

هویت جمعی جوانان و برساخت جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی (مطالعه موردی: جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان گلستان)

فرح ترکمان^۱ * محمدرضا نعیمی^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تعیین برجستگی ابعاد فروملی (جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی) هویت جمعی در مقایسه با ابعاد ملی و فراملی، تعیین برجستگی هر یک از ابعاد فروملی در مقایسه با یکدیگر، تعیین برجستگی جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری تشکیل‌دهنده هر یک از ابعاد فروملی و نیز تعیین میزان تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری در ساخت ابعاد فروملی هویت جمعی و تبیین مناسبات میان آنها بر ۳۸۰ نفر از جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان گلستان در سال ۱۳۹۱ به انجام رسید. یافته‌ها نشان داد: ابعاد فروملی هویت جمعی در هر سه جنبه شناختی، احساسی و رفتاری از برجستگی بالاتری نسبت به ابعاد ملی و فراملی برخوردار بودند. خانواده سازوکار اصلی جامعه‌پذیری در شکل‌دهی به ابعاد فروملی هویت جمعی است، سپس برنامه‌های ماهواره‌ای، نظام آموزشی و در نهایت، برنامه‌های صداوسیما قرار دارند.

واژگان کلیدی: هویت جمعی، هویت فراملی (جهانی)، هویت ملی، هویت جنسیتی و کارگزاران جامعه‌پذیری.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال سوم • شماره یازدهم • تابستان ۹۳ • صص ۱۹۸-۱۴۹

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۱۱/۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۵/۲

۱. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی (ft134013@gmail.com).
۲. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آزادشهر، نویسنده مسئول (maeimi@yahoo.com).

مقدمه

موضوع هویت^۱ و مسئله کیستی و چیستی انسان از دغدغه‌های حیاتی، ذهنی و عینی است که به واقع با پیدایش بشر متولد شده و انسان از همان ابتدا برای فهم و درک اینکه کیست و چیست، پاسخ‌های متفاوتی داشته است. هویت یک واژه مبهم و لغزنده است که به خصوص در سال‌های اخیر در بسیاری از زمینه‌های مختلف و برای مقاصد گوناگون مورد استفاده واقع شده است (Buckingham, 2008). در واقع، پرسش‌های بسیاری درباره هویت وجود دارد: چگونه می‌دانیم ما که هستیم و دیگران ما را چگونه شناسایی می‌کنند؟ چگونه می‌توانیم احساس خود را به عنوان افراد منحصر به فرد تحقق بخشیم و یا اینکه بسیاری از جنبه‌های هویتمان را با دیگران به اشتراک بگذاریم؟ پاسخ به این سؤال‌ها است که یک فرد انسانی را از هم‌نوع خود متمایز می‌کند. بدین ترتیب باید گفت: هویت جمعی^۲ احساس تعلق و وابستگی به یک جمع، بر اساس ویژگی‌های مشترک و مشابه در بین گروهی از افراد است، به نحوی که عضو یک جامعه را از سایر جوامع متمایز سازد، فرد در مقابل معیارها و ارزش‌های جمعی خود احساس تعهد و تکلیف کند، در امور مختلف آن مشارکت جوید و انتظارات جامعه را از خود پاسخ دهد (راسخ و دیگران، ۱۳۸۶؛ Ashmore et al., 2004). پس هویت جمعی از عضویت فرد در گروه‌های اجتماعی تعیین شده و آنچه فرد را به این گروه‌ها پیوند می‌دهد، نقشی است که فرد در گروه‌ها ایفا می‌کند.

در جوامع سنتی و ماقبل مدرن، هویت دینی به سبب مرجعیت دین و هنجارهای دینی، هویت فائق و برتر تلقی می‌شد. پس از دوران نوزایی و رنسانس بود که هویت ملی جای هویت دینی را به خود اختصاص داد که از تعلق خاطر و پیوند آن به سرزمینی خاص نشئت می‌گرفت (کچویان، ۱۳۸۴). اما در عصر حاضر منابع هویت‌ساز به واسطه عوامل گوناگون،

1. Identity

2. Collective identity

از جمله تحولات ساختاری در جامعه، اقتصاد و فرهنگ نظیر گسترش شهرنشینی، صنعتی شدن، مهاجرت، گسترش آموزش و تحرک طبقاتی و تحولات اجتماعی و فرهنگی ناشی از انقلاب ارتباطات و فرایند جهانی شدن، دچار دگرگونی چشمگیری شدند که در نتیجه آن، تعلقات و وابستگی‌ها و دل‌بستگی‌های افراد نسبت به جنسیت، طبقه، خانواده، شغل، ورزش، موسیقی و... بخشی از منابع هویتی آنان را شکل می‌دهد. خودفهمی‌های طبقاتی در قالب جنبش‌ها و حرکت‌های طبقاتی مثل کارگران و یا معلمان، گسترش جنبش‌های زنان برای بازتولید هویت جنسیتی، ایجاد فرقه‌ها و شکاف‌هایی در گروه‌های مذهبی، قومی، زبانی و... تعلقات خانوادگی و خویشاوندی و نظایر آن، نشانه‌هایی از این دست هستند. از این رو ضرورت دارد به ابعاد فراملی هویت جمعی نظیر جنسیت، خانواده و طبقه که در عرصه کنش‌های جهت‌یافته روزمره و پذیرش نقش‌های حاصل از این کنش‌ها که تماماً تحت تأثیر فرایند جامعه‌پذیری است، پرداخته شود. بنابراین هویت و جامعه‌پذیری دو فرایند درهم‌تنیده و غیرقابل تفکیک هستند؛ چراکه انسان از بدو تولد تا پایان حیات در فرایند جامعه‌پذیری است که به کسب هویت می‌پردازد.

آنچه بدیهی به نظر می‌رسد، آن است که در زمان گذشته نهاد خانواده به‌عنوان کارگزار مسلط جامعه‌پذیری افراد محسوب می‌شد. اما به موازات حرکت جامعه به سمت توسعه، شاهد تحولات و دگرگونی‌های مختلف و متفاوتی در یکی دو دهه اخیر از جمله گسترش شهرنشینی، تغییر نوع معیشت، اجباری شدن آموزش همگانی و افزایش سطح تحصیلات، توسعه صنعت حمل و نقل و نیز ارتباطات در سطح جامعه بوده‌ایم. چنین تغییراتی باعث افزایش قدرت رقیبان در امر جامعه‌پذیری افراد در کنار خانواده شدند؛ خانواده که تا آن زمان به‌عنوان کارگزار مسلط و سنتی محسوب می‌شد با نهادینه شدن چنین تغییراتی قدرت نامحدود خود را از دست داده و رقبای دیگری نظیر نظام آموزشی و رسانه‌های ارتباط جمعی نقش مهمی را در امر جامعه‌پذیری افراد عهده‌دار شدند که الگوها و ارزش‌های انتقالی آنها عمدتاً همسو با تغییرات صورت گرفته بود (اعزاز، ۱۳۸۶). این الگوپذیری گاه متضاد افراد- در برهه‌ای که تداخل کارکردی میان کارگزاران جامعه‌پذیری وجود دارد- باعث می‌شود که فرد در جهت پذیرش الگوها و ارزش‌های انتقالی و نیز هویت‌یابی دچار سردرگمی و عدم تعادل شود.

با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص عدم تعامل مناسب کارگزاران

جامعه‌پذیری در زمینه‌های گوناگون اجتماعی (هومین‌فر، ۱۳۸۲؛ طالبان، ۱۳۷۸؛ موحد و عباسی شوازی، ۱۳۸۵؛ نعیمی، ۱۳۹۰؛ قائمی‌فر و حمایت‌خواه بهرامی، ۱۳۸۸) و با توجه به پیشینه مطالعات با موضوع هویت جمعی در ایران که در دو محور فرایند تکوین و ساخت هویت جمعی و نقش مؤلفه‌های سازنده و دیگری تمرکز بر هویت و ابعاد آن به‌طور کلی قابل جمع‌بندی هستند، به مواردی توجه نشده است که به صورت سؤالات اصلی این پژوهش مورد توجه قرار گرفته‌اند. پژوهش حاضر برای دستیابی به پاسخ سؤالاتی از این قبیل که برجستگی ابعاد فروملی هویت جمعی در مقایسه با ابعاد فراملی و ملی آن چگونه است و اینکه مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری و نقش هر یک در ساخت ابعاد فروملی هویت جمعی به چه صورت است، مطالعه خود را روی جوانان ۲۹-۱۵ ساله استان گلستان - که به لحاظ سنی در مرحله‌ای قرار دارند که در جست‌وجوی کسب آگاهی از پیرامونشان، محله‌شان و هویت جمعی و فرهنگی‌شان هستند (اکبرزاده، ۱۳۷۶) - در سال ۱۳۹۱ متمرکز کرده است. فرضیه‌های مورد بررسی عبارتند از:

۱. به نظر می‌رسد هویت جمعی جوانان بیشتر تحت تأثیر ابعاد فروملی است تا ابعاد ملی و فراملی.
۲. به نظر می‌رسد تأثیر جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی در درون هویت جمعی با یکدیگر متفاوت است.
۳. به نظر می‌رسد برجستگی ابعاد جامعه‌پذیری (شناختی، احساسی و رفتاری) در جامعه‌پذیری‌های (جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی) متفاوت است.
۴. به نظر می‌رسد تأثیر انواع کارگزاران جامعه‌پذیری (خانواده، نظام آموزشی، برنامه‌های صدا و سیما و برنامه‌های ماهواره‌ای) بر میزان برجستگی جنبه‌های سه‌گانه ابعاد فروملی هویت جمعی جوانان متفاوت است.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۱. پیشینه پژوهش

مطالعه بر روی هویت جمعی را می‌توان در دو محور مجزا قرار داد که البته مکمل یکدیگر نیز هستند. محور اول به بررسی فرایند تکوین و ساخت هویت جمعی و نقش مؤلفه‌های سازنده آن می‌پردازد و محور دوم بر روی کلیتی به نام هویت و ابعاد آن متمرکز است.

در محور اول، واقعیت آشکار و غیرقابل انکار این است که هویت در هر سطحی، امری اجتماعی و محصول ارتباط و کنش متقابل فرد با دیگری است. اساس ارتباط و کنش متقابل انسان‌ها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که جامعه برای تسهیل این روابط و ممانعت از برخورد و اصطحکاک ایجاد کرده است. ارزش‌ها و هنجارها، قالب و الگویی برای ساخت هویت ایجاد می‌کنند که موجب هماهنگی و یکپارچگی فعالیت و نزدیکی اعضای جامعه به یکدیگر می‌شود. در همه جوامع انسانی فرایند جامعه‌پذیری به واسطه کارکرد آشناسازی اعضای جامعه با ارزش‌ها و هنجارهای موجود، وجه غیرقابل انکار زندگی انسانی بوده و فرایندی دائمی است که از تولد کودک آغاز و تا پایان زندگی وی ادامه می‌یابد. در گذشته، خانواده به دلیل محیط محدود و کنترل‌شده، سیستم زندگی مشابه، هنجارهای تعریف‌شده و... عمدتاً به‌عنوان نهاد مسلط در جامعه‌پذیر کردن افراد شناخته می‌شد، اما در جوامع جدید و امروزی، با توجه به گسترش شهرنشینی و رواج مهاجرت، ایجاد خانواده هسته‌ای، ورود فناوری ارتباطی و... رقیبان عمده‌ای در کنار خانواده برای جامعه‌پذیری نظیر نظام آموزشی، رسانه‌های ارتباط جمعی و... پیدا شده‌اند و امر جامعه‌پذیری را به مثابه یک فرایند پیچیده مبدل ساخته‌اند. بدین ترتیب است که تعدد نهادهای جامعه‌پذیرکننده و ارتباط میان آنها نیز یک اصل پذیرفته شده است. این ارتباط میان نهادی در جامعه‌های جدید بسیار شدید و تأثیرگذار است.

در مواقعی که چنین تداخل کارکردی میان نهادها برقرار باشد، باید هماهنگی و تعادل مناسبی میان نهادها برقرار شود، در غیر این صورت حالت سردرگمی و عدم تعادل در هویت‌یابی در افراد به وجود می‌آید. دغدغه‌ای که ذهن بسیاری از پژوهشگرانی که در عرصه تکوین و ساخت هویت جمعی - نظیر احمدی و گروسی (۱۳۸۳)، هومین فر (۱۳۸۲)، قائمی فر و حمایت‌خواه بهرامی (۱۳۸۸)، نعیمی (۱۳۹۰) و عریضی و همکاران (۱۳۸۵) - قدم برداشته‌اند را به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم معطوف به بررسی تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری در روند ساخت هویت جمعی کرده است. عده‌ای از این پژوهشگران به تعارض میان خانواده و سایر نیروهای جامعه‌پذیرکننده (نظام آموزشی و رسانه‌های ارتباط جمعی) و عده‌ای دیگر نیز به تعارض میان خانواده و نظام آموزشی با رسانه‌های ارتباط جمعی اشاره کرده‌اند. حال این سؤال به ذهن مخاطب می‌آید که آیا خانواده با سایر نیروهای جامعه‌پذیرکننده در فرایند ساخت هویت جمعی، در همه ابعاد و مؤلفه‌ها متعارض

است یا خیر. همان چیزی که مورد غفلت این پژوهشگران بوده است که نقاط تعارض میان نیروهای جامعه‌پذیرکننده را به صورت ریز و دقیق مشخص نکرده‌اند.

زمانی می‌توان از شکل‌گیری هویت جمعی سخن به میان آورد که ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای جمع (گروه) از طریق فرایند جامعه‌پذیری در افراد درونی شده باشند، افراد به ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای آن جمع (گروه) باور داشته باشند. احساسات و طرز تلقی‌های آنان با دیگر اعضای جمع همانند شود و افراد پایگاه خود را در ساختار اجتماعی بیابند، به آن تعلق پیدا کنند و نسبت به ایفای نقش خود تعهد داشته باشند. بدین ترتیب عناصر سازنده هر هویت جمعی در هر سطحی شامل عناصر شناختی، احساسی و رفتاری است. در بسیاری از مطالعات (Aries & Seider, 2007؛ رجایی، ۱۳۸۳، حاجیانی، ۱۳۸۸) مؤلفه‌هایی که به عنوان ارکان و عناصر سازنده هویت جمعی قلمداد شده‌اند، متعدد و متفاوتند و مؤلفه‌ها بدون آنکه وزن مشخصی داشته باشند در کنار هم چیده شده‌اند. مخاطب این دیدگاه‌ها برای این پرسش پاسخی نمی‌یابد که آیا این عناصر در همه زمان‌ها و در همه مکان‌ها شناسه هویت جمعی مورد نظر می‌تواند باشد یا خیر.

در عصر حاضر منابع هویت‌ساز به واسطه عوامل گوناگون، از جمله تحولات ساختاری در جامعه، اقتصاد و فرهنگ دچار دگرگونی چشمگیری شدند که در نتیجه آن تعلقات، وابستگی‌ها و دلبستگی‌های افراد نسبت به جنسیت، طبقه، خانواده، شغل، ورزش و... بخشی از منابع هویتی آنان را تشکیل می‌دهد. در حالی که تعدادی از پژوهش‌ها (Benson & Trew, 1995; Kim, 1999؛ حاجیانی، ۱۳۸۸، رجایی، ۱۳۸۳) که بر روی هویت‌های جمعی صورت گرفته‌اند، شکل‌گیری هویت‌ها را با شناسایی دسته‌های اجتماعی در مقیاس بزرگ نظیر ملت، نژاد، مذهب و... مورد بحث و بررسی قرار داده و از پرداختن به هویت‌ها و دسته‌های اجتماعی کوچک نظیر خانواده، طبقه، جنسیت و... که بر خلاف هویت‌های سطح کلان، افراد در زندگی روزمره و در تعاملات خود با دیگران به صورت مستمر در لایه‌های نقشی که باعث شکل‌گیری چنین هویت‌هایی می‌شوند، قرار می‌گیرند و آنها را تولید و بازتولید می‌کنند، غفلت کرده‌اند.

در باب محور دوم که در آن بررسی هویت و ابعاد آن مورد نظر است، باید گفت: هویت در عصر حاضر یک هویت بریکولازی است. «واژه بریکولاژ نخستین بار در جامعه‌شناسی زیمل به کار رفت و حاکی از آن است که کنشگران اجتماعی با دقت و از

اجتماعات محلی، ملی و فراملی چیزهایی را گزینش می‌کنند و هویت آنان تصویری رنگارنگ از این قطعات انتخاب شده است» (کوثری، ۱۳۸۳: ۱۳۸). یکی از چالش‌های احتمالی انسان این خواهد بود که در این گوناگونی ناتوان از سازگاری باشد. برای برون‌رفت از این بحران احتمالی، باید از پس این پراکندگی و آشفته‌بازاری، نظامی منسجم ایجاد کرد و از دل این چندگونگی به همبستگی متقابل و همه‌جانبه دست یافت. آنچه لازم به نظر می‌رسد، انجام تحقیقات و تألیفات متعدد در جهت شناخت نحوه تعامل میان ابعاد گوناگون هویت جمعی در هر سطحی است، تا بتوان قالبی جدید فراهم آورد که همزیستی آنها در کنار یکدیگر بیش از پیش امکان‌پذیر شود؛ نظیر پژوهش‌هایی که حاجیانی (۱۳۸۸)، رجایی (۱۳۸۳)، بنسون و ترو (۱۹۹۵)، کارن بکویت^۱ (۱۹۹۸) به انجام رسانده‌اند. اما در نقطه مقابل، برخی پژوهش‌ها (Kiecolt & Lomoscolo, 2003; Scabini & Manzi, 2011; Morrison, 2010, Higgs & Gillard, 2006; Aries & Seider, 2007) علی‌رغم برخورداری از جنبه‌های علمی و یافته‌های جدید، به پدیده هویت جمعی به صورت تک‌بعدی پرداخته و تنها بر یکی از ابعاد هویت جمعی متمرکز بوده‌اند.

۲-۱. رویکردهای مرتبط با هویت جمعی

برای درک عمیق و فهم مناسب از هویت جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی به‌عنوان ابعاد فراملی هویت جمعی در این پژوهش، بهتر آن است ابتدا به تعریفی از هویت جمعی که از دو رویکرد کنش متقابل ساختی و کنترل هویت برگرفته شده است، اشاره کرد تا با یک پشتوانه نظری محکم از هویت جمعی به بحث درباره هریک از ابعاد فراملی هویت جمعی پرداخت.

کنش متقابل ساختی^۲ یکی از شاخه‌های کنش متقابل نمادی است که سعی در توجه بیشتر به ساخت‌های کلان اجتماعی در جهت کارآمدتر نمودن مکتب کنش متقابل نمادی دارد. شلدون استرایکر^۳ از چهره‌های شاخص این رویکرد است. استرایکر معتقد است: برای هریک از موقعیت‌های اشغال شده و نقش‌های برنامه‌ریزی شده در مجموعه روابط اجتماعی سازمان‌یافته، هویت‌هایی داریم (Cassidy, 2001).

1. Beckwith
2. Structural symbolic interactionism
3. Stryker

بدین ترتیب هویت‌ها در واقع حلقه ارتباطی بین فرد و ساختار اجتماعی هستند، چرا که گزینش‌هایی هستند که فرد در راستای جایگاه خود در ساختارهای اجتماعی و نقش‌هایی که در آن موقعیت‌ها قرار دارد، اتخاذ می‌کند (Stryker, 1982).

ما آمده‌ایم که از طریق تعامل با دیگران بدانیم که و چه هستیم. ما به واسطه پیوند با نمادهای خودمان که از طریق کنش با دیگران به دست می‌آید، به موضوعاتی برای خود تبدیل می‌شویم. نمادها دارای معانی هستند که از طریق همین کنش با دیگران حاصل می‌شود. مثل نمادهای دیگر، نمادهای خود نیز یک سری مفاهیم کنش را در خود دارد: به ما می‌گویند چگونه می‌توانیم آنطور که انتظار می‌رود در فعالیت‌های در حال انجام خود عمل کنیم. افراد نام‌هایی را برای خود در حین کنش در چارچوب رفتار سازمان یافته به کار می‌برند که چنین نامگذاری بر حسب موقعیت مورد استفاده قرار می‌گیرد و تبدیل به بخشی از خود می‌شود و در افراد با توجه به رفتار خودشان انتظاراتی را به وجود می‌آورد (Ibid: 202-203).

همچنین به نظر استرایکر، فرض اینکه هویت‌ها در سلسله‌مراتبی از برجستگی قرار دارند و این سلسله‌مراتب شیوه‌ای است که بدان شیوه خود سازمان می‌یابد، فرض معقولی می‌تواند باشد. بر این منوال، برجستگی هویت برای یک شخص به خصوص را می‌توان احتمال اینکه یک هویت خاص در موقعیت‌های متنوع مورد استفاده قرار بگیرد تعریف کرد (حاجیان، ۱۳۸۸).

استرایکر در ادامه به معرفی ایده «تعهد»^۱ می‌پردازد و از آن برای ساختن پلی میان ساختار اجتماعی و هویت فرد کمک می‌گیرد، بدین صورت که «هرچه تعهد^۲ فرد به یک هویت بیشتر باشد، آن هویت در مرتبه بالاتری از سلسله‌مراتب هویتی قرار خواهد گرفت» (Turner, 1998: 273).

تئوری کنترل هویت^۳ بر ماهیت هویت‌های افراد (که چه کسانی هستند) و روابط بین

1. Commitment

۲. این مفهوم به روابطی با دیگران اشاره دارد که به‌عنوان خدمت از روی انتخاب شکل گرفته، به قسمی که تغییر الگوی انتخاب، نیازمند تغییر الگوی روابط با دیگران است. به میزانی که روابط شخص با دیگران، به گونه‌ای از خاص بودن بستگی داشته باشد، شخص به آن گونه خاص بودن متعهد شده است. بدیهی است که تعهد به هویت‌ها به معنای ورود به روابطی است که نیازمند به حساب آوردن و پذیرفتن صفات موقعیتی است.

3. Identity Control Theory (ICI)

هویت‌های افراد و چگونگی احاطه ساختار اجتماعی بر روی هویت‌ها، متمرکز است (Burke, 2004). برک، پرچمدار این رویکرد، معتقد است: اتصال فرد با ساختار اجتماعی برای شکل‌گیری هویت به دو طریق انجام می‌پذیرد: ۱. «معنا» که اغلب به صورت محلی در ساختار اجتماعی تعریف می‌شود؛ پدر یا پسر بودن به چه معناست، معلم بودن به چه معناست؟» (Burke, 1991: 837) و ۲. منابع^۲ که فرایندی برای حفظ افراد، گروه‌ها و کنش متقابل است و به دو دسته ملموس و غیرملموس نظیر ارزش‌ها، حمایت‌های اجتماعی، مواد مصرفی و... تقسیم می‌شوند (Freese & Burke, 1994). بنابراین باید گفت: منابع به مثابه ابزاری است که به واسطه نقش شخص در موقعیت، تحت کنترل او قرار می‌گیرد. با اتصال فرد با ساختار اجتماعی به واسطه مجموعه معانی و منابع در اختیار، شکل‌گیری هویت که دارای حلقه برگشتی و دور کامل است به وقوع می‌پیوندد (Burke, op.cit) که شامل چهار حلقه است: ۱. مجموعه معانی برای یک هویت خاص که در این تئوری، استاندارد هویت^۳ نامیده می‌شود، ۲. داده‌های ادراکی که از موقعیت حاصل می‌شود، اینکه یک نفر خودش را چگونه می‌بیند و بازخورد معناداری که خود از دیگران می‌گیرد، ۳. فرایندی که داده‌های ادراکی را با استاندارد هویت مقایسه می‌کند و در نهایت، ۴. خروجی برای محیط (رفتار معنادار) که نتیجه این مقایسه همان خوداثباتی^۴ است (Ibid; Burke, 2004: 574; Stets,) (2006: 96).

بنابراین می‌توان در فرایند شکل‌گیری هویت، مطابق رویکرد کنترل چگونگی تأثیر ساختارهای اجتماعی بر ساختار خود و چگونگی تأثیر ساختار خود بر روی رفتار اجتماعی (Renolds & Aerman-Kinney, 2003) را به خوبی لمس کرد. بنا بر این نظریات، می‌توان هویت جمعی را بر محوریت نقش‌های اجتماعی مشتمل بر سه عنصر و وجه دانست:

۱. عنصر (وجه) شناختی: آگاهی فرد از اینکه به یک گروه تعلق دارد. البته، در این وجه، فرد جایگاه و نقش خاصی را نیز برای خود تعریف می‌کند.
۲. عنصر (وجه) احساسی: احساسات (حس تعهد و تعلق خاطر) نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند.

-
1. Meaning
 2. Sources
 3. Identity standard
 4. Self-verification

۳. عنصر (وجه) رفتاری: ایفای نقش محول شده در گروهی خاص و برآورده کردن انتظارات افراد گروه و مشارکت در امور جمعی آن گروه. حال پس از فهم پایه‌های بنیادین هویت جمعی، باید به تبیین نظری هویت جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی به‌عنوان یکی از ابعاد هویت جمعی پرداخت که در بخش جنسیتی و خانوادگی، از رویکرد ساختی - کارکردی برای تبیین چگونگی شکل‌گیری این ابعاد از هویت جمعی بر پایه جامعه‌پذیری جنسیتی و خانوادگی و در بخش طبقاتی از رویکردهایی همچون مارکس، ماکس وبر و وبلن استفاده شده است.

۳-۱. رویکرد مرتبط با هویت جنسیتی

پارسنز به‌عنوان یکی از نمایندگان این رویکرد معتقد است: جامعه‌پذیری روندی است که طی آن فرد به مفهوم عام می‌آموزد که نقش‌هایش چیست و یا به بیان دیگر جامعه‌پذیری عبارت است از: جریان فراگیری رفتارها و قابلیت‌های لازم برای ایفای یک نقش اجتماعی خاص (Parsons & Bales, 1954/2003). «پارسنز براساس مراحل جامعه‌پذیری فروید^۱، این مراحل را به پنج مرحله دسته‌بندی می‌کند که در هر مرحله نسبت به مراحل پیشین، هم گسترده‌تر و هم پیچیده‌تر می‌گردد و به عبارتی، فرد با ورود به هر مرحله جدید می‌آموزد که نسبت به مرحله قبلی باید رفتاری متفاوت و در عین حال پیچیده‌تر با پیرامون خود داشته باشد» (هژبری، ۱۳۸۹: ۳۷).

در مرحله اول، نوزاد مادر را در خود درونی می‌کند، اما هنوز در موقعیتی نیست تا مادرش را که منبع پاسخگویی به نیازهایش است را جدا از خود بداند. پارسنز چنین مرحله‌ای را «هویت مادر - کودک»^۲ نامگذاری می‌کند که در آن «نظام وابستگی»^۳ در کودک نهادینه و درونی می‌شود (Parsons & Bales, op.cit: 48-49). در مرحله دوم به تدریج کودک شروع به شناخت نیازهای عمومی خود کرده و به صورت تدریجی می‌آموزد که موجودی جدا از مادر است. با چنین شناختی، روابط متقابل بین مادر و کودک آغاز می‌شود. ارتباط متقابل مادر و کودک از یک سو موجب تشدید وابستگی کودک به مادر می‌شود و از سوی دیگر کودک مادر را چنان در خود جذب و درونی می‌کند که به درجه

-
1. Freud
 2. Mother-child identity
 3. Dependency system

«خودگردانی»^۱ برسد. بدین ترتیب تا پایان مرحله دوم، دو نظام در کودک درونی شده‌اند: «نظام وابستگی» و «نظام خودگردانی» (Ibid). در مرحله سوم پدر نیز وارد عرصه جامعه‌پذیری شده و در واقع نظام درونی در «مادر - کودک» تبدیل به نظام بیرونی «مادر - کودک - پدر»^۲ می‌شود. بدین ترتیب کودک به نقش ابزاری پدر و مدیریت وی جهت رفع نیازهای مادی خانواده و نقش مادری در جهت ایجاد امنیت روحی و عاطفی خانواده پی می‌برد. در چنین روندی، پسر، پدر و نقش وی را الگوی خویش قرار می‌دهد. دختر نیز با درونی کردن نقش مادر، هویت او را می‌پذیرد. نقش جنسیتی در فرد برای پسران بر نظام ابزاری^۳ و برای دختران بر نظام عاطفی^۴ استوار است. اما هنوز این مرحله پایان نیافته، چراکه نقش ابزاری را دختر بچه‌ها هم در رفتار متقابل با پدر و هم برادر خویش و پسر بچه‌ها نیز در رفتار متقابل با مادر و خواهر خویش نقش عاطفی را فرامی‌گیرند. فرد در پایان مرحله سوم، چهار نظام وابستگی، خودگردانی، عاطفی و ابزاری را در خود درونی کرده است. مرحله چهارم، وارد عمل شدن نظام بیرونی همسالان و ایجاد دو نظام عام و خاص است و در نهایت، در مرحله پنجم که آخرین مرحله جامعه‌پذیری است، انتخاب شغل مورد توجه است و در اینجاست که کودک به تفاوت بین نقش نسلی و نقش جنسیتی پی می‌برد (Ibid).

۴-۱. رویکرد مرتبط با هویت خانوادگی

اگر بخواهیم هویت خانوادگی را بر پایه نقش مورد بررسی قرار دهیم، از رویکردهای متفاوتی می‌توان نام برد. یکی از مهم‌ترین رویکردها، رویکرد ساختی - کارکردی است که هویت خانوادگی را بر مبنای ایفای نقش‌های خانوادگی در راستای رسیدن به هدف مشترک تعریف می‌کند. عنصر اساسی در این رویکرد، سؤالاتی نظیر این است که «چرا چیزهایی وجود دارد» که در واقع به وسیله پاسخ به سؤالاتی از قبیل «چگونه چیزهایی وجود دارند» یا «کارکرد چیزها» تبیین می‌شوند (White & Klein, 2008: 34). رویکرد

1. Autonomy
2. Mother-child-father
3. Instrumental system
4. Expressive system
5. Why things exist
6. How things exist
7. Thing's function

ساختی- کارکردی^۱ جامعه را همانند مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی، که هر کدام کارکردهای خاصی را در جهت حصول اطمینان از تداوم^۲ و اجماع^۳ دارند، می‌بیند. در واقع، نهادها الگوها و راه‌های قابل پیش‌بینی تفکر و رفتار، اعتقادات، ارزش‌ها، نگرش‌ها و هنجارها هستند که در اطراف جنبه‌های حیاتی زندگی گروهی سازماندهی شده و در خدمت کارکردهای ضروری اجتماعی هستند. خانواده در این رویکرد وظایف مهمی در دستیابی به نیازهای اساسی جامعه انجام داده و به تداوم نظم اجتماعی کمک می‌کند (Lamanna & Reidmann, 2008). برنز^۴ (۲۰۰۹: ۸۱) و کلارک - استوارت و برنتانو^۵ (۲۰۰۶: ۳۰) کارکردهایی را برای خانواده قائل هستند که مهم‌ترین آنها عبارتند از: «تولید مثل، ارضای نیازهای جنسی، واگذاری نقش‌های اجتماعی، حمایت اقتصادی و حمایت تربیتی - عاطفی». در واقع «هریک از اعضای خانواده به منزله تکه‌ای از پازل هستند و باید موقعیت خود را در جهت حفظ تمامیت ساختار اجتماعی خانواده به کار بندند» (How, 2001: 35).

نظریه پارسنز درباره خانواده در درون نظریه بزرگ‌تر او از نظام‌های اجتماعی بهتر درک می‌شود. پارسنز جهان اجتماعی را به سه نظام تقسیم می‌کند: نظام فرهنگی^۶ متشکل از نمادها و معانی، نظام اجتماعی^۷ متشکل از گروه‌های اجتماعی و نهادهای سازمان‌یافته و در نهایت، نظام شخصیتی^۸ متشکل از انواع گونه‌های عمومی شخصیت. کار پارسنز بر روی خانواده، شامل فرایندهای جامعه‌پذیری مورد نیاز برای نظام اجتماعی و راه‌هایی است که در آن افراد بالغ با گروه یا نظام اجتماعی یکپارچه می‌شوند (Turner, 1991).

پارسنز چهار ضرورت کارکردی را که همه نظام‌ها برای دستیابی به نظم و تعادل به آن نیازمندند، چنین بیان می‌کند: «سازگاری (تطابق)؛ دستیابی به هدف؛ انسجام» و

-
1. Structural-functional approach
 2. Continuity
 3. Consensus
 4. Berns
 5. Clark-Stewart & Brentano
 6. Cultural system
 7. Social system
 8. Personality system
 9. Adaptation
 10. Goal attainment
 11. Integration

پایداری^۱. این نظام کارکردها (کارکردی) را معمولاً به صورت مخفف AGIL می‌گویند» (Ritzer, 1989: 208). به اعتقاد وی، کارکردهای اساسی و غیرقابل تقلیل خانواده عبارتند از: نخست، «جامعه‌پذیری کودکان؛ به طوری که آنها واقعاً می‌توانند تبدیل به اعضای جامعه‌ای که در آن متولد شده‌اند، باشند» (Parsons & Bales, 1954/2003: 17). بدین معنی که در چنین فرایندی کودکان هنجارهای فرهنگی جامعه خود را فرامی‌گیرند (Giddens, 2006)، دوم، «ثبات شخصیت بزرگسالان»^۲ (Parsons & Bales, op.cit). از آنجایی که فرایند جامعه‌پذیری در سال‌های اولیه کودکی اتفاق می‌افتد، خانواده مهم‌ترین عرصه برای رشد شخصیت انسانی است (Giddens, op.cit). به نظر پارسنز، این دو کارکرد رابطه‌ای تنگاتنگ دارند، چرا که کودک تنها در صورتی می‌تواند جامعه‌پذیر شود که جامعه بر مبنای ساختارهای نقشی مورد انتظار، نهادینه شده و سازمان یافته باشد و بزرگسالان به صورت ثابت چنین ساختارهای نقشی را دریافت کرده باشند.

هرچند پارسنز (۱۹۵۴) ادعا می‌کند که صنعتی شدن و شهرنشینی^۳ باعث از بین رفتن خانواده گسترده در آمریکا شده است، با این حال تأکید دارد که هنوز هم خانواده نهادی قوی و پایدار است که قادر است این دو کارکرد را به انجام برساند. بر این اساس، ما می‌توانیم هم از جامعه‌پذیری کودکان و هم از ثبات شخصیت بزرگسالان، به ساختارهای نقشی نهادی شروع کنیم (White & Klein, 2008).

ساختار خانواده را می‌توان ویژگی‌های منظم و عادی، خانواده در سبک، الگوهای کنش متقابل و سلسله‌مراتب قدرت دانست که در اثر و به صورت ماهیت گروهی در خانواده ایجاد می‌شوند (Duvall, 1971: 552). در تحلیل ساخت خانواده در صورتی که نقش و انتظارات نقشی تحلیل شوند، مهم‌ترین جنبه ساخت خانواده تحلیل شده و به همین علت است که پارسنز آمیزه نقش پایگاه^۴ را به عنوان واحد بنیادی در بررسی نظام اجتماعی نظیر خانواده به کار برده است.

ساختار خانواده هسته‌ای را می‌توان به عنوان یک نتیجه از تمایز در دو محور دانست:

1. Latency
2. Primary socialization of children
3. Stability of adult personality
4. Expected role structured
5. Industrialization and urbanization
6. Role-status

کارکرد ابزاری و عاطفی^۱. بر این اساس می‌توان چهار نوع اساسی از نقش - پایگاه را به تصویر کشید (Parsons & Bales, 1954/2003: 45). چنین نظری را می‌توان در جدول ۱ نشان داد. در این جدول قدرت اعضای خانواده در این سیستم، وابسته به میزان کارکردی است که هریک از آنان در فرایند کنش دارند.

جدول ۱. ساختار نقش در خانواده هسته‌ای

جهت‌گیری نقشی ^۳		سلسله‌مراتب قدرت ^۲
عاطفی	ابزاری	
مادر	پدر	قدرت برتر ^۴
زن	شوهر	
دختر	پسر	قدرت فروتر ^۵
خواهر	برادر	

source: Parsons & Bales, 1954/2003: 46

پارسنز و بلز (۱۹۵۶/۲۰۰۳: ۴۷) مفروضاتی را دربارهٔ توجه به ساختار نقشی در خانواده نظیر انتساب جهت‌گیری نقشی بر مبنای جنسیت ارائه می‌دهند: زنان بیشتر نقش‌های عاطفی و مردان عمدتاً نقش‌های ابزاری را برعهده دارند. جهت‌گیری ابزاری شامل روابط نظام با موقعیت‌های بیرون از نظام برای ایجاد تطابق و حفظ تعادل نظام است. از سوی دیگر جهت‌گیری عاطفی مربوط به امور داخلی نظام، حفظ روابط منسجم میان اعضا و... است. سپس، پارسنز با بیان اینکه «پدر کارشناس فنی و اجرایی، مادر رهبر کارزماتیک عاطفی^۶ و کارشناس فرهنگی است، بیشتر به توضیح و تبیین این مسئله می‌پردازد» (White & Klein, 2008: 39).

به اعتقاد پارسنز و بلز (۱۹۵۶/۲۰۰۳: ۴۹)، اولین مرحلهٔ جامعه‌پذیری کودک «هویت مادر - کودک^۷» است که معادل هویت‌یابی اولیه در مباحث فروید است. جدایی از این

1. Instrumental and expression function
2. Hierarchy of power
3. Role orientation
4. Superior power
5. Inferior power
6. Expressive charismatic leader
7. Mother-child identity

هویت و حرکت کودک به سمت دیگر روابط دوتایی خانوادگی (پدر - پسر، پدر - دختر و برادر - خواهر) عناصر ضروری جامعه‌پذیری هستند. در واقع، «فرایند جامعه‌پذیری دارای یک هدف، که یک کنشگر اجتماعی تولید کند، است. کنشگری که به یک سیستم روابط با دیگران گره خورده است» (Parsons & Bales, 1954/2003: 57).

پارسنز در مواردی چند مورد انتقاد قرار می‌گیرد، از جمله ایجاد یک تصویر ایده‌آل از خانواده، عدم اثبات ویژگی‌های خانواده به وسیله بررسی‌های تجربی، عدم توجه به روابط درون خانواده، عدم توجه به نقش طبقه اجتماعی در مناسبات و رشد و تکامل خانواده، عدم توجه به رقیبان خانواده در جامعه‌پذیری فرزندان، ثابت فرض کردن فرایند جامعه‌پذیری خانوادگی و شکل‌گیری هویت خانوادگی.

۵-۱. رویکردهای مرتبط با هویت طبقاتی

مفهوم طبقه از بنیادی‌ترین مفاهیم علوم اجتماعی است. در تعریف طبقه، ادبیات گسترده‌ای وجود دارد. «طبقه کلمه‌ای است با شماری از معانی» (Saha, 2006: 73). تشخیص اینکه طبقه چیست، چگونه شناسایی شده و چگونه از هم متمایز می‌شوند، دارای پیچیدگی‌ها و ابهامات فراوانی است. هر چند متفکران علوم اجتماعی در قرون قدیم به مفهوم طبقه اشاراتی داشته‌اند، اما این مارکس بود که با پیش کشیدن این مفهوم و مبنای قرار دادن آن در تمامی تحلیل‌ها و بررسی‌های تاریخی و اجتماعی - اقتصادی‌اش اهمیت‌اش مضاعف به آن بخشید و آن را به صورت یک مفهوم فعال در جامعه‌شناسی کلاسیک مطرح کرد. اما خود مارکس هم تعریفی مشخص از طبقه ارائه نداد، بلکه در سراسر آثار خویش به صورت ضمنی به ویژگی‌ها و ابعاد آن اشاره کرده است. بدین ترتیب است که ارائه تعریفی دقیق و خالی از اشکال برای طبقه به آسانی میسر نیست، چراکه اختلاف نظر در این مورد وجود دارد. تا جایی که برخی صاحب‌نظران نظیر بوردیو تا نفی طبقه و استفاده از مفاهیم دیگر به عنوان جایگزین پیش رفته‌اند. مارکس (۱۸۴۸) طبقه را متشکل از گروه‌هایی از افراد می‌داند که در جریان تولید موقعیت همه آنها یکسان باشد، منافع و شرایط اقتصادی مشترک داشته باشند و به مرحله آگاهی طبقاتی رسیده و دارای خصومت طبقاتی با دیگر طبقات باشند.

افرادی نظیر ماکس وبر^۱ (۱۹۷۸) به جای استفاده از مفهوم طبقه، به مفهوم قشر می‌پردازند که بر سه عامل اصلی و اساسی قرار دارد. او ابتدا به تعریف نظام اقتصادی می‌پردازد که مشابه مفهوم طبقه از نظر ماکس است و افرادی را در یک دسته قرار می‌دهد که به لحاظ فرصت‌های زندگی مبتنی بر مالکیت اقتصادی کالاها و امکانات شغلی و درآمدی تحت شرایط بازار، دارای مشابهت هستند. عامل دوم از نظر وبر، نظام اجتماعی است که منظور از آن توزیع احترام و اعتبار است که از آن می‌توان با عنوان سلسله‌مراتب منزلت اجتماعی نام برد. عامل سوم نیز نظام سیاسی است که توزیع قدرت در جامعه را نمایان می‌سازد.

آنتونی گیدنز به مسئله طبقه از دیدگاه ساخت‌یابی^۲ خود نگاه می‌کند. هر چند گیدنز در تحلیل طبقه از دیدگاه‌های ماکس سود جسته، اما باید او را یک نووبری دانست که پایبندی بیشتری به سنت وبری دارد تا ماکس. منظور گیدنز (۱۹۸۲) از ساخت‌یابی، این است که تا چه اندازه طبقات در طول زمان و در مکان‌های متفاوت به مثابه دسته‌های اجتماعی مشخص و متمایز پدید می‌آیند و بازتولید می‌شوند، بدین اعتبار می‌توان استدلال کرد که دارایی و صلاحیت‌های تحصیلی و نیروی کار به مثابه قدرت یا حقوق اصلی عمل می‌کند که اقتصاد و طبقات ناشی از آن را به هم متصل می‌سازد یا به بیان دیگر واسطه‌ای است بین اقتصاد و طبقات.

ساخت‌یابی با واسطه روابط طبقاتی بیش از هر چیز با توزیع فرصت‌ها و امکان‌های تحرک هدایت می‌شود که در جامعه‌ای معین حضور دارند. در جامعه سرمایه‌داری بنیان نظام اولیه سه طبقه‌ای گذاشته خواهد شد: طبقه بالا، متوسط و پایین یا کارگر. سه منبع همجوار ساخت‌یابی طبقاتی وجود دارد که به یکدیگر مرتبط هستند: تقسیم کار در کسب و کار تولیدی، روابط اقتدار در این کسب و کار و تأثیر آنچه می‌توان آن را «گروه‌بندی‌های توزیعی» نامید (Giddens, 1982؛ کسل^۳، ۱۳۸۳). گیدنز برخلاف ماکس عقیده دارد که یکی از حوزه‌های ساخت‌یابی متفاوت طبقاتی در حوزه مصرف ایجاد می‌شود و نه در حوزه تولید. از دید گیدنز (۱۹۸۲) مفاهیم منزلت و گروه منزلتی وبر، دو عنصر تفکیک‌پذیر را در هم می‌آمیزد. از یک سو، شکل‌گیری گروه‌بندی بر اساس

1. Weber
2. Structuration
3. Cassell

مصرف و از سوی دیگر، شکل‌گیری انواع تمایزهای اجتماعی مبتنی بر نوعی ارزش‌های غیراقتصادی که معیاری برای پرستیژ یا مباحثات به دست می‌دهد.

به موازات چنین تبیین‌هایی، بسیاری از تحقیقات تجربی که صورت گرفتند، به این واقعیت اشاره دارند که سنخ‌شناسی‌های ساختاری و به‌خصوص طبقاتی دیگر نمی‌توانند پیچیدگی‌های دنیای امروزین را تبیین کنند. این افراد در تبیین‌هایشان از مصرف و سبک زندگی یاد می‌کنند. از جمله چنین افرادی می‌توان به تورستن و بلن (۲۰۰۴-۱۹۳۴)^۱ اشاره کرد که گرچه به طور مستقیم از سبک زندگی صحبت نکرده، اما این ایده را مطرح می‌کند که داشتن سبکی خاص به معنای چیزی بیشتر از علایق خاص فراغت است. داشتن سبک زندگی خاص و خودنمایی برای نشان دادن تعلق به گروه خاص در جامعه، به برجسته کردن تمایزهای گروه‌های دیگر منجر شده است (Gibbins & Reimer, 1999).

همچنین بوردیو^۲ (۱۹۸۴) تغییرات فرهنگی معاصر را به‌عنوان حرکت از دنیای اجتماعی مبتنی بر روابط گروه‌ها، طبقات و افراد با ابزار تولید به دنیایی که در آن روابط با ابزارهای مصرف تعیین‌کننده اصلی به شمار می‌آید، متصور می‌شود و تعریف کاملاً متفاوتی را مبنای کار خود قرار می‌دهد که در آن عوامل فرهنگی به موازات عوامل اقتصادی دست‌اندرکارند و هیچ‌یک اولییتی بر دیگری ندارد. او اصطلاح فضای اجتماعی را به جای طبقه اجتماعی می‌نشانند و مقصود از آن، توزیع چندبعدی صور مؤثر قدرت (یا سرمایه اعم از این که اقتصادی باشد یا فرهنگی یا اجتماعی) است که زیربنای موقعیت‌های اجتماعی است. سخن گفتن از فضای اجتماعی، بدین معناست که بدون توجه به قضاوت‌های بنیادی، به‌خصوص تفاوت‌های اقتصادی و فرهنگی، نمی‌توان هیچ‌کس را با دیگری در یک گروه جای داد. بدین ترتیب است که طبقات کاملاً به‌طور قراردادی و براساس سهمی که در یک مطالعه خاص دارند، تعیین می‌شوند، هرچند انجام چنین امری اصولی به نظر نمی‌رسد، اما چاره‌ای جز آن نیز وجود ندارد.

در مجموع، با مقداری ساده‌سازی سه معنی متفاوت از مفهوم طبقه را می‌توان شناسایی کرد: ۱. طبقه به‌عنوان منزلت، پایگاه، فرهنگ یا سبک زندگی،^۳ ۲. طبقه به‌عنوان نابرابری

1. Veblen

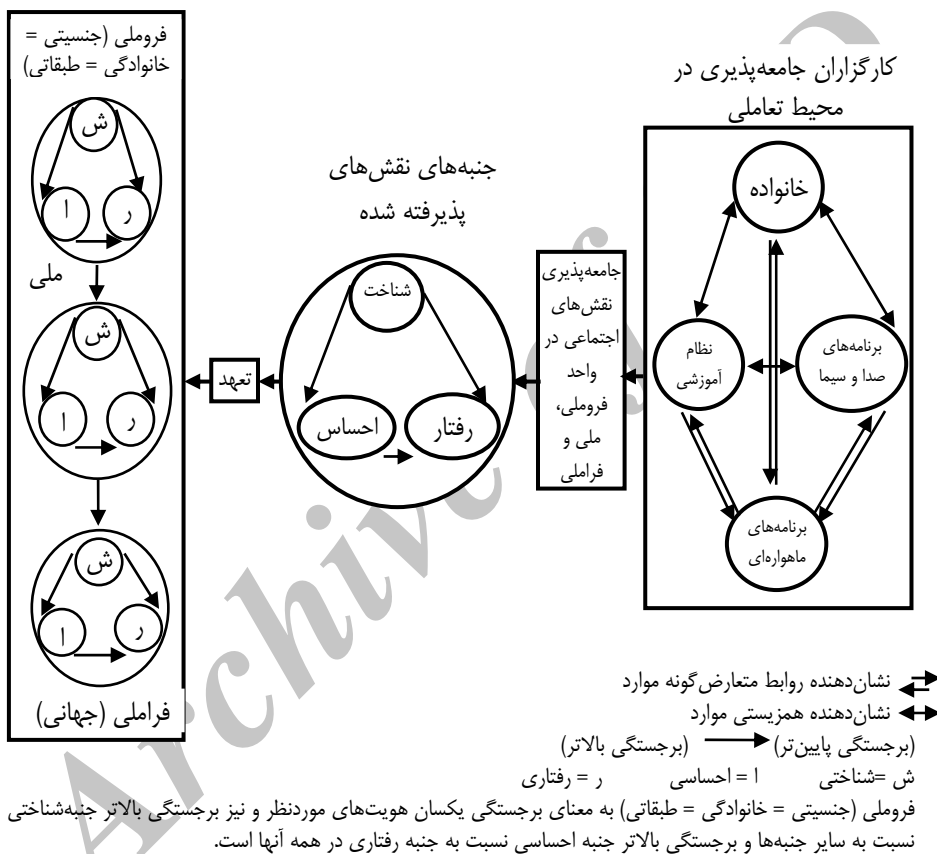
2. Bourdieu

3. Class as prestige, status, culture or lifestyles

اجتماعی و اقتصادی ساختاریافته^۱ (مربوط به مالکیت منابع اقتصادی و قدرت) و ۳. طبقه به عنوان کنشگران بالفعل یا بالقوه سیاسی و اجتماعی^۲ (Crompton, 2008: 15).

۶-۱. مدل نظری پژوهش

به طور خلاصه باید گفت که برای مباحث نظری عنوان شده می توان چنین الگویی را ترسیم کرد و از طریق جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از جامعه هدف آن را آزمود.



نمودار ۱. مدل نظری پژوهش

1. Class as structured social and economic inequality
2. Class as actual or potential social and political actors

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر که در آن هویت جمعی جوانان به‌عنوان متغیر وابسته مطرح شده و هویت جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی به‌عنوان متغیرهای مستقلی که در ارتباط با هم در فرایند جامعه‌پذیری فرد مورد توجه قرار گرفته‌اند به روش پیمایشی از نوع توصیفی و تبیینی انجام گرفت. همچنین تکنیک گردآوری اطلاعات به دو صورت پرسشنامه و مصاحبه بود. جامعه آماری پژوهش حاضر، جوانان ۲۹-۱۵ ساله استان گلستان در سال ۱۳۹۱ بودند که با توجه به نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان گلستان در سال ۱۳۸۵ و نرخ رشد جمعیت در ۶ سال بعد از آن، تعداد آنان ۵۰۰۱۰۹ نفر برآورد شد. ۳۸۰ نفر از طریق فرمول کوکران به‌عنوان نمونه مورد بررسی برگزیده شد و از طریق روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای انتخاب شدند. همچنین اعتبارسنجی ابزار پژوهش حاضر از طریق اعتبار صوری و سازه‌ای و تحلیل اعتماد نیز از روش آلفای کرونباخ صورت گرفت.

۳. یافته‌های پژوهش

۳-۱. خصوصیات و ویژگی‌های فردی

در پژوهش حاضر ۵۱ درصد پاسخگویان را زنان و ۴۹ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین ۲۵ درصد پاسخگویان در گروه سنی ۱۹-۱۵ ساله، ۴۰ درصد در گروه سنی ۲۴-۲۰ ساله و ۳۵ درصد در گروه سنی ۲۹-۲۵ ساله قرار دارند. البته یافته‌های حاصل در این دو محور متناسب با نتایج حاصل از سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان گلستان در سال ۱۳۸۵ است. براساس یافته‌های پژوهش، نزدیک به ۶۰ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات غیرآکادمیک و تقریباً ۴۰ درصد نیز دارای تحصیلات آکادمیک هستند. از نظر وضعیت تأهل، ۴۹/۷۴ درصد را گروه مجردین و ۵۰/۲۶ درصد را گروه متأهلین تشکیل می‌دهند. همچنین ۶۱ درصد پاسخگویان دارای مذهب شیعه و ۳۱ درصد نیز اهل تسنن هستند. وضعیت فعالیت پاسخگویان نشان می‌دهد که تقریباً ۵۰ درصد پاسخگویان شاغل و بقیه آنها از نظر فعالیت بیکار و یا به فعالیت‌هایی نظیر تحصیلات، خانه‌داری و... مشغول هستند که از کسب درآمد در ازای انجام فعالیت بی‌بهره‌اند. مشاغل دولتی نیز بالاترین درصد اشتغال در نزد پاسخگویان را به خود اختصاص داده است. اکثر پاسخگویان نیز فاقد مهارت حرفه‌ای هستند. همچنین میانگین هزینه‌های خانواده در طول یک ماه در بین

پاسخگویان برابر ۸۷۹۴۳۵ تومان است. یافته‌ها حاکی از آن است که پاسخگویان عمدتاً دارای خانواده‌ی هسته‌ای بوده و در منازل شخصی خود اقامت دارند.

یافته‌های حاصل از میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی نشان می‌دهد که همه پاسخگویان از برنامه‌های صدا و سیما، تقریباً ۹۲ درصد از برنامه‌های ماهواره‌ای و ۷۷ درصد از اینترنت استفاده می‌کنند. میانگین استفاده پاسخگویان از برنامه‌های صدا و سیما در طول شبانه روز ۱۵۵/۴ دقیقه، برنامه‌های ماهواره‌ای ۱۵۳/۷ دقیقه و اینترنت ۳۱/۲ دقیقه است. همچنین انتخاب برنامه‌های صدا و سیما و برنامه‌های ماهواره‌ای نزد پاسخگویان عمدتاً با انگیزه‌ی سرگرمی و تفریح است که در این میان فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها، موسیقی و برنامه‌های ورزشی در رأس برنامه‌های منتخب قرار دارند. در مقابل، انگیزه‌های هویتی از تماشای برنامه‌ها، هم در برنامه‌های صدا و سیما و هم برنامه‌های ماهواره‌ای پایین‌ترین درصد و اولویت را به خود اختصاص داده‌اند.

یافته‌ها نشان می‌دهد که تقریباً ۵۰ درصد پاسخگویان خود را متعلق به طبقه متوسط، تقریباً ۱۱ درصد به طبقه متوسط رو به پایین و نزدیک به ۹ درصد خودشان را متعلق به طبقه متوسط رو به بالا دانسته و سایر پاسخگویان از عناوین دیگری استفاده کرده‌اند که از فراوانی پایینی برخوردار هستند. همچنین، شغل، تحصیلات، پایبندی به اصول مذهبی، درآمد، پوشش و اتومبیل به ترتیب پررنگ‌ترین معیارهایی هستند که افراد برای قرار گرفتن در طبقه از آنها یاد کرده‌اند.

۲-۳. جنبه‌های سه‌گانه ابعاد هویت جمعی

یافته‌ها حاکی از آن است که میانگین هویت فراملی (جهانی) در هر سه جنبه شناختی، احساسی و رفتاری از برجستگی بسیار پایینی برخوردار است و فاصله زیادی با دیگر ابعاد ملی و جنسیتی هویت جمعی دارد. بدین ترتیب می‌توان گفت: هویت فراملی جایگاه پایینی نزد پاسخگویان در همه جنبه‌ها به خود اختصاص داده است. در ادامه، میانگین جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری هویت ملی نشان می‌دهد که هویت ملی نیز نزد پاسخگویان از برجستگی برخوردار نیست؛ به طوری که در جنبه‌های شناختی و رفتاری پایین‌تر از حد متوسط و در جنبه احساسی در حالت متوسط به سر می‌برد و در مقایسه با جنبه‌های سه‌گانه ابعاد فروملی هویت جمعی جایگاه پایینی را داراست.

یافته‌های حاصل از سنجش هویت جنسیتی زنان نشان می‌دهد: میانگین جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی در میان پاسخگویان از برجستگی بالایی برخوردار است و این بدان معناست که آموخته‌های زنان از طریق جامعه‌پذیری منطبق با هویت جنسیتی آنها بوده و معمولاً رفتارهایشان نیز با آموخته‌هایشان هماهنگی و تطابق لازم را دارد. نکته قابل توجه، این است که احساس خوبی نسبت به این آموخته‌ها و رفتارها از خود نشان نمی‌دهند.

یافته‌های حاصل از سنجش هویت خانوادگی نشان می‌دهد: میانگین جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری هویت خانوادگی در میان پاسخگویان از برجستگی بالاتری نسبت به ابعاد فراملی و ملی برخوردار است و این بدان معناست که آموخته‌ها، احساس‌ها و رفتارهایی که پاسخگویان در زندگی روزمره به انجام می‌رسانند بیشتر تحت تأثیر بعد خانوادگی است. هرچند برجستگی هویت خانوادگی در جنبه رفتاری در هر سه دسته از پاسخگویان نسبت به دو جنبه دیگر پایین‌تر است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که هویت طبقاتی در جنبه‌های شناختی و رفتاری برجسته‌تر از ابعاد فراملی (جهانی) و ملی هویت جمعی است، اما در جنبه احساسی برجسته‌تر از هویت فراملی و در مقابل هویت ملی از برجستگی کمتری برخوردار است (البته باید گفت که اختلاف این جنبه از ابعاد هویت جمعی بسیار ناچیز است). در مجموع می‌توان گفت که هویت طبقاتی در جنبه‌های مورد بررسی از نظر برجستگی در حالت حد متوسط قرار دارد.

جدول ۲. میانگین ابعاد هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه

ابعاد هویت جمعی	جنبه شناختی	جنبه احساسی	جنبه رفتاری
فراملی (جهانی)	۱/۳۷	۰/۹۸	۱/۱۲
ملی	۲/۲۲	۲/۵۳	۱/۹۴
خانوادگی	۳/۴۲	۳/۴۰	۳/۰۶
	۳/۳۲	۳/۲۶	۲/۷۷
	۳/۳۹	۳/۴۳	۲/۷۳
	۳/۳۸	۳/۳۸	۲/۸۳
جنسیتی	۳/۲۱	۲/۱۶	۳/۳۶
	۳/۵۷	۳/۶	۳/۶
	۳/۳۹	۲/۸۷	۳/۴۸
	۲/۶۳	۲/۳۷	۲/۲۶
طبقاتی			

میانگین‌های مورد نظر بین اعداد ۰ تا ۴ در نوسان است (البته لازم به ذکر است که از درج میانگین مربوط به گویه‌های هر کدام از جنبه‌ها به دلیل حجم بالا صرف نظر شده است).

۳-۳. تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری در ساخت جنبه‌های سه‌گانه هریک از ابعاد فرمولی هویت جمعی

جدول ۳. میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر جنبه‌های سه‌گانه هویت خانوادگی

رفتاری	احساسی	شناختی	کارگزاران جامعه‌پذیری	بعد هویت جمعی
۳/۸۲	۲/۰۲	۴/۰۱	خانواده	هویت جنسیتی زنان
۲/۴۴	۲/۸۰	۲/۵۹	نظام آموزشی	
۲	۲/۹۰	۲/۱۶	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۳۱	۳/۴۷	۱/۳۲	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۸۰	۳/۹۰	۳/۹۳	خانواده	هویت جنسیتی مردان
۲/۱۱	۲/۰۹	۲/۱۲	نظام آموزشی	
۲/۰۸	۲/۱۲	۲	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۴	۱/۰۷	۱/۱۵	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۴/۰۲	۳/۸۹	۴/۰۱	خانواده	هویت خانوادگی مادر - همسر
۲/۴۴	۲/۳۲	۲/۲۷	نظام آموزشی	
۱/۸۳	۱/۰۶	۱/۹۷	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۹	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۵۹	۳/۶۸	۳/۷۱	خانواده	هویت خانوادگی پدر - همسر
۲/۰۵	۲/۴۱	۲/۳۶	نظام آموزشی	
۱/۸۶	۲/۱۹	۱/۹۴	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۶	۱/۳۰	۱/۳۸	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۹۴	۴/۲۵	۴/۳۰	خانواده	هویت خانوادگی فرزندان
۲/۶۱	۲/۴۱	۲/۶۵	نظام آموزشی	
۲/۰۱	۱/۸۸	۲/۳۹	برنامه‌های صدا و سیما	
۱/۰۳	۱	۰/۹۲	برنامه‌های ماهواره‌ای	
۳/۳۳	۳/۳۶	۳/۲۸	خانواده	هویت طبقاتی
۱/۸۹	۲/۳۰	۲/۱۸	نظام آموزشی	
۲/۵۴	۲/۴۶	۲/۴۴	برنامه‌های صدا و سیما	
۳/۹۱	۴/۰۴	۴	برنامه‌های ماهواره‌ای	

لازم به ذکر است میانگین‌های ارائه شده در خصوص میزان تأثیرگذاری هریک از کارگزاران جامعه‌پذیری بر گویه‌های موردنظر بین ۰ تا ۵ در نوسان است.

قسمت اول یافته‌های مندرج در جدول ۳ میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر هویت جنسیتی زنان را نشان می‌دهد که در جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی، خانواده بیشترین و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین تأثیر را بر زنان داشته‌اند، اما در جنبه احساسی برنامه‌های ماهواره‌ای بیشترین و خانواده کمترین تأثیر را بر روی زنان داشته‌اند. اما قسمت دوم یافته‌ها میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر روی هویت جنسیتی مردان را نشان می‌دهد که خانواده در هر سه جنبه بیشترین تأثیر و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین اثرگذاری را از خود برجای گذاشته‌اند.

قسمت سوم یافته‌های مندرج در جدول ۳ میانگین تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر هویت خانوادگی در بین سه دسته از پاسخگویان را نشان می‌دهد که خانواده در هر سه جنبه بیشترین تأثیر و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین تأثیر را در این زمینه از خود برجای گذاشته‌اند.

همچنین در قسمت پایانی این جدول برنامه‌های ماهواره‌ای در هر سه جنبه هویت طبقاتی دارای بیشترین تأثیر هستند. خانواده نیز با میزان تأثیر نزدیک به برنامه‌های ماهواره‌ای در جایگاه دوم تأثیرگذاری در ساخت و شکل‌دهی به هویت خانوادگی دارد. سپس برنامه‌های صدا و سیما در رتبه سوم و در نهایت، نظام آموزشی اختلاف جزئی با برنامه‌های صدا و سیما در جایگاه چهارم قرار دارد. نکته قابل ملاحظه، این است که با توجه به کسب رتبه اول برنامه‌های ماهواره‌ای در تأثیر بر هویت طبقاتی، افراد باز هم بیشتر به مواردی که خانواده بر روی آنها تأکید دارد، گرایش از خود نشان داده‌اند.

۳-۴. تحلیل روابط دوجانبه متغیرها و آزمون فرضیات

یافته‌ها حاکی از آن است که در هجده تقابل موجود میان ابعاد مورد نظر، در هفده تقابل ابعاد فروملی نسبت به ابعاد ملی و فراملی از برجستگی بالا و معناداری برخوردار بوده‌اند و تنها در یک مورد که مربوط به احساس پاسخگویان به هویت ملی و طبقاتی است تفاوت معناداری در برجستگی ابعاد مورد مقایسه وجود ندارد. می‌توان گفت: ابعاد فروملی هویت جمعی در مقایسه با ابعاد ملی و فراملی هویت جمعی از برجستگی بیشتری برخوردارند و سهم این ابعاد در هویت جمعی جوانان پررنگ‌تر بوده و به عبارتی، پاسخگویان عمدتاً تحت تأثیر چنین ابعادی هستند. بدین ترتیب فرضیه اول مورد تأیید و پذیرش قرار می‌گیرد.

جدول ۴. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت

در برجستگی ابعاد فراملی، ملی و فروملی (جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی) هویت جمعی

نوع مقایسه	جنبه‌های سه‌گانه	تعداد پاسخگویان	درجه آزادی	مقدار آزمون تحلیل واریانس	سطح معناداری	نحوه وجود تفاوت
فراملی، ملی و جنسیتی	شناختی	۳۷۶	۱۱۲۷	۱۹۲۱/۳۲	۰/۰۰۰	هویت جنسیتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.
	احساسی	۳۷۷	۱۱۳۰	۶۷۲/۹۷	۰/۰۰۰	هویت جنسیتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.
	رفتاری	۳۷۷	۱۱۳۰	۲۵۹۲/۱۴	۰/۰۰۰	هویت جنسیتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.
فراملی، ملی و خانوادگی	شناختی	۳۷۶	۱۱۲۷	۱۲۵۶/۹۳	۰/۰۰۰	هویت خانوادگی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.
	احساسی	۳۷۸	۱۱۳۴	۷۱۳/۹۶	۰/۰۰۰	هویت خانوادگی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.
	رفتاری	۳۷۸	۱۱۳۴	۸۸۴/۲۴	۰/۰۰۰	هویت خانوادگی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.
	شناختی	۳۷۸	۱۱۳۴	۴۳۷/۴	۰/۰۰۰	هویت طبقاتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.
فراملی، ملی و طبقاتی	احساسی	۳۷۸	۱۱۳۴	۴۱۲/۳۳	۰/۰۰۰	هویت طبقاتی و ملی از برجستگی متوسط و مشابه برخوردارند و در مقابل هویت فراملی قرار می‌گیرند که دارای برجستگی بسیار ضعیف است.
	رفتاری	۳۷۸	۱۱۳۴	۴۲۰/۶۲	۰/۰۰۰	هویت طبقاتی برجسته‌تر از هویت ملی و هویت ملی برجسته‌تر از هویت فراملی (جهانی) است.

یافته‌ها حاکی از آن است که در تقابل‌هایی که مورد آزمون قرار گرفته‌اند، تنها در یک مورد که مربوط به شناخت پاسخگویان به هویت خانوادگی و جنسیتی است، تفاوت معناداری در برجستگی ابعاد مورد مقایسه وجود ندارد. بر اساس یافته‌های جدول ۵ می‌توان گفت: ابعاد فروملی هویت جمعی از برجستگی متفاوت و معناداری در مقایسه با یکدیگر

در هویت جمعی جوانان برخوردار هستند و سهم این ابعاد در هویت جمعی جوانان متفاوت است. بدین ترتیب فرضیه دوم، مبنی بر وجود تفاوت در برجستگی ابعاد فراملی هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه، مورد تأیید و پذیرش واقع می‌شود.

جدول ۵. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت

در برجستگی ابعاد جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه

نحوه وجود تفاوت	سطح معناداری	مقدار آزمون تحلیل واریانس	درجه آزادی	تعداد پاسخگویان	جنبه‌های مورد نظر
هویت جنسیتی و خانوادگی از برجستگی بالاتری نسبت به هویت طبقاتی برخوردار است.	۰/۰۰۰	۵۵۱/۶۰	۱۱۳۰	۳۷۷	شناختی
هویت خانوادگی از برجستگی بالاتری نسبت به هویت جنسیتی و هویت جنسیتی نیز از برجستگی بالاتری نسبت به هویت طبقاتی برخوردار است.	۰/۰۰۰	۶۳۲/۵۳	۱۱۲۷	۳۷۶	احساسی
هویت جنسیتی و خانوادگی از برجستگی بالاتری نسبت به هویت طبقاتی برخوردار است.	۰/۰۰۰	۶۸۱/۵۶	۱۱۳۰	۳۷۷	رفتاری

یافته‌ها حاکی از آن است که در تقابل‌هایی که مورد آزمون قرار گرفته‌اند، در سه مورد که مربوط به جنبه‌شناختی و احساسی هویت خانوادگی، جنبه‌شناختی و رفتاری هویت جنسیتی و جنبه احساسی و رفتاری هویت طبقاتی است، تفاوت معناداری در برجستگی جنبه‌های مورد نظر ابعاد فراملی هویت جمعی وجود ندارد. بدین ترتیب فرضیه سوم، در این سه تقابل موجود مورد تأیید واقع نمی‌شود و سایر جنبه‌هایی که در مقایسه با یکدیگر دارای تفاوت معناداری در برجستگی بوده‌اند، محل تأیید و پذیرش فرضیه تلقی می‌شوند.

جدول ۶. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت

در برجستگی جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری ابعاد فرمولی هویت جمعی

جنبه‌های سه‌گانه	تعداد پاسخگویان	درجه آزادی	مقدار آزمون تحلیل واریانس	سطح معناداری	نحوه وجود تفاوت
جنبه‌های سه‌گانه هویت جنسیتی	۳۷۶	۱۱۲۷	۵۱۱/۴۷	۰/۰۰۰	جنبه‌های شناختی و رفتاری از برجستگی بالا و مشابه، اما جنبه احساسی از برجستگی پایین و متفاوت با دو جنبه دیگر برخوردار است.
جنبه‌های سه‌گانه هویت خانوادگی	۳۷۷	۱۱۳۰	۵۱۶/۲۴	۰/۰۰۰	جنبه‌های شناختی و احساسی از برجستگی بالا و مشابه، اما جنبه رفتاری از برجستگی پایین و متفاوت با دو جنبه دیگر برخوردار است.
جنبه‌های سه‌گانه هویت طبقاتی	۳۷۶	۱۱۲۷	۴۳۷/۲۹	۰/۰۰۰	جنبه شناختی برجسته‌تر از دو جنبه دیگر است که دارای برجستگی مشابه هستند.

نتایج جدول ۷ به‌طور کلی نشان می‌دهد که میزان و نحوه تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری در زمینه یادشده با یکدیگر متفاوت است که در فرضیات فرعی ارائه شده در فرضیه چهارم چنین نکته‌ای به تأیید رسید. اما در مورد اینکه تفاوت این تأثیرگذاری به چه شکلی است، می‌توان گفت: بیشترین تفاوت‌ها و تعارض‌ها مربوط به خانواده با نظام آموزشی، برنامه‌های صدا و سیما و برنامه‌های ماهواره‌ای است و چنین تقابلهایی باعث شده است که خانواده در یک سو متفاوت از سایر کارگزاران قرار بگیرد. عکس چنین حالتی را برنامه‌های ماهواره‌ای در سوی دیگر با تعارض خود در مقایسه با سایر کارگزاران به خود اختصاص داده‌اند. اما کمترین تفاوت موجود در میان کارگزاران جامعه‌پذیری مربوط به نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما است؛ به گونه‌ای که این دو کارگزار نیز در یک دسته مشابه قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، خانواده از میان کارگزاران بیشترین تعهد پاسخگویان را به سمت خود روان ساخته، بدین معنی که افراد در بحث هویت جمعی خود (در هر سه بعد) عمدتاً تحت تأثیر خانواده هستند و برنامه‌های ماهواره‌ای نیز کمترین تعهد را از سوی پاسخگویان (علی‌رغم مانور زیاد برنامه‌های ماهواره‌ای در حوزه هویت طبقاتی) دریافت کرده است.

جدول ۷. نتایج آزمون تحلیل واریانس با اندازه‌گیری مکرر برای سنجش و آزمون شفه برای شناسایی محل تفاوت

تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر جنبه‌های سه‌گانه هریک از ابعاد فرمولی هویت جمعی

ابعاد فرمولی هویت جمعی	جنبه‌های سه‌گانه	تعداد پاسخگویان	درجه آزادی	مقدار آزمون تحلیل واریانس	سطح معناداری	نحوه وجود تفاوت
جنسیتی	شناختی	۳۴۵	۱۳۷۹	۳۹۷/۱۴	۰/۰۰۲	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
	احساسی	۳۴۶	۱۳۸۳	۹۴/۱۷۲	۰/۱۸۳	هیچگونه تفاوت معناداری بین تأثیر کارگزاران وجود ندارد.
خانوادگی	رفتاری	۳۴۶	۱۳۸۳	۴۰۳/۴۷	۰/۰۰۱	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
	شناختی	۳۴۷	۱۳۸۷	۶۸۵/۳۶	۰/۰۰۰	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
طبقاتی	احساسی	۳۴۶	۱۳۸۲	۶۱۱/۲۹	۰/۰۰۰	هیچگونه تفاوت معناداری بین تأثیر کارگزاران وجود ندارد.
	شناختی	۳۴۵	۱۳۷۹	۵۴۳/۴۷	۰/۰۰۰	خانواده با بیشترین تأثیر در دسته نخست تأثیرگذاری، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما در دسته دوم و برنامه‌های ماهواره‌ای به‌عنوان ضعیف‌ترین کارگزار مؤثر در دسته سوم قرار دارند.
طبقاتی	شناختی	۳۴۵	۱۳۷۹	۴۱۱/۲۱	۰/۰۰۱	برنامه‌های ماهواره‌ای با بیشترین تأثیر در یک دسته، سپس خانواده نیز در دسته دیگر و نهایتاً برنامه‌های صدا و سیما و نظام آموزشی نیز با کمترین تأثیر در دسته سوم قرار می‌گیرند.
	احساسی	۳۴۷	۱۳۸۷	۲۵۷/۳۳	۰/۰۱۸	برنامه‌های ماهواره‌ای با بیشترین تأثیر در یک دسته، سپس خانواده نیز در دسته دیگر و نهایتاً برنامه‌های صدا و سیما و نظام آموزشی نیز با کمترین تأثیر در دسته سوم قرار می‌گیرند.
	رفتاری	۳۴۶	۱۳۸۴	۲۹۷/۶۵	۰/۰۱۳	برنامه‌های ماهواره‌ای و خانواده با تأثیر بالای خود در یک دسته و برنامه‌های صدا و سیما و نظام آموزشی نیز با تأثیر پایین خود در دسته دیگر قرار می‌گیرند.

یافته‌های مندرج در جدول ۸ نیز نحوه تعامل (مناسبات) میان کارگزاران جامعه‌پذیری را

براساس ضریب همبستگی کندال نشان می‌دهد. وجود رابطه مستقیم نشان دهنده همزیستی، وجود رابطه معکوس نشان دهنده تعارض و عدم وجود رابطه نیز نشان دهنده عدم تعامل میان کارگزاران است. نتایج نشان می‌دهد: از تعداد ۵۴ تعامل ممکن میان کارگزاران جامعه پذیری، ۳۱ رابطه میان کارگزاران به صورت متعارض، ۷ رابطه به صورت همزیستی و در ۱۶ حالت، عدم تعامل میان کارگزاران جامعه‌پذیری وجود دارد. بنابراین باید گفت که عمده نحوه تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری متعارض گونه است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد: بیشترین تعارض موجود میان کارگزاران مربوط به رابطه خانواده و نظام آموزشی با برنامه‌های ماهواره‌ای است که در همه حالات با یکدیگر متعارض هستند. همچنین بیشترین حالت همزیستی و هماهنگی مربوط به رابطه برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما با ۵ حالت و سپس خانواده با نظام آموزشی با ۲ حالت است. بیشترین حالت عدم وجود تعامل (نه متعارض و نه همزیست) به رابطه میان خانواده با نظام آموزشی با ۷ حالت و سپس خانواده با برنامه‌های صدا و سیما با ۵ حالت مربوط می‌شود.

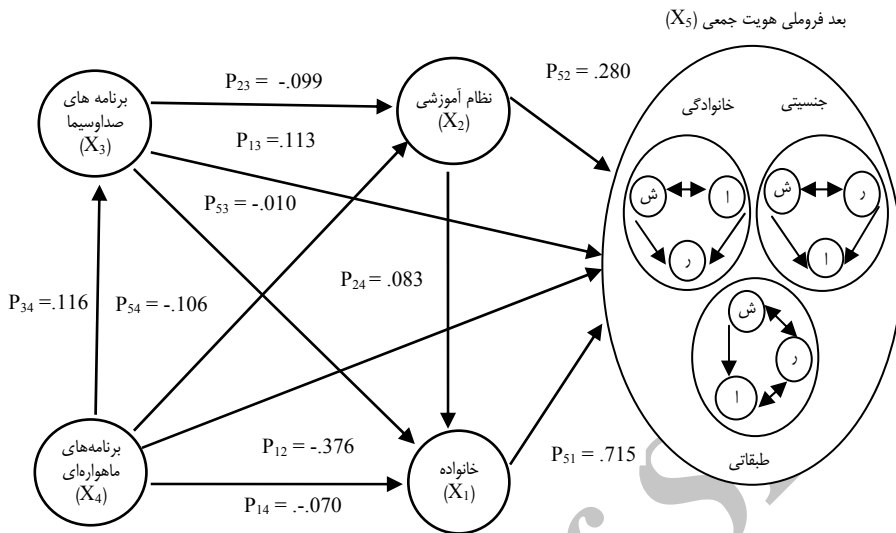
Archive of SID

جدول ۸. نحوه تعامل (مناسبات) میان کارگزاران جامعه‌پذیری در جنبه‌های ابعاد فرمولی هویت جمعی بر مبنای

همزیستی، تعارض و عدم تعامل

برنامه‌های ماهواره‌ای	برنامه‌های صدا و سیما	نظام آموزشی	خانواده	تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری با یکدیگر		
				کارگزار	جنبه‌های سه‌گانه	ابعاد
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل		خانواده	شناختی	شخصی و اجتماعی
تعارض	عدم تعامل		عدم تعامل	نظام آموزشی		
متعارض		عدم تعامل	عدم تعامل	برنامه‌های صدا و سیما		
	متعارض	تعارض	متعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	عدم تعامل	همزیستی		خانواده	احساسی	
تعارض	تعارض		همزیستی	نظام آموزشی		
همزیستی		تعارض	عدم تعامل	برنامه‌های صدا و سیما		
	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل		خانواده	رفتاری	
تعارض	عدم تعامل		عدم تعامل	نظام آموزشی		
تعارض		عدم تعامل	عدم تعامل	برنامه‌های صدا و سیما		
	تعارض	تعارض	متعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل		خانواده	شناختی	شخصی و اجتماعی
تعارض	عدم تعامل		عدم تعامل	نظام آموزشی		
تعارض		عدم تعامل	عدم تعامل	برنامه‌های صدا و سیما		
	تعارض	تعارض	متعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل		خانواده	احساسی	
تعارض	عدم تعامل	عدم تعامل	عدم تعامل	نظام آموزشی		
تعارض		عدم تعامل	عدم تعامل	برنامه‌های صدا و سیما		
	تعارض	تعارض	متعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	تعارض	عدم تعامل		خانواده	رفتاری	
تعارض	تعارض		عدم تعامل	نظام آموزشی		
همزیستی		تعارض	تعارض	برنامه‌های صدا و سیما		
	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	تعارض	عدم تعامل		خانواده	شناختی	شخصی و اجتماعی
تعارض	تعارض		عدم تعامل	نظام آموزشی		
همزیستی		تعارض	تعارض	برنامه‌های صدا و سیما		
	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	تعارض	عدم تعامل		خانواده	احساسی	
تعارض	تعارض		عدم تعامل	نظام آموزشی		
همزیستی		تعارض	تعارض	برنامه‌های صدا و سیما		
	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		
تعارض	تعارض	همزیستی		خانواده	رفتاری	
تعارض	تعارض		همزیستی	نظام آموزشی		
همزیستی		تعارض	تعارض	برنامه‌های صدا و سیما		
	همزیستی	تعارض	تعارض	برنامه‌های ماهواره‌ای		

۳-۵. تحلیل روابط چندجانبه متغیرها (تحلیل مسیر)



نمودار ۲. تحلیل مسیر تأثیر کارگزاران جامعه‌پذیری بر بعد فروملی هویت جمعی جوانان

نمودار ۲ چگونگی تأثیر و نیز تعامل کارگزاران جامعه‌پذیری در ساخت ابعاد فروملی هویت جمعی را متناسب با برجستگی ابعاد جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی و نیز جنبه‌های سه‌گانه هر کدام از این ابعاد نشان می‌دهد. یافته‌ها حاکی از آن است که در ساخت هویت جمعی جوانان که تحت تأثیر ابعاد فروملی است، خانواده با ضریب تأثیر $0/715$ بیشترین نقش را در ساخت ابعاد فروملی هویت جمعی دارد و به همین تناسب، بالاترین تعهد را از سوی پاسخگویان به خود اختصاص داده است. برنامه‌های ماهواره‌ای نیز با ضریب تأثیر $0/376$ - از نظر نقش و اهمیت در رده دوم قرار دارند. سپس نظام آموزشی با ضریب تأثیر $0/280$ و در نهایت، برنامه‌های صدا و سیما با ضریب تأثیر $0/113$ در رده‌های سوم و چهارم قرار دارند. اثرات غیرمستقیم مربوط به کارگزاران جامعه‌پذیری نشان می‌دهد که تعامل بالایی میان کارگزاران در ساخت هویت جمعی مشاهده نمی‌شود. در همین حال، تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما بر نظام آموزشی و خانواده در ساخت هویت جمعی به صورت معکوس و متعارض و در جهت خنثی کردن تأثیرات این کارگزاران است. اما تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر برنامه‌های صدا و سیما و نیز نظام آموزشی بر خانواده در جهت هم‌افزایی کارگزاران صورت می‌گیرد.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

۴-۱. هویت جنسیتی

برای تبیین و چرایی وضع موجود، ابتدا تأثیر متغیرهای زمینه‌ای همچون گروه‌های سنی، هزینه‌های زندگی، نوع شغل، نوع زندگی خانوادگی و تعداد اعضای خانواده بر هویت جنسیتی به تفکیک جنبه‌های سه‌گانه مورد سنجش واقع شد که نتایج نشان‌دهنده عدم تأثیر این متغیرها بر هویت جنسیتی بود؛ نتایجی که با یافته‌های پژوهش احمدی و گروسی (۱۳۸۳) مبنی بر تأثیر تعداد اعضای خانواده و نوع زندگی خانوادگی بر هویت جنسیتی و عریضی و همکاران (۱۳۸۵) در مورد تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی (درآمد، شغل و...) بر هویت جنسیتی در تعارض است.

در گام بعدی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما بر هویت جنسیتی مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که میزان تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما در طول شبانه‌روز نزد پاسخگویان به‌طور متوسط بیشتر از ۵ ساعت است؛ بدین ترتیب رسانه‌های ارتباط جمعی جایگاه بالایی در گذران اوقات روزمره پاسخگویان دارند. در زمینه دسترسی و استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی، به‌ویژه ماهواره، هومین فر (۱۳۸۲) با انجام پژوهشی به این نتیجه می‌رسد که دسترسی و استفاده افراد از ماهواره باعث تضعیف هویت جنسیتی در آنها می‌شود. همچنین عریضی و همکارانش (۱۳۸۵) نیز در بخشی از پژوهش خود میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای را عاملی در جهت تضعیف هویت جنسیتی قلمداد کرده‌اند. اما نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما و به‌ویژه برنامه‌های ماهواره‌ای هیچ‌گونه تأثیر معناداری در شدت و ضعف هویت جنسیتی از خود به نمایش نگذاشته‌اند. به این منظور نگاه پژوهش حاضر به انگیزه‌ها و نوع برنامه‌های منتخب از سوی پاسخگویان متمرکز شد و با ورود متغیر انگیزه تماشا به عنوان متغیر تعدیل‌کننده مشخص شد پاسخگویانی که برنامه‌ها را با انگیزه‌های هویتی انتخاب کرده‌اند، دارای هویت جنسیتی پایین‌تر البته در جنبه احساسی هستند و جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی همچنان در سطح بالا باقی مانده است. بنابراین می‌توان چنین استنباط کرد که عامل اصلی تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای و صدا و سیما، انگیزه تماشا است و نه میزان تماشا. نتیجه‌ای که رد نظریه کاشت در حوزه تأثیر رسانه‌ها و نتایج پژوهش‌های ذکر شده را رقم زده، اما تأییدکننده نظریه استفاده و

التذاذ است که انگیزه تماشا را مهم‌ترین عامل تأثیرگذاری رسانه بر مخاطب می‌داند، همان چیزی که عریضی و همکارانش (۱۳۸۵) در بخش دیگری از پژوهش خود به آن اشاره کرده‌اند. اما نکته‌ای که باید بیشتر به آن پرداخت، این است که چرا صرفاً یکی از جنبه‌های هویت جنسیتی (جنبه احساسی) از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی خصوصاً ماهواره دچار نوسان شده و جنبه‌های رفتاری و شناختی به صورت ثابت و در سطح بالا باقی مانده‌اند. پاسخ به این سؤال را می‌توان در چند محور مورد تجزیه و تحلیل قرار داد:

۱. از آنجایی که عامل زمان یکی از اساسی‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر ثبات و پایداری منابع هویت‌ساز است؛ چنانکه حاجیانی در یافته‌های پژوهش خود به آن اشاره می‌کند و با توجه به اینکه تعداد مخاطبان برنامه‌های ماهواره‌ای در دو سه سال اخیر روند رو به رشدی به خود گرفته است (حداقل در محل انجام پژوهش)، نمی‌توان انتظار داشت که برنامه‌های ماهواره‌ای در انتقال الگوها و ارزش‌ها و درونی کردن آنها با کارگزاری همچون خانواده که سال‌هاست ارزش‌ها و الگوهای بنیادین خود را در افراد نهادینه کرده است، موفقیت چندانی کسب کند. پیش‌بینی می‌شود که با گذشت زمان طولانی تأثیرپذیری جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی از برنامه‌های ماهواره‌ای افزایش یابد.

۲. به دلیل اینکه رسانه‌های ارتباط جمعی (برنامه‌های ماهواره و صدا و سیما) یکی از عوامل مهم جمع کردن اعضای خانواده در کنار یکدیگر است، انتخاب برنامه‌های مورد تماشا از ماهواره و صدا و سیما عمدتاً بر مبنای سلیق خانوادگی صورت می‌پذیرد و افراد در اکثر اوقات قدرت انتخاب برنامه‌ها را در محیط خانواده به صورت انفرادی ندارند. به این ترتیب می‌توان تأثیر خانواده بر انگیزه افراد از تماشای برنامه‌ها را مشاهده کرد که عمدتاً جهت آن به سمت انگیزه تفریح و سرگرمی است که کمترین تأثیر را بر هویت جنسیتی می‌گذارد.

۳. مطابق با تئوری کنترل هویت، نظام کنترل فرایند هویت به وسیله اصلاح بازده (رفتار) برای موقعیت اجتماعی به کار می‌رود تا داده‌ها (ارزیابی‌های انعکاس یافته از بیرون روی افراد) را برای سازگاری با استانداردهای داخلی اصلاح کند. به عبارتی این نظام کنترل در صورتی که ضعیف شود، هویت جمعی سازگار حاصل نخواهد شد. به دلیل فقدان حضور نظام کنترل رسانه‌های ارتباط جمعی و نیز عدم تطابق آن با نظام کنترل حاصل از خانواده و نظام آموزشی در زمینه هویت جنسیتی، ارزیابی‌های انعکاس یافته از

رفتار فرد به خاطر قدرت تأثیرگذاری بالای خانواده با توجه به یافته‌ها، تحت تأثیر خانواده خواهد بود. به عبارت دیگر تا زمانی که خانواده مهم‌ترین منبع کنترل هویت جنسیتی است و ارزیابی‌هایی که انعکاس آن باعث اصلاح رفتار جنسیتی افراد می‌شود، از خانواده حاصل می‌شود، نمی‌توان انتظاری از موفقیت چنان برنامه‌های ماهره‌ای حداقل در زمینه رفتاری داشت.

نگاهی به نتایج پژوهش‌های احمدی و گروسی (۱۳۸۳) و همچنین هومین فر (۱۳۸۲) نشان می‌دهد که بالا رفتن سطح تحصیلات، هویت جنسیتی افراد را تضعیف می‌کند، اما یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد: افزایش سطح تحصیلات تنها باعث تضعیف احساس افراد به هویت جنسیتی شده است و تأثیری بر جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت جنسیتی نداشته است. از جمله عواملی که تأثیر تحصیلات بر تضعیف هویت جنسیتی در جنبه‌های شناختی و رفتاری را خنثی می‌کنند، می‌توان به تفکیک جنسیتی در محیط‌های آموزشی، منع ادامه تحصیل در بخشی از رشته‌های تحصیلی بر پایه جنس، رفتار متفاوت معلمان و اساتید در برخورد با دو گروه جنسی، نوع برنامه‌ریزی درسی و... اشاره کرد که همگی آنها را می‌توان در قاعدهٔ تقابل گروه خودی و گروه غریبه در نظر آورد که در این تقابل با افزایش تضاد و تفاوت بین دو گروه (زنان و مردان)، انسجام رفتاری میان اعضای هر گروه به حد بالایی رسیده و هویت جنسیتی را برجسته نگه می‌دارد. بدین ترتیب خانواده تنها کارگزاری است که قدرت تأثیرگذاری بالایی بر جنبه‌های سه‌گانه هویت جنسیتی را دارد. چنانکه یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد، جنبه‌های سه‌گانه هویت جنسیتی به شدت تحت تأثیر قدرت تأثیرگذاری خانواده قرار دارند. هومین فر (۱۳۸۲) نیز خانواده را به‌عنوان سازوکار اصلی جامعه‌پذیری جنسیتی در مقایسه با سایر کارگزاران معرفی می‌کند. برای تبیین تأثیرگذاری خانواده بر هویت جنسیتی می‌توان گفت: بر اساس گفته‌های پورتمن که معتقد است با متولد شدن انسان یک تولد نارس رخ می‌دهد که صرفاً دارای جنبهٔ زیست‌شناختی بوده و برای تبدیل شدن به یک انسان کامل نیاز به آموختن جنبه‌های فرهنگی دارد، خانواده به واسطهٔ این که اولین کارگزاری است که ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی خود را به فرد انتقال داده، نسبت به سایر کارگزاران مدت زمان بیشتری با افراد در تعامل است و همچنین کانون روابط منحصر به فرد و صمیمانه میان اعضا است، بیشترین آموخته‌های فرد را به خود اختصاص می‌دهد.

چنانکه قبلاً نیز اشاره شد، ارزیابی‌های انعکاس یافته از رفتار افراد عمدتاً در کنش و تقابل با اعضای خانواده صورت می‌گیرد. بنابراین می‌توان انتظار داشت که خانواده نظام کنترل اصلی ابعاد هویت جمعی در افراد باشد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که اعتقادات و مناسک مذهبی و پایبندی به آنها در نزد پاسخگویان جایگاه بالایی را به خود اختصاص داده است و از آنجایی که آموزه‌های تربیتی خانواده‌ها نیز بر پایه ارزش‌های مذهبی و معنوی، که نقش‌ها و تکالیف متفاوت را برای دو گروه زنان و مردان قائل هستند، استوار است، بنابراین تأثیر بالای خانواده بر هویت جنسیتی را به واسطهٔ دیالکتیک با اصول مذهبی می‌توان تبیین کرد.

از دیگر عوامل مهم موفقیت خانواده در تأثیر بر جنبه‌های سه‌گانه هویت جنسیتی از نظر خود پاسخگویان، فقدان اعتماد و عدم احساس امنیت نسبت به سایر نهادهای جامعه‌پذیرکننده است؛ چنانکه پاسخگویان، به‌ویژه زنان، خانواده را تنها محل امن و تکیه‌گاه مطمئن در زندگی خود متصور شده‌اند و برای تضمین حمایت از سوی خانواده، رفتاری منطبق با انتظارات خانواده از خود به نمایش می‌گذارند. همچنین خانه‌داری بیش از نیمی زنان مورد بررسی که باعث تقسیم کار جنسی میان زن و مرد و نیز عدم تقارن در وظایف خانگی می‌شود، از جمله دلایل موفقیت خانواده در تأثیرگذاری بر هویت جنسیتی بوده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد: تأثیر خانواده بر هویت جنسیتی تنها در سال‌های اولیهٔ پس از ازدواج با کاهش نسبی روبرو می‌شود، اما با گذشت زمان از تشکیل خانواده، میزان تأثیرگذاری خانواده بر هویت جنسیتی افزایش می‌یابد. چنین فرایندی می‌تواند حاصل قرار گرفتن افراد و نقش‌های جدید (مادری - پدری - همسری) و آشنایی با تکالیف آن نقش‌ها، فرزندآوری زنان در سال‌های بعد و... باشد. در نهایت باید گفت: هویت جنسیتی نزد پاسخگویان در پژوهش حاضر را می‌توان بر پایهٔ رویکرد ساختی - کارکردی که افراد از طریق جامعه‌پذیری خانوادگی نقش‌ها و تکالیف جنسیتی خود را فراگرفته و بدان عمل می‌کنند، تبیین کرد.

۲-۴. هویت خانوادگی

هویت خانوادگی پاسخگویان متناسب با نقش‌هایشان در محیط خانواده در سه دستهٔ زنان

متأهل (مادر - همسر)، مردان متأهل (پدر - همسر) و فرزندان (دختر - پسر) مورد سنجش قرار گرفت. یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه هویت خانوادگی در هر سه دسته نشان می‌دهد که هویت خانوادگی در جنبه‌های شناختی و احساسی با کسب میانگین بالا دارای برجستگی زیاد و در جنبه رفتاری با کسب میانگین پایین، از برجستگی کمتری برخوردار است. همچنین خانواده به‌عنوان مؤثرترین کارگزار در جهت تقویت برجستگی هویت خانوادگی تلقی می‌شود. نظام آموزشی نیز با ضریب تأثیر بسیار پایین‌تر از خانواده در جهت برجستگی هویت خانوادگی در رتبه دوم کارگزارن قرار دارد. برنامه‌های ماهواره‌ای نیز با ضریب اهمیت پایین‌تر از نظام آموزشی در رتبه سوم قرار دارد، اما تأثیر این برنامه‌ها در جهت کاهش برجستگی هویت خانوادگی بوده است. برنامه‌های صدا و سیما نیز با ضریب تأثیر بسیار پایین به‌عنوان کارگزاری که نقش چندانی در شدت و ضعف هویت خانوادگی ندارد، معرفی شد. بر مبنای چنین یافته‌هایی، گونه‌های جدیدی در هویت خانوادگی شناخته شد که البته شرح مبسوط آن در بخش دستاوردهای نظری آورده شده است. حال باید یافته‌های پژوهش را با یافته‌های پژوهش‌های پیشین و مبانی نظری ترکیب و در نهایت، تبیین درستی از وضع موجود ارائه کرد.

از مهم‌ترین کاستی‌های پژوهش‌های پیشینی که مورد توجه پژوهش حاضر بود، این است که هویت خانوادگی را با توجه به عناصر و ابعاد تشکیل‌دهنده آن مورد سنجش و تحلیل قرار نداده‌اند و نیز در تبیین هویت خانوادگی صرفاً بر روی عوامل خانوادگی متمرکز شده‌اند؛ نظیر پژوهش فیبر و همکاران (۲۰۰۳)، کی کلت و لوماسکولو (۲۰۰۳) و زارع (۱۳۸۲). در حالی که شناخت یک پدیده نظیر هویت خانوادگی بدون توجه به عناصر تشکیل‌دهنده آن، دور از واقعیت بوده و دیگر این که تأثیر خانواده را جدا از سایر نهادهای جامعه‌پذیرکننده حاضر در جامعه نمی‌توان مورد تحلیل قرار داد.

به‌عنوان نمونه فیبر و همکاران (۲۰۰۳) و زارع (۱۳۸۲) در پژوهش‌های تجربی خود، هویت خانوادگی در افراد مورد بررسی را صرفاً با جنبه احساسی مورد سنجش قرار داده‌اند و یافته‌ها حاکی از آن است که هویت خانوادگی تحت تأثیر ساختار (الگوهای تعاملاتی) خانوادگی دچار شدت و ضعف می‌شود. این نکته را باید متذکر شد که احساس تنها بخشی از فرایند هویت محسوب می‌شود و چنین سبک سنجشی پژوهشگر را به خطا وامی‌دارد. همچنین نتایج پژوهش برخلاف پژوهش‌های یاد شده نشان می‌دهد که جنبه

احساسی هویت خانوادگی در شرایط گوناگون و متفاوت به صورت ثابت و در سطحی بالا قرار دارد. همچنین اشاره صرف به تأثیر ساختار خانواده بر هویت خانوادگی با وجود نفوذ سایر نهادهای جامعه‌پذیرکننده نمی‌تواند تبیین مناسبی از وضعیت هویت خانوادگی ارائه دهد.

برای تبیین درست یافته‌های حاصل از سنجش هویت خانوادگی، ابتدا باید هویت خانوادگی را به عناصر تشکیل‌دهنده آن شکسته و آن را از جنبه‌های مختلف با دیدی چندبعدی نگریست. در پژوهش حاضر برای تبیین صحیح هویت خانوادگی، ابتدا باید دید که چرا برجستگی جنبه رفتاری هویت خانوادگی آن هم در ابعاد تعاملات و هم‌رنگی پایین است و چرا بعد هم‌رنگی در هویت خانوادگی میانگین پایینی را در هر سه جنبه به خود اختصاص داده است؟ تأثیر خانواده به‌عنوان قوی‌ترین کارگزار در چه شرایطی تغییر پیدا کرده و اگر کارگزاران دیگر جامعه‌پذیرکننده در کنار خانواده قرار گیرند، هویت خانوادگی چه شرایطی را پیدا می‌کند؟

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هویت خانوادگی در جنبه‌های سه‌گانه به هیچ عنوان تحت تأثیر متغیرهای زمینه‌ای همچون گروه‌های سنی، محل سکونت، تعداد اعضای خانواده، مذهب، هزینه‌های خانوادگی، نوع شغل و نوع زندگی خانوادگی قرار ندارد. یافته‌هایی که بخشی از یافته‌های فیبر و همکاران (۲۰۰۳) و زارع (۱۳۸۲) را در زمینه‌های تعداد اعضای خانواده، نوع شغل والدین و نوع زندگی خانوادگی رد می‌کند. نحوه تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی، به‌ویژه برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت خانوادگی همانند تأثیر این برنامه‌ها بر هویت جنسیتی است. انگیزه تماشا در فرایند تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت خانوادگی مهم‌ترین واسطه‌ای است که سبب تأثیر فزاینده‌تر برنامه‌های ماهواره‌ای می‌شود و اینکه چرا برنامه‌های ماهواره‌ای قدرت تأثیر بالایی بر هویت خانوادگی نزد پاسخگویان نداشته‌اند را می‌توان همانند بخش هویت جنسیتی تبیین کرد.

خانواده در ایران و جوامع سنتی نظیر آن وظایف و کارکردهای متعددی داشته و یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی به شمار می‌رود (در روستاها کوچک‌ترین واحد تولیدی و در شهرها کوچک‌ترین واحد مصرف). با این همه در شهرها نیز غالباً پدر تأمین‌کننده معاش کل اعضای خانواده است. در نتیجه وابستگی اقتصادی زن به مرد یکی از پایه‌های اصلی تقسیم کاری است که در خانواده‌های ایرانی به چشم می‌خورد. این تقسیم جنسی

کار بر پایه کار خانگی زن و کار اجتماعی مرد استوار است. مرد نان آور و سرپرست خانواده است و وظیفه تأمین نیازهای اقتصادی را بر عهده دارد و زن نیز وظیفه انجام کار خانگی، تولید مثل، رفع نیازهای جنسی و تأمین آسایش روحی مرد و مراقبت از کودکان را دارد. بدین ترتیب است که خانواده با انتقال چنین الگوهایی به فرزندان خود نشان می‌دهد که برای تقویت هویت خانوادگی خود باید به وظایف و تکالیف خود در هر شرایطی پایبند باشند و به همین خاطر است که هویت خانوادگی پاسخگویان در هر سه جنبه بر پایه وظایف تعریف شده است. نمود برجسته چنین فرایندی در خانواده‌ها را می‌توان در مراسم خواستگاری و هنگام ازدواج مشاهده کرد که برای دختر و خانواده‌اش موقعیت اقتصادی - اجتماعی مرد از اصلی‌ترین معیارها و برای مرد نیز زیبایی زن، نجابت و خانه‌داری عموماً از اصلی‌ترین معیارها به شمار می‌آید. این نوع جامعه‌پذیری از سوی خانواده‌ها که یافته‌های پژوهش مهر تأیید بر آن می‌زند، نشان‌دهنده تأیید رسیدن رویکرد پایگاه - نقش در مورد خانواده است؛ رویکردی که در آن پارسنز معتقد است: زنان بیشتر نقش‌های عاطفی و مردان عمدتاً نقش‌های ابزاری را بر عهده دارند و ایفای چنین نقش‌هایی است که تعلقات فرد به خانواده را برجسته می‌کند.

سؤال اینجاست که با توجه به نقش بالای خانواده در هویت خانوادگی چه چیزی باعث تضعیف هم‌رنگی فرزندان و خانواده و تضعیف تعاملات میان اعضای خانواده می‌گردد؟ ژان پیازه بر این واقعیت تأکید می‌کند که روابط همالان دموکراتیک‌تر از روابط میان فرزند با پدر و مادرش است و روابط دوستی که میان نوجوانان و جوانان برقرار می‌شود، به‌طور معقول گرایش به برابری طلبی دارد و از آنجا که روابط گروه همالان بر پایه رضایت متقابل استوار است و نه بر پایه وابستگی‌های ذاتی خانوادگی، ناچار باید میزان زیادی بده و بستان وجود داشته باشد. والدین به واسطه قدرتشان قادرند به درجات متفاوت قواعد رفتار را به فرزندان‌شان تحمیل کنند. برعکس، در گروه همالان فرد زمینه‌کنش متقابل متفاوتی را کشف می‌کند که در آن می‌توان قواعد رفتار را مورد آزمون و کاوش قرار داد. بدین ترتیب است که گروه همالانی که در محیط‌های نظام آموزشی (البته به‌صورت خودجوش و نه با هدف مقابله با خانواده) و سایر محیط‌ها ایجاد می‌گردد، از نظر صمیمیت موجود در روابط افراد گروه، باعث تضعیف هم‌رنگی نزد فرزندان خانواده‌ها و از نظر مدت زمانی که در کنار هم سپری می‌کنند، باعث تضعیف میزان تعاملات میان اعضای

خانواده می‌شود.

همچنین قوانین و مقرراتی که در محیط نظام آموزشی اعمال می‌شود، مبنی بر اینکه باید یاد بگیرند در کلاس‌ها آرام باشند، به موقع در کلاس حاضر شوند، اقتدار معلم و استاد را بپذیرند و نسبت به آنها پاسخگو باشند و... باعث برجستگی بخش تکالیف نقش‌های اجتماعی افراد می‌شود، اما عدم تعامل میان نظام آموزشی با خانواده‌ها تضعیف نقش تعاملاتی افراد را هر چند اندک به همراه دارد.

تغییر نوع گذران اوقات فراغت در میان زنان و فرزندان که در چنین فرایندی گذران اوقات فراغت فرزندان از حالت گروهی به انفرادی نظیر بازی‌های رایانه‌ای و... تبدیل شده و زنانی که انجام فعالیت‌های فراغتی خود را از منزل به محیط بیرون هدایت کرده‌اند، باعث تضعیف بعد تعاملات و هم‌رنگی هویت خانوادگی می‌شود.

نکته‌ای که در پایان بحث هویت خانوادگی باید به آن اشاره کرد، این است که هویت خانوادگی در بعد تعاملات و هم‌رنگی در میان زوجینی که تازه ازدواج کرده بودند و فرزندی نداشتند، برجسته‌تر از سایر پاسخگویان است. یافته‌ای که نشان‌دهنده اهمیت سن اعضای خانواده در هویت خانوادگی و منطبق با یافته‌های هاروود، سالیز و لین (۲۰۰۶) است که اشاره به محدوده‌های بین گروهی به‌عنوان جایگزینی برای هویت خانوادگی دارند، مثل روابط میان هم‌نسلی‌ها. اما با تولد فرزند و وارد شدن نفر سوم به محیط خانواده از کیفیت هویت خانوادگی در بعد تعاملات و هم‌رنگی کاسته می‌شود، یافته‌ای که می‌توان آن را با تئوری «جنبه‌های کمی گروه» زیمل که در آن افزایش تعداد اعضای گروه باعث تغییر در کیفیت روابط گروه می‌شود، تعیین کرد. همچنین یافته‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که برخلاف اعتقاد پاسخگویان به این که خود را به‌عنوان عضوی از یک کل به نام خانواده می‌دانند، هویت خانوادگی در سطح روابط دوتایی (زن و شوهری) برجسته‌تر است که چنین یافته‌ای را می‌توان بر پایه مطالعه نظری اسکابینی و منزلی (۲۰۱۱) در مورد سطوح هویت خانوادگی قرار داد.

۳-۴. هویت طبقاتی

یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه هویت طبقاتی نشان می‌دهد که هویت طبقاتی در جنبه‌های شناختی، احساسی و رفتاری با کسب میانگین در حد متوسط از برجستگی بالایی

برخوردار نبوده و در حالت حد متوسط به سر می‌برد و برخلاف یافته‌های پژوهش آریس و سیدر (۲۰۰۷) سهم کمتری در هویت جمعی جوانان دارد؛ هرچند که جنبه شناختی هویت طبقاتی تفاوت معناداری با جنبه رفتاری این بعد از هویت جمعی دارد؛ به گونه‌ای که شناخت و آگاهی پاسخگویان از مقوله‌های هویت طبقاتی برجسته‌تر از رفتارهایشان در این زمینه است. یافته‌ها نشان می‌دهد که برنامه‌های ماهواره‌ای در جهت تقویت برجستگی هویت طبقاتی به‌عنوان قوی‌ترین کارگزار البته در جنبه‌های شناختی و احساسی شناخته می‌شود. اما خانواده که البته در جنبه رفتاری برتر بوده با اختلاف بسیار ناچیز از برنامه‌های ماهواره‌ای در تأثیرگذاری بر هویت طبقاتی در جهت تضعیف هویت طبقاتی گام برداشته و اثرات برنامه‌های ماهواره‌ای رابه‌طور کامل و به کمک نظام آموزشی خنثی می‌کند. برنامه‌های صدا و سیما نیز تأثیر کمی را البته هم جهت با برنامه‌های ماهواره‌ای بر هویت طبقاتی از خود برجای می‌گذارد.

یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه تعلقات طبقاتی نشان می‌دهد که تقریباً ۵۰ درصد پاسخگویان خود را متعلق به طبقه متوسط، تقریباً ۱۱ درصد به طبقه متوسط رو به پایین و نزدیک به ۹ درصد خودشان را متعلق به طبقه متوسط رو به بالا دانسته و سایر پاسخگویان از عناوین دیگری استفاده کرده‌اند که از فراوانی پایینی برخوردار هستند. همچنین شغل، تحصیلات، پایبندی به اصول مذهبی، درآمد، پوشش، اتومبیل و قومیت به ترتیب پررنگ‌ترین معیارهایی هستند که افراد برای قرار گرفتن در طبقه از آن یاد کرده‌اند. بدین ترتیب نتایج حاصل از شاخص‌های تعلقات طبقاتی پاسخگویان، برداشتی را در مخاطب ایجاد می‌کند که افرادی که از پایگاه شغلی، تحصیلی و درآمدی یکسان برخوردار هستند، بیشترین تعاملات را با یکدیگر داشته و از نمادهای خاص و مشابه‌ای همانند پوشش و اتومبیل برای نمایش تعلق طبقاتی‌شان استفاده می‌کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در واقع، این تعلقات قومیتی و مذهبی هستند که تعاملات و نمادهای طبقاتی و در یک کلام هویت طبقاتی افراد را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. بنابراین در مورد دسته‌بندی موریسون (۲۰۱۰) از تعاریف موجود درباره هویت طبقاتی این نکته را باید گفت که پاسخگویان در بحث طبقه و هویت طبقاتی بر جنبه‌های عینی و ذهنی حاصل از ساختارهای نابرابر اقتصادی - اجتماعی که مبتنی بر نظریات افرادی همچون مارکس و وبر بنا نهاده شده است، تأکید کرده‌اند. براساس نتایج پژوهش در واقعیت مورد مشاهده شاید بتوان تعریف جدیدی از

هویت طبقاتی بر پایه شاخص‌هایی نظیر قومیت، پابندی به اصول مذهبی و نوع مذهب ارائه کرد که در آن سلسله‌مراتب اهمیتی چندانی نداشته باشند. بر همین مبنا، نتایج پژوهش، نتایج پژوهشی که ممتاز (۱۳۸۳) درباره معرفی طبقه از نظر بورديو انجام می‌دهد و معتقد است که چنین تعریفی از طبقه را می‌توان برای جامعه ایران به کار برد و نیز پژوهش اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱) که با ارائه رویکردی نظری مبتنی بر جنبه‌های فرهنگی قصد نشان دادن تمایزات طبقاتی به واسطه سبک زندگی و مصارف متفاوت در جوامع امروزی مثل جامعه ایران دارند، را رد می‌کند. باقی ماندن پژوهش‌های اینچنین در حوزه هویت طبقاتی در جامعه ایران در سطح نظری از عوامل مهم پدید آمدن چنین تناقض‌هایی میان یافته‌های علمی محققان مختلف است. عدم وجود مراکز و امکانات متعدد و متفاوت (حتی در اکثر شهرهای بزرگ ایران) که گذران متفاوت گونه اوقات فراغت و سبک زندگی متمایز افراد را سبب شود، خود نشان از عدم موفقیت در کاربرد نظریات بورديو، گولدتروپ و... در جامعه ایران دارد. همچنین سطح زندگی پاسخگویان از نظر درآمدی، گرایش‌های قومی و مذهبی و مواردی نظیر آن، عدم کارایی چنین نظریاتی را بیش از پیش به نمایش می‌گذارد. نتایج پژوهش‌های هیگز و گیلرد (۲۰۰۶) و نیز آریس و سیدر (۲۰۰۷) که به صورت تجربی هویت طبقاتی را با جنبه‌های فرهنگی، مصرفی و شخصیتی (روان‌شناختی) حاصل از ساختارهای اقتصادی - اجتماعی نابرابر مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌دهند، به واسطه نتایج پژوهش حاضر مورد تأیید واقع نمی‌شوند.

در تبیین و چرایی نحوه تأثیرگذاری کارگزاران جامعه‌پذیری بر هویت طبقاتی خصوصاً خانواده که با وجود تأثیرگذاری ماهواره در این زمینه باز هم بیشترین تعهدات را از سوی پاسخگویان به خود اختصاص داده است؛ اینکه چرا خانواده به عنوان کارگزار جامعه‌پذیری وظیفه انتقال الگوها و ارزش‌های فرهنگی مسلط جامعه را بر افراد بر عهده دارد. جامعه‌ای که در آن مناسبات میان افراد و ارزش‌های حاکم بر پایه تعلقات قومی و مذهبی استوار است، ارزش‌ها و الگوهای انتقالی کارگزاران داخلی جامعه مورد نظر، نظیر خانواده نیز به عنوان نمونه در هویت طبقاتی مبتنی بر چنین تعلقاتی خواهد بود که در ادامه به نمونه‌هایی از آن اشاره می‌شود.

پوشش با استفاده از مجموعه علائم مادی، نظام ارتباطی فرهنگی ویژه‌ای را در میان یک قشر یا طبقه برقرار می‌کند و ارزش‌های نمادین موجود در یک گروه را به تصویر

می‌کشد. هر یک از گروه‌های انسانی که در مناطق مختلف ایران زندگی می‌کنند، تحت تأثیر عوامل گوناگون از جمله ویژگی‌های بوم‌شناختی منطقه قرار دارند، تن‌پوش ویژه‌ای دارند که در نگاه نخست قومیت، زبان و حتی مذهب افراد را نمایان می‌کند. این ویژگی در استان گلستان در میان زنان قوم ترکمن که تقریباً یک چهارم پاسخگویان پژوهش حاضر را تشکیل می‌دادند، از برجستگی ویژه‌ای برخوردار است. بدین ترتیب تنوع پوششی که نماد یک طبقه خاص باشد را در پژوهش حاضر نمی‌توان ملاحظه کرد. اما نتایج پژوهش حاضر نشان از برجستگی شاخص پوشش به عنوان تعلق طبقاتی نزد پاسخگویان دارد. در توضیح این مسئله باید متذکر شد که هزینه‌های صرف شده برای به دست آوردن پوشش مورد نظر است که این شاخص را برجسته می‌کند و نه تنوع پوششی. بدین ترتیب هزینه‌های پرداخت شده برای پوشاک و همچنین اتومبیل را می‌توان جزء مصارفی که به خاطر چشم و هم‌چشمی و نیز کسب احترام و فخر فروشی است، به حساب آورد که از آن می‌توان با عنوان مصرف نمایشی - که وبلن و نیز دوزنبری به آن اشاره کرده‌اند - یاد کرد که در آن جهت‌گیری مصرف تنها ناشی از ضرورت رفع نیازهای زیستی نیست، بلکه انتخابی است که هویت متمایز را آشکار می‌سازد. اما نکته قابل توجه این است که واحد مصرف نمایشی نزد پاسخگویان نه فردی بوده و نه خانوادگی، بلکه تعلقات قومی و مذهبی است. نمونه عینی و برجسته آن را در گرایش زنان و مردان ترکمن به اتومبیل‌های ساخت شرکت تویوتا و گرایش زنان ترک و آذری زبان را به سنگ‌دوزی بر روی پیراهن‌های خود مشاهده کرد.

همچنین با علم به اینکه تأثیر مذهب و آموزه‌های مذهبی در جوامع کوچک و به‌طور مشخص جامعه مورد مطالعه غیرقابل انکار است، وجود رقابت در گروه‌های محلی موجب شکل‌گیری کانون‌های مذهبی متعدد و مجزا شده و مناسب‌ک مذهبی بسیار جدی و پررنگ برگزار می‌شود که همین امر رویارویی و رقابت بین گروهی بر مبنای تفکیک طبقاتی نظیر شرکت در مراسمات و مناسبت‌ها، یاری رساندن به افراد گروه (طبقه)، حفظ منافع جمعی (طبقاتی)، مشورت و... را به حداقل ممکن می‌رساند.

همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که زبان قومی از جایگاه شایسته‌ای در جامعه مورد مطالعه برخوردار است و در مواجهه با زبان فارسی برتری قابل ملاحظه‌ای از خود نشان می‌دهد. براساس مشاهدات انجام شده توسط محقق، مشخص شد که میزان

گرایش‌های محلی در منطقه مورد بررسی در حد بالایی بوده، به گونه‌ای که در تعاملات افراد حتی در محیط‌های اداری و آموزشی نیز گرایش و ترجیح به سمت زبان قومی است. این ویژگی، آگاهانه یا ناآگاهانه یکی از نمادهای هویت طبقاتی با عنوان «الحن سخن گفتن» را به شدت تضعیف می‌کند.

بدین ترتیب گرایش‌های محلی، شیوه خاص همسرگزینی، تعلقات مذهبی و مواردی نظیر آن، عناصر و شاکله نظام کنترل فرایند هویت در بعد طبقاتی را تشکیل می‌دهند که به نمایندگی خانواده با وجود تأثیر بالای ماهواره در این زمینه ارزیابی‌های خود را برای اصلاح رفتار افراد به آنها انعکاس می‌دهند و تا زمانی که چنین نظام کنترلی بر تمامی جنبه‌های زندگی اجتماعی و فرهنگی افراد سیطره دارد، نمی‌توان به تقویت هویت در ابعادی نظیر طبقه امید داشت.

۴-۴. تقابل ابعاد فراملی و فروملی هویت جمعی

یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه ابعاد فراملی و ملی هویت جمعی نشان می‌دهد که هویت فراملی (جهانی) در هر سه جنبه شناختی، احساسی و رفتاری میانگین بسیار پایینی را به خود اختصاص داده است؛ بدین معنی که در بین پاسخگویان از جایگاه بسیار پایینی برخوردار است. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که پاسخگویان در حوزه هویت فراملی (جهانی) صرفاً به مصرف غذاها و استفاده از لباس‌ها و پوشش‌های دارای مارک خارجی (بین‌المللی) گرایش دارند. بدین ترتیب گرایش افراد به هویت جهانی در جنبه‌های مصرفی و ظاهری خلاصه شده که البته میانگین برجستگی آنها نیز در حد متوسط است.

همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که هویت ملی نیز در جنبه‌های شناختی و رفتاری در سطح پایین و در جنبه احساسی در حد متوسط قرار دارد؛ چنین نتایجی نشان از جایگاه پایین هویت ملی نزد پاسخگویان نسبت به ابعاد فروملی هویت جمعی است. همچنین عناصر مذهبی هویت ملی دارای برجستگی بیشتری نسبت به سایر عناصر هویت ملی هستند. نتایج حاصل از هویت ملی در این پژوهش در مقابل نتایج و یافته‌های پژوهش‌های ابوالحسنی (۱۳۸۸)، حاجیانی (۱۳۸۸)، میرمحمدی (۱۳۹۰)، فکوهی (۱۳۸۸)، شیخاوندی (۱۳۸۱) و... مبنی بر برجسته بودن هویت ملی قرار می‌گیرد. مهم‌ترین نکته‌ای که درباره کاستی پژوهش‌های مذکور می‌توان بیان کرد، این است که محققان در بررسی هویت ملی مطالعه

خود را صرفاً بر روی جنبه احساسی هویت ملی متمرکز کرده‌اند؛ در حالی که احساس تنها بخشی از هویت جمعی افراد را شامل می‌شود.

در تبیین عدم برجستگی و کم‌رنج بودن هویت جمعی در سطح فراملی و ملی باید گفت: انتقال ارزش‌ها و الگوها از سوی کارگزاران خود به خود و به شکل ابزاری نمی‌تواند هویت‌آفرینی کند؛ افراد آنچه را یاد می‌گیرند که کنش‌های روزمره خود را بر مبنای آنها هدایت می‌کنند، نظیر خانواده، جنسیت، شغل، قومیت و... بنابراین تا زمانی که در کنش‌های روزمره افراد موقعیت‌ها و نقش‌های متناسب با الگوها و ارزش‌های انتقالی که افراد به واسطه قرار گرفتن در آنها قادر به کسب هویت جمعی مورد نظر باشند، تولید نشود، نمی‌توان انتظار داشت آن بعد از هویت جمعی در نزد افراد به‌طور کامل شکل گرفته و برجسته باشد. بدین ترتیب می‌توان گفت: تلاش کارگزاران داخلی جامعه‌پذیری در جهت تقویت برجستگی هویت ملی تنها بر جنبه احساسی هویت ملی اثرگذار است و به دلیل فقدان نقش‌های اجتماعی مرتبط با این بعد از هویت در نزد افراد، انتظار موفقیت در جنبه‌های شناختی و رفتاری هویت ملی بیهوده است.

۴-۵. ارائه مدل تحلیلی برای مناسبات کارگزاران جامعه‌پذیری

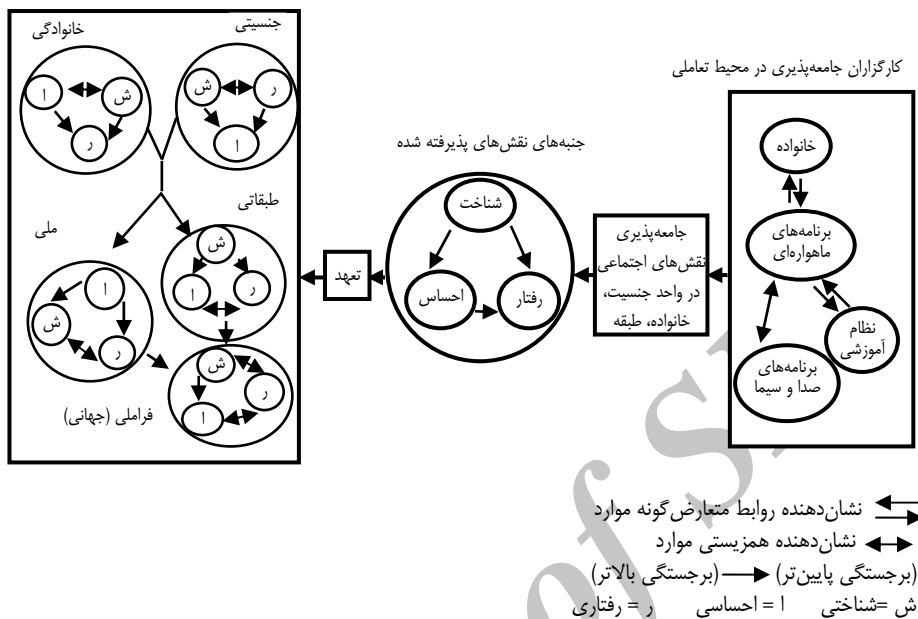
در زمینه مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری نظریه‌پردازی‌های متعددی صورت گرفته و پژوهش‌های بسیاری تمرکز مطالعاتی خود را بر روی این محور قرار داده‌اند. گکاس، پورتمن، ایلپیچ و حتی گیدنز از جمله این نظریه‌پردازان و وودوارد، ساها، سونگ، هومین فر، عریضی، قائمی فر و حمایت خواه بهرامی و... نیز از جمله محققانی هستند که در این زمینه دارای یافته‌هایی علمی هستند. برخی از این افراد به همزیستی و هماهنگی کارگزاران جامعه‌پذیری معتقدند. برخی دیگر خانواده را در مقابل سایر کارگزاران جامعه‌پذیری قرار می‌دهند، عده‌ای از پژوهشگران ایرانی نیز کارگزاران داخلی (خانواده، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما) را با کارگزارانی همچون برنامه‌های ماهواره‌ای و اینترنت در تعارض می‌بینند. پس از مطالعه منابع خارجی و ایرانی متعدد در زمینه مورد نظر، با توجه به تفاوت‌های ارزشی و فرهنگی جامعه ایران با جوامع دیگر، مدل نظری که در پژوهش حاضر ترسیم شد، بر مبنای تقابل و تعارض کارگزاران داخلی و خارجی بنا نهاده شد. برای آزمون مدل نظری پیشنهادی و ارائه یک مدل تحلیلی که زمینه نظری

پژوهش‌های دیگری که مرتبط با موضوع مورد مطالعه هستند را فراهم سازد، اطلاعات مورد نیاز از نمونه مورد بررسی جمع‌آوری شده و تکنیک تحلیل مسیر برای دستیابی به هدف مورد نظر به اجرا گذاشته شد.

در پژوهش حاضر، مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری در جنبه‌های سه‌گانه ابعاد فراملی هویت جمعی مورد سنجش و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان می‌داد که خانواده با ضریب اهمیت بسیار بالا، کارگزار و سازوکار اصلی و مسلط جامعه‌پذیری جنسیتی، خانوادگی و طبقاتی است. برنامه‌های ماهواره‌ای در این زمینه در رتبه دوم، نظام آموزشی در رتبه سوم و در نهایت، برنامه‌های صدا و سیما در رتبه چهارم قرار گرفتند. اما در مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری از ۵۴ حالت ممکن مورد بررسی، ۳۱ حالت دارای رابطه متعارض، ۷ حالت به صورت همزیستی و انطباق و ۱۶ حالت عدم تعامل میان کارگزاران جامعه‌پذیری را نشان می‌داد. همچنین یافته‌ها نشان‌دهنده این بود که خانواده و نظام آموزشی به‌طور کامل با برنامه‌های ماهواره‌ای در تعارض به سر می‌برند. بیشترین حالت همزیستی نیز با ۵ حالت مربوط به مناسبات میان برنامه‌های ماهواره‌ای و برنامه‌های صدا و سیما بود.

همچنین نتایج تحلیل مسیر در خصوص اثرات کارگزاران جامعه‌پذیری بر یکدیگر نشان می‌داد که کارگزاران داخلی در ساخت ابعاد فراملی هویت جمعی در جنبه‌های سه‌گانه آن تأثیر بسیار اندکی از یکدیگر پذیرفته و عمدتاً به صورت مستقل از یکدیگر عمل می‌کنند، به طوری که بیشترین حالت عدم تعامل مربوط به رابطه کارگزاران داخلی با یکدیگر بود؛ نکته‌ای که دستاوردهای نظری پژوهش حاضر در زمینه مناسبات کارگزاران جامعه‌پذیری بر پایه آن استوار است. بدین ترتیب مهم‌ترین مسئله در مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری، عدم تعامل میان کارگزاران داخلی (خانواده، نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما) است، به طوری که از نظر ماهیت و جهت تأثیرگذاری هر سه عمدتاً در یک دسته قرار می‌گیرند، اما کمترین تعامل ممکن بین آنها موجود است. همین مسئله سبب شده است که برنامه‌های ماهواره‌ای از شکاف موجود میان کارگزاران داخلی استفاده کرده و جدایی هرچه بیشتر آنان را رقم بزنند؛ کما اینکه مطابق مدل تحلیلی ارائه شده، برنامه‌های ماهواره‌ای دو کارگزار نظام آموزشی و برنامه‌های صدا و سیما را تا حدودی کنار زده و تنها خانواده را در بالای سر خود می‌بیند. بر همین اساس می‌توان مدل تحلیلی

جدیدی در خصوص مناسبات میان کارگزاران جامعه‌پذیری را ارائه کرد که مورد تأمل پژوهشگرانی که در زمینه‌های مرتبط فعالیت می‌کنند، واقع شود.



نمودار ۳. مدل تجربی پژوهش

۵. ارائه پیشنهادات

از آنجایی که یافته‌های پژوهش‌های متعدد از جمله پژوهش حاضر سهم هویت‌های ملی و فراملی در هویت جمعی را ناچیز نشان می‌دهند، به پژوهشگران توصیه می‌شود تمرکز مطالعاتی خود در حوزه هویت جمعی را بر ابعاد فروملی که عرصه کنش‌های روزمره افراد هستند، گذاشته و نسبت به استخراج گونه‌های مناسب از ابعاد مورد مطالعه از طریق تحلیل گونه‌شناسی اقدام کنند.

گروه همالان به‌طور حتم از کارگزاران بسیار مهم در فرایند جامعه‌پذیری افراد محسوب می‌شود که اهمیت آن برای محقق نیز مشخص است، اما به دلیل وسعت مطالعاتی پژوهش از سنجش تأثیر آن صرف نظر شد. پرداختن به این مهم می‌تواند از اولویت‌های پژوهشی علاقمندان به مطالعه در حوزه جامعه‌پذیری باشد.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد: چنانچه برنامه‌های ماهواره‌ای با انگیزه تفریح و سرگرمی

مورد تماشا واقع شوند، کمترین تأثیر را بر روی مخاطبان می گذارند و با توجه به اینکه نمی توان از نفوذ ماهواره به درون خانواده ها جلوگیری به عمل آورد و اینکه بیشترین ترجیح در تماشای برنامه های تلویزیونی و ماهواره ای به صورت جمعی، سرگرمی و تفریح است، توصیه می شود خانواده ها بخشی از اوقات فراغت خود را در کنار هم و تماشای دسته جمعی برنامه های ماهواره ای با انگیزه تفریح و سرگرمی پردازند تا کمترین آسیب به لحاظ تعارض ارزش ها و الگوهای انتقالی متوجه اعضای خانواده شود.

یافته ها نشان می دهد که پایین ترین میانگین های اختصاص یافته به گویه ها در جنبه احساسی هویت جنسیتی زنان مربوط به وضعیت هرم قدرت در خانواده است و نه وضعیت تقسیم کار و عدم تقارن در وظایف خانگی. بنابراین از طریق آموزش و ایجاد آگاهی در مردان در این زمینه در محیط های آموزشی - تحصیلی و شغلی می توان زمینه های تبدیل هرم قدرت در خانواده از نوع عمودی به افقی و به تبع آن بهبود احساس زنان نسبت به هویت جنسیتی آنها را فراهم آورد.

نظام آموزشی و خانواده با اجرای سیاست ها و رویه های خود در شکل دهی به هویت خانوادگی عمدتاً بر روی وظایف متمرکز هستند و کمتر به ابعاد دیگر نظیر تعاملات پرداخته اند و از سوی دیگر نیز یافته های پژوهش حاکی از عدم تعامل میان خانواده و نظام آموزشی در شکل دهی به هویت خانوادگی است. بنابراین برگزاری جلسات متعدد با خانواده ها از سوی نظام آموزشی در قالب انجمن اولیا و مربیان، کارگاه های گوناگون برای والدین و... تدارک اردوهای تفریحی برای دانش آموزان به همراه خانواده هایشان و مواردی نظیر این، از یک سو می تواند سبب ایجاد تعامل مناسب تر میان خانواده ها و نظام آموزشی شود و هم از تأثیر غیرمستقیم و غیرعمد نظام آموزشی که کانونی برای روابط اعضای گروه همالان و کاهش تعاملات میان فرزندان و والدین است، تا اندازه ای بکاهد.

از آنجایی که شکاف میان کارگزاران داخلی به واسطه عدم تعامل میان آنها از یک سو باعث جامعه پذیری ناقص افراد شده و از سوی دیگر فرصت کافی را برای عرضه اندام برنامه های ماهواره ای می دهد که دارای ارزش ها و الگوهای متعارض با الگوها و ارزش های کارگزاران داخلی است، لازم است دولت و مجلس ایجاد کمیته ای ویژه متشکل از تعدادی از جامعه شناسان و روان شناسان زبده را جهت هماهنگی و نظارت بر انطباق الگوها و ارزش های انتقالی دو نهاد نظام آموزشی و سازمان صدا و سیما به تصویب رسانده و بر

فعالیت مداوم و مستمر آنها نظارت دقیقی داشته باشد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که بعد تعاملات هویت خانوادگی در جنبه رفتاری و نیز بعد هم‌رنگی در هر سه جنبه تا حدودی ضعیف است و با علم به این موضوع که از عوامل مهم و تعیین‌کننده‌ای که به برجستگی هویت خانوادگی یاری می‌رساند، تبادل عاطفی متوازن است و همان‌گونه که والدین برای تنظیم دریافت‌ها و مخارج خود از برنامه اقتصادی خاصی پیروی می‌کنند و طرح باثباتی در این زمینه دارند، جهت تقویت هویت خانوادگی در ابعاد و جنبه‌های مذکور، در خصوص مناسبات عاطفی میان اعضای خانواده نیز باید طرح‌های با ثبات و متعادلی در قالب برنامه‌های روزانه تنظیم کرد و از طریق آموزش، کتاب، سی دی و... آنها را به صورت رایگان در اختیار خانواده‌ها قرار داد.

نتایج به دست آمده در حوزه هویت طبقاتی و به حاشیه رانده شدن این بعد فراملی هویت جمعی به واسطه تعلقات قومی و مذهبی، نیازمند انجام پژوهش‌هایی در این زمینه (هویت طبقاتی) در استان‌های مشابه استان گلستان است که از تنوع قومی و مذهبی برخوردارند تا از طریق تکرار پژوهش‌های متعدد در این زمینه به تعریفی جامع از هویت طبقاتی با توجه به شرایط فرهنگی و اجتماعی مشابه دست یافت.

Archive of SID

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

۱. ابادری، یوسفعلی و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۰: ۲۸-۳.
۲. احمدی، حبیب و سعیده گروسی (۱۳۸۳). «بررسی تأثیر برخی عوامل اجتماعی و فرهنگی بر نابرابری جنسیتی در خانواده‌های شهر کرمان و روستاهای اطراف آن»، مطالعات زنان، شماره ۶: ۳۰-۵.
۳. اعزازی، شهلا (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی خانواده، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۴. اکبرزاده، نسرين (۱۳۷۶). گذر از نوجوانی به پیری. تهران: مؤلف.
۵. حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
۶. راسخ، عبدالرحمن و دیگران (۱۳۸۶). «بررسی پنداشت زنان شاغل در دانشگاه‌های اهواز از موقعیت طبقاتی خودشان با استفاده از مدل‌های قطری تحرک»، جامعه‌شناسی ایران، دوره هشتم، شماره ۴: ۹۱-۱۱۵.
۷. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۵). مشکل هویت ایرانیان امروز. تهران: نشر نی.
۸. شیخاوندی، داور (۱۳۸۱). «تکوین و تکون هویت ملی»، رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره ۲۰ و ۲۱: ۱۱-۳.
۹. طالبان، محمدرضا (۱۳۷۸). «خانواده، دانشگاه و جامعه‌پذیری مذهبی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۳: ۲۷-۵۴.
۱۰. عریضی، فروغ السادات و همکاران (۱۳۸۵). «ماهواره و هویت جنسیتی دختران جوان»، جامعه‌شناسی ایران، شماره ۲۶: ۱۰۰-۷۶.
۱۱. قائمی فر، حسین و مجتبی حمایت‌خواه بهرامی (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر خانواده بر شکل‌گیری هویت جنسیتی دختران دانشجوی دانشگاه پیام‌نور جهرم»، پژوهش زنان، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۳: ۱۰۲-۸۳.
۱۲. کچویان، حسین (۱۳۸۴). تطورات گفتمان‌های هویتی ایران: ایرانی در کشاکش با تجدد و مابعد تجدد، تهران: نشر نی.
۱۳. کسل، فیلیپ (۱۳۸۳). چکیده آثار آنتونی گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ققنوس.
۱۴. کوثری، مسعود (۱۳۸۳). «جهانی‌شدن، هویت و بریکولاژ فرهنگی»، مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی شدن، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی دانشگاه تهران.
۱۵. ممتاز، فریده (۱۳۸۳). «معرفی مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو»، پژوهشنامه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۴۱ و ۴۲: ۱۶۰-۱۴۹.
۱۶. موحد، مجید و دیگران (۱۳۸۶). «جوانان، خانواده و جامعه‌پذیری»، مطالعات جوانان، شماره ۷ و ۸: ۵۴-۳۳.
۱۷. نعیمی، محمدرضا (۱۳۹۰). «تأثیر تعامل خانواده و ماهواره در بروز پدیده طلاق»، جامعه‌شناسی

مطالعات جوانان، شماره اول: ۲۱۱-۱۹۱.

۱۸. هژبری، سارا (۱۳۸۹). بررسی نقش خانواده بر جامعه‌پذیری جنسیت دختران ترک، لر و فارس استان فارس، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده روان‌شناسی و علوم اجتماعی.
۱۹. هومین‌فر، الهام (۱۳۸۲). «تحول جامعه‌پذیری جنسیتی»، پژوهش زنان، شماره ۷: ۸۹-۱۱۴.

ب) منابع لاتین

1. Aries, Elizabeth & Seider, Maynard (2007). "The Role of Social Class in the Formation Identity", *Social Psychology*, 147 (2): 137-157 .
2. Ashmore, Richard et al. (2004). "An Organizing Framework for Collective Identity: Articulation and Significance of Multidimensionality", *Psychological Bulletin*, 130 (1): 80-114 .
3. Beckwith, Karen (1998). "Collective Identities of Class and Gender: Working-class Women in the Pittston Coal strike", *Political Psychology*, 19 (1): 147-167 .
4. Benson, D. E & Trew, Karen (1995). "Facets of Self in Northern Ireland: Explorations and further Question", In R Wicklund & A. Oosterwegel (Eds). *The self in European and North American culture: Development and processes* (pp 291-397). Amsterdam: Kluwer Academic Publishing .
5. Berns, Roberta M. (2009). *Child, Family, School, Community: Socialization and Support*, New York: Wadsworth Cengage Learning .
6. Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of The Judgement of Taste*, Translated by Richard Nice. Cambridge: Harvard University Press .
7. Buckingham, David (2008). "Introducing Identity, Youth, Identity and Digital Media", In David, Buckingham et al. *foundation series on digital media and Learning*. Cambridge, MA: the Mit Press: 1-24 .
8. Burke, Peter J. (1991). "Identity Process and Social Stress", *American sociological review*, 56 (1): 836-849 .
9. Burke, Peter J. (2004). "Extending Identity Control Theory: Insights From Classifier Systems", *Sociological theory*, 22 (4): 574-594 .
10. Cassidy, Clare & Trew, Jaren (2001). "Assessing Identity Change: A Longitudinal Study of the Transition from School to College", *GPIR*, 4 (1): 49-60 .
11. Clark-Stewart, Alison & Brentano, Cornelia (2006). *Divorce*. New Haven, CT: Yale University Press .
12. Crompton, Rosemary (2008). *Class and Stratification*, Cambridge: Polity Press
13. Duvall, Evelyn M. (1971). *Family Development*. Philadelphia: J. B. Lippincott Company .
14. Freese, Lee & Burke, Peter J. (1994). "Persons, Identities and Social Interaction", In Barry Markovskiy et al. (Eds), *Advances in group processes*. Greenwich: CT: JAI
15. Gibbins, J. & Reimer, B. (1999). *The Politics of Postmodernity*, London: Sage .
16. Giddens, Anthony (1982). "Class Structuration and Class Consciousness", In Anthony

- Giddens & David Held (Ed), *Classes, power and conflict* (pp 157-179). California: University of California Press .
17. Giddens, Anthony (2006). *Sociology*, Cambridge: Polity press .
 18. Higgs, Paul & Gillard, Chris (2006). "Departing the Margins: Social Class and Later Life in a Second Modernity", *Sociology*, 42 (3): 219-241 .
 19. How, Tasha R. (2011). *Marriages and Families in the 21st century*. Oxford: John Wiley & Sons .
 20. Kiecolt, K. Jill & Lomoscolo, Anna F. (2003). "Roots of Identity: Family Resemblance", Peter James Burke (Ed). *Advances in identity theory and research* (pp 27-40), New York: Springer .
 21. Kim, S. K. (1999). *Causal Attribution and Collective Identity Among Ethnic and Racial Minority Children and Adolescents: Development perspectives*, Dallas: University of Texas at Dallas .
 22. Lamanna, Mary Ann & Riedmann, Agnes (2008). *Marriages and Families*, New York: Wadsworth Cengage Learning .
 23. Morrison, Carlos D. (2010). "Class Identity", Ronald L Jackson, *Encyclopedia of identity*, Vol.1 (pp 91-95), London: Sage .
 24. Parsons, Talcott & Bales, Robert F. (1956/2003). *Family Socialization and Interaction Process*, London: Sage .
 25. Reynolds, Larry J & Aerman-Kinney, Nancy J. (2003). *Handbook Symbolic Interactionism*, Rowman & Littlefield .
 26. Ritzer, George (1989). *Sociological Theory*, New York: Alfred Aknopf .
 27. Saha, Dipali (2006). *Sociology of Social Stratification*, New Delhi: Global Vision Publishing Ho .
 28. Scabini, Eugenia & Manzi, Claudia (2011). "Family Processes and Identity", in In Seth J Schwartz et al. (Eds). *Handbook of identity theory and research*, Vol. 1 (pp 565-584), New York: Springer .
 29. Stets, Jan E. (2006). "Identity Theory", In Peter J. Burke (Ed). *Contemporary social psychological theories*. Stanford, California: Stanford University Press .
 30. Stryker, S. & Serpe (1982). "Commitment, Identity Saliency and Role Behavior: Theory and Research Example", In W. Lckes & E. S. Knowles (Eds). *Personality, role and social behavior*. New York: Springer-Verlag .
 31. Turner, Bryan S. (1991). *Classical Sociology*, London: Sage .
 32. Turner, Jonathan H. (1998). *The Structure of Sociological Theory*, New York: Thomson Wads Worth .
 33. Veblen, Thorstein (1934/2004). *The Theory of the Leisure Class*, New York: Kessinger Publishing .
 34. Weber, Max (1978). *Economy and Society*, New York: University of California press .
 35. White, James M. & Klein, David M. (2008). *Family Theories*. London: Sage . .