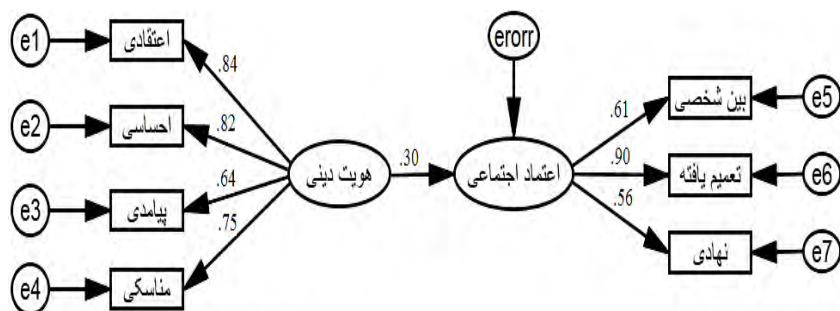
برای بررسی و آزمون تأثیر هویت دینی بر ابعاد اعتماد اجتماعی از رگرسیون استفاده شده است. اطلاعات مندرج در جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که همبستگی (R) بین هویت دینی و اعتماد بین شخصی ۳۵ درصد است. ضریب تعیین (R^2) نیز ۲۴ درصد محاسبه به دست آمده است؛ به این معنی که حدود ۲۴ درصد از تغییرات اعتماد بین شخصی پاسخگویان را متغیر هویت دینی تبیین می‌کند. ضریب تأثیر استاندارد موجود در این جدول نشان می‌دهد که متغیر هویت دینی (بتا=۰/۳۰) بر اعتماد بین شخصی تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ یعنی هرچه میزان هویت دینی افراد افزایش می‌یابد، میزان اعتماد بین شخصی آن‌ها هم افزایش پیدا می‌کند (تأیید فرضیه شماره ۳). همچنین اطلاعات مندرج در جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که همبستگی (R) بین هویت دینی و اعتماد تعمیم یافته ۳۱ درصد است. ضریب تعیین (R^2) نیز ۲۰ درصد محاسبه شده است؛ به این معنی که حدود ۲۰ درصد از تغییرات اعتماد تعمیم یافته، توسط متغیر هویت دینی توضیح داده می‌شود. ضریب تأثیر استاندارد موجود در این جدول نشان می‌دهد که متغیر هویت دینی (بتا=۰/۲۶) بر اعتماد تعمیم یافته تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ به این معنی که هرچه هویت دینی افراد بالاتر می‌رود، میزان اعتماد تعمیم یافته آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند (تأیید فرضیه شماره ۴). علاوه بر این، آماره‌های

این جدول نشان می‌دهد که همبستگی (R) بین هویت دینی و اعتماد نهادی ۲۵ درصد است. ضریب تعیین (R^2) نیز ۱۸ درصد محاسبه شده است؛ به این معنی که حدود ۱۸ درصد از تغییرات اعتماد نهادی توسط متغیر هویت دینی توضیح داده می‌شود. ضریب تأثیر استاندارد موجود در این جدول نشان می‌دهد که متغیر هویت دینی ($\beta=0.20$) بر اعتماد نهادی تأثیر مثبت و معناداری دارد. یعنی با افزایش هویت دینی افراد، میزان اعتماد نهادی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد (تأیید فرضیه شماره ۵).

جدول ۷. آماره‌های تحلیل رگرسیون چندگانه برای تبیین ابعاد اعتماد اجتماعی

ابعاد متغیر وابسته	متغیر مستقل	B	Beta	T	Sig	R	R^2	F	Sig
اعتماد بین‌شخصی	هویت دینی	۰/۴۰	۰/۳۰	۷/۵۹	۰/۰۰۰	۰/۳۵	۰/۲۴	۵۷/۶	۰/۰۰۰
اعتماد تعمیم‌یافته	هویت دینی	۰/۳۴	۰/۲۶	۶/۶۰	۰/۰۰۰	۰/۳۱	۰/۲۰	۴۳/۶	۰/۰۰۰
اعتماد نهادی	هویت دینی	۰/۲۶	۰/۲۰	۳/۷۴	۰/۰۰۰	۰/۲۵	۰/۱۸	۱۳/۹	۰/۰۰۰

در ادامه، مدل معادله ساختاری پژوهش حاضر ترسیم شده است. مدل با استفاده از نرم‌افزار آموس^{۱۴} رسم گردیده و ملاحظه می‌شود که متغیر پنهان وابسته، یعنی اعتماد اجتماعی، از سه بعد اعتماد بین‌شخصی، تعمیم‌یافته و نهادی تشکیل شده است. ضرایب استاندارد شده متغیر مستقل هویت دینی با متغیر وابسته (اعتماد اجتماعی) در شکل شماره ۱ نشان داده می‌شود. متغیر مستقل هویت دینی با ضریب ۰/۳۰ ($\beta=0.30$) بر متغیر وابسته اعتماد اجتماعی تأثیر مستقیم و معناداری دارد (تأیید فرضیه شماره ۲).



شکل ۱. مدل معادله ساختاری

در جدول شماره ۸، تعدادی از مهم‌ترین معیارهای برازش و تفسیر آن‌ها و مقدارش در مدل مفروض آمده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که عمده شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین مدل ترسیم شده، مدلی است که می‌تواند داده‌های ما را با مدل نظری تطبیق دهد. به عبارت دیگر، این مدل نشان می‌دهد که داده‌های تجربی تحقیق می‌تواند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول ۸. شاخص‌های نیکویی برازش مدل

نتیجه	مقدار استاندارد	مقدار شاخص در مدل	نام شاخص
قابل قبول	بین ۱ تا ۵	۲/۶	کای اسکوئر نسبی
قابل قبول	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۴	نیکویی برازش (GFI)
قابل قبول	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۰	نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)
قابل قبول	کمتر از ۰/۰۶	۰/۰۵	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
قابل قبول	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۲	شاخص برازش هنجار شده (NFI)
قابل قبول	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۱	شاخص برازش تطبیقی مقتصد (CFI)

نتیجه‌گیری

همان‌گونه که اشاره شد، اعتماد یک نگرش مثبت به فرد یا امری خارجی است و مبین میزان ارزیابی از پدیده‌ای است که با آن مواجهیم؛ به عبارتی دیگر، اعتماد، احساسی است که فرد یا افراد درباره چیزی تأیید شده دارند. از سوی دیگر بر اساس برخی نظریه‌های موجود، هویت دینی از مهم‌ترین عناصر ایجادکننده همبستگی و انسجام 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 آینده بهتر، پاسخ دادن به پرسش‌های بنیادین و عمیق انسان در زندگی، ایجاد حس همدلی، همبستگی و انسجام در جامعه 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 بر آن‌اند تا به مسائل 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 درصدد 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 و اعتماد 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 اعتماد اجتماعی نقش بسزایی دارد.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بعد اعتقادی هویت دینی با اعتماد اجتماعی کل و اعتماد نهادی رابطه مستقیم و معناداری دارد. به این معنا که هرچه بعد اعتقادی هویت دینی افزایش پیدا می‌کند، اعتماد اجتماعی و بعد اعتماد نهادی افراد نیز

افزایش می‌یابد. بعد تجربی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد. بعد پیامدی هویت دینی با اعتماد نهادی رابطه مستقیم و معناداری دارد. بعد مناسکی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد. به‌طور کلی هویت دینی با اعتماد اجتماعی و همه ابعاد آن رابطه مستقیم و معناداری دارد؛ به این معنا که هرچه هویت دینی افراد افزایش پیدا می‌کند، اعتماد اجتماعی (اعتماد بین‌شخصی، تعمیم‌یافته و نهادی) افراد نیز افزایش می‌یابد. همچنین ۲۴ درصد از تغییرات اعتماد بین‌شخصی، ۲۰ درصد از تغییرات اعتماد تعمیم‌یافته و ۱۸ درصد از تغییرات اعتماد نهادی توسط هویت دینی تبیین می‌شود. این نتایج در راستای یافته‌های پژوهش‌های انعام (۱۳۸۱)، کتابی و همکاران (۱۳۸۳)، حیدرآبادی (۱۳۸۸)، افشانی و همکاران (۱۳۸۸)، مهدوی و همکاران (۱۳۸۸)، افشانی و همکاران (۱۳۸۹) است که بین میزان دین‌داری با ابعاد مختلف میزان اعتماد اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

یکی از نکات قابل توجه در یافته‌های پژوهش حاضر، وجود همبستگی معنادار بین تمامی ابعاد هویت دینی با اعتماد نهادی است. پیداکیس^{۱۵} (۱۹۹۹) معتقد است که بین اعتقادات مذهبی و اعتماد به نهادها رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه نظام رسمی در کشور ما به‌طور عمده مبتنی بر دین و آموزه‌های دینی است، افزایش اعتماد به دین‌داران، زمینه افزایش اعتماد به نهادهای رسمی را به وجود می‌آورد و باعث افزایش بعد نهادی اعتماد اجتماعی خواهد شد. دستگاه‌های اجرایی و کلیه سازمان‌ها، کارکرد مرتفع کردن نیازهای جامعه را بر عهده دارند. اگر آن‌ها در انجام وظایف خود کوتاهی یا سستی نمایند، طبیعی است که از حمایت و اعتماد مردم برخوردار نخواهند بود. بنابراین، مسئولان و مدیران نهادها و سازمان‌های مختلف باید با تلاش جهت ترمیم و اصلاح رفتار و گفتار خود به‌ویژه در عمل به شعارها و بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی، اعتماد مردم به خود را افزایش داده و از این طریق بر میزان اعتماد اجتماعی در جامعه بیفزایند.

در نهایت، باید گفت از آنجاکه تمامی پدیده‌های اجتماعی چندبعدی و چندلایه هستند، لذا یک‌سونگری به آن‌ها مشکلی را حل نمی‌نماید؛ بنابراین، ضروری است که

ابعاد متعدد مسئله بررسی گردد و در نظام‌ها و سیستم‌های مرتبط با آن کنکاش دقیق صورت گیرد تا بتوان راهکارهایی مناسب ارائه نمود.

❖ با توجه به اینکه نظام رسمی در کشور ما به‌طور عمده مبتنی بر دین و آموزه‌های دینی است، در صورتی که آموزش‌های دینی بتواند به‌نحو مؤثری در باورهای افراد جای گرفته و در آن‌ها نهادینه شود و سپس با واسطه‌هایی از قبیل انجام فرایض دینی و شرکت در مناسک دینی و اجتماعی تقویت گردد، از سویی موجب تحکیم پیوندهای اجتماعی و از سوی دیگر به افزایش احساس اعتماد اجتماعی می‌انجامد.

❖ با توجه به اثرگذاری متغیر هویت دینی بر اعتماد اجتماعی، اهتمام در افزایش و یا آموزش ارزش‌های دینی و اخلاقی و جامعه‌پذیری و نهادینه‌سازی آن‌ها از دوران کودکی توصیه می‌شود.

❖ نهادها و سازمان‌های مرتبط با امور جوانان و نوجوانان به‌منظور افزایش هویت دینی جوانان باید توجه بیشتری به فهم و رفع شبهات در مورد مسائل دینی داشته باشند تا از این طریق (با توجه به تأثیری که دین و هویت دینی بر اعتماد اجتماعی دارد) اعتماد اجتماعی آن‌ها تقویت شود.

❖ با توجه به تأثیری که هویت دینی بر ایجاد و ارتقای اعتماد اجتماعی می‌گذارد، ضروری است که به مسائل و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی - دینی توجه شود تا شرایط اعتقادی افراد بهبود یابد؛ برای مثال، برخی از برنامه‌ها از جمله برنامه‌های آموزشی رسانه ملی، تقویت مراکز دینی و مساجد و تقویت روحیه مشارکت در اعمال و مناسک دینی می‌تواند در افزایش سطح دین‌داری و هویت دینی افراد مؤثر باشد. سرمایه‌گذاری هدفمند در زمینه مسائل دینی و فرهنگی و برپایی کلاس‌های آموزشی و پرورشی از سطوح پایین تحصیلی می‌تواند در رسیدن به این اهداف مفید واقع شود.

یادداشت‌ها

1. Siala
2. Welch
3. Johansson
4. Almond & Verba
5. Sztompka
6. Luhmann
7. Fukuyama
8. Uslaner
9. Offe
10. Closure
11. Wimberley
12. Morgan
13. Lin
14. Amos
15. Papadakis

کتابنامه

- آخوندی، محمدباقر (۱۳۷۷)، «بررسی هویت ملی - مذهبی جوانان مشهدی و تأثیر روابط اجتماعی بر آن»، رساله کارشناسی ارشد، مشهد: دانشگاه فردوسی، دانشکده علوم اجتماعی.
- ادهمی، جمال (۱۳۸۶)، «اعتماد بین‌قومی»، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.
- افشانی، سید علیرضا و همکاران (۱۳۸۸)، «اعتماد اجتماعی: تحلیلی از سطوح و عوامل»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیستم، شماره ۴.
- افشانی، سید علیرضا، فاضل نجف‌آبادی، سمیه و حیدری، محمد (۱۳۸۹)، «پژوهشی در باب رابطه دینداری و اعتماد اجتماعی»، *مطالعات دفاعی و امنیتی*، سال یازدهم، شماره ۴۹.
- انعام، راحله (۱۳۸۱)، «بررسی اعتماد بین‌شخصی در بین روستاهای نمونه شهرستان شهریار»، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا تهران.
- اوجاقلو، سجاد و زاهدی، محمدجواد (۱۳۸۴)، «بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین ساکنان شهر زنجان»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، سال ششم، شماره ۴.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)، *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*، ترجمه مریم وتر، تهران: نشر کویر.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۴)، *سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه*، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: شیرازه.

- حاجیان، ابراهیم (۱۳۸۸)، *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- حسینی، علی‌اصغر (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی»، *مجله معرفت*، سال نوزدهم، شماره ۴.
- حیدرآبادی، ابوالقاسم (۱۳۸۹)، «اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر آن در بین جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله استان مازندران»، *مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، سال اول، شماره ۱.
- زین‌آبادی، مرتضی (۱۳۸۷)، *بررسی وضعیت اعتماد در جامعه ایران و راه‌های بازسازی آن*، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- شریفی، طاهر (۱۳۸۷)، *اعتماد اجتماعی و آموزه‌های دینی*، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۶)، «دین مجازی؛ دوفضایی شدن محیط دینی و ارتباطات درون‌دینی و بین‌دینی»، در: *جوادی‌یگانه، محمدرضا و عبداللہیان، حمید (به کوشش)*، *مجموعه مقالات همایش: دین و رسانه*، تهران: طرح آینده.
- قاسمی، وحید، عدلی‌پور، صمد و کیانپور، مسعود (۱۳۹۱)، *تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان (مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان)*، *دین و ارتباطات*، سال نوزدهم، شماره ۲.
- کتابی، محمود و همکاران (۱۳۸۳)، «دین، سرمایه اجتماعی و توسعه اجتماعی»، *مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان*، سال هفدهم، شماره ۲.
- کلمن، جیمز (۱۳۸۶)، *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گنجی، محمد (۱۳۸۳)، *تبیین وضعیت دین‌داری دانشجویان دانشگاه اصفهان*، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)، *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- همو (۱۳۸۸)، *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
- معیدفر، سعید و جهانگیری، پرویز (۱۳۸۸)، «اعتماد اجتماعی تعمیم‌یافته و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، *دانشنامه علوم اجتماعی*، سال اول، شماره ۱.
- منصورنژاد، محمد (۱۳۸۵)، *دین و هویت*، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.

مهدوی، سید محمدصادق، ادیسی، افسانه و رحمانی خلیلی، احسان (۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر دینداری بر اعتماد اجتماعی شهروندان تهرانی»، *تحقیقات علوم اجتماعی ایران*، سال اول، شماره ۳.

Cook, Karen (2001), *Trust and Society*, New York: Russell Sage.

Duane, Alwin (2006), "Measuring Religious Identities in Surveys", *Public Opinion Quarterly*, Vol.70, No.4.

Erden, Ali, Erden, Hale (2009), "Predicting organizational trust level of school managers and teachers at elementary schools", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol.1, No. 1.

Hardin, Russel (1996), "Trustworthiness", *Ethics*, Vol. 107.

Jacobson, Jeffrey (1998), *Islam in Transition: Muslim Perspectives*, London: Routledge.

Johansson-Stenman, Olof (2009), "Trust and Religion: Experimental Evidence from Rural Bangladesh", *Economica*, Vol. 76.

Luhmann, Niklas (1979), *Trust and power*, Chichester [etc.]: Wiley, pitman press.

Lyon, Fergus (2002), "Trust, Network and Norm s: The Creation of Social Capital in Agricultural Economies in Ghana", *World Development*, Vol 28, No 4.

Misztal, Barbara (1996): "Trust in Modern Societies", USA, Cambridge Polit Press.

Papadakis, Elim (1999), "Constituents of Confidence and Mistrust in Australian Institutions", *Australian Journal of Political Science*, Vol.34, No.1.

Putnam, D. Robert (2000), *The collapse and Revival of American Community*, New York: Simon and Schuster.

Siala, Haytham (2004), "The impact of religious affiliation on trusts in the context of electronic commerce", *Interacting with Computers*, Vol.16, No.1.

Stone, Wendy (2001), "Measuring social capital: towards a theoretically informed measurement framework for researching social capital in family and community life", *Austalion institute of family studies research paper*, Vol.24, No.2.

Sztompka, Pieter (1999), *Trust: A Sociological Theory*, United Kingdom: Cambridge University Press.

Welch, Michael, Sikkink, David, Sartan, Eric, Bond, Carolyn (2004), "Trust in god and trust in man: The ambivalent role of religion in shaping dimensions of social trust", *Journal for the scientific study of religion*, Vol.43, No.3.