

## بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان پسر پایه سوم مقطع متوسطه اول شهر شیراز)


khoddamialireza@yahoo.com

علیرضا خُدّامی / دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم

مهدی راسخی رونیزی / کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم

rasekhi.Mehdi@yahoo.com

orcid.org/0000-0003-0331-8754

 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۱۵ - پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۱

### چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر است. نوع تحقیق «کمی» و روش آن «پیمایشی» است. داده‌ها با تدوین پرسشنامه‌ای از نمونه آماری ۲۶۸ نفری از دانش‌آموزان پایه سوم مقطع متوسطه اول شهر شیراز جمع‌آوری شدند. هویت اجتماعی در چهار سطح هویت ملی، قومی، دینی و گروهی بررسی شد. در این بررسی از نظریه «هویت اجتماعی» آنتونی گیدنز استفاده شد که براساس آن اعتماد اجتماعی، گستره شبکه ارتباطی فرد در اجتماع، و استفاده از رسانه‌های جمعی بر هویت اجتماعی تأثیرگذارند. تحلیل آزمون‌های آماری نشان داد که گستره شبکه ارتباطی فرد در اجتماع، مهم‌ترین متغیر مستقل تأثیرگذار بر هویت اجتماعی فرد است. همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد میزان درآمد ماهانه خانواده، رشته تحصیلی، شبکه ارتباطی فرد، رسانه‌های جمعی، اعتماد اجتماعی و سرانجام استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارند. در نهایت الگوی «رگرسیون خطی چندگانه» نشان داد که متغیرهای وابسته پژوهش توانسته‌اند ۴۱ درصد از واریانس هویت اجتماعی را تبیین کنند.

**کلیدواژه‌ها:** هویت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، رسانه‌های جمعی، دانش‌آموزان پسر، شیراز.

یکی از مهم‌ترین و ضروری‌ترین پرسش‌ها در حیات فردی و جمعی انسان پرسش از «هویت» (Identity) است. سؤال «من که هستم؟» و اینکه «چه چیزی مرا تعریف می‌کند؟» و به‌نوعی پاسخ به این سؤال که «من چه می‌خواهم؟» شکل‌دهنده هویت ماست (ژونگ، ۲۰۱۶، ص ۱).

در جهان امروزی «هویت» مقوله‌ای از پیش تعیین شده توسط منابع جمعی هویتی (مثل دین و قومیت) نیست، بلکه متناسب با موقعیت‌های شخصی و مبتنی بر معناکاوای فردی از نو ساخته و پرداخته می‌شود. در دنیای امروزی با تغییرات مداوم و روزمره، افراد با انتخاب‌های بسیاری از چگونگی زیستن و چه نقشی و کارکردی را داشتن روبه‌رو هستند. بنابراین افراد بهترین منشأ و سرچشمه ساختن خویشتن و آفریدن هویت‌های مختص به خودشان هستند (گیدنز، ۱۳۷۸، ص ۴۷).

پژوهش حاضر شناخت عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی پسران دانش‌آموز پایه یک مقطع متوسطه اول شهر شیراز را مدنظر قرار داده است.

اهداف جزئی این پژوهش عبارتند از: بررسی و سنجش تأثیر اعتماد اجتماعی، گستره شبکه ارتباطی فرد در اجتماع، استفاده از رسانه‌های جمعی و همچنین متغیرهای زمینه‌ای بر هویت اجتماعی.

## ۱. بررسی مفاهیم

### ۱-۱. «هویت»

«هویت» خصوصیات گروهی از انسان‌هاست که آنها را از انسان‌های دیگر متمایز می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۸، ص ۵) و امروزه معضل اصلی جوانان به‌شمار می‌آید.

«هویت» در جریان شناخت تشابهات و تمایزات شکل می‌گیرد. این به معنای شناخت همزمان خود و دیگری است. نوجوانان و جوانان خود را با تمایز خود از دیگران تعریف می‌کنند. فرایند «من‌سازی» با روند سازگاری مستمر فرد با محیط عینی - ذهنی، فرهنگی و اجتماعی و از سوی دیگر با توانایی و امکان بازگشت به خود همراه است. از این‌رو جوان در فرایند جامعه‌پذیری صلاحیت و آمادگی‌گزینش و رد و تصاحب عناصر محیط اجتماعی را کسب می‌کند و برای وقایعی که در اطراف او در جریان هستند، از حساسیت خارق‌العاده‌ای برخوردار است.

### ۱-۲. «جوانی»

«جوانی» دوره‌ای است که در آن فرد علاقه به کنار گذاشتن تصورات و اعتقادهای پیچیده و چندپهلوی دارد و به جای امور پیچیده، پدیده‌هایی معین و روشن را قرار می‌دهد؛ پدیده‌هایی که جلوه قطعی و مطمئن دارند (شفرز، ۱۳۹۱، ص ۱۱۷). معمولاً فرد در دوران نوجوانی و جوانی، ارزش‌ها، باورها، داورها و هنجارهای مقبول خانواده و جامعه را زیرسؤال می‌برد و در جست‌وجوی راه‌حل و پاسخ‌های مناسب به کندوکاو می‌پردازد. پاسخ‌های داده‌شده تعیین‌کننده امکان حل تعارضات روانی و اجتماعی در مراحل بعدی زندگی انسان است.

تمایز گذاشتن بین هویت فردی و اجتماعی کاری دشوار است. جنکینز معتقد است:

هویت اجتماعی به شیوه‌هایی که به واسطه آن افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند، اشاره دارد. شباهت‌ها و تفاوت‌ها با هم اصول پویای هویت و کنه زندگی اجتماعی هستند. هویت اجتماعی یک بازی است که در آن رودررو بازی می‌شود. هویت‌های 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؟ (جنکینز، ۱۳۸۸، ص ۸).

تاجفل نیز استدلال می‌کند که وقتی افراد به صورت خودخواسته یا به صورت دیگر در گروه‌ها قرار می‌گیرند، هویت آنها از سطح شخصی به سطح گروهی تغییر می‌کند. فرد تمایل دارد به جای ویژگی‌های شخصی که او را نسبت به افراد دیگر متمایز می‌کند، خود را ذیل مقوله‌های اجتماعی مرتبط با گروه تعریف کند (تد و لن، ۲۰۱۶، ص ۲).

هویت فرد به نوعی از ارزش‌هایی شکل می‌گیرد که توسط اجتماعات و نهادهایی (نظیر خانواده، مدرسه، و کلیسا) که شخص به آن تعلق دارد به او تلقین می‌شود (میلر، ۱۳۸۳، ص ۵۰-۵۱). به عبارت دیگر، باید گفت: «هویت» تعریفی است که فرد از خود و وجود خود می‌کند و به پرسش‌هایی همچون «چیستم» و «چه می‌خواهم» پاسخ می‌دهد و از طریق هویت به ابعاد شخصیت خود، نوعی هماهنگی و انسجام نسبی می‌بخشد و از نظر روانی و رفتاری در زمان و مکان موضع‌یابی می‌کند (حاجیبانی، ۱۳۷۹، ص ۱۹۶).

هویت اجتماعی از عضویت‌های مشترک در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود. با ورود فرد در گروه‌های اجتماعی، نوعی جهش در وابستگی عاطفی وی ایجاد می‌گردد و این نهادها و اجتماعات به تعمیم وابستگی عاطفی فرد می‌پردازند و فرد ضمن پرورش توانایی‌های شناختی و عاطفی، به تدریج گرایش‌های عاطفی مثبتی نسبت به غیر خود پیدا می‌کند و خود را جزئی از «ما»ی کلی‌تر تعریف می‌کند.

این روند در دنیای امروزی با وجود نمادهای اجتماعی نوین با پیشرفت‌های چشمگیر در عرصه ارتباطات و اطلاعات شدت بیشتری می‌یابد، به گونه‌ای که همبستگی اجتماعی بسط می‌یابد و برادری قبیله‌ای جای خود را به برادری با همه می‌سپارد. از این رو شخص همه انسان‌ها را از خود می‌داند و در قبال همه احساس تعهد می‌کند. بنابراین هر قدر «ما»ی عام یا اجتماع عام که مبتنی بر وفاق اجتماعی است، ضعیف‌تر گردد «ما»های کوچک‌تری مثل خانواده یا گروه قومی قوی می‌شوند و این موجب سست شدن هویت اجتماعی عام می‌گردد. اما هر قدر کنشگران اجتماعی در نظم اجتماعی براساس وفاق اجتماعی عام رفتار کنند و به اجتماع و هویت اجتماعی تعمیم‌یافته و تعهد درونی تعمیم‌یافته وابستگی عاطفی پیدا کنند، اجتماع عام و «ما»ی تعمیم‌یافته را تقویت می‌کنند. چنین کنشگری نسبت به همه اعضای «ما» طبق قواعد اخلاقی درونی شده احساس تکلیف می‌کند و با همه افراد انسانی به مثابه یک هم‌نوع رابطه برقرار می‌نماید (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

اما نکته مهم این است که هویت و ابعاد گوناگون آن در جامعه در حال تغییر امروز به یک مسئله تبدیل شده است. جوامع انسانی در همه موقعیت‌ها، فرایندهای تغییر را تجربه کرده‌اند و کمتر جامعه یا گروهی است که در

حالت رکود و ایستایی باشد. همچنین امکان برقراری ارتباطات از راه دور و از خلال رسانه‌های چندگانه ارزش‌ها و معناها را دگرگون کرده است (نواح و حیدری، ۱۳۹۵).

بنابراین، با توجه به تحولات سریع و گسترده در نظام جهانی، طرح سؤالات و مباحثی در باب هویت و آینده هویتی جوامع و معضلات پیش روی آنها، از جمله نیازهای ضروری و اساسی به نظر می‌رسد. شخصیت انسان امروزی معجونی است از کثرت ارزش‌ها و هنجارهایی ناهمخوان که او را در کشاکش مسیرهای زندگی به حیرانی کشانده است (نواح و همکاران، ۱۳۹۸).

بدین‌روی چون هویت اجتماعی زمینه‌ساز رفتارهای فردی و اجتماعی است، مطالعه عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، به‌ویژه درباره جوانان، برای برنامه‌ریزی و رفع مشکلات از اهمیت خاصی برخوردار است. مباحث مزبور از این نظر برای این پژوهش اهمیت دارند که میانسالان و کهنسالان بیشتر تحت تأثیر رمزهای آغازین و سنتی هویت جمعی هستند، ولی جوانان بیشتر از رمزهای عمومی هویت جمعی تأثیر می‌پذیرند.

## ۲. پیشینه بحث

عبدالرضا نواح و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با موضوع «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان» به این نتیجه دست یافتند که میان متغیرهای مستقل، میزان حضور در فضای مجازی، انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با متغیرهای وابسته هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی جوانان، ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین میان متغیر میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی با متغیر وابسته هویت دینی ارتباطی معکوس و منفی برقرار است.

محمودرضا رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن» دریافتند که برخی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیری منفی و معنادار بر هویت دینی و ملی دارند؛ اما مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبتی بر میزان هویت امروزی افراد داشته است.

مژده کیانی و سیامک نجفی (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی» بر روی ۳۶۰ تن از دانشجویان زن دانشگاه تبریز انجام دادند. نتایج نشان داد اعتماد اجتماعی با هویت نوگرایی (مدرنیسم) و پسانوگرایی (پست‌مدرنیسم) زنان تحصیل کرده رابطه دارد. همچنین پایگاه اقتصادی - اجتماعی با هویت‌های نوگرایی و پسانوگرایی دارای رابطه‌ای معنادار است. همچنین با استفاده از الگوی «گرسیون خطی چندگانه»، متغیرهای سن، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی، اعتماد فردی و اعتماد نهادی می‌توان ۳۶ درصد از واریانس هویت اجتماعی را تبیین نمود.

دنيس چاو و کارمن لی (۲۰۱۷) در پژوهشی که با عنوان «برساخت استدلالی از هویت در شبکه‌های اجتماعی» انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که در این مقاله، «گروه» صرفاً یک گروه دانشگاهی نیست، بلکه یک «فضای

اجتماعی و آموزشی» هم هست. همچنین نتایج نشان دادند که چگونه هویت‌های گوناگون می‌تواند با منابع و شیوه‌های استدلالی ترکیبی ایجاد شود که هویت‌های کسب‌شده با توجه به موقعیت و زمان‌های گوناگون، متفاوت باشد. همچنین *ینی برگلوند* (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای که با عنوان «هویت اسلامی و نقش آن در زندگی جوانان مسلمان سوئدی» انجام داده، در پی پاسخ به این پرسش بوده است که آیا اسلام تأثیر مثبت یا منفی بر نگرش جوانان مسلمان سوئدی دارد؟ داده‌های پژوهش که با استفاده از ۴۰۰۰ پرسشنامه‌ای به‌دست آمد، در میان جوانان مسلمان سوئدی تقسیم شد. علاوه بر آن با تعداد قابل ملاحظه‌ای از جوانان مسلمان مصاحبه نیز انجام گرفت. بیشتر پاسخ‌گویان اسلام را مسئله شخصی خود تلقی می‌کردند. قریب یک‌سوم پاسخ‌گویان خود را کسانی معرفی نمودند که در جست‌وجو هستند. در مقابل، بقیه خود را غیرمذهبی معرفی کردند. بیشتر پاسخ‌گویان به رهبران مذهبی اعتماد نداشتند و فقط تعداد اندکی برای انجام مناسک دینی به مسجد می‌رفتند. البته اکثریت جوانان دید مثبتی به اسلام داشتند.

*نانسی دویج و النی تتودورو* (۲۰۱۰) پژوهشی با عنوان «شکل‌گیری هویت جوانان در فرهنگ مصرفی» در ویرجینیا انجام دادند. محور مطالعه آنها مصرف، یک بار به‌مثابه ایدئولوژی اجتماعی و بار دیگر به‌مثابه عمل شخصی بود. عمل مصرف کردن برای نوجوانان در این مقاله یک قسمت سازنده از عملکرد هویت آنها را تشکیل می‌دهد. مصرف برای خانم‌ها کارکرد جنسیتی دارد و به منظور نگهداری ظاهری جذاب و شیک انجام می‌گیرد که به آنها کمک می‌کند تا هویتی متناسب با تصور جامعه از زن پیدا کنند. این در حالی است که مصرف برای مردها بیشتر در مسیر اجرای مسئولیت مردانه در مقابل اعضای خانواده (مانند مادر، همسر و بچه) تلقی می‌شود. از نقاط قوت و ضعف مطالعات داخلی و خارجی آن است که به بررسی ارتباط متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی پرداخته‌اند، اما به متغیر گستره ارتباطات اجتماعی فرد و تأثیر آن بر هویت - که می‌تواند عامل مهمی برای این تأثیرات و تغییرات هویتی باشد - توجهی نکرده‌اند و این عامل اثرگذار از دید پژوهشگران و محققان مغفول مانده است. این پژوهش سعی در پر کردن این خلأ تحقیقاتی داشته و به‌طور دقیق به بررسی این متغیر، در کنار سایر متغیرها و تأثیرات آن بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان متوسطه اول شهر شیراز پرداخته است.

### ۳. چارچوب نظری تحقیق

هویت در روابط متقابل کنشگران شکل می‌گیرد. «اجتماعی‌شدن» یا «جامعه‌پذیری» مفهومی است که به توصیف و تبیین چگونگی رفتارهایی می‌پردازد که فرد را قادر می‌سازد تا با فرهنگ جامعه سازگار شود. به عبارت بهتر، «جامعه‌پذیری» فرایندی است که براساس آن، فرد به اکتساب قوانین، رفتار و نظام باورها و بازخوردهای جامعه یا گروهی مشخص دست می‌یابد تا بتواند درون آن جامعه زندگی کند.

در این میان، جامعه نه‌تنها برای بقای خود، افراد را به شیوه‌های گوناگون آموزش می‌دهد تا افراد نمادها، الگوها، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را در روابط متقابل خود به‌کار گیرند، بلکه در تلاش است تا با دگرگونی‌هایی که در

نظام اجتماعی و ترکیب افراد جامعه رخ می‌دهد، از طریق درونی شدن عناصر اجتماعی به خودسازی و نوسازی برسند. برای اینکه جامعه دارای انسجام و دوام معقول باشد، افراد باید به اجماع و وفاق برسند. بنابراین هویت اجتماعی یک فرد، در تعاملات او با دیگران شکل می‌گیرد (رهبر قاضی و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۳۶).

صاحب‌نظران جامعه‌شناسی سنتی نیز اشاراتی به مقوله «هویت» داشته‌اند. برای مثال، جرج هربرت مید بر «کنش اجتماعی» تأکید داشت و درباره «خود» و نحوه شکل‌گیری آن معتقد بود: جدای از جامعه، هیچ‌گونه خود، خودآگاهی و ارتباطی وجود ندارد (ریتزر، ۱۳۷۹، ص ۴۴۵-۴۴۶).

چارلز هورتون کولی نیز در تعریف خود از «هویت» مفهوم «خود آینه‌سان» را مطرح می‌کند (وارد، ۱۳۸۳، ص ۱۸۵).

در دوران متأخر نیز جامعه‌شناسان بزرگی مانند هربرت بلومر و اروینگ گافمن به بحث درباره «هویت» پرداخته‌اند. بلومر در باب خود، کنش و شکل‌گیری هویت عقیده دارد: این آدمی است که دنیا را با معنا می‌سازد. گافمن هم زندگی را اساساً نمایش‌گونه می‌داند و «خود» را مجموعه‌ای از صورت‌های ظاهری می‌داند که پیش روی مخاطب‌های گوناگون افراشته شده است (همان).

مانوئل کاستلز متفکر اجتماعی دیگری است که معتقد است: «هویت» امری مرتبط به متن و زمینه‌های اجتماعی است. کاستلز «هویت» را فرایند معناسازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ای به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود، تعریف می‌کند. به عقیده او هر کشگر جمعی ممکن است چندین هویت داشته باشد، لیکن برای بیشتر کنشگران اجتماعی معنا حول یک هویت اساسی سازمان می‌یابد (یعنی هویتی که دیگر هویت‌ها را در قالب‌ها و چارچوب‌هایی قرار می‌دهد). این هویت اساسی در طول زمان و مکان قائم به ذات است. حتی هویت فردی هم خصلتی اجتماعی دارد (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۱۷).

ریچارد جنکنز در اثر خود با «هویت اجتماعی» به تشریح هویت اجتماعی، رابطه آن با گروه و با شعور عامه، نظریه‌های هویت اجتماعی و مقبوله‌بندی‌های اجتماعی و تجدد (مدرنیته)، عقلانیت و هویت پرداخته است. به اعتقاد جنکنز «هویت» بر شیوه‌هایی دلالت می‌کند که با آنها افراد و جماعت‌ها در روابطشان با سایر افراد و جماعت‌ها مشخص می‌شوند.

همچنین «هویت‌یابی» ایجاد و معناداری نظام‌مند روابط تشابه و تفاوت بین افراد، بین جماعت‌ها و بین افراد و جماعت‌ها است. تشابه و تفاوت، همراه با هم، همان‌گونه که آنها فقط می‌توانند باشند، اصول پویای هویت‌یابی هستند و در مرکز جهان انسانی قرار دارند. از این رو اهمیت عملی انسان‌ها برای یکدیگر، هم به‌وسیله تشابهات و هم تفاوت‌ها در میان آنها تعیین می‌شود. تشابه به‌عنوان واقعیت یا گرایش، به اندازه تفاوت مهم است.

از سوی دیگر، جنکنز معتقد است: هویت فردی بر تفاوت‌ها و هویت جمعی بر شباهت‌ها تأکید دارد و این دو از هم جدا نیستند (جنکنز، ۱۳۸۸، ص ۲۶). به نظر وی، هویت اجتماعی بسیار مهم است و بدون داشتن هویت

اجتماعی هیچ اجتماعی معنا ندارد. علاوه بر آن برای ترسیم هویت، چارچوب‌هایی لازم است تا بتوانیم با دیگران ارتباط معناداری برقرار کنیم. «هویت اجتماعی» در فردیت تجسم می‌یابد. به عبارت دیگر، هویت یک طبقه‌بندی چندبعدی یا نقشه‌برداری از جهان انسانی و جایگاه افراد و اعضای اجتماعات در آن است. از نظر جنکینز اگرچه افراد متفاوت هستند، ولی هویت فردی در اجتماع ساخته می‌شود؛ یعنی افراد، خودشان و دیگران را در جریان فرایند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران، تعریف و بازتعریف می‌کنند (جنکینز، ۱۳۸۸، ص ۵).

همچنین گینزر با تأکید بر هویت شخصی و اجتماعی در تحلیل هویت، بر شکاف میان فرد و جامعه، کنش و ساختار پرداخته و فرایندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی در دوران نوجوانی را با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین می‌کند.

گینزر اشاره دارد که «خود» به‌منزله تصویری بازتابی از خویشتن است که فرد مسئولیت آن را برعهده دارد. حقیقت وجود ما همانی نیست که هستیم، بلکه چیزی است که از خویشتن می‌سازیم. این درست نیست که بگوییم «خود» کاملاً خالی از محتواست، بلکه آنچه فرد را می‌سازد وابسته به اعمال و رفتارهای سازنده‌ای است که فرد در پیش می‌گیرد و اینها - درواقع - چیزهایی بیش از آن است که خود را بهتر بشناسیم.

خودفهمی منوط به نیت باطنی و اساسی‌تری است که در ساخت و بازساخت مفهومی منسجم و نتیجه‌بخش برای هویت شخصی نقش دارد. گینزر «هویت شخصی» را پدیده‌ای منتظم و مستلزم روایت معینی می‌داند. روایت «خود» باید صریح و بی «اما» و «اگر» باشد. برای ایجاد و استوار داشتن مفهوم جامعی از «خود»، ترتیب دادن یادداشتهای منظم روزانه و تدوین زندگینامه شخصی، از توصیه‌های عمده است. شرح‌حال - به‌ویژه به معنای نوعی روایت تاریخی همراه با تفسیر از سوی شخص مدنظر - اعم از آنکه کتبی باشد یا غیر آن، در زندگی اجتماعی امروزی، هسته اصلی هویت شخصی را تشکیل می‌دهد (گینزر، ۱۳۷۸، ص ۱۱۲-۱۱۳).

از نظر گینزر هویت هر شخص را نباید در رفتار او و در واکنش‌های دیگران جست‌وجو کرد، بلکه باید آن را در توانایی و ظرفیت وی برای حفظ و ادامه روایت مشخصی از زندگینامه‌اش یافت. زندگینامه شخصی که به حفظ روابط متقابل و منظم با دیگران علاقه‌مند است، بکلی خیالی و ساختگی نیست. زندگی واقعی باید به‌طور مداوم رویدادهای دنیای خارج را در خود ادغام کند و آنها را با تاریخچه جاری خود شخص سازگار سازد (همان، ص ۸۴).

از نقطه نظر گینزر، نیروها، گرایش‌ها و فرهنگ‌های جدید احیا شده را نمی‌توان در قالب‌های سنتی همچنان با روابط سنتی حفظ کرد، بلکه حفظ و تطبیق آنها نیازمند نگرش جدید و بازسازی است و بنابراین، گینزر هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند. بنابراین محتوای هویت شخصی مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است.

گینزر معتقد است: سطح و ابعاد فاصله‌گیری‌های زمانی و فضایی در دوران تجدد کنونی به چنان حدی از گسترش رسیده است که برای نخستین بار در تاریخ بشریت، خود و جامعه در محیطی جهانی با یکدیگر به تعامل

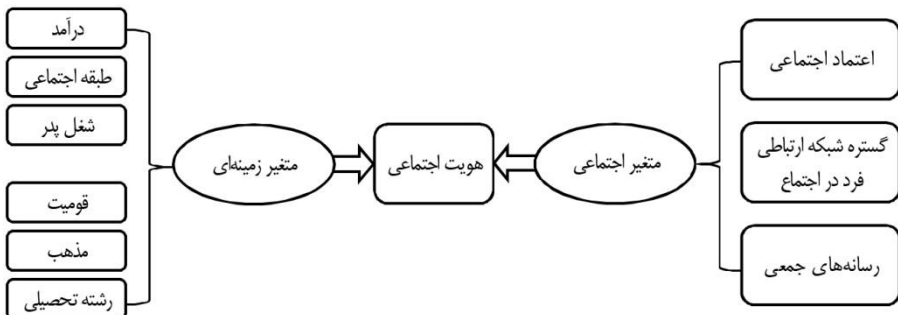
می‌پردازند. در اوضاع و شرایط تجدد کنونی، عوامل متعددی به‌طور مستقیم بر روابط بین هویت‌ها و نهادهای اجتماعی تأثیر می‌گذارند (گیدنز، ۱۳۸۴، ص ۲۶-۲۷).

از دید گیلنر «هویت اجتماعی» به معنای ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک شخص نسبت داده شده و این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که هر شخص معینی اساساً چه کسی است. در عین حال، این ویژگی‌ها فرد مذکور را به افراد دیگری مرتبط می‌کند که همین خصوصیات و کیفیات را دارند (گیدنز، ۱۳۸۶، ص ۱۲۶). او معتقد است: هرچه وضع و حال جامعه و محیطی که فرد در آن به سر می‌برد بیشتر به دنیای مابعد سنتی تعلق داشته باشد، شیوه زندگی او نیز بیشتر با هسته واقعی هویت شخصی‌اش و ساخت و همچنین با تجدد ساخت آن سروکار خواهد داشت (همان، ص ۱۲۰).

بنابراین، گیلنر منابع اصلی هویت هر فرد را جنسیت، تمایلات جنسی، ملیت یا قومیت و طبقه اجتماعی می‌داند و معتقد است: فرد مسئولیت خود را به عهده دارد و این افراد هستند که خود را می‌سازند. گیلنر «سیاست‌رهایی‌بخش» در دوره جدید را عامل آزادسازی افراد و گروه‌ها از محدودیت‌های دوره سنتی می‌داند و در دوره جهانی شدن، افراد را مسلط بر زندگی خود تصور می‌کند. به نظر او، چون در دنیای امروزی امکان‌پذیر شدن وجود دارد، زندگی روزمره نیز متحول شده و هویت فرد همواره بازتولید می‌شود (میرفردی و ولی‌نژاد، ۱۳۹۷).

از نظر گیلنر در گذشته «مکان» نقش مهمی در ایجاد هویت اجتماعی افراد داشت و افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و بخش اعظم هویت افراد در ارتباط رودررو با اطراف و در یک محیط ثابت و نیز سنت‌های بومی و محلی شکل می‌یافت. از دیدگاه وی، با ورود به تجددگرایی و بسط فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت کمرنگ شده است و رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی فرد را از مکان خود جدا می‌کنند و به جهان پیوند می‌زنند. در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی بی‌شماری روبه‌رو شده، هویت‌یابی به شکل جهانی نمود پیدا می‌کند (اله‌دادی و همکاران، ۱۳۹۴).

#### ۴. الگوی تحقیق





## ۵. روش تحقیق

نوع پژوهش در این تحقیق «کمی» و روش آن «پیمایشی» است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است. جامعه آماری در این پژوهش دانش‌آموزان پسر پایه سوم مقطع متوسطه اول شهر شیراز هستند که در سال تحصیلی ۱۳۹۹، تعداد آنها ۳۶/۵۴۲ تن از تعداد کل ۶۶/۴۷۰ تن دانش‌آموز دختر و پسر بوده که در چهار ناحیه آموزش و پرورش این شهر مشغول به تحصیل هستند.

با توجه به شرایط حاضر و همه‌گیری «ویروس کووید ۱۹»، پرسشنامه به صورت برخط توزیع شد. به علت الکترونیکی بودن پرسشنامه، برای اجرای آن و شیوه‌های نمونه‌گیری محدودیت‌هایی وجود داشت که در نهایت پاسخ‌گویان از طریق روش «نمونه‌گیری داوطلبانه» انتخاب شدند. حجم نمونه با استفاده از «فرمول کوکران» ۲۶۸ تن تعیین شد. تصمیم بر این شد که برای اطمینان بیشتر و رفع مشکلات احتمالی (مانند پرسشنامه‌های بی‌پاسخ) حجم نمونه ۴۰۰ تن در نظر گرفته شود که در نهایت، پس از مشاهده پیوند (لینک) توسط ۱/۲۴۷ تن، تنها ۲۸۶ پرسشنامه کامل برای تجزیه و تحلیل باقی ماند.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[ \frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right]} \rightarrow n = \frac{\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.0036}}{1 + \frac{1}{6647} \left( \frac{1.96^2 * 0.6 * 0.6}{0.0036} - 1 \right)} \approx 268$$

n: حجم نمونه

t: اندازه متغیر در توزیع فراوانی

p: وجود صفت در افراد جامعه

q: عدم وجود صفت در افراد جامعه

N: تعداد کل افراد جامعه تحت بررسی

D: سطح احتمال مد نظر - درجه اطمینان

همچنین برای تعیین روایی تحقیق از روایی صوری، مشاوره متخصصان و استادان و روایی محتوایی استفاده گردیده و برای اطمینان بیشتر، از پژوهش‌های نظری و تجربی پیشین نیز بهره گرفته شده است. در نهایت با استفاده از ابزارهای اندازه‌گیری پژوهش، داده‌ها گردآوری شدند و پس از تشکیل ماتریس داده‌ها در نرم‌افزار Spss24 با بهره‌گیری از آماره‌های توصیفی و استنباطی، داده‌ها توصیف و تحلیل گردیدند.

ردیف	نام طیف	تعداد گویه	مقدار آلفای کرونباخ
۱	هویت اجتماعی	۲۰	٪۸۴
۲	گستره شبکه اجتماعی	۵	٪۶۹
۳	اعتماد اجتماعی	۵	٪۸۲
۴	رسانه‌های جمعی	۶	٪۷۷

جدول ۱: مقادیر آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

## ۶. فرضیات پژوهش

به نظر می‌رسد:

- بین متغیرهای جمعیت‌شناختی (قومیت، مذهب، درآمد، طبقه اجتماعی، رشته تحصیلی، شغل پدر) با هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر رابطه وجود دارد.
- بین گستره شبکه ارتباطی فرد در جامعه و هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر رابطه وجود دارد.
- بین رسانه‌های جمعی و هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر رابطه وجود دارد.

## ۷. تجزیه و تحلیل داده‌ها

### ۷-۱. تجزیه و تحلیل توصیفی

داده‌های جمعیت‌شناختی بیانگر این بودند که از بین قومیت‌های فارس، لر، ترک، کرد، و عرب، بیشترین درصد فراوانی در بین پاسخ‌گویان مربوط به قومیت فارس با (۷۹/۸ درصد) و کمترین آن مربوط به قومیت کرد با (۰/۷ درصد) است. همچنین یافته‌ها نشان دادند بیشتر پاسخ‌گویان (۸۹/۹ درصد) شیعه‌مذهب هستند. علاوه بر آن، بیشترین فراوانی (۳۲ درصد) دارای درآمد بین ۴-۵ میلیون تومان بودند. همچنین پاسخ‌گویان اغلب خود را جزو طبقه متوسط می‌دانند. بیشتر پاسخ‌گویان (۳۸ درصد) نیز اظهار داشتند که شغل پدرشان آزاد است. همچنین نتایج نشان داد از بین پاسخ‌گویان (۴۹/۸ درصد) در رشته ریاضی مشغول به تحصیل هستند.

### ۷-۲. تجزیه و تحلیل استنباطی

در این بخش، فرضیات پژوهش بررسی می‌گردد و با توجه به نوع متغیرها از آزمون‌های آماری گوناگونی از قبیل ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون ساده، تحلیل واریانس برای سنجش آنها و ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	قومیت
/۶۸۴	/۶۲۱	/۴۹۹	۶/۶۳	فارس
		/۴۴۶	۳/۸۱	لُر
		/۴۳۸	۳/۶۵	تُرک
		/۵۷۱	۳/۵۰	کرد
		/۳۵۱	۳/۳۹	عرب
		/۳۵۹	۳/۵۹	سایر
		/۴۸۱	۳/۶۳	کل

جدول ۲: آزمون تفاوت میانگین نمره هویت اجتماعی و قومیت

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، میانگین‌های به‌دست‌آمده نشان‌دهنده آن است که بین قومیت‌های گوناگون تفاوت چندانی مشاهده نمی‌شود، بجز قومیت فارس که تقریباً میانگین هویت اجتماعی در بین آنها دو برابر بقیه است. اما براساس مقدار F که برابر با /۶۲۱ است و سطح معناداری آن /۶۸۴ است، تفاوت میانگین‌ها - دست‌کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر رد می‌شود.

سطح معنی‌داری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	مذهب
/۱۶۹	/۱۶۹	/۴۶۷	۳/۶۴	شیعه
		/۵۸۳	۳/۳۷	سنی
		/۶۹۱	۳/۶۵	سایر
		/۴۸۶	۳/۶۸	کل

جدول ۳: آزمون تفاوت میانگین مذهب فرد و هویت اجتماعی

داده‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد میانگین نمره هویت اجتماعی جوانان براساس مذهب - به ترتیب - شیعه، سنی و سایر عبارتند از: /۳/۶۴، /۳/۳۷، /۳/۶۵. براساس مقدار F به‌دست‌آمده و سطح معناداری /۱۶۹، تفاوت میانگین‌ها - دست‌کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر نیز رد می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	طبقه اجتماعی
/۱۰۶۳	۲/۲۵	/۴۷۹	۳/۷۰	بالا
		/۴۸۲	۳/۷۱	متوسط بالا
		/۴۱۸	۳/۶۷	متوسط
		/۵۶۱	۳/۵۰	متوسط پایین
		/۶۱۳	۳/۴۴	پایین
		/۴۸۶	۳/۶۳	کل

جدول ۴: آزمون تفاوت میانگین طبقه اجتماعی و هویت اجتماعی

جدول فوق بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب طبقه اجتماعی است که فرد خود را متعلق بدان می‌داند. براساس مقدار F به‌دست‌آمده /۲/۲۵ و سطح معناداری /۱۰۶۳، تفاوت میانگین‌ها - دست‌کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر نیز رد می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	درآمد خانواده
/۰۲۹	۲/۷۴	/۵۲۵	۳/۵۹	زیر ۲ میلیون
		/۴۵۰	۳/۶۵	بین ۲ تا ۴ میلیون
		/۴۶۳	۳/۷۵	بین ۴ تا ۵ میلیون
		/۴۹۰	۳/۶۲	بین ۵ تا ۷ میلیون
		/۴۸۲	۳/۶۳	بیش از ۸ میلیون
		/۴۸۶	۳/۶۳	کل

جدول ۵: آزمون تفاوت میانگین درآمد خانواده و هویت اجتماعی

جدول فوق بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب درآمد خانواده افراد است. براساس مقدار F به دست آمده ۲/۷۴ و سطح معناداری /۰۲۹، تفاوت میانگین‌ها در سطح ۹۵٪ معنادار است و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر (یعنی میزان درآمد خانواده و هویت اجتماعی) پذیرفته می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	فراوانی	رشته تحصیلی
/۰۰۰	۹/۲۴	/۵۱۱	۳/۶۰	۱۳۰	ریاضی
		/۴۵۳	۳/۵۹	۱۱۳	تجربی
		/۲۹۷	۴/۰۲	۲۵	انسانی
		/۴۸۶	۳/۶۳	۲۶۸	کل

جدول ۶: آزمون تفاوت میانگین رشته تحصیلی فرد و هویت اجتماعی

جدول ۶ بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب رشته تحصیلی افراد است. براساس داده‌های به دست آمده، میانگین نمره هویت اجتماعی جوانان براساس رشته تحصیلی (به ترتیب رشته‌های ریاضی، تجربی و انسانی) عبارتند از: ۳/۶۰، ۳/۵۹، ۴/۰۲. براساس مقدار F به دست آمده ۹/۲۴ و سطح معناداری /۰۰۰، تفاوت میانگین‌ها در سطح ۹۵٪ معنادار است و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر (یعنی بین رشته تحصیلی و هویت اجتماعی) پذیرفته می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	شغل پدر
/۶۷۸	/۶۶۵	/۵۰۰	۳/۵۸	کارمند
		/۴۷۱	۳/۶۶	آزاد
		/۳۵۴	۳/۶۸	کارگر
		/۳۶۲	۳/۸۰	نظامی
		/۶۷۳	۳/۵۶	بازنشسته
		/۵۲۴	۳/۵۰	سایر
		/۳۸۸	۳/۶۳	کل

جدول ۷: آزمون تفاوت میانگین شغل پدر و هویت اجتماعی

جدول ۷ بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب شغل پدر فرد است. مطابق داده‌های به دست آمده، میانگین نمره هویت اجتماعی براساس شغل پدر (به ترتیب کارمند، آزاد، کارگر، نظامی، بازنشسته و

سایر) عبارتند از: ۳/۵۸، ۳/۶۶، ۳/۶۸، ۳/۸۰، ۳/۵۶ و ۳/۵۰. براساس مقدار F به دست آمده ۰/۶۶۵ و سطح معناداری ۰/۶۷۸ تفاوت میانگین‌ها - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر نیز رد می‌شود.

نام متغیر	سطح معناداری	ضریب همبستگی	مقدار T	F
اعتماد اجتماعی	/۰۰۰	/۲۷۸	۲۴/۳۱۹	۲۲/۲۶
گستره ارتباط اجتماعی	/۰۰۰	/۲۴۷	۲۰/۸۵۴	۱۷/۲۶
رسانه‌های جمعی	/۰۱۵	-/۱۴۹	۳۵/۷۹	۶/۰۴

جدول ۸: آزمون همبستگی بین متغیرهای اجتماعی و میزان هویت اجتماعی

همان‌گونه که جدول ۸ نشان می‌دهد میزان همبستگی میان دو متغیر «اعتماد اجتماعی» و «هویت اجتماعی» ۰/۲۷۸ و جهت آن نیز مثبت است. با توجه به مقدار T که برابر با ۲۴/۳۱۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است، رابطه بین این دو متغیر - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار است و فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر پذیرفته می‌شود. همان‌گونه که مشخص می‌شود، میزان همبستگی میان متغیرهای گستره ارتباطات اجتماعی و هویت اجتماعی ۰/۲۴۷ و جهت آن نیز مثبت است. با توجه به مقدار T که برابر با ۲۰/۸۵۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است، رابطه بین این دو متغیر - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار است و فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر پذیرفته می‌شود. همان‌گونه که از جدول فوق استنباط می‌شود، ضریب همبستگی بین دو متغیر رسانه‌های جمعی و هویت اجتماعی -۰/۱۴۹- و جهت آن منفی است که نشان‌دهنده آن است که این دو متغیر بر یکدیگر اثر گذارند؛ اما اثر آنها در جهت عکس است. به عبارت دیگر با زیاد شدن یکی، دیگری کم می‌شود. با توجه به مقدار T که برابر با ۳۵/۷۹ و سطح معناداری ۰/۰۱۵ است، رابطه بین این دو متغیر - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار است و فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر پذیرفته می‌شود.

### ۳-۷. رگرسیون

در این پژوهش از رگرسیون چندمتغیره و روش «گام به گام» برای تعیین متغیرهایی که بهتر می‌توانند تبیین‌کننده متغیر وابسته باشند، بهره گرفته شده است.

شاخص‌ها	R	R <sup>2</sup>	F	سطح معناداری sig
ضرایب	۰/۶۷۴	۰/۴۱۳	۱۷/۱۳۲	۰/۰۰۰

جدول ۹: ضرایب رگرسیونی

متغیرهای مستقل	B	Beta	مقدار T	سطح معناداری sig
گستره شبکه ارتباطی	۰/۷	۰/۲۹۹	۴/۹۵	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۱۷۶	۰/۲۶۵	۴/۷۱۱	۰/۰۰۰
رسانه‌های جمعی	-۰/۹۰	-۰/۱۵۳	-۲/۱۷	۰/۰۰۷
درآمد	۰/۱۸۲	۰/۱۰۱	۲/۱۸۲	۰/۰۳۲

جدول ۱۰: متغیرهای مستقل واردشده به معادله برای پیش‌بینی هویت اجتماعی

نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که میزان F الگوی فوق ۱۷/۱۳۲ و میزان معناداری آن برابر ۰/۰۰۰ بوده و نشان‌دهنده معناداری کل الگوست. برحسب اطلاعات به‌دست‌آمده، متغیرها تقریباً ۴۱ درصد از واریانس متغیر اصلی را تبیین می‌کنند. با مقایسه ضرایب رگرسیونی (Beta) مشخص می‌شود که بیشترین تأثیر بر هویت اجتماعی متعلق به متغیر «گستره شبکه اجتماعی» است. گستره شبکه اجتماعی (Beta=۰.۲۹۹) واریانس میزان هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر شهر شیراز را تبیین کرده است؛ بدین معنا که با واپایش سایر متغیرهای پژوهش، بازای هر واحد انحراف معیار در گستره شبکه اجتماعی ۰/۲۹۹ درصد واحد انحراف معیار در هویت اجتماعی افراد تغییر به‌وجود می‌آید.

همچنین متغیر «اعتماد اجتماعی» ۰/۲۵۶ و «رسانه‌های جمعی» ۰/۱۵۳- در مرتبه دوم و سوم تأثیرگذاری بر متغیر وابسته پژوهش بوده‌اند. علاوه بر آن، کمترین میزان تأثیرگذاری بر متغیر «هویت اجتماعی» با ضریب رگرسیونی ۰/۱۰۱ به متغیر «درآمد خانوار» اختصاص یافته است. هرچند بین متغیر «رشته تحصیلی» و «هویت اجتماعی» رابطه معنادار قوی وجود داشت، لیکن از آن نظر که فقط متغیرهای نسبی و فاصله‌ای در رگرسیون وارد می‌شود، از اعمال متغیر رشته تحصیلی امتناع شده است.

### نتیجه‌گیری

فرضیه اول پژوهش ارتباط بین متغیرهای «جمعیت‌شناختی» و «هویت اجتماعی» را نشان می‌دهد. برخلاف انتظار، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد بین «قومیت» و «هویت اجتماعی» ارتباط مستقیمی وجود ندارد. البته شاید یکی از علل این نبود رابطه در جامعه آماری این باشد که اکثریت نمونه آماری از یک قومیت (نزدیک به ۸۰٪ فارس) و باقی‌مانده از پنج قومیت دیگر تشکیل شده‌اند.

همچنین ارتباط بین «مذهب» و «هویت اجتماعی» نیز بررسی شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد این بار نیز برخلاف انتظار، بین «مذهب» و «هویت اجتماعی» رابطه معناداری وجود ندارد. علت آن است که ۹۰٪ پاسخ‌گویان به مذهب شیعه تعلق دارند که این یکپارچگی نسبی مذهبی سبب شده است تا عامل «مذهب» تأثیر قابل‌انتظاری بر هویت جامعه آماری نداشته باشد. علت دیگر می‌تواند بی‌توجهی جوانان در این سن نسبت به تفاوت‌های مذهبی باشد.

در چارچوب فرضیه بعدی ارتباط «درآمد خانوادگی» و «هویت اجتماعی» سنجیده شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد بین «درآمد خانوادگی» و «هویت اجتماعی» جامعه آماری رابطه وجود دارد که از جمله علل آن نیز می‌تواند این باشد که درآمد خانواده بر نگرش فردی تأثیر دارد. علاوه بر آن، یافته‌ها مبین نبود رابطه بین «طبقه اجتماعی» و «هویت اجتماعی» است. علت اصلی پایین بودن سطح آگاهی طبقات جامعه آماری است که هنوز فعالیت اقتصادی قابل‌توجهی ندارند و در نتیجه به فاصله طبقاتی در جامعه حساس نیستند. بنابراین فرضیه مزبور تأیید نمی‌شود.

رابطه بین «رشته تحصیلی» و «هویت اجتماعی» تأیید شد؛ یعنی بین رشته تحصیلی و هویت اجتماعی فرد رابطه وجود دارد و اینکه دانش‌آموز در کدامیک از رشته‌های ریاضی، تجربی و انسانی درس بخواند، در میزان هویت اجتماعی او تأثیرگذار است. علت آن می‌تواند این باشد که اولاً، در آموزش و پرورش ایران معمولاً انتخاب رشته براساس میزان کارایی آموزشی تعیین می‌شود. علاوه بر آن، کتب درسی متفاوتی در رشته‌های گوناگون تدریس می‌شود که بر نوع نگرش فرد تأثیرگذار است.

همچنین رابطه بین «شغل پدر» و «هویت اجتماعی» تأیید نشد. شاید بتوان نتیجه‌گیری کرد که نبود رابطه مستقیم بین شغل پدر در شکل‌گیری هویت اجتماعی فرد در سن جوانی بیشتر مربوط به نبود ارتباط قوی عاطفی پسران جوان با پدرانشان در این سن باشد.

فرضیه دوم به ارتباط بین «اعتماد اجتماعی» و «هویت اجتماعی» مربوط می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده آن است که این فرضیه نیز تأیید نشده و رابطه‌ای مستقیم بین اعتماد اجتماعی که فرد نسبت به افراد جامعه خود دارد و هویت اجتماعی او برقرار است و هرچه فرد به افراد جامعه خود اعتماد بیشتری داشته باشد میزان هویت اجتماعی شکل‌گرفته در او قوی‌تر است. عکس این قضیه نیز صادق است.

بسیاری از تحقیقات همچون کاظمی (۱۳۹۳) نشان می‌دهد در نتیجه کاهش اعتماد اجتماعی، بحران شخصیت و هویت افزایش می‌یابد و این مؤید نتایج مطالعه حاضر است.

فرضیه سوم به ارتباط «گستره شبکه ارتباطی» و «هویت اجتماعی» مربوط می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده آن است که این فرضیه تأیید شده و رابطه مستقیمی بین «گستره شبکه اجتماعی» فرد در جامعه‌ای که زندگی می‌کند و «هویت اجتماعی» او وجود دارد؛ یعنی هرچه فرد گستره شبکه ارتباطی خود را بیشتر کند مسلماً دارای هویت اجتماعی قوی‌تری است و بعکس.

گیلنر بیان می‌دارد که انسان در کنش متقابل با دیگران هویتش را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی آن را پیوسته تغییر می‌دهد و جرح و تعدیل می‌کند و هیچ‌کس دارای هویت ثابتی نیست و هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است. هستی جامعه به‌مثابه یک کل، در سایه پیوندهای متقابل و تعلقات مشترک تحقق می‌پذیرد؛ همانند یک ساختار یا یک پیکره که وجودش در گرو پیوندهای متقابل میان اجزایش است. بنابراین جامعه به یمن وجود پیوندهای متقابل و تعلقات مشترک افراد، شکل می‌گیرد و دوام می‌یابد. بنابراین هرچه دایره روابط گسترده‌تر باشد، همبستگی و تعلقات مشترک بیشتر خواهد بود که در نهایت منجر به همبستگی و هویت مشترک می‌شود.

پژوهش مستوفی (۱۳۹۲) با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد.

فرضیه چهارم درصدد تعیین رابطه بین «وسایل ارتباط جمعی» و «هویت اجتماعی» است. نتایج به‌دست‌آمده این فرضیه را نیز تأیید کرده و این نشان‌دهنده آن است که میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر هویت اجتماعی

افراد اثر معکوس دارد. امروزه رسانه‌ها یکی از ابزارهای مهم و تأثیرگذار در عقاید، رفتار و فرهنگ محسوب می‌شوند؛ زیرا رسانه‌ها شامل مجموعه گسترده‌ای از پیام‌ها، تصاویر و افکاری هستند که عمدتاً از جامعه سازنده رسانه شروع شده، در مسیری شبکه‌ای به سایر جوامع نیز نفوذ می‌کنند. برنامه‌های مبتنی بر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نوین در کشورهای در حال توسعه موجب پذیرش افکار جدید و روش‌های زندگی وارداتی در بین قشر جوان جامعه میزبان می‌شود و همین موجب می‌گردد جوانان از عمل به بسیاری از عادات و رسوم سنتی جامعه خود که از مؤلفه‌های مهم هویت فرهنگی آنان محسوب می‌شود، سرباز زنند و دائم از فرهنگ بیگانه تقلید کنند و در مقابل، از میراث فرهنگی و تمدنشان دور شوند.

ارتباطات نقش تعیین‌کننده‌ای در فرهنگ و شکل‌دهی هویت‌های ملی و دینی و فرهنگی ایفا می‌کند. در این ارتباط، نوع محتوای برنامه‌های رسانه با عرضه هنجارهای متفاوت و بعضاً متعارض آثار متفاوتی در هویت جوانان دارد. بنابراین هرچه استفاده از شبکه‌های مجازی بیشتر باشد، هویت افراد دچار خلل بیشتری می‌شود.

نتیجه پژوهش حاضر با مطالعه *شامانی* و همکاران (۱۳۹۵) و رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. بسیاری از همکاران (از جمله *آزادارمکی* و *حاجیان*) ارتباط بین چهار عنصر (دینی، قومی، گروهی و ملی) تشکیل‌دهنده هویت اجتماعی ایرانیان را قوی ارزیابی می‌کنند و معتقدند: این عناصر هویت‌دهنده هماهنگ عمل می‌کنند. با توجه به مطالب مطرح‌شده، مجریان این طرح در این باره چندان مطمئن نیستند. پیشنهاد این است که از هم‌اکنون درباره اجزای متعارض این عناصر، تحقیق شود، به‌ویژه با توجه به رخدادهایی که اکنون در دیگر کشورهای منطقه در حال وقوع است.



- اله‌دادی، نورالدین و همکاران، ۱۳۹۴، «تأثیر سبک زندگی بر هویت قومی مطالعه نمونه‌ای در استان لرستان»، *جامعه‌شناسی ایران*، ش ۳، ص ۹۱-۶۵.
- جنکینز، ریچارد، ۱۳۸۸، *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران، پردیس.
- حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۷۹، *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- رهبری قاضی، محمودرضا و همکاران، ۱۳۹۸، «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی باتأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن»، *مجلس و راهبرد*، سال بیست و پنجم، ش ۹۵، ص ۳۴-۴۸.
- ریترز، جورج، ۱۳۷۹، *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی و فرهنگی.
- شامانی، اسماعیل و همکاران، ۱۳۹۵، «رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران»، *فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*، سال هفتم، ش ۲۸، ص ۱۶۳-۱۸۲.
- شفرز، برنهارد، ۱۳۹۱، *مبانی جامعه‌شناسی جوانان*، ترجمه کرامت‌الله راسخ، چ هشتم، تهران، نشر نی.
- کاستلز، مانوئل، ۱۳۸۰، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ج ۱ (ظهور جامعه شبکه‌ای)، ترجمه علی پایا، احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو.
- کاظمی، محمود و همکاران، ۱۳۹۳، «رابطه عمل به باورهای دینی و هویت اخلاقی با بهزیستی روان‌شناختی: نقش واسطه‌ای هویت اخلاقی»، *روان‌شناسی و دین*، ش ۳۹، ص ۷۱-۸۴.
- کیانی، مژده و سیامک نجفی، ۱۳۹۸، «اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی: بازاندیشی در هویت اجتماعی زنان تحصیلکرده (مورد مطالعه: دانشگاه تبریز)»، *زن و جامعه*، سال نهم، ش ۲، ص ۲۷۵-۲۹۴.
- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۸، *تجدد و تخصص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- \_\_\_\_\_، ۱۳۸۴، *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمودرضا جلائی‌پور، تهران، طرح نو.
- \_\_\_\_\_، ۱۳۸۶، *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- مستوفی، اکرم، ۱۳۹۲، «بررسی رابطه هویت اجتماعی با احساس امنیت در زنان شهر تهران»، *مطالعات پلیس زن*، ش ۱۹، ص ۵۵-۷۷.
- میرفردی، اصغر و عبدالله ولی‌نژاد، ۱۳۹۷، «تحلیل جامعه‌شناختی - راهبردی»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره پنجم، ش ۱، ص ۶۷-۹۰.
- میلر، دیوید، ۱۳۸۳، *ملیت*، ترجمه داوود قرایان زندی، تهران، مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- نوح، عبدالرضا و خیری حیدری، ۱۳۹۵، «بررسی هویت قومی و تأثیر آن بر احساس طرد اجتماعی (مورد مطالعه: عرب های شهر اهواز)»، *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، سال پنجم، ش ۱۸، ص ۵۲-۶۹.
- نوح، عبدالرضا و همکاران، ۱۳۹۸، «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر اهواز)»، *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، سال هشتم، ش ۲، ص ۳۹۱-۴۲۱.
- وارد، گلن، ۱۳۸۳، *بیستمدرن*، ترجمه قادر فخر رنجبری و ابودر کرمی، تهران، ماهی.
- Berglund, J., 2013, "Islamic identity and its role in the lives of young Swedish Muslims", *Contemporary Islam*, V. 7, p. 207-227.
- Dennis, Chau, & Lee, Carmen, 2017, "Discursive construction of identities in a social network-educational space: Insights from an undergraduate Facebook group for a linguistics course, Discourse", *Context & Media*, V. 18, p. 31-39.
- Deutsch, Nancy L. and Eleni Theodorou, 2010, "Aspiring, Consuming, Becoming: Youth Identity in a Culture of Consumption", *Youth and Society*, N. 42, p. 229-254.
- Jenkins, R., 2008, *Social identity.london and newyork: thirdediyn*, RoutledgeTaylor 8 Francis group.
- Ted, Hopf & Allan, Bentley, 2016, *Making Identity Count: Building a National Identity Database*, Oxford.
- Zhong, Yang, 2016, "Explaining national identity shift in Taiwan", *Journal of Contemporary China*, N. 25(99), p. 336-352.