

رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل گر سرمایه فرهنگی (مورد مطالعه، دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان)

سید علیقلی روشن^۱، نور محمد یعقوبی^۲، امین رضا کمالیان^۳، همایون نوری^۴، احسان نامدار جویمی^۵، مهین راشکی قلعه‌نو^۶، فاطمه راشکی قلعه‌نو^۷

^۱ دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

^۲ استاد گروه مدیریت دولتی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

^۳ دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

^۴ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان (نویسنده مسئول)

^۵ دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

^۶ دانشجوی دکتری مدیریت مالی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

^۷ کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

چکیده

هدف این مقاله، بررسی ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل گر سرمایه فرهنگی در بین دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان هست. در این راستا با توجه به نظریه بورديو در زمینه سرمایه اجتماعی و فرهنگی و سرمایه نمادین اجتماعی، یک فرضیه کلی و سه فرضیه جزئی شکل گرفت. پژوهش از نظر روش، پیمایشی می‌باشد و برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار spss 21 و lisrel9.1 استفاده شده است. جامعه پژوهش شامل دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان به تعداد ۴۶۲۰ نفر بوده که با توجه به فرمول کوکران و جدول کرجسی مورگان تعداد نمونه ۳۶۰ نفر در نظر گرفته شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد، شدت رابطه (r) ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، مشارکت)، معنادار و با سرمایه نمادین اجتماعی برابر با ۰/۷۵، ۰/۷۶، ۰/۷۹ و میزان رابطه کلی سرمایه اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل‌کنندگی ۰/۶۸ سرمایه فرهنگی، برابر با ۰/۸۶ و معنادار است. نتایج حاکی از آن است که با افزایش سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی افراد می‌توان بر روی سرمایه‌های نمادین اجتماعی افراد تأثیر گذاشت و همین‌طور نیز با افزایش سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین اجتماعی افراد می‌توان بر روی سرمایه اجتماعی افراد تأثیر گذاشت و به عبارتی می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی افراد باعث به وجود آمدن سرمایه نمادین اجتماعی برای افراد می‌شود و این سرمایه نمادین اجتماعی جدید باعث ایجاد سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی جدیدی برای دارنده آن می‌شود.

واژه‌های کلیدی: اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، سرمایه نمادین، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی

۱- مقدمه

فرهنگ را می‌توان، مجموعه‌ای از رفتارهای یادگرفتنی، اعتقادات، عادت‌ها و سنت‌هایی دانست که میان جمعی از افراد مشترک است و به‌طور متوالی توسط دیگران که وارد آن جامعه می‌شوند، آموخته و به کار گرفته می‌شود (لطیفی و ظهوریان ابوترابی، ۱۳۹۴: ۴۸).

سرمایه فرهنگی به‌مثابه ذخیره‌ای از دانش، مهارت‌ها، صلاحیت‌ها و خلاقیت‌های فرهنگی، قلمرو و نیز ابزار مهمی است که از طریق تولید، بازنمایی و بازتولید نابرابری‌های اجتماعی شکل می‌گیرد (ذکایی، ۱۳۹۴: ۱۷۱).

در نظر جامعه‌شناسان مختلفی هم‌چون بوردیو، فرض بر این است که سرمایه‌ها باهم در ارتباط هستند و انواع سرمایه قابل تبدیل به هم دیگر می‌باشند ولی نرخ تبدیل آن‌ها متفاوت است.

سرمایه اجتماعی به‌عنوان مفهومی است که باید ابعاد گوناگون آن (اعتماد- انسجام - مشارکت) موردبررسی قرار گیرد (عبداللهیان و کرمانی، ۱۳۹۲: ۲).

سرمایه اجتماعی را می‌توان بخشی از ثروت ملی به‌حساب آورد که بستر مناسبی برای بهره‌برداری از سرمایه انسانی و فیزیکی (مادی) و راهی برای نیل به موفقیت و توسعه اجتماعی و اقتصادی قلمداد می‌شود و هیچ مجموعه انسانی، بدون سرمایه اجتماعی نمی‌تواند اقدامات مفید و هدفمندی انجام دهد. سرمایه اجتماعی همچون سایر سرمایه‌ها مولد است و هیچ فردی به‌تنهایی مالک این سرمایه نیست (بهروان و بهروان، ۱۳۹۲: ۱۱۶).

سازمان‌ها و افراد با سرمایه کم‌وزیاد و منفی و مثبت وجود دارند، ولی سازمان و فرد بدون سرمایه وجود ندارد و عرصه‌های مختلف جامعه از سرمایه تهی نمی‌باشد و سرمایه، جای جامعه را پر نموده و افراد و سازمان‌ها دارای سرمایه می‌باشند، ولی میزان (کم‌وزیاد) و جهت (منفی و مثبت) آن متفاوت است. از این‌رو، رابطه میان سرمایه و نرخ تبدیل سرمایه‌ها به یکدیگر از اهمیت شایانی برخوردار می‌باشد و نتایج آن در زمینه‌های مختلفی مانند بازاریابی و ایجاد کسب‌وکارهای زودبازده و کارآفرینی و به وجود آمدن مراکز مختلف آموزشی، علمی، فرهنگی و اجتماعی در عرصه‌های مختلف قابل‌ذکر می‌باشد.

ما در عصری زندگی می‌کنیم که پیرامون ما را سازمان‌ها و افراد محاصره کرده‌اند، این سازمان‌ها و افراد نقش خاصی دارند و برای رسیدن به هدفی خاص باهم تلاش نموده و باهم در رقابت هستند. وجود سرمایه در جامعه به صورتی است که نمی‌توان وجود سرمایه را در عرصه‌ای خاص از جامعه در نظر گرفت و می‌توان گفت: تمامی جامعه، به‌وسیله سرمایه پوشیده شده است (جنکینز^۱، ۱۳۸۵: ۱۳۶). از طرفی دیگر وجود سرمایه، مختص به سازمان و جامعه نمی‌باشد و افراد را نیز مشمول می‌شود؛ همه افراد از سرمایه‌های مختلف برخوردار می‌باشند و می‌توان چنین گفت که جامعه و انسان‌ها را بدون وجود سرمایه نمی‌توان در نظر گرفت (بوردیو^۲، ۱۹۸۹)؛ سرمایه را می‌توان اصولاً به چهار مقوله تفکیک کرد: سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی (انواع روابط ارزشمند با دیگران)، سرمایه فرهنگی (انواع و اقسام معرفت مشروع) و سرمایه نمادین (پرستیژ و افتخار اجتماعی) (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۶).

با توجه به اینکه تمامی انسان‌ها و محیط پیرامون آن‌ها از سرمایه‌های مختلف پوشیده شده است و این سرمایه‌ها قابل تبدیل به هم هستند و می‌توانند بازتولید شوند، میزان این بازتولید و نحوه آن دارای اهمیت است. در بررسی‌های انجام‌شده در داخل و خارج، موردی که در آن ارتباط میان سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل‌گر سرمایه فرهنگی را بررسی کرده باشد، مشاهده نشد و با توجه به اهمیت رابطه این دو سرمایه از جهت مدیریت سرمایه نمادین اجتماعی و تولید سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی و نمادین اجتماعی، این سؤال مطرح است که چه رابطه‌ای میان سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل‌کننده سرمایه فرهنگی وجود دارد؟

¹ Jenkinse

² -Bourdieu

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- سرمایه

بورديو سرمایه را به چند مقوله گسترده تقسیم می‌نماید: اقتصادی-اجتماعی- فرهنگی و نمادین که هر کدام از آن‌ها را می‌توان در پرتوی میدان‌های خاص به مقولاتی جداگانه تقسیم نمود (فاین، ۱۳۸۵: ۱۰۳-۱۰۲). از دید بورديو سرمایه، هر منبعی است که در عرصه خاصی اثر گذارد و به فرد امکان بدهد که سودی ویژه از راه مشارکت در رقابت بر سر آن به دست آورد (اکبری، ۱۳۸۳: ۲۳). سرمایه ثروتی است که مولد، یا منبعی که شخص می‌تواند جهت ایجاد درآمد یا منابع اضافی دیگر به کاربرد (وگت^۱، ۱۹۹۳: ۲۹). سرمایه عملاً کار انباشته شده (در شکل مادی و معنوی) است. به دست آوردن سرمایه زمان‌بر است؛ اما وقتی به دست می‌آید می‌توان آن را در موقعیت‌های جدیدی سرمایه‌گذاری نمود (جنکینز^۲، ۱۳۸۵: ۱۰۱).

۲-۲- سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی به‌طور کلی به‌عنوان مجموعه‌ای از قوانین، هنجارها، الزامات (تعهدات)، روابط متقابل و اعتماد حک شده در روابط اجتماعی، ساختارهای اجتماعی و سلسله‌مراتب نهادی جامعه تعریف شده است که اعضای آن را قادر به دستیابی به اهداف جمعی و فردی‌شان می‌سازد. سرمایه اجتماعی دلالت بر اشکالی از سازمان چون اعتماد، قواعد و شبکه‌ها دارد که می‌توانند کارایی جامعه را از طریق کنش‌های متناسب تسهیل کنند. در نتیجه تعاون خودانگیخته از طریق سرمایه اجتماعی تسهیل می‌شود (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۷۸). سرمایه اجتماعی عنصری مطلوب برای انجام همکاری درون‌گروهی است و هرچه میزان آن بالاتر باشد، دستیابی گروه به اهداف خود با هزینه کم‌تری انجام می‌گیرد (شاه‌حسینی، ۱۳۸۱: ۴۱-۴۲).

به نظر پاکستون (۱۹۹۱)، سرمایه اجتماعی دو مؤلفه پیوندهای عینی بین افراد به‌عنوان شبکه عینی که افراد را در یک فضای اجتماعی به یکدیگر پیوند می‌دهد و نوعی پیوند ذهنی که موجب شکل‌گیری روابط مبتنی بر اعتماد متقابل و روابط عاطفی مثبت اعضای جامعه نسبت به یکدیگر می‌شود را شامل می‌گردد. سرمایه اجتماعی نوعی انرژی بالقوه تسهیل‌کننده کنش است که می‌تواند در سطوح مختلف ساختار اجتماعی، سطوح خرد، میانی و کلان مورد استفاده قرار گیرد. در اندیشه بورديو^۳، کلمن، پاتنام و فوکویاما^۴، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک پدیده جامعه‌شناسان کلان لحاظ شده است. به نظر آن‌ها ملت‌ها می‌توانند از سطوح متفاوتی از سرمایه اجتماعی برخوردار باشند که فرصت برای تحقق دموکراسی یا صنعتی شدن آن‌ها فراهم می‌سازد، در نهایت در شرایط وجود سرمایه اجتماعی شاهد بسط و گسترش فرایند مشارکت در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و نیز بسط انجمن‌های داوطلبانه خواهیم بود، فرایندی که می‌تواند سازوکار مؤثری برای نیل به توسعه باشد (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۷۹).

با توجه به نظریات صاحب‌نظرانی همچون بورديو، پاتنام، کلمن و فوکویاما می‌توان مؤلفه‌های اجتماعی را به‌صورت اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی تعریف کرد. این مؤلفه‌ها از مفاهیم کلیدی جامعه‌شناسی هستند.

۲-۳- اعتماد اجتماعی^۵

اعتماد، لازمه شکل‌گیری پیوندها و معاهدات اجتماعی است، اعتماد اجتماعی ایجادکننده تعاون و همیاری است و فقط در این حالت است که در عین وجود تفاوت‌ها قادر به حل مشکلات و انجام تعهدات اجتماعی می‌شود. اعتماد اجتماعی برگرفته از عدالت-برابری و امنیت اجتماعی نیز زاینده آن‌هاست. آنتونی گیدنز، اعتماد و تأثیر آن بر فرایند توسعه را زیربنا و زمینه‌ساز اصلی در جوامع مدرن می‌داند، هر جا که سطح اعتماد اجتماعی بالا باشد، مشارکت و همیاری (انسجام) مردم در عرصه‌های

^۱-Wogget

^۲ Jenkinse

^۳ Bourdieu

^۴ Francis Fukuyama

^۵-Social Trust

اجتماعی بیشتر و آسیب‌های اجتماعی کم‌تر است (اکبری، ۱۳۸۳: ۱۱). به اعتقاد گیدنز، اعتماد را می‌توان به‌عنوان اطمینان به قابلیت یک شخص یا سیستم با در نظر گرفتن رشته خاصی از نتایج یا وقایع تعریف کرد که طی آن‌ها، آن اطمینان بیان‌گر ایمان به پاک‌دامنی دیگران یا عشق به آن‌ها و یا ایمان به صحت اصول انتزاعی و مجرد (مثل دانش فنی) است (امیر کافی و چلبی، ۱۳۸۳).

درواقع اعتماد، به معنی اعتقاد یا اطمینان راسخ به صداقت، درستی، وثوق و عدالت یک شخص، گروه یا کلیت جامعه می‌باشد (صفدری، ۱۳۷۴: ۷۷). برای سنجش میزان اعتماد اجتماعی افراد ابتدا دو نوع اعتماد از هم مجزا شده و سپس با استفاده از آن دو، متغیر اعتماد اجتماعی موردسنجش قرار می‌گیرد. این دو نوع اعتماد اجتماعی عبارت‌اند از:

الف: اعتماد بین شخصی (شخصی): این شاخص میل به اعتماد را در میان افراد و بین روابط شخصی نشان می‌دهد.
ب: اعتماد غیرشخصی (نهادی): این شاخص میزان تمایل به اعتماد نسبت حسن نیت و حسن انجام کار (عملکرد) خرده نظام‌های مختلف جامعه را نشان می‌دهد (چلبی، ۱۳۸۱: ۱۳۴).

انسجام اجتماعی^۱: امیل دورکیم از اولین جامعه‌شناسانی است که مفهوم انسجام و همبستگی اجتماعی را مورد مطالعه قرار داده است و وجود آن را برای هر جامعه‌ای لازم می‌داند. جاناتان ترنر به نقل از دورکیم می‌گوید، انسجام وقتی رخ می‌دهد که عواطف افراد به‌وسیله نمادهای فرهنگی تنظیم شوند، جایی که افراد متصل به جماعت، اجتماعی شده باشند، جایی که کنش‌ها تنظیم شده و به‌وسیله هنجارها هماهنگ شده‌اند و جایی که نابرابری‌ها، قانونی تصور می‌شوند (اکبری، ۱۳۸۳: ۱۷).

پس جوامع مادامی که جمعیت آن‌ها اندک بوده و جوامعی ساده با باورها و ارزش‌های محدود و ساده بودند، انسجام در آن‌ها مکانیکی بوده است، اما دورکیم معتقد است که جوامع سنتی در روند تکاملی خود تحت تأثیر عواملی، تغییراتی را پذیرا می‌شوند، مهم‌ترین آن‌ها از نظر دورکیم، پیشرفت تقسیم‌کار است که باعث تحولی عظیم در این جوامع گشته و در حقیقت بدیل تقسیم‌کار است که جامعه سنتی مبتنی بر انسجام مکانیکی به جامعه صنعتی مبتنی بر هم‌بستگی ارگانیکی تبدیل می‌گردد. لذا وجود تقسیم‌کار است که جامعه‌ای با ماهیت سنتی را به جامعه‌ای دگرگون‌شده و با ماهیتی صنعتی بدل می‌کند. تقسیم‌کار هر چه پیچیده‌تر و تخصصی‌تر می‌شود، توافق روی دایره‌های اخلاقی کاهش می‌یابد و تمایزات بین افراد رشد می‌کند، وفاق حاصل از انسجام مکانیکی جای خود را به وفاق جدید می‌دهد که برخاسته از انسجام ارگانیکی نظم جدید است (اکبری، ۱۳۸۳: ۱۸).

۲-۴- مشارکت اجتماعی^۲:

عده‌ای مشارکت را از لحاظ لغوی به معنی کمک فعال و واقعی مشخص به یک عمل می‌دانند. مشارکت به معنای، سهمی از چیزی یافتن و از آن سود بردن و یا در گروهی شرکت جستن، می‌باشد. دهخدا نیز در لغت‌نامه خود مشارکت را به مفهوم شراکت و انبازی کردن، حصه‌داری و بهره‌برداری می‌داند (اکبری، ۱۳۸۳: ۲۷).

عمل مشارکت در بطن هر جامعه و در مفاهیمی همچون دل‌بستگی، اتحاد، همکاری و انجمن و ... نهفته است و از قدیم شالوده پیدایش اجتماعی - انسان‌شناختی نوع بشر تلقی شده است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۱۸۳).

مفهوم مشارکت یک مجموع چندوجهی است و در طی زمان با معناهای متفاوتی هویدا شده و می‌شود و به دلیل همین پیچیدگی است که تعریف واحدی از مشارکت نمی‌توان یافت. لذا به ذکر تعدادی از تعاریف در این زمینه بسنده می‌کنیم: مشارکت مردمی به معنای کوشش و تلاش جمعی در یک چارچوب سازمانی است که اعضا با ائتلاف منابع درصدد دستیابی به اهداف خودشان هستند. در نتیجه، مشارکت فرایندی فعال است که هر یک از مشارکت‌کنندگان به‌واسطه اندیشه، تأمل و نظارت فعالشان به اقدام و عمل مشارکتی ترغیب می‌شوند (اکبری، ۱۳۸۳: ۲۹).

^۱- Social Solidarits

^۲- Social Participation

یونسکو، مشارکت را فرایندی برای خودآموزی اجتماعی و مدنی می‌داند؛ حق بشر و پیش شرط توسعه می‌داند و معتقد است، توسعه باید از مشارکت مردم و از آنچه می‌خواهند و از آنچه که می‌اندیشیدند و باور دارند، آغاز شود (همان، ۳۰). مشارکت کردن به معنای سهمی در چیزی یافتن است و از آن سود بردن و یا در گروهی شرکت جستن، بنابراین به معنای باهم همکاری داشتن است. به همین جهت از دیدگاه جامعه‌شناسی، باید بین مشارکت به‌عنوان حالت و وضع (امر شرکت کردن) و مشارکت به‌عنوان عمل و تعهد (عمل مشارکت) تمیز قائل شد. مشارکت در معنای اول از تعلق به گروهی خاص و داشتن سهمی در هستی آن، خبر می‌دهد و در معنای دوم، داشتن شرکتی فعالانه در گروه را می‌رساند و به فعالیت‌های اجتماعی انجام‌شده نظر دارد (آلن بیرو^۱، ۱۳۶۷: ۲۵۷). مشارکت به معنای، درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزاند تا برای دستیابی به اهداف گروهی، یکدیگر را یاری رسانند و در مسئولیت کار شریک شوند (علوی تبار، ۱۳۷۹: ۱۵). مشارکت اجتماعی را می‌توان، فرایند سازمان‌یافته‌ای دانست که از سوی افراد جامعه به‌صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن هدف‌های معین و مشخص به‌منظور سهم داشتن در منابع قدرت انجام می‌گیرد. شهود چنین مشارکتی، وجود نهادهای مشارکتی چون انجمن‌ها، گروه‌ها، سازمان‌های محلی و غیردولتی است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۹۲).

۲-۵- سرمایه نمادین

مهم‌ترین تأثیر و بر بورديو در اینجا نمایان می‌شود. بورديو، همچون وبر معتقد است، اعمال قدرت به مشروعیت نیاز دارد. افراد و گروه‌هایی که می‌توانند خود را از گروه‌ها و افرادی که دارای منافع مشخصی هستند، به گروه‌ها و افرادی که منافی ندارند، تغییر دهند، به گفته بورديو به کسب سرمایه نمادین نائل گشته‌اند (سوارتز^۲، ۱۳۸۱: ۳). سرمایه نمادین، شکلی از قدرت است که نه به‌عنوان قدرت بلکه به‌عنوان تقاضای مشروع برای به رسمیت شناختن، احترام، اطاعت و خدمات دیگران مشاهده می‌شود (سوارتز، ۱۳۸۱: ۲۷). به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت، سرمایه نمادین هر نوع از سرمایه است که دسته‌ای از اعضای اجتماع آن را درک می‌کنند، به رسمیت می‌شناسند و برای آن ارزش قائل می‌شوند. سرمایه نمادین که از شأن و حیثیت شخص سرچشمه می‌گیرد، مجموعه ابزارهای نمادینی چون پرستیژ، احترام، قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) و شکوه و فرهمنندی را به فرد اعطا می‌نماید (فکوهی، ۱۳۸۴: ۳۰۰). می‌توان سرمایه نمادین را حاصل تصدیق مشروعیت کسی دانست که آن را در اختیار دارد (شوپره، ۱۳۸۵: ۱۰۲). این سرمایه جز در احترام، بازشناسی، باور، اعتبار و اعتماد دیگران وجود خارجی پیدا نمی‌کند و تا زمانی که باور دیگران به وجود آن را به همراه نداشته باشد، نمی‌تواند دوام بیاورد (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۱۹). شکل‌های گوناگون سرمایه (اقتصادی- اجتماعی - فرهنگی) هم وسیله و هم هدف استراتژی ما هستند که برای دستیابی به تمایز و تشخیص در هر میدان پیگیری می‌شوند.

۲-۶- سرمایه نمادین اجتماعی

سرمایه نمادین اجتماعی آن دسته از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که در میان مردم از احترام و منزلت بالایی برخوردار می‌باشد و به‌عنوان نماد از سوی جامعه محسوب می‌شود، (مانند عضویت و همکاری و مشارکت و ارتباط با اشخاص و گروه‌هایی که مردم آن را به‌عنوان نماد به شمار می‌آورند و برای فرد منزلت و احترام به همراه دارد). البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین اجتماعی به معنای داشتن سرمایه اجتماعی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی، زندگی بدون رفت‌وآمد و ساده به‌عنوان سرمایه نمادین اجتماعی دارای ارزش و احترام باشد. ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه نمادین اجتماعی، هرگونه از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده آن از جانب مردم مورد احترام قرار می‌گیرد (نامدار جویمی، ۱۳۹۳).

^۱ Birou, Alain

^۲ David J. Schwartz

۲-۷- سرمایه فرهنگی

بورديو معتقد است كه طبقه بالاي جامعه، فقط امكانات اقتصادي و به تبع آن سياسي را در اختيار ندارند، بلكه اين طبقه، سرمايه فرهنگي و اجتماعي را نيز در اختياردارند و اين امر مانند سرمايه اقتصادي موجب مي‌شود كه آنان در چرخه بازتوليد قرار گيرند و موجب افزايش آن شوند و از طريق سرمايه فرهنگي، شيوه رفتار و گفتار خود و همين‌طور نحوه عمل اجتماعي خود را از ديگر طبقات جدا كنند، به طوري كه اين طبقه با داشتن امكانات و ملزومات فرهنگي از لحاظ ذهني و عيني در ساختاري قرار مي‌گيرند كه خود را از ديگر طبقات جامعه جدا مي‌داند. نمونه بارز اين ساختار ذهني و تأثير آن بر ساختار عيني از نظر بورديو، وجه ذائقه زيباشناختي است. به زعم وي اين ذائقه همراه انسان پا به عرصه وجود نمي‌نهد، بلكه چيزي اكتسابي است و طبقات بالاي اجتماعي از اين طريق خود را از اعزاي ديگر اجتماع جدا مي‌دانند و در واقع ذائقه بيشتري، جاگاه طبقاتي دارد. خدمت اصلي تفكر بورديو در توسعه مجموعه‌اي از استعاره‌هاي قوي براي بيان موشكافانه رابطه قدرت و سلطه در جهان اجتماعي و به طور كلي قشربندي فرهنگي است. به نظر وي فرهنگ درون يك فضاي اجتماعي پخش شده است و سپس به وسيله ميراث انتقال يافته و بالاخره به صورت فرهنگ سرمايه‌گذاري مي‌شود (ريتزر^۱، ۱۳۸۱: ۷۲۱).

داشتن اين سرمايه براي دارندگان آن كاركردهايي دارد، از جمله آن كه موجب كسب مشروعيت از طريق بقيه سرمايه‌ها مي‌شود، كسي كه به واسطه سرمايه فرهنگي منزلت دارد، مي‌تواند روايت خود را از دنياي اجتماعي بر ديگران تحميل كند و يا دارندگان سرمايه فرهنگي مي‌توانند خود را از الزامات زندگي روزمره جدا كنند و نوعي گزينش دلخواه در عرصه فرهنگ انجام دهند. به بيان بورديو (زيباشناختي محض) از اخلاق يا همان خلق و خوي فاصله گرفتن گزينشي از الزامات طبيعي و اجتماعي نشأتمي‌گيرد (فاضلي، ۱۳۸۲: ۳۸). نکته حائز اهميت در اندیشه بورديو، راجع به انواع سرمايه آن است كه اشكال گوناگون سرمايه قابل تبديل به هم هستند. پس مي‌توان گفت كه جوهر نظريه بورديو راجع به انواع سرمايه در اين امر نهفته است كه سرمايه‌هاي غيراقتصادي يا غيرمادي نيز قابل انباشت، مبادله و تبديل به ساير انواع سرمايه‌اند (كروبي، ۱۳۸۷: ۳۱۳). مقاله حاضر جهت تبين مسئله، از نظرات بورديو استفاده کرده است. با استفاده از نظر بورديو، سرمايه اجتماعي شامل سه بعد اعتماد، انسجام و مشاركت، سرمايه فرهنگي شامل سه بعد عينيت يافته، تجسم يافته و نهادينه شده و سرمايه نمادين نيز شامل سه بعد اقتصاد، اجتماعي و فرهنگي است (نامدار جويمي، ۱۳۹۳: ۴۳).

۳- سوابق تجربي

زهرا نعمت الهی و همکاران (۱۳۹۲)، سيد جواد امام‌جمعه زاده و همکاران (۱۳۹۲)، سعيد معيدفر و محمدباقر آخوندي (۱۳۹۲)، رحمت اله مرزوقي و همکاران (۱۳۹۱)، محمد عباس زاده و همکاران (۱۳۹۱)، حميدرضا جلایي پور و ابراهيم (۱۳۹۱) و محسن نوغاني (۱۳۹۰)، رابطه سرمايه اجتماعي را با برخي از شاخص‌هاي موفقيت تحصيلي، اميد به آينده و شادكامي، روشنفكري و گفتمان‌هاي ديني، نفوذ اجتماعي، مصرف‌گرایی و الگوی مصرف موردبررسی قرار داده‌اند و اين محققان در پژوهش‌هاي خود و بررسی سرمايه اجتماعي و فرهنگي از نظريات بورديو و يا ترکيبی از نظريات بورديو و ساير متفكران علوم اجتماعي بهره برده‌اند. از طرفي مهدی ژيان پور و همکاران (۱۳۹۲)، مرتضی منادی و همکاران (۱۳۹۱)، محمدحسين پناهی و مهدی امیدی (۱۳۹۱) و علی بابایی و بهمن باينگانی (۱۳۸۸)، سرمايه فرهنگي را با برخي شاخص‌هاي اقتصادي، مصرفي و اجتماعي موردبررسی قرار داده‌اند و اين محققان در تمامی پژوهش‌هاي خود، براي سنجش و بررسی سرمايه فرهنگي از نظريات بورديو استفاده کرده‌اند و در هيچ کدام يك اين پژوهش‌ها، سرمايه فرهنگي به عنوان متغير تعديل‌کننده، براي سرمايه‌هاي اجتماعي و نمادين موردبررسی قرار نگرفته است. تحقيقي در سال (۲۰۱۴)، توسط مارتين لجونگ^۲ با عنوان سرمايه اجتماعي و

¹ George Ritzer

² Martin Ljunge

نهادهای سیاسی: شواهدی وجود دارد دموکراسی، اعتماد را پرورش می‌دهد و تحقیقی در سال (۲۰۱۴)، توسط سونیا جیدی^۱ با عنوان: سرمایه اجتماعی برای کاربران تلفن همراه: خطرات در حال ظهور؟ انجام شده است؛ که در هر دو آن‌ها تنها به تک بعد اعتماد اجتماعی از سرمایه اجتماعی پرداخته شده است و سایر ابعاد را در نظر نگرفته و در چندین کشور اروپایی انجام شده است که نتایج آن به دلیل تفاوت‌های سرمایه‌های مختلف کشورهای اروپایی با کشورمان قابل تعمیم نیست. تحقیق در سال (۲۰۱۳)، توسط آلساندر ریژی با عنوان اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی: طرح آماری رسمی در ایتالیا انجام شده است که در آن برای سرمایه اجتماعی سه بعد اعتماد، انسجام و مشارکت در نظر گرفته شده است و ابعادی را که ما در این پژوهش برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته‌ایم، پشتیبانی می‌کند.

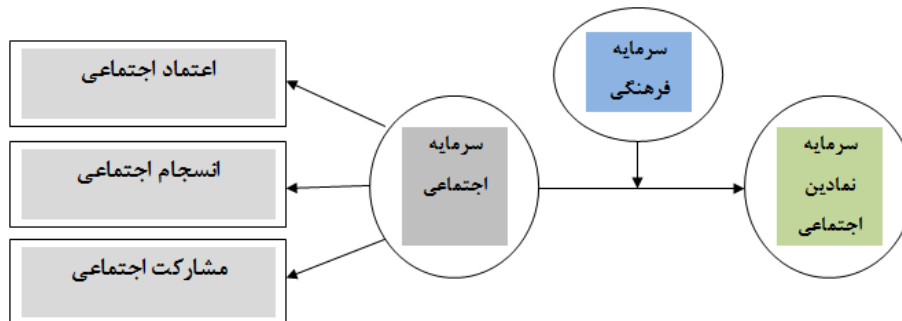
۴- مدل و فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی پژوهش

بین سرمایه اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل گر سرمایه فرهنگی، رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه شماره ۱: بین اعتماد اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل گر سرمایه فرهنگی، رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه شماره ۲: بین انسجام اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل گر سرمایه فرهنگی، رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه شماره ۳: بین مشارکت اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل گر سرمایه فرهنگی، رابطه معناداری وجود دارد.



شکل شماره ۱. مدل تحقیق

۵- روش تحقیق

۵-۱- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

روش این پژوهش، توصیفی- پیمایشی می‌باشد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار spss 21 و Lisrel 9.1 استفاده شده است. جامعه مورد نظر، دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان می‌باشد که جمعیتی بالغ بر ۴۶۲۰ نفر است. تعداد نمونه با استفاده از جدول کرجسی - مورگان بالغ بر ۳۵۳ نفر می‌باشد و با استفاده از فرمول کوکران با ضریب خطای اندازه‌گیری ۰/۰۵ بالغ بر ۳۵۵ نفر می‌باشد. برای این که نمونه‌گیری از اطمینان بالاتری برخوردار باشد، تعداد نمونه، بالغ بر ۳۶۰ نفر در نظر

¹ Sonia Jeddi

گرفته شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسش‌نامه محقق ساخته (پنج گزینه‌های طیف لیکرت) می‌باشد. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده بوده است.

برای جمع‌آوری اطلاعات و توزیع پرسش‌نامه در بین دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان، از هر دو جنس مرد و زن استفاده شده است. در این بین ۲۱۸ نفر پسر و تعداد ۱۴۲ نفر دختر شرکت کرده‌اند. همین‌طور این تعداد افراد در بخش‌های مختلف و دانشکده‌های مختلف در دانشگاه ایلام، بوده‌اند. در این بین تعداد ۱۱۶ نفر متأهل و سایر افراد مجرد بوده‌اند. لازم به توضیح است که افراد مورد مطالعه قرار گرفته از دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان بوده‌اند و از این تعداد (۳۶۰ نفر) بالغ بر ۳۳۸ نفر از آن‌ها شاغل نبوده‌اند و تعداد ۲۲ نفر شاغل بوده‌اند.

علت انتخاب دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان به این علت بوده است که تصور می‌شود با توجه به اینکه دانشجویان ورزشکار از بخش‌های مختلف کشور در دانشگاه جمع شده‌اند و همین‌طور این افراد از فرهنگ‌ها و اجتماعات مختلفی هستند و دارای نمادهای مختلف هستند، لذا نتایج پژوهش قابلیت تعمیم بیشتری خواهد داشت و از این رو این جامعه مورد انتخاب قرار گرفته است.

۵-۲- ابزار

در این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌های لازم از پرسش‌نامه بهره گرفته شده است. شایان ذکر است که در پرسش‌نامه از طیف پنج‌عاملی لیکرت استفاده شده است.

- متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی): در این پژوهش شامل سه بعد می‌باشد که عبارت‌اند از: اعتماد اجتماعی - انسجام اجتماعی - مشارکت اجتماعی. هر کدام از این ابعاد، در قالب ۵ گویه اندازه‌گیری شده است. امتیازی که پاسخ‌دهندگان به این ابعاد می‌دهند، بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت می‌باشد.

- متغیر وابسته (سرمایه نمادین اجتماعی): بدون بعد بوده و برای سنجش آن از ۵ گویه استفاده شده است که با استفاده از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت مورد سنجش قرار می‌گیرد.

- متغیر تعدیل‌کننده (سرمایه فرهنگی): در این پژوهش شامل سه بعد می‌باشد که عبارت‌اند از: تجسم‌یافته - عینیت یافته - نهادینه‌شده. سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و عینیت یافته که هر کدام در قالب ۵ گویه و سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده با ۴ گویه اندازه‌گیری شده است. امتیازی که پاسخ‌دهندگان به این ابعاد می‌دهند، بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت می‌باشد.

۵-۳- روایی و پایایی

روایی پرسش‌نامه از نظر صوری توسط اساتید مربوطه (۳ استادیار جامعه‌شناسی، ۴ استادیار مدیریت) و همین‌طور روایی سنجی از نوع همگرا با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسش‌نامه از طریق نرم‌افزار SPSS ۱۹ و از طریق آزمون آلفای کرون باخ مورد ارزیابی قرار گرفت که مقادیر آن در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جدول شماره ۱. مقادیر آلفای کرون باخ

سرمایه نمادین اجتماعی	اعتماد اجتماعی	انسجام اجتماعی	مشارکت اجتماعی	سرمایه اجتماعی (کل)	سرمایه فرهنگی (کل)
۰/۸۶۱	۰/۸۹۱	۰/۷۲۹	۰/۹۱۲	۰/۷۴۹	۰/۸۶۲

۶- یافته‌های تحقیق

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده معادلات ساختار یافته (روش لیزرل)

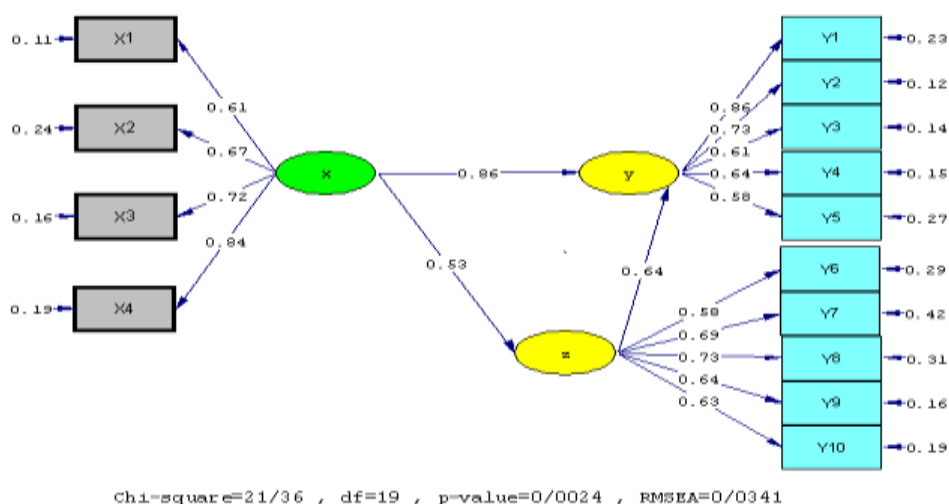
در روش مدلیابی معادلات ساختاری رابطه بین متغیرهای مشاهده شده و مکنون از طریق بارهای عاملی مورد تأیید قرار می‌گیرد، همین‌طور ضریب خطای متغیرهای مشاهده نیز به دست خواهد آمد و از طرفی روابط بین متغیرهای مکنون نیز توسط ضرایب مسیر نشان داده می‌شود که در ادامه مدل این پژوهش در حالت کلی و فرعی مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. لازم به ذکر است که متغیرهای مکنون با بیضی و متغیرهای مشاهده شده با مستطیل نشان داده می‌شوند.

Y = سرمایه نمادین اجتماعی، Z = سرمایه فرهنگی، X = سرمایه اجتماعی

۱-۶- بررسی آزمون مدل ساختاری

در این قسمت به دنبال اثبات فرضیات تحقیق هستیم. دو مدل ارائه می‌شود، یکی مدل فرضیه اصلی تحقیق و دیگری مدل فرضیات فرعی تحقیق که در ادامه به‌طور مفصل توضیح داده شده‌اند.

۱-۱-۶- مدل فرضیه اصلی پژوهش در حالت تخمین استاندارد

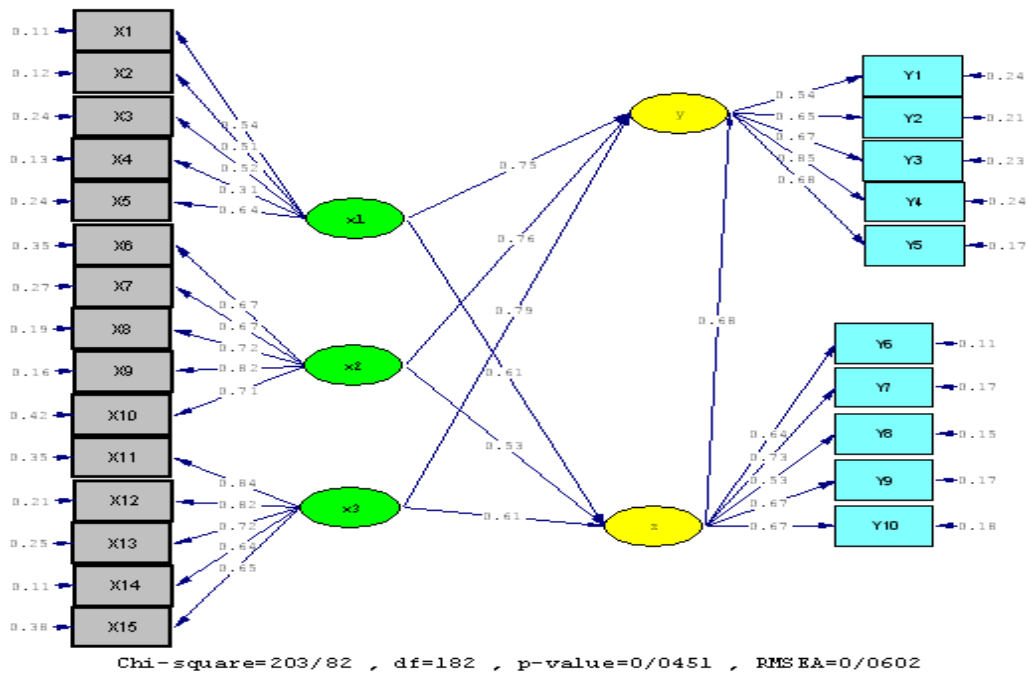


شکل شماره ۲. مدل معناداری فرضیه اصلی تحقیق در حالت تخمین استاندارد

مدل در حالت تخمین استاندارد نشان‌دهنده ضرایب بتای استاندارد شده است. همان‌طور که در بالا قابل‌رؤیت است؛ تمامی بارهای عاملی بین سؤالات (مستطیل‌ها) و متغیر مکنون (بیضی‌ها) بالای ۰.۵ هستند که نشان‌دهنده روایی سنج از نوع همگرا و تأیید روایی پرسش‌نامه است. همین‌طور ضریب استاندارد بین دو متغیر مکنون نیز نشان‌دهنده میزان رابطه موردبررسی در فرضیه اصلی پژوهش است.

۱-۶-۲- مدل فرضیات فرعی پژوهش در حالت تخمین استاندارد

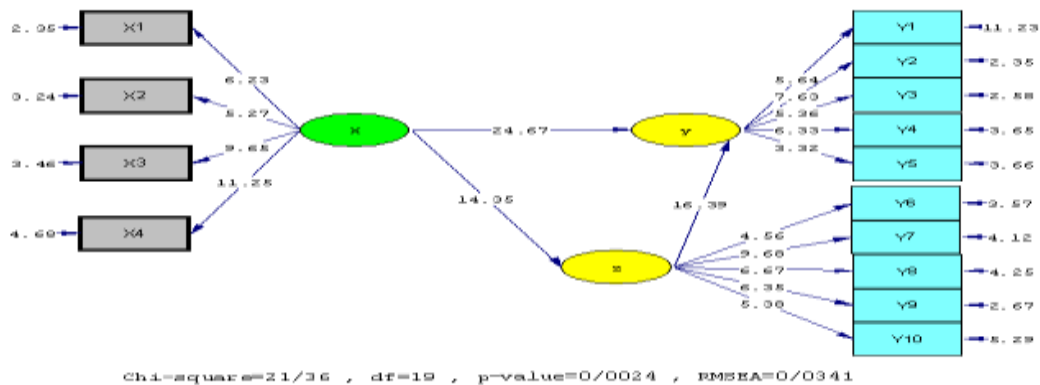
$X1$ = اعتماد اجتماعی، $X2$ = انسجام اجتماعی، $X3$ = مشارکت اجتماعی، Y = سرمایه نمادین اجتماعی، Z = سرمایه فرهنگی



شکل شماره ۳. مدل معناداری فرضیات فرعی تحقیق در حالت تخمین استاندارد

میزان اماره t نشان‌دهنده ضریب معناداری و تائید معنادار بودن و یا معنادار نبودن روابط مربوطه در پژوهش است. با توجه به ضریب خطا در نظر گرفته‌شده در این پژوهش که برابر با ۰.۰۵ است میزان تائید معناداری در این پژوهش برابر با ۱.۹۶ است، از این رو همان‌طور که در مدل بالا قابل مشاهده است، رابطه مورد بررسی در فرضیه اصلی پژوهش معنادار و تائید شده است.

۳-۱-۶- مدل فرضیه اصلی پژوهش در حالت ضرایب معناداری

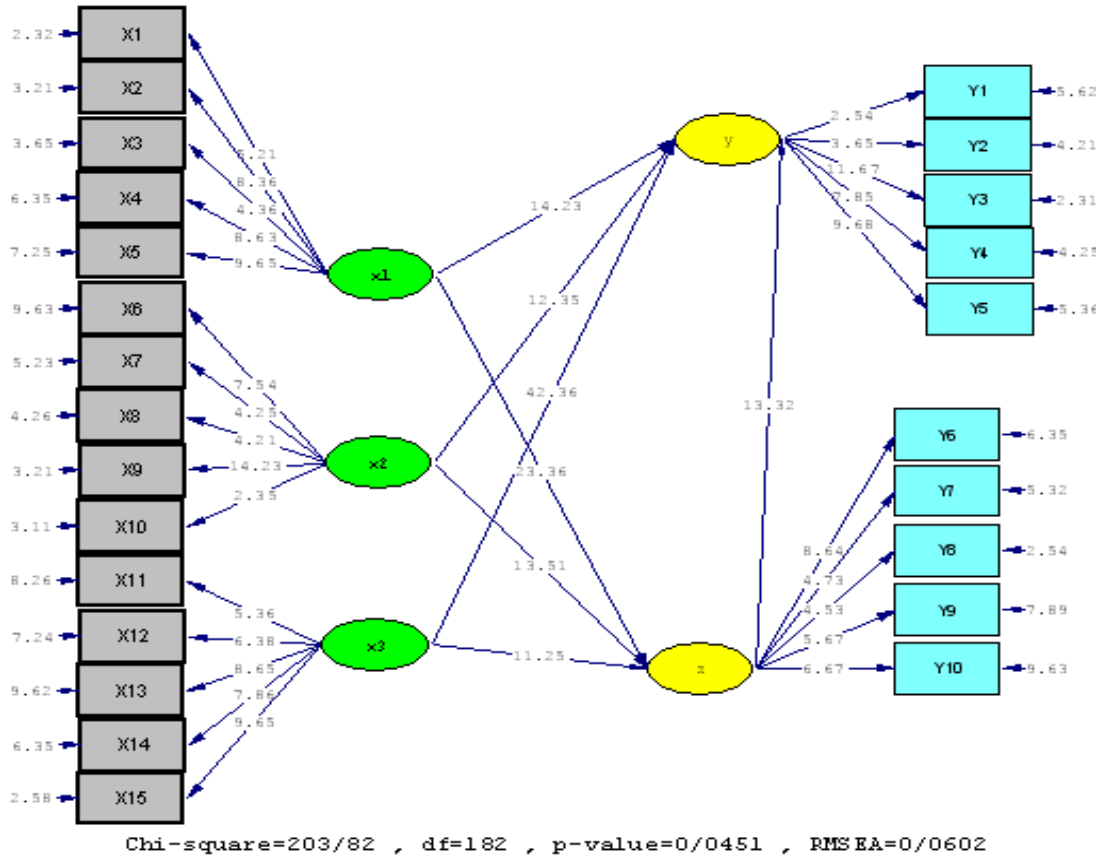


شکل شماره ۴. مدل معناداری فرضیه اصلی تحقیق در حالت ضرایب معناداری

مدل در حالت تخمین استاندارد نشان‌دهنده ضرایب بتای استاندارد شده است. همان‌طور که در بالا قابل‌رؤیت است تمامی بارهای عاملی بین سؤالات (مستطیل‌ها) و متغیر مکنون (بیضی‌ها) بالای ۰.۵ هستند که نشان‌دهنده روایی سنجه از نوع همگرا

و تأیید روایی پرسش‌نامه است. همین‌طور ضریب استاندارد بین متغیرهای مکنون نیز نشان‌دهنده میزان روابط موردبررسی در فرضیات پژوهش است.

۶-۱-۴- مدل فرضیات فرعی پژوهش در حالت ضرایب معناداری



شکل شماره ۵. مدل معناداری فرضیات فرعی تحقیق در حالت ضرایب معناداری

میزان اماره t نشان‌دهنده ضریب معناداری و تأیید معنادار بودن و یا معنادار نبودن روابط مربوطه در پژوهش است. با توجه به ضریب خطا در نظر گرفته‌شده در این پژوهش که برابر با ۰.۰۵ است میزان تأیید معناداری در این پژوهش برابر با ۱.۹۶ است، از این‌رو همان‌طور که در مدل بالا قابل مشاهده است، روابط موردبررسی در فرضیات فرعی پژوهش معنادار و تماماً تأیید شده است.

۶-۱-۵- بررسی فرضیات پژوهش و برازش مدل‌ها

جدول شماره یک شاخص‌های برازش مدل از قبیل کای دو، GFI ، $RMSEA$ و... را نشان می‌دهد. اگر مقدار χ^2 کم، نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کوچک‌تر از ۳، $RMSEA$ کوچک‌تر از ۱ و نیز GFI و $AGFI$ بزرگ‌تر از ۰.۹۰ باشند، می‌توان نتیجه گرفت که مدل اجراشده برازش مناسبی دارد. ضریب استاندارد رابطه موجود نیز در صورتی که ارزش t از ۲ بزرگ‌تر یا از ۲- کوچک‌تر باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار خواهد بود.

$X1$ =اعتماد اجتماعی، $X2$ =انسجام اجتماعی، $X3$ =مشارکت اجتماعی، Y =سرمايه نمادين اجتماعي، Z =سرمايه فرهنگي، X =سرمايه اجتماعي

جدول شماره ۲. نتایج اجرای مدل ساختاری میان متغیرهای مدل مفهومی تحقیق

فرضیه	کای دو	RMSEA	Df	GFI	AGFI	روابط علی	میزان اثر (حالت استاندارد)	عدد معنی داری	نتیجه فرضیه
اصلی	۲۱/۳۶	۰/۰۳۴۱	۱۹	۰/۹۷	۰/۹۴	$Y \leftarrow x$	۰/۸۶	۲۴/۶۷	تائید
	۲۱/۳۶	۰/۰۳۴۱	۱۹			$Z \leftarrow X$	۰/۵۳	۱۴/۳۵	
	۲۱/۳۶	۰/۰۳۴۱	۱۹			$Y \leftarrow Z$	۰/۶۴	۱۶/۳۹	
فرعی ۱	۲۰۳/۸۲	۰/۰۶۰۲	۱۸۲	۰/۹۶	۰/۹۵	$Y \leftarrow x1$	۰/۷۵	۱۴/۲۳	تائید
	۲۰۳/۸۲	۰/۰۶۰۲	۱۸۲			$Z \leftarrow x1$	۰/۶۱	۲۳/۳۶	
فرعی ۲	۲۰۳/۸۲	۰/۰۶۰۲	۱۸۲	۰/۹۴	۰/۹۶	$Y \leftarrow x2$	۰/۷۶	۱۲/۳۵	تائید
	۲۰۳/۸۲	۰/۰۶۰۲	۱۸۲			$Z \leftarrow x2$	۰/۵۳	۱۳/۵۱	
فرعی ۳	۲۰۳/۸۲	۰/۰۶۰۲	۱۸۲	۰/۹۵	۰/۹۲	$Y \leftarrow x3$	۰/۷۹	۴۲/۳۶	تائید
	۲۰۳/۸۲	۰/۰۶۰۲	۱۸۲			$Z \leftarrow x3$	۰/۶۱	۱۱/۲۵	
	۲۰۳/۸۲	۰/۰۶۰۲	۱۸۲			$Y \leftarrow Z$	۰/۶۸	۱۳/۳۲	

همان‌طور که مشاهده می‌شود، اولاً با توجه به معنی‌دار بودن ارزش t ، اعتبار و برازندگی مناسب مدل تأیید می‌شود، چراکه مقدار کای دو، مقدار RMSEA و نسبت کای دو به درجه آزادی کم و مقدار GFI و AGFI نیز بالای ۹۰ درصد است. لذا تمامی فرضیات (فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی مدل پژوهش) تأیید می‌شوند.

۲-۶- خلاصه یافته‌های پژوهش

۲-۶-۱- فرضیه اصلی

جدول شماره ۳. نتایج آزمون فرضیه اصلی

فرضیه	میزان مستقیم اثر	میزان غیرمستقیم اثر
فرضیه اصلی	۰/۸۶	۰/۵۳*۰/۶۴=۰/۳۳۹۲

۲-۶-۲- فرضیات فرعی

جدول شماره ۴. نتایج آزمون فرضیه فرعی

فرضیه	میزان مستقیم اثر	میزان غیرمستقیم اثر
فرضیه فرعی ۱	۰/۷۵	۰/۶۱*۰/۶۴=۰/۳۹۰۴
فرضیه فرعی ۲	۰/۷۶	۰/۵۳*۰/۶۴=۰/۴۸۶۴
فرضیه فرعی ۳	۰/۷۹	۰/۶۱*۰/۶۴=۰/۳۹۰۴

۷- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه، به آنچه پیش‌ازاین آمد، می‌توان برداشت نمود که هر چه سرمایه اجتماعی افراد بالاتر باشد، سرمایه نمادین اجتماعی آنان بالاتر است و هر چه سرمایه اجتماعی افراد پایین‌تر باشد، سرمایه نمادین اجتماعی آنان از میزان پایین‌تری برخوردار می‌باشد؛ یعنی با افزایش یک واحدی در سرمایه اجتماعی، سرمایه نمادین اجتماعی به میزان $0/۸۶$ واحد افزایش می‌یابد. افرادی که از سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام و مشارکت) بالایی برخوردار می‌باشند، این افراد از سرمایه نمادین اجتماعی بالایی برخوردار می‌باشند که از دیدگاه بوردیو امری پذیرفته شده است، از نظر بوردیو، سرمایه‌های غیراقتصادی یا غیرمادی (مثلاً: سرمایه اجتماعی) قابل انباشت، مبادله و تبدیل به سایر انواع سرمایه (مثلاً: سرمایه نمادین اجتماعی) است. (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۱۳)؛ در اندیشه پاتنام و فوکویاما، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک پدیده جامعه‌شناسان کلان لحاظ شده است. به نظر آن‌ها ملت‌هایی توانند از سطوح متفاوتی از سرمایه اجتماعی برخوردار باشند که فرصت برای تحقق دموکراسی یا صنعتی شدن آن‌ها فراهم می‌سازد، درنهایت در شرایط وجود سرمایه اجتماعی شاهد بسط و گسترش فرایند مشارکت در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و نمادین و نیز بسط انجمن‌های داوطلبانه خواهیم بود، فرایندی که می‌تواند سازوکار مؤثری برای نیل به توسعه باشد که می‌تواند مثلاً به‌عنوان مدیریت و تولید نمادها باشد؛ سرمایه فرهنگی یا توجه به نقش تعدیل‌کنندگی در این مقاله، می‌تواند به‌عنوان تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین و واسطه میان آن‌ها عمل کند، از این‌رو سرمایه فرهنگی می‌تواند برای هر دو سرمایه نمادین و اجتماعی بازتولید اجتماعی، فرهنگی و نمادین داشته باشد که با نظریه بازتولید سرمایه اجتماعی و فرهنگی بوردیو هم‌خوانی دارد و میزان این تأثیر برابر با $0/۶۸$ می‌باشد. از طرفی میزان رابطه میان ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد-انسجام-مشارکت) با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل‌کننده سرمایه فرهنگی به ترتیب برابر با $0/۷۵$ ، $0/۷۶$ ، $0/۷۹$ می‌باشد. با توجه به این یافته‌ها می‌توان به این مطلب اشاره نمود که زمانی که سرمایه اجتماعی افراد بالاتر باشد، بیشتر در معرض تعاملات اجتماعی و فرهنگی قرار می‌گیرند و هم از دیگران تأثیر می‌پذیرند و هم بر آن‌ها تأثیر می‌گذارند، از این‌رو اعتماد، انسجام و مشارکت آنان با سرمایه نمادین‌های گروه‌های اجتماعی که در آن‌ها عضو هستند و یا حضور دارند تحت تأثیر قرار می‌گیرد و این نمادها، مجدداً بر سرمایه و رابطه اجتماعی و سرمایه‌های فرهنگی افراد تأثیر می‌گذارد (به عبارتی می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی و فرهنگی افراد باعث به وجود آمدن سرمایه نمادین اجتماعی برای افراد می‌شود و این سرمایه نمادین اجتماعی جدید باعث ایجاد سرمایه اجتماعی و فرهنگی جدیدی برای دارنده آن می‌شود و این دو باهم رابطه دارند و باعث تقویت و تولید همدیگر می‌شوند). به عبارتی باید این چنین بیان کرد که به‌طور مستقیم سرمایه اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی رابطه مثبت و برابر با $0/۸۶$ دارد و از طرفی به‌طور غیرمستقیم و با توجه به نقش تعدیل‌کننده سرمایه فرهنگی ابتدا افزایش سرمایه اجتماعی سرمایه فرهنگی را به میزان $0/۵۳$ افزایش می‌دهند و این افزایش در سرمایه فرهنگی باعث افزایش در سرمایه نمادین به میزان $0/۶۴$ می‌شود که در کل میزان این رابطه برابر با $0/۳۳$ می‌باشد.

تحقیقی در سال (۲۰۱۳)، توسط آلساندر ریژی با عنوان اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی: طرح آماری رسمی در ایتالیا انجام شده است که در آن برای سرمایه اجتماعی سه بعد اعتماد، انسجام و مشارکت در نظر گرفته شده است و ابعادی را که ما در این پژوهش برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته‌ایم، پشتیبانی می‌کند.

سرمایه اجتماعی به‌طور کلی به‌عنوان مجموعه‌ای از قوانین، هنجارها، الزامات (تعهدات)، روابط متقابل و اعتماد حک شده در روابط اجتماعی، ساختارهای اجتماعی و سلسله‌مراتب نهادی جامعه تعریف شده است که اعضای آن را قادر به دستیابی به اهداف جمعی و فردی‌شان می‌سازد. سرمایه اجتماعی دلالت بر اشکالی از سازمان چون اعتماد، قواعد و شبکه‌ها دارد که می‌توانند کارایی جامعه را از طریق کنش‌های متناسب تسهیل کنند. در نتیجه تعاون خودانگیخته از طریق سرمایه اجتماعی تسهیل می‌شود (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۷۸)؛ از این‌رو لازم به توضیح است که با توجه به نرخ تبدیل سرمایه اجتماعی و نرخ سرمایه نمادین اجتماعی به هم با توجه به نقش تعدیل‌گری سرمایه فرهنگی، می‌توان این چنینی بیان کرد که سرمایه نمادین اجتماعی به کمک سرمایه فرهنگی می‌تواند نقش سرمایه اجتماعی را بازی کرده و جایگزینی برای آن باشد، به عبارتی می‌تواند این چنینی بیان کرد که سرمایه نمادین اجتماعی هم می‌تواند باعث ایجاد اعتماد، قواعد و ایجاد شبکه‌های مختلف شود و موجب

ایجاد ساختارها و روابط اجتماعی مختلف شود که افراد بتوانند به کمک آن به اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت خود نائل شوند. از این رو پیشنهاد داده می‌شود که مدیران برای ایجاد اثربخشی در سازمان و هم‌راستا کردن اهداف مختلف از سرمایه نمادین اجتماعی و سرمایه اجتماعی استفاده کنند و اهداف سازمانی را یکپارچه و هم‌راستا کنند. بورديو معتقد است که طبقه بالای جامعه، فقط امکانات اقتصادی و به تبع آن سیاسی را در اختیار ندارند، بلکه این طبقه، سرمایه فرهنگی و اجتماعی را نیز در اختیار دارند و این امر مانند سرمایه اقتصادی موجب می‌شود که آنان در چرخه بازتولید قرار گیرند و موجب افزایش آن شوند و از طریق سرمایه فرهنگی، شیوه رفتار و گفتار خود و همین‌طور نحوه عمل اجتماعی خود را از دیگر طبقات جدا کنند، به طوری که این طبقه با داشتن امکانات و ملزومات فرهنگی از لحاظ ذهنی و عینی در ساختاری قرار می‌گیرند که خود را از دیگر طبقات جامعه جدا می‌داند. نمونه بارز این ساختار ذهنی و تأثیر آن بر ساختار عینی از نظر بورديو، وجه ذائقه زیباشناختی است. به زعم وی این ذائقه همراه انسان پا به عرصه وجود نمی‌نهد، بلکه چیزی اکتسابی است و طبقات بالای اجتماعی از این طریق خود را از اعضای دیگر اجتماع جدا می‌دانند و در واقع ذائقه بیشتر، جایگاه طبقاتی دارد. خدمت اصلی تفکر بورديو در توسعه مجموعه‌ای از استعاره‌های قوی برای بیان موشکافانه رابطه قدرت و سلطه در جهان اجتماعی و به طور کلی قشر بندی فرهنگی است. به نظر وی فرهنگ درون یک فضای اجتماعی پخش شده است و سپس به وسیله میراث انتقال یافته و بالاخره به صورت فرهنگ سرمایه‌گذاری می‌شود (ریتزر^۱، ۱۳۸۱: ۷۲۱). یافته‌های این پژوهش تا حدودی نظریات بورديو را تأیید می‌کند و در برخی جهات با آن متفاوت است؛ با توجه به یافته‌های این پژوهش می‌توان این چنین بیان کرد که سرمایه‌ها با نرخ‌های مختلف قابل تبدیل به هم هستند و در گروه‌هایی از جامعه، بازتولید سرمایه‌ها را داریم. یعنی در برخی گروه‌های اجتماعی و نمادین اجتماعی افراد دست به بازتولید می‌زنند و برخی نمی‌زنند و هرچند برای همه افراد جامعه صدق نمی‌کند، ولی در کل سرمایه‌ها قابل تبدیل به هم هستند و ایجاد یک سرمایه در یک فرد و گروه موجب ایجاد خودبه‌خود سایر سرمایه‌ها در فرد می‌شود.

از آنجایی که این بررسی در دانشگاه انجام شده است (دانشگاه یک محیط فرهنگی و اجتماعی است و از این رو افرادی که در آنجا حضور دارند از سرمایه فرهنگی و اجتماعی زیادی برخوردار می‌باشند)، لذا به محققان آتی این پیشنهاد داده می‌شود که این فرضیات را در محیطی خارج از دانشگاه مورد بررسی قرار بدهند و در تحقیقات خود سرمایه‌های دیگری همچون: سرمایه فکری و اقتصادی را نیز لحاظ نمایند و نتایج آن را با نتایج حاکی از این پژوهش مقایسه نمایند.

به مدیران و مسئولین پیشنهاد داده می‌شود که با توجه به رابطه میان سرمایه اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی، می‌توانند با استفاده از نمادهای اجتماعی به گروه‌بندی‌های مجدد اجتماعی و ایجاد اعتماد، انسجام و مشارکت‌های مجدد و گروه‌بندی‌های مجدد، در میان افراد و گروه‌های اجتماعی و سازمانی دست یابند و جامعه و سازمان را با سهولت بیشتری در راستای اهداف سازمانی و اجتماعی هم‌راستا نمایند. با افزایش سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی افراد می‌توان بر روی سرمایه‌های نمادین اجتماعی افراد تأثیر گذاشت و همین‌طور نیز با افزایش سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین اجتماعی افراد می‌توان بر روی سرمایه اجتماعی افراد تأثیر گذاشت.

منابع

۱. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلام‌رضا. (۱۳۸۳). توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران. تهران: نشر نی.
۲. اکبری، امین. (۱۳۸۳). نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سیاسی. اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسج از توابع سقز)، دانشگاه علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۳. امام‌جمعه زاده، سید جواد، رهبر قاضی، محمود رضا، محمود اوغلی، سجاد، روحانی، حسین و بیگی، مسلم. (۱۳۹۲). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مصرف‌گرایی سیاسی در دانشجویان دانشگاه اصفهان. جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، ش پیاپی (۴۹)، شماره اول، صص ۵۳-۳۷.

¹ George Ritzer

۴. بهروان، حسین، بهروان، ندا. (۱۳۹۲). تحلیل محتوای مفهوم سرمایه اجتماعی در احادیث امام رضا (ع). فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ششم، شماره ۳، صص ۱۴۹-۱۱۵.
۵. بوردیو، پیر. (۱۳۸۴). طرحی از یک نظریه کنش. ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران انتشارات نقش و نگار.
۶. بیرو، آلن. (۱۳۶۷). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
۷. پناهی، محمدحسین، امیری، مهدی. (۱۳۹۱). رابطه پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سرمایه فرهنگی (نمونه موردی شهر تهران). فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال ششم، شماره (۱۷)، تابستان، صص ۶۶-۳۳.
۸. جلابی پور، حمیدرضا، اخلاقی، ابراهیم. (۱۳۹۱). گرایش زنان به آموزه‌های گفتمان روشنفکری (مورد مطالعه: زنان ۴۰- ۱۸ سال شهر شیراز). فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال هشتم، شماره ۲۸، صص ۳۴-۱۱.
۹. جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۵). پیر بوردیو. ترجمه لیلا جو افشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
۱۰. چلبی، مسعود. (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی نظم تشریح و تحلیل نظریه نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
۱۱. ریتزر، جورج. (۱۳۸۱). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.
۱۲. ذکابی، محمد سعید. (۱۳۹۴). نابرابری سرمایه‌های فرهنگی در شهر تهران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هشتم، شماره ۴، زمستان، صص ۱۹۶.
۱۳. ژیانپور، مهدی، حسن پور، آرش، نیلی، علی‌رضا. (۱۳۹۲). کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاه (مقایسه سرمایه فرهنگی رشته‌های چهارگانه، دانشگاه دولتی اصفهان). جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره پیاپی (۵۱)، شماره سوم، پاییز، صص ۲۳۲-۲۱۳.
۱۴. سوارتز، دیوید. (۱۳۸۱). اقتصاد سیاسی و قدرت نمادین. ترجمه شفیعه صالحی، فصلنامه اقتصاد سیاسی، س اول، ش ۳.
۱۵. شاه‌حسینی، ماهرو. (۱۳۸۱). مطالعه و بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در عملکرد انجمن‌های اعتبار گردشی زنان در تهران. دانشگاه آزاد اسلامی (واحد علوم و تحقیقات).
۱۶. شویره، کریستین و اولیویه فونتن. (۱۳۸۵). واژگان بوردیو. ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
۱۷. صفدری، سلیمان. (۱۳۷۴). رضایت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.
۱۸. عباس زاده، محمد، علیزاده اقدم، محمدباقر، کوهی، کمال، علی پور، پروین. (۱۳۹۱). انواع سرمایه‌ها، حلقه مفقوده در تبیین شادکامی دانشجویان (دانشجویان دانشگاه تبریز). فصلنامه رفاه اجتماعی، سال سیزدهم، ش ۵۱، صص ۲۴۴-۲۱۵.
۱۹. عبداللهیان، حمید، کرمانی، حسین. (۱۳۹۲). سنجش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ششم، شماره ۳، پاییز، صص ۲۶-۱.
۲۰. عاملی بابایی، یحیی، باینگانی، بهمن. (۱۳۸۸). بررسی میزان تأثیر سرمایه اقتصادی و اجتماعی بر سرمایه فرهنگی (مطالعه جوانان شهر پاوه). فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال ششم، شماره ۱۸، بهار، صص ۱۱۳-۸۸.
۲۱. علوی تبار، علیرضا. (۱۳۷۹). الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها (یافته‌های تجربی و راهبردها)، تهران: سازمان شهرداری‌های تهران.
۲۲. فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم، انتشارات صبح صادق.
۲۳. فاین، بن. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی. ترجمه محمد کمال سروریان، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۲۴. فکوهی، ناصر. (۱۳۸۴). تاریخ نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران، نشر نی.
۲۵. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۵)، "پایان نظم - سرمایه اجتماعی و حفظ آن"، ترجمه: غلام عباس توسلی، تهران: حکایت قلم نوین.
۲۶. کروی، مهدی. (۱۳۸۷). فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری. فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۸، صص ۳۰۹-۳۲۴.
۲۷. کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، "بنیادهای نظریه اجتماعی"، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی
۲۸. لطیفی، میثم، ظهوریان ابورتراپی، میثم. (۱۳۹۴). تدوین الگوی ارزیابی شاخص‌های فرهنگ عمومی در دانشگاه‌ها. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هشتم، شماره ۱، بهار، صص ۷۰-۴۷.

۲۹. منادی، مرتضی. (۱۳۹۱). سرمایه فرهنگی زنان و انتخاب کالاهای مصرفی غربی (مطالعه تطبیقی تعدادی از زنان شاغل و خانه‌دار). فصلنامه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده، سال هفتم، شماره ۲۰، پاییز، صص ۱۹۳-۱۶۴.
۳۰. مرزوقی، رحمت اله، فرجی ده سرخی، حاتم، حیات؛ علی اصغر و ملکی حسن وند، مسلم. (۱۳۹۱). ارزیابی سرمایه اجتماعی سازمانی: مطالعه موردی دانشگاه تهران. نامه آموزش عالی، دوره جدید، سال پنجم، شماره بیستم، زمستان، صص ۳۴-۹.
۳۱. معیدفر، سعید، آخوندی، محمدباقر. (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه اجتماعی بر نفوذ اجتماعی بر نفوذ اجتماعی دین در آموزه‌های قرآن. آموزه‌های قرآنی، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، شماره ۱۷، بهار، صص ۹۴-۷۱.
۳۲. نامدار جویمی، احسان. (۱۳۹۳). بررسی رابطه سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین با رفتار مصرف‌کننده در صنعت پوشاک (مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه ایلام.
۳۳. نعمت الهی، زهرا، فرج الهی، امید حمزه، میر جلیلی، محمدحسین و مؤمنی فرد، حسین. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، مشارکت اجتماعی) دانشجویان دانشگاه افسری امام علی (ع). فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت نظامی، ش ۵۰، سال سیزدهم، تابستان، صص ۲۰۲-۱۷۵.
۳۴. نوغانی، محسن. (۱۳۹۰). آموزش و پرورش و بازتولید فرهنگی. رشد علوم اجتماعی، دوره جدید، ش ۳.
35. Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (1977). *Reproduction in education, society and cultural*, Beverly hills, CA: sage.
36. Bourdieu, P. (1989), *La distinction (critique social du jugement)*, les editions mimiut, paris.
37. Jeddi, Sonia (2014), *Social capital of mobile workers: An emerging risk factor?*, *procidia-social and behavioral sciences* 109, 536- 540.
38. Ljunge, Martin (2014), *Social Capital and political institutions: evidence that democracy fosters trust*, research institute of industrial economics (I4N), stock holm, Sweden, 44- 49
39. Righi, Alessandra (2013), *Measuring social capital: official statistics initiative in Italy*. *Procidia, social and behavior science* 72, 4-22.
40. Wogget, Gabriele (1993), "social capital", *Rural sociology*, No.63.

Investigate the relationship between social capital, social symbolic capital if given the moderating role of culture capital (Case Study: Sistan and Baluchestan University students athletes)

Seyed Ali Gholi Rowshan¹, Nour-Mohammad Yaghoubi², Amin Reza Kamalian³,
Homayoon Nori⁴, Ehsan Namdar Joyami⁵, Mahin Rashki Ghaleno⁶, Fateme Rashki
Ghaleno⁷

1- Associate Professor of Department of Management, University of Sistan and Baluchestan. Iran

2- Professor of Department of Management, University of Sistan and Baluchestan. Iran

3- Associate Professor of Department of Management, University of Sistan and Baluchestan. Iran

4- PhD Student, Public Administration, Islamic azad University of Sistan and Baluchestan. Iran

5- PhD Student, Public Administration, University of Sistan and Baluchestan. Iran

6- PhD Student, Industrial management-Finance, University of Sistan and Baluchestan. Iran

7- M.A. Degrees in Public Administration, University of Sistan and Baluchestan. Iran

Abstract

The Purpose of this Study, Investigate the relationship between social capital, social symbolic capital if given the moderating role of culture capital of the State University of Sistan and Baluchestan. In this regard, according to Bourdieu's theory of cultural reproduction in the field of social symbolic capital, social capital, formed part of a general theory of three hypotheses. The research method is a survey and analysis of data used software spss 21, lisrel9.1. Research community, the State University of Sistan and Baluchestan 18600 persons according to Cochran formula and Morgan table of farmers in the sample of people considered is 382. Results show that the intensity of the relationship (r) direct and dimensions of social capital (trust, participation), significant social and symbolic capital of 75/0, 76/0, 79/0 and 0.39, 0.48, 0:39 in the overall relationship between direct and symbolic social capital and social capital equal is to 0.86, 0.33. The results suggest that increasing social capital and cultural capital on iconic individuals can be influenced social as well as cultural and symbolic capital by increasing social capital can impact on social capital and to in other words, we can say that social capital and cultural capital of the causes of social symbolic capital for new social and symbolic capital creates social capital and cultural capital of the new owner.

Keywords: Social cohesion. social trust. community involvement. symbolic capital. social capital, cultural capital
