

عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران دانش‌آموز دوره متوسطه شهر اهواز

معصومه باقری^۱

ایوب رستمی^۲

محمد سلیمان نژاد^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۴/۱۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۶/۱۲

در این پژوهش به بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران دانش‌آموز دوره متوسطه شهر اهواز پرداخته شده است. پژوهش حاضر به روش پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. بدین منظور از بین دختران دبیرستانی شهر اهواز، ۳۸۳ نفر از طریق نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم نمونه انتخاب شدند. جهت سنجش میزان روایی پرسشنامه از روایی صوری و برای سنجش میزان پایایی هم از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. ضریب آلفای کل به‌دست آمده ۰/۷۳ بوده است که حاکی از پایایی مناسب پرسشنامه می‌باشد. چارچوب نظری پژوهش بر اساس نظریه‌های گیدنز، تاجفل، مید، بورک و برادلی تدوین یافته است. در این پژوهش به بررسی تأثیر متغیرهای پایگاه اقتصادی- اجتماعی، انتظارات خانواده، میزان تعلق به مدرسه، میزان تعلق به گروه همسالان، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و میزان تحصیلات والدین بر هویت اجتماعی دختران دبیرستانی پرداخته شده است. یافته‌های پژوهش حاضر با توجه به تأثیر متغیرهای یاد شده، حاکی از این است که پایگاه اقتصادی- اجتماعی، میزان تحصیلات والدین و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی رابطه‌ای معکوس با شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران داشتند و سه متغیر دیگر (میزان تعلق به مدرسه، میزان تعلق به گروه همسالان و انتظارات خانواده‌ها) از رابطه‌ای مستقیم با شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران برخوردار بوده‌اند. در مجموع، این متغیرها ۰/۴۳ درصد از واریانس تغییرات مربوط به متغیر وابسته هویت اجتماعی را تبیین می‌کنند.

واژگان کلیدی: هویت اجتماعی، انتظارات خانواده، رسانه‌های جمعی و دختران

E-mail: M.bagheri@scu.ac.ir

^۱ دانشیار، جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

^۳ دانشجوی دکتری، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

یکی از ابعاد زندگی انسانی شکل‌گیری هویت اجتماعی^۱ است که عوامل گوناگونی در حوزه‌های زندگی اجتماعی مانند خانواده، دوستان، همسالان، رسانه‌ها و... در فرآیند شکل‌گیری و شکل‌دهی به آن نقش دارند. بر همین اساس، نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به هویت جوانان، فراگردی ارتباطی است که در محیط شکل می‌گیرد؛ محیط نه تنها بر فراگرد ارتباطی و نوع آن تأثیر می‌گذارد، بلکه بر ادراکات، آنچه بین خود ردوبدل می‌کنیم و حتی در سطحی که ارتباط می‌گیریم نیز تأثیر می‌گذارد. کنش و واکنش ما در مقابل یکدیگر در چهارچوب نظام‌های اجتماعی و شرایط فیزیکی حاکم بر ماست. تحولات عظیم در فنون اطلاعاتی و ارتباطی و شکل‌گیری یک نظام ارتباطی جدید مبتنی بر زبان همگانی دیجیتالی، بنیاد مادی جامعه را چنان دگرگون کرده است که هیچ‌گونه انزوا‌گزینی و کناره‌گیری را بر نمی‌تابد و حتی دور افتاده‌ترین و سنتی‌ترین جوامع نیز از بستن مرزهای خود به روی جریان‌ها و شبکه‌های جهانی ناتوان هستند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۳۸).

هر چه به دوره جدید و وسایل ارتباطی جدید مانند ماهواره و اینترنت نزدیک‌تر می‌شویم، با توجه به تکنولوژی‌های به‌کاررفته در آن‌ها، ویژگی‌ها و شرایط جدیدی در پیش روی انسان‌ها قرار می‌گیرد؛ ویژگی‌هایی مانند جذابیت و اثربخشی، صنعتی شدن فرهنگ، ظرفیت بالای نگهداری و انتقال متن، عکس و صوت، جمع‌زدایی، ناهم‌زمانی، تحرک، تمرکززدایی، افزایش سرعت دسترسی، انعطاف‌پذیری و قابلیت استفاده گسترده از آرشیوهای عظیم و غنی رسانه‌های صوتی، تصویری و تفریحی. وسایل سنتی ارتباط در سال‌های اخیر جای خود را به وسایل الکترونیکی و دیجیتالی ارتباط از راه دور داده است. وسایل جدید با ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فراوان، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر ابعاد مختلف جامعه به عهده دارند. تکنولوژی، پدیده‌ای است که هر جامعه‌ای هر اندازه که در صدد بسته ماندن و دوری‌گزیدن از جهان برآید، قادر به مصون کردن خویش از آثار آن نخواهد شد (محسنی، ۱۳۸۰: ۲۲). در عصر اطلاع‌رسانی، برتری در عرصه اعمال سلطه بر جهان در پرتو تسلط بر تکنولوژی نوین ارتباطات تعیین می‌شود (وبستر، ۱۳۸۳: ۴۴). استفاده از ماهواره در پخش برنامه‌های تلویزیونی، تغییرات عمیقی در مصرف تلویزیون ایجاد می‌کند. امکان استفاده از ده‌ها شبکه تلویزیونی و بالا بردن قدرت انتخاب افراد، از اولین نتایج استفاده از ماهواره در پخش برنامه‌های تلویزیونی بود و مهم‌تر از آن، دریافت برنامه از جوامع دیگر را تسهیل نمود. کشورهای فرستنده

^۱ Social identity

ابعاد مختلف فرهنگی خود را به درون سایر جوامع فرستادند، سرعت اشاعه فرهنگی را افزایش دادند و یکپارچگی فرهنگی جوامع را با مشکل مواجه ساختند.

از ویژگی‌های ارتباطات در جهان مدرن این است که در مقیاسی جهانی صورت می‌پذیرد و پیام‌ها از فواصل دور به آسانی ارسال می‌گردند. ویندال سه عامل را برای توجه به اثرات رسانه‌ها بیان می‌کند:

اول اینکه، هدف قسمت عمده‌ای از تحقیقات این بوده که از رسانه‌ها برای نفوذ در مردم استفاده شود تا کاری را انجام دهند که در حالت عادی ممکن است انجام ندهند.

دوم، ترس از آثار بد رسانه‌ها مانند پرخاشگری، بی‌اعتنایی و رفتارهایی مانند آن است.

سوم، ارزیابی اهمیت و نتایج رسانه‌ها در جامعه است (سون و همکاران، ۱۳۷۶).

رسانه‌های ارتباطی نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیستند، بلکه شرط اساسی شکل گرفتن شیوه‌های رفتار و کردار هم می‌باشند، چرا که رسانه‌ها از طریق پیام‌های خود بر فرهنگ و تفکر افراد و همچنین نگرش‌ها و بینش‌های مردم عمیقاً تأثیر می‌گذارند و به آن شکل می‌دهند. آنها آن‌چنان بر زندگی خانواده‌ها اثر می‌گذارند که گاهی مشاهده می‌کنیم سلیقه‌ها، افکار و انتظارات خانواده تحت تأثیر برنامه‌های رسانه‌ها به طرز عجیبی یکسان و شبیه به هم است. امروزه جوامعی که کاملاً از تأثیر رسانه‌های همگانی برکنار مانده باشند، حتی در جوامع سنتی بسیار معدودند. به نظر می‌رسد که رسانه‌های جمعی، از یک سو وحدت اجتماعی را تهدید می‌کنند و از سوی دیگر، پادزهری برای تهدیداتی هستند که از طرف سایر نیروهای اجتماعی متوجه همین وحدت می‌شود.

استفاده از ماهواره‌ها برای پخش برنامه‌های تلویزیونی تحول عظیمی در تولید و پخش برنامه‌ها در سطح وسیع ایجاد کرده و عدم امکان کنترل امواج ماهواره‌ای باعث شده که حجم وسیعی از برنامه‌های برون‌مرزی به فضای فکری جامعه وارد شود و بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی تأثیر بگذارد. هرچه تکنولوژی رسانه بیشتر پیشرفت کرده، کابوس وحشتناک‌تری از پیامدهای منفی وسایل ارتباطی برای ما ترسیم نموده است (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۴۵).

هویت در ساده‌ترین تعبیر، به معنای ویژگی‌های متمایزکننده فرد از دیگری است. این ویژگی‌های خاص شامل زبان، نژاد، تاریخ، دین، فرهنگ، جغرافیا، معماری و ... است. همچنین، بیان‌کننده چگونگی رابطه فرد به‌مثابه جزء با جامعه به‌منزله کل است.

از نظر جنکینز، هویت اجتماعی یک بازی است که در آن «رودررو بازی می‌شود». هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از طرفی، درک دیگران از خودشان و افراد

دیگر چیست؟ (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۱). انسان‌ها تابع هویتی واحد نیستند، بلکه به هویت‌های متعددی وابسته‌اند. شخص می‌تواند هم‌زمان هویت ملی، مذهبی، قومی، طبقاتی و سیاسی خاصی داشته باشد و هیچ تعارضی میان هویت‌ها به چشم نمی‌خورد. اهمیت و رواج فزاینده سازه هویت اجتماعی و مضامین مربوط به آن در دوره معاصر، ناشی از واقعیتی است که دوران گذار- حرکت از جامعه سنتی به جامعه مدرن- نامیده می‌شود؛ دوره‌ای که موجب تغییرات شدید هویتی شده است (جی دان، ۱۳۸۵: ۱۷). توجه به موضوع جوانان به کشور خاصی محدود نیست و نشانه‌های آن را می‌توان در ملل توسعه‌یافته و در حال توسعه، کشورهای سنتی و مدرن، دولت‌های شرقی و غربی و بالاخره جوامع دموکراتیک و غیر دموکراتیک یافت. نشانه‌ای از این توجه تازه، افزایش چشمگیر شمار مطالعات مربوط به جوانان طی سال‌های اخیر است. ضرورت بحث از هویت در این است که داشتن تعریفی از خود، اولین قدم در ایفای نقش و از مقدمات انسان بودن است. از ابتدای ظهور بر کرهٔ خاکی، انسان مرتب از کیستی و چیستی خود پرسیده است (رجایی، ۱۳۸۶: ۱۲).

از یک طرف، تغییر در رفتارها و الگوهای جوانان مانند بالا رفتن سطح توقعات، مدگرایی، گرایش به تحصیلات و مقابله با الگوهای سنتی و از طرف دیگر، استفاده از ماهواره برای دریافت برنامه‌های تلویزیونی خارجی را شاهد هستیم. بنابراین تحقیق حاضر به منظور پاسخگویی به سؤالاتی مانند میزان استفاده از رسانه‌های داخلی و خارجی چه تأثیری بر شکل‌دهی به هویت جوانان دارند، عواملی نظیر موقعیت اجتماعی- اقتصادی، میزان تحصیلات و علاقه‌مندی به رسانه‌های داخلی و خارجی چه نگرشی در جوانان ایجاد نموده و میزان تعلق آنان به هویت ملی، دینی، خانوادگی و... چگونه است، تدوین گردیده است.

تردید نیست که استفاده از رسانه‌های داخلی به نحو بسیار مطلوبی در جهت تعمیق ابعاد گوناگون هویت جوانان تأثیرگذار بوده و همچنین به وضوح روشن است هر جا رسانه‌های خارجی به خصوص ماهواره‌ها در میان جوانان نفوذ پیدا کرده‌اند، تأثیرات بسیار عمیقی در کاهش سطح هویت افراد در حوزه‌های گوناگون هویت شخصی، خانوادگی، مذهبی به ویژه هویت ملی بر جای گذاشته‌اند. این امر شاید به این دلیل باشد که استفاده آزاد از امکاناتی چون ماهواره و اینترنت در خانواده‌هایی بیشتر رواج دارد که از روابط آزادتری برخوردارند. اما این مسئله از عامل دیگری نیز سرچشمه می‌گیرد و آن این است که چون در جامعه ما از ماهواره به صورت منطقی استفاده نمی‌شود و این رسانه‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطاتی بیشتر مروج فرهنگ مادی‌نگر و فردگرایانه غربی هستند، یکی از جنبه‌های آسیب‌زای آن کاهش تعلقات هویتی در نوجوانان و جوانان است. لذا استفاده از رسانه‌های خارجی، شخص را دچار آنومی ارزشی و سرگستگی و

هویت شخصی او را دستخوش ضعف و عدم انسجام می‌کند. استفاده سازنده و مطلوب از ماهواره و اینترنت، نیاز به آموزش و بلوغ فکری و اجتماعی دارد و چنانچه فرد در کودکی از حمایت و نظارت والدین و افراد شایسته و قابل اعتمادی برخوردار بوده، نیازهای عاطفی او به‌خوبی برطرف شده و احساس امنیت و اعتماد به نفس را تجربه کرده و درعین حال بنیان‌های دینی و اخلاقی به گونه ای شایسته - منطبق با الگوهای عملی - در او استوار شده باشد، قدرت مقاومت و ایستادگی او در برابر این جریان‌های آسیب‌زا بیشتر می‌شود و می‌تواند با بازانندیشی و تأمل در برابر پدیده‌های پیش روی خود آن‌ها را تحلیل نماید و بر چالش‌های هویتی فائق آید.

دوره نوجوانی و جوانی، دورانی است که در آن بحران هویت‌یابی بر سازمان روانی فرد چیره می‌شود و نوجوان و جوان تشنه هویت را وادار به جستجو و سنجش ارزش‌های مختلف و گاه متضاد می‌نماید تا در پایان این دوره بحرانی، احساس هویت داشتن را برای وی به ارمغان بیاورد. تردیدی نیست که تحولات دهه‌های اخیر چه در زمینه‌های فرهنگی و چه در عرصه‌های ساختاری، به تعداد و تنوع و گاه تعارض نتایج هویت‌ساز منجر شده و گسترش نوگرایی و نوسازی در عرصه‌های جهانی به بحران هویت در بین بسیاری از اقشار به‌ویژه جوانان دامن زده است (ساروخانی و رفعت جاه، ۱۳۸۹: ۴).

نوجوان و جوان برای کسب هویت خود از خانواده، مدرسه، گروه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی بهره می‌جوید. حال این سؤال مطرح است که این عوامل (خانواده، مدرسه و رسانه‌های جمعی) تا چه میزان بر شکل‌گیری هویت اجتماعی آنان تأثیرگذار است.

مروری بر تحقیقات پیشین

قیطاسی و طباطبایی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر تنیدگی بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دانش‌آموزان دختر متوسطه دوره اول» که با روش پیمایش و تعداد نمونه ۶۳۸ نفر از دانش‌آموزان شهر سراوان انجام شده بود، به این نتیجه رسیدند که بین تنیدگی با رضایت از زندگی و شکل‌گیری هویت اجتماعی دانش‌آموزان رابطه معنادار وجود دارد. همچنین، میزان تنیدگی در دانش‌آموزان بالاتر از حد انتظار و میزان رضایت از زندگی دانش‌آموزان پایین‌تر از حد انتظار می‌باشد. بعلاوه، تنیدگی قادر به پیش‌بینی هویت اجتماعی می‌باشد و تفاوت معنادار در تنیدگی در پایه‌های مختلف تحصیلی دانش‌آموزان وجود داشت.

افشاریان (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان دختر» نشان دادند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، نقش اساسی در شکل‌گیری هویت مدرن ایفا می‌نمایند.

عبدالحسینی و حقیقتیان (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر اصفهان)» دریافتند که هویت اجتماعی در بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله اصفهان از سطح بالایی برخوردار است و بر اساس نتایج استنباطی، بین متغیرهای سرمایه فرهنگی، مصرف رسانه‌ای، جلب توجه، سن، وضعیت تأهل، وضعیت شغلی و هویت اجتماعی همبستگی معنی‌داری وجود داشته و این متغیرها توانسته‌اند تا ۰/۳۶۵ درصد از واریانس هویت اجتماعی را تبیین کنند.

خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی در بین جوانان شهر بندرعباس» نشان دادند که سبک زندگی مذهبی، سبک زندگی موسیقایی-مدرن، سبک زندگی موسیقایی-سنتی، سبک زندگی معطوف به ورزش و سبک زندگی دوستانه در مجموع نزدیک به ۶۲/۷ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی را تبیین کردند.

فیض درگاه (۱۳۷۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی هویت در دختران نوجوان با تأکید بر هویت شغلی در اواخر نوجوانی» در پی پاسخگویی به این پرسش بودند که آیا هویت فردی و شغلی در دختران سال سوم دبیرستان با نحوه پرورش والدین ارتباط دارد؟ چارچوب نظری این تحقیق تعریفی است که اریکسون از هویت ارائه می‌دهد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد سطح تحصیلات والدین و سطح اقتصادی در رشد هویت فرد تعیین‌کننده نیست، اما کیفیت روش تربیتی و وجود ملاک تربیتی در رشد هویت موفق نقش دارد. اگر والدین تحصیلات دانشگاهی داشته باشند و از سطح اقتصادی بالایی برخوردار باشند، نوجوانانشان الزاماً هویت موفق نخواهند داشت. همچنان که اگر والدین بی‌سواد و با فقر اقتصادی مواجه باشند، نوجوانان آنان می‌توانند هویت موفق داشته باشند. پس تعامل مادر و کودک و ملاک تربیتی ثابت در رشد هویت موفق نقش دارد.

آمال (۱۳۷۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر در شکل‌گیری هویت فرهنگی دانش‌آموزان دختر» در پی درک چگونگی شکل‌گیری هویت فرهنگی و میزان تأثیر عوامل جامعه‌پذیری، آموزش رسمی و غیررسمی بر فرایند شکل‌گیری هویت فرهنگی در دانش‌آموزان بود. این پژوهش با تکیه بر دیدگاه کنش متقابل نمادین انجام شد و روش آن، پیمایش با استفاده از پرسشنامه بود. دانش‌آموزان مورد مطالعه در این تحقیق دختران محصل در سال سوم متوسطه بوده‌اند. این پژوهش در نهایت توانست تأثیر عواملی چون

پایگاه اجتماعی خانواده، گروه‌های آموزشی غیررسمی و رسانه‌های جمعی را در شکل‌گیری هویت فرهنگی مورد تأکید قرار دهد.

برسوکوا و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «پویایی هویت شخصی و اجتماعی دانش‌آموزان در یک مطالعه تجربی» دریافته‌اند که در دانش‌آموزان ابتدایی نخست هویت فردی برجسته است و پس از آن هویت اجتماعی قرار دارد، اما در دوره دبیرستان درجه هویت اجتماعی نسبت به هویت فردی در دانش‌آموزان افزایش می‌یابد.

فرلند اسمیت (۲۰۱۲) در تحقیقی با موضوع «تعاملات شخصی و اجتماعی بین دختران و دانش‌آموزان جوان: بررسی جنبه‌های حیاتی برساخت هویت» به این نتیجه دست یافتند که تعاملات فردی و اجتماعی دختران، تصورات آن‌ها را از دانشمندان شکل می‌دهد و بر مبنای تجربیات خود به‌عنوان اعضای یک جامعه علمی، هویت‌های علمی آن‌ها شکل می‌گیرد.

پیتر بورگ^۱ در سال ۱۹۹۱ پژوهشی را در مورد بررسی این مطلب که چگونه ارزیابی شخصی به فرآیندهای هویت و نگرانی مرتبط است، انجام داد. بورگ در این پژوهش این مسئله را بررسی کرد که چگونه نگرانی می‌تواند به تغییر در هویت منجر شود. او چهار مکانیسم مداخله فرآیندهای هویت را به بحث می‌گذارد: ۱- حلقه‌های شکسته هویت، ۲- دخالت بین سیستم‌های هویت، ۳- سیستم‌های هویت بیش‌ازحد کنترل‌شده، ۴- درخواست هویت‌های چندبخشی که هریک از این چهار مکانیسم با شرایط شناخته شده ایجاد احساس نگرانی، مرتبط‌اند.

یلمن^۲ (۱۹۹۸) در پژوهش خود با عنوان «ستیز برای خود، قدرت و هویت اجتماعی در میان دختران نوجوان» به بررسی چگونگی شکل‌گیری هویت در میان دختران نوجوان دبیرستانی در منطقه‌ای فقیرنشین در انگلستان پرداخته است. در این پژوهش، مشکلات ویژه دختران نوجوان برای شکل دادن به هویت‌شان به‌صورت قدرتمند و محکم برای بزرگ‌سالی مورد بررسی قرار گرفته است. در این راستا تأثیر هویتی که از طریق پایگاه اجتماعی - اقتصادی تعریف می‌شود و هویتی که از طریق شکل ظاهری تعریف می‌شود، تأثیر رسانه‌های جمعی و تأثیر خانواده و اجتماع بر شکل‌گیری هویت مورد بحث قرار گرفته است. نویسندگان بر این تصور است که الگوهایی که رسانه‌ها و نیز اجتماع به این دختران برای شکل دادن به هویت‌شان ارائه می‌دهند بسیار سطحی و بی‌محتواست و الگویی محکم و قدرتمند برای داشتن هویتی کارآمد و مفید در

^۱. Peter bork

^۲. Elizabet Helman

بزرگ‌سالی به شمار نمی‌آید. همچنین، نقش خانواده در این شکل‌گیری کم‌رنگ و ضعیف می‌باشد. وی با تشریح این مسائل در نهایت این موضوع را مطرح می‌کند که در مقابل تأثیرات زیاد و همه‌گیر الگوهای مدرنیته که جامعه و رسانه‌ها برای دختران عرضه می‌کنند، مدرسه و معلمان می‌توانند نقش مؤثری در تشویق این دختران نوجوان برای دستیابی به هویتی قوی و محکم و فعال و کارآمد داشته باشند.

بر اساس یافته‌های پژوهش‌های انجام شده، عوامل مؤثر در سرگردانی هویتی در جامعه امروزی ایران تا حدودی روشن است. در واقع، جامعه ما از یک الگوی مشخص و علمی پیروی نمی‌کند و چندین الگوی پراکنده و غیرعلمی به طور هم‌زمان به عنوان مرجع نظری در نظام اجتماعی به ایفای نقش می‌پردازند. همچنین ورود تعصبات شخصی و گروهی تصمیم‌گیرندگان جامعه در اداره نظام اجتماعی باعث تزلزل در هویت اجتماعی افراد می‌شود. از دیگر عوامل مؤثر در این بحران، ورود سازمان‌یافته نظام اجتماعی ایران به سیستم جهانی است. یکی از خصوصیات دوران گذار این است که افراد در این دوره دچار نوعی نابسامانی هویتی ناشی از عدم جدایی کامل از هویت گذشته و انتقال کامل به هویت جدید می‌شوند.

چارچوب نظری پژوهش

هربرت مید^۱

هربرت مید از نظریه پردازان کنش متقابل نمادین است که به بررسی مفهوم خود و ذهن می‌پردازد و در ایده او، خود و ذهن جایگاه خاصی دارند. او معتقد است که «خود و ذهن فرآورده مشارکت در زندگی گروهی می‌باشند. آن‌ها در فرآیند کنش متقابلی که طفل خردسال با دیگر موجودات انسانی دارد، پدیدار می‌شوند، چون تکوین خود در فرآیند است» (زیلتین، ۱۳۷۲: ۱۷۵).

مید مفهوم خود را به من فاعلی (I) و من مفعولی (ME) تقسیم می‌کند. مید، میان «من فاعلی» یا هویت فردی و «من مفعولی» یا هویت اجتماعی تفاوت قائل می‌شود. هر دوی این‌ها در جریان تجارب و فعالیت‌های اجتماعی شکل می‌گیرند. من فاعلی، نمایانگر حساسیت اندام به وجهه نظر دیگران است و من مفعولی، مجموعه‌ای سازمان یافته از نظرات متظاهر دیگران است؛ یعنی وجهه نظرات دیگری، سازمان من مفعولی را تشکیل می‌دهد. آنچه در اینجا بر آن تأکید می‌شود، من مفعولی یا اجتماعی است که حاصل مجموعه‌ای از رفتارهای شکل گرفته می‌باشد که فرد آن را آموخته است. بر این اساس، من اجتماعی تبلور ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات جامعه می‌باشد که مورد پذیرش قرار گرفته است. در واقع من اجتماعی

^۱ Herbert Mead

سازوکار هم‌نوایی و کنترل اجتماعی است. اگر عملی خلاف ارزش‌ها و قوانین اجتماعی از شخص سر بزند، من اجتماعی عکس‌العمل نشان داده، به مخالفت برمی‌خیزد. بنابراین اگرچه منشأ رفتار «خود» انگیزه و تقلید است، لیکن در مراحل بعدی، آگاهی و تفکر در حین پویای اجتماعی از اهمیت خاصی برخوردار می‌گردد که در تشکیل خود نقش اساسی را ایفا می‌کند. در واقع، قسمت اعظم برداشت‌ها و تصورات ما از خویش‌تن به نحوی به برداشت و تصویر دیگران از ما وابسته و مربوط است و اگر طرز تلقی و نظر دیگران درباره ما تغییر کند، تصور ما از خودمان نیز به احتمال قوی تغییر خواهد کرد (توسلی، ۱۳۷۳).

همچنین از نظر مید آدم‌ها برای حصول خود، علاوه بر زبان به یادگیری چیزهای دیگری نیز نیاز دارد. در مرحله نمایشی، کودک نقش‌های آدم‌هایی را که برایش مهم است، مانند پدر، مادر، برادر یا خواهر را یاد می‌گیرد. این مرحله مهم در چرخه زندگی، ادراک متنوعی از زندگی اجتماعی به کودک می‌بخشد. از آنجاکه کودک در این مرحله یک‌رشته نقش‌های متنوع را به نمایش می‌گذارد، از خودش ادراک بسیار متنوعی را می‌پروراند. کودک می‌تواند خودش را به شیوه‌های گوناگون ببیند- همچنان که آدم‌های متفاوت او را می‌بیند. کودکان برای به دست آوردن ادراک مختصری از خود، باید وارد مرحله بازی شوند. آن‌ها در این مرحله، توانایی به دست آوردن نظر تعمیم‌یافته‌تری درباره موقعیت و خود خویش را پیدا می‌کنند. به تعبیر مید، آن‌ها در این مرحله، پذیرش نقش دیگری تعمیم‌یافته را یاد می‌گیرد (ریتزر، ۱۳۷۴: ۲۷۹).

به‌طورکلی هویت اجتماعی، ترکیب یافتن مضمون‌های درهم‌آمیخته و جدایی‌ناپذیر شباهت و تفاوت انسانی در خلال عمل اجتماعی است. بنابراین هویت اجتماعی، فرآیندی است که از طریق دیالکتیک درونی و برونی شناسایی حاصل می‌شود. شکل‌گیری هویت هر فرد از طریق سازمان‌دهی نگرش‌های فردی دیگران در قالب نگرش‌های سازمان‌یافته اجتماعی گروهی شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر، تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند، بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند (مید، ۱۹۶۷: ۲۲۲).

پیتر بورک^۱

پیتر بورک یکی از نظریه‌پردازان کنش متقابل نمادین است که به‌طورجدی به بررسی هویت اجتماعی پرداخته است و تلاش می‌نماید که تئوری‌های هویت را فراتر از چارچوب نمادین کنش متقابلی نمادین سنتی نشان دهد. بورک اضطراب‌های اجتماعی ناشی از تعارض هویت‌ها را مطرح می‌کند و افراد با توجه به

^۱ Peter Burke

نقش‌های مختلف دارای هویت‌های جداگانه می‌شوند. بورک هویت را یک مجموعه معانی که در تعریف یک نقش و یا موقعیت اجتماعی از اینکه شخص کیست بکار برده می‌شود، می‌داند. منابع محیطی و نمادها در محیط اجتماعی واقع شده و با توجه به درونداها در تعاملی که بین خود (ذهن فرد و جامعه محیط اجتماعی) صورت می‌گیرد، برون‌داد اولیه صورت می‌گیرد. در مقایسه با معیارهای ذهنی دیگران است که برون‌داد نهایی که همان رفتار اجتماعی فرد می‌باشد واقع می‌گردد و وارد محیط اجتماعی می‌شود. این محیط اجتماعی منبعی برای ادراک کنشگران دیگر می‌گردد و با توجه به اینکه منابع محیطی و نمادها با معیارهای ذهنی خود از هویت مقایسه می‌شود، در ادراک از منابع محیطی، یک سیستم معانی مشترک در بین کنشگران واقع می‌گردد که موجب می‌شود فرد رفتار خود (رفتار فردی) را با این سیستم معانی مقایسه و در نهایت به شکل رفتار اجتماعی بروز نماید. این رفتار اجتماعی می‌تواند سرمنشأ مشارکت خود در محیط اجتماعی گردد (بورک، ۱۹۹۷: ۱۳۸). در کار بورک، هویت و رفتار از طریق یک سیستم معانی به هم مربوط می‌شوند. به‌منظور پیش‌بینی کردن این‌که یک شخص چگونه رفتار می‌کند، معانی هویت باید برای فرد مشخص شود. بورک بیان می‌کند که شخص معنای هویت را در واکنش با دیگران یاد می‌گیرد، گویی که شخص هویت متناسب با رفتارش را دارد. بنابراین هر شخص معنای هویتش را از طریق واکنش‌های دیگران کسب می‌کند (بورک، ۲۰۰۰: ۱۵).

از دیدگاه وی، هویت اجتماعی رشته‌ای از معانی است که فرد با موقعیت اجتماعی برای تعریف خود بکار می‌برد. این رشته از معانی، هم شامل اجزای نمادین و هم غیرنمادین است. جزء نمادین، شامل تصور عمومی ما از معانی است. همان‌طور که در کنش متقابل نمادین آمده است، جزء غیرنمادین شامل منابع گوناگونی است که به‌واسطه نقش شخص در جامعه تحت کنترل او درآمده است. این رشته از معانی به‌عنوان یک منبع با استاندارد برای ارزیابی شخص از خودش در جامعه به کار می‌رود. بنابراین شکل‌گیری هویت اجتماعی یک حلقه برگشتی و دور کامل دارد.

آنتونی گیدنز^۱

نظریه گیدنز، نظریه‌ای جامعه‌شناسانه است که بر سازوکارهای نوین هویت شخصی متمرکز است و در عین حال هم زاینده نهادهای امروزی هستند و هم به آن‌ها شکل می‌دهند. از این جهت «خود» مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تأثیرات برونی شکل گرفته باشد. (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۶) او بر اساس رویکرد

^۱ Anthony Giddens

تلفیقی (ساختار و عامل) خود معتقد است که برای نخستین بار در تاریخ بشریت، «خود» و «جامعه» در محیطی جهانی با یکدیگر به تعامل می‌پردازند. گیدنز با تأکید بر مسئله شناسایی هویت و آگاهی به آن، معتقد است که «هویت شخصی، به‌عنوان پدیده‌های منتظم، مستلزم روایت معینی است: روایت «خود» باید صریح و بی‌اما و اگر باشد. برای ایجاد و استوار داشتن مفهوم جامعی از «خود»، ترتیب دادن یادداشت‌های منظم روزانه و تدوین زندگینامه شخصی از توصیه‌های عمده است» (همان: ۱۱۳). در زندگی اجتماعی مدرن، زندگی‌نامه هسته اصلی هویت شخصی را تشکیل می‌دهد. چنین زندگینامه‌هایی، مانند دیگر متن‌های روایت‌گرانه، چیزی است که باید روی آن کارکرد و در تدوین و تنظیم آن‌ها ابتکار و خلاقیت به خرج داد. در زمینه نقش ساختارهای اجتماعی، گیدنز بر آن است که انتخاب شیوه زندگی و برنامه‌ریزی زندگی دقیقاً «در» بطن زندگی روزمره عامل‌های اجتماعی یا از عناصر تشکیل‌دهنده آن زندگی نیستند، بلکه مرتبط با موقعیت‌های نهادینی هستند که به افراد کمک می‌کنند تا به کنش‌های خود شکل دهند. (همان) همچنین می‌توان گفت که گیدنز هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند. بنابراین «محتوای» هویت شخصی یا به‌عبارت‌دیگر، ویژگی‌هایی که زندگینامه شخص از آن‌ها ساخته می‌شود مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است (همان: ۸۵). او معتقد است که امروزه تمام تحولات بشری توسط رسانه تحت تأثیر قرار گرفته است و در واقع رسانه‌ها علاوه بر انتقال پیام از فرستنده به گیرنده، نقش هویت بخشی به مخاطبان را نیز به عهده گرفته‌اند. همچنین او معتقد است که رسانه‌ها می‌توانند نقشی بسیار مخرب نیز بر روی مخاطبان خود برجای بگذارند و در واقع مخاطبان خود را با دنیایی غیرواقعی مواجه سازند. همین مواجهه می‌تواند هویتی کاذب به آنان ببخشد؛ به‌گونه‌ای که حتی خود این مخاطبان از کاذب بودن این هویت اطلاعی ندارند.

تاجفل^۱

اساس نظریه تاجفل، توجه به جنبه‌هایی از هویت است که از عضویت گروهی ناشی می‌شود. وی بیان می‌کند که هویت اجتماعی فرد به‌وسیله گروهی که به آن تعلق دارد تعیین می‌شود و تابعی از ویژگی‌های فرهنگی گروه و مبتنی بر تفسیر درون گروه و برون گروه می‌باشد (مروودشتی، ۱۳۸۲: ۴۸). او هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می‌زند و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر می‌داند: «عنصر شناختی» (آگاهی از این که فرد به یک گروه تعلق دارد)، «عنصر ارزشی» (فرض‌هایی درباره پیامدهای

^۱Taajafli

ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی) و «عنصر احساسی» (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند). بر این اساس، هویت اجتماعی از دیدگاه تاجفل عبارت است از: آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه‌های اجتماعی سرچشمه می‌گیرد همراه با اهمیت ارزشی و احساسی منظم به آن عضویت (تاجفل، ۱۹۸۷: ۱۶۴). تاجفل سه زمینه برجسته از هویت اجتماعی را مطرح می‌کند: طبقه اجتماعی، مقایسه اجتماعی و عزت نفس. تاجفل هویت اجتماعی را آن بخش از خودنگاره فرد می‌داند که از شناخت فرد (به عنوان عضوی از گروه اجتماعی با ارزش و اهمیت عاطفی) نسبت به اعضای آن گروه ناشی می‌شود. بنابراین هویت اجتماعی بر مقایسات درون‌گروهی و برون‌گروهی استوار است (ترپت، ۲۰۰۶: ۱۸).

فرض اساسی تاجفل این است که جامعه یک نظام سلسله مراتبی است که در آن گروه‌های متفاوت اجتماعی در روابط قدرت و روابط پایگاهی جایگاه مختلفی در رابطه با هم دارند (مثل زن و مرد، سیاه و سفید، کاتولیک و پروتستان) که این تفاوت در قدرت، در پایگاه، در گروه‌های کوچک‌تر و ناپایدارتر نظیر کلاس‌های مدرسه نیز دیده می‌شود. محور اصلی این مسئله در نظریه هویت اجتماعی این است که مقوله‌های اجتماعی (نظیر گروه‌های بزرگ مثل یک ملت یا کلیسا و گروه‌های کوچک مثل سازمان یا کلوپ) اعضایی را با هویت اجتماعی ایجاد می‌کنند و تعیین این که این شخص کیست و چگونه است، از وظایف هویت اجتماعی است. هویت‌های اجتماعی نه تنها اعضای خود را توصیف می‌کنند، بلکه رفتار مناسب برای آنها را تجویز می‌نمایند (نظیر هنجارها). بنابراین، فرد نه تنها خودش را با هویتی خاص می‌شناسد، بلکه سایرین را نیز با این نام می‌شناسد و ارزیابی می‌کند. همچنین این شخص از لحاظ صفات و ویژگی‌ها با این شیوه می‌اندیشد و رفتار می‌کند. بدین ترتیب، این نظریه بیان می‌کند که هویت اجتماعی فرد به وسیله گروهی که به آن تعلق دارد، تعیین می‌شود و این هویت تابعی از ویژگی‌های فرهنگی آن گروه و مبتنی بر تفسیر درون‌گروه و برون‌گروه می‌باشد (همان، ۷۸).

متغیر تحقیق پایگاه اجتماعی-اقتصادی، در عمل متغیری است که می‌توان آن را به‌عنوان متغیری در نظر گرفت که اغلب صاحب‌نظران به تأثیر آن پدیده‌های اجتماعی اذعان دارند (قاسمی، ۱۳۸۴: ۳۱). زمانی که گفته می‌شود افراد تحصیل کرده طبعاً احساس تعلق بیشتری به جامعه دارند، بی‌شک به پایگاه اجتماعی-اقتصادی یا حداقل برخی از شاخص‌های آن اشاره دارد. به همین دلیل، تاجفل معتقد است که پایگاه اجتماعی-اقتصادی، منبع مهمی برای عزت نفس و غرور مردم است. در واقع، پایگاه اجتماعی-اقتصادی،

یک احساس داشتن هویت اجتماعی یا یک احساس وابسته بودن به جهان اجتماعی را به افراد می‌دهد (تاجفل، ۱۹۸۷: ۱).

انتظارات والدین

مطالعات متعدد بیانگر آن‌اند که عملکرد تحصیلی یادگیرندگان در مدرسه با انتظارات والدین آنان ارتباط مستقیم دارند. والدین دانش‌آموزانی که پیشرفت تحصیلی خوبی برخوردارند، به تعامل کلامی با فرزندانشان اهمیت بیشتری می‌دهند. این والدین از فرزندان خود سؤال‌های تفکر برانگیز می‌پرسند و آنان را برای درست سخن گفتن برمی‌انگیزند. خانواده‌هایی که فرزندان موفق در مدرسه دارند، از پیشرفت تحصیلی آنان آگاه‌اند. وجود روحیه تلاشگری در خانواده نیز بر میزان کوشش یادگیرندگان برای دستیابی به هدف‌های تحصیلی می‌افزاید. نوع نگرش خانواده به نتیجه کار هم بر پیشرفت تحصیلی فرزندان اثر می‌گذارد. خانواده‌هایی که موفقیت را حاصل کار و کوشش خود می‌دانند، در زمینه اثرگذاری بر پیشرفت تحصیلی فرزندان در مقایسه با خانواده‌هایی که موفقیت را به شانس و اقبال نسبت می‌دهند، موفق‌تر عمل می‌کنند. والدینی که بر نحوه دوست‌یابی فرزندان، میزان ساعتی که برای تماشای تلویزیون تخصیص می‌دهند و نوع فعالیت‌های فوق‌برنامه آنان نظارت می‌کنند، روی فرزندان خود کنترل بیشتری دارند. والدین برای این‌که تأثیر بیش‌تری بر پیشرفت تحصیلی فرزندانشان بگذارند، لازم است جدول زمانی از نوع فعالیت‌های ترجیحی و تکالیف درسی آنان تنظیم کنند. در این صورت خانواده می‌تواند با توجه به امکانات موجود، نوع گرایش‌های فرزندان خود را تغییر دهد یا در بهینه‌سازی رفتار آن‌ها دخالت مؤثری داشته باشد (برادلی، ۱۹۹۷، به نقل از رادمنش، ۱۳۸۲: ۸۵).

خلاصه نحوه استخراج متغیرهای پژوهش در جدول زیر آمده است:

جدول ۱: خلاصه استخراج متغیرهای پژوهش از نظریه‌ها

دیدگاه	متغیرها
گیدنز	هویت اجتماعی
گیدنز	رسانه‌ها
مید/ بورک	احساس تعلق فرد به مدرسه
تاجفل	احساس تعلق فرد به همسالان
برادلی	انتظارات والدین
تاجفل	پایگاه اقتصادی- اجتماعی

فرضیه‌های پژوهش

۱. بین انتظارات والدین و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۲. بین احساس تعلق فرد به مدرسه و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۳. بین تعلق فرد به همسالان و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۴. بین میزان استفاده از رسانه‌ها و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۵. بین تحصیلات والدین و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۶. بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر با توجه به متغیرهای پژوهش، از روش پیمایش بهره گرفته شده است. واحد تحلیل در این تحقیق، فرد می‌باشد.

جامعه آماری و حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر اهواز تشکیل می‌دادند که تعداد آن‌ها ۲۸۷۱۸ نفر می‌باشد (مرکز آمار خوزستان). برای انتخاب حجم نمونه، از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی متناسب استفاده شد. تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران با توجه به خطای نمونه‌گیری ۰/۰۵ و سطح ۹۹ درصد اطمینان، ۳۸۳ دانش‌آموز دختر محاسبه گردید.

روایی این پرسش‌نامه با استفاده از روایی صوری به دست آمده و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است که مقدار آن برای متغیرهای هویت اجتماعی ۰/۷۸، انتظارات خانواده ۰/۷۶، احساس تعلق به مدرسه ۰/۷۱، احساس تعلق به همسالان ۰/۶۹ و رسانه ۰/۷۴ می‌باشد. همچنین مقدار آلفای کل پرسشنامه برابر با ۰/۷۳ می‌باشد که حاکی از پایایی مناسب پرسشنامه تحقیق است.

ابزار پژوهش و آزمون‌های آماری تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از ابزار پرسشنامه استفاده شده است؛ بدین گونه که پس از تهیه و تدوین شاخص‌ها و طراحی صورت اولیه پرسشنامه، جهت تعیین میزان پایایی پرسشنامه، مطالعه‌ای مقدماتی بر روی یک نمونه ۳۵ نفری از دانش‌آموزان دختر متوسطه شهر اهواز صوت گرفت. برای تحلیل داده‌ها نیز از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است. همچنین قبل از فرایند تحلیل استنباطی،

وضعیت نرمال بودن متغیرهای اصلی تحقیق به وسیله آزمون کلموگروف - اسمیرنف (k-S) بررسی شده است که پس از تایید در سطح فاصله‌ای سنجیده شده‌اند.

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیرهای مستقل

احساس تعلق به مدرسه

منظور از احساس تعلق به مدرسه، احساس دل‌بستگی‌ای است که فرد نسبت به مدرسه خود دارد. برای سنجش این متغیر جمعاً از ۸ سؤال استفاده شده است. در پرسش‌نامه، این متغیر با گویه‌های زیر و به صورت طیف لیکرت سنجیده شده است:

- مدرسه محیط گرم و صمیمی است. - مدرسه محیط مناسبی برای آشنایی با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است. - موافقید می‌گویند مدرسه خانه دوم ماست. - در مراسم عمومی مدرسه (اردو، فعالیت‌های علمی و فرهنگی، نماز جماعت...) شرکت می‌کنید. - شرکت در فعالیت‌های علمی (مثلاً المپیادهای علمی) موجب افزایش آگاهی دانش‌آموزان می‌شود. - برای حل مشکلات خود با مسئولان مدرسه مشورت می‌کنید. - اردوهای تفریحی - علمی مدرسه برایتان لذت‌بخش است. - به کتابخانه‌های مدرسه مراجعه می‌کنید.

احساس تعلق به همسالان

گروه همسالان عبارت است از گروه هم سن و سال افراد. اریکسون معتقد است که یکی از ویژگی‌های کلیدی بخصوص در جوانان، افزایش معاشرت با هم‌سن‌وسالان به عنوان بخشی از فرآیند به دست آوردن استقلال است. برای سنجش این متغیر جمعاً از سه سؤال استفاده شده است:

- در صورت پیش آمدن مشکل برای دوستانتان باید اقدامی برای حل انجام داد؟ - در حل مشکلات خود از دوستانتان درخواست کمک می‌کنید؟ - گذراندن اوقات فراغت با دوستان برایتان لذت‌بخش است؟

پایگاه اجتماعی - اقتصادی

به موقعیت و اعتبار فرد در جامعه، با توجه به موقعیت مالی و اجتماعی وی گفته می‌شود. از نظر آلن بیرو نیز جایی که یک فرد خاص در نظامی مخصوص و در زمانی معین اشغال می‌کند، پایگاه او در برابر این نظام خوانده می‌شود (بیرو، ۱۳۸۰: ۴۸۱). برای سنجش این متغیر از سؤالات زیر استفاده شده است:

-تحصیلات پدر و مادر - درآمد ماهیانه پدر و مادر - وضعیت شغلی پدر و مادر - قیمت تقریبی منزل مسکونی - قیمت تقریبی اتومبیل خانواده.

میزان استفاده از رسانه

رسانه، وسیله‌ای است که پیام را منتقل می‌کند. تلویزیون، رادیو، اینترنت و مطبوعات، وسایلی هستند که پیام را از سازنده پیام به مخاطب منتقل می‌کنند (شیبانی، ۱۳۸۸). برای عملیاتی کردن میزان استفاده دانش آموزان از رسانه از سؤالاتی همانند میزان استفاده از رادیو، تلویزیون، ماهواره، کتاب و مجله‌ها استفاده شده است.

انتظارات والدین

عبارت است از میزان توقعی که والدین از فرزندان شان در پیشرفت تحصیلی دارند. برای سنجش این متغیر از سؤالات زیر استفاده شده است:

-دوست دارم آرزوی والدینم را در زمینه ادامه تحصیل برآورده کنم. - بیشتر اوقات والدینم برایم برنامه‌ریزی تحصیلی انجام می‌دهند. - من به دلیل اینکه والدینم دوست دارند، ادامه تحصیل می‌دهم. - من به خاطر سربلندی والدینم، ادامه تحصیل می‌دهم.

متغیر وابسته

هویت اجتماعی

عبارت است از خصوصیات اجتماعی، عقاید، ارزش‌ها، رفتارها و نگرش‌های متمایز گروه‌های اجتماعی و تعریفی است که فرد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی و به‌صورت بازتابی از خود ارائه می‌دهد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵). هویت اجتماعی در ساده‌ترین بیان، تعریفی است که فرد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی از خویشتن دارد (براون، ۱۹۸۵: ۷۷۱). برای سنجش این متغیر از دو بعد هویت فردی و هویت جمعی استفاده شده است که هویت فردی شامل میزان اهمیت افراد به مسائلی چون ارزش‌های شخصی، معیارهای اخلاقی، خیالات، تصورات، اهداف شخصی، احساس اینکه فردی منحصر به فرد است و عقیده شخص نسبت به شخصیتی که دارد می‌شود. هویت جمعی شامل احساس تعلق به جامعه، پذیرش منافع و مصالح جمعی بر مصالح فردی، مقبولیت گروهی، روحیه مشارکتی و پایبندی به هنجارهای عام است.

تمامی متغیرهای این پژوهش به‌صورت پرسشنامه محقق و در طیف لیکرت ساخته سنجیده شده‌اند.

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از داده‌های آماری در دو سطح عمده توصیفی و استنباطی با شش فرضیه به تبیین عوامل مؤثر در شکل‌گیری هویت اجتماعی و فرهنگی دختران مقطع دبیرستان در شهر اهواز پرداخته است. فرضیه اول: بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد.

جدول ۱: ضریب همبستگی بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و شکل‌گیری هویت اجتماعی

متغیرها	آماره	پایگاه اقتصادی- اجتماعی
هویت اجتماعی	همبستگی کندال	-۰/۱۴۶
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۶

داده‌های جدول ۱، بیان‌کننده نوع ارتباط بین دو متغیر هویت اجتماعی و پایگاه اقتصادی است. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌گردد، مقدار ضریب همبستگی -۰/۱۴۶ است که نشان‌دهنده همبستگی معکوس بین دو متغیر است. با توجه به اینکه ضریب در سطح ۵ درصد معنی‌دار است، می‌توان نتیجه گرفت که بین متغیر وابسته (هویت اجتماعی) دختران دانش‌آموز و پایگاه اقتصادی خانواده آن‌ها رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد. در نتیجه فرض صفر رد و فرض اول با سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. فرضیه دوم: بین انتظارات خانواده و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۲: ضریب همبستگی بین انتظارات خانواده و شکل‌گیری هویت اجتماعی

متغیرها	آماره	انتظارات خانواده
هویت اجتماعی	همبستگی پیرسون	۰/۱۲۴
	سطح معنی‌داری	۰/۰۲۳

جدول ۲، بیانگر نوع رابطه بین دو متغیر انتظارات خانواده و شکل‌گیری هویت اجتماعی است. با توجه به داده‌ها و نتایج موجود در جدول، مقدار ضریب همبستگی ۰/۱۲۴ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی مستقیم بین دو متغیر می‌باشد و با توجه به اینکه سطح معنی‌داری ۵ درصد در نظر گرفته شده است، می‌توان نتیجه گرفت که بین دو متغیر انتظارات خانواده و هویت اجتماعی دختران دانش‌آموز رابطه معنی‌دار وجود دارد. در نتیجه فرضیه صفر رد و فرضیه اول با ۹۵ درصد اطمینان تایید می‌شود.

فرضیه سوم: بین احساس تعلق فرد به مدرسه و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد.

جدول ۳: همبستگی بین متغیر احساس تعلق فرد به مدرسه و شکل‌گیری هویت اجتماعی

متغیرها	آماره	احساس تعلق فرد به مدرسه
هویت اجتماعی	همبستگی پیرسون	۰/۴۸۵
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

جدول ۳، بیان‌کننده نوع ارتباط بین دو متغیر هویت اجتماعی و میزان تعلق فرد به مدرسه است. با توجه به نتایج به دست آمده از جدول مربوطه مقدار ضریب همبستگی ۰/۴۸۵ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی بین دو متغیر است و با توجه به بالا بودن ضریب می‌توان گفت که احساس تعلق فرد به مدرسه نشان‌دهنده هویت اجتماعی بالاتر است. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری ۵ درصد در نظر گرفته شده است، در نتیجه فرضیه ما تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت که بین دو متغیر احساس تعلق دختران به مدرسه و شکل‌گیری هویت اجتماعی آن‌ها رابطه معنی‌دار وجود دارد. در نتیجه فرض صفر رد و فرض اول با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود.

فرضیه چهارم: بین احساس تعلق به گروه همسالان و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد.

جدول ۴: همبستگی بین میزان تعلق فرد به همسالان و شکل‌گیری هویت اجتماعی

متغیرها	آماره	میزان احساس تعلق به همسالان
هویت اجتماعی	همبستگی پیرسون	۰/۵۶۱
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

جدول ۴، نشان‌دهنده نوع رابطه بین دو متغیر احساس به گروه همسالان و شکل‌گیری هویت اجتماعی می‌باشد. با توجه به داده‌های موجود در جدول، مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر مذکور ۰/۵۶۱ می‌باشد که بیانگر همبستگی با شدت زیاد متغیر مذکور می‌باشد. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری ۵ درصد در نظر گرفته شده است، رابطه معنی‌دار بین دو متغیر میزان تعلق فرد به گروه همسالان و شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران وجود دارد. در نتیجه فرضیه صفر رد می‌شود و فرضیه اول با سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

فرضیه پنجم: بین تحصیلات والدین و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد.

جدول ۵: همبستگی بین متغیر تحصیلات والدین و شکل‌گیری هویت اجتماعی

متغیرها	آماره	تحصیلات پدر و مادر
هویت اجتماعی	همبستگی پیرسون	-۰/۲۰۸
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

جدول ۵، بیان‌گر نوع رابطه بین دو متغیر هویت اجتماعی و تحصیلات والدین است. با توجه به داده‌های موجود در جدول، ضریب همبستگی -۰/۲۰۸ است که نشان‌دهنده همبستگی معکوس بین دو متغیر می‌باشد. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری ۵ درصد در نظر گرفته شده است، در نتیجه بین تحصیلات والدین آن‌ها و هویت اجتماعی دختران دانش‌آموز رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد و می‌توان گفت که فرض صفر رد و فرض اول با ۰/۹۵ درصد اطمینان تایید می‌شود.

فرضیه ششم: بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و شکل‌گیری هویت اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۶: مربوط به همبستگی بین میزان استفاده از رسانه‌ها و شکل‌گیری هویت اجتماعی

متغیرها	آماره	میزان استفاده از رسانه‌ها
هویت اجتماعی	همبستگی پیرسون	-۰/۳۶
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

با توجه به داده‌های موجود در جدول ۶، ضریب همبستگی بین دو متغیر هویت اجتماعی و میزان استفاده از رسانه‌ها -۰/۳۶ می‌باشد که بیانگر ضریب همبستگی معکوس بین دو متغیر است. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری ۵ درصد می‌باشد، فرضیه ما تایید می‌شود. در نتیجه فرض صفر رد و فرض اول تایید می‌گردد.

معادله رگرسیون پیش‌بینی هویت اجتماعی دختران

برای ساختن معادله رگرسیون پیش‌بینی متغیر هویت اجتماعی دختران، متغیرهایی که سطح سنجش آن‌ها فاصله‌ای و دارای رابطه معنادار با متغیر وابسته بوده‌اند، به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده‌اند و هویت اجتماعی دختران به‌عنوان متغیر وابسته وارد معادله گردیده است. بررسی نتایج به‌دست‌آمده در جدول ۷ بیانگر آن است که معادله پیش‌بینی میزان هویت اجتماعی دختران می‌تواند ۴۳ درصد از واریانس متغیر وابسته را پیش‌بینی نماید که این مطلب از R^2 یا ضریب تعیین قابل دریافت است.

مقدار R ، میزان همبستگی بین مقادیر واقعی و مقادیری است که به وسیله معادله پیش‌بینی می‌شود. به عبارت دیگر، ۶۵ درصد از مقادیری که پیش‌بینی می‌شود با مقادیر واقعی یکسان هستند. با توجه به سطح معناداری مقادیر که در سطح بالاتر از ۹۵ درصد از لحاظ آماری معنادار می‌باشند، می‌توان گفت که مدل پژوهش توانسته است با استفاده از انتظارات خانواده، میزان تعلق به مدرسه، گروه همسالان و تحصیلات والدین و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی ۴۳ درصد از واریانس متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۷: تجزیه واریانس رگرسیون چند متغیر هویت اجتماعی فرهنگی دختران

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معنی‌داری
رگرسیون باقیمانده	۶	۶۰۳۲/۴۱ ۸۰۹۹/۳۰	۱۰۰۵/۴۰	۴۱/۲۱	۰/۰۰۰
کل	۳۳۲	۱۴۱۳۱/۷۱	۲۴/۳۹		

$$R^2 = 43 \quad R = 0.65$$

جدول ۸: مقدار تبیین متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل

خطای استاندارد	تعدیل شده R	ضریب تعیین	R
۴/۹۳۹	۰/۴۱۷	۰/۴۲۷	۰/۶۵۳

متغیرهای مستقلی که وارد معادله رگرسیون شده‌اند، به‌قرار زیرند:

$$Y = (0/200) + (0/187) + (0/181) + (0/163) + (0/158)$$

ارقام مندرج در معادله بالا به این معناست که با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در هر کدام از متغیرهای مستقل، به اندازه‌ی بتای ($Beta$) آن متغیر بر متغیر وابسته یعنی هویت اجتماعی، افزوده خواهد شد. در اینجا ملاحظه می‌شود که متغیر انتظارات خانواده در مقایسه با سایر متغیرها، سهم بیشتری در تبیین هویت اجتماعی دارد.

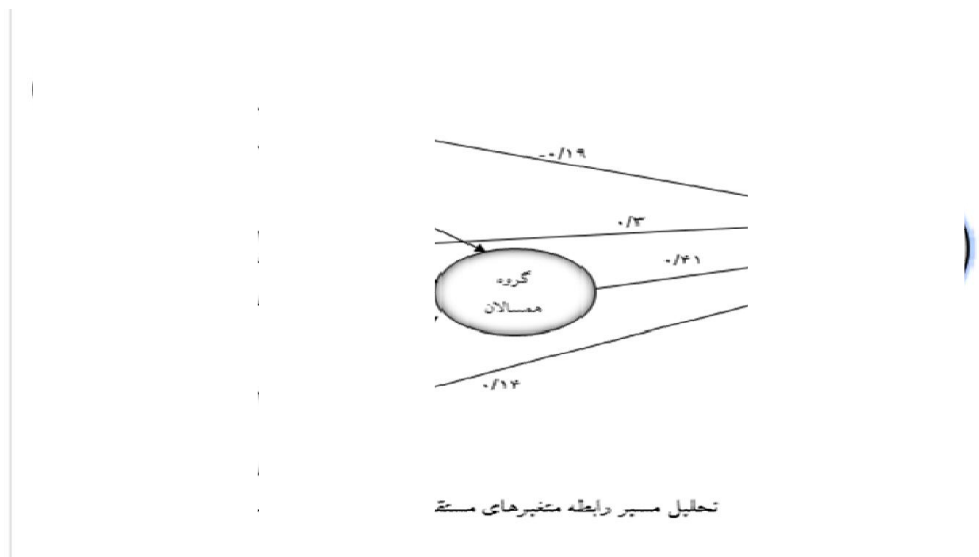
تحلیل مسیر

متغیر مستقل وضعیت اقتصادی خانواده و متغیر میزان تحصیلات والدین به دلیل معنادار نبودن از مدل حذف شده‌اند.

یکی از روش‌های اصلی تحلیل داده‌های آماری، تحلیل مسیر است که با استفاده از رگرسیون چند متغیره انجام می‌گیرد و می‌تواند مجموعه داده‌ها را برای بررسی روابط غیرقابل پیش‌بینی بین متغیرها آزمون کند-

خواه مستقیم باشد، خواه غیرمستقیم- و از طریق مدل‌های مختلف، مناسب‌ترین مدل را به دست آورد (منصور فر، ۱۳۸۸: ۱۹۵).

نمودار تحلیل مسیر



جدول ۹: اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل

متغیر مستقل	اثرات غیرمستقیم	اثرات مستقیم	مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم
رسانه	۰/۱۵ * ۰/۳۱ -	۰/۱۹ -	۰/۳۵ -
تعلق به مدرسه	۰/۳۵	۰/۳	۰/۶۵
انتظارات خانواده	۰/۱۲ * ۰/۲۵ * ۰/۱۸	۰/۱۴	۰/۶۹
گروه همسالان	-	۰/۴۱	۰/۴۱

نتایج تحلیل مسیر بر اساس اثرات مستقیم و غیرمستقیم در حالت کلی نشان می‌دهند، به ترتیب انتظارات خانواده، تعلق به مدرسه و گروه همسالان با ۶۹، ۶۵ و ۴۱ درصد بیشترین تأثیر بر متغیر وابسته دارند و رسانه با ۳۵- درصد به صورت معکوس و منفی بر هویت اجتماعی جوانان تأثیر دارند.

بحث و نتیجه گیری

در این بخش، رابطه هرکدام از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. اولین متغیر مورد بحث پایگاه اقتصادی می‌باشد. نتایج تحقق نشان می‌دهد که ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر پایگاه اقتصادی و شکل‌گیری هویت اجتماعی فرهنگی ۰/۲۵۵- می‌باشد که رابطه این دو متغیر در سطح ۵ درصد معنی‌دار است و این نشان می‌دهد که رابطه این دو متغیر معکوس است. به عبارت دیگر، هر چه پایگاه

اقتصادی بالاتر باشد، هویت اجتماعی در دختران تضعیف می‌گردد. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق فیض درگاه (۱۳۷۴) و یلمن (۱۹۹۸) همخوانی دارد. همچنین نتیجه این فرضیه در تایید نتایج نظریه تاجفل است که معتقد بود پایگاه اجتماعی- اقتصادی، منبع مهمی برای عزت نفس و غرور مردم است. درواقع پایگاه اجتماعی- اقتصادی، یک احساس داشتن هویت اجتماعی و وابسته بودن به جهان اجتماعی را به افراد می‌دهد.

انتظارات خانواده، متغیر بعدی است که با متغیر وابسته رابطه دارد. مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر ۰/۱۲۴ می‌باشد و با توجه به اینکه رابطه این دو متغیر در سطح ۵ درصد معنی‌دار است، می‌توان نتیجه گرفت که هر چه سطح انتظارات خانواده از دختران بیشتر باشد، بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران تأثیر بیشتری خواهد داشت.

میزان احساس تعلق فرد به مدرسه، متغیر دیگر این پژوهش است. ضریب همبستگی پیرسون بین این دو متغیر ۰/۴۸۵ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی مستقیم بین دو متغیر است. این بدان معناست که با بالا رفتن احساس تعلق فرد به مدرسه، هویت اجتماعی بالاتر خواهد رفت و رابطه این متغیر در سطح ۰/۵ معنی‌دار است. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق یلمن (۱۹۹۸) همخوانی دارد.

متغیر دیگر تعلق به گروه همسالان است که با متغیر وابسته رابطه دارد. ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر مذکور ۰/۵۶۱ می‌باشد که بیانگر همبستگی مستقیم و زیاد بین دو متغیر میزان تعلق به گروه همسالان و شکل‌گیری هویت اجتماعی می‌باشد و با توجه به اینکه رابطه این دو متغیر در سطح ۵ درصد معنی‌دار است، می‌توان گفت که هر چه میزان تعلق دختران به گروه همسالان بیشتر باشد، در شکل‌گیری هویت اجتماعی تأثیر بیشتری دارد. تاجفل معتقد است که هویت اجتماعی فرد با عضویت گروهی پیوند خورده است. از نظر او هویت اجتماعی عبارت است از: آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه‌های اجتماعی سرچشمه می‌گیرد همراه با اهمیت ارزشی و احساسی منظم به آن عضویت گروهی. بر این اساس، او هویت اجتماعی را بخشی از هویت فرد می‌داند که در گروه به ظهور می‌رسد و خود فرد نیز به این عضویت گروهی آگاهی تام دارد.

بین متغیر سطح تحصیلات والدین و شکل‌گیری هویت اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۲۰۸- رابطه وجود دارد و رابطه این دو متغیر در سطح ۵ درصد معنی‌دار است؛ این بدان معناست که هر چه تحصیلات والدین بالاتر باشد، هویت اجتماعی فرزند افزایش می‌یابد. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق فیض درگاه (۱۳۷۴) همخوانی دارد.

آخرین متغیر، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی است که با متغیر وابسته رابطه دارد. ضریب همبستگی بین دو متغیر میزان استفاده از رسانه‌ها و شکل‌گیری هویت اجتماعی ۰/۳۶- می‌باشد که بیانگر همبستگی معکوس بین دو متغیر است؛ این بدان معناست که با بالا رفتن میزان استفاده از رسانه‌های جمعی، هویت اجتماعی تضعیف و در شکل‌گیری هویت اجتماعی تأثیر کمتری دارد. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات افشاریان (۱۳۹۶)، عبدالحسینی و حقیقتیان (۱۳۹۴) و یلمن (۱۹۹۸) همخوانی دارد. گیدنز معتقد است که امروزه تمام تحولات بشری توسط رسانه تحت تأثیر قرار گرفته است و در واقع رسانه‌ها علاوه بر انتقال پیام از فرستنده به گیرنده، نقش هویت بخشی به مخاطبان را نیز به عهده گرفته‌اند. همچنین او معتقد است که رسانه‌ها هم‌زمان نیز می‌توانند نقشی بسیار مخرب نیز بر روی مخاطبان خود برجای بگذارند و در واقع مخاطبان خود را با دنیایی غیرواقعی مواجه سازند و همین مواجهه می‌تواند هویتی کاذب به آنان ببخشد؛ به گونه‌ای که این مخاطبان از کاذب بودن این هویت اطلاعی ندارند و آن را گونه‌ای از واقعیت غایی می‌پندارند.

به‌طور کلی متغیرهای پایگاه اقتصادی، میزان تعلق به مدرسه، گروه همسالان، انتظارات خانواده، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و سطح تحصیلات والدین ۴۳ درصد از واریانس هویت اجتماعی را تبیین می‌کنند. بنابراین طبق یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان گفت پایگاه اقتصادی، تحصیلات والدین و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی ارتباطی معکوس با شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران دارد. وجود چنین رابطه‌ای خود حاکی از تغییراتی است که در دیدگاه و نگرش دختران جامعه ما و به‌طور کلی در وضعیت اجتماعی آنان به وجود آمده است. بنابراین همان‌طور که بیان شد نقش عوامل یاد شده که یکی از جلوه‌های آن سطح تحصیلات والدین نسبت به نسل گذشته است، تأثیر به‌سزایی در شکل‌دهی به هویت اجتماعی فرزندان به‌ویژه دختران دارد. همچنین تنوع رسانه‌های جمعی، دختران را با فرهنگ دیگری به‌جز فرهنگ جامعه خود آشنا می‌سازد که همین امر باعث می‌شود گرایش آنان نسبت به هویت اجتماعی تضعیف شود. بنابراین همان‌طور که بیان شد رسانه‌ها به‌عنوان یکی از منابع اصلی هویت‌ساز که به‌طور گسترده‌تری در دسترس خانواده‌هایی است که از سطح اقتصادی بالایی برخوردار هستند می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری هویت اجتماعی دختران داشته باشند.

بنابر نتایج به دست آمده از این پژوهش، پیشنهاد می‌گردد که خانواده‌ها با توجه به دوره سنی بسیار حساس جوانی، به مسائل فرزندان خود توجه بیشتری مبذول نمایند و همواره ارتباطی منطقی و معقول بین خواسته‌ها و انتظارات خود از فرزندانشان برقرار سازند تا فرزندان دچار دوگانگی هویتی بین آنچه هستند (هویت

واقعی) و آنچه از نظر والدینشان می‌خواهند باشند (هویت مورد انتظار) نشوند- که در غیر اینصورت این روند به گم گشتی هویتی و از خویش بیگانگی منجر می‌شود. همچنین با توجه به نقش پررنگ رسانه‌ها در دنیای مدرن امروزی، پیشنهاد می‌شود که دست‌اندرکاران رسانه ای با کمک گرفتن از جامعه شناسان، روانشناسان و مدیران و برنامه ریزان اجتماعی به هدایت جوانان به سمت هویتی واقعی و مستقل (نه کاذب) اهتمام ورزند.

- ابادی، یوسف و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی». فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۲۰.
- افشاریان، ندا. (۱۳۹۶). «پیش‌بینی شکل‌گیری هویت مدرن در دانش‌جویان دختر بر اساس استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و چهارم، شماره ۸۹، ۱۴۷-۱۲۱.
- آلمال، فرنگیس. (۱۳۷۵). «بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت فرهنگی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان منطقه ۵ آموزش و پرورش تهران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- برادلی، ب. (۱۹۹۷). «انتظارات خانواده و عملکرد تحصیلی فرزندان». نازنین رادمش (۱۳۸۲). نشریه علوم تربیتی، شماره ۱۷۶، ۴۴.
- بیرو، آلن. (۱۳۸۰). فرهنگ علوم اجتماعی. باقر ساروخانی. چاپ چهارم، تهران: انتشارات کیهان
- توسلی، غلام عباس. (۱۳۷۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات سمت
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱) هویت اجتماعی. تورج یاراحمدی. تهران: انتشارات شیرازه
- خواجه‌نوری و همکاران. (۱۳۹۳). «مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی در بین جوانان شهر بندرعباس». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره هفتم، شماره ۱، ۹۴-۶۹.
- دواس، دی، ای. (۱۳۷۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. هوشنگ ناییبی. چاپ اول، تهران: نشر نی
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی. چاپ اول، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی
- زیلتین، ایرونک ام. (۱۳۷۲). آینده جامعه بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی. غلام عباس توسلی. تهران: نشر قدس
- شیانی، ملیحه. (۱۳۸۸). «تحلیلی بر وضعیت شهروندی در شهر تهران و نگاهی بر مدیریت شهری». مجله مطالعات اجتماعی ایران. دوره سوم، شماره ۶. صص ۵۳-۳۸.

- عبدالحسینی، اشرف و حقیقتیان، منصور. (۱۳۹۴). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر اصفهان)». جامعه‌شناسی مطالعات جوانان. دوره شش، شماره ۱۸، ۳۳-۵۲.
- عبدالهی، عبدالله. (۱۳۷۵). «مبانی عینی و ذهنی هویت». نامه پژوهشی. شماره ۱۲.
- فیض درگاه، لیلا. (۱۳۷۴). «بررسی رشد هویت در دختران نوجوان با تأکید بر هویت شغلی در اواخر نوجوانی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.
- قاسمی، وحید. (۱۳۸۴). «ضریب آلفای کرونباخ و ویژگی‌های آن با تأکید بر کاربرد در پژوهش‌های اجتماعی». مجله پژوهشی علوم انسانی، دانشگاه اصفهان. جلد نوزدهم، شماره ۲.
- قیطاسی، غلامرضا و طباطبایی، سمانه سادات. (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر تنیدگی بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دانش‌آموزان دختر متوسطه دوره اول». فصلنامه مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی. شماره سی‌وسه، تابستان ۱۳۹۷، صص ۱۸۷-۱۶۹.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۰). «جهانی شدن و بحران هویت». فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۱۰.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ناصر موفقیان. چاپ اول، تهران: نشر نی
- مانی، روح انگیز. (۱۳۷۴). «هویت دینی». پایان‌نامه، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه الزهرا.
- محسنی، منوچهر. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی. تهران: دیدار
- مرودشتی، فهیمه. (۱۳۸۲). «بررسی هویت ملی و دینی جوانان و تأثیر آن بر مشارکت سیاسی و اجتماعی آن‌ها». پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه الزهرا، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، تهران.
- مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. پرویز اجلالی. تهران: نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها
- منصورفر، کریم. (۱۳۸۸). روش‌های پیشرفته آماری همراه با برنامه‌های کامپیوتری. چاپ سوم، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
- وبستر، فرانک. (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه اطلاعاتی. اسماعیل قدیمی. تهران: انتشارات قصیده سرا

• وینداهال، سون و همکاران. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات. علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای

- Baldwin, J. D. (۱۹۸۶). **George Herbert Mead**. London Sage Publication Inc.
- Barsukova, O. V., Mozgovaya, N. N., Vyshkvyrkina, M. A. & Suroedova, E. A. (۲۰۱۶). **“Dynamic of Primary School Children's Personal and Social Identity”**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, ۲۳۳, ۴۹۸-۵۰۳.
- Brown, R. (۱۹۸۵). **“Social identity”**. In: *Adam and J. Kupper (eds)*. The Review of Social Science Encyclopedia. London: R. K. P.
- Burk, Petter. (۱۹۹۷). **“An Identity model for network Exchange”**. American Sociological Review, vol. ۶۲(February:۱۳۴-۱۵۰), Washington State University
- Burk, petter, Stats, Jan. (۲۰۰۰). **A Sociological approach to self and identity**. Department of Sociology, Washington State University.
- Burke, Peter, J. (۱۹۹۱). **“Process and social stress”**. American sociological Review, Vol.۵۶, No. ۶ pp.۸۳۶-۸۴۹.
- Farland-Smith, D. (۲۰۱۲). **“Personal and social interactions between young girls and scientists: Examining critical aspects for identity construction”**. Journal of Science Teacher Education, ۲۳(۱), ۱-۱۸.
- Heilman, Elizabaeth. (۱۹۹۸) **“The struggle for self power and identity in Adolescent Girls”**. Youth & society, vol ۳. n. ۲.
- Mead, George Herbert. (۱۹۶۷). **Mind Self and Society**. University of Chicago Press.-Newyork. Wadsworth Publishing company
- Singlman, D. (۱۹۷۲). **“Enchange as symbolic interaction”**. American sociological Review. Vol,(۷۳) . N. G.
- Tajfel, H. (۱۹۸۷). **Social identity and intergroup relation**. New York: Cambridge University Press
- Trepte, Sabine. (۲۰۰۶). **Social Identity Theory**. University Hamburg.

Sociological Factors Affecting the Formation of Social Identity of High School Girl Students in Ahvaz

Masoumeh Bagheri

Ph.D. in Sociology, Associated professor, Ahvaz Shahid Chamran University, Ahvaz, Iran

Ayyoub Rostami

Master Degree in Sociology, Ahvaz Shahid Chamran University, Ahvaz, Iran

Mohammad Soleyman Nejad

Ph.D. Student in Sociology, kashan University, kashan, Iran

Received: ۲ Jul. ۲۰۱۸

Accepted: ۳ Sep. ۲۰۱۸

The research is to investigate the sociological factors affecting the formation of social identity of high school girl students in Ahvaz. It was conducted through a survey method and a questionnaire was used as a tool for collecting data. For this purpose, ۳۸۳ high school students from Ahvaz were selected through stratified sampling. For assessing the reliability of the questionnaire, Cronbach's alpha coefficient was used which coefficient was ۰/۷۳, that indicates the good reliability of the questionnaire. The theoretical frame work of this survey was based on Giddens, Tajfel, Mead, Burke and Bradley theories.

In this research, the effects of independent variables such as socio-economic status, family expectations, school attendance, peer group membership, the use of mass media and parents' education on the social identity of high school girl students have been studied. The findings indicated that socioeconomic status, parental education and the use of mass media have a reverse relationship with the formation of the social identity of girls, whereas the other three variables, such as degree of belonging to the school, the degree of belonging to the peer group And the expectations of families are directly related to the formation of the social identity of girls. Totally, these variables account for ۰/۴۳% of variance of changes related to the dependent variable of social identity.

Key Words: Social Identity, Peer Group, Family, Mass Media and Girls