فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۱۶، شماره ۴، تابستان ۱۴۰۱، صفحات ۲۵۵-۲۲۵

بررسی جایگاه اجتماعی زنان از نظر هویت اجتماعی (مطالعه موردی: زنان شاغل قومیت‌های مختلف در شهر اهواز)

فرخنده چینی‌پرداز[۱]، دکتر اصغر محمدی[۲]، دکتر محمدعلی چیت‌ساز[۳]

تاریخ وصول: ۱۴۰۰/۱۰/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۱۶

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی جایگاه اجتماعی زنان از نظر هویت اجتماعی (مطالعه موردی زنان شاغل قومیت های مختلف در شهر اهواز) انجام شد. این پژوهش به روش پیمایشی انجام شد و در جهت ارتقا روایی سنجه‌های پرسشنامه از اعتبار صوری و قابلیت اعتماد نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ که برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۷۰ به دست آمد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود. جامعه آماری این تحقیق، شامل تمام زنان با قومیت‌های مختلف شامل: فارس، عرب، بختیاری و جمعیت معدود ترک و کرد، ساکن اهواز که در زمان انجام تحقیق در سازمان‌های مختلف شهر اهواز در سال ۹۸-۱۳۹۷ مشغول به کار بودند، می‌باشد برای انتخاب حجم نمونه در بین افراد جامعه آماری از فرمول عمومی کوکران استفاده گردید. بدین ترتیب بر طبق فرمول کوکران تعداد ۵۷۲ نفر به‌عنوان حجم نمونه به دست آمد. در قسمت چارچوب نظری از نظریه مید استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشانگر این بودند که بین متغیرهای مستقل هویت شخصی، هویت گروهی، هویت خانوادگی، هویت دینی و هویت ملی با متغیر وابسته جایگاه اجتماعی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مفاهیم کلیدی: *جایگاه اجتماعی، هویت خانوادگی، هویت دینی و هویت ملی*

---

[۱] دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی فرهنگی، گروه جامعه‌شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهاقان، ایران sfazelikias1367@gmail.com

[۲] استادیار گروه جامعه‌شناسی واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهاقان، ایران(نویسنده مسئول) asghar.mo.de@gmail.com

[۳] استادیار گروه جامعه‌شناسی واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهاقان، ایران mad3175@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

با توجه به شواهد تاریخی و مدارک موجود در طول تاریخ زندگی بشری، زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت بشری در موقعیتی پایین‌تر از مردان و همواره در جایگاه درجه دوم قرار داشته‌اند و در برابر خشونت مردان آسیب‌پذیر بوده‌اند.حتی امروزه با وجود تغییراتی که به مدد پیشرفت‌های نوین علم و تکنولوژی در تمام زمینه‌ها صورت گرفته و تمام جوامع نیز متأثر از آن می‌باشند، اما همچنان زنان در معرض انواع خشونت‌ها و بی‌مهری از سوی همسرانشان قرار دارند. طی چند دهه گذشته جایگاه اجتماعی زنان تحولاتی را از سر گذرانده است. با افزایش آگاهی و گسترش آموزش عالی، آنان توانمندی‌های خود را ارتقا داده‌اند و دیگر نمی‌توان زنان را در حاشیه مناسبات سیاسی ـ اجتماعی نگه داشت. اکنون آ نها خواهان پایگاه‌هایی هستند تا به موقعیت‌های بهتری دست یابند. واقعیت این است که زنان در مدیریت‌های کلان جامعه را به چالش کشیده‌اند.

جوامعی که امروزه در حال گذر از سنت به مدرنیته هستند، گاهی متمایز و مغایر با مسائل کشورهای توسعه‌یافته امروزی که به ثبات رسیده‌اند، به لحاظ هویتی و امنیت اجتماعی دچار مشکلات عدیده‌ای هستند. این گذار هویتی کنش و واکنش افراد جامعه را دچار مشکلاتی کرده که ممکن است در ساخت اجتماعی واقعیت نیز خلل ایجاد کند و چالش‌های هویتی و همچنین سر در گمی هویتی بخصوص برای زنان را پدید آورد. یکی از خصوصیات جامعه گذار این است که زنان در این دوره به نوعی نابسامانی هویتی ناشی از عدم جدایی کامل از هویت گذشته و اتصال کامل به هویت جدید دچار می‌شوند. در صورتی که این سر درگمی در هویت به سر انجامی نرسد نمی توان انتظار کنش‌های سودمند از افراد داشت (شاهرخ، ۱۳۹۷: ۸۴).

در خلال چند دهه گذشته ساختارها و نهادهای شهرستان اهواز با تغییر و تحولات وسیعی همراه بوده است در این زمینه می‌توان به تغییر در حوزه اقتصادی، نظام خویشاوندی، نظام ارزشی و تعاملی، قشربندی، آموزش، بهداشت، تکنولوژی و حمل و نقل، اشاره کرد. چنین تغییرات بعد جهانی داشته و علاوه بر جوامع غربی در سایر جوامع نیز از گستره و شتاب چشم‌گیری برخوردار بوده است. بررسی تغییرات اجتماعی در بستر فرایند نوسازی در میان اقوام و اجتماعات مختلف به دلیل تفاوت های میان فرهنگی، دارای ماهیت بالنسبه متفاوتی می‌باشند. در این بسترگسستگی و تضعیف در بین عوامل همبسته سنتی و نهادهای متعارف آن روی می‌دهدکه خود منجر به ایجاد تغییراتی در ساختار و کارکردهای نهادهای اجتماعی می‌شود، از این‌رو این منطقه متأثر از ورود و پیامدهای

نوسازی تغییر و تحول ژرفی را در دو سطح عینی ـ ساختاری و ذهنی ـ معنایی تجربه نموده است.

در واقع این منطقه، نیز تحت تأثیر شدید تغییرات ناشی ازفرایند نوسازی قرار گرفته و بالطبع در ساختار و کارکرد جامعه، روابط و مناسبات گروه‌های اجتماعی نیز تغییرات زیادی ایجاد شده است، تغییراتی که در لایه‌های زندگی آنان نفوذ کرده و روابط آنان را از وضعیت سنتی خارج نموده و وارد دنیای جدید جامعه مدرن کرده است. این تغییرات در کوتاه‌مدت و بلندمدت آثار متفاوت و گوناگونی دارند که این اثرات ناشی از محتوای برنامه‌های نوسازی است که بر روی عقاید، ارزش‌ها، اطلاعات، مهارت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای ظاهری افراد تأثیر می‌گذارند در این میان فرآیندهای نوسازی به‌عنوان عامل تغییر را می‌توان با رویکردهای متعددی تعریف کرد (طرفی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۸).

شهر اهواز از جمله شهرهایی است که محل سکونت قومیت‌های مختلفی است و در این شهر ساکنین عرب، لر، فارس و بختیاری زندگی می‌کنند و این تنوع زبانی خود در اختلال هویتی مردم این شهر (امیری‌فر و شیرمردی، ۱۳۹۶: ۲۴). و ساختار هویت جنسیتی زنان تأثیرگذار (حسین‌زاده و همکارن، ۱۳۹۳: ۱۹). هدف اصلی این پژوهش و نگارنده تحلیل این تفاوت و جایگاه اجتماعی زنان در اهواز و بررسی جامعه‌شناختی الگوهای آسیب‌شناسی جایگاه اجتماعی زنان از نظر هویت اجتماعی است.

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

عامری خیرآبادی (۱۳۹۹)، در تحقیقی با عنوان نقش‌پذیری هویت خانوادگی از فضای سایبر و تأثیر آن بر سبک زندگی خانواده‌های ایرانی به این نتیجه دست یافت که فضای سایبرنتیک به‌عنوان یک فضای مجازی نوپدید، جذاب و فراگیر به سرعت جای خود را در عرصه تعاملات اجتماعی باز می‌کند. عده‌ای با خوشبینی مزیت‌های آن را بر می‌شمارند و برخی هم با بدبینی از مضرات آن هشدار می‌دهند، هر دو گروه نیز شواهدی بر مدعای خود دارند. مقاله حاضر نتیجه تحقیقی دست اول برای آزمودن یکی از مهم‌ترین ادعاها در این عرصه است که تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت خانوادگی می‌باشد. بدین منظور، ابتدا تعریفی مورد انفاق نظر از فضای سایبرنتیک ارایه می‌شود. سپس رابطه فضای سایبرنتیک و هویت خانوادگی مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای اندازه‌گیری هویت خانوادگی، مقیاسی (با اتکا بر نظر به هویت اجتماعی) ساخته شده و فرضیه تحقیق در

قالب طرحی مقطعی به روش شبه آزمایشی مورد آزمون قرار گرفته است. پرسشنامه نهایی توسط نمونه‌ای ۳۶۵ نفر از دانشجویان دانشگاه تهران که روش غیر احتمالی سهمیه‌ای انتخاب شدند، تکمیل گردیده است. فرضیه تحقیق با دو تکنیک من ـ وایت نی و رگرسیون چند متغیری آزمون گردید که مورد تأیید قرار نگرفت.

کیانی و ترکان (۱۳۹۷)، در تحقیقی با عنوان هویت جمعی و احساس امنیت اجتماعی دانشجویان دختر دانشگاه‌های دولتی شهر بابل به این نتیجه دست یافتند که، ۷۸/۵ درصد از دانشجویان دختر دارای هویت جمعی بالا بوده‌اند. بر اساس نتایج این پژوهش، بین هویت جمعی و احساس امنیت اجتماعی دانشجویان دختر رابطه معنی‌دار آماری وجود ندارد. بر اساس نتایج رگرسیون خطی بین متغیرهای سن و مقطع تحصیلی با احساس امنیت اجتماعی رابطه معنی‌داری دارد. با توجه به نتایج آنالیز واریانس چندگانه، همچنین بین پایگاه اقتصادی ـ اجتماعی و امنیت اجتماعی رابطه معنی‌دار است.

کیانی و نجفی (۱۳۹۷)، در تحقیقی با عنوان اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی؛ بازاندیشی در هویت اجتماعی زنان تحصیل‌کرده مورد مطالعه دانشگاه تبریز به این نتایج دست یافتند که هویت اجتماعی از عوامل متعددی متأثر است که اعتماد اجتماعی یکی از آن عوامل است. با توجه به نتایج، در ابعاد هویت، بالاترین میانگین در بعد هویت سنتی با میانگین۴/ ۲ و هویت مدرن با میانگین ۰۳/ ۲ می‌باشد. اعتماد اجتماعی زنان تحصیل‌کرده در شاخص اعتماد تعمیم‌یافته، بالا است و معادل ۵/ ۸۰، و در شاخص اعتماد نهادی، پایین است. بر اساس یافته‌ها، اعتماد اجتماعی با هویت مدرن و پست مدرن زنان تحصیل‌کرده رابطه دارد. همچنین پایگاه اقتصادی ـ اجتماعی با هویت‌های مدرن و پست مدرن رابطه معنی‌دار دارد. میزان کفایت مدل با آزمون دوربین واتسون انجام شده که نشان‌دهنده یک مدل مناسب است. با استفاده از مدل رگرسیون خطی چند گانه، متغیرهای سن، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی، اعتماد فردی و اعتماد نهادی می‌توان ۳۶٪ از واریانس هویت اجتماعی را تبیین نمود.

شهوندی و توقی‌نسب (۱۳۹۶)، در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل مرتبط با هویت اجتماعی زنان مورد مطالعه: زنان بخش مرکزی شهرستان پاسارگاد به این نتایج دست یافتند که تمامی متغیرها به جز متغیر عضویت در گروه‌های ورزشی با متغیر هویت اجتماعی زنان دارای ارتباط معنادار است. نتایج بدست آمده از تحلیل چند متغیره داده‌ها با استفاده از رگرسیون گام به گام نشان می‌دهد که ۴ متغیر رضایت از زندگی، ساعات مطالعه، شرکت در مجالس مذهبی و داشتن مهارت‌های فردی، به ترتیب وارد معادله

رگرسیونی شده و بر متغیر هویت اجتماعی تأثیرگذار بودند. این چهار متغیر روی هم ۰.۳۳ از متغیر واریانس وابسته را تبیین کردند.

مولایی و همکاران (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت دینی مورد مطالعه: زنان شهر ایلام نشان دادند که بین متغیرهای سبک مذهبی، سبک مجازی، سبک موسیقی و سبک مشارکت فرهنگی و هویت دینی رابطه معنادار وجود دارد. نتایج بدست آمده در سطح تحلیل رگرسیونی نشان داده‌اند که بترتیب متغیرهای چهار سبک مذهبی، سبک مشارکت ورزشی، سبک موسیقی و سبک مجازی برروی هم ۱۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند؛ و همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که انتخاب سبک زندگی زنان بر هویت دینی آنها تأثیر بسزای خواهد داشت.

یوسفی و خضری‌مقدم (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان هویت فردی و اجتماعی و عوامل مؤثر در بهسازی خود نشان دادند هویت هر پدیده‌ای، بیانگر هیأت و ماهیت وجودی ذات آن پدیده است و واژه هویت در یک معنا به ویژگی یکتایی و فردیت هر فرد و در معنایی دیگر به ویژگی همسانی که در آن اشخاص می‌توانند به یکدیگر پیوسته باشند، دلالت دارد. احساس هویت انسان دارای دو رکن حس تعلق و مجزا بودن است، اینکه ما درباره خودمان چگونه می‌اندیشیم نه تنها بر انتخاب‌ها و رفتارهای ما اثر دارد، بلکه به‌عنوان نقطه مرجعی در خدمت درک ما از دیگران و تعامل ما با آنها است. آگاهی به وجود خود و پی بردن به کیستی و هویت خود از خلال ارتباط در جامعه به وجود می‌آید و هویت اجتماعی دستاوردی عملی است و فهم هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی از طریق به کارگرفتن کنش متقابل دیالکتیکی درونی و بیرونی امکان‌پذیر است. از جمله عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت می‌توان به برداشت فرد از خصوصیات شخصیتی خویش، عوامل شناختی، فردی و خانوادگی، نظام آموزشی، اجتماعی ـ فرهنگی اشاره نمود. انسان موجودی دارای استعدادهای بسیار و قابلیت‌های بی‌شمار ـ است و اولین گام در جهت تحقق هر کمال و سعادتی، شناخت استعدادهای درونی و رسیدن به خودآگاهی است. برای خودبهسازی که به معنی توسعه آگاهانه مهارت‌ها، خودآغازی، هدایت و کنترل رهبری برای مدتی طولانی است می‌توان ازفرآیندهای خودآگاهی، خودکارآمدی، سوگیری خدمت به خود، مقایسه اجتماعی و تلاش برای شناختن خود، خودنمایان سازی و خودتنظیمی، احساس تعهد و ارزشمندی، بهره‌گیری از عوامل موقعیتی و پرورش بعد دینی و معنویت بهره گرفت.

قنبری برزیان و همتی (۱۳۹۴)، در تحقیقی با عنوان هویت دینی در جامعه ایرانی: مرور نظام‌مند مطالعات انجام شده (۱۳۸۰-۱۳۹۲)، به این نتایج دست یافتند که هویت دینی یکی از مهم‌ترین ابعاد هویت بوده که نقش تعیین‌کننده‌ای در هویت‌یابی افراد ایفا می‌کند و تقویت این بعد از هویت می‌تواند موجبات قوام سایر ابعاد و چالش در این حوزه می‌تواند زمینه‌ساز بحران در سایر ابعاد هویت شود. این ادعا مخصوصاً در جوامعی که دین رکن اساسی آن جامعه را تشکیل می‌دهد موضوعیت بیشتری دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که تقلیل‌گرایی، اعوجاج مفهومی و نبود پایه نظری و روش‌شناختی منسجم مهم‌ترین نقاط ضعف سنجه‌های هویت دینی در این پژوهش‌هاست. به‌طور کلی نتایج این پژوهش‌ها حاکی از وضعیت مثبت هویت دینی و ارتباط مثبت و هم‌زیستی بین هویت دینی و هویت‌های رقیب (هویت ملی و هویت قومیتی) بجز هویت مدرن و جهانی می‌باشد. همچنین عوامل ایجاد تصویر منفی یا مثبت از دین در اغلب موارد ناشی از عوامل برون دینی است تا عوامل درون دینی.

تبریزی و هوشنگی (۱۳۹۳)، در تحقیقی با عنوان تجربه تعارض‌های هویّتی در سبک زندگی زنان متأهل شاغل به این نتیجه رسیدند که زنان به واسطه تعدد نقش و تفاوت و گاه تعارض زمینه‌های فکری و فرهنگی حامی این نقش‌ها، با چالش‌های هویّتی خاصی مواجه هستند که به اشکال گوناگون در ابعاد مختلف سبک زندگی، یعنی زندگی روزمره، روابط و مصرف نمود می‌یابد.

عباداللهی چنذانق؛ مددی و مرادی (۱۳۹۳)، به بررسی تأثیر ساختار قدرت در خانواده بر هویت بازاندیشانه زنان پرداخته‌اند. در بخش نظری از دیدگاه‌های گیدنز در باب هویت و بازاندیشی و نیز منتقدان فمینیست و بوردیوگرای وی و همچنین از مباحث کاستلز در خصوص پدرسالاری استفاده شده است. تحقیق به روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه در میان دختران دانشجوی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی صورت گرفته است که تعداد کل آنها در زمان تحقیق ۱۶۰۰ نفر بوده است. نمونه‌گیری به شیوه سهمیه‌ای متناسب صورت گرفته و حجم نمونه ۳۴۰ نفر بوده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پاسخگویان در برابر کلیشه‌های جنسیتی مقاومت زیادی نشان داده و مدیریت بدن نیز اهمیت بالایی برای آنها دارد. بیشترین نسبت الگوی تصمیم‌گیری و نیز الگوی تقسیم کار در میان خانواده‌های پاسخگویان از نوع پدرسالارانه بوده است. بعلاوه، نتایج تحقیق گویای وجود رابطه‌ای معنی‌دار میان ساختار قدرت در خانواده و میزان هویت بازاندیشانه زنان است؛ به نحوی که میزان هویت بازاندیشانه زنانی که الگوی تصمیم‌گیری

در خانواده آنها از نوع پدرسالارانه است بیشتر از سایر زنان می‌باشد. در بعد الگوی تقسیم کار خانوادگی نیز بیشترین میزان هویت بازاندیشانه متعلق به زنانی است که الگوی مشارکتی تقسیم کار در خانواده آنها وجود دارد.

اکبری و عیوضی (۱۳۹۲)، در تحقیقی با عنوان بررسی وضعیت و ابعاد سازنده هویت ملی نشان دادند که هویت ملی یکی از اساسی‌ترین اجزای تعریف هر فرد از خود است و نقش تعیین کننده‌ای در معادلات جهان معاصر دارد. ماهیت هویت ملی در هر جامعه‌ای به ابعاد سازنده و وضعیت آن بستگی دارد و به تبع ماهیت ابعاد سازنده و وضعیت آن نتایج متفاوتی را نیز در جوامع مختلف به همراه خواهد داشت. بنابراین شناخت تأثیرات و پیامدهای هویت ملی در هر جامعه‌ای نیازمند شناخت ابعاد سازنده و وضعیت آن در میان گروه‌های اجتماعی مختلف است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان یعنی نزدیک به ۷۰ درصد دارای هویت ملی بالا یا خیلی بالا هستند. همچنین مهم‌ترین ابعاد سازنده هویت ملی پاسخگویان به ترتیب ابعاد زبانی ـ ادبی، تاریخی، جغرافیایی و دینی است. بررسی وضعیت هویت ملی در میان مقولات اجتماعی مختلف نیز نشان داد که زنان، افراد ۳۰ تا ۴۵ سال، متأهلین، افراد بازنشسته و زنان خانه‌دار دارای هویت ملی بالاتری نسبت به سایر مقولات اجتماعی هستند.

سیف‌الهی و مروت (۱۳۹۲)، در تحقیقی با عنوان شکل‌گیری هویت قومی و ملی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در نزد ساکنان کرج نشان دادند که بعد هویت ملی در افراد قوی‌تر از هویت قومی است اما این مسأله دال بر ضعف هویت قومی در نزد گروه‌های قومی نیست. یافته‌ها نشان می‌دهد که متغیرهای سن، گستره روابط، میزان استفاده از رسانه و سرمایه فرهنگی اثر مستقیم و فزاینده‌ای بر شکل‌گیری هویت قومی و ملی دارند و از سوی دیگر افزایش احساس محرومیت نسبی در افراد تأثیر منفی بر شکل‌گیری این هویت‌ها دارد. در مجم۴وع ۵ متغیر فوق حدود ۲۵ درصد از تغییرات شکل‌گیری هویت قومی و ملی در نزد افراد را تبیین می‌نمایند.

سلطانی بهرام و علیزاده اقدم (۱۳۹۲)، در تحقیقی با عنوان بررسی وضعیت هویت ملی زنان متاهل تهران نشان دادند که میانگین هویت ملی در میان زنان متأهل اقوام مختلف ساکن تهران ۹۴/۶۸ می‌باشد که وضعیت خوبی را نشان می‌دهد. بنابراین، غنی‌سازی هویت ملی به مسئولان فرهنگی نهادهای مختلف پیشنهاد می‌شود تا با بررسی مطالبات فرهنگی مردم اقوام مختلف و اعمال سیاست‌های فرهنگی، رفاه ذهنی مردم را از طریق داشتن منابع هویت غنی به ویژه هویت ملی فراهم نمایند.

قادرزاده (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان تأثیر اشکال مختلف سرمایه بر هویت جمعی زنان به این نتیجه دست یافت که بین سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی و برجستگی هویت‌های ملی و قومی به ترتیب همبستگی مثبت و منفی وجود دارد و سرمایه اقتصادی همبستگی مثبتی با انواع هویت دارد.لکن بیش‌ترین همبستگی سرمایه اقتصادی با هویت ملی است. هم‌چنین، نوع همبستگی ابعاد تجسم یافته و عینیت یافته‌ی سرمایه فرهنگی با هویت‌های قومی و ملی تا حدودی متفاوت با بُعد نهادینه شده‌ی آن است. در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، روابط انجمنی و نهادی، بیش‌ترین اثر تقویت کنندگی را بر هویت ملی دارد. در مجموع، اشکال سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی به ترتیب ۰/۵۹۳ و ۰/۳۷۷ از تغییرات هویت‌های ملی و قومی زنان مورد بررسی را تبیین می‌کند. در بخش پایانی مقاله، دلالت‌های یافته‌ها و نتایج تحقیق در زمینه مطالعات آتی و سیاست‌گذاری اجتماعی و فرهنگی مورد بحث قرار گرفته است.

گلشنی و مشهدی (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه هویت شخصی زنان با مشارکت اجتماعی آنان به این نتیجه دست یافتند که میزان مشارکت اجتماعی زنان در سطح غیررسمی بیش از مشارکت آنان در سطح رسمی است. همچنین متغیرهای سبک زندگی، اعتماد بنیادین و نگرش نسبت به کلیشه‌های جنسیتی با مشارکت اجتماعی زنان رابطه معنادار دارد.

مروت (۱۳۸۵)، در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر هویت جمعی غالب در بین دانشجویان نشان داد که هویت جمعی غالب در نزد دانشجویان هویت قومی بوده و هویت‌های جهان وطنی و ملی به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار دارند از میان متغیرهای مورد بررسی متغیرهای گستره شبکه روابط، گروه مرجع و میزان آگاهی با هویت جمعی رابطه معناداری را نشان داده‌اند. اما سه متغیر دیگر (پایگاه اقتصادی ـ اجتماعی، پنداشت از خود و جنسیت) فاقد چنین رابطه‌ای بودند در تحلیل نهایی متغییرهای گروه مرجع و میزان آگاهی برجستگی خاصی پیدا کردند، به‌طوری که در تبیین و پیش‌بینی هویت جمعی غالب بالاترین سهم را بـه خود اختصاص دادند. یافتـه‌هـای نظـری ایـن پـژوهش مؤید دیدگاه مکتب کنش متقابل در سطح خرد و دیدگاه جامعه باشد شناسانی مثل گیدنز در سطح میانی می‌باشد.

ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳)، در تحقیقی با عنوان عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در باز تعریف هویت اجتماعی زنان نشان دادند که موقعیت ساختاری، در مقایسه با هویت شخصی، تأثیر بیشتری در بازتعریف هویت اجتماعی زنان و مقاومت آنها در برابر

کلیشه‌های جنسیتی داشته است و تأثیر تحصیلات در بازتعریف هویت اجتماعی زنان بیشتر از اشتغال بوده است. زنان مذهبی دارای تحصیلات دانشگاهی دچار عدم انسجام هویتی هستند که با ارتقا به سطوح تحصیلی بالاتر و بازاندیشی در هویت های مذهبی و سنتی تا حدود زیادی بر تعارض هویتی فائق می‌آیند.

ب) تحقیقات خارجی

گامزگیل، ویدال، هاج، میجر، و سالمر (۲۰۱۸)، تحقیقی با عنوان بررسی هویت جنسی مردان و زنان مراجعه‌کننده به کلنیک درمانی رفتاری انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که تبدل خواهان جنسی زن به مرد نمره بیشتری را در اختلالات افسردگی، هیستری، سایکوپاتی و اسکیزوفرنی دارند.

سیرز و همکاران (۲۰۱۷)، در مطالعه در بررسی هویت جنسی مردان و زنان خواهان تغییر جنسیت خود نشان دادند که تبدل خواهان جنسی، تصویر بدنی و رضایت زندگی پایین‌تری را نسبت به افراد عادی دارند.

بروک ووی (۲۰۰۸)، در تحقیقی بازاندیشی و تحول هویت جنسی زنان سنگاپوری را بررسی کردند. یافته‌های این پژوهش از سه مطالعه موردی استخراج شده که عبارتند از: شکل‌گیری انجمن زنان برای کنش و پژوهش؛ تجربیات زنان خانه‌داری که کار را برای پرورش فرزندان کنار گذاشته‌اند؛ ارزش‌گذاری تجرد در بستر زندگی‌نامه‌های درحال تغییر زنان حرفه‌ای. یافته‌ها نشان دادند که زنان مورد مطالعه، همگی در تلاش‌اند تا ترکیب خاص سنگاپوری، یعنی پدرسالاری، اقتدارگرایی و تأثیرات جهانی را با توجه به موقعیت خود بپذیرند. با وجود گرایش به این تلقی که خانه فضای خصوصی است، تعهد به چنین فضایی غالباً با ترجیح آن بر دیگر فضاهای رقیب که بعد عمومی‌تر دارند، همراه است. جهانی‌شدن اگر چه برای زنان مطالعه اول، برجسته به نظر می‌رسد، برای زنان خانه‌دار یا مجرد نیز بی‌تأثیر نیست. بازشناسی نیازهای متضاد دست اول و توسل به امیال دست دوم برای این زنان به‌عنوان ابزارهای حل مسئله، راهبردی را فراهم می‌سازد که هم بازاندیشانه است و هم پتانسیلی برای تحول هویت خلق می‌کند.

اهداف پژوهش

هدف اصلی

بررسی رابطه بین جایگاه اجتماعی زنان و هویت اجتماعی آنان.

اهداف جزیی

۱- تعیین رابطه بین هویت شخصی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان
۲- تعیین رابطه بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان
۳- تعیین رابطه بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان
۴- تعیین رابطه بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان
۵- تعیین رابطه بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان

فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی

- بین هویت اجتماعی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱- بین هویت شخصی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.
۲- بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.
۳- بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.
۴- بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.
۵- بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

چارچوب نظری پژوهش

تاجفل (۱۹۸۷)، از پیشگامان نظریه هویت اجتماعی است که هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند میزند و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد،) عنصر ارزشی (فرض‌هایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی) و عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه خاصی با آن گروه دارند). بر این اساس هویت اجتماعی از دیدگاه تاجفل عبارت است از آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه‌های اجتماعی سرچشمه می‌گیرد همراه با اهمیت احساسی منتضم به آن عضویت (شیانی و احمدپور، ۱۳۹۶)؛ همچنین گیدنز کاهش نفوذ سنت و توسعه مدرنیته و امکان تحقق هویت‌های چندگانه و آزادی افراد در انتخاب آگاهانه هویت را مطرح می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸). او معتقد است ماهیت زندگی روزمره به‌طور مستمر تحت

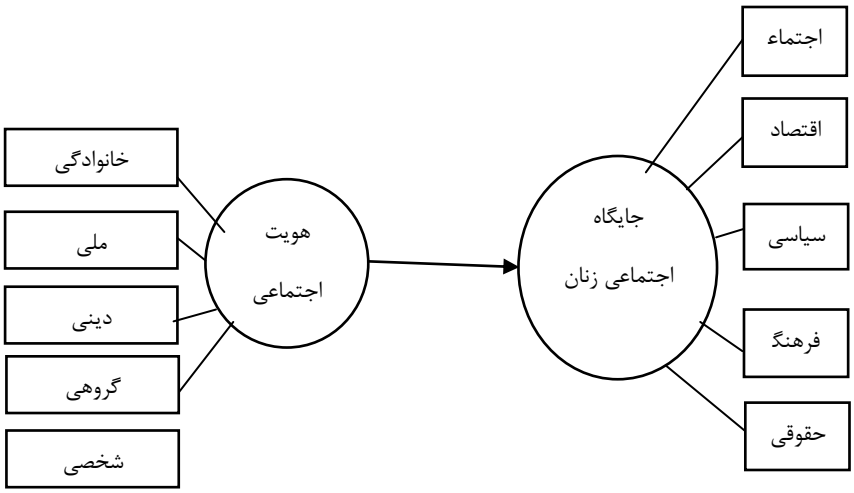
تأثیر عناصر محلی و جهانی تحول پیدا می‌کند؛ به نحوی که فرد باید هویت خود را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد نماید و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد حفاظت قرار دهد (گیدنز، ۱۳۷۸). از این گفته گیدنز بر می‌آید که هویت هر شخصی لزوماً ذاتی آن شخص نیست. هویت نقشی نیست که از طرف جامعه به شخص تفویض شده باشد، بلکه فرایند معناسازی است که در طی زندگی روزمره و مکانیسم‌های آن ساخته می‌شود. هویت هرگز ثابت نیست، بلکه متطور و متحول یا «دینامیک» است (شریفی و کاکاوندی، ۱۳۸۹). در واقع هویت از نظر گیدنز عبارت است از خود شخص، آن طوری که شخص خودش را تعریف می‌کند. به نظر گیدنز، هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌شود و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ کس دارای هویت ثابتی نیست. هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است (علیزاده اقدم و همکاران، ۱۳۸۹). جنکینز معتقد است «خود» در فرایند اجتماعی ساخته می‌شود که برایند دیالکتیک درون و برون یا فرد و جامعه است و هویت فرد در این رابطه دو گانه شکل‌گیری خود، به وجود می‌آید (رفیعی جیردهی و حبیب‌زاده خطبه‌سرا، ۱۳۹۱). افراد بنا به مجموعه مشخصی از هویت‌های جمعی با یکدیگر فرق دارند و شباهت‌های اعضای یک جماعت نوعاً با این پیش فرض همراه است که آنها با اعضای جماعت‌های دیگر فرق دارند. کنش متقابل شباهت و تفاوت، منطق تعیین همه هویت‌ها، اعم از «فردی» و «اجتماعی» است (جنکینز، ۱۳۹۱). استرایکر نیز به تمایز ساخت اجتماعی و فرهنگی با هویت و نیز بر تعدد هویت‌ها در نتیجه تعدد شبکه‌های متمایز روابط اجتماعی و مواضعی که فرد اشغال کرده و نقش بازی می‌کند، تأکید داشت (حاجیانی، ۱۳۹۲).

مید نظریه‌پرداز برجسته دیدگاه کنش متقابل نمادین، نظریات بدیعی در زمینه هویت ارائه می‌دهد. در نظریه اجتماعی مید، افراد و جامعه همچون دو چیز متفاوت با هم در تضاد نیستند. جامعه همان مناسبات اجتماعی میان افراد است، و افراد نیز خارج از مناسبات اجتماعی نمی‌توانند وجود داشته باشند. بدون مناسبات اجتماعی، کنشگری انسان و فرهنگ وجود نخواهد داشت. مید خویشتنی را فی‌نفسه همان هویت اجتماعی می‌دید که از یک‌سو از مناسبات متقابل میان گفتگوی فرد در ذهن یعنی گفتگو میان «من فاعلی» و «من مفعولی» و از سوی دیگر، گفت‌گوی فرد با دیگران در عرصه مناسبات اجتماعی پدیدار می‌شود. جامعه مکالمه‌ای میان مردم است؛ ذهن درونی شده آن مکالمه است و خود در درون و بین آن دو جای دارد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷۴). به نظر مید، شکل‌گیری کنش فردی در خلال فرایند برداشت از خود، همواره در زمینه اجتماعی صورت

می‌گیرد. مید تأکید داشت که جدا از جامعه هیچ‌گونه خود ـ خودآگاهی و ارتباطی نمی‌تواند وجود داشته باشد. هویت از دیدگاه مید به معنی خودی است که تحت تأثیر تلقی‌های دیگران (به‌ویژه دیگران مهم و تلقی‌های تعمیم‌یافته) عمومیت می‌یابد و با آن تغییر می‌کند. خود ماهیتی مرکب و دوبعدی دارد و بعد مفعولی (مرا) آن به شدت تحت تأثیر عرصه و زمینه اجتماعی است. این خود خصوصیت پوششی و بازتابی دارد؛ به این معنی که می‌توانیم با خود حرف بزنیم. مید با تفکیک من از خودم معتقد بود خودم همان خودی است که از دیدگاه دیگران مهم یا کل اجتماع پنداشته و دریافته می‌شود و این جنبه از خود قوانین، اخلاقیات، آداب و چشم‌داشت‌های سازمان‌یافته اجتماع را منعکس می‌سازد. در مجموع مید باور داشت که انسان‌ها در ساختارهای اجتماعی که خود نیافریده‌اند، می‌شوند و تحت فشار محدودیت‌ها، آداب و رسوم و قوانین عمل می‌کنند (میرهاشمی و حیدرپور، ۱۳۹۰).

مدل تحلیلی پژوهش

مدل مورد استفاده در این تحقیق به صورت زیر است.



روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق روش کمی است. جمع‌آوری اطلاعات این پژوهش در دو مرحه انجام شد. در مرحله اول، محقق از مصاحبه‌های عمیق بهره برده است و در مرحله دوم ابزار

تحلیل پرسشنامه محقق ساخته بود. در این قسمت پرسشنامه شامل موارد زیر بود: سؤالات عمومی، سؤالات مربوط به جایگاه اجتماعی زنان، سوالات تخصصی و سؤالات پیشنهادی. طبق سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، جمعیت اهواز ۱۳۰۲۵۹۱ نفر می باشد؛ که از این تعداد ۶۵۶۸۳۰ هزار نفر مرد و ۶۴۵۷۶۱ نفر زن می‌باشند. جامعه آماری این تحقیق، شامل تمام زنان با قومیت‌های مختلف شامل «فارس»، «عرب»، «بختیاری» و جمعیت معدود «ترک» و «کرد» ساکن اهواز که در حال حاضر در سازمان‌های مختلف شهر اهواز در سال ۹۸-۱۳۹۷ مشغول به کار هستند، می‌باشد. از بین جمعیت حدود ۲۱۲۳۶۹ هزار نفر شاغل، حدود ۸۰۵۴۶ نفر را زنان شاغل تشکیل می‌دهند. که تعداد زنان شاغل فارس ۴۱۳۶۶ هزار نفر، زنان شاغل بختیاری ۳۱۰۲۳ هزار نفر، زنان شاغل عرب ۲۳۴۲ هزار نفر، زنان شاغل ترک ۲۹۵۶ هزار نفر و زنان شاغل کرد ۲۸۵۹ هزار نفر می‌باشد (آمار و اطلاعات استانداری شهر اهواز). حجم نمونه در این تحقیق شامل ۵۷۲ نفر می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعیین گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، اولاً سهمیه‌ای بر اساس تعداد (درصد) زنان شاغل لر، فارس، عرب، ترک و کرد. دوم خوشه‌ای و سهمیه‌ای بر حسب مناطق شهری و سوم نمونه‌گیری در دسترس به نسبت (درصد) زنان شاغل لر، فارس، عرب، ترک و کرد.

در بحث اعتبار وسیله اندازه‌گیری پرسشنامه تهیه شده به استاد راهنما، استاد مشاور و کارشناسان آمار داده شد و وفاق آن‌ها در مورد شاخص‌ها، دلیل روشنی بر اعتبار پرسشنامه طراحی شده است.

برای بررسی آلفای کرونباخ پرسشنامه تحقیق حاضر نمونه‌ای شامل سی پرسشنامه در بین پاسخگویان که بصورت کاملاً تصادفی انتخاب شدند پخش گردید و نتایج نشان داد که مقدار آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۷۰ بدست آمد.

جدول ۲: مقدار آلفای کرونباخ

متغیرها	مقدار آلفا
جایگاه اجتماعی زنان	۰/۷۳۲
جایگاه حقوقی	۰/۷۲۸
جایگاه سیاسی	۰/۷۹۲
جایگاه اقتصادی	۰/۷۱۴
جایگاه اجتماعی	۰/۷۳۴
جایگاه فرهنگی	۰/۷۴۹

متغیرها	مقدار آلفا
هویت اجتماعی	۰/۷۳۹
هویت شخصی	۰/۷۵۴
هویت گروهی	۰/۸۱۳
هویت خانوادگی	۰/۷۹۴
هویت دینی	۰/۸۵۴
هویت ملی	۰/۷۳۵

یافته‌های پژوهش

الف) یافته‌های توصیفی

مطابق با داده‌های به‌دست آمده از سن پاسخگویان کمترین سن برابر با کمتر از ۳۰ سال و بیشترین سن ۶۱ سال و بالاتر بوده است. بیشتر پاسخگویان نیز در مقطع سنی ۴۱ الی ۵۰ سالگی قرار دارند. ۶۵/۴ درصد از کل پاسخگویان متأهل و دارای بیشترین فراوانی بوده‌اند. همچنین ۳۴/۶ درصد از پاسخگویان نیز مجرد و دارای کمترین فراوانی می‌باشند. ۹/۹ درصد از پاسخگویان متأهل، ۱ فرزند دارند و کمترین فراوانی را دارا هستند. همچنین ۳۴/۲ درصد از پاسخگویان متأهل، ۲ فرزند دارند و بیشترین فراوانی را دارا هستند. ۴۳/۷ درصد از کل پاسخگویان محل سکونتشان را مرکز شهر عنوان کرده‌اند و دارای بیشترین درصد بوده‌اند. همچنین ۲۰/۸ درصد از پاسخگویان محل سکونتشان را حاشیه شهر عنوان کرده‌اند و دارای کمترین درصد می‌باشند. ۴۳/۲ درصد از کل پاسخگویان مدت سکونتشان را ۲۵-۱۶ سال عنوان کرده‌اند و دارای بیشترین درصد بوده‌اند. همچنین ۳/۸ درصد از پاسخگویان نیز مدت سکونتشان را بالاتر از ۳۶ سال عنوان کرده‌اند و دارای کمترین درصد می‌باشند. ۸۲ نفر (۱۴/۳٪) از افراد نمونه دارای تحصیلات ابتدایی هستند، ۸۳ نفر (۱۴/۵٪) راهنمایی و سیکل، ۱۴۳ نفر (۲۵/۰٪) متوسطه و دیپلم و ... هستند. بیشترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات کارشناسی می‌باشد. ۶۳ نفر (۱۶/۸٪) از افراد نمونه همسرشان را دارای تحصیلات ابتدایی معرفی کرده‌اند، ۳۲ نفر (۸/۶٪) راهنمایی و سیکل، ۷۶ نفر (۲۰/۳٪) متوسطه و دیپلم و ... بیشترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات کارشناسی می‌باشد. ۴۷ نفر (۸/۲٪) از افراد نمونه ترک هستند و دارای کمترین فراوانی هستند و ۵۶ نفر (۴۷/۷٪) از افراد نمونه لر هستند و دارای بیشترین فراوانی هستند. ۴۷ نفر (۱۲/۶٪) از افراد نمونه همسرشان ترک و دارای کمترین فراوانی هستند و ۱۶۴ نفر (۴۳/۹٪) از افراد نمونه همسرشان لر و دارای بیشترین فراوانی هستند.

تفکیک نمونه بر حسب میانگین متغیرهای مستقل و وابسته

جدول ۳: آماره‌های توصیفی

	میانگین به دست آمده	میانگین نظری	ماکزیمم	مینیمم	تعداد سؤالات	حالات طیف
جایگاه اجتماعی زنان	۹۱/۱۱	۵*۳۰=۱۵۰	۱۳۶	۴۶	۳۰	۵
هویت شخصی	۱۵/۷۷	۵*۵=۲۵	۲۵	۵	۵	۵
هویت گروهی	۱۹/۰۴	۵*۶=۳۰	۲۹	۶	۶	۵
هویت خانوادگی	۲۳/۶۹	۵*۸=۴۰	۳۸	۸	۸	۵
هویت دینی	۳۱/۷۹	۵*۱۰=۵۰	۴۳	۲۱	۱۰	۵
هویت ملی	۳۷/۶۶	۵*۱۲=۶۰	۵۵	۲۲	۱۲	۵
احساس امنیت مالی	۱۶/۳۹	۵*۵=۲۵	۲۵	۷	۵	۵
احساس امنیت جانی	۳۴/۴۹	۵*۱۰=۵۰	۴۸	۱۸	۱۰	۵
احساس امنیت عاطفی	۲۸/۳۶	۵*۸=۴۰	۴۰	۱۵	۸	۵
احساس امنیت ارتباطی	۳۱/۶۲	۵*۱۰=۵۰	۴۶	۱۹	۱۰	۵
نقش جنسیتی	۲۱/۶۲	۵*۷=۳۵	۳۱	۱۱	۷	۵

با توجه به جدول مزبور می‌توان گفت از نظر پاسخگویان، جایگاه اجتماعی زنان در بازه ۱۳۶-۴۶ دارای میانگین ۹۱/۱۱ می باشد. متغیر هویت شخصی در بازه ۲۵-۵، دارای میانگین ۱۵/۷۷ می باشد. متغیر هویت گروهی در بازه ۲۹-۶، دارای میانگین ۱۹/۰۴ می باشد و ...

ب) یافته‌های استنباطی

فرضیه اول

- بین هویت شخصی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۴: آزمون همبستگی پیرسون بین هویت شخصی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان

متغیر ۱	متغیر ۲	مقدار ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
هویت شخصی زنان	جایگاه اجتماعی	۰/۴۴۷	۰/۰۰۱

با توجه به جدول مزبور مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۱ کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی (۰/۴۴۷) بین دو متغیر رابطه مستقیم برقرار است و با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد. یعنی با افزایش هویت شخصی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. با توجه به نتیجه بدست آمده، می‌توان گفت که با افزایش امیدواری نسبت به آینده، داشتن اعتماد به نفس، برنامه‌ریزی برای آینده، تصمیم برای شغل آینده و شخصیت منحصر به فرد؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد.

فرضیه دوم

- بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

فرض صفر: بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۵: آزمون همبستگی پیرسون بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان

متغیر ۱	متغیر ۲	مقدار ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
هویت گروهی زنان	جایگاه اجتماعی	۰/۵۰۰	۰/۰۰۱

با توجه به جدول مزبور مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۱ کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی (۰/۵۰۰) بین دو متغیر رابطه مستقیم برقرار است و با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد. یعنی با افزایش هویت گروهی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. با توجه به نتیجه بدست آمده، می‌توان گفت که با افزایش ترجیح منافع جمعی، احساس تعلق، احساس تعهد، مقبولیت داشتن، حس مشارکت و معاشرت داشتن؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد.

فرضیه سوم

- بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

فرض صفر: بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۶: آزمون همبستگی پیرسون بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان

متغیر ۱	متغیر ۲	مقدار ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
هویت خانوادگی زنان	جایگاه اجتماعی	۰/۳۴۲	۰/۰۰۱

با توجه به جدول مزبور مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۱ کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی (۰/۳۴۲) بین دو متغیر رابطه مستقیم برقرار است و با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد. یعنی با افزایش هویت خانوادگی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می یابد. با توجه به نتیجه بدست آمده، می توان گفت که با افزایش، احترام نسبت به بزرگترها در خانواده، مشورت با اعضای خانواده، رضایت پدر و مادر جهت ازدواج، قبول داشتن افکار و عقاید پدر و مادر، احترام اعضای خانواده به همدیگر. نگرش منفی به طلاق، دوست داشتن نقش مادری؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد.

فرضیه چهارم

- بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

فرض صفر: بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۷: آزمون همبستگی پیرسون بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان

متغیر ۱	متغیر ۲	مقدار ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
هویت دینی زنان	جایگاه اجتماعی	۰/۴۲۹	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۷ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۱ کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی (۰/۴۲۹) بین دو متغیر رابطه مستقیم برقرار است و با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد. یعنی با افزایش هویت دینی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می یابد. با توجه به نتیجه بدست آمده، می‌توان گفت که با افزایش نقش دین در دادن معنا، جهت و آرامش به زندگی، تلاش فرد در حفظ ارزش‌های دینی خود در هر شرایطی، میزان شناخت از دین، تأثیر اعتقادات در روابط، اعتقاد به تأثیر اعتقادات دینی و آداب و سنن آن در پیشرفت کشور، پایبندی به اعتقادات دینی، وابستگی به دین؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد.

فرضیه پنجم

- بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

فرض صفر: بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود ندارد.

فرض مقابل: بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۸: آزمون همبستگی پیرسون بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان

متغیر ۱	متغیر ۲	مقدار ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
هویت ملی زنان	جایگاه اجتماعی	۰/۴۰۹	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۸ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۱ کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت رابطه معنی‌داری بین دو متغیر مورد بررسی وجود دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب همبستگی (۰/۴۰۹) بین دو متغیر رابطه مستقیم برقرار است و با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد. یعنی با افزایش هویت ملی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. با توجه به نتیجه بدست آمده، می‌توان گفت که با افزایش افتخار به ملیت، توجه به فرهنگ و تاریخ کشور، احساس نزدیکی به هموطنان و دلسوزی برای کشور، اهمیت قائل شدن به موسیقی، پرچم، لباس، زبان و سایر نمادهای ملیت، افتخار به مفاخر و شخصیت‌های ملی

خود و احترام به آن‌ها، رفتن به سفر زیارتی مشهد، کاروان‌های راهیان نور، مزار شهدا، دانشمندان و نخبگان؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد.

بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

معادله رگرسیون به منظور تعیین تأثیر متغیرهای مستقل (هویت شخصی، هویت گروهی، هویت خانوادگی، هویت دینی، هویت ملی) بر متغیر وابسته (جایگاه اجتماعی زنان) بررسی می‌شود. مقدار ضریب تعیین بیان‌کننده این است که چه مقدار از تغییرات متغیر وابسته به کمک متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. با کمک ضرایب بتا می‌توان معادله رگرسیون را نوشت. همچنین ضرایب بتای استاندارد شده در تعیین سهم نسبی هر متغیر در تغییرات متغیر وابسته مؤثر است. ضریب بتای هر متغیر مستقلی که بیشتر بود به معنای این است که سهم نسبی بیشتری در تغییرات متغیر وابسته دارد.

جدول ۹: خلاصه مدل

ضریب همبستگی R	ضریب تعیین $R\ Square$
۰/۷۴۱	۰/۵۴۱

با توجه به جدول ۹ مقدار ضریب همبستگی چندگانه مدل رگرسیونی برابر ۰/۷۴۱ است. مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۵۴۱ است یعنی ۰/۵۴/۱ از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود.

جدول ۱۰: آنالیز واریانس (*Anova*)

مقدار آماره F	سطح معنی‌داری
۶۸/۲۴۲	۰/۰۰۰

با توجه به جدول ۱۰ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون ۰/۰۰۰ کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت مدل برازش داده شده مدل مناسبی است و رابطه رگرسیون خطی است.

جدول ۱۱: ضریب رگرسیون

	ضریب بتا	ضریب بتای استاندارد شده	سطح معنی‌داری
عرض از مبدأ	۲۹/۹۵۱	-	۰/۰۰۰
هویت شخصی	۰/۳۸۰	۰/۰۸۳	۰/۰۳۰
هویت گروهی	۱/۲۲۹	۰/۲۶۵	۰/۰۰۰
هویت خانوادگی	۰/۲۵۲	۰/۰۸۴	۰/۰۱۷
هویت دینی	۰/۸۶۱	۰/۱۹۲	۰/۰۰۰
هویت ملی	۰/۴۲۳	۰/۱۲۶	۰/۰۰۰

با توجه به جدول فوق مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری تمام متغیرهای مستقل کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین وارد مدل رگرسیونی می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

آشنایی با معنا و مفهوم هویت اجتماعی و چگونگی اندازه‌گیری، بهره‌مندی از شاخص‌ها و نیز یافتن راه‌های ارتقاء آن، پیش‌نیاز هر گونه تلاش در زمینه دستیابی به آگاهی از هویت اجتماعی، که نیازی فردی و اجتماعی است، می‌باشد. هویت را می‌توان آگاهی فرد نسبت به خود دانست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او واگذار نمی‌شود، بلکه فرد باید آن را به‌طور مداوم و پیوسته در زندگی روزمره ایجاد کند و نیز در فعالیت‌های خودش مورد پشتیبانی قرار دهد بدین معنی که هویت در بستر فرهنگی نظام اجتماعی (فرهنگ مذهبی، ملی، گروهی، دینی، خانوادگی، جنسیتی و فرهنگ شخصی و غیره) شکل گرفته و منبع فرهنگی رفتار به‌شمار می‌رود

در این پژوهش به بررسی جایگاه اجتماعی زنان از نظر نقش جنسیتی، هویت اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: زنان شاغل قومیت‌های مختلف در شهر اهواز) پرداخته شد. در قسمت چارچوب نظری تحقیق از نظریات بلوم برگ و چافتز، مید و مرتن استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق، شامل تمام زنان با قومیت های مختلف شامل «فارس»، «عرب»، «بختیاری» و جمعیت معدود «ترک» و «کرد» ساکن اهواز که در حال حاضر در سازمان‌های مختلف شهر اهواز در سال ۹۸-۱۳۹۷ مشغول به کار هستند، می‌باشد. از بین جمعیت حدود ۲۱۲۳۶۹ هزار نفر شاغل، حدود ۸۰۵۴۶ نفر را زنان شاغل تشکیل می‌دهند. که تعداد زنان شاغل فارس ۴۱۳۶۶ هزار نفر، زنان شاغل بختیاری ۳۱۰۲۳ هزار نفر، زنان شاغل عرب ۲۳۴۲ هزار نفر، زنان شاغل ترک ۲۹۵۶ هزار نفر و زنان

شاغل کرد ۲۸۵۹ هزار نفر می‌باشد (آمار و اطلاعات استانداری شهر اهواز). حجم نمونه در این تحقیق شامل ۵۷۲ نفر می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعیین گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، اولاً سهمیه‌ای بر اساس تعداد (درصد) زنان شاغل لر، فارس، عرب، ترک و کرد. دوم خوشه‌ای و سهمیه‌ای بر حسب مناطق شهری و سوم نمونه‌گیری در دسترس به نسبت (درصد) زنان شاغل لر، فارس، عرب، ترک و کرد بود. جهت بررسی فرضیه های تحقیق از نرم افزار *Spss* و *Amos* استفاده شد. در این فصل به بحث و بررسی فرضیه‌ها و همسو و ناهمسو بودن نتایج با تحقیقات قبلی پرداخته شد و در پایان تبیین و نتیجه‌گیری فرضیه‌ها، پیشنهادات تحقیق ارائه شد.

فرضیه اصلی اول: بین هویت اجتماعی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

جهت بررسی این فرضیه ۵ فرضیه فرعی نگاشته شده که نتایج آن به شرح ذیل می‌باشد:

۱- بین هویت شخصی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون فرضیه بین هویت شخصی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که با افزایش هویت شخصی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت با افزایش امیدواری نسبت به آینده، داشتن اعتماد به نفس، برنامه‌ریزی برای آینده، تصمیم برای شغل آینده و شخصیت منحصر به فرد؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد. این خودآگاهی به‌صورتی نسبتاً سازمان‌یافته بخشی از نظام شخصی (برآیند دیالکتیک ذهن و عین) حایل و واسطه بین دنیای درونی و بیرونی فرد است و در هر حوزه یا میدان تعلاملاتی، رابطه او را با خود و دیگران تنظیم و کنش‌هایشان را هدایت می‌کند. این نوع هویت که توانایی فرد را در به‌کار بردن ضمیر مفرد «من» نشان می‌دهد، معرف هویت و استقلال شخصی و نقشی فرد است. در این بعد میزان اهمین افراد به مسائلی چون ارزش‌های شخصی و معیارهای اخلاقی، خیالات و تصورات، اهداف شخصی و آرزوهای آینده، افکار و ایده‌ها، احساس اینکه فردی منحصر به فرد است، عقیده فرد نسبت به شخصیتی که دارد، برداشت خصوصی از خود و سایر موارد را شامل می‌شود که در همه این ابعاد اشاره به ویژگی‌های شخصی افراد دارد. نتیجه این فرضیه با نتایج پژوهش‌های یوسفی و خضری مقدم (۱۳۹۵) و گلشن و مشهدی (۱۳۸۹) همسو است.

۲- بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون فرضیه بین هویت گروهی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که با افزایش هویت گروهی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می یابد. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت با افزایش ترجیح منافع جمعی، احساس تعلق، احساس تعهد، مقبولیت داشتن، حس مشارکت و معاشرت داشتن؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد. به نظر مید همانندسازی با گروه یا شخص در جامعه‌پذیری و در نهایت شکل‌گیری هویت فرد نقش به سزایی دارد. تاجفل نیز بر این باور است که نگرش مردم به‌طور قوی تحت تأثیر عقاید و الگوهای رفتاری گروه‌هایی هستند که فرد هویت خود را بدان نسبت می‌دهند. طبق این دیدگاه انسان‌ها در رفتار و ارزیابی‌های خود جهت‌گیری‌هایشان را متناسب با گروه‌هایی که به‌عنوان چارچوب بر می‌گزینند، تنظیم نموده و ضمن تعلق خاطر به آنها هویت می‌یابند. از دیدگاه تلفیق‌گرایان نیز گیدنز بر این باور است که انسان امروزی دیگر مانند گذشته یک انسان تک‌ساحتی نبوده بلکه در تعامل با گروه‌های متعدد و همچنین سطوح متنوع دیالوگ و گفتگو هویتی چند ساحتی و چند بعدی یافته است. نتیجه این فرضیه با نتایج پژوهش‌های کیانی و ترکان (۱۳۹۷)، قادرزاده (۱۳۹۰) و مروت (۱۳۸۳) همسو می‌باشد.

۳- بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون فرضیه بین هویت خانوادگی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که با افزایش هویت خانوادگی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت با افزایش احترام نسبت به بزرگترها در خانواده، مشورت با اعضای خانواده، رضایت پدر و مادر جهت ازدواج، قبول داشتن افکار و عقاید پدر و مادر، احترام اعضای خانواده به همدیگر، نگرش منفی به طلاق، دوست داشتن نقش مادری؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد. بروور و گاردنر با استفاده از سطوح سه گانه تحلیل (یعنی سطح فرد، سطح بین شخصی و سطح گروه)، سه گونه هویت معرفی می‌کنند: شخصی، رابطه‌ای و جمعی. خانواده معمولاً برجسته‌ترین دسته درون گروه در زندگی افراد محسوب می‌شود؛ و شاید از همین رو است که عبدالهی با الهام از اگوست کنت خانواده را اولین هسته هویت اجتماعی ـ انسانی معرفی می‌کند (۱۳۷۵) و آوندی هویت خانوادگی را یک مسئله هویتی می داند که چندین مفهوم روانی ـ اجتماعی به جامعه‌ای و جامعه‌شناختی را در بر می‌گیرد (۱۳۸۰ : ۱۰)، نوزاد انسان غالباً در خانواده

است که پا به عرصه حیات اجتماعی می‌گذارد و از این‌رو اولین کاری که خانواده انجام می‌دهد بدون تردید جامعه‌پذیری کودک است.

می‌توان مشترکاتی را سراغ کرد که هر خانواده حول آنها شکل گرفته و به حیات خود ادامه می‌دهد. مانند نسبت‌های خونی، ژنتیکی، بدنی و تا حدودی ظرفیت‌های ذهنی و روانی. مابقی این مشترکات هم اکتسابی‌اند، مانند خاطرات، علائق و سلائت، افکار و احساسات نسبت به گذشته، حال و آینده و زبان مشترکات گروهی را نباید انگاره‌هایی خنثی انگاشت؛ آنها خواهان حضور دائمی و مستمر و در عین حال تأثیر گذارند. بسیاری از اعیاد و مراسم خانوادگی به‌عنوان جزئی از این‌گونه مشترکات، دارای نشانی از مشارکتند. بنابراین باید ارتباط و مناسبک خانوادگی را همچون منابعی برای پیوند و هویت به حساب آورد.

خانواده به جز این مشترکات بر علقه و تعهد رابطه‌ای ـ اخلاقی اعضا استوار است. بدون وجود چنین معلقه و تعهدی بنیان خانواده از هم فرو می‌باشد. در واقع این روابط، رابطه‌ای، گرم و صمیمانه است که دوام خانواده را تضمین می‌نماید. در نتیجه مبادلات عاطفی و احابی در این روابط متقارن و مشروط نیست. خانواده، یکی از کوچک‌ترین اشکال اجتماع طبیعی به حساب می‌آید. یک اجتماع با یک «ما»ی کوچک که در آن تعهدات اجتماعی و علقه‌های زناشویی (پیوند دو سنی) نسبتاً پایدار بین حداقل دو نفر (زن و مرد) با پشتوانه تعاملات گرم وجرد دارد (چلبی، ۱۳۷۵). پس منظور از خانواده (به‌عنوان یک اجتماع طبیعی و نه یک نهاد)، «مایی» است که در یک میدان تعاملی گرم با حریم نسبتاً مشخص به وجود آمده است و اعضا نسبت به آن احساس تعلق و دلبستگی مشترک و تعهد می‌کنند. در مقابل، این ما به آنان نوعی هویت جمعی مشترک اعطا می‌کند (چلبی، ۱۳۷۰ :۹۱)

نتیجه این فرضیه با نتایج پژوهش‌های عامری خیرآبادی (۱۳۹۹)، بهاردوست و دوران (۱۳۹۲) و دوران (۱۳۸۳) همسو می‌باشد.

۴- بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون فرضیه بین هویت دینی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که با افزایش هویت دینی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت با افزایش نقش دین در دادن معنا، جهت و آرامش به زندگی، تلاش فرد در حفظ ارزش‌های دینی خود در هر شرایطی، میزان شناخت از دین، تأثیر اعتقادات در روابط،

اعتقاد به تأثیر اعتقادات دینی و آداب و سنن آن در پیشرفت کشور، پایبندی به اعتقادات دینی، وابستگی به دین؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد. هویت مذهبی نوع خاصی از شکل‌گیری هویت است. مخصوصاً هویت مذهبی حس عضویت گروهی به مذهب و اهمیت این عضویت گروهی در ارتباط با خودپنداره است. هویت مذهبی ضروتاً معادل با مذهبی بودن یا دینداری نیست. اگر چه این سه واژه وجوه اشتراک دارند، اما مذهبی بودن و دینداری اشاره به ارزش و اهمیت عضویت گروه مذهبی و همین‌طور مشارکت در رخدادهای مذهبی دارد اما هویت مذهبی به‌طور خاص دلالت بر عضویت گروه مذهبی فارغ از فعالیت یا مشارکت مذهبی دارد؛ همچنین اگر چه مذهب، نهاد مبتنی بر ایمان و دینداری میزان عمل به آیین‌های آن نهاد مذهبی است اما «هویت مذهبی» به این راجع است که افراد خود را چگونه به منزله یک فرد مذهبی می‌فهمند، فردی که ارزش‌ها و باورهای مذهبی و معنوی درون اجتماع ایمانی را می‌پذیرد. هویت مذهبی یک هویت جمعی است که شامل عضویت در گروه‌های مذهبی، پذیرش نظام‌های اعتقادی آن، تأیید اهمیت ارزش‌های مذهبی، تعهد به گروه‌های مذهبی و کردارهای مرتبط با مذهب است. این تعریف از هویت مذهبی آن را از هویت معنوی که بخشی از هویت شخصی است متمایز می‌کند (سئول، ۲۰۱۰). همچون سایر گونه‌های شکل‌گیری هویت، مثل هویت قومی و فرهنگی، زمینه مذهبی می‌تواند چشم‌اندازی برای فهم جهان، فرصت‌های معاشرت با طیفی گسترده‌ای از افراد از نسل‌های مختلف و مجموعه‌ای از اصول اساسی برای زندگی فراهم آورد. این بنیان‌ها می‌تواند به هویت فرد شکل دهد.

نتیجه این فرضیه با نتایج پژوهش‌های مهری (۱۳۸۳)، رفعت‌جاه و روح‌افزا (۱۳۹۱)، قنبری برزیان و همتی (۱۳۹۴) و مولایی و همکاران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد.

۵- بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون فرضیه بین هویت ملی زنان شاغل و جایگاه اجتماعی آنان رابطه وجود دارد، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که با افزایش هویت ملی زنان شاغل، جایگاه اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت با افزایش افتخار به ملیت، توجه به فرهنگ و تاریخ کشور، احساس نزدیکی به هموطنان و دلسوزی برای کشور، اهمیت قائل شدن به موسیقی، پرچم، لباس، زبان و سایر نمادهای ملیت، افتخار به مفاخر و شخصیت‌های ملی خود و احترام به آن‌ها، رفتن به سفر زیارتی مشهد، کاروان‌های راهیان نور، مزار شهدا، دانشمندان و نخبگان؛ جایگاه اجتماعی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد.

نتیجه این فرضیه با نتایج پژوهش‌های خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۲)، سلطانی بهرام و علیزاده اقدم (۱۳۹۲)، اکبری و عیوضی (۱۳۹۲) و سیف‌الهی و مروت (۱۳۹۲) همسو می‌باشد.

نظریه مید نتیجه پنج فرضیه بالا را تأیید می‌کند. مید نظریه‌پرداز برجسته دیدگاه کنش متقابل نمادین، نظریات بدیعی در زمینه هویت ارائه می‌دهد. در نظریه اجتماعی مید، افراد و جامعه همچون دو چیز متفاوت با هم در تضاد نیستند. جامعه همان مناسبات اجتماعی میان افراد است، و افراد نیز خارج از مناسبات اجتماعی نمی‌توانند وجود داشته باشند. بدون مناسبات اجتماعی، کنشگری انسان و فرهنگ وجود نخواهد داشت. مید خویشتنی را فی‌نفسه همان هویت اجتماعی می‌دید که از یک‌سو از مناسبات متقابل میان گفتگوی فرد در ذهن یعنی گفتگو میان «من فاعلی» و «من مفعولی» و از سوی دیگر، گفت‌گوی فرد با دیگران در عرصه مناسبات اجتماعی پدیدار می‌شود. جامعه مکالمه‌ای میان مردم است؛ ذهن درونی شده آن مکالمه است و خود در درون و بین آن دو جای دارد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷۴). به نظر مید، شکل‌گیری کنش فردی در خلال فرایند برداشت از خود، همواره در زمینه اجتماعی صورت می‌گیرد. مید تأکید داشت که جدا از جامعه هیچ‌گونه خود ـ خودآگاهی و ارتباطی نمی‌تواند وجود داشته باشد. هویت از دیدگاه مید به معنی خودی است که تحت تأثیر تلقی‌های دیگران (به‌ویژه دیگران مهم و تلقی‌های تعمیم‌یافته) عمومیت می‌یابد و با آن تغییر می‌کند. خود ماهیتی مرکب و دوبعدی دارد و بعد مفعولی (مرا) آن به شدت تحت تأثیر عرصه و زمینه اجتماعی است. این خود خصوصیت پوششی و بازتابی دارد؛ به این معنی که می‌توانیم با خود حرف بزنیم. مید با تفکیک من از خودم معتقد بود خودم همان خودی است که از دیدگاه دیگران مهم یا کل اجتماع پنداشته و دریافته می‌شود و این جنبه از خود قوانین، اخلاقیات، آداب و چشم‌داشت‌های سازمان‌یافته اجتماع را منعکس می‌سازد. در مجموع مید باور داشت که انسان‌ها در ساختارهای اجتماعی که خود نیافریده‌اند، می‌شوند و تحت فشار محدودیت‌ها، آداب و رسوم و قوانین عمل می‌کنند (میرهاشمی و حیدرپور، ۱۳۹۰).

پیشنهادات پژوهش

پیشنهادهای کاربردی پژوهش

بر مبنای یافته‌های این پژوهش و با تکیه بر چهارچوب نظری می‌توان راهبردهای زیر را برای تقویت هر چه بیشتر جایگاه اجتماعی، احساس امنیت، هویت اجتماعی و نقش جنسیتی زنان هم در سطح ملّی و هم در سطح شهر اهواز پیشنهاد نمود:

ـ برای تقویت هر چه بیشتر هویت اجتماعی زنان، از طریق برنامه‌های خارج از حیطه واحدهای درسی (همایش‌ها، تشویق مقاله‌نویسی در حیطه هویت ایرانی و فرهنگ ملی و ....) می‌توان اقدام کرد.

ـ شرکت دادن زنان در انجمن‌ها و گروه‌های داوطلبانه برای مشارکت آنان در تمام عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ضرورت می‌یابد.

ـ خانواده‌ها و مسئولان فرهنگی جامعه بایستی اهتمام بیشتری در تقویت هویت فرهنگی و ملّی در بین زنان نمایند. در کل جهت تحقق این امر، تأکید بر آموزش‌های عمومی و همگانی و تطابق آن با نیازهای نسل جدید جامعه ایرانی که در قالب برنامه‌های آموزشی مدارس، دانشگاه‌ها و رسانه‌های جمعی به‌ویژه رادیو و تلوزیون و شبکه‌های اطلاع‌رسانی قابل اجرا می‌باشد، بسیار ضروری است.

ـ ضرورت توجه جدی مسئولین به نیازهای آموزشی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی زنان.

- تدارک برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی از سوی سازمان‌های شهری در سطح محله‌ها برای افزایش تعاملات اجتماعی ساکنان و شکل‌گیری شبکه روابط محله‌ای در میان آنان.

فهرست منابع:

اکبری حسین، عیوضی محمد رحیم (۱۳۹۱). بررسی وضعیت و ابعاد سازنده هویت ملی، علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال نهم، شماره ۱.

امیری‌فر ایمان، شیرمردی سارا (۱۳۹۶). "بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر گرایش جوانان شهر اهواز به هویت ملی با تأکید بر استفاده از شبکه‌های غیر ایرانی ماهواره و سایت‌های اینترنتی"، فصلنامه علمی ـ پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال یازدهم، شماره اول، پیاپی ۳۶. ۲۳۳-۲۰۳.

بهار مهری (۱۳۸۳). "نذر و هویت اجتماعی زنان"، نامه علوم اجتماعی، دوره ۱۱، شماره ۴، پیایی ۲۴.

بهاردوست پریزاد، دوران، بهزاد (۱۳۹۲). "ارتباط تماشای سریال‌های شبکه ماهواره‌ای فارسی وان بر هویت خانوادگی مخاطبان"، پژوهش اجتماعی، دوره ۶، شماره ۱۹.

تبریزی، منصوره (۱۳۹۲). "تجربه تعارض‌های هویّتی در سبک زندگی زنان متأهل شاغل"، مطالعات زن و خانواده، فصلنامه مطالعات زن و خانواده الزهرا، دوره ۱، شماره ۲.

جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه: تورج یاراحمدی. تهران: نشر و پژوهش شیرازه، چاپ اول.

حاجیانی، امیر (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی هویت ایرانی، چاپ دوم، تهران: پژهشکده تحقیقات استراتژیک.

حسین‌زاده، علی‌حسین، نواح عبدالرضا، ساکی، هدا (۱۳۹۳)." بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت جنسیتی دختران دانشجوی دانشگاه شهید چمران اهواز"، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه علوم اجتماعی، واحد شوشتر، سال هشتم، شماره اول، پیاپی (۲۴)، ۱۰۲-۸۱.

دوران، بهزاد (۱۳۸۳). "هویت خانوادگی و تعامل در فضای سایبرنتیک"، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی (دانشگاه خوارزمی)، دوره ۱۲، شماره ۴۴

رفعت‌جاه مریم، روح‌افزا، فائزه (۱۳۹۱). "مطالعه عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر نگرش به هویت دینی زن مسلمان"، مسائل اجتماعی ایران (دانشگاه خوارزمی)، دوره ۳، شماره ۲.

رفیعی جیردهی، علی و حبیب‌زاده خطبه‌سرا، رضا (۱۹۳۱). بررسی عوامل مؤثر بر هویت جمعی (محلی، ملی و جهانی شهروندان گیلک)، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، ۱(۲)، ۲۲۱-۲۲۰.

زوره سحر، نوروزی، فیض‌اله. (۱۳۹۶). تأثیر کنترل، نظم و پایگاه اجتماعی بر احساس امنیت اجتماعی زنان ۴۵-۱۵ ساله شهرستان آبادان، هشتمین کنفرانس بین المللی روانشناسی و علوم اجتماعی، تهران، شرکت همایشگران مهر اشراق.

ساروخانی، باقر؛ رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳). "عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در باز تعریف هویت اجتماعی زنان"، زن در توسعه و سیاست، دوره ۲، شماره ۱.

سلطانی بهرام، سعید؛ علیزاده اقدم، محمدباقر (۱۳۹۲). بررسی وضعیت هویت ملی زنان متأهل تهران، همایش قومیت و فرهنگ ایران اسلامی، تبریز.

سیف‌اللهی، سیف‌اله؛ مروت، برزو (۱۳۹۲). "شکل‌گیری هویت قومی و ملی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در نزد ساکنان کرج"، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۶، شماره ۱.

شاهرخ، لیلا (۱۳۹۷). بررسی ابعاد اجتماعی جایگاه زنان در سینمای ایران، دومین کنفرانس دانش و فناوری روانشناسی، علوم تربیتی و جامعه‌شناسی ایران، تهران، مؤسسه برگزار کننده: همایش‌های توسعه‌محور دانش و فناوری سام ایرانیان.

شریفی احمد، و کاکاوندی، امیر (۹۸۳۱). "رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان"، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، ۴، ۰۵-۵۲.

شهوندی علیرضا، تقوی‌نسب سیدمجتبی (۱۳۹۶). "بررسی عوامل مرتبط با هویت اجتماعی زنان مورد مطالعه: زنان بخش مرکزی شهرستان پاسارگاد"، زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)، دوره ۸، شماره ۴.

شیانی ملیحه، احمدپور، احمد (۱۳۹۶). "رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی شهروندان رشت"، فصلنامه علمی ـ پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفدهم، پاییز ۹۶، شماره ۱۶.

عامری خیرآبادی، غلامحسین (۱۳۹۹). نقش‌پذیری هویت خانوادگی از فضای سایبر و تأثیر آن بر سبک زندگی خانواده‌های ایرانی، کنفرانس ملی مؤلفه‌های تمدن‌ساز در بیانیه گام دوم انقلاب، مشهد.

عباداللهی چنذانق، حمید؛ مددی، حانیه؛ مرادی، سجاد (۱۳۹۳). "بررسی تأثیر ساختار قدرت در خانواده بر هویت بازاندیشانه زنان (مطالعه موردی: دانشجویان دختر

دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی)"، فصلنامه علمی ـ پژوهشی علوم اجتماعی، شماره ۶۶، ۱۲۰-۷۳.

علیزاده اقدم، محمدباقر و همکاران (۹۸۳۱). "نقش آموزش در ارتقاء شاخص‌های هویت ملی"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۳(۹)، ۹۰۲-۱۸۱.

قادرزاده، امید (۱۳۹۰). "تأثیر اشکال مختلف سرمایه بر هویت جمعی زنان"، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۳.

قنبری برزیان علی، همتی، رضا (۱۳۹۴). "هویت دینی در جامعه ایرانی: مرور نظام‌مند مطالعات انجام شده (۱۳۸۰-۱۳۹۲)"، جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، دوره ۲۶، شماره ۳.

کیانی مژده، نجفی، سیامک (۱۳۹۷). "اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی؛ بازاندیشی در هویت اجتماعی زنان تحصیل‌کرده مورد مطالعه دانشگاه تبریز"، زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)، دوره ۲، شماره ۹.

کیانی مژده، ترکان، زینب (۱۳۹۷). "هویت جمعی و احساس امنیت اجتماعی دانشجویان دختر دانشگاه‌های دولتی شهر بابل"، مطالعات زن و خانواده، دوره ۶، شماره ۱، پیاپی ۱۱.

گلشن فومنی رسول، مشهدی ژیلا (۱۳۸۹). "بررسی رابطه هویت شخصی زنان با مشارکت اجتماعی آنان"، جامعه‌شناسی، دوره ۵، شماره ۱.

گیدنز آنتونی (۱۳۸۷). تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، (ترجمه ن. موفقیان). تهران: نشر نی.

مروت، برزو (۱۳۸۵). "بررسی عوامل مؤثر بر هویت جمعی غالب در بین دانشجویان: (نمونه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های شهرستان سنندج)"، زریبار سال دهم، شماره ۶۱ و ۶۲.

میرهاشمی مالک، حیدرپور، لیبا (۱۳۹۰). "ارتباط عوامل اجتماعی با هویت اجتماعی دانش آموزان"، فصلنامه پژوهش اجتماعی، شماره ۱۲.

یوسفی فرزانه، خضری مقدم، نوشیروان (۱۳۹۵). هویت فردی و اجتماعی و عوامل مؤثر در بهسازی خود، اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، قم.

Cysarz, D., Piwowarczyk, A., Czernikiewicz, W., Dulko, S., & Kokoszka, A. (2017). "Changes in body image satisfaction, sense of coherence and life satisfaction during the therapy of women with transsexualism, a preliminary report", Journal of Psychiatr Pol, 42(1), 115-123.

Gomez-Gil, E., Vidal-Hagemeijer, A., & Salamero, M. (2018). "MMPI-2 characteristics of transsexuals requesting sex reassignment: Comparison of patients in prehormonal and presurgical phases", Journal of Personality Assessment, 90(4), 368-374.

Investigating the Social Status of Women in Terms of Social Identity (Case Study of Working Women of Different Ethnicities in the City of Ahvaz)

Farkhondeh Chinipardaz[1], *Asghar Mohammadi (Ph.D)*[2]
Mohammadali Chitsaz (Ph.D)[3]

DOI: 10.22055/QJSD.2022.38625.2511

Abstract:

The aim of this study was to investigate the social status of women in terms of social identity (a case study of working women of different ethnicities in Ahvaz). This research was conducted by survey method and in order to improve the validity of the questionnaire measures of face validity and reliability by using Cronbach's alpha coefficient which was higher than 0.70 for all variables. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. The statistical population of this study includes all women of different ethnicities, including "Persians", "Arabs", "Bakhtiari" and a small population of "Turks" and "Kurds" living in Ahvaz. 1397 were working, is to select the sample size among the population of the statistical community used the general formula Cochran. Thus, according to Cochran's formula, 572 people were obtained as the sample size. Mead theory was used in the theoretical framework. Findings showed that there is a significant relationship between the independent variables of personal identity, group identity, family identity, religious identity and national identity with the dependent variable of women's social status.

Key Concepts: *Social Status, Family Identity, Religious Identity and National Identity*

[1] PhD Student in Cultural Sociology, Department of Sociology, Dehaqan Branch, Islamic Azad University, Dehaqan, Iran, sfazelikias1367@gmail.com
[2] Assistant Professor, Department of Sociology, Dehaqan Branch, Islamic Azad University, Dehaqan, Iran (Corresponding Author), asghar.mo.de@gmail.com
[3] Assistant Professor, Department of Sociology, Dehaqan Branch, Islamic Azad University, Dehaqan, Iran, mad3175@yahoo.com

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).