

DOI: 10.30495/jss.2023.1969201.1504

**Research Paper**

**Investigating the influence of the social model  
of culture and symbolic coverage On the expression  
of ethnic identity of football spectators**

**Zoya Tabari**

*Ph. D. Candidate, Sociology of Sport, Tehran Jonoub Branch, Islamic Azad University.*

**Akbar Talebpour**

*Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Economics, AlZahra University, Tehran, Iran. (Corresponding Author). E- mail: a.talebpour@alzahra.ac.ir*

**Tayebeh Zargar**

*Assistant Prof, Sport Science Management, Tehran Jonoub Branch, Islamic Azad University.*

The present research was to investigate the effect of the social pattern of culture and symbolic covering on the ethnic identity of Iranian football spectators, which was applied, developmental and quantitative in terms of purpose, result and data respectively, and by the method of structural equation modeling. This study was conducted in the field and research data was collected by standard questionnaires. The statistical population was the respondents to the questionnaire on the Hewitt website in Tehran city, and 350 of these people were selected as a sample. Team identity measurement tool using Montazeri et al.'s criteria with six factors and alpha of "behavioral participation 0.87, cognitive awareness 0.87, emotional interconnectedness 0.93, sense of interdependence 0.95, personal evaluation 9/ 0, and the general evaluation 0.88. A researcher-made questionnaire was used to measure the variables of the culture of covering, and its items were formulated based on theoretical foundations and conceptual definitions. In order to check the factor structure of the research based on confirmatory factor analysis and structural equation modeling and path analysis, Smart Pls software was used, and Spearman's reliability was established in all components. Also, the results of the research showed that, all the components had a CR above 0.7 and all the components had a shared reliability above half, which indicated the acceptance of shared reliability; Therefore, based on four reliability tests, the reliability of the research model was confirmed.

***Conflict of interest:***

ACCORDING TO THE AUTHORS, THE ARTICLE DID NOT HAVE ANY CONFLICT OF INTEREST.

**Key words: Football, Spectators, Social Pattern, Covering, Thematic Analysis.**

## بررسی تأثیر الگوی اجتماعی فرهنگ و پوشش نمادین بر ابراز هویت قومی تماشاگران فوتبال

زویا تباری<sup>۱</sup>

اکبر طالب‌پور<sup>۲</sup>

طیبه زرگر<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۰۵

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۷/۱۹

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر الگوی اجتماعی فرهنگ و پوشش نمادین بر هویت قومی تماشاگران فوتبال ایران بود که از نظر هدف، نتیجه و داده به ترتیب کاربردی، توسعه‌ای و کمی و به روش مدل-سازي معادلات ساختاری بود. به منظور آزمون هدف از مطالعه، از آمار توصیفی استفاده می‌شود. این مطالعه به صورت میدانی و اطلاعات پژوهش توسط پرسشنامه‌های استاندارد جمع‌آوری شد. جامعه آماری پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه شهر تهران در سایت هویت بود که از این افراد تعداد ۳۵۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد. ابزار اندازه‌گیری هویت تیمی با استفاده از معیار منتظری و همکاران با شش عامل و با آلفای "مشارکت رفتاری ۰/۸۷، آگاهی شناختی ۰/۸۷، به هم پیوستگی عاطفی ۰/۹۳، حس وابستگی متقابل ۰/۹۵، ارزیابی شخصی ۰/۹، ارزیابی عمومی ۰/۸۸، برای سنجش متغیرهای فرهنگ پوشش مذهب از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و گویه‌های آن بر اساس مبانی نظری و تعاریف مفهومی تدوین شد. به منظور بررسی ساختار عاملی تحقیق بر اساس تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد که در تمامی مؤلفه‌ها پایایی اسپیرمن برقرار بود. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که تمامی مؤلفه‌ها از CR بالای ۰/۷ برخوردار بوده و کلیه مؤلفه‌ها از پایایی اشتراکی بالای نیم برخوردار بودند که نشانگر قبول پایایی اشتراکی بود؛ بنابراین بر اساس چهار آزمون پایایی، پایایی مدل تحقیق مورد تأیید قرار گرفت.

واژگان کلیدی: تماشاگران، فوتبال، الگوی اجتماعی، پوشش، تحلیل تماتیک.

۱. دانشجوی دوره دکتری جامعه‌شناسی ورزش، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران- ایران.

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران- ایران (نویسنده مسئول).

E-mail: a.talebpor@alzahra.ac.ir

۳. استادیار گروه مدیریت علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران- ایران.

## مقدمه

اساس دوام و بقای یک جامعه انسانی، هویت آن جامعه و نتیجه فرآیند تعامل بین فرد و میدان اجتماعی است. هم‌چنین هویت نه تنها به عنوان عنصری از منش فردی، بلکه بعدی از رابطه اجتماعی است (۱۰)، که در ابراز وجود تحقق می‌یابد. در این راستا هویت قومی نتیجه تعامل فرد در گروه خود و اجتماع قومش به شکل یک امر پیچیده تجلی می‌یابد که هویت از این لحاظ مهم است که خانواده، ملیت، قوم و ... را به عنوان سرمایه‌ای از منش‌های فردی معرفی می‌کند (۳). در واقع هویت قومی نوعی شناخت از خود و تمایز با دیگران است و به احساس در جامعه امروز به خصوص جامعه ورزشی با گسترش ارتباطات محلی، ملی و بین‌المللی، حوزه مطالعاتی جدیدی در باب هویت و ابعاد آن باز شده است (۴). فوتبال یکی از سرگرم‌کننده‌ترین و پر بیننده‌ترین ورزش‌هاست که در سراسر دنیا طرفداران بسیاری دارد. برخی افراد معتقدند که فوتبال نمادی از مردانگی است و برخی از مردان جوان مایلند تا از طریق تماشای این مسابقات مردانگی خود را به رخ زنان بکشند که افراد زیادی برای تماشای مسابقات فوتبال تیم مورد علاقه خود به استادیوم‌ها می‌روند و بازی را از نزدیک تماشا می‌کنند. بینندگان مسابقه فوتبال از تلویزیون نیز، معمولاً دوست دارند تا این مسابقه را به صورت دسته جمعی ببینند از همین رو به خانه اقوام و دوستان می‌روند؛ بسیاری نیز به ویژه در اروپا و آسیای شرقی در محل‌های عمومی مانند رستوران‌ها، میدان‌ها و یا کافه‌ها به همراه دوستان و همسایگان خود به تماشای این مسابقات می‌پردازند که بحث اجتماع و هویت گروه و قوم مطرح می‌شود.

بیشتر روان‌شناسان و نظریه‌پردازان شخصیت، هویت را در درجه نخست امری فردی و شخصی می‌دانند و معتقدند، هویت عبارت است از احساس تمایز، تداوم و استقلال شخصی. البته آن‌ها هویت اجتماعی را انکار نمی‌کنند بلکه آن را حاصل از دیالکتیک میان فرد و جامعه می‌دانند و به طور ضمنی می‌پذیرند که اگر چه هویت در نگرش و احساسات فردی نمود می‌یابد اما در بستر زندگی جمعی شکل می‌گیرد (۱۲: ۲۲۳). جنکینز معتقد است، هویت عبارت است از نیازهای روانی انسانی و پیش نیاز هر گونه زندگی اجتماعی است. اگر محورهای زندگی اجتماعی را برقراری ارتباط پایدار و معنادار با دیگران بدانیم هویت اجتماعی چنین امکاناتی را فراهم می‌سازد. هویت اجتماعی نه تنها ارتباط اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازد بلکه به زندگی افراد هم معنا می‌بخشد. معناساز بودن هویت بر ساختگی بودن آن دلالت می‌کند. معنا خاصیت ذاتی واژه‌ها و اشیاء نیست، بلکه همیشه نتیجه توافق یا عدم توافق است (۱۶: ۵). می‌توان هویت‌ها را به مثابه سازه‌های اجتماعی دانست که در فرآیند سازه‌گرایی اجتماعی به وجود می‌آیند و با تکیه بر حافظه جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی در طول زمان به طور مجدد باز تعریف و باز تفسیر می‌شوند. از این رو در فرآیند شکل‌گیری هویت‌ها، پدیده‌های معرفتی، ساختار عینی و مادی جامعه تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی و اقتصاد و فناوری نقش به‌سزایی دارند (۲۴: ۲۵۹). برگر معتقد است: مردمی که برای اولین بار با یکدیگر آشنا می‌شوند، می‌کوشند تا نقطه مشترکی را

پیدا کنند که وجه تمایز آن‌ها از دیگران است. این کار باعث می‌شود تا هر یک از افراد نقش‌های جداگانه‌ای داشته باشند. در یک سطح بالاتر وقتی مردم هویت مشترک را کشف می‌کنند تا از این طریق به نوعی انسجام برسند (۱۵: ۲۰۲).

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های مرتبط با هویت، پوشاک افراد جامعه است که بی‌شک با دیگر عناصر، ارتباطی تنگاتنگ دارد، از آن‌ها اثر می‌پذیرد و بر آن‌ها اثر می‌گذارد (۵). تمام مؤلفه‌های هویت خواه ناخواه با فرهنگ پیوند دارند. هنگامی که از هویت ایرانی سخن می‌گوییم، مقصودمان هویت فرهنگی ایرانی است که زمینه‌های گوناگونی را در بر می‌گیرد و وقتی می‌پرسیم فرهنگ ایرانی چیست، منظور بیان وجه فرهنگی هویت می‌باشد. سبک‌های پوشش روزمره و قومی در زمره بارزترین نمودهای هویت گروه‌های اجتماعی است و مؤلفه‌هایی چون باورهای دینی و مذهب، پوشش و فرهنگ هر یک به نوعی بر شکل‌گیری و یا تغییرات تدریجی آن تاثیرگذارند (۱۱). یکی از رمزهایی که افراد برای تعریف هویت خود و انتقال آن به دیگران استفاده می‌کنند، لباس است. لباس که ابزاری است که می‌تواند مرزهای نمادین بین افراد را ترسیم کند، باید پیوند قوی بین هویت اجتماعی واقعی افراد و اشارات بیرونی درک شده داشته باشد تا توسط ناظران به طور مشترک خوانده شود. نتایج تحقیق اردلانی نشان می‌دهد که زرتشتیان و مندائیان، به عنوان دو جامعه قومی- مذهبی، با داشتن پوششی متحدالشکل که هر یک دارای خصوصیات ویژه‌ای می‌باشند و نیز با وجود تمامی تمایزاتی که بین زرتشتیان و مندائیان از لحاظ اعتقادات مذهبی و دینی دیده می‌شود، نه فقط گرایش بالایی به حفظ هویت قومی از طریق پوشاک دارند، بلکه با وجود تفاوت‌های دینی، شباهت‌های بسیاری در زمینه رنگ، اجزا و برخی اعتقادات فرهنگی و دینی در لباس زنان این دو قوم مشاهده می‌شود. فرهنگ، شامل عناصر مادی و غیرمادی است. در علم مردم-شناسی، فرهنگ مادی همه موضوع‌های در دسترس مردم یک جامعه؛ مانند تلفن، اسکناس، اتومبیل، لباس و ... را در بر می‌گیرد و فرهنگ غیر مادی، مشتمل بر ابداعات غیر ملموس انسانی می‌گردد که عبارتند از: باورها، ارزش‌ها، هنجارها و نمادها. همچنین نتایج حاکی از آن است که این گرایش به پوشش سنتی، قومی و مذهبی در میان اقلیت‌های ایرانی غالباً محدود به مراسم و اجتماعات خصوصی آن‌هاست و آنان در زندگی روزمره پوششی همانند سایر ایرانیان را ترجیح می‌دهند (۷). همچنین از آن جایی که فرهنگ و مذهب با هم آمیختگی دارد چنان که سیاست‌های فرهنگی حوزه زنان و جوانان با نگرش‌های مخاطبان و زمینه‌های شکل‌گیری آن‌ها در ایران توسط (۸)، بررسی شد و نشان داد که سوگیری‌های مستتر در این مذهب با نگرش‌ها و سبک‌های زندگی و خرده فرهنگ گروه‌ها همراستا است. در مذهب، بر نوعی سبک زندگی سنتی تاکید شده و دیگر سبک‌های زندگی موجود در جامعه نادیده گرفته شده است. سازگاری‌های شناسایی شده در هویت را می‌توان متأثر از ساختار فرهنگی، بسته بودن ائتلاف‌ها و سلطه مرجعیت خارج از حوزه فرهنگ دانست که سیاست‌گذار فرهنگی را وا می‌دارد جامعه هدف ویژه و قومی خاصی را انتخاب کند. بایستی دقت کرد که هویت لازمه بقاء و تداوم زندگی اجتماعی است که در تیم

فوتبال ایران دارای سابقه طولانی است. هم‌چنین بنیان‌های فکری و هویت تیم‌های ورزشی در شکل‌گیری و جهت‌دهی به تحولات سیاسی و اجتماعی دارای اهمیت و سیر حرکت جامعه است که نیازمند بررسی و ارائه مدل است. مشارکت در فعالیت‌های ورزشی، منافع آشکار از جمله منافع جسمانی و روان‌شناختی و اجتماعی برای همه اعضای جامعه اعم از افراد سالم و به ویژه برای معلولان دارد. از سویی هویت ورزشی می‌تواند انگیزش و تعهد حضور مداوم در فعالیت‌های ورزشی و موفقیت در سطوح عالی ورزشی را منجر شود (۶)، مگ دالنا (۱۹)، به خودشناسی مذهبی و فرهنگ درباره نقش دین‌داری در مشارکت فرهنگی پرداخت که این مطالعه نشان داد که دین‌داری بر مشارکت فرهنگی تأثیر می‌گذارد، اما به طور مبهم خودشناسی مذهبی و خودشناسی معنوی مهم‌ترین آن‌ها بود و عوامل دین‌داری برای مشارکت فرهنگی مرتبط است، اما عمدتاً زمانی که عنصر مهمی باشد در واقع در تمدنی که منظورمان از آن تمدنی است که قاطعانه متکی بر دین و پیروی از آن است، هر چیزی که بیش مظهر حقیقتی فرا انسانی است که اصل و بنیاد آن چیز را تشکیل می‌دهد و هنر لباس، در حقیقت هنری والا و مهم است، زیرا ارتباط نزدیکی با نفس انسان دارد، هم حجاب نفس است و هم مایه ظهور و انکشاف آن. از بین همه موجودات، فقط بر صورت خداوند آفریده شده و جانشین خدا بر روی زمین است. بنابراین اگر بخواهد در انجام وظایفش صادق باشد، باید مظهر صفات الهی گردد و اگر کسی نفس خود را تزکیه کرده باشد، این صفات در وی آشکار است. بنابراین، وقتی که هویت نفس انسان دقیقاً با جامه‌ای که می‌پوشد معین می‌گردد، پس جامه‌اش باید مظهر صفات الهی باشد. دین یکی از عوامل تمایز در نوع پوشش زن و مرد می‌باشد و به لحاظ استفاده از بعضی جنس‌های پارچه، الگوها و حتی رنگ‌ها، محدودیت‌هایی را برای زنان و یا مردان قائل می‌شود که در بررسی هویت تیمی نیازمند بررسی جدی است.

### هویت

«هویت» در نحوه پاسخدهی به سؤال «من کیستم؟» مشخص می‌شود که در پاسخ به آن، «من ... هستم» بروز می‌یابد (۳۵: ۱). هویت به وسیله تشابه و تفاوت مشخص می‌شود. تشابه با کسانی که مثل ما هستند و تفاوت با کسانی که مانند ما نیستند (۳۵: ۷). جنکیز نیز با این فرض که هویت فرد ساخته اجتماع می‌باشد، معتقد است: «واژه هویت دو معنا دارد: اول «تشابه مطلق» و دوم «تمایز». بر این اساس، مفهوم هویت به طور هم‌زمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد؛ از یک طرف شباهت و از طرف دیگر تفاوت» (۱۶: ۵). هویت جمعی یا اجتماعی نیز میزان تعلق ما را به یک گروه نشان می‌دهد (۳۵: ۱۵). هویت جمعی دارای مشخصه‌های ذیل است (۳۵: ۱۰):

۱. بین این که فرد چگونه خودش را می‌بیند با این که دیگران چگونه او را می‌بینند، ارتباط برقرار می‌سازد.

۲. بین فرد و جامعه ارتباط برقرار می‌کند.

۳. هویت به وسیله تفاوت‌ها و شباهت‌ها مشخص می‌شود.

۴. هویت شامل درگیری‌های فعال است که تنش بین عاملیت انسانی و ساختار اجتماعی را نشان می‌دهد.

ریچارد جنکینز نیز هویت اجتماعی یا جمعی را شیوه‌هایی می‌داند که به واسطه آن‌ها افراد و گروه‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و گروه‌های دیگر متمایز می‌شوند و حاصل آن برقراری روابط و پیوندهای هویتی و متمایز ساختن نظام‌مند نسبت‌های شباهت و تفاوت میان افراد و گروه‌هاست (۱۶: ۷). با توجه به تعدد منابع هویت جمعی و تکثیر ابعاد هویت در سطح جمعی، استرایکر این مفهوم را به معنی «احتمال آن که یک فرد یک هویت خاص را در موقعیت‌های گوناگون به بازی فرا خواند» تعریف کرده است. در واقع، این به معنی احتمالات متفاوت میان افراد است که هویت ویژه‌ای را در یک موقعیت معین برجسته نموده و به وسیله آن خود را شناسایی کند. هم‌چنین به معنی پر نفوذ شدن عضویت فرد در یک گروه هویت خاص است که بر رفتار و ادراک او اثر می‌گذارد (۳۲: ۲۲۹). معمولاً قطبی شدن هویت به فرآیند رشد، تعمیق و تقویت تقسیمات اجتماعی میان گروه‌های کوچک و گروه بزرگ در جامعه اطلاق می‌شود (۳۵: ۱۰۸).

هویت جمعی می‌تواند به مراجع مختلف (مکان‌ها، سرزمین‌ها، طبقات، گروه‌های سنی، جنسی، معلولیت و ...) منسوب و مربوط شود، اما یکی از مهم‌ترین انواع یا ارجاعات یا منابع هویت جمعی یا هویت اجتماعی، ملت است که موجب طرح مفهوم ملیت و هویت ملی می‌شود. از نظر تامپسون، مفهوم اساسی در هویت ملی «احساس تعلق» به یک «ملت» است. در واقع، مردم همواره می‌خواهند بخشی از ملت خودشان باشند و بدان وسیله شناسایی شوند (۳۴: ۲۱). هویت ملی نوعی احساس تعلق به ملتی خاص است، ملتی که نمادها، سنت‌ها، مکان‌های مقدس، آداب و رسوم، قهرمانان تاریخی و فرهنگ و سرزمین معین دارد؛ هویت ملی یعنی احساس تعلق به گروهی فرهنگی (۱۲: ۶۳). دیوید میلر با تأکید بر عنصر باورهای مشترک برای شکل‌گیری هویت ملی، اصرار دارد که ایستارها و باورهایی که ملت را می‌سازند، اغلب در لایه‌های عمیق‌تر ذهنی پنهان هستند. ملت‌ها و گروه‌های قومی مجموعه افرادی هستند که به واسطه ویژگی‌های فرهنگی مشترک و شناخت متقابل گروه دور هم جمع می‌شوند و هیچ فاصله‌ای بین آن‌ها وجود ندارد. در واقع به این دلیل است که در میان انبوهی از مردم تنها ملیت است که می‌تواند حس همبستگی را فراهم کند (۲۲: ۱۰۸). به باور میلر هویت شخصی شامل چیزهایی است که فرد برای خودش انجام دهد و به گزینش‌هایی نظر دارد که واقعاً برای او ارزش‌مند است. او اعتقاد دارد که هویت شخصی کاملاً گزینشی و هویت ملی غیر قابل گزینشی است (۲۲: ۴۹۸) او معتقد است که اکثر هویت‌های شخصی تحت تأثیر هویت ملی‌اند (۲۲: ۵۱).

### قوم، قومیت و هویت قومی

اصطلاح Ethnic به معنای «قوم» از واژه یونانی Ethnos مشتق شده است که به معنی گروهی از مردم است که دارای تبار مشترک هستند. به عقیده ماکس وبر، گروه قومی به مردمی گفته می‌شود که باور ذهنی به تبار مشترک خود داشته باشند (۳۳: ۸۴). «قوم»<sup>۱</sup> یک گروه انسانی - نژادی است که از زبان و فرهنگ و روش زندگی و تمنیات گروهی ویژه‌ای در چارچوب یک شاخه بزرگ نژادی برخوردار است به گونه‌ای که حتی از دیگر گروه‌های نژاد خود قابل تشخیص و تفکیک می‌گردد. به همین دلیل است که گاهی همین گروه قومی به معنای گروه ملی یا معادل آن در می‌آید (۵: ۱۵۸). بنابراین شاخص‌های عمده قومی عبارتند از: خود آگاهی قومی، زبان مادری، سرزمین نیاکان، حالت‌های روحی، شیوه زیستن و گونه معینی از سازمان اجتماعی - سرزمینی (دولت) (۳۰: ۲۷۶). در واقع زبان و هویت دو جزء جدایی‌ناپذیر در تشکیل زیرساخت‌های جوامع بشری در عرصه روابط اجتماعی و فردی است. از این رو زبان همواره نقش مهمی در ایجاد و بیان هویت داشته است که در عصر پست مدرن با افول برخی نشانه‌های هویت مانند نژاد، این نقش مهم‌تر نیز شده است. لذا در بحث هویت که شامل هویت‌های قومی، زبانی و دینی و ... است پرداختن به زبان و تقسیم‌بندی آن به دو گونه ملی و زبان قومی نیازمند توجه است. در سایه همین عقاید بوده است که خود فهمی‌ها و هویت‌های قومی، ملی، مذهبی و زبانی شدت یافته است (۵: ۶۹).

گروه قومی نیز عبارت است از گروهی با سنت فرهنگی مشترک، احساس هویتی که آن را به عنوان یک گروه فرعی از یک جامعه بزرگ‌تر مشخص می‌کند. اعضای هر گروه قومی از لحاظ ویژگی‌های خاص فرهنگی از سایر اعضای جامعه خود متمایزند (۳: ۳۱).

«قومیت»<sup>۲</sup> تعلق به یک گروه قومی است که شامل آگاهی نسبت به ریشه‌های تاریخی و سنت‌های تاریخی و مشترک است و ترکیب پیچیده ویژگی‌های فرهنگی، نژادی و تاریخی است و هنگامی که خود آگاهی نیز وارد این تعریف می‌شود جنبه قوم‌گرایی می‌یابد؛ یعنی قوم‌گرایی عبارت است از احساس منشأ مشترک (خیالی یا واقعی)، سرنوشت مشترک، انحصار نسبی ارزش‌مند مشترک که سبب تقسیم‌بندی جوامع به خانواده‌های سیاسی مجزا و احتمالاً خصمانه می‌شود. بنابراین قوم‌گرایی عبارت است از خود آگاهی سیاسی گروه‌های مختلف زبانی، مذهبی و نژادی در یک سرزمین نسبت به هویت خود و نیز تفاوت قائل شدن میان خود و سایر گروه‌های ساکن در همان منطقه (۳: ۱۵). به عبارت دیگر قوم‌گرایی الگوی ذهنی بسیار شایعی است که به موجب آن هر شخص فرهنگ خود را برترین فرهنگ موجود بداند و بر مبنای ارزش‌های اجتماعی درونی شده خود به داوری ارزش‌های اجتماعی دیگر بپردازد. هم-چنین باعث گرایش به صدور احکام ارزشی درباره فرهنگ‌ها و جوامع دیگر است که همراه با برتری کلی

<sup>۱</sup>. Ethno

<sup>۲</sup>. Ethnicity

است و بر پایه همین گرایش است که هویت جمعی آن‌ها شکل می‌گیرد و گاهاً از آن تحت عنوان «ناسیونالیسم قومی»<sup>۱</sup> نیز یاد می‌کنند (۹).

هویت قومی یکی از عوامل شکل دهنده به هویت فرهنگی هر جامعه است که بر پایه تمایز فرهنگی قرار دارد که زمینه‌های آن را باید در آداب و رسوم، ارزش‌ها، باورها و حافظه تاریخی هر قوم جستجو کرد. هویت قومی از نوع هویت اجتماعی بوده و مجموعه خاصی از عوامل ذهنی، عینی، فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی و نفسانی است که در یک گروه انسانی متجلی می‌شود و آن را نسبت به دیگر گروه‌ها متمایز می‌سازد (۵: ۱۵۸). زمانی که یک فرد در تعریف کیستی خود بیش از دیگر عناصر بر عنصر قومیت تکیه کند، هویت‌خواهی قومی نامیده می‌شود که اگر شدت یابد می‌تواند به بروز جنبش‌های قومی منجر شود که نمایانگر منازعه نخبگان محلی و حکومت مرکزی در مورد حدود مشارکت سیاسی است (۱۳).

اصطلاح هویت قومی، در مجموع مبتنی و ناشی از شکل‌گیری قومیت و گروه قومی است. هنگامی می‌توان از هویت قومی سخن گفت که اعضاء گروه قومی نسبت به عضویت‌شان در گروه قومی به آگاهی رسیده باشند و از وجود تفاوت و تمایز خودشان با دیگران و نیز شباهت‌های‌شان با یکدیگر مطلع شده باشند و این آگاهی منجر به تولید و احساس تعلق به گروه قومی که عضو آن هستند، شده باشد. در واقع، این حس از آن جا نشئت می‌گیرد که: «هر انسانی تمایل دارد هویت خود را آگاهانه در یک گروه خاص جستجو کند». هویت می‌تواند در چندین سطح ممکن باشد و هر فردی می‌تواند به صورت همزمان و به شکلی عادی چندین هویت را بپذیرد. در میان گروه‌هایی که به فرد هویت می‌دهند، تعلقات قومی نقش مهمی دارند (۱۰: ۲۷-۲۴).

کهن‌گرایان معتقدند که قوم‌گرایی و ناسیونالیسم، پدیده‌هایی کهن و طبیعی هستند و هویت و احساسات کهن در یک گروه باعث بسیج قومی می‌گردد. ناسیونالیسم قومی، ملت را بر حسب قومیتی تعریف می‌کند که اجداد از عناصر اصلی آن است و علاوه بر این شامل عقاید، فرهنگ مشترک میان اعضای گروه و اجدادشان است که معمولاً دارای یک زبان مشترک هستند و از آرزوی نوزایش هویت جمعی، وحدت خودمختاری و تقاضای مشارکت مردمی و اعتبار فرهنگی از قبیل رجوع به ریشه‌های نمادین، افسانه‌های گذشته و خاطرات تاریخی ناشی می‌شود.

برخی معتقدند که با گسترش نظام سرمایه‌داری و جهانی شدن، خرده فرهنگ‌های قومی از میان خواهند رفت و یک فرهنگ مسلط حاکم خواهد شد. اما برخی دیگر بر این باورند که جهانی شدن نه تنها خرده فرهنگ‌ها را از میان نبرده است بلکه در عمل موجب تقویت هویت‌های قومی گردیده است، که فرآیند یاد شده جوامع چند قومی را با فرصت‌ها و تهدیدهایی روبرو خواهد ساخت (۲۳: ۲۰).

ایران دارای شش هویت عمده قومی فارس، ترک، کرد، لر، بلوچ و عرب است. برخی نیز با توجه به ریشه‌های زبانی مشترک تنها به سه دسته گروه زبان‌های فارسی، ترکی و عربی تقسیم می‌کنند. زیرا

<sup>۱</sup>. Ethnic Nationalism



زبان فارسی رایج با لری و کردی و بلوچی از یک خانواده هستند که بر اثر گذر زمان از هم فاصله گرفته- اند. در حالی که برخی دیگر لک‌ها را که در میانه کرد و لر قرار دارند را نیز قومی جدا محسوب می‌کنند و یا تات‌ها که در میانه سه قوم فارس، آذری و تالش قرار دارند. یکی از این تقسیم‌بندی‌ها، یازده هویت قومی را بر می‌شمارد: فارس، تُرک، کُرد، گیلک، لُر، عرب، مازنی، بلوچ، بختیاری، تالش و ترکمن.

### انواع هواداران

با بررسی نوع تماشاگران و یا به معنای دقیق‌تر، حضار، می‌توان گفت که ما سه نوع جمعیت حاضر داریم:

- (۱) همکشان: «مقصود از همکشان کسانی هستند که در بازی یا رقابت مشارکت دارند خواه افراد تیم باشند، یا رقیب اینان در عملکرد یا بازی ورزش نقش فعال مؤثر و غیر قابل انکاری دارند.
- (۲) تماشاچیان: این‌ها تماشاگرانی هستند که خصلت بی‌طرفی نسبی بر آنان غالب است، یعنی برای-شان هیچ اهمیتی ندارد که کدام یک از دو تیم برنده یا بازنده باشند.
- (۳) تشویق‌گران یا هواداران: واژه fan به معنای مشوق است و مختصر شده کلمه fanatic یعنی متعصب می‌باشد این گروه، تماشاگران تشویق‌کننده‌ای هستند که به نسبت به یک تیم یا باشگاه حاصل تعصب می‌ورزند اینان پویای بیشتری از تماشاچی عادی بروز می‌دهند (۸: ۲۱۶-۲۱۴). واقعیت این است که گروه‌های متفاوتی از افراد جامعه در سنین مختلف با جنسیت‌های متفاوت و از طبقات اجتماعی، نژادی، قومی و فرهنگی مختلف از خدمات، محصولات و برنامه‌های ورزشی به نوعی در زندگی اجتماعی و حرفه‌ای خویش استفاده می‌کنند. برخی از افراد به عنوان کارکنان و دست‌اندرکاران سازمان‌های ورزشی یا تولید و توزیع کنندگان ابزار و لوازم ورزشی از محل آن ارتزاق می‌نمایند، طیف وسیع‌تری نیز به عنوان تماشاگر و یا دوست‌دار یا هوادار ورزشی به تماشای مستقیم فعالیت‌های ورزشی در ورزشگاه‌ها و برخی دیگر از طریق رسانه‌ها پیگیر رویدادهای ورزشی فوتبال می‌باشند. رویدادهای ورزشی بزرگ و کوچک از پر بیننده‌ترین و پر شنونده‌ترین برنامه‌های رادیو و تلویزیونی سراسر دنیا است و شاید هیچ واقعه‌ای به اندازه مسابقات المپیک و یا جام جهانی فوتبال نتواند تا این توجه مردم کره زمین را به خود جلب کند (۱: ۱۲۱). ورزش از نظر خیلی از افراد ممکن است تنها یک سرگرمی ساده به نظر آید ولی رویدادهای ورزشی علاوه بر ایجاد سرگرمی برای میلیون‌ها هوادار دارای کارکردهای دیگری مانند شکل‌گیری انواع گروه، اعم از گروه‌های کوچک و بزرگ، شکل‌گیری روابط اجتماعی بین تماشاگران و شکل‌گیری روابط عاطفی بین تماشاگران ورزشی و غیره می‌گردد (۳۱: ۸۸). از جمله مسائل مهمی که می‌تواند به ویژه مورد توجه دانشمندان علوم اجتماعی خصوصاً جامعه‌شناسان قرار بگیرد، بررسی و تعیین رویدادهای مربوط به هوادارن و تماشاگران ورزشی است. تماشاچیان ورزش و بینندگان ورزش در دنیای معاصر دارای جایگاه خاص در بین مردم می‌باشند و با توجه به حجم جمعیتی که هر هفته برای دیدن مسابقات و رقابت‌های

ورزشی به استادیوم‌ها و مراکز ورزشی روی می‌آورند و یا از طریق رسانه‌های گروهی، مطبوعات، اینترنت، رادیو و تلویزیون، اخبار و فعالیت‌های ورزشی را دنبال می‌کنند، به عنوان یک پدیده اجتماعی گسترده و بزرگ تلقی می‌شوند. این انگیزه و علاقه مردم به تماشا و هواداری از ورزش عوامل مختلفی دارد که هر یک از این عوامل در افزایش روی آوردن علاقه‌مندان به میادین و صحنه‌های کوچک و بزرگ ورزشی مؤثر می‌باشد (۲: ۱۸۸). به همین ترتیب هواداری افراد از رقابت‌های تیم‌های ورزشی مورد علاقه‌شان به عنوان یک پدیده اجتماعی در خور بررسی و تأمل، جایگاه برجسته‌ای در دو سطح ملی و جهانی به دست آورده است. پرداختن به ورزش و رویدادهای ورزشی به عنوان یک فعالیت فراغتی در بسیاری از کشورها از جمله ایران رایج می‌باشد. آن چه که قابل مشاهده است این است که مصرف‌کننده‌های ایرانی هر سال میلیون‌ها ریال روی ورزش و رویدادهای ورزشی خرج می‌کنند. این رویدادها شامل توجه به رویدادهای ورزشی زنده، بازی کردن و خرید کالاها و ورزشی است. با توجه به اهمیت آن تحقیقات قابل توجهی روی انگیزه افراد برای توجه به حوادث ورزشی و مشارکت در ورزش در بسیاری از کشورها صورت گرفته است. ولی هنوز در طی چند دهه‌ای از شکل‌گیری جامعه‌شناسی ورزش می‌گذرد، توجهی به پژوهش روی هواداری از ورزش مخصوصاً هواداری از تیم‌های فوتبال در ایران در بین جوانان از سوی محققین انجام نگرفته است. «بیسر» این پرسش را پیش می‌کشد که رغبت تماشاگران و هواداران به هزینه نمودن پول و زمان خود برای ورزش مورد علاقه‌شان در خلال مسابقات گوناگون را چگونه باید تفسیر کرد (۸: ۵۳)، جای سؤال باقی است که چرا این افراد به تیم‌های خاصی علاقه‌مند می‌شوند و این که چه عواملی سبب هواداری از ورزش فوتبال در بین جوانان می‌گردد؟ در واقع سؤال اساسی این جاست که چرا افراد میل به پرداخت این هزینه (زمان یا پول) دارند؟ چه عواملی افراد را به سوی هواداری از ورزش فوتبال سوق می‌دهد؟ انگیزه افراد از هواداری از تیم‌های فوتبال مورد علاقه‌شان چیست؟ عوامل اجتماعی چه تأثیری در میزان هواداری افراد از ورزش فوتبال می‌تواند داشته باشد؟ بنابراین با توجه به اهمیتی که ورزش در زندگی گروه‌های مختلف جامعه به ویژه جوانان پیدا کرده است، هیجان‌آفرینی ورزش فوتبال موجب شده که نسل‌های جوان که پر شورتر و پر تحرک هستند از این مسابقات هیجان انگیز فوتبال استقبال بیشتری به عمل آورند (۲۸).

### نظریه محرومیت نسبی

این نظریه برای تبیین منشأ بحران‌های اجتماعی، سیاسی و قومی در مطالعات اجتماعی کاربرد زیادی دارد. مقوله یا مفهوم محوری این نظریه «محرومیت» است که به طور ضمنی ناظر بر شرایطی نابرابر میان اجزای یک جامعه است که برخی از شهروندان از امکانات و امتیازات بیشتری نسبت به برخی دیگر بهره‌مندند و گروه نابرخوردار در نسبت‌سنجی میان وضعیت خود و وضعیت گروه برخوردار به احساسی دست می‌یابند که «محرومیت» نامیده می‌شود. محرومیت آن جا که غیر طبیعی و ناحق جلوه می‌کند، به

عاملی تأثیرگذار در رفتار جمعی تبدیل می‌شود. به همین دلیل است که نقش عامل ذهنی یا احساس محرومیت امری مهم تلقی می‌شود زیرا منشأ اعتراضات و دیگر رفتارهای خشونت‌آمیز جمعی می‌گردد. اعتراضاتی که با زبان سیاسی و گاه با ویژگی‌های خرده فرهنگی و هویتی همانند اعتراضات قومی بیان می‌گردد (۲۹).

#### نظریه تبعیضات قومی: گوبگلو

براساس این نظریه که از سوی گوبوگلو<sup>۱</sup> مطرح شده است، درگیری‌های قومی در درون دسته‌بندی‌های اجتماعی و منافع اقتصادی اجتماعی قابل بررسی است. گوبوگلو بر پدیده غصب موقعیت‌ها و فرصت‌های ممتاز اجتماعی توسط گروه قومی مسلط، هم‌چنین تأثیر تبعیض اجتماعی بر اساس ویژگی‌های قومی و نژادی تأکید می‌کند و معتقد است این تفاوت‌های اساسی اجتماعی، قومی و طبقاتی قوی‌ترین انگیزه را برای وقوع تنش‌های بین‌قومی ایجاد می‌کنند (۲۹).

#### نظریه استعمار داخلی: هشتر

مایکل هشتر<sup>۲</sup> در کتاب خود با عنوان «استعمار داخلی» می‌گوید: «وجود شکاف‌های قومی انعکاسی از سلطه امپریالیستی یک گروه قومی بر گروه‌های دیگر است که از طریق نهادهای دیوان‌سالاری و دولتی تحکیم می‌گردد». به عقیده وی افزایش تعاملات اجتماعی میان گروه‌های قومی در روند نوسازی و توسعه، ضرورتاً به ایجاد اتحاد ملی و محو همبستگی‌های قومی نمی‌انجامد، بلکه بر عکس ممکن است به تعارضات قومی منجر شود. او بنیان این تعارض را در نابرابری و توزیع ناهمگون منابع میان مناطق مختلف یک واحد ملی که دارای تنوع قومی و فرهنگی است، جستجو می‌کند. بدین ترتیب دوام همبستگی قومی در جوامع مدرن را در درون چارچوب مدل «قومیت-عکس‌العمل» طرح می‌کند. در این دیدگاه همبستگی‌ها و چالش‌ها، عکس‌العمل‌هایی هستند که از جانب یک گروه پیرامونی که از نظر فرهنگی مجزا از استعمار مرکزی هستند شکل می‌گیرد (۲۹). تأکید اساسی هشتر بر این است که همبستگی و بسیج قومی در داخل یک سرزمین در نتیجه تشدید نابرابری‌های ناحیه‌ای میان یک مرکز فرهنگی متمایز و پیرامون آن تقویت می‌شود و قوم‌گرایی در مناطقی ظهور می‌کند که از نظر فرهنگی و اقتصادی بیش از هر منطقه‌ای محروم باشند (۱۴).

لینکا وپسواکی (۱۸)، تحت عنوان هویت فردی، فرهنگ و پوشش به تحقیق پرداخت که هویت بر گرفته و تحت تأثیر ارزش‌های زیادی است که از آن به فرهنگ ارث رسیده از اجداد اشاره کرد که به نظر رسید مذهب و پوشش منجر به سازگاری افراد و در بر گیرنده آداب و رسوم و اعتقادات شخصی می‌شود

<sup>۱</sup>. Gobuglo

<sup>۲</sup>. Hechter

و منجر به همان هویت فردی می‌شود. البته مدرنیته، جهانی‌سازی و آموزش‌های جدید منجر به شکاف-های عمیقی در هویت فردی شده است. البته مذهب و مراسم مذهبی پوشش دهنده قوی هویت فردی می‌باشند.

امیربیک و همکاران(۶)، در تحقیقی به نام سنخ‌شناسی برساخت هویت مذهبی زنان با تاکید بر پوشش در شبکه اجتماعی اینستاگرام با هدف ارائه یک سنخ‌شناسی از برساخت هویت مذهبی انجام داد که منظور از برساخت هویت مذهبی، چگونگی ساخت و نمایش هویت مذهبی در بین کاربران زن دارای پوشش است. این پژوهش کیفی و با استفاده از تکنیک نتنوگرافی صورت گرفته و داده‌ها با استفاده از تحلیل تماتیک، تحلیل شده‌اند. در این پژوهش سعی شده تا با تحلیل محتوای پست‌های پر بازدید ده صفحه با تعداد دنبال کننده بالا، به تحلیل پرداخته شود. در ابتدا فهرستی از هشتگ‌های مرتبط تهیه و سپس با جستجو در شبکه مجازی اینستاگرام پست‌های پر بازدید انتخاب شده‌اند، تعداد صفحات منتخب ۱۲ تا و بازه انتشار پست‌ها از ابتدای سال ۱۳۹۸ تا آخر آبان ۱۳۹۸ می‌باشد، با توجه به تحلیل محتوای کیفی پست‌های انتخاب شده در صفحات مورد بررسی، می‌توان به سبک‌های پوشش «قاعده‌محور رسمی با زیر مقولات پوشش رسمی و رایج داخلی و پوشش کلاسیک و به سبک بین‌المللی؛ هویت مبتنی بر اسطوره‌های زیبایی؛ هویت مبتنی بر ذائقه کلاسیک پسند؛ پوشش کژوال و غیر رسمی با زیر مقولات پوشش کژوال مطابق با معیارهای ایران ترندی و بر اساس مد و در نهایت فعالیت مدلینگ» اشاره کرد.

محمدی و همکاران(۲۰)، تحت عنوان تحلیل جامعه‌شناختی پوشش روزمره و آئینی زنان در میان اقلیت‌های مذهبی (مورد مطالعه: زرتشتیان و مندائیان) به تحقیق پرداخت که مؤلفه‌هایی چون باورهای دینی، مناسک آئینی، آداب و رسوم، اقلیم، آب و هوا و غیره هر یک به نوعی بر شکل‌گیری و یا تغییرات تدریجی آن تاثیرگذارند. پوشش نقش مهمی در برساخت هویت و هستی اجتماعی گروه‌ها دارد و این برساخت هویت به میانجی پوشش را می‌توان به شکلی انضمامی و تجربی در میان اقوام و مذاهب ساکن در ایران ردیابی کرد. این پژوهش تلاش دارد به مطالعه تجربی پوشش زنان در میان دو اقلیت مذهبی زرتشتی و مندائی، در جشن‌ها و مراسم آئینی و کلاً در زندگی روزمره آنان بپردازد تا بدین وسیله سویه-های اشتراک و افتراق این دو فرهنگ به لحاظ سبک‌های پوشش و نیز زمینه‌ها و شرایط بر سازنده این وضعیت واکاوی شود. نتایج نشان می‌دهد که زرتشتیان و مندائیان، به عنوان دو جامعه قومی-مذهبی، با داشتن پوششی متحدالشکل که هر یک دارای خصوصیات ویژه‌ای می‌باشند و نیز با وجود تمامی تمایزاتی که بین زرتشتیان و مندائیان از لحاظ اعتقادات مذهبی و دینی دیده می‌شود، نه فقط گرایش بالائی به حفظ هویت قومی از طریق پوشاک دارند، بلکه با وجود تفاوت‌های دینی، شباهت‌های بسیاری در زمینه رنگ، اجزا و برخی اعتقادات فرهنگی و دینی در لباس زنان این دو قوم مشاهده می‌شود. هم‌چنین نتایج حاکی از آن است که این گرایش به پوشش سنتی، قومی و مذهبی در میان اقلیت‌های ایرانی غالباً محدود

به مراسم و اجتماعات خصوصی آنهاست و آنان در زندگی روزمره پوششی همانند سایر ایرانیان را ترجیح می‌دهند.

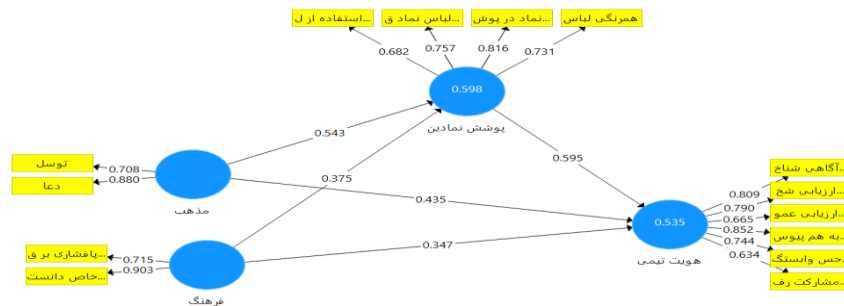
### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، نتیجه و داده به ترتیب کاربردی، توسعه‌ای و کمی و به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری خواهد بود و به منظور آزمون هدف از مطالعه، از آمار توصیفی استفاده می‌شود. این مطالعه به صورت میدانی و اطلاعات پژوهش به وسیله پرسشنامه‌های استاندارد جمع‌آوری شد. جامعه آماری ما پاسخ دهندگان به پرسشنامه تنظیم شده در شهر تهران از یک سایت به نام هویت (<https://hoveyat/>) که تعداد نمونه ۳۵۰ نفر بود به دست آمد. همچنین در این پژوهش از روش پی. ال. اس استفاده شد. زیرا در آن با نمونه پایین و عدم نیاز به پیش‌فرض‌های توزیع نرمال داده و حل مسئله همانندی مدل اندازه‌گیری می‌شود و همچنین عدم حساسیت به مقیاس اندازه‌گیری، دامنه تغییرات مقادیر، داده‌های گم شده، دور افتاده‌ها، همانند غیر خطی بودن داده‌ها و به تبع آن نیاز به واریس داده‌ها از طریق تکنیک‌های ترسیمی و آزمون‌های آماری نیست تا از فقدان مشکل در داده‌ها مطمئن شد و یا راه‌حلی برای آن پیدا کرد. برای آزمایش کفایت داده‌ها، دو الزام اساسی وجود داشت که باید آن‌ها را برآورده سازند. ابزار اندازه‌گیری هویت تیمی منتظری و همکاران (۲۴)، با شش عامل با آلفای "مشارکت رفتاری ۰/۸۷، آگاهی شناختی ۰/۸۷، به هم پیوستگی عاطفی ۰/۹۳، حس وابستگی متقابل ۰/۹۵، ارزیابی شخصی ۰/۹، ارزیابی عمومی ۰/۸۸، است و برای سنجش متغیرها و گردآوری داده‌ها و متغیرهای فرهنگ پوشش مذهب از پرسشنامه محقق ساخته فرهنگ پوشش مذهب استفاده شده و گویه‌های آن بر اساس مبانی نظری و تعاریف مفهومی تدوین شده است. از روش‌های آماری توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف استاندارد) برای توصیف متغیرهای پژوهش و از روش‌های آمار استنباطی شامل محاسبه اعتبار سازه پرسشنامه استفاده شد. که برای بررسی ساختار عاملی آن بر اساس تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر از نرم افزار Smart PLS استفاده شد. محاسبه پایایی مقیاس - ها و خرده مقیاس‌های پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ و محاسبه معناداری آماری ضرایب مسیر به ترتیب اهمیت تأثیرگذاری با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گرفت.

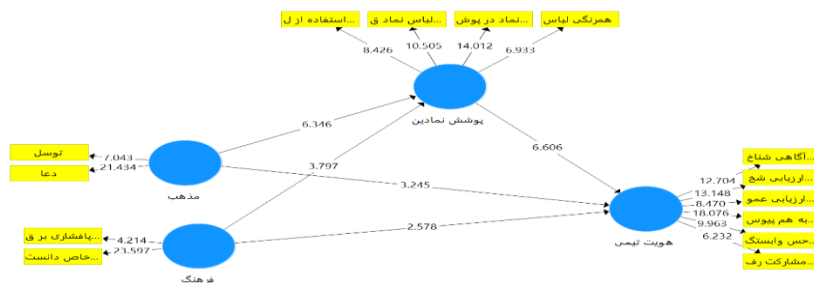
### یافته‌ها

- الگوی اجتماعی مذهب، فرهنگ و پوشش نمادین بر وهویت قومی تماشاگران فوتبال ایران از برآزش مناسب برخوردار است؟

جدول (۱) نتایج مربوط به آزمون‌های پایایی آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (دلون گلدشتاین)، پایایی ضریب اسپیرمن و پایایی اشتراکی را نشان می‌دهد.



شکل (۱): مدل در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل شماره (۲): مدل برآورد آماری

جدول شماره (۱): وزن‌های رگرسیون استاندارد شده مدل پیش فرض

مؤلفه‌ها	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
مذهب	۰,۷۸۱	۰,۷۵۶	۰,۷۹۱	۰,۷۹۹
فرهنگ	۰,۸۸۲	۰,۸۱۸	۰,۸۰۲	۰,۸۱۲
پوشش نمادین	۰,۹۱۲	۰,۸۷۵	۰,۸۴۶	۰,۸۲۳
هویت تیمی	۰,۸۴۷	۰,۸۱۳	۰,۸۲۲	۰,۷۸۰

همان‌طور که در جدول (۱) مشخص است در تمامی مؤلفه‌ها پایایی اسپیرمن برقرار است. همچنین مشاهده می‌شود که تمامی مؤلفه‌ها از CR بالای ۰/۷ برخوردارند و کلیه مؤلفه‌ها از پایایی اشتراکی بالای نیم برخوردارند و پایایی اشتراکی مورد قبول واقع می‌شود؛ بنابراین بر اساس چهار آزمون پایایی، پایایی مدل مورد تأیید قرار می‌گیرد و اکنون می‌توانیم ادعا کنیم نتایج پژوهش ما به نمونه‌های دیگری از همان جامعه قابل تعمیم است.

جدول (۲) معناداری مسیرهای مدل مذهب، فرهنگ و پوشش نمادین و هویت قومی تماشاگران فوتبال ایران را نشان می‌دهد.

P value	T مقدار	ضرایب رگرسیونی استاندارد	
۰,۰۱	۶,۳۴۶	۰,۵۴۳	مذهب --- پوشش نمادین
۰,۰۱	۳,۲۴۵	۰,۴۳۵	مذهب --- هویت تیمی
۰,۰۱	۳,۷۹۷	۰,۳۷۵	فرهنگ --- پوشش نمادین
۰,۰۲	۲,۵۷۸	۰,۳۴۷	فرهنگ --- هویت تیمی
۰,۰۱	۶,۶۰۶	۰,۵۹۵	پوشش نمادین --- هویت تیمی
۰,۰۱		$۰,۳۲۳ = ۰,۵۹۵ * ۰,۵۴۳$	مذهب --- پوشش نمادین --- هویت تیمی
۰,۰۱		$۰,۲۲۳ = ۰,۳۷۵ * ۰,۵۴۳$	فرهنگ --- پوشش نمادین --- هویت تیمی

در ادامه برای بررسی کیفیت مدل از شاخص های  $SSO$ ،  $SSE$  و  $Q^2$  استفاده شد که نتایج در جدول (۳) نشان داده شده است.

$Q^2 (=1-SSE/SSO)$	SSE	SSO	
۰,۵۹۸	۷۱۶,۰۷	۱۷۸۲,۱۳	پوشش نمادین
۰,۵۳۵	۶۴۱,۳۶	۱۳۷۸,۸۲	هویت تیمی

در مدل اندازه‌گیری کلیه مقادیر CVcom با توجه به مقادیر  $Q^2$  از کیفیت بسیار بالایی برخوردارند.

### بحث و نتیجه‌گیری

در حقیقت هویت یک جامعه است که در بر گیرنده تمام ارزش‌ها و قراردادهای اجتماعی است که در تجربه زمان با خون جامعه عجین شده و مردم آن‌ها را هم چنان به اختیار خود رعایت می‌کنند و از جایی که هویت‌های جهانی و فراملی در حال گسترش هستند و انسان‌های روی زمین روز به روز سلايق، تعلقات و ادراکات جهانی‌تری پیدا می‌کنند، هویت‌های قومی و محلی که برابند مقاومت در مقابل فرهنگ‌های جهانی هستند، نیز روز به روز قدرت و ظهور بیشتری می‌یابند. حتی پیش‌بینی می‌شود فرهنگ جهانی مجموعه بسیار متنوع و گسترده‌ای از فرهنگ‌های کوچک محلی و قومی می‌باشد. هم-چنین فرهنگ خصوصیتی است که یک جامعه در زمان گام برداشتن در مسیر اعتلا کسب می‌کند و لذا گاهی فرهنگ به معنی رشد و تربیت افراد و جامعه انسانی به کار می‌رود، اما به مرور معنای این مفهوم متحول شده است و در مورد هر آن چه به صورت اجتماعی کسب می‌شود به کار می‌رود و عبارت است از مجموعه دانش، باور، هنر، دین، اخلاق، حقوق و آداب و رسوم و هر استعدادی که انسان به مثابه عضوی

از جامعه معین کسب می‌کند. فرهنگ‌ها طی زمان سیال‌اند و با ترکیب و تفسیر در خلال روابط ساخته می‌شود.

فرایند جهانی شدن، از یک سو، ثبات و همگونی و یکپارچگی را بر هم زده و جامعه را به فضایی نفوذپذیر و پاره پاره تبدیل کرده و از سوی دیگر، در بر گیرنده ارتباط، نزدیکی، وابستگی متقابل میان انسان‌ها، گروه‌ها و جوامع مختلف و افزایش آگاهی جهانی انسان‌ها و زمینه فراگیرتر شدن فرهنگ‌ها و هویت‌هاست و با توجه به این که هویت‌ها اساساً ساخته می‌شوند، اما در هر دوره‌ای شیوه خاصی برای ساختن هویت رایج می‌شود، با در هم شدن و فشرده و یگانه شدن جهان، مبانی ساخته شدن هویت و جوه مشترکی می‌یابد و در عرصه جهانی، هویت‌های مشابهی شکل می‌گیرد. اساساً باید میان تأثیر جهانی شدن و جهانی‌سازی بر هویت تفاوت بگذاریم. جهانی شدن امری طبیعی، تدریجی و تکاملی است. بر اثر آن هویت‌ها، حداقل هویت نخبگان فکری، فرهنگی و سیاسی، از محدودیت خارج می‌شود و به سوی وسیع و بشری شدن سیر می‌کند. اما جهانی‌سازی، از آن جایی که امری دفعی و تحمیلی است که قدرت‌هایی، متکبرانه از طریق آن فرهنگ، سیاست و... خود را بر دیگران تحمیل می‌نمایند، هویت فردی را مستحیل، ملی را مخدوش، و مذهبی را وارونه می‌کند. بنابراین جهانی‌سازی سبب بحران هویت و از خود بیگانگی می‌شود.

هر جامعه منابع هویت‌بخش و معناآفرین خود را در اختیار اعضای خود قرار می‌دهد تا آن‌ها بتوانند هویت بیابند و زندگی خود را معنادار کنند. جوامع جهان سوم در جهانی شدن، به دلیل از دست دادن این منابع، هویت خود را از دست می‌دهند و به بحران هویت دچار می‌شوند.

فرهنگ نیز، تحت تأثیر جهانی شدن، کار ویژه هویت‌سازی خویش را از دست می‌دهد. در جوامع سنتی و مذهبی فرهنگ به خوبی از عهده چنین کاری بر می‌آمد؛ زیرا توانایی‌ها و قابلیت‌های تفاوت-آفرینی و معنابخشی بسیار بالایی داشت. در چنین جوامعی، نه تنها فرهنگ مرزهای شفاف و پایداری ایجاد می‌کرد، بلکه در عرضه کردن نظام معنایی منسجم و آرام‌بخش نیز توانا بود. فرآیند جهانی شدن، با بر هم ریختن فضای انحصاری و از بین بردن مصونیت فرهنگ‌ها، قابلیت آن‌ها را در هویت‌سازی کاهش می‌دهد. بنابراین جهانی شدن با مخدوش کردن ارکان اصلی هویت، مثل زمان و مکان، در همه جوامع و حتی در جوامع به اصطلاح پیشرفته بحران می‌آفریند، اما به دلیل آن که فرهنگ، به مثابه یکی از ارکان اصلی هویت، در این کشورها چندان تضعیف نمی‌شود و مکان‌های ادغام شده، فرهنگ‌های تقریباً مشابهی دارند، مرزهای هویتی در کشورهای پیشرفته جهان چندان تضعیف نمی‌شود و از طرف دیگر، از آن جایی که اکثر این کشورها خود هدایت‌کننده مقوله جهانی شدن هستند، البته این در صورتی است که جهانی شدن را به معنی جهانی‌سازی فرهنگ آمریکایی ندانیم؛ زیرا اگر این گونه باشد، در آن صورت برای اکثر کشورهای پیشرفته جهان نیز مشکل هویتی پیش می‌آید. اما بحران هویت در جهان سوم شدیدتر و حادث‌تر است؛ به دلیل این که اولاً در از بین رفتن مرزهای هویتی، به معنی تحت تأثیر قرار گرفتن هویت‌های



این جوامع، قدرت‌های مسلط مداخله دارند؛ زیرا اگر جهانی شدن طبق روال عادی هم پیش رود، به دلیل آن که رسانه‌ها و وسایل ارتباطی که مرزها را در می‌نوردند در اختیار و کنترل کشورهای شمال (قدرت‌های مسلط جهانی) هستند، طبیعتاً آن‌ها ویژگی‌های هویتی خود را مطرح می‌کنند؛ ثانیاً تضعیف زمان و ضربه خوردن تاریخ نیز به ضرر هویت در این جوامع است؛ زیرا اغلب این جوامع دارای تجربه‌های تاریخی و خاطره‌های جمعی متفاوتی با کشورهای مسلط هستند و با تضعیف زمان و این تجربه‌ها، تاریخ، فرهنگ و گذشته این‌ها تضعیف می‌شود.

فرهنگ نیز، به عنوان رکن اساسی هویت، در کشورهای جهان سوم هر چه بیشتر توان هویت‌سازی خود را از دست می‌دهد. هر چند این کشورها از نظر فرهنگ بومی غنی هستند، فرهنگی که از طریق وسایل ارتباطی در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد فرهنگ کشورهایی است که امکانات و وسایل ارتباطی را در اختیار دارند و فرهنگ‌های بومی این کشورها شدیداً تحت تأثیر فرهنگ‌های جوامع توسعه یافته است. بنابراین بحران هویت و از خود بیگانگی در کشورهای جهان سوم شدیدتر و عمیق‌تر است.

با توجه به این که اکنون جهانی شدن به ابزاری در دست عده‌ای تبدیل شده است که امکانات و تکنولوژی را در اختیار دارند (جهانی‌سازی)، این سیر نتایج زیانباری برای کشورهای جهان سوم دارد. گرچه این امکان هست که نتایج مثبتی هم داشته باشد، به دلیل آن که اکثر کشورهای جهان سوم از نظر امکانات رسانه‌ای و تکنولوژیک در تنگنا قرار دارند، فرهنگ، هویت و ساختار این کشورها شدیداً تحت تأثیر فرایند غربی‌سازی و تبلیغات غربی قرار داشته و سبب نوعی بحران هویت، و از خود بیگانگی، کم‌رنگ شدن ارزش‌های فرهنگی بومی و ... شده است. متزلزل شدن پایه‌های فرهنگی، اخلاقی و عقیدتی در این کشورها نوعی آشفتگی علمی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی را به دنبال دارد و تنها راه پیش رو، بیداری این ملت‌ها و اعتماد آن‌ها به ارزش‌ها و باورهای خودی در جهت در پیش گرفتن مسیر رشد و اعتلاست. در گذشته لباس مانند شناسنامه عمل می‌کرد؛ حال آن که در جهان امروز هیچ اطلاعی از اصل و نسب انسان‌ها به دست نمی‌دهد و فرد با پوشیدن یک لباس گرانیقیمت، صرف نظر از دارایی واقعی‌اش، می‌تواند خود را عضوی از طبقه بالاتر از قشر خودش جا بزند؛ این گونه است که بسیاری از افراد طبقه متوسط به لطف شباهت پوشش‌های شان با قشر مرفه جامعه ارتباط برقرار می‌کنند و در مقابل، مرفهان می‌کوشند برای خود نشانه‌هایی در سبک پوشش ایجاد نمایند (۱۷).

در نتیجه قرار گرفتن جامعه‌ها در این وضع، پوشش‌ها در فرایند انفجاری از قراردادهای یعنی انفجار اقسام سبک‌های پوشش به ویژه در میان طبقه متوسط که ناظر بر علاقه‌ها و آرزوهای گوناگون افراد می‌باشد واقع می‌گردند و به سرعت متولد و نابود می‌شوند و انسان‌ها با پیروی از شیوه‌های مختلف پوشش، سعی در انتصاب خود به گروه‌ها و هویت‌های گوناگون می‌نمایند. به طور کلی پوشنده هر نوع پوششی باید از عواقب نمادین پوشش خود آگاه باشد و بداند که دیگران چگونه به واسطه این لباس‌ها درباره‌اش داوری می‌کنند. بی‌توجهی به عواقب نمادین پوشش، گاه ممکن است افراد را با هویت‌هایی برخلاف واقع معرفی

نماید (۲۴). از این جهت برخی افراد اساساً به گونه‌ای لباس می‌پوشند که خود را لابلای تلقی نمایند و یا دیگران آن‌ها را این گونه تصور کنند؛ البته در این میان نباید از قراردادهای اجتماعی نیز غافل بود. در قبال همه انتظارات نمادین که از پوشش و مذهب می‌رود، چگونگی پوشش هم پیرو قواعدی است که خواسته‌های نمادین را تأمین می‌کند. میان پوشیدن کت و شلوار و انداختن پیراهن بر روی شلوار یا پوشیدن کت و شلوار و کراوات، فرسنگ‌ها تفاوت نمادین وجود دارد. فرد نمی‌تواند هر لباسی را آن گونه که می‌خواهد، فارغ از سنگینی بار نمادینش بپوشد؛ بلکه همیشه باید از بار معنایی و نمادین لباس‌های خود آگاه باشد. هر فرد نظام ارزشی خاصی برای خود دارد و این نظام برای او الزام‌هایی همراه می‌آورد که بخشی از آن در نوع پوشش وی نمایان می‌گردد. وقتی از نظام ارزشی سخن می‌گوییم، نباید تنها به اشکال پیچیده اخلاقی توجه نمود؛ بلکه اموری چون زیبا بودن هم می‌تواند در بیشتر موارد به مثابه یک ارزش عمل کند؛ با این حال همیشه ملاحظاتی از قبیل سن، جنس، منزلت اجتماعی و ... درباره جایگاه اجتماعی فرد، در انتخاب و پوشیدن یک لباس خاص، تأثیرگذار است. در جهان پیشرفته امروز، فرد با گزینه‌های بسیاری رو به روست و همواره قواعدی وجود دارد که تعیین می‌کند او چه باید بپوشد. این قواعد، نظام پوشش را تضمین می‌کنند و منشأ آن‌ها ارزش‌های نظام اقتصادی، قوانین دولتی، دین، الزام‌های زیباشناسانه، تنوع‌طلبی، هویت‌های جدید و هر منبع دیگری است که قدرت معنا و نظم بخشیدن به زندگی فرد را داشته باشد. به یقین مد نیز که پدیده‌ای اجتماعی است و ارتباطی نزدیک و تنگاتنگ با پوشاک دارد.

### تعارض منافع

«بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.»

## منابع

1. Abdoli, Behrouz. (1997). *Psycho-social foundations of physical and sports training*. Tehran: Badam Kitab.
2. Aghapour, Seyed Mehdi. (2001). *Analytical research in the sociology of sports*. Tehran: Physical Education Organization.
3. Ahmadi, Hamid. (2000). *Ethnicity and ethnocentrism in Iran: myth or reality*. Tehran: Ney.
4. Almayez, Mayez Yaser Khajavi (Reviewing editor). (2022). Investigating the place of religion within the professional identity construction of two Muslim English language teachers in Saudi Arabia, *Cogent Education*, 9, (1), DOI: 10.1080/2331186X.2022.2091632.
5. Altai, Ali. (2016). *Ethnic identity crisis in Iran*. Tehran: Shadgan.
6. Amirbeik, M., & Babaie, M. (2022). An analysis of the relationship between gender identity of young people using virtual social networks. *rahpooye Ertebatat -o farhang*.
7. Amirbeik, M., Masoudi, H., & Shadloo, N. (2022). Typology of constructing women's religious identity with emphasis on coverage in the social network Instagram. *Women Studies*, 13 (41), DOI: 10.30465/ws.2021.32079.3076.
8. Anwar Al Khalouli, Anwar. (2001). *Sports and society*. Translation: Hamidreza Sheikhi. Tehran: Side
9. Balmero, Martin; Solomos, John. (2003). *Ethnic and racial studies in the 20th century*. Translation: Parviz Delirpour and Seyyed Mohammad Kamal Sarwarian. Tehran: Strategic Studies Research Institute.
10. Burton, Roland. (2016). *Political Ethnology*. Translation: Nasser Fakuhi. Tehran: Ney.
11. Eubank, Martin., Noora, Ronkainen & David, Tod. (2020). New Approaches to Identity in Sport, *Journal of Sport Psychology in Action*, 11, (4), P.p: 215-218, DOI: 10.1080/21520704.2020.1835134.
12. Gul Mohammadi, Ahmed. (2007). *Globalization, culture, identity*. Tehran: Ney.
13. Hafez Nia, Mohammad Reza. (2009). *Political geography of Iran*. Tehran: Side.
14. Hechter, M. (1998). *Theories of Ethnic Relation*. New York.
15. Heise, D.R. (1998). "Conditions for empotic solidarity" In the problem of solidarity, theories and models. Partick D & Thomas F. (eds). Amsterdam: Gordon and breach publishers.
16. Jenkins, Richard. (2014). *social Identity*. Translation: Toraj Yarmohammadi. Tehran: Fardis Danesh.
17. Kalantari, A., Hemati Rad, F., & Momeni, H. (2019). A sociological study of university student dress: objective and subjective factors. *Journal of Woman and Family Studies*, 7 (1), P.p: 29-50. doi: 10.22051/jwfs.2019.19970.1727.
18. Lipnicka, Magdalena, and Tomasz, Peciakowski. (2021). Religious Self-Identification and Culture. About the Role or Religiosity in Cultural Participation. *Religions* 12: 1028. <https://doi.org/10.3390/rel12111028>.
19. McDonnell, A. (2021). "A third of ethnic minority football fans have experienced racism at stadiums". Online at: <https://yougov.co.uk/topics/sport/articles-reports/2021/08/26/third-ethnic-minority-football-fans-have-experienc>.
20. Mansouri, Rezvaneh and Tahori, Nir. (2021). Comparative study of the concept of "identity" in traditional Iranian architecture and works of contemporary architect Nader Ardalan (case study: Harvard University Management Studies Center), 5th International

- Conference on Civil Engineering, Architecture and Urban Management. <https://civilica.com/doc/1249515>.
21. Masoumpour Askari, Parvin and Iraj, Jalali. (2022). The role of Shia religion on the formation of the political and social identity of Iranian women during the Al-Boye period. Islamic Azad University, Mahlat Branch. 16 (63), P.p: 318-347.
  22. Miller, Delbert. (2001). Guide to social assessment and research. Translation: Houshang Naibi. Tehran: Ney.
  23. Moaidfar, Saeed; Rezaei, Alireza. (2009). "An analysis of the state of ethnic identity in Iranian society: a case study of Tehran University students". Political studies. first round. Number 3. P.p: 19-48.
  24. Montazeri, A., Talebpour, M., Andam, R., & Kazem Nejhad, A. (2019). Psychometric Properties of Team Identity Scale of Fans in Sports Industry of Iran. Sport Physiology & Management Investigations, 11 (4), P.p: 9-21.
  25. Muntarqaem, Mehdi. (1998). "Mass media and identity". National studies. Second period. number 4. O'Malley, Patti. (2021). Black-white mixed race young people in Ireland and their lived experiences of racialised exclusion. Irish Journal of Sociology. 30, P.p: 90-109.
  26. O'Regan, Veronica., and Elaine, Riordan. (2018). Comparing the representation of refugees, asylum seekers and migrants in the Irish and UK press: A corpus-based critical discourse analysis. Journal of Language and Politics. 17, P.p: 44-68.
  27. Philipp, Julia., Michael, Zeiler., Christian, Wöber., Gudrun, Wagner., Andreas F. K., Karwautz, Timothy., J. Steiner, and Çiçek Wöber-Bingöl. (2019). Prevalence and burden of headache in children and adolescents in Austria-A nationwide study in a representative sample of pupils aged 10-18 years. Journal of Headache and Pain. 20, P: 101.
  28. Qamari, Mohammad Reza; Hossein Zadeh, Mohammad. (2010). "Role of language in national identity". Linguistics. Second year. Number 3.
  29. Salehi-Amiri, Seyedreza, (2016). Recognizing ethnic challenges and crises and diversity management requirements, Strategic Research Center, Cultural and Social Research Department, available at [www.csr.ir](http://www.csr.ir).
  30. Shikhavandi, Davar. (2002). "Development and development of modernity in the flow of education". Educational and social development
  31. Stones, Rob. (2000). Great sociological thinkers. Translation: Mehrdad Mirdamadi. Central Tehran.
  32. Stryker, S.; Burke, P.J. (2000). "The Past, Present, and Future of an Identity Theory". Social Psychology Quarterly. 63 (4), P.p: 284-297.
  33. Tahmasabi, Fardin; Mirzaei, Khalil; Kamran, Fereydoun. (2011). "Social factors affecting the feeling of social inequalities and their consequences in the city of Tehran". Social research. forth year. Number 14.
  34. Thompson, A. (2001). "National Identities and human agncy". The Sociological Review. 49 (1).
  35. Woodward, K. (2000). Questioning identity: Gender, Class, Nation. Routledge: the open university.