

A Model for Factors Affecting Social Identity Using Interpretive Structural Modeling Approach



Mohsen Niazi¹ , *Atiye Rezayi,² , Zahra Sadeqi-Arani³ 

1. Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran

2. PhD Candidate of in Sociology, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran

3. Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran



Citation: Niazi, N., Rezayi, A., & Sadeqi-Arani, Z. (2023). [A Model for Factors Affecting Social Identity Using Interpretive Structural Modeling Approach]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 11 (1), 164-186. <https://doi.org/10.30507/JMSP.2022.343444.2428>

 <https://doi.org/10.30507/JMSP.2022.343444.2428>

 20.1001.1.23452544.1402.11.41.7.3



Funding: See Page 159

Received: 21/05/2022

Accepted: 09/07/2022

Available Online: 21/03/2023

Article Type: Research paper

Key words:

Social identity; women; interpretive structural modeling; Mick Mac.

ABSTRACT

The aim of current study is to identify the effective factors on the social identity of women in Iran and present a structural and interpretive model for the same case. The study is practical. Firstly, previous studies in terms of women's social identity and the related effective factors were investigated. Then, through purposeful sampling from female elites, and administering questionnaire, a self-interactive matrix was extracted through interpretive structural modelling. By analyzing the factors affecting the women's social identity, a prioritization was constructed. Finally, employing Mic Mac analysis, the type of variable considering their significance and dependency were sorted. Based on the findings, some of the key independent variables of women's social identity were: interactional web, socio-economic status, novel IT technology, social capital, and cultural capital. The dependent variables were: body management, traditional roles, athletic contribution, modern roles (independent and updated woman), religious beliefs, reason, globalization, social security, the link between different identities and spare time. Life satisfaction is a dependent variable which is highly related to other variables in the social identity of Iranian women

JEL Classification: A14, C52, D72.

* Corresponding Author:

Atiye Rezayi

Address: University of Kashan, Kashan

Tel: +98(912)7253722

Email: atiyerezayi.1369@gmail.com

مدل عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری

محسن نیازی^۱، * عطیه رضایی^۲، زهرا صادقی‌آرانی^۳

۱. استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
۲. دانشجوی دکتری، رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
۳. استادیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

 20.1001.1.23452544.1402.11.41.7.3

چکیده

تاریخ دریافت: ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۱
تاریخ پذیرش: ۱۸ تیر ۱۴۰۱
تاریخ انتشار: ۱ فروردین ۱۴۰۲

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان در ایران و ارائه مدل ساختاری و تفسیری برای به‌منظور نگاهی جامع و الویت‌مند به مسئله است. پژوهش از نوع کاربردی است. در ابتدا با مرور نظام‌مند پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه هویت اجتماعی زنان، عوامل مؤثر در هویت اجتماعی این قشر شناسایی شد. سپس با نمونه‌گیری هدفمند از نخبگان زن و استفاده از پرسش‌نامه، ماتریس خودتعاملی با روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به‌دست آمد. در ادامه با بررسی روابط عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان، سطح‌بندی عوامل صورت گرفت. در مرحله نهایی، با استفاده از تحلیل میک‌مک (MICMAC) نوع متغیرها براساس قدرت نفوذ و میزان وابستگی تعیین گردید. براساس یافته‌های این پژوهش، گستره شبکه ارتباطی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی از متغیرهای مستقل کلیدی در هویت اجتماعی زنان است و مدیریت بدن، گرایش به نقش‌های سنتی (زن سنتی)، مشارکت ورزشی، گرایش به نقش‌های مدرن (زن مستقل و امروزی)، دین‌داری زنان، میزان عقلانیت، جهانی شدن، امنیت اجتماعی، ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف و اوقات فراغت نیز از متغیرهای پیوندی به‌شمار می‌آید. متغیر رضایت از زندگی متغیر وابسته است که به‌شدت تحت تأثیر تغییرات سایر متغیرها، در هویت اجتماعی زنان ایرانی تأثیر می‌گذارد.

طبقه‌بندی JEL: D72، C52، A14.

کلیدواژه‌ها:

هویت اجتماعی، زنان، مدل‌سازی ساختاری تفسیری، تحلیل میک‌مک.

* نویسنده مسئول:

عطیه رضایی

نشانی: کاشان، دانشگاه کاشان

تلفن: +۹۸(۹۱۲)۷۲۵۳۷۲۲

پست الکترونیک: atiyerezayi.1369@gmail.com

۱. مقدمه

هویت عبارت است از «خود»؛ آن طوری که شخص از خودش تعریف می‌کند. انسان از طریق کنش متقابل با دیگران هویتش را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی پیوسته آن را تغییر می‌دهد؛ بنابراین هویت امری پایدار نیست، بلکه پدیده‌ای پویا و سیال و همواره در حال ایجاد و عوض شدن است (Giddens, 2006, p. 81). از نظر گیدنز، هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد؛ به عبارت دیگر، هویت شخصی چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به وی تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی‌اش مورد حفاظت قرار دهد (ibid., p. 8). یکی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین لایه‌های هویت، هویت اجتماعی است. این نوع هویت از پایگاهی نشئت می‌گیرد که فرد در جامعه در آن قرار دارد (Montalbano, 2011). هویت اجتماعی، به ساده‌ترین بیان، تعریفی است که افراد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی از خویش‌تن دارند. تمام ویژگی‌ها و رفتارهای تمایزبخش میان «ما» و «آن‌ها» مؤلفه‌های هویت اجتماعی را تشکیل می‌دهد؛ مانند زبان، دین، قوم یا نژاد، آداب و رسوم، طبقه اجتماعی، شغل و عضویت‌های فرقه‌ای و گروهی (رقیبی و میناخانی، ۱۳۹۱).

به عقیده ربرت و ربینز^۱ (2000)، مردان و زنان در تعقیب اهداف مهم زندگی و نحوه کسب هویت با یکدیگر تفاوت دارند. به نظر مردها، تعقیب اهداف اقتصادی مهم‌تر است؛ در صورتی که زن‌ها به اهداف اجتماعی بیشتر اهمیت می‌دهند. این تفاوت‌ها حاکی از آن است که مردان بیشتر به کسب مقام و موقعیت اهمیت می‌دهند؛ ولی زنان اغلب در پی دستیابی به مقبولیت اجتماعی‌اند. تفاوت ذکر شده در بحث تعقیب اهداف زندگی و به‌خصوص نحوه کسب هویت برای زنان و مردان، موضوعی حائز اهمیت و نشان‌دهنده تفاوت زنان و مردان در مسئله هویت است.

در جامعه کنونی ما، تفاوت‌های موجود میان نگرش‌های زنان و مردان موجب هویت‌یابی متفاوت آنان در زمینه‌های مختلف زندگی شده است. مسئله هویت برای زنان در ایران از این‌رو اهمیت می‌یابد که برداشت‌های متفاوتی از زن بودن در جامعه وجود دارد. برخی از این برداشت‌ها با برداشت انسان کامل فاصله دارد. به بیان دیگر، هویت زنان شکل کاملی به خود نگرفته است. در یک سطح، جامعه و ساختارهای آن هویت زنان را به‌گونه‌ای ترسیم کرده است که گویی آنان موجوداتی ناقص‌اند؛ از جمله می‌توان به موانع قانونی و موارد تبعیض علیه زنان اشاره کرد. از سوی دیگر، ساختارهای جامعه به‌گونه‌ای با هم ترکیب شده است که باورهای نادرست درباره زنان را به خود آن‌ها القا می‌کند. بخشی از این تصورات باعث می‌شود زنان گاهی اوقات خود را مرد جلوه دهند و آرزوی مرد بودن کنند. اگر جوامع انسانی حضور زنان

1. Robert & Robens

در عرصه‌های مختلف را جدی نگیرند، نخواهند توانست به جامعه‌ای سالم دست یابند. به‌دلیل نقش خطیر زنان در خانواده که بنیادی‌ترین واحد جامعه محسوب می‌شود، می‌توان گفت قلب جامعه در سینه خانواده می‌تپد و زن نیز ضربان حیات خانواده است.

هویت اجتماعی زنان در ایران همواره تحت تأثیر ساختار سنتی خانواده بوده است. ساختار سنتی خانواده یعنی پدرسالاری که وجه مشخصه آن اقتدار نهادی شده مردان در واحد خانواده است. در دهه‌های اخیر، با افزایش اشتغال زنان آموزش و آگاهی آن‌ها دگرگون شد. در پی تحولات وسیع اقتصادی و افزایش مشارکت زنان در بازار کار و مشاغل درآمدزا، پیشرفت علم زیست‌شناسی، داروسازی و پزشکی و امکان کنترل بیشتر فرزندزایی، و به‌ویژه بر اثر برپایی نهضت‌های فمینیستی و انتشار سریع اندیشه‌ها در فرهنگ جهانی، صدای زنان در اکثر نقاط جهان شنیده و گسترده شد. با بروز این دگرگونی‌ها به‌خصوص تحولاتی که در ساختار خانواده و نقش‌های زن در درون آن رخ داد، زمینه تغییر شخصیت و هویت اجتماعی زنان فراهم شد. تعامل تغییرات نهادی و ساختاری و نهضت‌های اجتماعی زنان زمینه‌ساز بازاندیشی در ارزش‌ها و آرمان‌ها و در نهایت هویت‌های شخصی و اجتماعی آنان شد (کاستلز، ۱۳۸۰، ص. ۱۷۷).

تحقیقات نشان می‌دهد در حوزه هویت اجتماعی و به‌ویژه هویت جنسیتی براساس تغییرات جهانی شدن، شاهد تغییراتی در هویت زنانه هستیم. پیشرفت‌های فناورانه و عصر ارتباطات، جهانی شدن و شکل‌گیری دهکده جهانی، بیشترین اثر تبیین‌کنندگی را در هویت زنان ایران داشته است. امروزه زنان ما بیشتر بر هویت غیرسنتی مبتنی بر نقش‌های اکتسابی تأکید می‌کنند تا نقش‌های انتسابی؛ تغییرات بارزی چون ادامه تحصیل زنان تا سطوح عالی و حرکت زنان به‌سوی استقلال مالی و فردی نشان‌دهنده به‌چالش کشیدن هویت اجتماعی سنتی زنان است که احساس خرسندی و رضایت از زندگی بیشتری را برای آنان به‌ارمغان می‌آورد.

به‌طور کلی هویت اجتماعی زنان شرط لازم زندگی اجتماعی است. به‌دلیل جایگاه ویژه زنان در خانه و خانواده و تأثیر فراگیرشان در جامعه، تحقیق پیش‌رو با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، به عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان در ایران پرداخته است.

۲. پیشینه تحقیق

پژوهش **امان‌پور و پیری (۱۳۹۸)** با عنوان بررسی هویت اجتماعی و احساس امنیت اجتماعی زنان در بوستان‌های شهر اهواز، نشان داد بین هویت اجتماعی زنان و احساس امنیت آنان هم‌بستگی وجود دارد.

کاروانی (۱۳۹۷) در تحقیق خود دریافت که متغیرهای میزان استفاده از اینترنت، میزان

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معنادار در هویت ملی دارد و تعامل در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معنادار معکوسی بر هویت ملی کاربران دارد.

یافته‌های مقاله **نژاداصغری (۱۳۹۵)** در حوزه تأثیر شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) در تغییر هویت دینی کاربران حاکی از این است که انواع پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی نه به صورت مطلق، بلکه تحت تأثیر شرایط و عواملی همچون محتوای پیام‌ها، شخصیت روانی کاربران (به‌عنوان گیرنده یا فرستنده پیام) و تکرار پیام‌ها، می‌توانند هویت کاربران را به صورت عام و هویت دینی آن‌ها را به صورت خاص دچار تغییرات تدریجی کنند و از آنجا که زنان عنصر مهم مدیریت درون خانواده به‌ویژه در بُعد عاطفی و نیز رکن اصل تربیت فرزندان به‌شمار می‌آیند، تغییر هویتی در زنان (تغییر در نگرش، احساس و رفتار) خواه‌ناخواه به سایر اعضای خانواده تسری می‌یابد.

خواججه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴) در مطالعه رابطه جهانی شدن فرهنگی و هویت اجتماعی (مطالعه موردی: زنان شهر کرمانشاه) دریافتند متغیرهای نگرش نقش جنسیتی، وسایل ارتباط جمعی خارجی، فناوری‌های نو اطلاعاتی و ارتباطی، سبک زندگی مدرن و سبک زندگی دوستانه ارتباط معنادار و مثبت با هویت اجتماعی زنان دارد.

خواججه‌نوری و ریاحی (۱۳۹۲) در مقاله خود با عنوان جهانی شدن، دنیاگرایی و زنان (مورد مطالعه: تهران، شیراز و استهبان، به رابطه جهانی شدن و میزان دنیاگرایی در بین زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان پرداختند. در این پژوهش، برای آزمون فرضیه‌ها ۲۲۰۰ نفر بین سنین ۱۶ تا ۴۵ سال به‌شیوه نمونه‌گیری تصادفی در این سه شهر انتخاب شدند. روش پژوهش پیمایشی و با استفاده از پرسش‌نامه بود. نتایج به‌دست آمده در سطح تحلیل رگرسیونی نشان داد متغیر هویت اجتماعی مدرن، نوگرایی و نگرش نقش جنسیتی در مجموع نزدیک به ۳۳ درصد از کل رفتار دنیاگرایانه زنان را در این سه شهر تبیین می‌کند.

زلفعلی‌فام و غفاری (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی دختران دانشجوی دانشگاه گیلان، به این نتیجه رسیدند که دختران می‌کوشند با اتکا به مراجع هویت‌ساز غیرسنتی، همچون تحصیل، شغل و کسب استقلال مالی، از هویت اجتماعی سنتی که در خانواده پدرسالار برای آن‌ها تعریف شده است، گذار کنند و خودشان به صورت بازاندیشانه، هویت اجتماعی غیرسنتی را برای خویشتن در جامعه تعریف کنند.

حسین‌زاده، ارشاد و نیازی (۱۳۸۸) در مطالعه بررسی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران، هویت اجتماعی را در بستر تحولات گذار فرهنگی بررسی‌ده‌اند. در این پژوهش، با استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌ای، ۲۵۴ دانشجوی دختر دانشگاه اهواز انتخاب شد

و با کاربرد روش پیمایش تأثیر متغیرهای پایگاه اجتماعی و اقتصادی تحصیلات والدین، میزان دین‌داری و نگرش به اشتغال در ارتباط با هویت اجتماعی سنجیده شد. در تحلیل داده‌ها، متغیرهای ذکرشده در مجموع ۵۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کردند.

ساروخانی و رفعت‌جاء (۱۳۸۳ الف) در پژوهشی با عنوان زنان و بازتعریف هویت اجتماعی، به‌شیوه پیمایشی مطالعه‌ای را در بین تمام زنان تهرانی بین ۲۵ تا ۴۵ سال که در پنج سال گذشته در تهران سکونت داشته‌اند، انجام دادند و دریافتند که از بین کل عوامل، تحصیلات بیشترین تأثیر را در بازتعریف هویت اجتماعی زنان تهران داشته و پس از آن ارزش‌ها و نگرش‌ها، سبک زندگی و هویت نقشی مسلط، دارای تأثیر بیشتری در بازتعریف هویت اجتماعی بوده است. موقعیت ساختاری در مقایسه با هویت شخصی، تأثیر بیشتری در بازتعریف هویت زنان دارد و تحصیلات باعث شده مقاومت زنان در برابر باورهای کلیشه‌ای مبتنی بر جنسیت افزایش یابد.

چاو و لی^۲ (2017) در پژوهشی با عنوان برساخت استدلالی از هویت‌ها در فضای شبکه‌های اجتماعی: بینش از یک گروه فیس‌بوک در مقطع کارشناسی برای یک دوره زبان‌شناسی، به این نتیجه رسیدند که گروه صرفاً یک گروه دانشگاهی نیست، بلکه یک «فضای اجتماعی و آموزشی» نیز است. اعضا به استقرار طیف گسترده‌ای از منابع مانند شکلک برای معناسازی دست یافته‌اند. همچنین یکی از شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد چگونه هویت‌های مختلف می‌تواند با منابع و شیوه‌های استدلالی ساخته شود.

طبق نتایج پژوهش **ولف^۳ (2013)** با عنوان برساخت هویت علمی و انگیزش در دانشجویان، برای شناسایی فرایندهای هویت‌یابی دانشجویان باید به محیط درونی دانشگاه و عوامل برسازنده در درون خود محیط توجه کرد. در واقع افراد هویت خود را به‌واسطه ترکیبی از محیط اطرافشان و روابط خود با دیگران می‌سازند.

بروکس و وی^۴ (2008) در پژوهشی با عنوان بازاندیشی و تبدیل هویت جنسیتی، با بررسی سهم مجموعه داده‌ها از اعضای یک انجمن زنان، مصاحبه‌های عمیق با مادران شاغل و مصاحبه با زنانی که شغل‌های تخصصی داشته‌اند، نقش فردگرایی در تغییر هویتی زنان در مدرنیته متأخر را در سنگاپور بررسی و ادعا کرده‌اند که فرصت‌های تغییر در هویت جنسیتی بسیار محدودتر از چیزی است که تصور می‌شود.

اورنج^۵ (2003) در مطالعه‌ای با عنوان ایجاد خود تغییر یافته: پویایی‌های جنسیتی و سازگاری

-
2. Chau & Lee
 3. Wolfe
 4. Brooks & Wee
 5. Orrange

خلاقانه در تعریف کار، درباره ساز کارهای جنسیتی، بازاندیشی و فردگرایی و اثر آن در تعریف هویت زنان پژوهش کرده است. زمینه‌های اعتماد و گسترش دامنه و سطح اعتماد از خانوادگی به شهروندی، با بازاندیشی در هویت زنان تحصیل کرده مرتبط است که اورنج نشان داده بازاندیشی در هویت افراد وارد می‌شود و افزون بر فردی کردن، آن را سیال و بیش از پیش مبهم می‌کند.

۳. چارچوب نظری

تعریف هویت اجتماعی که متناسب با وضعیت اجتماعی کنشگران یک گروه یا جامعه مشخص می‌شود (کوش، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۸)، عبارت است از: تصور، درک و ارزیابی فرد نسبت به خود از منظر دیگران یا جامعه که از طریق ساختار نظام اجتماعی براساس ارزشیابی، تأیید یا رد شدن، بر افراد تحمیل می‌شود (Laler, 2014, p. 139) و در فرایند اجتماعی شدن و ارتباط با گروه‌ها یا نهادهای اجتماعی موجود در نظام اجتماعی، فرد آن را کسب می‌کند و خود را از لحاظ عاطفی و تعهد و تکلیف، متعلق و منتسب به آن می‌داند و در نتیجه آن احساس می‌کند از منظر نظام اجتماعی دارای جایگاه، ارزش و احترام است (Kroger, 2019, p. 9; Bark, 1991, p.) و به همین سبب، در مقابل معیارها و ارزش‌های نظام اجتماعی خود، احساس تعهد و تکلیف می‌کند و در امور مختلف آن مشارکت می‌جوید و به انتظارات آن خود پاسخ می‌دهد (Darity Jr, 2008).

در مطالعات علوم اجتماعی، نظریه‌های گوناگونی درباره هویت مطرح شده است. این مطالعه مستند بر نظریات تاجفل، گیدنز^۶ و جنکینز^۷ است. تاجفل در سال ۱۹۸۷م نظریه هویت اجتماعی خود را مطرح کرد. او هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند زد. به نظر وی، هویت عبارت است از: آن بخش از برداشت فرد از خود که از آگاهی او به عضویت در گروه (گروه‌های اجتماعی) سرچشمه می‌گیرد، همراه با اهمیت ارزشی احساسی پیوست به آن عضویت (گل محمدی، ۱۳۹۲). نظریه تاجفل بر مبنای چند پیش‌فرض اساسی شکل گرفته است: ۱. افراد در تلاش برای حفظ یا افزایش عزت‌نفس خود هستند و برای یک مفهوم مثبت تلاش می‌کنند؛ ۲. گروه‌های اجتماعی و یا دسته و عضویت در آن‌ها با مقداری مفهوم مثبت یا منفی ارزشی در ارتباط هستند و در اینجا هویت اجتماعی ممکن است مثبت یا منفی مطابق این ارزش‌ها ارزیابی شود؛ ۳. ارزیابی‌های تعلق گروهی با اشاره به گروه‌های خاص دیگر از راه مقایسه اجتماعی با صفات ارزشی مشخص می‌شود. بنابراین مردم به دسته‌بندی خود براساس عضویت در یک یا چند گروه و بر مبنای آن متمایز شدن با دیگران گرایش دارند (Tajfel & John, 1979).

-
6. Tajfel
 7. Giddens
 8. Jenkins

بنابراین از نظر تاجفل، هویت اجتماعی فرد به‌وسیله گروهی که به آن تعلق دارد، تعیین می‌شود. براساس این نظریه، تعلق به یک گروه خاص، عامل عمده برای تبعیض فرد نسبت به برون گروه و طرف‌داری از درون گروه یا گروه خود است (عبداللهی و قادرزاده، ۱۳۸۲). به‌نظر تاجفل، صرف دسته‌بندی اجتماعی افراد در دو گروه مجزا می‌تواند به گونه‌های رفتار در بین گروهی منجر شود که افراد بیشتر به نفع اعضای گروه خود و به ضرر افراد بیرون از گروه عمل کنند. بنابراین هویت اجتماعی به‌مثابه آگاهی فرد از تعلق به یک گروه و متمایز با گروه‌های دیگر مفهوم‌سازی شده است (دوران و محسنی، ۱۳۸۲).

از نظر گیدنز، هویت عبارت است از «خود»، آن‌طوری که شخص از خودش تعریف می‌کند و به آن آگاهی دارد. گیدنز نیز در نظریاتش به‌دنبال این است که بر روی شکاف میان فرد و جامعه و کنش و ساختار پل بزند و فرایندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی را در دوران مدرن با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کند. به‌اعتقاد او، عناصر خرد و کلان در یک پروژه تکمیلی به‌سر می‌برند. درحقیقت گیدنز با استفاده از مفهوم «ساختاربندی» نوعی رابطه دوجوهی بین ساختار و عامل می‌بیند. از نظر او، ساختارها قواعد و منابعی هستند که کنشگران اجتماعی در بستر تعاملی به‌کار می‌برند و این بستر در زمان و مکان گسترده شده است. به بیان دیگر، در همان حال که کنشگران عمل می‌کنند، از وضعیت و منابع موجود که ممکن است انواع گوناگون سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز باشد، استفاده می‌کنند و وضعیت بعدی را می‌سازند (Giddens, 1984, p. 18). مطابق این چارچوب نظری، هویت اجتماعی متغیر و تا حدودی تأملی است و عوامل ساختاری و جمعیتی، فرهنگی و اجتماعی در شکل‌گیری، اصلاح و یا تغییر هویت اجتماعی مؤثر است. بنابراین از نظر گیدنز، هویت سیال و انعطاف‌پذیر است و در کنار تأثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی، ساختاری در آن، فرد نیز در شکل‌دهی و بازنگری آن نقش دارد (ibid.).

ریچارد جنکینز در اثر خود با عنوان *هویت اجتماعی* به تشریح هویت اجتماعی، رابطه آن با گروه و با شعور عامه، نظریه‌های هویت اجتماعی و مقوله‌بندی‌های اجتماعی و مدرنیته، عقلانیت و هویت و... پرداخته است. به‌نظر او، هویت اجتماعی بسیار مهم است و بدون داشتن هویت اجتماعی هیچ اجتماعی معنا ندارد؛ ضمن اینکه برای ترسیم هویت، چارچوب‌هایی لازم است تا بتوانیم با دیگران ارتباط معنادار برقرار کنیم. از نظر جنکینز، هویت اجتماعی در فردیت تجسم می‌یابد. هویت یک استعداد و ظرفیت انسانی است که ریشه در زبان دارد. این امر مستلزم دانستن این است که آن‌ها بدانند که ما چه کسی هستیم، ما بفهمیم که آن‌ها تصور می‌کنند که ما چه کسی هستیم و غیره. به عبارت دیگر، هویت یک طبقه‌بندی چندبُعدی یا نقشه‌برداری از جهان انسانی و جایگاه افراد و اعضای اجتماعات در آن است (Jen-kins, 2008, p. 5). افراد در فرایندهای اجتماعی شدن و تعامل اجتماعی خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می‌کنند.

۴. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر روش، کمی - کیفی و از نظر هدف، کاربردی است که با هدف شناسایی رابطه میان عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان انجام شده است. از لحاظ روش جمع‌آوری داده‌ها نیز توصیفی - تحلیلی است. پس از شناسایی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان و با بهره‌گیری از نظر نخبگان زن، از روش مدل‌سازی ساختاری و تفسیری⁹ ISM استفاده شده است. مدل‌سازی ساختاری و تفسیری ISM روشی نظام‌مند و ساختاریافته جهت درک روابط میان عناصر مختلف یک سیستم است که اولین بار در سال ۱۹۷۴م وارفیلد^{۱۰} آن را معرفی کرد (Chang, Chang & Wu, 2011). ISM ابزار قدرتمند کیفی در حوزه‌های مختلف و تکنیکی مناسب برای تحلیل تأثیر یک عنصر در دیگر عناصر است. این روش به جهت روابط پیچیده میان عناصر سیستم را بررسی می‌کند؛ به بیان دیگر، ابزاری است که با آن می‌توان بر پیچیدگی عناصر غلبه کرد (آذر و بیات، ۱۳۸۷). این روش‌شناسی به ایجاد روابط پیچیده میان عناصر سیستم و جهت دادن به آن‌ها کمک می‌کند (Faisal, Banwet & Shan, 2006). از آن جهت که قضاوت گروهی از افراد تعیین‌کننده روابط میان عناصر است، این روش تفسیری است و از آن جهت که اساس روابط یک ساختار سراسری از مجموعه‌ای پیچیده از متغیرها استخراج شده، ساختاری است (فیروز جانیان، فیروز جانیان، هاشمی پطرودی و غلام‌رضازاده، ۱۳۹۲، ص. ۱۳۸). ایده اصلی در روش مدل‌سازی ساختاری و تفسیری تجزیه یک سیستم پیچیده به چند زیرسیستم با استفاده از تجربه علمی و دانش نخبگان زن برای ساخت یک مدل ساختاری چندسطحی است.

روش دلفی و نیز روش ISM ایجاب می‌کند اطلاعات از نخبگان زن دریافت شود. برای انتخاب نخبگان علمی زن، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد و معیارهایی همچون تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل و توانایی مشارکت در نظر گرفته شد که با بررسی‌های انجام‌شده و کسب اطمینان از جامعیت دیدگاه‌های مختلف، درنهایت شانزده نفر از نخبگان انتخاب شدند.

۵. یافته‌های تحقیق

در ابتدا پژوهش‌های مرتبط با موضوع عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان، از پایگاه‌های داده مانند پورتال علوم انسانی، مگ ایران، نورمگز، Sid و Science direct استخراج و انتخاب شد. در ادامه مقالات از نظر کیفیت روش و داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت. در جدول ۱، عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان که در پژوهش‌ها بررسی شده، آمده است.

9. Interpretive Structural Modelling

10. Warfield

جدول ۱. عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان (مورد مطالعه: نخبگان علمی)

عوامل	تعریف	منابع
مدیریت بدن	مدیریت بدن به معنای نظارت و تغییر مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن است.	قیاسی، آهی، برخوردار و هادی‌پور (۱۳۹۸)، رفعت‌جاه و سیارپور (۱۳۹۰)
گستره شبکه ارتباطی	گستره شبکه ارتباطی شامل ارتباط با بستگان، همسایگان، دوستان، همکاران و شرکت در مراسم مختلف و انجمن‌های گوناگون است.	ایمان و کیزقان (۱۳۸۲)
گرایش به نقش‌های سنتی (زن سنتی)	زن سنتی به نقش‌های زنانه سنتی و انجام وظایف خانه‌داری، مادری، همسری و تبعیت از همسر گرایش دارد و به آن‌ها پایبند است.	ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳ الف)، دیانت و دسترنج (۱۳۹۸)، خواجه‌نوری و مرادخانی و براتی (۱۳۹۷)، خواجه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴)، علیرضازاد (۱۳۹۷)
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد با شاخص‌هایی مانند درآمد، شغل، تحصیلات، وضعیت مسکن و امکانات رفاهی سنجیده می‌شود.	ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳ الف)، شهوندی و تقوی‌نسب (۱۳۹۶)، خواجه‌نوری و دیگران (۱۳۹۷)، خواجه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴)، قیاسی و دیگران (۱۳۹۸)، کیانی و نجفی (۱۳۹۷)، ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳ ب)
استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی	منظور از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی فناوری‌هایی است که انسان‌ها هم برای برقراری ارتباط و هم برای انتقال اطلاعات از آن‌ها استفاده می‌کنند.	سجادیان، نعمتی و گشتیل (۱۳۹۸)، دیانت و دسترنج (۱۳۹۸)، حاتمی و مذهبی (۱۳۹۰)، رهبر مهرپو، رشیدی و دانایی (۱۳۹۸)، خواجه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴)، علیرضازاد (۱۳۹۷)
سرمایه اجتماعی	به ارتباط، مشارکت، تعاملات و شبکه روابط اجتماعی فرد اشاره دارد.	شهوندی، و تقوی‌نسب (۱۳۹۶)، رفعت‌جاه و سیارپور (۱۳۹۰)، ایمان و کیزقان (۱۳۸۲)
مشارکت ورزشی	مشارکت ورزشی انجام هرگونه فعالیت ورزشی منظم است.	خواجه‌نوری و دیگران (۱۳۹۷)، شهوندی و تقوی‌نسب (۱۳۹۶)
گرایش به نقش‌های مدرن (زن مستقل و امروزی)	براساس آنچه فرهنگ یا سرنوشت به آن‌ها تحمیل می‌کند، زندگی نمی‌کنند؛ بلکه هویتشان را بیشتر از طریق نقش‌های اجتماعی‌شان می‌سازند. زن امروزی به ساختن ارزش و نقش‌های جدید و مستقل، غیر از مادری و همسری، به‌دست خویش اهتمام دارد و دارای استقلال شخصیتی، مالی و اجتماعی است.	ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳ الف)، دیانت و دسترنج (۱۳۹۸)، خواجه‌نوری و دیگران (۱۳۹۷)، خواجه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴)، علیرضازاد (۱۳۹۷)

عوامل	تعریف	منابع
رضایت از زندگی	رضایت فرد از کل زندگی که شامل بازتاب مجموع رضایت وی از مسائلی همچون درآمد، مسکن، شغل، فعالیت‌های فراغت، زندگی خانوادگی و مانند آن‌هاست.	شهوندی و تقوی‌نسب (۱۳۹۶)، ایمان و کیزقان (۱۳۸۲)
دین‌داری	دین‌داری به معنای داشتن اهتمام دینی است، به‌نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد تحت تأثیر آن قرار گیرد.	ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳)ب، خواجه‌نوری و دیگران (۱۳۹۷)، شهوندی و تقوی‌نسب (۱۳۹۶)
میزان عقلانیت	توانایی حساب سود و زیان در مسائل مختلف، میزان اندیشه قبل از انجام یک عمل خاص و میزان تقدیرگرایی.	ایمان و کیزقان (۱۳۸۲)
جهانی شدن	تشدید روابط اجتماعی در سطح جهانی.	مقدس و خواجه‌نوری (۱۳۸۴)، دیانت و دسترنج (۱۳۹۸)
ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف	ایفای نقش‌های مختلف و برقراری پیوند میان هویت‌های متفاوت و داشتن هویت متعادل.	قلی‌پور، محمداسماعیلی و قلی‌پور (۱۳۸۹)
سرمایه فرهنگی	به تمرکز و انباشت انواع مختلف کالاهای ملموس فرهنگی و نیز قدرت و توانایی در اختیار گرفتن این کالاها و همچنین استعداد و ظرفیت فرد در شناخت و کاربرد این وسایل گفته می‌شود.	خواجه‌نوری و دیگران (۱۳۹۷)، شهوندی و تقوی‌نسب (۱۳۹۶)، دیانت و دسترنج (۱۳۹۸)، قیاسی و دیگران (۱۳۹۸)، رفعت‌جاه و سیارپور (۱۳۹۰)
امنیت اجتماعی	امنیت اجتماعی به قلمروهایی از حفظ حریم فرد مربوط می‌شود که به‌نحوی در ارتباط با دیگر افراد جامعه است. این قلمروها ممکن است قومیت، اعتبار، نقش اجتماعی و کار و پیشه (یا شغل افراد) باشد.	مستوفی (۱۳۹۲)، شایگان و رستمی (۱۳۹۰)، امان‌پور و پیری (۱۳۹۸)
اوقات فراغت	فعالیتی که فرد براساس علاقه و با آزادی عمل درباره آن تصمیم می‌گیرد.	قیاسی و دیگران (۱۳۹۸)

پس از بررسی محتوایی مطالعات انجام‌شده و شناسایی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان (جدول ۱) با روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، مدل عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان به‌دست آمد. گام‌های این روش به این شرح است:

گام اول: ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM¹¹):

پس از شناسایی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان، عوامل در ماتریس SSIM وارد شد؛ بدین صورت که نخست پرسش‌نامه‌ای مانند جدول ۲ طراحی شد و هجده عامل که به‌عنوان

11. Structural Self-Interaction Matrix

متغیرهای مؤثر در هویت اجتماعی زنان شناسایی شده بودند، مورد ارزیابی قرار گرفتند. از نخبگان خواسته شد نوع ارتباطات دوجه‌دویی عوامل را تعیین کنند و روابط محتوایی میان متغیرها را جهت تشکیل ماتریس SSIM مشخص نمایند. سپس اطلاعات حاصل براساس روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری جمع‌بندی و ماتریس SSIM نهایی تشکیل شد.

علائم و حالت‌های مورد استفاده در این رابطه مفهومی به شرح زیر است:

نماد V: i منجر به z می‌شود؛

نماد A: z منجر به i می‌شود؛

نماد X: i و z به صورت متقابل در یکدیگر اثر می‌گذارند (رابطه دوطرفه)؛

نماد O: هیچ ارتباطی بین i و z نیست.

جدول ۲. ماتریس SSIM شاخص‌های هویت اجتماعی زنان

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
پایگاه اقتصادی-اجتماعی	V	V	X	V	X	V	V	X	X	V	V	V	V	V	V	
دین‌داری زنان	V	V	A	A	A	V	V	A	A	A	A	X	V	X		
گرایش به نقش‌های مدرن (زن مستقل و امروزی)	V	V	A	V	A	V	V	A	A	X	X	V	V			
گرایش به نقش‌های سنتی (زن سنتی)	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A				
اوقات فراغت	V	V	A	V	A	V	V	A	A	A	A					
مشارکت ورزشی	V	A	A	V	A	X	X	A	A	A						
مدیریت بدن	V	V	A	V	A	V	V	A	A							
سرمایه فرهنگی	V	V	A	V	A	V	V	A								
استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی	V	V	A	V	A	V	V									
گستره شبکه ارتباطی	V	V	X	V	V	V										
سرمایه اجتماعی	V	V	X	V	V											
رضایت از زندگی	V	V	A	V												
میزان عقلانیت	V	V	A													
امنیت اجتماعی	V	V														
ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف	X															
جهانی شدن																

گام دوم، به دست آوردن ماتریس دسترسی اولیه:

با تبدیل نمادهای روابط ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک برحسب قواعد زیر ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد:

اگر خانه (ij) در ماتریس SSIM، نماد V قرار گرفته باشد، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد ۱ و خانه قرینه صفر می شود.

اگر خانه (ij) در ماتریس SSIM، نماد A قرار گرفته باشد، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد صفر و خانه قرینه ۱ می شود.

اگر خانه (ij) در ماتریس SSIM، نماد X قرار گرفته باشد، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد ۱ و خانه قرینه نیز ۱ می شود.

اگر خانه (ij) در ماتریس SSIM، نماد O قرار گرفته باشد، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد صفر و خانه قرینه نیز صفر می شود.

گام سوم، ماتریس دسترسی نهایی:

پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه، عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان که حاصل تجمیع نظر نخبگان زن و تبدیل نمادها به اعداد است، باید سازگاری دورنی ماتریس اولیه دوباره بررسی شود؛ به این صورت که اگر عامل «الف» به «ب» و عامل «ب» به «ج» منجر شود، باید «الف» منجر به «ج» گردد؛ زیرا انتقال پذیری روابط مفهومی بین متغیرها یکی از فرض های مبنایی در مدل سازی ساختاری تفسیری است و روابط ثانویه متغیرها در این مرحله بررسی می شود. علاوه بر این، با استفاده از قانون بولین^{۱۲} ماتریس اولیه دوباره بررسی شد تا به پایداری برسد. ماتریس اولیه پس از سه بار به توان رسیدن و تبدیل مجدد برخی از عناصر صفر به ۱، به پایداری رسید. در **جدول ۳**، ماتریس نهایی به همراه قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نشان داده شده است.

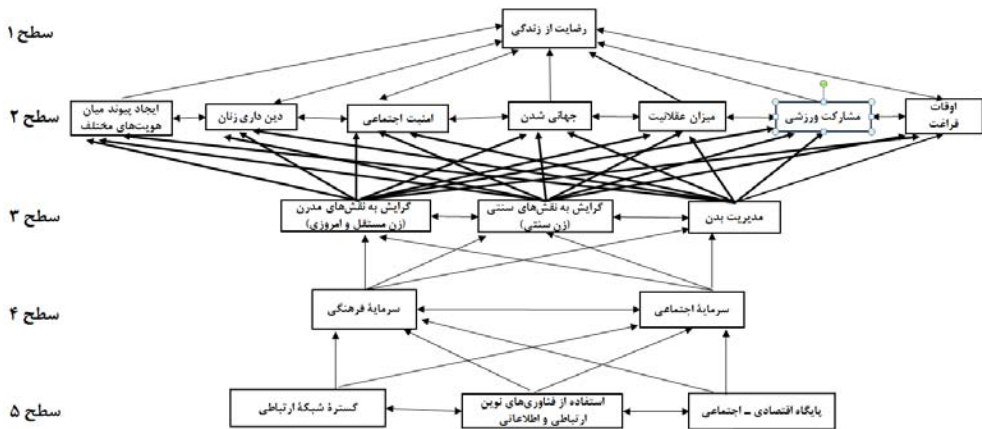
جدول ۳. ماتریس دسترسی نهایی

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	نفوذ
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
دین‌داری زنان	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	15
گرایش به نقش‌های مدرن (زن مستقل و امروزی)	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	13
گرایش به نقش‌های سنتی (زن سنتی)	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15
اوقات فراغت	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	11
مشارکت ورزشی	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	13
مدیریت بدن	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	14
سرمایه فرهنگی	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	16
استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
گستره شبکه ارتباطی	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
سرمایه اجتماعی	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
رضایت از زندگی	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	3
میزان عقلانیت	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
امنیت اجتماعی	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	13
جهانی شدن	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
وابستگی	3	16	14	13	16	16	13	10	4	4	9	16	16	16	15	16	

گام پنجم، ترسیم مدل شبکه تعاملات:

برای نشان دادن بهتر روابط متقابل اثرگذاری و اثرپذیری متغیرها از گراف ISM^{13} استفاده می‌شود. در این گراف، متغیرها به صورت دقیق براساس قدرت نفوذ و میزان وابستگی به سایر عوامل سطح‌بندی می‌شود تا تصمیم‌گیری درباره سطح‌بندی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان کاملاً مشخص شود. در این پژوهش، گراف ISM پنج سطح را مشخص نمود که رضایت از زندگی در بالاترین سطح قرار دارد که متغیری پایه‌ای و اثرپذیر است و در سطوح بعدی، سایر متغیرها قرار دارد.

13. Interpretive Structural Modelling



شکل ۱. سطح‌بندی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان

در سطح پنجم، متغیرهای پایگاه اقتصادی - اجتماعی، گستره شبکه ارتباطی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی اثرگذارترین متغیرهاست. سطح‌بندی متغیرها در شکل ۱ آمده است. هرکدام از این هجده عامل از متغیرهای کلیدی هویت اجتماعی زنان به‌شمار می‌آید که در این شکل سطوح اثرپذیری و اثرگذاری متغیرها بر یکدیگر مشخص شده است.

۱-۵. تحلیل میک‌مک^{۱۴}

تحلیل میک‌مک براساس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر شکل گرفته است و امکان بررسی بیشتر محدوده هریک از متغیرها را فراهم می‌سازد (حبیبی و آفریدی، ۱۴۰۱). در این مرحله، با استفاده از روش میک‌مک نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری سایر متغیرها مشخص شده است. پس از تعیین قدرت نفوذ یا اثرگذاری و میزان وابستگی عوامل می‌توان تمام عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان را در یکی از خوشه‌های چهارگانه روش ماتریس اثر متغیر که در ذیل نام برده شده است، طبقه‌بندی کرد:

۱. متغیرهای خودمختار: قدرت هدایت این متغیرها و وابستگی آن‌ها به سایر عوامل کم است. همان‌طور که در شکل ۲ دیده می‌شود، هیچ‌کدام از متغیرها این خصیصه را ندارند و هیچ‌کدام از متغیرهای اثرگذار بر هویت اجتماعی زنان نیستند؛

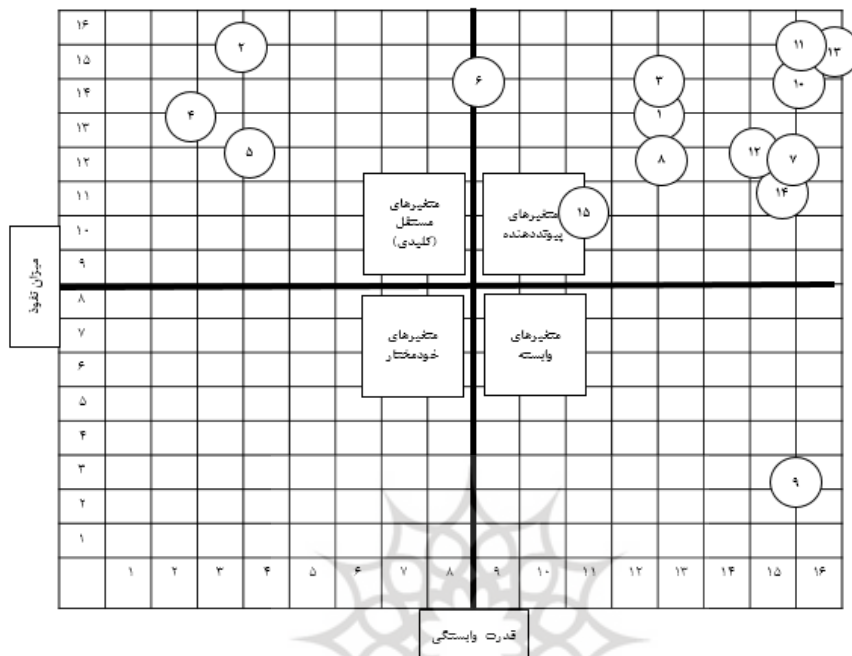
۲. متغیرهای وابسته: این دسته از متغیرها قدرت هدایت کم اما وابستگی زیادی به سایر عوامل دارند. مطابق شکل ۲، متغیر رضایت از زندگی، به‌عنوان عاملی مؤثر در هویت اجتماعی زنان، در این دسته قرار می‌گیرند؛

۳. متغیرهای مستقل کلیدی: این متغیرها قدرت هدایت قوی اما وابستگی ضعیفی دارند. گستره شبکه ارتباطی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی از جمله متغیرهای محرک هستند؛

۴. متغیرهای پیونددهنده: این متغیرها هدایت‌کننده و وابسته به سایر عوامل‌اند. از این‌رو تغییر در آن‌ها بر کل سیستم تأثیر می‌گذارد. مدیریت بدن، گرایش به نقش‌های سنتی (زن سنتی)، مشارکت ورزشی، گرایش به نقش‌های مدرن (زن مستقل و امروزی)، دین‌داری زنان، میزان عقلانیت، جهانی شدن، امنیت اجتماعی، ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف و اوقات فراغت دارای چنین ویژگی‌هایی هستند.

جدول ۴. قدرت نفوذ و میزان وابستگی متغیرهای هویت اجتماعی زنان

اوقات فراغت	امنیت اجتماعی	سرمایه فرهنگی	ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف	جهانی شدن	میزان عقلانیت	دین‌داری	رضایت از زندگی	گرایش به نقش‌های مدرن (زن مستقل و امروزی)	مشارکت ورزشی	سرمایه اجتماعی	استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	گرایش به نقش‌های سنتی (زن سنتی)	گستره شبکه ارتباطی	مدیریت بدن	متغیرها
۱۱	۱۳	۱۶	۱۳	۱۶	۱۶	۱۵	۳	۱۳	۱۳	۱۵	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۴	قدرت نفوذ
۱۶	۱۶	۱۰	۱۵	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۳	۱۶	۹	۴	۳	۱۳	۴	۱۳	میزان وابستگی



شکل ۲. سطح‌بندی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان با روش میک‌مک

۶. نتیجه

در پژوهش حاضر، با استفاده از مدل‌سازی ساختاری و تفسیری ISM، عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان و مدل‌سازی آن بررسی شد. بدین منظور، پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام‌شده در این زمینه مرور و عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان استخراج شد و سپس با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری و تفسیری عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان طبقه‌بندی شد. رضایت از زندگی، در گراف ISM، در سطح ۱، بالاترین سطح است که از دیگر عوامل اثرپذیر است. همچنین در تحلیل میک‌مک نشان داده شد که از نظر سیستمی متغیر رضایت از زندگی با اثرپذیری زیاد و اثرگذاری کم، متغیری وابسته است. رضایت از زندگی یکی از شاخص‌های سلامتی و بهداشت روانی است و مراد از رضایت از زندگی، نگرش فرد، و ارزیابی عمومی از کلیت زندگی خود و یا برخی از جنبه‌های زندگی همچون زندگی خانوادگی و تجربه آموزشی است (Diener, Sun, Lucas & Smith, 1999). رضایت از زندگی برای زنان، ترکیبی از شرایط فردی و اجتماعی است و در واقع خود نشانه‌ای از نگرش‌های مثبت به جهان و محیطی است که وی را فراگرفته است. رضایت از زندگی مهم‌ترین عامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان در تحقیق حاضر است و بیان می‌کند که تمام متغیرهای سطوح پیشین در این عامل اثر می‌گذارند.

گستره شبکه ارتباطی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی متغیرهای مستقل کلیدی در سطوح چهارم و پنجم هستند. این بدین معناست که هرگونه تغییر در این متغیرها می‌تواند سایر متغیرهای مؤثر در هویت اجتماعی زنان را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان از عوامل مؤثر در هویت اجتماعی آنان است. همان‌طور که نتایج تحقیق **ساروخانی و رفعت‌جاء (۱۳۸۳الف)** نشان می‌دهد، هرچه سطح تحصیلات زنان بالاتر باشد، ارزش‌ها و نگرش‌های آن‌ها نوگراتر، هویت نقشی مسلط آنان اجتماعی‌تر، سبک زندگی‌شان نوگرایانه‌تر، مخالفتشان با هویت‌های کلیشه‌ای جنسیتی بیشتر و در نتیجه بازتعریف هویت اجتماعی در بین آن‌ها بیشتر می‌شود. نتایج تحقیقات **زلفعلی فام و غفاری (۱۳۸۸)** و **حسین‌زاده و دیگران (۱۳۸۸)** نیز بر نقش پایگاه اقتصادی - اجتماعی در هویت اجتماعی زنان تأکید می‌کند. از سوی دیگر متغیرهای استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و گستره شبکه ارتباطی و اطلاعاتی از عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان هستند که با هم رابطه دوسویه دارند و به تعبیر **گیدنز (۱۳۷۷)**، با استفاده از فناوری‌های جدید اطلاعاتی، پیوندهای میان فعالیت اجتماعی و جای‌گیری آن در زمینه‌های خاص حضور قطع می‌شود (**ص. ۲۵**) و ساختار این روابط در راستای پهنه‌های نامحدود زمانی و مکانی گسترش می‌یابد (**همان، ۲۶**). نتایج تحقیقات **کاروانی (۱۳۹۷)**، **نژاداصغری (۱۳۹۵)**، **خواجانه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴)** و **خواجانه‌نوری و ریاحی (۱۳۹۲)** نیز حاکی از نقش فناوری‌های اطلاعاتی در هویت اجتماعی زنان است که نتایج پژوهش حاضر نشان داد در جامعه امروزی تحت تأثیر شکل‌گیری دهکده جهانی و جهانی شدن این عوامل، موجب افزایش سرمایه اجتماعی و بالتبع آن سرمایه فرهنگی زنان می‌شود که تأثیر متقابل دارند. مطابق با چارچوب نظری پژوهش، به تعبیر **گیدنز**، در همان حال که کنشگران عمل می‌کنند، از وضعیت و منابع موجود که ممکن است انواع گوناگون سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز باشد، بهره می‌گیرند و وضعیت بعدی را می‌سازند (**Giddens, 1984, p. 18**).

دسته دیگری از متغیرهای موجود در تحلیل، متغیرهای پیونددهنده‌اند که هم نفوذ زیادی دارند و هم میزان وابستگی بسیاری به متغیرهای مستقل دارند. مدیریت بدن، گرایش به نقش‌های سنتی (زن سنتی)، مشارکت ورزشی، گرایش به نقش‌های مدرن (زن مستقل و امروزی)، دین‌داری زنان، میزان عقلانیت، جهانی شدن، امنیت اجتماعی، ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف و اوقات فراغت از متغیرهای پیونددهنده به‌شمار می‌آیند. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد ترکیب دوگانه گرایش به نقش‌های سنتی و مدرن در هویت‌یابی زنان وجود دارد و الگوی هویت‌یابی زنان تک‌ساحتی و تک‌بعدی نیست؛ همان‌طور که **اورنج^{۱۵} (۲۰۰۳)** در یافته‌های خود به سیالیت و ابهام در موضوع بازاندیشی هویت‌یابی زنان اشاره کرده است. در کنار این موضوع، از سوی دیگر در پژوهش حاضر در سطح چهارم گراف ISM

15. Orrange

به متغیر ایجاد پیوند میان هویت‌های مختلف برای زنان اشاره شده که در نهایت اسباب رضایت از زندگی را برای آنان فراهم می‌کند.

عوامل مادی (مانند پایگاه اقتصادی - اجتماعی، مدیریت بدن، مشارکت ورزشی و اوقات فراغت) و معنوی (همچون دین‌داری و میزان عقلانیت) متعددی در هویت زنان با گرایش‌های مختلف، اعم از سنتی یا مستقل و امروزی، مؤثر است؛ اما آنچه در این میان اهمیت دارد، فراهم بودن بستر جامعه برای تأمین خواسته‌های مادی و معنوی آنان است تا اسباب رضایت از زندگی‌شان را فراهم کند. در نهایت موضوع رضایت از زندگی در بحث هویت اجتماعی زنان ایرانی نقشی محوری دارد.

۷. پیشنهاد

پیشنهادهایی در زمینه پژوهشی و کاربردی مطرح می‌شود:

در زمینه پیشنهادهای پژوهشی، در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان پرداخته شد؛ در حالی که در پژوهش‌های آینده، پژوهشگران می‌توانند از جامعه آماری دیگر مانند مردان، جوانان و دانشجویان استفاده کنند. در زمینه پیشنهادهای کاربردی هم بیش از هر چیز مدیریت و برنامه‌ریزی متخصصان و فعالان حوزه زنان می‌تواند مسئولان مربوطه را نسبت به اهمیت برنامه‌ریزی در راستای افزایش رضایت از زندگی زنان، به‌عنوان مهم‌ترین عامل مؤثر در هویت اجتماعی زنان، جلب کند.

ملاحظات اخلاقی

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده‌سازی این مقاله مشارکت کرده‌اند.

تعارض منافع

بنابه اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

تعهد کپی‌رایت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی‌رایت (CC) رعایت شده است.

References

- Abdolahi, M., & Ghaderzadeh, O. (2003). Ethnic distance and its impact on Iran. *Social Studies*, 10(24), 1-36. (Persain)
- Alirezanezhad, S. (2018). Female farmer or female household: the case of roles and social identity of rural women. *Sociological Studies in Iran*, 12(1), 82-104. (Persain)
- Azar, A., & Bayat, K. (2008). A process-based model of business through interpretation structural model (ISM). *IT Management*, 1(1), 3-18. (Persain)
- Brooks, A., & Wee, L. (2008). Reflexivity and Transformation of Gender Identity: Reviewing the Potential for Change in a Cosmopolitan City. *Sociology*, 42(3), 503- 521.
- Burke, P. J. (1991). Identity Process and Social Stress. *American Sociological Review*, 56.
- Chang, B., Chang, C. W., Wu, C. H. (2011). Fuzzy DEMATEL method for developing supplier selection criteria. *Expert Systems with Applications*, 38.
- Chau, P., Duc Bui, T., Lee, Y., Shin, J. (2017). Efficient data uploading based on network coding in LTE-Advanced heterogeneous networks. In 19th International Conference on Advanced Communication Technology (ICACT), PyeongChang, Korea (South). <https://doi.org/10.23919/ICACT.2017.7890093>
- Coştlez, M. (2001). *Information era: power of identity* (translated into Farsi by Hasan Chavoshian). Tehran: Tarhe Now. (Persain)
- Darity Jr, W. A. (2008). *International encyclopedia of the social sciences* (2nd ed.). vol 7. Macmillan Reference USA.
- Dianat, M., & Dastranj, M. (2019). The impact of globalization on social identity of women: the case of women in Bandarabas. *Social Studies in Iran*. 8(3), 557-580. (Persain)
- Diener, E. E., Sun, M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective wellbeing: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125.
- Doran, B., & Mohseni, M. (2003). Identity: approaches and theories. *Educational Sciences and Psychology*, 4(1), 39-90. (Persain)
- Faisal, M., Banwet, D. K., & Shankar, R. (2006). Supply chain risk mitigation: modelling the enablers. *Business Process Management*, 12(4).
- Firoozjanian, A., & Firoozjanian, M. (2013). The role of ISM in tourism: a pathological study. *Planning and Developing Tourism*. (Persain)

- Ghiasi, R., Ahi, P., Barkhordar, Sh., & Hadipour, B. (2019). A sociological study on the relationship between religious identity and lifestyle: the case of women in Kerman. *Disciplinary and Social Studies of Women and Family*, 7(1), 62-80. (Persain)
- Gholipour, A., MohammadEsmaeeli, N., & Gholipour, F. (2010). Identity planning, and ways to improve social identity of women in educational centers. *Women in Development and Politics*, 8(4), 121-140. (Persain)
- Giddens, A. (1998). *Consequences of modernity* (translated into Farsi by Mohsen Salasi). Tehran: Markaz Press. (Persain)
- Giddens, A. (2006). *The Construction of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Golmohammadi, A. (2013). *Globalization, culture, and identity*. Tehran: Nashre Ney. (Persain)
- Habibi, A., & Afaridi, S. (2022). *Multi-factorial decision making*. Tehran: Narvan Press.
- Hatami, M., & Mazhabi, S. (2011). Media and women's attitude towards their own gender. *Cultural Studies in Iran*, 4(2), 185-209. (Persain)
- Hosseinzadeh, A., Hossein, E., & Farhand, N. (2009). Analyzing the effective factors on social identity of female students in Shahid Chamran University. *Applied Sociology*, 20(3), 1-23. (Persain)
- Iman, M., & Kizghan, T. (2003). Analyzing the effective factors of social identity of women: the case of Shiraz. *Alzahra's Humanities*, 12-13(44-45), 79-107. (Persain)
- Imanpour, S., & Piri, F. (2019). Analyzing the social identity and social security of women in parks of Ahvaz. *Social Discipline*, 11(3), 163-188. (Persain)
- Karvani, A. (2018). Interaction in social media and its impact on national identity of students in Sistan and Balouchestan. *National Studies*, 19(2), 113-128. (Persain)
- Khajenouri, B., & Parnian, L. (2015). A study on the relationship between cultural globalization and social identity: women in Kermanshah. *Applied Sociology*, 26(1). (Persain)
- Khajenouri, B., & Riahi, Z. (2013). Globalization, materialism and women. *International Journal of Media*, 1, 21-47. (Persain)
- Khajenouri, B., Moradkhani, M., & Barati, Sh. (2018). A study on the relationship between lifestyle and social identity of women: the case of women in Ilam. *Social Sciences*, 15(1), 143-168. (Persain)
- Kiani, M., & Najafi, S. (2018). Social trust and social identity: redefining social identity of

- graduated women: the case of Tabriz. *Women and Society*, 9(2), 275-292. (Persain)
- Koosh, D. (2011). *The concept of culture in social sciences* (translated into Farsi by Ferey-doun Vahida). Tehran: Soroosh. (Persain)
- Kroger, J. (2019). *Identity in adolescence, the balance between self and other* (4th ed.). London & New York: Routledge.
- Laler, A. (2014). *Identity: a sociological perspective* (translated into Farsi Mahnaz Farahmand). Tehran: Sociologists. (Persain)
- Malone, D. (2014). An introduction to the application of interpretive structural modeling. *Proceedings of the IEEE*, 63(3).
- Moghadas, A., & Khajenouri, B. (2005). Globalization and social identity change of women: the case of Shiraz and Estehban. *Sociological and Psychological Studies of Women*, 3(7), 5-32. (Persain)
- Montalbano, Lori L. (2011). *Gender, race, and social identity in American politics: The past and future of political access*. Rowman & Littlefield.
- Mostofi, A. (2013). The relationship between social identity and security in women of Tehran. *Female Police*, 7(19), 55-77. (Persain)
- Nezhad Asghari, Z. (2016). *The impact of social media (telegram) on religious identity of users*. National Conference on Women, Family, and Social Media, Iranian Institute of Women Studies. (Persain)
- Orrange, R. M. (2003). The emerging mutable self: gender dynamics and creative. adaptation in defining work, family and future. *Social Forces*, 82(1).
- Rafatjah, M., & Sayarpour, F. (2011). Social and cultural factors and their impact on identity representation through body. *Journal of Cultural and Information Studies*, 7(23), 73. (Persain)
- Raghibi, M., Minakhani, Gh. (2012). The relationship between body management and individual and social identities. *Studies in Social Psychology*, 2(7). (Persain)
- Rahbar Mehrpo, B., Rashidi, E., & Danayi, A. (2019). The relationship between social media, Instagram, and the redefinition of gender identity of women. *Women Studies*, 10(2), 85-112. (Persain)
- Robert, B. W., & Robenz, R. W. (2000). The intersection of personality triates and major life goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(10).

- Sajadian, N., Nemati, M., & Ghashtil, F. (2019). The role of location in the effectiveness of IT on gender identity of women: the case of Ahvaz. *Geographical Studies*, 34(3), 413-425. (Persain)
- Sarookhani, B., & Rafatjah, M. (2004a). Women and the redefinition of social identity. *Iranian Journal of Sociology*, 5(2), 133-160. (Persain)
- Sarookhani, B., Rafatjah, M. (2004b). Sociological factors of redefining social identity of women. *Women in Development and Politics*, 2(1), 71-91. (Persain)
- Shahvandi, A., & Taghavinassab, M. (2017). Analyzing the role of social identity of women: the case of women in Pasargad. *Women and Society*, 8(4), 165-184. (Persain)
- Shayegan, F., & Roštami, F. (2011). Social identity and security: the case of women in Tehran. *Welfare Planning and Social Development*, 3(9), 149-181. (Persain)
- Soltani, L., Zangiabadi, A., & Naštaran, M. (2011). City planning for identity enhancement of Islamic-Iranian females: a focus on city neighborhood. *Studies on Iranian-Islamic Cities*, 1(4), 29-36. (Persain)
- Tajfel, H., & John, T. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict, the social psychology of intergroup relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Wolfe, T. M. (2013). *Investigating science identity and motivation constructs in undergraduate chemistry through novel instrument development*. A dissertation, submitted to Oregon State University, in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Science Education.
- Zolfali Fam, J., & Ghafari, M. (2009). A sociological analysis of social identity of female students in Gilan. *Research on Young, Culture, and Society*, 3, 121-140. (Persain)