

بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر هویت اجتماعی (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان)

جابر مولایی^{۱*}، مهری مرادخانی^۲

۱- مربی گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور ایلام

۲- کارشناس ارشد مطالعات زنان، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز

چکیده

این پژوهش به بررسی رابطه بین هویت اجتماعی و عوامل جامعه شناختی مؤثر بر آن در بین دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور آبدانان پرداخته است. پس از مرور مطالعات انجام شده، بر اساس نظریه ای مبتنی بر آرای گیدنز چهار فرضیه ارائه شد. این پژوهش با روش پیمایشی از نمونه ای با حجم ۲۵۱ نفر از جمعیت ۷۱۹ نفری دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان جمع آوری شده است. روش نمونه گیری مطالعه مزبور تصادفی طبقه ای بوده است. یافته های پژوهش نشان می دهد که بین اعتقادات دینی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده، میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، احساس تعلق به خانواده و هویت اجتماعی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد و همچنین نتایج رگرسیون چند متغیره نشان می دهد که متغیرهای مستقل پژوهش در مجموع ۵۳ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی را تبیین می کنند.

واژه های کلیدی: هویت اجتماعی، عوامل اجتماعی، دانشجویان، دختر.

مقدمه و بیان مسأله

هویت در معنای عام و کارکردی آن، همان چیزی است که (خودی) را از (غیر خودی) جدا می‌کند و به بیان کاستلز هویت عبارت است از فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع دیگر اولویت داده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲). در واقع هویت ظرفیت و گنجایشی است که به شناسایی دقیق "خود" منجر می‌شود. این گنجایش‌ها شامل جنسیت، ملیت، مذهب و... هستند (یسل‌دیک^۱، ۲۰۱۰). به عقیده جنکینز همه هویت‌ها به نوعی هویت اجتماعی محسوب می‌شوند (جنکینز^۲، ۱۹۹۶/۱۳۸۱)، زیرا هیچ هویت جدا از فضای اجتماعی معنی ندارد و شکل‌گیری هویت در فرآیندهای اجتماعی شدن ریشه دارد، اما نباید تصور کرد که هویت اجتماعی یک بار برای همیشه شکل می‌گیرد. تغییر و دگرگونی همچنان که در ذات جامعه و تاریخ است، در هویت اجتماعی نیز رایج است. بنابراین، هویت امری اکتسابی است که در جریان تعاملات فرد و درون فضای زندگی شخصی شکل می‌گیرد. هویت اجتماعی شناخت و دانش شخص از جایگاهش در جامعه است، شناختی که وی از تعلق به مقولات اجتماعی یا گروه‌های اجتماعی دارد (هاگ و آبرامز^۳، ۱۹۸۸).

با توجه به اینکه جوانان به عنوان آینده سازان مملکت، قشر عظیمی از جمعیت کشور را دارا بوده و در مرحله حساس تکوین هویت خود هستند، بیشتر از هر قشر دیگری در ارتباط با اجتماع خود بوده و قشر جوان در هر جامعه‌ای به لحاظ برخورداری از توان و انرژی فراوان قادر است تأثیر تعیین کننده‌ای بر آینده جامعه بگذارد است (شمشیری، ۱۳۸۷: ۶۰) در واقع نیمی از این جمعیت جوان را زنان و دختران جوان تشکیل می‌دهند، که امروزه گسترش آموزش رسمی، تغییر ساختار خانواده، رسانه‌های جمعی و تغییرات متأثر از آنها، زمینه‌هایی برای تحرك اجتماعی زنان و حضور در عرصه فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی فراهم آمده است و در سایه آن زنان در فضاهای نسبتاً متفاوتی قرار گرفته‌اند که بیش از هر چیزی

1 Ysseldyk

2 Jenkins.R

3 Hogg and Abrama

منابع در دسترس زنان و منزلت و نقش آنان را دستخوش دگرگونی ساخته است (قادرزاده، ۱۳۹۰: ۳۷). یکی از مهمترین این تغییرات دگرگونی در فرآیند تولید و بازتولید هویت اجتماعی زنان و دختران شده‌است (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴: ۷). نظر به این مطلب، ایلام جامعه‌ای در حال گذار و توسعه است. در چنین جامعه‌ای به دلیل فروپاشی نظام و ساختارهای سنتی نظیر اجتماعات عشایری و روستایی و گسترش شهرنشینی، رسانه‌های جمعی، تحرکات جمعیتی و اجتماعی اغلب افراد به ویژه جوانان در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارض قرار گرفته‌اند. بسیاری از جوانان با کنده شدن از بنیادهای سنتی یا نبود ساختارهای نوین و یا عدم تشخیص الگوهای مناسب، دچار تعارض، سردرگمی و بلا تکلیفی می‌شوند و خود را در تعارض با ارزش‌های سنتی و مدرن می‌بینند (عبداللهی، ۱۳۷۵: ۱۵۹). بنابراین چگونگی شکل‌گیری هویت اجتماعی زنان و دختران جوان مبتنی بر عوامل مختلفی است که هر یک به نوعی می‌توانند تأثیرات متفاوتی در برداشته باشند. از جمله عواملی که تأثیر گسترده بر شکل‌گیری هویت دارند مولفه‌های اجتماعی و اقتصادی هستند که در این پژوهش، پژوهشگر به دنبال بررسی آنهاست. بنابراین پرداختن به مسأله هویت از یک طرف در عین حال بررسی این مسأله در میان زنان و دختران جوان اهمیت این پژوهش را دو چندان می‌کند. محقق در این پژوهش به بررسی هویت اجماعی دانشجویان دختر دانشگاه پیام‌نور در شهر آبدانان پرداخته است.

پیشینه پژوهش

زلفعلی‌فام و غفاری در پژوهشی به بررسی تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی دختران دانشجوی دانشگاه گیلان پرداخته‌اند. این پژوهش بدنبال پاسخ به این پرسش اساسی است که دختران چه تعریفی از چگونگی هویت اجتماعی خود در جامعه در حال گذار ایران دارند؟ یافته‌ها نشان می‌دهد که دختران جامعه ما سعی دارند با اتکاء به مراجع هویت ساز غیر سنتی مانند تحصیل، شغل، کسب استقلال مالی هویت اجتماعی غیر سنتی را برای خویش در جامعه تعریف کنند (زلفعلی‌فام و غفاری، ۱۳۸۸).

نچارپور استادی در مقاله‌ی به بررسی رابطه‌ی و تاثیر جو عاطفی خانواده، خودپنداره، عزت نفس و پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر شکل‌گیری هویت جوانان پرداخت است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین متغیرهای جو عاطفی خانواده، خودپنداره، عزت نفس و پایگاه اقتصادی - اجتماعی و شکل‌گیری هویت، همبستگی معنی‌دار و مثبتی وجود دارد (نچارپور استادی، ۱۳۸۸).

باقری و سلیمانی‌نژاد در پژوهش به بررسی جامعه‌شناختی وضعیت هویت جوانان دبیرستان شهر ایلام پرداخته‌اند. این پژوهش به شیوه پیمایش و با استفاده از نظریه گیدنز انجام شده است. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد رابطه متغیر تحصیلات و هویت فردی مثبت و معنادار است، یعنی با بالا رفتن میزان تحصیلات جوانان هویت فردی آنان تقویت می‌شود. و همچنین متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی با هویت قومی و گروهی رابطه معناداری دارد. در مجموع متغیرهای هویت گروهی و فردی بیشترین تاثیر را در شکل‌گیری هویت اجتماعی دارند (باقری و سلیمانی‌نژاد، ۱۳۸۹).

ربانی و همکارانش در پژوهشی به بررسی عوامل موثر بر هویت اجتماعی افراد در شهرهای جدید (مطالعه‌ی موردی شهر پردیس تهران) پرداخته‌اند. یافته‌ها این پژوهش نشان می‌دهد که متغیر خدمات و فعالیت تولیدی، فضای اجتماعی، فرهنگی و جغرافیایی، امنیت عاطفی و روانی و راههای ارتباطی بر هویت اجتماعی تاثیر دارند. (ربانی و همکاران، ۱۳۸۹).

میرهاشمی و حیدرپور در پژوهشی به بررسی ارتباط برخی از عوامل اجتماعی با هویت اجتماعی دانش‌آموزان شهرستان گیلان غرب پرداخته‌اند. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که بین متغیرهای اجتماعی و هویت شخصی دانش‌آموزان همبستگی معناداری وجود ندارد و در مقابل این رابطه بین هویت اجتماعی و متغیرهای اجتماعی (جنسیت، سن، حجم خانواده، میزان تماشای برنامه‌های تلویزیونی داخلی، میزان تماشای برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، میزان استفاده از اینترنت و پایگاه اجتماعی) تایید شده است. بنابراین بین متغیرهای اجتماعی و هویت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد (میرهاشمی و حیدرپور، ۱۳۹۰).

راسبرگ و کیدر^۱ در پژوهشی به بررسی رابطه هویت با جو عاطفی خانواده پرداخته‌اند. این پژوهش که در میان دختران انجام شده نشان می‌دهد که بین جو عاطفی خانواده و هویت رابطه معناداری وجود دارد. در واقع خانواده‌های که رابطه عاطفی مناسبی با هم دارند و فرزندان منبع محبت خود را از خانواده دریافت می‌کنند از ثبات هویت برخوردارند (راسبرگ و کیدر، ۱۹۹۲).

هیلمن^۲ در پژوهش با عنوان ستیز برای خود، قدرت و هویت اجتماعی در میان دختران نوجوان، به چگونگی شکل‌گیری هویت در میان دختران نوجوان دبیرستانی را در منطقه ای فقیرنشین در انگلستان پرداخته است. روش این پژوهش مشاهده و مصاحبه‌ی عمیق بوده و نتایج آن نشان می‌دهد الگوهایی که رسانه‌ها و نیز اجتماع به این دختران برای شکل دادن به هویت شان ارائه می‌دهند بسیار سطحی و بی محتواست و همچنین نقش خانواده در این شکل‌گیری کم و ضعیف‌تر شده است و به طور کلی مدرسه و معلمان توانسته‌اند نقش موثری در تشویق دختران نوجوانان برای دستیابی به هویت قوی، محکم و فعال داشته باشد. (هیلمن، ۱۹۹۸).

مارسیا^۳ (۲۰۰۲) در پژوهشی به بررسی رابطه هویت و روابط خانوادگی پرداخته است. نتایج تأیید کننده این موضوع است که شکل‌گیری هویت یک رابطه دو طرفه بین نسل‌هاست یعنی مادران برای تأیید خود و رشد احساس مولد بودن به کودکان متکی هستند و متقابلاً کودکان برای کمک به تکالیف رشدی خود یعنی اعتماد، استقلال، خلاقیت و هویت به مادران وابسته‌اند (مارسیا، ۲۰۰۲).

خلیفه سلطانی^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی رابطه سبک زندگی متفاوت با منابع هویت ساز مانند مدرسه، خانواده و رسانه پرداخته است. یافته وی تأیید کننده این موضوع است که هویت محصولی اجتماعی است که از طریق تعاملات اجتماعی در زندگی روزمره ساخته می‌شود (خلیفه سلطانی، ۲۰۱۴).

1 Rothberg, B. & Kidder

2 Heilman

3 Marcia

4 Khalifeh Soltani

بسیاری از مطالعات انجام شده در بالا به طور اخص به بررسی هویت اجتماعی افراد پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش‌ها تایید کننده تاثیر عوامل جامعه‌شناختی بر شکل‌گیری هویت اجتماعی افراد است. در اینجا سوال این است که آیا بین عوامل جامعه‌شناختی و هویت اجتماعی دختران، در جامعه مورد مطالعه شهر آبدانان نیز رابطه وجود دارد؟ متأسفانه مطالعات در خصوص دگرگونی‌های فرهنگی - اجتماعی در این شهر بسیار نادر است، بدین جهت مطالعه این شهر از باب تغییرات اجتماعی - فرهنگی از اهمیت بسیاری برخوردار است.

مبانی نظری

هویت مفهومی گسترده است که در علوم مختلف مفهوم خاص خود را می‌طلبد در مجموع سخن گفتن از خصوصیات اجتماعی، عقاید، ارزش‌ها، رفتارها و نگرش‌های متمایز گروه‌های اجتماعی، به معنای سخن گفتن از «هویت اجتماعی» آنهاست. هویت اجتماعی، به ساده‌ترین بیان، تعریفی است که فرد، بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی، از خویش دارد (براون^۱، ۱۹۸۵: ۷۷۱). در جوامع سنتی، هویت به وسیله نظامی از خویشاوندی و مذهب و به طور خارجی و بیرونی ساخته می‌شود. در فرهنگ سنتی، هویت به هر مقدار که باشد، در هنگام تولد تعیین و کامل شده است و با ساختارهای نسبتاً پایدار سنت، اعتقادات و آداب و رسوم یکی شده است. اما در مقابل با آغاز فرهنگی جامعه مدرن، مکان شکل‌گیری هویت به زندگی خصوصی افراد تغییر یافت. همانطور که پیوندهای گروهی ضعیف شد، افراد از پیوندها و اعتقادات جمعی دور شدند و به منظور تطابق با چشم‌اندازها و علایق فردی، به طور مستقل از چارچوب‌های اعتقادی رسمی عمل کردند (دان^۲، ۱۹۹۸: ۲۴).

یکی از کسانی که درباره هویت نظریه پردازی کرده است، اریکسون^۳ است. وی در تعریف خود از هویت، آن را یکی شدن با تجربه‌های گذشته، آرزوهای آینده و ارزشهای فرهنگی معاصر می‌داند. وی معتقد است احساسی که فرد نسبت به ارزشهای ملی خود دارد و کوششی

1 Brown
2 Dunn
3 Erikson

که فرد برای درونی ساختن ارزش‌های فرهنگی جامعه خود انجام می‌دهد، فرد را به هویت فرهنگی می‌رساند. دیدگاه محوری اریکسون، نظریاتی است که وی درباره رشد شخصیت ارائه کرده است. در این نظریه، او رشد شخصیت را از تولد تا دوران پیری شرح می‌دهد. اریکسون بر این باور است که، شخصیت انسان در طول عمرش با عبور از مجموعه‌ای از بحرانها به رشد می‌رسد و با محور قرار دادن بحران‌های دوره نوجوانی و جوانی، فرایند هویت‌یابی این دوره را تشریح می‌کند و نشان می‌دهد (فاتحی، ۱۳۸۳: ۱۵۶). بنابراین سن ۱۲ - ۲۰ سالگی را مرحله هویت در مقابل بی‌هویتی می‌داند و آن را دوره گذر از کودکی به بلوغ محسوب کرده است. در این دوره برای نوجوانان این سوال مهم مطرح می‌شود که من کیستم؟ (اریکسون، ۱۹۸۲) به عقیده او فرایند هویت‌یابی فرایندی است که برپایه تجربیات کودکی شکل می‌گیرد، اما هویت نهایی که در پایان دوره نوجوانی تثبیت می‌شود.

مید با بحث درباره دو مولفه خود، یعنی من مفعولی و من فاعلی، به بحث هویت عمق بیشتری بخشیده است. وی خود را محصول اجتماع می‌داند که از خلال اخذ دیدگاه دیگری شکل می‌گیرد. به بیان دیگر جامعه «خود» را شکل می‌دهد و این امر به نوبه خود رفتار اجتماعی را شکل می‌دهد. بر اساس نظریه هویت همه افراد به طور قطعی در جوامع گوناگون مدرن هویت‌های متعددی دارند که در یک روش سلسله‌مراتبی سازمان یافته‌است (مرولا^۱ و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۱۵). تاجفل^۲ یکی دیگر از نظریه‌پردازان این حوزه است، بنابر نظریه تاجفل، هویت اجتماعی متشکل از سه عنصر است، عنصر شناختی (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد)، عنصر ارزشی (فرض‌هایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی)، و عنصر احساسی (احساستن به گروه و افرادی که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند) (تاجفل، ۱۹۷۹). بنابراین هویت اجتماعی به عنوان آگاهی فرد از تعلق به گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد، مفهوم سازی شده است. در نتیجه بنابر تعلق افراد به گروه‌های متفاوت است که آنان به یک هویت اجتماعی معرف وضعیت به خصوص

1 Merolla, D.M

2 Tajfel

خود در جامعه دست می‌یابد (تورنر^۱، ۱۹۹۹: ۸). و همچنین جنکینز در کتاب هویت اجتماعی، هویت را این گونه تعریف می‌کند «این عبارت به شیوه‌هایی که به واسطه آنها افراد و جماعت-ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند، اشاره دارد و برقراری و متمایز ساختن نظام‌مند نسبت‌های شباهت و تفاوت میان افراد، میان جماعت‌ها، و میان افراد و جماعت‌هاست. شباهت و تفادت با هم - و نه جز این - اصول پایای هویت و پایه زندگی اجتماعی‌اند» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۸). در واقع هویت، یک استعداد و ظرفیت انسانی است که ریشه در زبان دارد. این امر مستلزم دانستن این است که آنها که هستند، آنها بدانند که ما که هستیم، ما بفهمیم که آنها تصور می‌کنند که ما که هستیم و غیره: به عبارت دیگر هویت یک طبقه‌بندی چند بعدی - یا نقشه‌برداری از جهان انسانی و جایگاه افراد و اعضاء اجتماعات در آن است (جنکینز، ۲۰۰۸: ۵). بنابراین هویت در نحوه پاسخ‌دهی به سوال "من کیستم" مشخص می‌شود که در پاسخ به آن، "من... هستم" بروز می‌یابد (وود وارد^۲، ۲۰۰۴).

به طور کل یکی از نظریه‌پردازانی که در مورد هویت مباحث گسترده‌ای دارد گیدنز^۳ است. گیدنز بر این باور است که بررسی مفهوم‌های چون: شخصیت، رفتار، فرهنگ و هویت فردی و اجتماعی در گرو ارزیابی مفهوم خود است. مفهوم خود در جهان امروزه به صورت یک «پروژه بازتابی یا تاملی» در آمده است که تنها از طریق نوعی بازنگری ژوف در مفهوم «خود هویتی» قابل درک و دریافت است. به عقیده وی «خود» باید طراحی شود و همچون گذشته سنت‌ها و عادات آن را شکل نمی‌دهند (گیدنز، ۱۳۸۰: ۱۳). گیدنز معتقد است هویت اجتماعی افراد براساس خودآگاهی و هم تحت تاثیر شرایط و موقعیت‌های اجتماعی در زمان و مکان شکل می‌گیرد، همچنین عملکردهای اجتماعی، روند بازتابی بودن آن، عقلانیت و خودآگاهی فرد و بازاندیشی آن، هویت فرد را همیشه در فرایند ساخت‌یابی قرار می‌دهد. خصوصا در عصر جدید که نهادهای امروزمین هم در آن دخالت دارند. به زعم وی، هر چیزی در زندگی اجتماعی، از نظام‌های جهانی گرفته تا آنچه وضعیت فکری فرد محسوب می‌شود،

1 Turner

2 Wood ward

3 Giddens

در یک کردار و راه و رسم اجتماعی به وجود می‌آید. از این رو گیدنز معتقد است که هویت اجتماعی هم مانند هویت شخصی در روند ساخت‌یابی و با توجه به موقعیت‌ها، شرایط و احوال و اوضاع اجتماعی، اقتصادی و نیز خود آگاهی شکل می‌گیرد. آگاهی به هویت شخصی و اعتماد، اطمینان و کنش متقابل اشخاص نقش مهمی در هویت اجتماعی بر عهده دارند. البته در هویت اجتماعی و باز تولید آن قراردادها و رسوم اجتماعی نیز مهم‌اند (گیدنز، ۱۳۷۸). به عقیده وی احساس هویت اجتماعی به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد؛ و بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. نهادهای گوناگون اجتماعی اعم از سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، دولتی و یا غیردولتی و باورها و سنتها و حتی نحوه احساس تعلق و پیوندهای گروهی همه و همه در ایجاد و دگرگونی هویت اجتماعی نقش دارند. در جوامع سنتی هویت، مبین تجلی و تحقق کار ویژه و نقش‌های از پیش تعیین شده بود. در جهان کنونی با دگرگون شدن شرایط و و چارچوب‌ها، منابع هویت‌سازی، متفاوت از قبل شده است. چرا که زندگی مدرن با فضامند کردن زندگی فردی و بوجود آوردن فضاها و نهادهای مختلف امکان‌رهایی فرد از احاطه‌ی ساختار سنتی را سبب شده است (گیدنز، ۱۳۷۸).

هویت اجتماعی حاصل تجربیات شخصی فرد در زندگی است. این تجربیات ابتدا در بُعد محلی و مکانی زندگی فرد، یعنی، منابع خانواده مطرح است؛ یعنی همان جایی که ابتدا شخص در آن رشد پیدا می‌کند. همچنین تکوین هویت شخصی تحت تاثیر زمینه خانوادگی شخص قرار دارد (اشرفی، ۱۳۷۹: ۳۹). در واقع هویت‌ها در خلاء ساخته نمی‌شوند. زمینه‌های بین فردی و اجتماعی می‌توانند آن را تسهیل کرده و یا تحمیل کنند. شکل‌گیری هویت یک رابطه‌ی دو طرفه بین نسل‌هاست یعنی والدین برای تایید خود و رشد احساس مولد بودن به فرزندان متکی هستند و متقابلاً فرزندان برای کمک به تکالیف رشدی خود یعنی اعتماد، استقلال، خلاقیت و هویت به والدین وابسته‌اند (مارسیا، ۲۰۰۲).

به باور گیدنز دین و سنت همیشه دارای پیوند نزدیکی با یکدیگر بوده‌اند، مذهب یکی از منابع اقتدار سنتی است و از این طریق با سنت ارتباط پیدا می‌کند. در نتیجه تجربه، معنا و تفسیر زندگی بر اساس آن صورت می‌گیرد و به همین دلیل اکثر کنش‌های زندگی دارای دلایل

دینی و مذهبی است. در نتیجه مذهب از مهمترین مرجع و ماخذ بوده که بشر برای تکمیل هویت اجتماعی خود به آن رجوع می کند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۳۷). و همچنین به عقیده کاستلز دین به عنوان مهمترین منبع هویت ساز در جامعه شبکه ای است. دین در سال های پایانی این هزاره، به عنوان منبع هویت، به طور اعجاب آوری نیرومند و اثرگذار جلوه کرده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۰). و در جامعه ایران به علت بافت مذهبی، دین و اعتقادات در اساس هویت ایران ریشه دارد. رسانه های جمعی، انتقال و هدایت دامنه گسترده ای از نمادها، هنجارها، ارزش ها، عقاید، پیام ها و افکار امروزه درون جوامع را به عهده گرفته اند تا جایی که برخی صاحب نظران معتقدند که رسانه های گروهی کل زندگی فرهنگی و اجتماعی را دگرگون می کنند (تاملینسون^۱، ۱۹۹۵: ۴۵). و از جمله سازه های مهم اجتماعی مبحث هویت است که امروزه بشدت متاثر از وسایل ارتباط جمعی است. رسانه ها با پاسخدهی به حواس انسان ها، در رشد و اعتلای فرهنگی و هویت جمعی آنان، نقش اساسی دارند و بر شناخت و درک از جهان تاثیر می گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان، بستگی به محتوایی دارد که از رسانه ها دریافت می کنند. زیرا رسانه ها واسطه و میانجی بین آگاهی های فردی و ساختارهای گسترده تر اجتماعی و سازنده معنا هستند. رسانه ها علاوه بر هویت سازی، موجب تغییر هویتی نیز می شوند (جمعه زاده و واعظی، ۱۳۹۰: ۱۲۲). گیدنز بر نقش رسانه ها در فرایند تکمیل هویت تاکید می کند، و وسایل ارتباط جمعی مدرن فراملی را ابزار بسط و گسترش مدرنیته به تمام دنیا در نظر می گیرد که توانسته اند، با تسهیل و رواج روز افزون ارتباطات فردی و گروهی، فضای جهانی را متحول کنند و مرزهای زمانی و مکانی را در عصر مدرن در نوردند. اما شکسته شدن این حصارهای زمانی و مکانی هویت را در ابعاد فردی و جمعی به چالش کشیده است (عنایت، ۱۳۸۳: ۱۵۵). نظریه های بررسی شده در این پژوهش تاثیر عوامل جامعه شناختی بر هویت افراد را تأیید می کند. در مجموع امروزه عوامل متعددی در شکل گیری هویت نوجوانان و جوانان نقش دارند: عواملی مانند خانواده، مدرسه، نهادهای اجتماعی - مذهبی، رسانه ها و پایگاه

1 Tomilinson

اجتماعی - اقتصادی خانواده نقش تاثیر گذاری بر هویت افراد دارند. با توجه به مباحثی که ذکر شد و نتایج پژوهش‌های پیشین به نظر می‌رسد که:

فرضیه‌های پژوهش

- ۱- بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۲- بین اعتقادات دینی و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۳- بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۴- بین میزان تعلق به خانواده و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه خود اظهاری بوده است. جامعه آماری پژوهش جمعیت آماری همه دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان است که تعداد آنها در نیم سال اول تحصیلی ۱۳۹۴، ۷۱۹ نفر بود است. حجم نمونه با استفاده از فرمول لین^۱ محاسبه شد (لین، ۱۹۷۸: ۴۴۶-۴۴۷). نمونه‌ی گزینشی با ضریب پایایی ± 4 ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و جمعیت آماری ۲۵۱ نفر از دانشجویان دختر تعیین شده است. شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بود است. و برای تعیین اعتبار سؤالات پرسشنامه از اعتبار صوری برای تعیین پایایی آنها از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شده است. جدول (۱) نشانگر نتایج حاصل از این آزمون آلفای کرونباخ است که نشان می‌دهد متغیرهای مورد استفاده از پایایی خوبی برخوردارند، به طوری که ضرایب آلفای کرونباخ حاصل از آزمون‌های شاخص‌های کلی متغیرها از حداقل ۰/۷۲ مربوط به متغیر وسایل ارتباط جمعی و ۰/۸۷ مربوط به هویت اجتماعی در نوسان می‌باشند، که این ضرایب نیز نشان‌دهنده پایایی بالا در متغیرهاست.

جدول (۱) ضرایب آلفای کرونباخ حاصل از پایایی طیف‌های متغیرهای مستقل و

وابسته

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
هویت اجتماعی	۲۰	.۷۸
پایگاه اجتماعی - اقتصادی	۵	.۷۵
اعتقادات دینی	۶	.۷۷
احساس تعلق به خانواده	۸	.۷۶
وسایل ارتباط جمعی	۷	.۷۲

تعریف مفاهیم

هویت اجتماعی: هویت از نظر لغوی به معنی یکی شدن با خود و دیگران مطرح گردیده و دارای دو بُعد فردی و اجتماعی است (عاملی، ۱۳۸۹). همچنین مجموعه‌ای از معانی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القاء می‌کند و به فرد می‌گوید که او کیست و مرجعی برای بیان کیستی و چیستی او تشکیل می‌دهد (عاملی، ۱۳۸۹). سخن گفتن از خصوصیات اجتماعی، عقاید، ارزشها، رفتارها و نگرش‌های متمایز گروه‌های اجتماعی، به معنای سخن گفتن از "هویت اجتماعی" آنهاست. هویت اجتماعی، به ساده‌ترین بیان، تعریفی است که فرد، بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی، از خویش دارد (براون، ۱۹۸۵: ۷۷۱). در این پژوهش متغیر هویت اجتماعی با استفاده از پرسش نامه هویت اجتماعی صفاری نیا و روشن (<http://www.drsoffarinia.ir/nvdhtj>) مورد سنجش قرار گرفته است.

پایگاه اجتماعی - اقتصادی: پایگاه اجتماعی - اقتصادی یکی از متغیرهای اصلی در اکثر مطالعات و پیمایش‌های اجتماعی است. در این پژوهش این مفهوم به کمک معرف‌های چون تحصیلات پدر و مادر، شغل پدر و مادر و درآمد خانواده مورد سنجش قرار گرفته است. اعتقادات دینی: منظور از دینداری، اعتقادات و باورهایی که انتظار می‌رود پیروان یک مذهب به آنها اعتقاد داشته باشند (کایدان بدیع، ۱۳۸۶: ۶۸). متغیر دینداری با گویه‌های مانند:

باور به وجود خدا، اعتقاد به جهان دیگر، باور به ناظر بودن خداداند به اعمال و رفتار فرد و یاری طلبیدن از خداوند مورد سنجش قرار گرفته است.

احساس تعلق به خانواده: تعلق خانوادگی را می توان تعیین نسبت میان فرزندان و والدین دانست که نوع این پیوند و میزان تعلق افراد به خانواده را نشان می دهد (شرفی، ۱۳۸۱: ۶۳). متغیر احساس تعلق به خانواده با گویه های مانند: اعتماد به خانواده در تصمیم گیری، احساس وابستگی به خانواده مورد سنجش قرار گرفته است.

میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی: به معنی وسایل ارتباطی - اطلاعاتی است، که با گویه های مانند کتاب، رادیو، تلویزیون، روزنامه و مجله، اینترنت و ماهواره مورد سنجش قرار گرفته است.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

نتایج آمار توصیفی نشان می دهد بیش ترین تعداد پاسخ گویان در گروه سنی ۱۹ تا ۲۴ سال قرار دارند، که ۷۴,۳ درصد پاسخگویان مجرد و ۲۰/۹ درصد متأهل هستند و همچنین ۶,۷ درصد از پاسخگویان پایگاه اجتماعی - اقتصادی در حد بالا، ۲۸,۷ درصد در حد متوسط و ۶۴,۶ درصد در حد پایین توصیف کرده اند. به بطور کلی آمار توصیفی متغیر وابسته نشان می - دهد که، ۳۵,۸ درصد از پاسخگویان هویت اجتماعی خود را در حد بالا، ۴۶,۱ درصد در حد متوسط و ۱۸,۱ درصد در حد پایین توصیف کرده اند.

یافته های استنباطی

فرضیه ۱: بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول (۲) بررسی رابطه بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده و هویت اجتماعی

دانشجویان

پایگاه اجتماعی-اقتصادی		
۰/۱۹۱	میزان همبستگی	هویت اجتماعی
۰/۰۰۲	سطح معنی داری	

برای نشان دادن چگونگی رابطه بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده و هویت اجتماعی دانشجویان، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده که نتایج حاصل در جدول (۲) نمایان است. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون کمتر از ۰,۰۵ است، می توان گفت بین دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی مقدار آزمون بدست آمده (۰,۱۹۱) نشان دهنده رابطه مستقیم (مثبت) بین دو متغیر است بدین ترتیب با افزایش پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده، هویت اجتماعی دانشجویان بالاتر می رود و بالعکس.

فرضیه ۲: بین اعتقادات دینی و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول (۳) بررسی رابطه بین اعتقادات دینی و هویت اجتماعی دانشجویان

اعتقادات دینی		
۰/۱۷۹	میزان همبستگی	هویت اجتماعی
۰/۰۰۴	سطح معنی داری	

نتایج جدول (۳) وجود همبستگی میان متغیر اعتقادات دینی با هویت اجتماعی دانشجویان را نشان می دهد. نتایج ضریب پیرسون معنادار بودن این رابطه را تایید می کند. از سویی جهت رابطه بین دو متغیر یاد شده مثبت است، به عبارت دیگر با افزایش باورهای دینی دانشجویان، هویت اجتماعی آنان افزایش می یابد.

فرضیه ۳: بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول (۴) بررسی رابطه میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و هویت اجتماعی دانشجویان

وسایل ارتباط جمعی		
۰/۷۱۴	میزان همبستگی	هویت اجتماعی
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	

نتایج جدول (۴) وجود همبستگی میان متغیر استفاده از وسایل ارتباط جمعی با هویت اجتماعی دانشجویان را نشان می دهد. نتایج ضریب پیرسون معنادار بودن این رابطه را تایید می کند. با توجه به این که سطح معناداری آزمون کمتر از ۰,۰۵ می باشد، می توان گفت بین دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. از طرفی مقدار آزمون بدست آمده (۰/۷۱۴) نشان دهنده رابطه مستقیم (مثبت) بین دو متغیر است بدین ترتیب با افزایش میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، هویت اجتماعی دانشجویان بالا می رود و بالعکس. فرضیه ۴: بین میزان تعلق به خانواده و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول (۵) بررسی رابطه میزان تعلق به خانواده و هویت اجتماعی دانشجویان

احساس تعلق به خانواده		
۰/۱۹۵	میزان همبستگی	هویت اجتماعی
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	

نتایج جدول (۵) وجود همبستگی میان متغیر احساس تعلق به خانواده با هویت اجتماعی دانشجویان را نشان می دهد. نتایج ضریب پیرسون معنادار بودن این رابطه را تایید می کند. از سویی جهت رابطه بین دو متغیر یاد شده مثبت است، به عبارت دیگر با افزایش پیوند خانوادگی، هویت اجتماعی آنان افزایش می یابد.

جدول (۶) آماره‌های مربوط به متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون هویت اجتماعی

معناداری	T	Beta	B	نام متغیرها
۰/۰۵	۱/۹۶	۰/۰۷۸	۰/۲۲۴	اعتقادات دینی
۰/۰۹	۱/۶۹	۰/۰۷۵	۰/۰۸۱	میزان تعلق به خانواده
۰/۰۲	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۳۶	پایگاه اجتماعی-اقتصادی
۰/۰۰	۱۴/۹۳	۰/۶۷	۰/۰۵۴	استفاده از وسایل ارتباط جمعی

در جدول (۶)، چنان که در معادله رگرسیون استاندارد شده هویت اجتماعی دیده می‌شود، ضریب Beta ۰/۶۷ و بالاترین میزان بوده و در اینجا مثبت است. داده‌های جدول نشان می‌دهد متغیر میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی در تبیین هویت اجتماعی دانشجویان بیشترین تاثیر را دارد.

معادله رگرسیونی پیش‌بینی شکل‌گیری هویت اجتماعی

برای ساختن معادله رگرسیونی پیش‌بینی شکل‌گیری هویت اجتماعی، متغیرهایی که در سطح فاصله‌ای بوده و با متغیر وابسته رابطه داشته‌اند به عنوان متغیر مستقل و متغیر هویت اجتماعی به عنوان متغیر وابسته وارد معادله شدند.

جدول (۷) تحلیل مدل رگرسیونی و آزمون F

معناداری	کمیت F	میانگین مجذورات	مجموعه مجذورات	درجه آزادی	منبع تغییرات
۰/۰۰	۲۳۹/۷۰	۲۲۷/۳۳۶	۹۰۹/۱۳۴۴	۴	اثر رگرسیونی
		۴/۷۸۷	۹۴۶/۱۱۹۱	۲۴۹	باقی‌مانده

$$R = 0/72 \quad R^2 = 0/53$$

یافته‌های جدول گویای آن است که معادله پیش‌بینی شکل‌گیری هویت اجتماعی می‌تواند ۵۳ درصد از واریانس متغیر وابسته را پیش‌بینی کند و این مطلب را R^2 به ما نشان می‌دهد.

مقدار R همبستگی بین مقادیری که به وسیله معادله پیش‌بینی می‌شوند و مقادیر واقعی را نشان می‌دهد، در این صورت ضریب همبستگی چندگانه میزان هویت اجتماعی معادل ۷۲ درصد است. با توجه به سطح معناداری به دست آمده، مقادیر بالاتر از ۹۵ درصد از لحاظ آماری معنادارند، به این معنا که نسبتی از واریانس هویت اجتماعی که به وسیله این متغیرها تبیین شده، ۵۳ درصد است.

نتیجه‌گیری

هویت یا پاسخی که هر انسان به چیستی و کیستی خویش می‌دهد، مبنای کنش‌ها و موضع‌گیری فرد، در مقابل رخدادهاست. هویت را اغلب با دو رویکرد فردی و جمعی بررسی کرده‌اند که اولی با نگاه روانشناسانه، تشخیص فرد در رویارویی با دیگران را مورد توجه قرار داده و دومین رویکرد، با بینشی جامعه‌شناختی، به کاوش در مورد هویت‌های جمعی و گروهی در عرصه جهانی پرداخته و اهمیت آن را در کنش‌های اجتماعی نشان داده است (نجارپور استادی، ۱۳۸۸: ۵۵). در واقع هویت مقوله‌ی پیچیده‌ای است که تشکیل آن نه به صورت بینشی ناگهانی، بلکه طی فرایندی در طول عمر شکل می‌گیرد.

در این پژوهش رابطه و تاثیر عوامل جامعه‌شناختی بر شکل‌گیری هویت بررسی شده. یافته‌های بدست آمده نشان می‌دهد که بین اعتقادات دینی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده، میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، احساس تعلق به خانواده و هویت اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. همچنین نتایج رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل پژوهش در مجموع ۵۳ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی را تبیین می‌کنند. نتایج پژوهش‌های زلفعلی‌فام و غفاری (۱۳۸۸)، نجارپور استادی (۱۳۸۸)، باقری و سلیمانی‌نژاد (۱۳۸۹)، ربانی و همکارانش (۱۳۸۹)، میرهاشمی و حیدرپور (۱۳۹۰)، راسبرگ و کیدر (۱۹۹۲)، هیلمن (۱۹۹۸) و خلیفه‌سلطانی (۲۰۱۴) نیز این یافته‌ها را تایید می‌کنند.

به عقیده‌گیدنز مذهب از مهمترین مرجع و ماخذ بوده که بشر برای تکمیل هویت اجتماعی خود به آن رجوع می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۳۷). با توجه به نقش فعال دین در جامعه ایران به ویژه در سده‌های اخیر نمی‌توان تاثیر آن و ارزش‌های دینی و اخلاقی را به عنوان یکی از

متغیرهای اجتماعی تاثیر گذار در شکل گیری هویت اجتماعی را نادیده گرفت. با توجه به نتایج این پژوهش می توان گفت که دختران جوانی که اعتقادات دینی قوی دارند هویت اجتماعی تثبیت شده دارند.

نوجوانی و جوانی مرحله ای است که با تغییرات اساسی در خود و نیز تشکیل یک هویت پایدار همراه است. به عقیده اریکسون (۱۹۶۸) مهمترین هدف دوران جوانی و نوجوانی رشد یک هویت شخصی است. هر فردی برای بدست آوردن هویتی پایدار علاوه بر جنبه های فردی از زمینه های اجتماعی (مانند تعاملات بین اعضای خانواده و همسالان و مدرسه) نیز تاثیر می پذیرد. بنابراین والدین با انتخاب سبک خاص تربیتی و ارتباطی خود با فرزندان بیشترین نقش را در تثبیت هویت فرزندان دارند (بیابانگرد، ۱۳۸۶). و همچنین گیدنز بر این باور است که امروزه نقش های ثابت و از پیش تعیین شده اعضای خانواده دگرگون شده و کانون خانوادگی بر پیوندهای عاطفی استوار است (گیدنز، ۱۳۸۲: ۵۵). نتایج پژوهش ما هم تأیید کننده نقش ارتباطی خانواده در شکل گیری هویت فرزندان است. در واقع دختران جوانی که تعلقات خانوادگی بیشتری دارند هویت اجتماعی تکامل یافته تری دارند.

به عقیده گیدنز انقلاب ارتباطات و جهانی شدن در عصر حاضر تاثیرات شگرفی را در ابعاد گوناگون زندگی انسان ها گذاشته است که از مهم ترین آن ها می توان به تاثیرات فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت اجتماعی اشاره کرد. با توجه به نقش مهمی که امروزه شبکه های مهم ارتباطی و اطلاعات نظیر اینترنت در امر دستیابی به داده های روزآمد دارند، بنظر می رسد روز به روز بر کاربرد گسترده تر از این رسانه افزوده شود. گسترده بودن داده های در دسترس، به روز بودن اخبار و رویدادهای و دستیابی سریع به انبوهی از داده ها و اخبار باعث شده است تا این فناوری ارتباطی - اطلاعاتی بیش از پیش مورد استقبال و کاربرد مردم قرار گیرد (احمدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۳). بی تردید امروزه وسایل ارتباط جمعی نقش بی بدیلی در اثر گذاری بر افکار، ادراکات و نگرش ها و در مجموع هویت اجتماعی جوانان که بیشتر از دیگر افراد جامعه که با این وسایل در ارتباط هستند دارند. نتایج این پژوهش نشان می دهد که همراه با افزایش استفاده از وسایل ارتباط جمعی هویت اجتماعی دختران جوان افزایش می یابد.

در نهایت باید اذعان داشت مسأله هویت، یکی از چالش‌های مهم دوره جوانی است و چنانچه جوانان از نگرش و باور پویا و پایدار فرهنگی و هویتی برخوردار شوند، می‌توانند دنیای درونی ذهن خود را با ارزش‌ها و هنجارهای با دوام تجهیز کنند و در نتیجه به شخص مفید و فعال برای جامعه تبدیل شوند.

منابع

- ۱- احمدی، حبیب؛ هاشمی، سمیه؛ روحانی، علی. (۱۳۸۹). "بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسی جوانان شهر شیراز"، فصلنامه علمی - پژوهش زن و جامعه، سال اول، شماره چهارم، صص ۳۵-۶۵.
- ۲- اشرفی، ابوالفضل (۱۳۷۹). "هویت اجتماعی و پیشگیری از انحرافات"، فصلنامه علوم اجتماعی شماره ۱۸ و ۱۹.
- ۳- باقری، معصومه؛ سلیمان‌نژاد، محمد (۱۳۸۹). "بررسی جامعه‌شناختی هویت جوانان"، دانشنامه علوم اجتماعی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۹۳-۱۲۳.
- ۴- بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۸۶). روانشناسی تربیتی، تهران: انتشارات ویرایش.
- ۵- جمعه‌زاده، جواد، اوغلی محمودرضا (۱۳۹۰). "رسانه و برسازی هویت اجتماعی پسامدرن"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال هجدهم، شماره ۳، صص ۱۲۰-۱۴۶.
- ۶- جنکینز، ر. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه: تورج یاراحمدی. تهران: شیراز. (۱۹۹۶).
- ۷- ربانی، رسول؛ کریمی‌زاده اردکانی، سمیه؛ نظری، جواد (۱۳۸۹). "عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی شهرهای جدید (مطالعه موردی شهر پردیس تهران)"، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۳.
- ۸- زلفعلی‌فام، جعفر، غفاری، مظفر. (۱۳۸۸). "تحلیل جامعه‌شناسی هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه گیلان"، فصلنامه نامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره سوم، صص ۱۲۱-۱۴۰.
- ۹- شمشیری، بابک (۱۳۷۸). درآمدی بر هویت ملی. شیراز: انتشارات نوید.
- ۱۰- صفاری‌نیا، مجید و مریم روشن، (<http://www.drsoffarinia.irnvdhjtj>)

- ۱۱- عبداللهی، محمد (۱۳۷۵). "جامعه شناسی بحران هویت"، نامه پژوهش، سال دوم، پاییز و زمستان، انجمن جامعه شناسی ایران، دفتر اول، صص ۶۳-۸۳.
- ۱۲- عنایت، حلیمه؛ موحد، مجید (۱۳۸۳). "زنان و تحولات ساختاری خانواده در عصر جهانی شدن"، پژوهش زنان، دوره دوم، شماره ۲، صص ۱۵۳-۱۶۶.
- ۱۳- فاتحی، محسن (۱۳۸۳). "تاثیر سرمایه اجتماعی بر هویت اجتماعی دانشجویان شهر تهران"، پایان نامه دکتری، دانشگاه اصفهان.
- ۱۴- قادرزاده، امید (۱۳۹۰). "تاثیر اشکال مختلف سرمایه بر هویت جمعی زنان"، فصلنامه زن و توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۳، صص ۳۵-۶۵.
- ۱۵- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (قدرت هویت)*، جلد دوم، مترجم: حسن چاووشیان، تهران: طرح نو.
- ۱۶- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر نی.
- ۱۷- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- ۱۸- مقدس، علی اصغر؛ خواجه نوری، بیژن (۱۳۸۴). "جهانی شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان، بررسی موردی دو شهر شیراز و استهبان"، *مجله مطالعات زنان*، سال سوم، شماره ۷، صص ۵-۳۲.
- ۱۹- میرهاشمی، مالک؛ حیدرپور، لیا (۱۳۹۰). "ارتباط عوامل اجتماعی با هویت اجتماعی دانش آموزان"، *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، سال چهارم، شماره ۱۲، صص ۱۶۷-۱۸۶.
- ۲۰- نجاریپور استادی، سعید (۱۳۸۸). "رابطه‌ی جو عاطفی خانواده، خود پنداره، عزت نفس و پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر شکل گیری هویت جوانان"، *فصلنامه اندیشه و رفتار*، دوره سوم، شماره ۹، صص ۴۹-۶۰.
- 21- Brown, R (1985). " *Social Identity*", in, Adam and Jessica Kupppe (eds) the social Science Encyclopedia, London: R. K. P.
- 22- Dunn, R. G. (1998)". Identity crises, a social critique of postmodernity, Minneapolis, London": *university of Minnesota press*, 111, third Avenue south, suite290.
- 23- Erikson, E.H (1968) "*Identity: Youth and crisis*". New York: Nor
- 24- Erikson, E.H (1982). "*The Life cycle completed: A revivew*". New York: Norton.

- 25- Heilman ,Elizabeth(1998). "The struggle For Self Power and identity in adolescent girls", *Journal of youth and society*, vol 30 no 2;
- 26- Hogg, M. A.& Abrama, D (1988). "*Social Identitification: A Social Psychology of Inter group Relations and group process*", London: Rout Ledge.
- 27- Jenkins R (2008)". *Socail identity*", London and Newyork: third edition, Routledge, Taylor & Francis group.
- 28- Lin, N. (1978). "*Foundations of Social research*", New York: McGraw Hill.
- 29- Marcia, J. E (2002). "Coccurring pattens of womans Identity status, styles, and understanding of childrens development", *Journal of Behavioral Develoment*, Vol 25, p.p 120 – 133.
- 30- Marcia, J. E (2002). "Adolesence, Identity and the Bernardone family", *Journal of marriage and the family*, Vol 2, No 3, p.p 199 – 209.
- 31- Merolla, D.M & et all (2012). " Structural precursors to identity processes: The role of proximate social structures" *Social psychology Quarterly*,pp. 75: 149.
- 32- Rothberg, B. & Kidder (1992). " the development of identity". *Journal of chemical Dependency Treatment*, 5(1).pp. 77- 92.
- 33- Tajfel, H (1979). "*An Integrative Theory of inter group conflict*", Moterey, Brooks.
- 34- Turner, John C, (1999). "*Some current issues in research on social identity and self categorization theory in nome Ellemers:*" Russell Spears: Bertjan Doosje (eds) *social identity: context, commitment, content*, London: Blackwell Publishers, pp. 6 – 34.B.
- 35- Ysseldyk, R.; Matheson, K. & H, Anisman (2010), " religiosity as identity: toward an understanding of religion from a social identity perspective", *Personality and Social Psychology Review*, vol.14, pp.60-71.

