فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۲۰، شماره ۲، زمستان ۱۴۰۴، صفحات ۲۸۶-۲۶۱

بررسی عوامل مؤثر بر هویت‌جویی دختران جوان (مورد مطالعه: شهر رشت)

دکتر سید موسی رئیسی[۱]

تاریخ وصول: ۱۴۰۴/۴/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۳

چکیده:

یکی از مسائل اساسی در حوزه علوم اجتماعی و به‌طور خاص در جامعه‌شناسی بحث هویت‌جویی دختران جوان می‌باشد. هدف اصلی این مطالعه، بررسی عوامل مؤثر بر هویت‌جویی دختران جوان شهر رشت می‌باشد. با استفاده از روش پیمایش و از طریق ابزار پرسشنامه انجام شد. جامعه آماری مورد مطالعه جوانان بین سنین ۱۷ تا ۲۹ سال شهر رشت می‌باشد. تعداد ۴۰۰ نفر جوان از جامعه آماری به‌عنوان نمونه معرف به شیوه تصادفی خوشه‌ای برای مطالعه انتخاب شدند. از روش‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فرضیات و تکنیک رگرسیون و تحلیل مسیر برای سنجش مدل تحقیق استفاده شد. نتایج ضریب رگرسیونی نشان می‌دهد که گستره شبکه ارتباطی با مقدار (Beta=۰/۳۴)، گرایش به فرهنگ غرب با مقدار (Beta=۰/۲۶)، سن افراد با مقدار (Beta=۰/۲۰)، انسجام خانواده با مقدار (Beta=۰/۱۵) و احساس آنومی با مقدار (Beta=۰/۲۱)، به ترتیب میزان اهمیتی در تبیین متغیر وابسته داشته‌اند، وارد معادله رگرسیونی شده‌اند و در مجموع این ۵ مؤلفه توانسته‌اند ۴۲ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین و توضیح کنند (R^2=۰/۴۲).

مفاهیم کلیدی: *هویت‌جویی، فرهنگ غربی، انسجام خانواده*

[۱] استادیار گروه آموزشی علوم انسانی، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران smraeisi@tvu.ac.ir

مقدمه و بیان مسأله

هویت در لغت به معنای این همانی، شناسایی و همسان ساختن می‌باشد. هویت احساسی است که فرد نسبت به استمرار حیات روانی خود دارد و یگانگی و وحدتی که در مقابل اوضاع و احوال متغیر خارج، همواره در حالت روانی خود احساس می‌کند (*Bar, 2015:34*). هویت یکی از مقولات حیات اجتماعی آدمی است که در طول تاریخ در حالت سیالی معنی و مفهوم قرار داشته و دارد. چنانکه امروزه مفهوم و معنی هویت بیش از هر زمان دیگر، تحول‌پذیر و سیال‌تر می‌نمایاند. یکی از دلائل این تغییرپذیری را باید در سرعت تغییرات پیرامونی معاصر دانست. به‌عبارت دیگر، هویت جویی که یکی از مؤلفه‌های حیات و محصول تلاش انسان برای معنی بخشی به زندگی است، امروزه بیشترین آسیب و تحول را پذیرفته است. این امر به معنای پایدار نبودن هویت و دگرگونی آن در طول زمان می‌باشد. بر همین اساس، احیاء تثبیت و هدایت صحیح آن از محورهای اساسی تلاش اندیشمندان و پژوهشگران در حوزه علوم اجتماعی محسوب می‌شود.

هویت فرآیندی دانسته می‌شود که نه تنها یگانه نیست بلکه هر فرد چندین هویت دارد (*Jenkins, 2019: 44*). هویت به دو دسته فردی و اجتماعی دسته‌بندی می‌شود. هویت فردی بر تفاوت و هویت اجتماعی بر همانندی تأکید دارد. تغییر و تفسیر ذهنی آدمی از خود، موضع‌گیری ارزشی و انتخاب بایدها و نبایدهای زندگی به شرط وحدت و انسجام معرفت، هویت فردی هستند (*Kizqan, 2019: 25*). هویت اجتماعی نیز احساس تعلق و همبستگی به یک جامعه است به‌گونه‌ای که عضو یک جامعه را از سایر جوامع متمایز می‌سازد و فرد در مقابل معیارها و ارزش های جامعه خود احساس تعهد و تکلیف کند و در امور مختلف آن مشارکت جوید و انتظارات جامعه خود را پاسخ دهد (*Turner, 2011: 138*).

بستر اجتماعی و جبرهای موجود در آن در شکل‌گیری هویت اجتماعی افراد و باز تولید آنها به‌طور کلی و زنان به‌طور اخص نقش مهمی دارد و هر اندازه این جبرهای محیطی ـ اجتماعی سست یا نیرومند باشد به همان اندازه فرد در رابطه‌ای دو سویه می‌تواند از مصالح موجود برای ساختن هویت اجتماعی خود بهره‌برداری کند (*Mighaddas, 2022:36*).

شرایط موجود در سطح جهانی و گسترش ایده‌ها و اندیشه‌های نوین در اثر فزاینده شدن رسانه‌های ارتباط جمعی و سازمان‌های محلی، ملی و فراملی و روی آوری زنان در به کارگیری ابزارهای مدرن همچون ماهواره، اینترنت و تلویزیون‌های دیجیتالی سبب آشنایی زنان با شیوه‌های جدید زندگی و مقایسه شیوه‌های کنونی با شیوه‌های سنتی می‌گردد. این امر سبب می‌شود دختران جوان در نتیجه مشاهده این تغییرات و متأثر از شرایط اجتماعی جدید در

تعریف هویت اجتماعی و شیوه‌های هویت جویی خود تأمل نمایند تا به افکار یا تعدیل هویت‌های پیشین یا راه برون رفتی از وضعیت موجود که مبتنی بر پندارهای قالبی است، بپردازند (*Giddens, 2018: 42*). بدیهی است اگر زنان در مسیر هویت‌جویی بتوانند به هویت واقعی خود دست یابند، این امر باعث تثبیت موقعیت آنان و رسیدن به اهداف متعالی می‌شود. از این حیث برای کسب درک واقعی از خویش و هویت‌یابی صحیح، زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی در جامعه بایستی مورد واکاوی قرار گیرند.

پژوهش و بررسی پیرامون جوانان از چند جهت اهمیت دارد: ۱- قدرت و توانایی جوانان در دامن زدن به تحولات اجتماعی و جهت‌دادن به این‌گونه تحولات ما را ناگزیر می‌سازد که رفتارهای اجتماعی آنها را به‌عنوان یک عنصر اصلی در درک وضعیت عمومی جامعه در نظر داشته باشیم؛ ۲- جوانان یکی از ارکان اصلی دستیابی به توسعه در جامعه هستند؛ ۳- در جامعه ما حدود ۲ میلیون جوان وجود دارد که هر کدام نماینده یک خانواده هستند و با توجه به تأثیرگذاری جوانان در سطح دوستان و خانواده، مطالعه رفتارهای اجتماعی آنها از اهمیت قابل‌توجهی برخوردار است.

این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال اساسی است که در زمان حاضر شیوه‌های هویت‌جویی اجتماعی دختران جوان چگونه است؟ در کل هدف این پژوهش، بررسی عوامل تأثیرگذار بر هویت‌جویی دختران جوان در شهر رشت با تمرکز بر دیدگاه جامعه‌شناختی می‌باشد. اهداف جزئی این تحقیق در جواب به سؤالات ذیل است:

۱- انسجام خانوادگی چه تأثیری بر روی میزان هویت دختران دارد؟

۲- میزان گسترش شبکه ارتباطی چه تأثیری بر روی میزان هویت دختران دارد؟

۳- احساس آنومی چه تأثیری بر روی میزان هویت دختران دارد؟

۴- گرایش به فرهنگ غربی چه تأثیری بر روی میزان هویت دختران دارد؟

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

کیذقان (۱۳۹۹)، در یک بررسی، تحت عنوان عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان از دیدگاه جامعه‌شناختی به انجام داد. نمونه مورد مطالعه وی ۳۸۴ زن در بازه سنی ۴۵-۱۶ در شهر شیراز و با استفاده از روش پیمایشی و کاربرد ابزار پرسشنامه بود. ایشان به بررسی تأثیر متغیرهای میزان رضایت از خود، پایگاه اقتصادی ـ اجتماعی، میزان اعتماد به نفس،گسترده شبکه ارتباطی و نهایتاً توانایی عقلانی کردن امور بر متغیر وابسته (هویت اجتماعی) پرداخت.

نتایج به‌دست آمده حاکی از آن بود که بین متغیرهای فوق با متغیر وابسته به استثنا متغیر ارتباط معنی‌داری مشاهده گردید.

دانش‌مهر و حسن‌خانی (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان: روایت دختران از پدیده پوشش؛ بازتعریف هویت و دلالت‌های معنایی آن (مورد مطالعه: دختران جوان شهر شاهین‌دژ) اذعان کردند که یافته‌های این پژوهش در قالب ۲۶ مفهوم اولیه و پنج مقوله اصلی صورت‌بندی شد. این مقوله‌ها عبارت‌اند از: ۱. سلطه رسانه در زندگی روزمره؛ ۲. تغییرات هنجاری/ارزشی سوژه‌ها؛ ۳. بدن به مثابه سوژه‌ها؛ ۴. نمایش خود؛ ۵. بدن و طبقه اجتماعی. نتایج پژوهش بیانگر دلالت‌های متفاوت پوشش از دیدگاه دختران نمونه پژوهش، در نقش کنشگران زمینه پژوهش است.

اسلامی‌خوزانی و همکاران (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان: تدوین الگوی تکوین هویت دینی در دختران بر اساس سبک‌های تربیتی والدین: مطالعه کیفی داده‌بنیاد اذعان کردند که زمینه و هدف: یکی از مؤثرترین عوامل در هویت دینی فرزندان، خانواده است. لذا برای تربیت نسلی جوان با هویتی دینی، لزوم توجه به خانواده و سبک تربیتی آن اهمیت پیدا می‌کند؛ از این‌رو هدف پژوهش حاضر، تدوین الگوی تکوین هویت دینی در دختران بر اساس سبک‌های تربیتی والدین بود. روش: پژوهش حاضر، کیفی و از نوع نظریه داده‌بنیاد است. جمعیت مورد مطالعه، والدین دارای حداقل یک فرزند دختر دانشجو با هویت دینی بود که بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند و رعایت سایر معیارهای ورود، برای شرکت در پژوهش انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته و عمیق، گردآوری شد و اشباع نظری در مصاحبه هجدم محقق شد. داده‌های حاصل از مصاحبه، با بهره‌گیری از روش تحلیل مقایسه مداوم استراوس و کوربین در سه مرحله (کدگذاری باز، محوری و انتخابی)، تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها: در تحلیل یافته‌ها ۲۰۱ کد باز، ۱۷ کد محوری و ۵ کد انتخابی «والدگری مسئولانه دینی؛ تدارک بافت تربیت دینی؛ موانع / تسهیل‌گرها؛ تربیت تعاملی توحیدمحور و تحقق حیات طیبه» حاصل شد. نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش ضمن ارتقای بینش نسبت به بسترهای شکل‌گیری هویت دینی در نوجوانان، به خانواده‌های دغدغه‌مندِ تربیت دینی، رهنمودهای کاربردیِ مبتنی بر سبک‌های والدگری ارائه می‌دهد. این الگو با تبیین نقش محوریِ سبک تربیتی مسئولانه دینی، چارچوبی عملیاتی برای تربیت نسل جوان فراهم می‌سازد.

حسنی و همکاران (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان: نسل جدید و فرایندهای هویت‌یابی (با تأکید بر هویت‌یابی از طریق رسانه‌های اجتماعی) اذعان کردند که یافته‌های حاصل از

مصاحبه‌ها با تکنیک تحلیل مضمون، استخراج و تحلیل شده است که ۴ مضمون اصلی: «شکاف ارزش‌ها و باورها»، «رسانه‌ای شدن سبک زندگی»، «پروبلماتیک شدن خود»، «دگردیسی تعاملات» و ۱۲ مضمون فرعی: «دگردیسی در عقاید و باورهای دینی»، «دگردیسی در عقاید و باورهای سیاسی»، «عدم علاقه رسانه‌های رسمی داخلی»، «ترندی شدن زندگی»، «رسانه محور شدن علاقمندی‌ها و اهداف»، «فرصتی برای آزادی عمل»، «فرصتی برای تغییر خود»، «فرصتی برای خود وانمودسازی»، «فرصتی برای همانندی با خود»، «فرصتی برای همانندی با دیگران»، «شکل‌گیری دوستی‌های سطحی»، «قربانی شدن تعاملات رودررو» است. بنابر یافته‌ها نسل جوان، تحت تأثیر رسانه‌ها و مواجه با انبوهی از اطلاعات و اندیشه‌ها، با شیوه‌های متکثر و متنوعی در پاسخ به سؤال «کیستی و چیستی» و فرایند هویت‌یابی خود مواجه هستند و در مقام کنشگری با هویت چند پاره و سیّال به دنبال هویت‌یابی‌اند.

ب) تحقیقات خارجی

Bonner & et. al, 2018، در تحقیقی با عنوان: بررسی جنبه‌های هویت اجتماعی در زنان و مردان، در آلمان به مطالعه هویت اجتماعی ۱۲۴ زن و ۱۰۳ مرد از دانشجویان دانشگاه پرداختند. آنها دیدگاه همبستگی جنسی را با توجه به مقیاس اعتماد به نفس جمعی فرمول‌بندی کردند و رابطه بین ساختار عوامل، انسجام داخلی، اختلافات جنسی و همبستگی را با اعتماد به نفس افراد در گروه‌های جنسی نشان دادند. نتایج نشان می‌دهد که زنان میزان بالاتری از اهمیت عضویت در گروه‌ها را نشان دادند و از نظر درون‌گروهی گروهشان را مثبت‌تر از مردان ارزیابی کردند، ولی برعکس، از نظر برون‌گروهی ارزیابی‌های عمومی از گروه‌شان را منفی‌تر از مردان ذکر کردند.

Jenkins, 2019، در تحقیقی تحت عنوان: هویت اجتماعی به تشریح هویت اجتماعی، رابطه آن با گروه و با شعور عامه، تئوری‌های هویت اجتماعی و مقوله‌بندی‌های اجتماعی و مدرنیته، پرداخت. وی هویت را یک فرآیند در حال ایجاد شدن تعریف کرده است. از نظر وی، هویت اجتماعی یک بازی رو در روست و همچنین دریافتی از اینکه چه کسی هستیم و دیگران چه کسی هستند و اینکه مردم از خود و دیگران چه فهمی دارند. به نظر وی هویت اجتماعی بسیار مهم است و بدون داشتن آن هیچ اجتماعی معنی ندارد.

Onuorah & Nafziger (2026)، در پژوهشی با عنوان: تعاملات دیجیتال و دخترانگی آفریقایی: چگونه دختران نوجوان نیجریه‌ای از تیک‌تاک برای ابراز وجود و هویت خود استفاده

می‌کنند، اذغان کردند که با انجام تحلیل متنی سایت‌های رسانه‌های اجتماعی، رویکردهای نوآورانه‌ای را برای دسترسی به دیدگاه‌های دختران ارائه می‌دهند. نویسندگان با تمرکز بر چگونگی استفاده دختران نوجوان نیجریه‌ای از رسانه‌های دیجیتال برای پیمایش روابط اجتماعی پیچیده، به درستی تجربیات زیسته دختران را بر اساس تولید محتوای دیجیتال آنها در گفتگوهای جهانی قرار می‌دهند. این تحقیق از مطالعات دختران سیاه‌پوست برای زمینه‌سازی دختران نیجریه‌ای در قرن بیست و یکم به‌عنوان سازندگان و کاربران محتوای دیجیتال بهره می‌برد. این تحقیق بررسی می‌کند که چگونه پنج دختر نوجوان نیجریه‌ای از حساب‌های تیک‌تاک خود برای ابراز خود و هویت فرهنگی خود استفاده می‌کنند و چگونه محتوای آنلاین آنها نشان‌دهنده مقاومت روزمره در برابر کلیشه‌های جنسیتی و فرهنگی است. «مشارکت‌های دیجیتال و دخترانگی آفریقایی: چگونه دختران نوجوان نیجریه‌ای از تیک‌تاک برای ابراز خود و هویت استفاده می‌کنند»، با مجموعه‌ای از سؤالات مهم برای تحقیقات بیشتر در مورد ابراز وجود و شکل‌گیری هویت دختران از طریق رسانه‌های اجتماعی به پایان می‌رسد. سؤالات مطرح شده عبارتند از: (۱) دختران جوان چگونه هویت فرهنگی و اجتماعی خود را با استفاده از رسانه‌های اجتماعی ابراز می‌کنند؟ (۲) چگونه امکانات رسانه‌های اجتماعی، عامل ابراز وجود آنها را تقویت می‌کند؟ (۳) آیا می‌توان از چارچوب نظری دختران سیاه‌پوست برای توضیح عاملیت دختران نیجریه‌ای در استفاده از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرد؟

مروری بر مباحث نظری

هویت از دو دیدگاه روانشناختی و جامعه‌شناختی قابل بحث است. اولین روان‌شناسی که ایجاد هویت را مهم‌ترین عامل پیشرفت شخصی در دوره نوجوانی دانسته و آن را گامی حیاتی در جهت نیل به حیاتی شادمانه و مولد معرفی کرده اریک اریکسون است. از نظر اریکسون موفقیت در زندگی و دستیابی به اهداف و آرمان‌های انسانی در دوران بزرگسالی به نحوه شکل‌گیری هویت وابسته است که بیشتر در دوران نوجوانی و جوانی روی می‌دهد. فرد در دوران نوجوانی و جوانی، ارزش‌ها، باورها، داوری‌ها و هنجارهای موردقبول خانواده و جامعه را زیر سؤال می‌برد و در جست‌وجوی راه‌حل و پاسخ‌های مناسب به کندوکاو می‌پردازد. نتایج موفقیت‌آمیز فرآیند رشد روانی و اجتماعی در دوران کودکی، امکان حل تعارضات روانی و اجتماعی را در مراحل بعدی زندگی به فرد می‌دهد؛ لذا در مقابل آشفتگی و بحران هویت، فرآیند شکل‌گیری هویت و انسجام هویتی قرار دارد (*Lotfabadi, 2021:74*).

مفهوم هویت به‌طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک طرف، شباهت و از طرف دیگر تفاوت هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست. از این‌رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و عدم توافق است و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت (*Brown, 2005: 33*). ترنر بر اساس نظریه دسته‌بندی خود، برای توضیح تضاد میان جنبه روان‌شناختی هویت که به یگانگی فرد با خصلت‌های خاص خود اشاره دارد ـ و جنبه جامعه‌شناختی هویت که به عضویت در گروه و شباهت‌ها اشاره دارد ـ سه سطح در تعریف خود تشخیص می‌دهد:

۱- یک سطح مقدماتی به مثابه یک موجود منحصر به فرد (متمایزسازی خود و دیگران درون یک گروه) که بنابر مقایسه‌های بین شخصی (درون‌گروه) به هویتی شخصی ارجاع دارد.

۲- یک سطح میانی به مثابه عضوی از یک گروه (شباهت‌های درون‌گروهی و تفاوت‌های بین گروهی)، که بنابر مقایسه‌های بین گروهی(درون‌گروه‌ها) به هویت اجتماعی ارجاع دارد.

۳- یک سطح، مافوق دیگر سطوح به مثابه جنس انسان که بنابر مقایسه (شباهت‌ها و تفاوت‌های جنسیتی) به هویت جنسی ارجاع دارد (*Turner, 2011: 2*).

در میان دیدگاه‌های جامعه‌شناختی، نظریه کنش متقابل نمادین، بیش از دیگر دیدگاه‌ها مسئله هویت و شکل‌گیری آن را مورد مطالعه و تحلیل قرار داده است. بر اساس این دیدگاه، معناها به‌طور کلی و هویت به‌طور خاص در جریان روابط متقابل با دیگران شکل می‌گیرد. مید، نظریه‌پرداز برجسته این دیدگاه، نظریات بدیعی در زمینه هویت ارایه می‌دهد. اگر بپذیریم که هویت پاسخی است به پرسش من کیستم؟ به نظر مید مجموعه ویژگی‌هایی که فرد برای خود برمی‌شمارد در تعامل با دیگران و در سطح جامعه شکل می‌گیرد. با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او درباره خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود (*Ritzer, 2018: 279*).

مانفرد کان، چهره شاخص دیگر این دیدگاه، معتقد است که «خود» در جریان تعامل اجتماعی و با درونی شدن «نگرش‌های» دیگران نسبت به خود شکل می‌گیرد. دیگرانی که فرد با آنها تعامل یا به نحوی از آنها آگاهی دارد. کان، خود، را مجموعه‌ای از نگرش‌ها و انتظارات دیگران تعریف می‌کند و برای شناخت هویت، آزمون بیست جمله‌ای من کیستم را مطرح می‌سازد. کان بعدها دریافت که پاسخ‌های پرسش «من کیستم» را می‌توان به دو گروه اجماعی *Consensual* و نیمه‌اجماعی *Semi Consensual* تقسیم کرد. پاسخ‌های اجماعی به هویت‌هایی مربوط می‌شود که برای دیگران آشکار است و شامل مواردی مثل طبقه،

جنسیت و تعلق مذهبی است. اما پاسخ‌های نیمه اجماعی شامل آن دسته از پاسخ‌هایی است که در تشخیص هویت خصوصی‌تر تلقی می‌شوند؛ مانند خوشحالی یا غمگینی، بدبینی یا خوش‌بینی و نظیر آن. بر اساس نظر کان، افراد ابتدا به هویت‌های اجماعی و سپس به هویت‌های نیمه اجماعی فکر می‌کنند و احتمالاً تشخیص هویت اجماعی آسان‌تر از هویت نیمه اجماعی است زیرا افراد معمولاً خودشان را در تماس با دیگران می‌شناسند (*Kizqan, 2019: 92*).

گیدنز بر نقش فرد در تشکیل هویت تأکید کرده و هویت را آگاهی فرد نسبت به «خودش» می‌داند. برداشتی که گیدنز از هویت دارد به برداشت کان از هویت نزدیک است. در این برداشت از هویت هم ابعاد اجتماعی و هم ابعاد فردی لحاظ شده اما بر بعد فردی و نقشی که خود فرد در دنیای مدرن در شکل‌گیری و بازسازی هویت دارد و بر جنبه پویا و متغیر هویت تأکید بیشتری شده است. گیدنز جنبه‌های روانشناختی و چالش‌های هویتی را در دوران جدید مورد توجه و تحلیل قرار داده است و بازاندیشی در هویت را که در پرتو معیارها و ارزش‌های جدیدی که دائماً هم در حال تغییر است صورت می‌گیرد ویژگی دوران جدید و نتیجه گسترش فنآوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی‌شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (*Giddens, 2018: 52*).

تاجفل در سال ۱۹۷۸ نظریه هویت اجتماعی خود را مطرح کرده است. اساس نظریه تاجفل توجه به جنبه‌هایی از هویت است که از عضویت گروهی ناشی می‌شود. به نظر وی، اجتماعی از افرادی تشکیل شده است که با هم بر اساس پایگاه و قدرتشان رابطه دارند و ساختار این ارتباط گروهی برای شکل‌بندی هویت دارای اهمیت است. در ۱۹۷۶ ترنر نیز با پیروی از تاجفل در جهت تکمیل نظریه وی اقدام کرد. در تئوری هویت اجتماعی تاجفل و ترنر یک شخص تنها یک خودشخصی ندارد، بلکه دارای چندین خود است که با چرخه‌های عضویت گروهی هم‌خوانی دارد. زمینه‌های متفاوت اجتماعی ممکن است یک شخص را به فکر کردن، احساس کردن و عمل کردن بر مبنای «رده خود» شخصی، خانوادگی یا ملی‌اش برانگیزاند (*Turner, 2011:7*). طبق تعریف این محققان، هویت اجتماعی برداشت افراد از خود است که از عضویت ادراک شده، در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود (*Hogg & Vegan, 2002: 32*). تئوری هویت اجتماعی در این راستا است که عضویت گروهی به خودی خود، مقوله‌بندی درون گروهی را ایجاد می‌کند. تاجفل بین هویت اجتماعی و عضویت گروهی ارتباط برقرار می‌کند، او عضویت گروهی را شامل سه عنصر می‌داند: الف) عنصر معرفتی یا شناختی که به میزان آگاهی شخص به متعلق بودن در یک گروه برمی‌گردد؛ ب) عنصر ارزشی

که شامل محاسباتی می‌شود که فرد درباره پیامدهای مثبت و یا منفی عضویت گروهی دارد. ت) عنصر عاطفی و احساسی که به میزان احساسات نسبت به یک گروه و نیز افراد دیگری که رابطه ویژه‌ای با آن گروه دارند، اشاره دارد. بر همین مبنا هویت اجتماعی عبارت است از: برداشت یک فرد از خود به نسبت شناخت و آگاهی از عضویت در یک گروه به همراه بعد ارزشی و احساسی مرتبط با آن عضویت به نظر تاجفل، هویت اجتماعی در یکی از همین فرآیندهای درونی کردن مقوله‌بندی‌های اجتماعی پدید می‌آید. ترنر نیز بین فرآیندهای مقایسه درون گروهی و درون فردی دو معنی متفاوت از مفهوم خود را رسم می‌کند: به‌طور کلی می‌توان گفت که فرضیه مرکزی تاجفل و همکاران او این بود که ما مقوله‌هایی را که در ذهن خود به وجود می‌آوریم، با مرتب کردن موضوعات در آنها تفاوت‌ها را در بین مقوله‌ها افزایش می‌دهیم (افزایش تفاوت‌های بین مقوله‌ای) و در داخل گروه آنها را کاهش می‌دهیم. به‌عبارت دیگر، آنها می‌گویند ما تمایل داریم بر شباهت بین اعضای یک مقوله و تفاوت بین مقوله‌ها در بین این گروه‌ها، فرد آنهایی را که بدان تعلق خاطر دارد (درون گروه) می‌شناسند و آنهایی را که بدان متعلق نیست (برون گروه) نیز تمیز می‌دهد (*Touchfel & Wilk, 1993: 23*).

آنچه از بحث هویت اجتماعی برمی‌آید این است که فرایند هویت‌سازی این امکان را برای یک کنشگر اجتماعی فراهم می‌کند که برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود پاسخی مناسب و قانع‌کننده پیدا کند. در واقع هویت، معطوف به بازشناسی مرز میان «خودی» و «بیگانه» است که عمدتاً از طریق هم‌سنجی‌های اجتماعی و انفکاک میان درون گروه از برون گروه‌ها ممکن می‌شود. اهمیت تمایزها، ستیزها و تنش‌های گروهی، حتی در شرایط نبود تضاد منافع، از این جنبه هویت ناشی می‌شود (*Golmohammadi, 2022: 224*).

استرایکر معتقد است که هویت‌ها هر چه در سلسله مراتب بالاتر قرار داشته باشند باعث می‌شوند که افراد نقش‌هایی را قبول کنند که بیشتر با این هویت‌ها متناسب باشد؛ همچنین باعث می‌شود که موقعیت‌های حاضر را به‌عنوان شانس بودن در این هویت بپذیرند و بدنبال موقعیت‌هایی باشند که به وسیله آن موقعیت‌ها، امکان ماندن در آن هویت را داشته باشند. به نظر استرایکر، افراد از نظر درجه تعهد به هویت‌های مختلف جایگاه‌های متفاوت دارند و گاهی افراد میزان تعهد به هویت‌ها را تغییر می‌دهند و تمایل به تغییر هویت در افراد زمانی دیده می‌شود که رویدادهای خارجی، ساخت اصلی یک موقعیت را (که فرد در آن قرار دارد) تغییر دهند؛ و افراد بدین وسیله در جستجوی هویت‌های جدید هستند و هر چند افراد بیشتر

هویت‌های خود را تغییر دهند، کمتر در برابر تغییر یک هویت خاص از خود مقاومت نشان می‌دهند (*Stryker, 2008: 374-381*).

چارچوب نظری پژوهش

مارسیا هویت نوجوانان و جوانان را در چهار وضعیت دسته‌بندی می‌کند که از نظر تأثیری که مؤلفه‌های نوین مانند فنآوری‌های جدید رسانه‌ای بر تحول هویتی دارد، الهام‌بخش است:

الف) دستیابی به هویت: در این وضعیت، فرد با توجه به مطالعه و تحلیل و کشفی که از قبل در مورد بدیل‌های مختلف به عمل آورده، به یک مجموعه روشن و نظم‌یافته از ارزش‌ها و هدف‌هایی که خود، آنها را انتخاب کرده، متعهد می‌شود. از این‌رو دارای احساس سلامت روانی، همانندی و ثباتی نسبی در طول زمان و آگاه از راهی است که طی می‌کند.

ب) تعلیق هویت: افرادی که در این وضعیت قرار دارند به نظر مارسیا هنوز نتوانسته‌اند تکلیف خود را نسبت به آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه روشن کنند و به جستجوگری و جمع‌آوری اطلاعات مشغول هستند. این افراد امید دارند بتوانند ارزش‌ها و هنجارهایی را شناسایی کنند که در زندگی راهنمای آنان باشد.

پ) توقف هویت: در این وضعیت فرد به ارزش‌ها و آرمان‌هایی معتقد است که در گذشته هیچ تلاش یا جست‌وجویی برای شناسایی یا کشف آنها نکرده و عمل به آنها صرفاً از آن روی است که از سوی گروه‌های مرجع به او معرفی شده یا به‌عنوان تکلیف به او تحمیل شده است. لذا فرد در این وضعیت هویتی از پیش‌تعیین شده دارد و خودش در شکل‌گیری هویت هیچ نقشی نداشته و صرفاً تماشاگری منفعل بوده است.

ت) پراکندگی و عدم انسجام هویت: افرادی که در این وضعیت قرار گرفته‌اند معمولاً جهت‌گیری روشنی در زندگی خود ندارند. آنها نه به ارزش‌ها و باورهای معینی رسیده‌اند و نه کوششی برای نیل به آن به عمل می‌آورند. انفعال و انزوای این گروه به این علت است که فکر می‌کنند تلاش برای دستیابی به مجموعه‌ای روشن و منسجم از ارزش‌ها و آرمان‌ها کاری بسیار دشوار است و آنها از عهده آن برنمی‌آیند (*Lotfabai, 2021:78-81*). چگونگی برخورد فرد با مسئله هویت و همچنین فرآیند شکل‌گیری هویت، صرف‌نظر از عوامل فردی و شخصیتی به عوامل اجتماعی نیز بستگی دارد. برای مثال در جامعه‌ای که نوجوان با انبوهی از اطلاعات، آرمان‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و شیوه‌های مختلف زندگی روبرو است به سادگی نمی‌توان در وضعیت‌های دستیابی به هویت یا توقف هویت قرار گرفت. در این دوران هویت

فرد ممکن است دارای ترکیبی از فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و آرمان‌های مختلف باشد. به‌عبارت دیگر ممکن است وضعیت «تعلیق هویت» زمان بیشتری از زندگی فرد را دربرگیرد و چه بسا فرد را دچار بحران هویت یا عدم انسجام هویت نماید. این مسئله در مورد دختران و هویت جنسیتی آنها نیز صادق است. به‌ویژه در جوامع جهان سوم که امکان جست‌وجو و تحقیق در مورد ارزش‌ها و هنجارها برای دختران بسیار اندک است و آنان معمولاً در هویتی از پیش تعیین شده متوقف می‌مانند. اما شرایط اجتماعی، امکان تحصیل برای دختران، بزرگ شدن شهرها و دگرگونی خانواده و روابط خانوادگی به‌ویژه رسانه‌های جمعی، دختران جوان را نسبت به توقف در وضعیت هویتی خویش معترض ساخته و در جهت بازتعریف و بازسازی هویت‌های تحمیلی فعال کرده است. در نتیجه، شماری از این دختران، دورانی را تجربه می‌کنند که مارسیا از آن به‌عنوان «تعلیق هویت» سخن گفته است. افزایش طلاق و آمار دختران فراری، افزایش میزان دختران دانشجو و تقاضا برای حضور در صحنه‌های مختلف اجتماعی و پیدایش احساس نابرابری و تبعیض در آنان را باید در این راستا ارزیابی کرد. در این تحقیق ابعاد هویت دینی بر اساس رساله کارشناسی ارشد زارعی با عنوان بررسی نقش مربیان تربیتی بر پرورش هویت دینی دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه در استان کرمانشاه تدوین گردیده است. که به شرح زیر می‌باشند (*Zarei, 2020:70*).

- هویت دینی؛ که به رابطه‌ی انسان با دین و نسبتی که با آن پیدا می‌کند اطلاق می‌شود (*Sharafi, 2023:95*). هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی است. مهم‌ترین دستاوردهای هویت دینی پاسخ دادن به پرسش‌های بنیادی، جهت بخشیدن به زندگی، وحدت اعتقادی و معنا بخشیدن به جهان است (*Ibid: 99-102*).

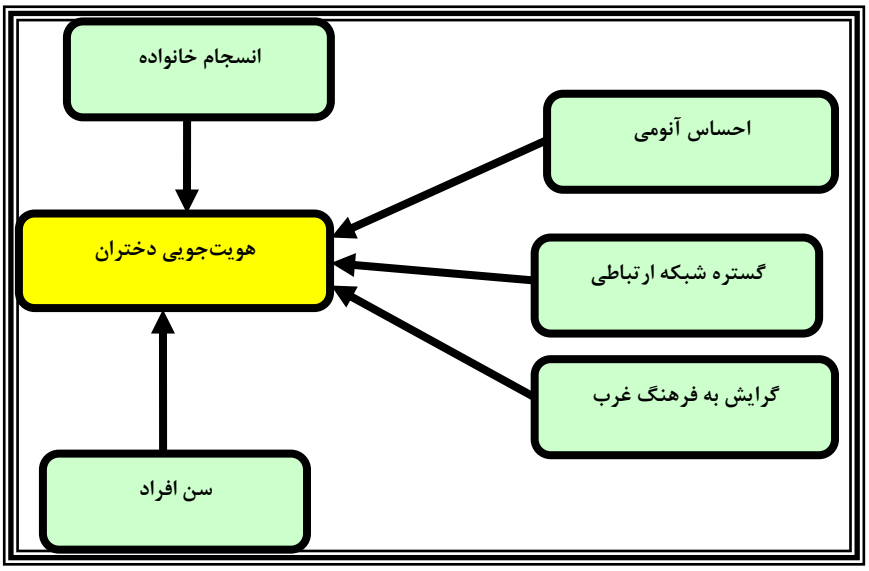
- هویت شغلی؛ یکی از هویت‌های اجتماعی مهم انسان به شمار می‌آید اما تنها افراد شاغل و عمدتاً مردان را در بر می‌گیرد. داشتن شغلی که ارزش اجتماعی داشته باشد، عزت نفس را افزایش می‌دهد و به ایجاد حس ایمنی و هویت باثبات کمک می‌کند. شغل از آن جهت در زندگی اجتماعی فرد مهم است که بهره‌وری مادی، منزلت، قدرت و نفوذ اجتماعی تا حدود زیادی به آن بستگی دارد.

- هویت خانوادگی؛ به یکی از مهم‌ترین گروه‌های مرجع یعنی والدین و خانواده مربوط می‌شود. ویژگی‌های شخصیتی و سبک زندگی والدین بر روی هویت شخصی و اجتماعی فرد به شدت تأثیر می‌گذارد و بدنه هویت فرد در کودکی و نوجوانی شکل می‌گیرد (*Navabinezhad, 2021:237*). هویت خانوادگی را می‌توان تعیین نسبت میان جوان و خانواده و میزان تعلق او به خانواده دانست. عوامل متعددی در ایجاد و تقویت هویت خانوادگی

نقش دارند از جمله مقبولیت، تکریم منزلت، تبادل عاطفی، مشورت و تفاهم با اعضای خانواده به‌ویژه با والدین (*Sharafi, 2023:63*).

- هویت قومی؛ در مطالعه و تحلیل مسائل مربوط به هویت قومی و گروه‌های قومی در جامعه‌شناسی اتفاق نظر وجود ندارد. براساس دیدگاه کنش‌گرایی شش ویژگی برای قومیت وجود دارد که شامل وابستگی خونی و نژاد، زبان، سرزمین، مذهب و رسوم مشترک است (*Ahmadi, 2017:47*). در نهایت، هویت قومی را می‌توان باورهای مشترک و احساس تعلق بر اساس وابستگی‌های خونی، نژادی، زبانی، سرزمینی و خویشاوندی دانست. بر اساس این موارد نوعی احساس تعلق در فرد نسبت به عناصر و نهادهای مشترک آن قوم به وجود می‌آید که می‌تواند تعیین‌کننده رفتار شخص باشد.

مدل تجربی تحقیق



فرضیه‌های پژوهش

- بین انسجام خانواده و هویت‌جویی دختران جوان ارتباط وجود دارد.
- بین احساس آنومی و هویت‌جویی دختران جوان ارتباط وجود دارد.
- بین گستره شبکه ارتباطی و هویت‌جویی دختران جوان ارتباط وجود دارد.

- بین میزان دسترسی به فن‌آوری اطلاعات و هویت‌جویی دختران جوان ارتباط وجود دارد.
- بین میزان گرایش به فرهنگ غرب و هویت‌جویی دختران جوان ارتباط وجود دارد.
- بین سن و هویت‌جویی دختران جوان ارتباط وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق شیوه پیمایشی است. ماهیت موضوع و گستردگی جامعه آماری مورد مطالعه دو دلیل عمده در جهت اتخاذ این روش به‌عنوان روش مطالعه می‌باشد. داده‌های مورد نظر نیز از طریق ابزار پرسشنامه توام با مصاحبه جمع‌آوری شدند. از آنجا که محقق این احتمال را می داد که دختران با سطح تحصیلات پایین و یا بیسواد نتوانند بسیاری از جملات و یا حتی منظور برخی از سؤالات را نتوانند درک نمایند، لذا از روش ابزار پرسشنامه توأم با مصاحبه برای گردآوری اطلاعات استفاده به عمل آمد.

جامعه آماری این پژوهش، دختران ۲۹-۱۷ ساله مناطق شهری رشت را تشکیل می‌دهد. سال ۱۴۰۴ جمعیت شهر رشت درسال ۱۴۰۴ به حدود ۸۲۵۰۰۰ نفر، وتعداد کل جوانان شهر رشت برابر برابر ۴۹۰۰۰۰ نفر می‌باشد، در این میان تعداد دختران ۲۹-۱۷ ساله برابر ۲۳۵۶۵۶ نفر هستند؛ لذا واحد نمونه‌گیری دختران هستند. حجم نمونه پژوهش مطابق با جدول لین (*Lane, 1975: 612*)، با ضریب اطمینان ۹۵٪، تا ۴۰۰ نفر برآورد گردید. با توجه به اینکه جدولین لین حجم نمونه را نسبت به سایر روش‌های برآورد نمونه مانند فرمول کوکران و جدول مورگان و ... بزرگتر برآورد می‌کند و با افزایش حجم نمونه نیز محقق دچار خطای نوع اول و دوم کمتر خواهد شد، لذا ترجیح داده شد تا از جدول لین برای انتخاب حجم نمونه استفاده شود. روش نمونه‌گیری انتخاب شده، چند مرحله‌ای خوشه‌ای است. بدین صورت که از میان مناطق سرشماری رشت، تعدادی منطقه انتخاب و سپس در دورن هر منطقه به نسبت وجود خانواده‌ها، بخش‌هایی کوچک‌تر به‌عنوان خوشه در نظر گرفته می‌شود. خانوارهای درون خوشه‌ها بررسی و در صورت وجود یک دختر در محدوده سنی مورد نظر در خانواده با وی مصاحبه می‌شود. ضمن آنکه در هر خانواده در صورت وجود بیش از یک دختر جوان، تنها یک دختر به صورت تصادفی مورد مصاحبه قرار خواهد گرفت. در این مطالعه با استفاده از یک پیش آزمون پایایی متغیرها سنجیده شد و بعضی از سؤالات پرسشنامه، اصلاح یا حذف شدند که پس از این کار آلفای بدست آمده برای متغیر هویت‌جویی (۰/۷۶)، احساس

آنومی (۰/۸۹)، گرایش به فرهنگ غرب (۰/۷۸)، انسجام خانواده (۰/۷۷) و گستره روابط خویشاوندی (۰/۸۵) بدست آمد.

در این مطالعه متغیرهای اصلی به صورت زیر تعریف می‌شوند:

هویت‌جویی در قالب انواع هویت‌های زیر تعریف می‌شود:

۱- هویت دینی: که به رابطه انسان با دین و نسبتی که با آن پیدا می‌کند اطلاق می‌شود. سنگ بنای هویت دینی تعهد و پایبندی است (*Sharafi, 2023:95*). هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی است.

۲- هویت شغلی؛ یکی از هویت‌های اجتماعی مهم انسان به‌شمار می‌آید اما تنها افراد شاغل وعمدتاً مردان را در بر می‌گیرد. داشتن شغلی که ارزش اجتماعی داشته باشد، عزت نفس را افزایش می‌دهد و به ایجاد حس ایمنی و هویت باثبات کمک می‌کند.

۳- هویت خانوادگی؛ به یکی از مهم‌ترین گروه‌های مرجع یعنی والدین و خانواده مربوط می‌شود. ویژگی‌های شخصیتی و سبک زندگی والدین بر روی هویت شخصی و اجتماعی فرد به شدت تأثیر می‌گذارد و بدنه هویت فرد در کودکی و نوجوانی شکل می‌گیرد (*Navabinezhad, 2021:237*). هویت خانوادگی را می‌توان تعیین نسبت میان جوان و خانواده و میزان تعلق او به خانواده دانست.

۴- هویت قومی؛ هویت قومی را می‌توان باورهای مشترک و احساس تعلق بر اساس وابستگی‌های خونی، نژادی، زبانی، سرزمینی و خویشاوندی دانست. براساس این موارد نوعی احساس تعلق در فرد نسبت به عناصر و نهادهای مشترک آن قوم به وجود می‌آید که می‌تواند تعیین‌کننده رفتار شخص باشد. هر یک از ابعاد هویت در این مطالعه با استفاده از سه سؤال و مجموع این متغیر با استفاده از ۱۲ سؤال در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت سنجش و اندازه‌گیری شدند.

انسجام اجتماعی[1]: انسجام اجتماعی یک مفهوم اجتماعی است که خواهان سامان‌دهی مشابهت‌ها و تمایزها در جامعه است. در این مطالعه انسجام اجتماعی با استفاده از ۸ سؤال در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری و سنجش شده است.

میزان گرایش به فرهنگ غرب: میزان تمایل و گرایش جوانان دختر به ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی غرب. در این مطالعه گرایش به فرهنگ غرب با استفاده از ۸ سؤال در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری و سنجش شده است.

[1] social integration

احساس آنومی: افرادی که هم‌ساز و هماهنگ با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه و یا سازمان باشند، «همنوا» و یا «سازگار» و اشخاصی که برخلاف هنجارهای اجتماعی رفتار کنند و بدان‌ها پای‌بند نباشند، افرادی «ناهمنوا» و «ناسازگار» می‌باشند. احساس آنومی زمانی به افراد دست می‌دهد که با هنجارهای جامعه هماهنگ نباشند. در این مطالعه احساس آنومی با استفاده از ۸ سؤال در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری و سنجش شده است.

گستره شبکه ارتباطی: منظور از شبکه ارتباطی مجموعه روابط و مناسباتی است که شخص را با دیگر افراد در یک کنش و پیوند متقابل درگیر می‌کند. در این مطالعه گستره شبکه ارتباطی با استفاده از ۸ سؤال در قالب طیف ۵ درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری و سنجش شده است.

یافته‌های پژوهش

داده‌های تحقیق حاصل استخراج پرسشنامه‌هایی است که توسط ۴۰۰ نفر جوان در شهر رشت تکمیل گردیده و با استفاده از بسته نرم‌افزار آماری برای علوم اجتماعی (*SPSS*) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله شاخص‌های آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. در سطح توصیف، ویژگی‌های پاسخگویان ارائه شده و در سطح تبیین به بررسی روابط میان متغیرها پرداخته شده است.

ویژگی‌های اقتصادی اجتماعی پاسخگویان: در این تحقیق میانگین سنی افراد مورد مطالعه برابر ۲۱/۷۱ سال است. یکی از متغیرهای تحقیق هویت‌جویی دختران جوان است. میانگین نمره هویت برای افراد مورد مطالعه برابر ۴۰/۷۵ است که این نمره در مقایسه با دامنه نمره (۱۲ تا ۷۰) در حد بالایی است و بیانگر وجود تشدید هویت‌جویی در بین دختران جوان است. شاخص دیگر در این مقاله انسجام خانواده است. میانگین نمره انسجام خانواده برای افراد مورد مطالعه برابر ۲۳/۱۵ است که این نمره در مقایسه با دامنه نمره (۸ تا ۴۰) در سطح پایینی قرار دارد و بیان می‌کند که انسجام خانواده‌ها در جامعه امروزی به شدت کاهش یافته است.

شاخص دیگر در این تحقیق گرایش دختران جوان به فرهنگ غرب است. میانگین نمره این متغیر برای افراد ۳۴/۱۱ است که این نمره در مقایسه با دامنه نمره (۸ تا ۴۰)، در حد بالایی است و بیان می کند که گرایش به فرهنگ غرب در میان دختران جوان زیاد است. یکی دیگر از شاخص‌های مطالعه شده در این تحقیق احساس آنومی در میان دختران جوان است. میانگین نمره این متغیر برای افراد مورد مطالعه برابر ۳۸/۶۵ است که این نمره در مقایسه با

دامنه نمره (۱۰ تا ۵۰) در حد بالایی است و بیانگر وجود افزایش احساس آنومی و فردگرایی در بین دختران جوان است. شاخص دیگر در این تحقیق گستره شبکه ارتباطی در میان دختران جوان است. میانگین نمره گستره شبکه ارتباطی برای افراد مورد مطالعه برابر ۴۱/۳۷ است که این نمره در مقایسه با دامنه نمره (۱۰ تا ۵۰) در حد بالایی است و بیانگر وجود ازدیاد گستره روابط ارتباطی در بین دختران جوان است. نتایج مطرح شده در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: توزیع نسبی شاخص‌های مطالعه شده برای پاسخگویان

Table 1: *Relative Distribution of the Studied Indicators for Respondents*

نام متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف معیار
Variable Name	*Frequency*	*Mean*	*St. Deviation*
هویت‌جویی	۴۰۰	۴۰/۷۵	۵/۴۶
انسجام خانواده	۴۰۰	۲۳/۱۵	۳/۳۱
گرایش به فرهنگ غرب	۴۰۰	۳۴/۱۱	۴/۱۵
احساس آنومی	۴۰۰	۳۸/۶۵	۴/۱۱
گستره روابط ارتباطی	۴۰۰	۴۱/۳۷	۵/۳۱
سن	۴۰۰	۲۱/۷۱	۳/۱۵

جدول ۲ ضریب همبستگی و ضریب رگرسیون بین دو متغیر میزان انسجام خانواده و ابعاد هویت‌جویی دختران را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این ضریب در جدول ۱ نشان می‌دهد که بین میزان انسجام خانواده و هر یک از ابعاد هویت‌جویی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به نتایج جدول متغیر فوق در سطح حداقل ۹۵ درصد معنادار بوده و قابل پذیرش می‌باشد.

جدول ۲: ضریب همبستگی و رگرسیون بین میزان انسجام خانواده و ابعاد هویت‌جویی

Table 2: *Correlation and Regression Coefficient between Family Cohesion and Identity-Seeking Dimensions*

متغیر	ابعاد هویت‌جویی	همبستگی	معناداری	مقدار *t*	معناداری
Variable	*Dimensions of Identity*	*Correlation*	*Sig.*	*T-Value*	*Sig.*
انسجام خانواده	هویت دینی	۰/۶۲	۰/۰۰۰	۶/۳۷	۰/۰۰۰
	هویت شغلی	۰/۲۱	۰/۰۳۱	۲/۵۳	۰/۰۴۶
	هویت خانوادگی	۰/۵۵	۰/۰۰۰	۵/۸۲	۰/۰۰۰
	هویت قومی	۰/۴۹	۰/۰۰۰	۴/۷۵	۰/۰۰۰

جدول ۳ ضریب همبستگی و رگرسیون بین میزان گرایش به فرهنگ غرب و ابعاد هویت‌جویی دختران را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این ضریب نشان می‌دهد که بین میزان گرایش به فرهنگ غرب و ابعاد هویت (دینی، خانوادگی و قومی) رابطه معنادار و منفی وجود دارد. اما این رابطه برای هویت شغلی و گرایش به فرهنگ غرب معنادار نمی‌باشد.

جدول ۳: ضریب همبستگی و رگرسیون بین میزان گرایش به فرهنگ غرب و ابعاد هویت‌جویی

Table 3: *Correlation and Regression Coefficient between the Degree of Inclination towards Western Culture and the Dimensions of Identity Search*

نام	ابعاد هویت‌جویی	همبستگی	معناداری	مقدار *t*	معناداری
Variable	*Dimensions of Identity*	*Correlation*	*Sig.*	*T-Value*	*Sig.*
گرایش به فرهنگ غرب	هویت دینی	-۰/۴۲	۰/۰۰۰	-۳/۴۶	۰/۰۰۰
	هویت شغلی	۰/۱۰	۰/۰۷۳	۱/۵۸	۰/۳۲۴
	هویت خانوادگی	-۰/۳۷	۰/۰۰۰	-۴/۴۶	۰/۰۰۰
	هویت قومی	-۰/۲۸	۰/۰۱۷	-۲/۹۴	۰/۰۳۵

جدول ۴ ضریب همبستگی و رگرسیون بین احساس آنومی و ابعاد هویت‌جویی دختران را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این ضریب نشان می‌دهد که بین احساس آنومی و ابعاد هویت (دینی، خانوادگی و قومی) رابطه معنادار و منفی وجود دارد. اما این رابطه برای هویت شغلی و گرایش به فرهنگ غرب رابطه معنادار و مثبت می‌باشد.

جدول ۴: ضریب همبستگی و رگرسیون بین احساس آنومی و ابعاد هویت‌جویی

Table 4: *Correlation and Regression Coefficient between the Feeling of Anomie and the Dimensions of Identity Search*

نام متغیر	ابعاد هویت‌جویی	همبستگی	معناداری	مقدار *t*	معناداری
Variable	*Dimensions of Identity*	*Correlation*	*Sig.*	*T-Value*	*Sig.*
احساس آنومی	هویت دینی	-۰/۱۰	۰/۱۶۳	-۱/۰۲۴	۰/۲۱۲
	هویت شغلی	۰/۳۲	۰/۰۱۱	۲/۷۸	۰/۰۳۶
	هویت خانوادگی	-۰/۴۳	۰/۰۰۰	-۴/۷۷	۰/۰۰۰
	هویت قومی	-۰/۲۹	۰/۰۱۷	-۳/۶۴	۰/۰۳۲

جدول ۵ ضریب همبستگی و رگرسیون بین گستره شبکه ارتباطی و ابعاد هویت‌جویی دختران را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این ضریب نشان می‌دهد که بین گستره شبکه ارتباطی و هر یک از ابعاد هویت‌جویی غیر از هویت شغلی رابطه معنادار و معکوس وجود دارد. نتایج مشاهده شده در جدول در سطح حداقل ۹۵ درصد معنادار بوده و قابل پذیرش می‌باشد.

جدول ۵: ضریب همبستگی و رگرسیون بین گستره شبکه ارتباطی و ابعاد هویت‌جویی

Table 5: *Correlation and Regression Coefficient between the Extent of the Communication Network and the Dimensions of Identity Seeking*

نام متغیر	ابعاد هویت‌جویی	همبستگی	معناداری	مقدار t	معناداری
Variable	*Dimensions of Identity*	*Correlation*	*Sig.*	*T-Value*	*Sig.*
گستره شبکه ارتباطی	هویت دینی	-۰/۷۱	۰/۰۰۰	-۷/۵۸	۰/۰۰۰
	هویت شغلی	-۰/۰۸۴	۰/۵۲۳	-۰/۹۷	۰/۶۲۸
	هویت خانوادگی	-۰/۵۷	۰/۰۰۰	-۶/۳۳	۰/۰۰۰
	هویت قومی	-۰/۴۰	۰/۰۰۰	-۴/۸۸	۰/۰۰۰

جدول ۶ ضریب همبستگی و رگرسیون بین سن افراد و ابعاد هویت‌جویی دختران را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این ضریب نشان می‌دهد که بین سن افراد و هر یک از ابعاد هویت‌جویی رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به نتایج جدول متغیر فوق در سطح حداقل ۹۵ درصد معنادار بوده و قابل پذیرش می‌باشد.

جدول ۶: ضریب همبستگی و رگرسیون بین سن افراد و ابعاد هویت‌جویی

Table 6: *Correlation and Regression Coefficient between Individuals' Age and Identity-Seeking Dimensions*

نام متغیر	ابعاد هویت‌جویی	همبستگی	معناداری	مقدار t	معناداری
Variable	*Dimensions of Identity*	*Correlation*	*Sig.*	*T-Value*	*Sig.*
سن افراد	هویت دینی	۰/۶۱	۰/۰۰۰	۵/۶۸	۰/۰۰۰
	هویت شغلی	۰/۵۹	۰/۰۰۰	۵/۳۷	۰/۰۰۰
	هویت خانوادگی	۰/۷۴	۰/۰۰۰	۶/۵۴	۰/۰۰۰
	هویت قومی	۰/۸۳	۰/۰۰۰	۸/۱۱	۰/۰۰۰

رگرسیون چندمتغیره

در مقاله حاضر از آماره رگرسیون چند متغیره به شیوه گام به گام استفاده شده است. با توجه به اینکه تمام متغیرها دارای سطح سنجش فاصله‌ای بودند نیازی به متغیر ساختگی نبود و پیش‌فرض فاصله‌ای بودن سطوح سنجش متغیرها رعایت شد. نتایج حاصل از جدول ۷ نشان می‌دهد که ۵ متغیر گستره شبکه ارتباطی، گرایش به فرهنگ غرب، سن افراد، انسجام خانواده و احساس آنومی به ترتیب میزان اهمیت در تبیین متغیر وابسته وارد معادله شده‌اند. جدول ۷ عناصر متغیرهای مستقل درون معادله برای تبیین متغیر هویت‌جویی دختران نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که گستره شبکه ارتباطی با مقدار (*Beta*=۰/۳۴) و ضریب معنی‌داری (*Sig.T*=۰/۰۰۰)، در مرحله اول، گرایش به فرهنگ غرب با مقدار (*Beta*=۰/۲۶) و ضریب معنی‌داری (*Sig.T*=۰/۰۱۱)، در مرحله دوم، سن افراد با مقدار (*Beta*=۰/۲۰) و ضریب معنی‌داری (*Sig.T*=۰/۰۳۶)، در مرحله سوم، انسجام خانواده با مقدار (*Beta*=۰/۱۵) و ضریب معنی‌داری (*Sig.T*=۰/۰۱۸)، در مرحله چهارم و احساس آنومی با مقدار (*Beta*=۰/۲۱) و ضریب معنی‌داری (*Sig.T*=۰/۰۲۱)، در مرحله پنجم به ترتیب میزان اهمیتی در تبیین متغیر وابسته داشته‌اند، وارد معادله رگرسیونی شده‌اند و در مجموع این ۵ مؤلفه توانسته‌اند ۴۲ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین و توضیح کنند (*R²*=۰/۴۲).

جدول ۷: عناصر درون معادله برای پیش‌بینی هویت‌جویی دختران جوان

Table 7: *Elements within the Equation for Predicting Young Girls' Identity Search*

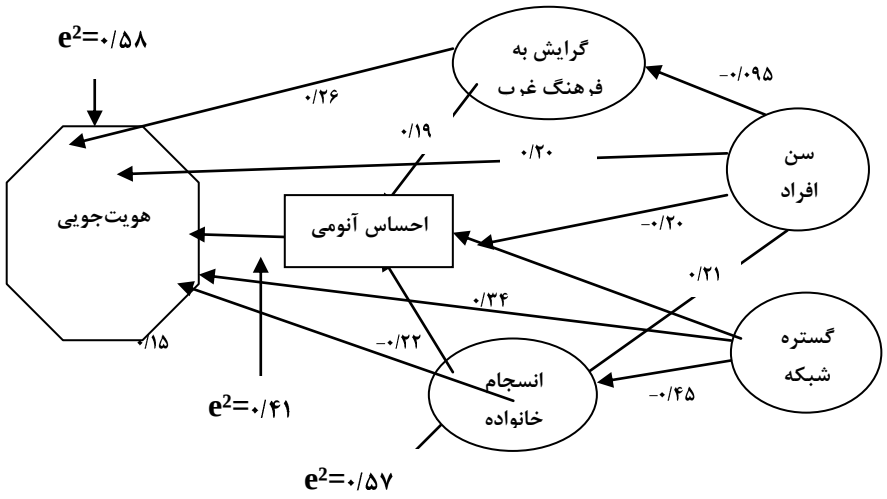
مرحله	متغیر	*B*	*Beta*	مقدار *T*	معناداری	*R²*
Stage	*Variable*	*B*	*Beta*	*T-Value*	*Sig.*	*R²*
۱	گستره روابط ارتباطی	۰/۳۸	۰/۳۴	۵/۶۲	۰/۰۰۰	۰/۲۵
۲	گرایش به فرهنگ غرب	۰/۲۷	۰/۲۶	۳/۸۷	۰/۰۱۱	۰/۳۲
۳	سن	۰/۳۶	۰/۲۰	۳/۳۱	۰/۰۳۶	۰/۳۶
۴	انسجام خانواده	۰/۴۱	۰/۱۵	۳/۱۱	۰/۰۱۸	۰/۳۹
۵	احساس آنومی	۰/۳۹	۰/۲۱	۲/۸۱	۰/۰۲۱	۰/۴۲

مدل تحلیل مسیر

مدل تجربی این پژوهش از نوع تحلیل مسیر[1] است. برای رسم مدل مسیر از ضرایب مسیر متغیرهایی استفاده شده است که مقدار T آنها در سطح معناداری قرار دارد. ضریب مسیر در این مدل نماینده شدت رابطه بین دو متغیر با ثابت نگه داشتن اثر متغیرهای دیگر موجود در مدل است. در تحلیل مسیر اثر کل هر متغیر از دو نوع اثر به وجود می‌آید: اثر مستقیم و اثر غیر مستقیم. برای محاسبه اثرات غیر مستقیم متغیرهای مستقل، ضرایب مسیر کلیه متغیرهای یک مسیر منتهی به متغیر وابسته در هم ضرب می‌شوند و چنانچه این ضرایب با ضرایب مستقیم هر کدام از متغیرها جمع شود، حاصل جمع، کل تأثیر متغیر مستقل مورد نظر بر متغیر وابسته خواهد بود.

همان‌طور که در مدل مسیر مشاهده می‌شود، گستره شبکه ارتباطی با ضریب مسیر ۰/۳۴ با هویت‌جویی دختران در رابطه می‌باشد و نشان می‌دهد که هر چه شبکه ارتباطات بین افراد و برای دختران وسیع‌تر باشد، هویت آنها بیشتر دستخوش تغییر و افزایش می‌شود. بعضی متغیرها مانند احساس آنومی فقط به‌صورت مستقیم بر متغیر وابسته تأثیر داشته در حالی که سایر متغیرها در یک شبکه ارتباط متقابل با همدیگر در ارتباط هستند. مثلاً سن از یک طرف مستقیم و از طرفی هم از طریق احساس آنومی، انسجام خانواده و گرایش به فرهنگ غرب بر روی متغیر وابسته تأثیر داشته است. نمودار ۲ نحوه ارتباط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته را با استفاده از ضرایب مسیر نشان می‌دهد.

[1] path analysis



نمودار ۲: مدل تحلیل مسیر

Figure 2: *Path Analysis Model*

بحث و نتیجه‌گیری

از آنجا که جامعه ایران، جامعه جوانی به شمار می‌رود و با در نظر گرفتن این مطلب که کشور ما به‌عنوان کشوری که در حال گذار از یک مرحله نیمه صنعتی به مرحله صنعتی است و تغییرات اجتماعی و فرهنگی آن بسیار شایع است، به نظر می‌رسد که بررسی وضعیت هویت جویی دختران جوان در اوایل بزرگسالی به منظور آشنایی بیشتر با این سرمایه‌های انسانی کشورمان امری ضروری باشد. یکی از خصوصیات دوران گذار این است که افراد در این دوره دچار یک نابسامانی هویتی ناشی از نبریدن کامل از هویت گذشته و نرسیدن کامل به هویت جدید می‌شوند و از آنجا که کنش‌های افراد در جامعه کاملاً در ارتباط مستقیم با شکل‌گیری و تحول هویت آنهاست، بی‌تردید در صورتی که این سردرگمی در هویت‌جویی به سرانجام نرسد نمی‌توان انتظار کنش‌های سودمندانه و مفید از افراد را داشت. از سوی دیگر شناخت بیشتر جوانان و نوجوانان به والدین و معلمان و دیگر دست‌اندرکاران امر تعلیم و تربیت کمک می‌نماید که برخورد سازنده‌تری با مشکلات و مسائل آنها داشته باشند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که عوامل اجتماعی در بازیابی این هویت نقش مؤثر و مهمی ایفا

می‌کنند. با توجه به اینکه گسترش فناوری و اطلاعات یکی از مؤثرترین ابزارهای در تغییر هویت جوانان می‌باشد، مدیریت این دوره می‌تواند مسیر زندگی جوانان را در راستای ارزش‌های فرهنگی آنان هدایت کند.

حضور انسان در شاهراه‌های اطلاعاتی و دسترسی او به امکانات جامعه اطلاعاتی، هویت‌های سنتی و هویت‌سازی سنتی را با دشواری و چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو ساخته است. با افزایش گستره روابط اجتماعی افراد در این شاهراه‌های اطلاعاتی، هویت‌های فرهنگی، ملی و دینی جوانان نیز به سرعت دستخوش تغییر و دگرگونی می‌شود. در جوامع امروزی، فرد با مراجع مختلف و متنوعی برخورد می‌کند که هر کدام ارزش‌های خاص و سبک زندگی ویژه‌ای را ترویج می‌کند. از سوی دیگر تمامی مرزهای هویتی مثل خانواده، محله، قومیت و ملیت به شدت نفوذپذیر شده‌اند.

یکی دیگر از متغیرهای اساسی در این تحقیق انسجام خانواده و تأثیر آن بر روی هویت دختران جوان است. در دنیای کنونی، خانواده اقتدار و مرجعیت گذشته خود را از دست داده است. علاوه بر این گسترش فضای اجتماعی و عام شدن بسیاری از امور خاص و درهم‌تنیدگی جهان، موجب شده که نوجوانان و جوانان امروزی در انتخاب هویت‌هایی منسجم و یگانه با مشکل و حتی بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چندپارگی و انشقاق گردد. لذا آنچه به چشم می‌خورد فرآیند آرام و پیوسته انتقال هویت از نسلی به نسل دیگر نیست بلکه در دنیای کنونی بیشتر شاهد بحران‌های هویتی و به همان نسبت بازسازی‌های هویتی هستیم.

دگرگونی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دوران معاصر و گسترش رسانه‌های عمومی و فن‌آوری‌های اطلاعاتی زمینه دگرگونی ارزش‌ها و بازتعریف هویت را در دختران و زنان پدید آورده است و از تأثیر کانال‌های سنتی هویت‌یابی کاسته است. بر این اساس می‌توان در راستای نتایج حاصل از این مطالعه پیشنهادات ذیل ارائه داد:

یکی از اقدام‌های اولیه در این زمینه، لزوم ارتقای آگاهی قومی و ملی است. این مسأله، یعنی آموزش که مهم‌ترین پیشنهاد در قسمت عوامل فرهنگی است، باید به‌عنوان یک اقدام ضروری تلقی شود. در بحث کمی، سخن از سطوح تحصیلات است.

ترویج و تقویت هویت‌های دینی در میان دختران جوان با استفاده از رسانه‌های جمعی و به خصوص صدا و سیما.

تقویت الگوهای فرهنگی دختران جوان با استفاده از نمادها و مراجع اسلامی مانند حضرت زهرا (س) و همچنین ارائه پوشش و نمادهای فرهنگی موفق آنها برای زندگی و نشان دادن مسیرهای اسلامی درست برای دختران جوان. با این اقدام می‌توان از طرفی الگوهای

فرهنگی دین اسلام را تقویت نمود و از طرفی از ورود نمادهای غیر اسلامی و غربی که جز تخریب هویت‌های فرهنگی، دینی، ملی و خانوادگی چیز دیگری ندارد، جلوگیری کرد.

References:

Ahmadi, H. (2017). Social Deviance Theories, Rasht, Zar Publications. (Persian).

Bohner, G.; Sturm, L. (1993). Evolution Aspects of Social Identit in Women and Men, Psychology Betirage , Vol 39.

Brown R. (2005). "Social Identity", in Adam and Jessica Kuppre(eds.) The Modernity. Cambridge. Polity Press.

Burr, V. (2015). Gender and Social Psychology, London Routledge.

Daneshmehr, H. & Hassankhani, E. (2022). "Girls' narratives of the phenomenon of veiling; redefining identity and its semantic implications (case study: young girls in Shahindej city)", Social Studies and Research in Iran, 11(1), 81-112. doi: 10.22059/jisr. 2022.315547.1161. (Persian).

Eslami Khozani, Z. & et. al (2015). "Developing a model of religious identity development in girls based on parental upbringing styles: A qualitative data-based study", Journal of Counseling and Psychotherapy, 16(63), 47-84. doi: 10.22054/qccpc. 2025.81440. 3350. (Persian).

Giddens, A. (2018). The Consequences of Modernity, translated by Mohsen Salasi, Tehran, Markaz Publishing House. (Persian).

Giddens, A. (2019). Modernity and Individuation: Society and Personal Identity in the Modern Age, translated by Naser Mofavqian, Tehran, NI Publishing House. (Persian).

Golmohammadi, A. (2012). Globalization, Culture, and Identity, Nei Publications. (Persian).

Hassani, M. R. & et. al (2015). "The new generation and the processes of identity formation (with an emphasis on identity formation through social media)", New Media Studies, 11(42), 177-133. doi: 10.22054/nms.2025.80522.1727. (Persian).

Hogg, M.A. & Vaughan, G.M. (2002). Social Psychology (ed.) London: Prentice Hall.

Jenkins, R. (2019). Social Identity, translated by Touraj Yarahmadi, Rashte Publications. (Persian).

Jenkins, R. (2019). Social Identity, translated by Touraj Yarahmadi, Rashte Publishing. (Persian).

Jenkins, R. (2019). Social Identity. London. Routledge.

Kizghan, T. (2019). Investigating Factors Affecting Women's Social Identity, Master's Thesis. Faculty of Social Sciences, Rasht University. (Persian).

Lin, N. (1975). Foundation of Social Research, New York: MC Graw, Hill.

Lotfaabadi, H. (2009). Emotions and Identity of Adolescents and Youth, Tehran: Third Generation. (Persian).

Moghaddis, A. A. (2010). Globalization and the Change of Women's Social Identity, Women's Studies, Year 3, Issue 7. (Persian).

Navabinejad, Sh. (2011). Fire in the House, Farzaneh Quarterly, Vol. 3, Issue 8, Winter. (Persian).

Ritzer, G. (2018). Sociological Theories in the Contemporary World, translated by Mohsen Salasi, Elami Publications. (Persian).

Sharafi, M. R. (2013). Youth and the Identity Crisis, Third Edition, Soroush Publications. (Persian).

Strayker, J. (1998). "Empathy and observed anger and aggression in five-year olds", Social Development, 13, 374-381.

Tajfel, H. and Turner, J. C. (1963). The Social Identity Theory of Inter-Group Behavior. In S. Worchel and L. W. Austin (eds.), Psychology of Intergroup Relations. Chigago: Nelson-Hall.

Turner, J. C. (2011). Towards a Cognitive Redefinition of the Social Group. In H. Tajfel (ed.), Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge: Cambridge University Press.

Turner, R. & Killian, L. (1987). Collective Behariovr. Englewood Cliffs.

Zarei, M. (2019). Investigating the Role of Educational Educators in Cultivating Religious Identity of Female High School Students in District 2 of Kermanshah City in the Academic Year 2009-2010, Kermanshah Azad University. (Persian).

Examining Factors Influencing Identity Seeking Among Young Women (A Case Study of Rasht City)

Seyed Mousa Raeisi (Ph.D)[1]

DOI: 10.22055/QJSD.2026.50220.3111

Abstract:

One of the fundamental issues in social sciences, particularly in sociology, is the discussion of identity seeking among young women. The main objective of this study is to examine the factors affecting the identity seeking of young women in Rasht city. The study was conducted using a survey method through a questionnaire. The statistical population studied comprises young people between the ages of 17 and 29 in Rasht city. A sample of 400 young people from the statistical population was selected using cluster random sampling as a representative sample for the study. Pearson correlation coefficient and regression and path analysis techniques were used for hypothesis testing and to measure the research model. Regression coefficient results indicate that the extent of communication networks (Beta = 0.34), inclination towards Western culture (Beta = 0.26), age of individuals (Beta = 0.20), family cohesion (Beta = 0.15), and feeling of anomie (Beta = 0.21) have, respectively, had levels of importance in explaining the dependent variable and have entered the regression equation. Collectively, these 5 components have been able to explain 42% of the variance of the dependent variable ($R^2 = 0.42$).

Key Concepts: *Identity Seeking, Western Culture, Family Cohesion*

[1] Assistant Professor, Department of Humanities, National University of Mathematics, Tehran, Iran, smraeisi@tvu.ac.ir

© 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/).