

«زن و مطالعات خانواده»

پنجاه و نهم - بهار ۱۴۰۲ سال شانزدهم - شماره

ص: ۶۶-۹۳

## تحلیل جامعه‌شناختی هویت مدرن و هویت دینی زنان مورد مطالعه: زنان جوان نسل پس از انقلاب اسلامی شهر اهواز

فرزین حاتمی کاکش<sup>۱</sup>

نبی‌اله ایدر<sup>۲</sup>

احمدعلی حسابی<sup>۳</sup>

پذیرش: ۴۰۱/۳/۲

دریافت: ۴۰۱/۱/۱۰

### چکیده

هویت یکی از اجزای اصیل واقعیت ذهنی است و در رابطه دیالکتیکی با جامعه قرار دارد و بر اثر فرایندهای اجتماعی تشکیل می‌شود، باقی می‌ماند و تغییر می‌کند، یا حتی در نتیجه روابط اجتماعی، از نو شکل می‌گیرد. با توجه به تنوع منابع هویتی، می‌توان چهار بعد مهم هویت جمعی در ایران شامل هویت ملی، هویت قومی، هویت دینی و هویت مدرن را برشمرد. هویت مدرن به‌ویژه در سال‌های اخیر در ایران شکل گرفته و بخشی از شخصیت فرد ایرانی را تشکیل می‌دهد. هدف پژوهش حاضر، شناخت وضعیت هویت‌های دینی و مدرن به‌عنوان دو بُعد مهم هویتی نسل پس از انقلاب و ارتباط میان این دو وجه هویتی و همچنین بررسی نقش برخی عوامل تأثیرگذار بر این اشکال هویتی است. روش مطالعه حاضر، پیمایش و جمعیت آماری آن شامل کلیه زنان ۱۸ تا ۴۲ سال شهر اهواز در سال ۱۳۹۹ و حجم نمونه تحقیق ۱۹۱ نفر است. نتایج نشان می‌دهد که نسبت میان هویت مدرن و هویت دینی، به شکل معناداری معکوس است، بدین معنی که با تقویت هر یک، دیگری تضعیف خواهد شد. در تبیین هویت مدرن بر اساس هویت دینی و سایر متغیرهای تحقیق با توجه به مقدار ضریب ( $R^2$ ) می‌توان گفت ۰,۱۸۶ درصد از تغییرات هویت مدرن به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود، و هویت دینی با مقدار بتا ۰,۲۸۱-، بهترین پیشگوی هویت مدرن به شمار می‌رود. همچنین در تبیین هویت دینی بر اساس هویت مدرن و

۱ دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی سیاسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران.

farzinhatami10@gmail.com

۲ استادیار گروه جامعه‌شناسی سیاسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران. [n.eider@iau-shoushtar.ac.ir](mailto:n.eider@iau-shoushtar.ac.ir)

۳ استادیار گروه جامعه‌شناسی سیاسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران. [a.hesabi@iau-shoushtar.ac.ir](mailto:a.hesabi@iau-shoushtar.ac.ir)

سایر متغیرهای تحقیق با توجه به مقدار ضریب ( $R^2$ ) می‌توان گفت ۰,۳۶۵ درصد از تغییرات هویت دینی به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود، و سرمایه اجتماعی با مقدار  $0,503$ ، بهترین پیشگوی هویت دینی به شمار می‌رود.

**واژگان کلیدی:** هویت مدرن، هویت دینی، کاربری شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، زنان، جوانان.

### بیان مسأله

پرسش دیرین «من کیستم؟» خبر از نیازی اساسی می‌دهد: نیاز به دانستن کیستی، که هیچ‌گاه انسانی را رها نکرده‌است. نهاد اجتماعی متولی پاسخ‌دهی به این پرسش ازلی و ابدی که جامعه-شناسان غربی از آن به‌عنوان هویت یاد می‌کنند، یک پدیده‌ی اجتماعی تام<sup>۱</sup> است و از اساسی‌ترین نهادهای اجتماعی که در عصر مدرن از نهاد دین جدا شد و در نتیجه از جمله مهم‌ترین مسائل و موضوعات جامعه‌شناسی است که چندان که باید و شاید، مورد توجه قرار نگرفته‌است (دوران، ۱۳۸۷: ۱). از دیدگاه تفسیرگرایانه‌ی برگر و لاکمن، هویت یکی از ارکان اساسی واقعیت ذهنی است که در ارتباطی جدلی با جامعه قرار می‌گیرد و سازه‌ی اجتماعی است که طی فرایند اجتماعی-شدن شکل می‌گیرد. در این معنا، می‌توان هویت را همچون عنصری از عناصر فرهنگ محسوب کرد که با حس تعلق به جامعه شکل می‌گیرد؛ از طریق مشارکت اجتماعی فرد در انواع فعالیت‌های اجتماعی اعم از اقتصادی، سیاسی، و فرهنگی، دامنه‌ی گسترده‌ای می‌گیرد و فرد به واسطه‌ی انواع وسایل و راه‌های ارتباطی‌ای که جامعه در اختیارش قرار می‌دهد، در ارتباطی دو طرفه (فرد - جامعه)، هویت فردی و اجتماعی‌اش را شکل می‌دهد. هویت یکی از اجزای اصیل واقعیت ذهنی است و مانند هر گونه واقعیت ذهنی در رابطه دیالکتیکی با جامعه قرار دارد و بر اثر فرایندهای اجتماعی تشکیل می‌شود و پس از متبلور شدن باقی می‌ماند و تغییر می‌کند یا حتی در نتیجه‌ی روابط اجتماعی، از نو شکل می‌گیرد. فرایندهای اجتماعی که هم در تشکیل هویت و هم در حفظ هویت دخیل‌اند، بر حسب ساختارهای اجتماعی تغییر می‌یابند (برگر و لاکمن، ۱۳۹۸: ۲۴۰-۲۳۶). در جامعه‌ی ایران، نظیر اغلب کشورهای دنیا، متأثر از ورود تکنولوژی و اشاعه‌ی باورها و ارزش‌های نو، شاهد تغییرات قابل توجهی در وجوه و منابع هویتی افراد هستیم. تا پیش از این تحولات، منابع هویت‌ساز ملی و دینی، نقش مهمی در شکل‌گیری هویت ایرانی داشته‌اند. هویت ملی به‌عنوان آمیزه‌ای از اشتراکات فرهنگی محلی و بومی ایران در پیوند با عناصر دین اسلام، شکل‌دهنده به هویت ایرانیان در سده‌های اخیر بوده‌است. اما با ورود مظاهر تمدن جدید و سبک زندگی وابسته به آن نظیر گسترش وسایل ارتباطی و تسهیل روابط فرهنگی، گرایش‌های جدیدی نیز به این مجموعه اضافه شده‌است. فرهنگ و تمدن ایرانی بنا به دلایل تاریخی و موقعیت ژئوپلیتیکی

1 Social institution

خود در تعامل و ارتباط با فرهنگ و تمدن غربی قرار گرفته و بر حسب این روابط، شاهد ورود پیوسته‌ی عناصر تمدنی و فرهنگی غرب بوده‌است؛ به نحوی که بخش زیادی از هویت ایرانی، متأثر از فرهنگ غربی و جهانی شکل گرفته، و به پیدایش لایه‌ی سومی در هویت ایرانیان در کنار لایه‌های هویت ملی و دینی، تحت عنوان «هویت مدرن» منجر شده‌است.

در جامعه‌ی در حال گذار ایران، هویت سنتی و مؤلفه‌های آن، قوت گذشته و نفوذ پیشین را ندارند. چنین جامعه‌ای نه تنها بخش عمده‌ای از شکل‌دهی به هویت را به عهده‌ی خود فرد گذاشته‌است، بلکه جسارت ساختارشکنی و توجه بیشتر به هویت فردی را نیز به خود وی داده‌است. در حالی که در جامعه‌ی سنتی، نهادهای اجتماعی چون خانواده، دین و نظام سیاسی، برداشت افراد از خود را تحت سیطره دارند و افراد در چنین حالتی، نقشی انفعالی در هویت‌یابی خود دارند. به‌علاوه منابع سنتی هویت‌ساز در جامعه‌ی سنتی، حالت مسلط دارند، ولی در جامعه‌ی مدرن، اولاً منابع سنتی هویت‌یابی، قدرت و چیرگی خود را از دست داده‌اند، ثانیاً در کنار دیگر منابع مدرن، نقش کم‌رنگ‌تری ایفا می‌کنند؛ چرا که با حضور اینترنت و فضای مجازی، گسترش شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، منابع متعددی در هویت‌یابی افراد اثرگذار می‌شوند و این امر افراد را به سوی هویت‌یابی مدرن هدایت می‌کند. در واقع جامعه‌ی نوین را می‌توان جامعه‌ای دانست که منطق رسانه بر آن حاکم است و رسانه به یکی از ابزارهای اصلی برساخت هویت تبدیل شده‌است تا حدی که می‌توان هویت انسان مدرن را «هویت رسانه‌ای شده» نامید (کوپرا<sup>۱</sup> و گاجالا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). در این فضا پارادایم‌های فکری و اندیشه و موقعیت‌های زندگی به شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرند و روابط و تعاملات در شبکه‌های خاص ارتباطی و به اشکال بسیار پیچیده و در سطحی جهانی صورت می‌گیرد و به تغییر و دگرگونی حوزه‌های گوناگون زیست بشری می‌پردازند (عاملی، ۱۳۸۲). در مجموع همه‌ی این امکانات، تلقی افراد از هویت خود، دیگران و جامعه‌ی جهانی را دچار تغییر و دگرگونی کرده و در نهایت سبب شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در فرد می‌شود؛ هویتی که با توجه به ویژگی‌های آن می‌توان آن را «هویت مدرن» نامید (تیلور<sup>۳</sup>، ۱۹۹۴).

امروزه تعاریف سنتی از مفهوم، جایگاه و نقش زن، در نگاه بخش عمده‌ای از جامعه‌ی زنان ایرانی تغییر کرده‌است. شکل‌گیری هویت جدید با تقویت فردیت برآمده از سپهر مدرن، فردیت زنان را تقویت کرده، اما زنان همچنان در تضاد و تنش بین هویت سنتی و مدرن هستند و زندگی در گفتمان مدرن در خانواده‌های ایرانی، سخت و دشوار بوده و با چالش‌های بسیاری همراه است. قرار گرفتن در کشاکش سنت و مدرنیته و ارزش‌های متعارض و تناقض‌آمیزی که درباره‌ی نقش جوانان در خانواده و اجتماع در این دو منبع هویتی وجود دارد، سبب شده که جوانان با چالش‌های هویتی روبه‌رو باشند و در زندگی اجتماعی و در کنش با سایر اقشار جامعه، دچار تضاد و کشمکش

1 Chopra

2 Gajjala

3 taylor

هویتی باشند. بسیاری از جوانان امروزی، هویت مدرن را پذیرفته، اما نتوانسته‌اند آن را با هویت‌های سنتی خود ادغام کنند (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱). از این رو التقاط و تنوع از جمله مهم‌ترین مشخصه‌های وضعیت هویتی و هویت‌یابی جوانان در دوره‌ی اخیر است که مشخصه‌ی متفاوت شدن ساخت‌یابی آن از دوره‌های مربوط به دهه‌های قبل است. در ایران به مثابه جامعه‌ای که مذهب در آن نقش پررنگی دارد و انقلابی با ماهیتی مذهبی را در چهار دهه قبل از سر گذرانده، و آموزش‌های مذهبی در شکل‌های مختلف خصوصاً توسط رسانه‌ها و منابع رسمی ترویج می‌شود؛ به نظر نمی‌رسد، مذهب به عنوان منبع هویت‌ساز، اثرگذاری جایگاه خود را در هویت‌آفرینی برای افراد جامعه از دست داده باشد. اما آنچه توجه ویژه‌ای را می‌طلبد، کیفیت اثرگذاری آن در کنار سایر منابع از جمله منابع مدرن بر هویت‌یابی افراد است.

### پیشینه تجربی

پژوهش ذکابی و خطیبی (۱۳۸۵) نشان می‌دهد که حضور مستمر و فعال در فضای مجازی و استفاده‌ی مداوم از امکانات متعدد و منحصر به فرد اینترنت به خصوص تعامل و تبادل اطلاعات با سایر کاربران متعدد و متفاوت، باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن و بازاندیشانه در بین کاربران ایرانی خصوصاً کاربران جوان می‌شود. نتایج پژوهش صدیق سروستانی و حاجبانی (۱۳۸۷) نشان‌دهنده‌ی قوت ابعاد فرهنگی هویت ملی، قومی و مذهبی، سپس گرایش در حد میانگین به ابعاد اجتماعی هویت ملی، قومی و مذهبی، گرایش پایین‌تر از میانگین به ابعاد سیاسی هویت ملی و قومی و در نهایت گرایش ضعیف به ابعاد سه‌گانه‌ی هویت مدرن است. همچنین یافته‌ها از وجود تعاملات مثبت فراوان بین اکثر ابعاد هویت ملی، قومی و مذهبی با یکدیگر و فاصله‌ی معنادار هویت مدرن با دیگر ابعاد هویت ایرانی حکایت می‌کنند. یافته‌های پژوهش صدیق سروستانی و قادری (۱۳۸۸) نیز نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدرن هویت در بخش اجتماعی و فرهنگی، نقش برجسته‌ای نسبت به مؤلفه‌های سنتی دارد. توسلی و ابراهیم‌پور (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود نشان می‌دهند که نسبت دانشجویانی که دارای هویت اجتماعی مدرن و سرمایه‌ی اجتماعی متوسط و پایین هستند، بیشتر از کسانی است که هویت اجتماعی سنتی و سرمایه‌ی اجتماعی متوسط و زیاد دارند. حاتمی (۱۳۹۰) در پژوهش خود نشان می‌دهد که جامعه‌ی جوان ایرانی در مقایسه با نسل بزرگسال، به سمت تغییر در سازمان‌یافتگی شخصیت حرکت می‌کند و در واقع نسل جوان، به نوعی استقلال هویتی دست یافته‌است، بدین صورت که هر سه ابعاد هویت ملی، مذهبی و مدرن در کنار یکدیگر رشد می‌کنند؛ در صورتی که از نظر درون‌مایه، این سه هویت با هم تفاوت دارند و این همزیستی در نسل جوان قابل مشاهده‌است و می‌توان شخصیت موزاییکی را برای این نسل از جامعه‌ی ایرانی در نظر گرفت، درحالی‌که در نسل بزرگسال، این سازمان‌یافتگی شخصیت به صورت سلسله‌مراتبی بوده‌است. یافته‌های پژوهش بلوردی و عبداللهی (۱۳۹۰) نیز نشان می‌دهد

که از بین متغیرهای مؤثر در شکل‌گیری الگوهای هویت دختران نوجوان، نگرش برابرگرایانه، استفاده از رسانه‌ها و تعاملات تفاهمی، به‌ترتیب بیشترین نقش را در تبیین و پیش‌بینی هویت رو به رشد مدرن داشته‌اند. نتایج تحقیق ساروخانی و میرزایی ملکیان (۱۳۹۱) نیز نشان می‌دهد که فراغت مجازی و فراغت ماهواره‌محور، رابطه‌ای مثبت و مستقیم و فراغت مذهبی نیز، رابطه‌ی منفی و معکوس با هویت مدرن داشته‌است. نتایج تحقیق حاجیان و درویشی (۱۳۹۲) نیز نشان می‌دهد که هویت مدرن و ابعاد آن، در شاکله‌ی هویت ایرانی، حضور قوی و جدی دارد و گرایش‌های ایرانیان نسبت به ارزش‌های مدرنیته و جهانی‌شدن، جدی و قابل ملاحظه است. یافته‌های پژوهش کیان‌پور و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان می‌دهد که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از سوی کاربران و هویت مدرن، رابطه‌ی معنادار مثبتی وجود دارد. همچنین فیس‌بوک از طریق بروز خود واقعی و تخلیه‌ی عاطفی، کسب توانمندی‌های روز و احساس جهان‌وطنی در بین کاربران، باعث تقویت هویت مدرن در میان آنان می‌شود. نتایج پژوهش حیدری و رضانی (۱۳۹۴) نیز در بین دانش‌آموزان متوسطه شهر مرودشت حاکی از آن است که میانگین نمره‌ی جهت‌گیری ارزشی مدرن و هویت دینی دختران، بالاتر از میانگین نمره‌ی پسران و معنی‌دار بوده، و بر خلاف مفروضات رایج نظریه‌ی سکولاریزاسیون، رابطه‌ی بین جهت‌گیری ارزشی مدرن و هویت دینی، رابطه‌ی تقابلی نیست. یافته‌های تحقیق مهدی‌زاده و توفیقی (۱۳۹۵) نیز نشان می‌دهد که حضور دانشجویان در فضای مجازی موجب شده تا دانشجویان کاربر، بعضی از وجوه و جنبه‌های زندگی مدرن نظیر تجربه‌ی جدایی فضا از مکان، تجربه‌ی جدایی زمان و مکان، تجربه‌ی قدرت‌مندی و استقلال فردی، تجربه‌ی اعتماد به دیگران ناآشنا در عین اضطراب و مخاطرات احتمالی و افزایش تعاملات اجتماعی را تجربه کنند و تا حدودی از آن متأثر شوند. نتایج همچنین نشان می‌دهد هر چه مدت استفاده از اینترنت بیشتر، هر چه مدت آشنایی با اینترنت بیشتر و هر چه جنبه‌ی سرگرمی اینترنت کمتر باشد، تولید اطلاعات در این فضا بیشتر و در نتیجه دستیابی به شاخص‌های هویت مدرن بیشتر می‌شود. نتایج به‌دست آمده از پژوهش ناظمی اردکانی و دهقان ده‌جمالی (۱۳۹۵) نمایان‌گر این است که نسل جوان در مقایسه با نسل بزرگسال، گرایش بیشتری نسبت به هویت مدرن دارند. افشاریان (۱۳۹۶) نیز در پژوهش خود نشان می‌دهد که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه‌ی مثبت و معناداری با هویت مدرن و هر چهار مؤلفه‌ی آن دارد.

در زمینه‌ی هویت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، در سایر کشورها نیز، پژوهش‌های متعددی صورت گرفته که حاکی از تغییر و تحول هویت در فضای مجازی است (رن<sup>۱</sup> و کیسلر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷؛

1 Ren

2 Kiesler

پاپاکاریسی<sup>۱</sup>، (۲۰۱۹). مطالعات کلایر<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) و لی<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در زمینه‌ی اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت نشان داده که تأثیرات این شبکه‌ها در رفتار و ایدئولوژی مصرف-کنندگان انعکاس می‌یابد و هویت اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین نشان داده شده‌است که فناوری‌های نوین ارتباطی با فراهم آوردن امکان جامعه‌ی شبکه‌ای، افراد را در قالب-های تازه هویت بخشیده‌اند و علاوه بر قواعد حاکم بر ارتباط و تعامل بین انسان‌ها، نگرش آنان را نسبت به خود، دیگران و جهان دستخوش تغییر کرده‌اند.

نتایج تحقیق لانگ<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۷) با عنوان «تأثیر اینترنت بر رشد هویتی نوجوانان»، بیان‌گر آن است که کاربرد اینترنت نه تنها بر چهار بُعد از رشد هویت اثر گذاشته، بلکه شیوه‌های جدیدی از درک صورت‌بندی هویت در میان نوجوانان چینی شکل داده‌است. در این بررسی نشان داده شده که رشد هویت به‌عنوان تعهد به یک مفهوم معین از خود فهمیده می‌شود. چو و لیم<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) نیز بیان می‌کنند که موضوع هویت در بین دانشجویان به‌مثابه‌ی یک مسأله‌ی کانونی، از اهمیت شایانی برخوردار است. دانشجویان به‌خاطر گسترده‌ی شبکه‌ی روابط و تماس به نسبت وسیع‌شان با وسایل ارتباط جمعی و افراد دارای هویت‌های مختلف، بیشتر با مسائل و تنش‌های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های ناشی از جامعه‌ی اطلاعاتی درگیر هستند. بنابراین دانشجویان در مرکز فرآیند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند. از یک سو جوان بودن، فضای دانشگاه و سایر متعلقات آن که عمدتاً موافق تغییر و تحول ویژگی‌هایی هویتی است، دانشجویان را با ویژگی‌های هویتی جدیدی آشنا می‌کند و از سوی دیگر، بدنه‌ی فرهنگی جامعه‌ی بزرگ‌تر معمولاً انتظار این‌همانی با فرهنگ سنتی و عناصر هویتی موجود را از آن‌ها می‌طلبد. این وضعیت نامتعادل، نه تنها منازعاتی هویتی می‌آفریند، بلکه در بیشتر اوقات به هویت‌هایی ترکیبی و دو رگه منتهی می‌شود که با هویت مورد انتظار جامعه و حتی خود نظام آموزش عالی نیز، متفاوت است. به عبارت بهتر، جوان بودن دانشجویان به اضافه‌ی چندگانه‌شدن زیست‌جهان‌های آنها (به قول برگر)، تأثیرات رسانه‌ای مدرنیته (به گفته‌ی گیدنز) و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور (به قول نظریه‌های گفتمانی یا پست‌مدرنیستی)، موجبات ترکیب‌های خاص هویتی دانشجویان را فراهم می‌آورد

اما آنچه که اهمیت پژوهش حاضر و به نوعی جنبه‌ی نوآورانه‌ی آن را نشان می‌دهد، لزوم توجه به این موضوع است که در جوامع در حال گذار از جمله ایران، به دلیل انسجام اجتماعی و اعتماد نهادی پایین، بین هویت دینی که از سوی نهادهای رسمی تبلیغ می‌شود و هویت مدرن

1 Papacharissi

2 Claire

3 Lee

4 Long, J H

5 Chou & Lim

که غالباً از سوی این نهادها، دیگری هویت دینی و در مقابل آن بر ساخت می‌شود، تعارض وجود دارد. این تعارضات در میان زنان جوانان که زیست‌جهان‌های چندگانه دارند، و به دلیل استفاده فزاینده‌ی آنان از رسانه‌های مدرن، و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور در میان آنان، نمود بیشتری دارد. از این منظر، نوآوری مقاله‌ی حاضر، یکی تلاش برای توجه همزمان به دو بُعد و مولفه‌ی مهم هویتی نسل پس از انقلاب اسلامی و ارتباط میان این دو وجه هویتی و دیگری مطالعه‌ی این ابعاد هویتی در زنان جوان به‌عنوان پیشران تغییرات فرهنگی و اجتماعی در جامعه‌ی ایرانی است.

### ادبیات نظری تحقیق

هویت معلول رویه‌های پیچیده‌ی گفتاری، تاریخ، ساختارها و مناسبات فرهنگی و سیاسی است. بر پایه‌ی پیش‌فرض بنیادی نظریه کنش متقابل نمادین مبنی بر امکان شکل‌گیری خودهای متنوع، به این نکته کلیدی توجه می‌شود که چون منابع هویت‌ساز متعدد هستند، هویت تک‌بعدی محقق نمی‌شود، بلکه تحت تأثیر هر کدام از جریان‌های هویتی خاص، شاکله‌ی هویت کنش‌گران سازمان-دهی می‌شود (حاجیانی و ایروانی، ۱۳۹۷: ۶).

گیدنز در بررسی تحولات سه قرن اخیر بعد از صنعتی‌شدن، به توصیف و تبیین تحولات دنیای مدرن و مدرنیته می‌پردازد و چند دهه‌ی اخیر را به دلیل گسترش روزافزون نظام‌های تخصصی، مدرنیته‌ی متأخر نام می‌نهد. از نگاه او مدرنیته و دگرگونی‌های جهانی فقط مربوط به تغییرات بزرگ در نهادهای بزرگ نیست، بلکه این تغییرات، عواطف و زندگی خصوصی افراد را نیز در بر می‌گیرد (جلایی‌پور و گرامیان‌نیک، ۱۳۹۰: ۲۰). برگر و گیدنز از جمله متفکرانی هستند که به نقش بازاندرشی و تأمل و معرفت در زندگی مدرن پرداخته‌اند. گیدنز مشخصه‌ی کلیدی جوامع جدید را بازاندرشی می‌داند. در جوامع پیشامدرن، غالباً سنت، رفتار روزمره را هدایت می‌کرد، بدین معنی که مرجعیت اعمال پیشین، تعیین‌کننده‌ی رفتار بود؛ در حالی که در جوامع مدرن، اعمال اجتماعی پیوسته در پرتو اطلاعات جدید مورد بازبینی قرار می‌گیرد (سیدمن، ۱۳۹۱: ۱۹۳). فرد در جهان کنونی به کمک تکنیک‌های گوناگون، فرصت‌های متنوعی برای توسعه‌ی شخصیت خود فراهم می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۷). در چنین شرایطی است که خود به پروژه‌های بازاندرشانه تبدیل می‌شود؛ پروژه‌های که از آن طریق، خود در سطح فرد، بازاندرشانه و تغییردهنده می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۰). برگر نیز معتقد است جامعه‌ی در حال تغییر و تحول، فرد را ناگزیر از بازاندرشی و اتخاذ تصمیم‌های متنوع می‌سازد. بازاندرشی نه تنها معطوف به جهان بیرونی است، بلکه وارد ذهنیت فرد می‌شود و طی فرآیند بازاندرشی، جهان و خود فرد به موضوع آگاهی تبدیل می‌شود (برگر و همکاران، ۱۳۸۱). به باور لانگمن، بازاندرشی مردم را قادر می‌سازد تا به‌طور انفرادی یا به‌طور جمعی هویت‌های خود

را تدقیق کنند (لانگمن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). به بیان دیگر، مردمانی که در مکان‌های مختلف به سر می‌برند، به‌طور روزافزون نسبت به ارزش‌ها و امکاناتی که منشأ تنش در اجتماع آن‌هاست حساسیت نشان می‌دهند و این بخشی از فرایند دگرگونی در منابع هویت‌ساز و تفسیر روزمره‌ی انسان‌ها از این منابع است.

هویت دینی، به‌عنوان یک هویت جمعی متشکل از عضویت در یک گروه مذهبی، پذیرش نظام‌های باوری آن، تأیید اهمیت ارزش‌های دینی، تعهد به گروه مذهبی و اعمال مرتبط با دین تعریف شده‌است (سئول<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). هویت دینی متضمن سطحی از دینداری است که با مای جمعی یا همان اجتماعی تقارن دارد. در واقع هویت دینی نشان‌دهنده‌ی احساس تعلق به دین و جامعه‌ی دینی و همچنین تعهد به دین و جامعه‌ی دینی است. هویت دینی، در واقع همان آثار و عوارض ناشی از حمل دین بر فرد دیندار است. به تعبیر بهتر، با پذیرش دین به عنوان اصل اعتقادی و تعهد و احساس تعلق به آن، در زندگی و وجوه مختلف حیات فرد مؤمن تغییرات و نتایج مهمی حاصل می‌شود که همان هویت دینی است (چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۳: ۱۹۶). بنابراین برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک، پایبندی و وفاداری به آن، اعتقاد و تمایل به مناسک و آیین‌های مذهبی فراگیر در فرایند شکل‌دهی هویت بسیار مؤثر است. پس به بیان کلی، هویت دینی را می‌توان داشتن اهتمام دینی دانست؛ به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متأثر سازد (شجاعی-زند، ۱۳۸۵: ۳۶). به استدلال دورکیم، دین در واقع زاییده‌ی مناسک است؛ از طریق مشارکت در مناسک و مراسم مذهبی است که قدرت اخلاقی جامعه آشکارا احساس می‌شود. کارکردهای دین از دورکیم را می‌توان در چهار گروه قرار داد: انضباط‌بخش و آماده‌سازی انسجام‌بخش و خوشبختی-بخش (سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۶: ۱۰۵-۷۱). از نظر گیدنز، هویت دینی عبارت است از میزان نقشی که فرد در بازتولید نهاد دین در جامعه ایفا می‌کند و میزان اهمیتی که فرد در شیوه‌ی زندگی انتخابی خود، به انگاره‌های تعاملی دینی می‌دهد (ایمان و سروش، ۱۳۸۱: ۶۸-۳۹).

برگر و لاکمن در کتاب معروف خود «ساخت اجتماعی واقعیت»، با رهیافت برساخت‌گرایی اجتماعی<sup>۳</sup> به بررسی دین و دینداری پرداخته‌اند. تلقی برگر از سکولاریزاسیون، جدایی حوزه‌های جامعه از حوزه‌ی دین است و آن را چنین تعریف می‌کند: «سکولاریزاسیون فرایند خارج شدن بخش‌های جامعه و فرهنگ از قلمرو نهادها و نمادهای دینی است». او معتقد است سکولاریزاسیون نه تنها نهادهای جامعه و حوزه‌های فرهنگ، بلکه ذهنیت و اذهان افراد را نیز در بر می‌گیرد: «فرایند سکولاریزاسیون بعدی ذهنی دارد. با سکولاریزاسیون جامعه و فرهنگ، ذهنیت نیز دست-خوش سکولاریزاسیون می‌شود. به عبارت ساده، غرب مدرن افراد زیادی را بار می‌آورد که به جهان

1 Longman

2 seol

3 social constructionism



زندگی خود بدون تمسک به تفسیر مذهبی می‌نگرند». بدین ترتیب سکولاریزاسیون دو وجه مرتبط به هم دارد. یکی سکولاریزاسیون نهادی (یا به زبان برگر سکولاریزاسیون اجتماعی-ساختاری) که به معنای جدایی نهادهای جامعه از قلمرو دین است و دیگری سکولاریزاسیون افراد (یا به زبان برگر سکولاریزاسیون ذهنیت) که به معنای عدم تمسک افراد به تفسیر مذهبی در رفتار و پندار خویش است. برگر عامل اصلی سکولاریزاسیون را اقتصاد مدرن و سرمایه‌داری صنعتی می‌داند: «جایگاه اولیه سکولاریزاسیون، حوزه‌ی اقتصاد خاصه بخش‌هایی از اقتصاد است که فرایندهای سرمایه‌داری و صنعتی‌شدن شکل داده‌است» (برگر و لاکمن، ۱۳۹۸: ۱۲۹).

از این رو اقشار مختلف جامعه‌ی مدرن بر حسب نزدیکی یا دوری از این فرایند، به طور متفاوتی تحت تأثیر سکولاریزاسیون قرار می‌گیرند. اقشار بسیار سکولار در مجاورت بی‌واسطه‌ی این فرایندها به ظهور رسیده‌اند. به عبارت دیگر، جامعه‌ی صنعتی مدرن، بخشی مرکزی پدید آورده که نسبت به دین، قلمرویی آزاد است. سکولاریزاسیون از این بخش به سایر بخش‌های جامعه تسری یافته‌است (همان: ۱۲۹).

بدین ترتیب با این که سکولاریزاسیون پدیده‌ی عام جوامع مدرن است، توزیع یکنواختی در درون آن‌ها ندارد. تأثیر سکولاریزاسیون بر گروه‌های مختلف یکسان نیست. به نظر برگر، یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیر سکولاریزاسیون بر مردان بیشتر از زنان است و بر افراد میان‌سال، بیشتر از افراد بسیار جوان و بسیار مسن، بر شهرنشینان بیشتر از روستائینان، بر طبقاتی که مستقیماً با تولید صنعتی مدرن سر و کار دارند (به ویژه طبقه‌ی کارگر بیشتر از گروه‌های مشاغل سنتی‌تر (مانند صنعتگران یا مغازه‌داران کوچک) و بر پروتستان‌ها و یهودیان بیشتر از کاتولیک‌ها است و امثالهم (همان: ۱۰۸).

بنابراین نظریات سکولاریزاسیون، این‌گونه به نظر می‌رسد که در جوامع مدرن، با گسترش بیشتر سکولاریزاسیون، دین به امری فردی و انتخابی توسط افراد تبدیل شود و هر شخصی بنا به ذوق و سلیقه‌ی شخصی خود، دینی را انتخاب کند و به قواعد و آداب اخلاقی آن عمل کند یا نکند. اما از آنجایی که کشور ایران کشوری مذهبی است که بُعد هویتی مذهبی یکی از ابعاد اصلی شکل‌دهنده به هویت افراد می‌باشد، بنابراین علی‌رغم وجود رشد مدرنیته و ابعاد آن در این کشور، دین هنوز به حوزه‌ی خصوصی افراد نزول نکرده و همچنان به عنوان متغیری مهم و تعیین‌کننده برای افراد محسوب می‌شود. تبلور این بُعد هویتی را می‌توان از برگزاری اعیاد و جشن‌های مذهبی مختلف، انتخاب روزهای مهم زندگی، از جمله تعیین روز عقد و عروسی‌ها، یا مراسمات و مهمانی‌های خانوادگی و جمعی در روزهایی که اعیاد مذهبی را در تقویم مشخص می‌کنند، مانند عید فطر، نیمه شعبان، عید سعید قربان و... دریافت. برگزاری مراسمات مختلف عزاداری در ایام شهادت پیامبر و امامان شیعه نیز، یکی دیگر از نمودهای مذهبی بودن جامعه است. بنابراین بُعد دینی هویت، علی‌رغم پویش‌های مدرنیته، هنوز هم بین افراد و به‌خصوص جوانان وجود دارد و این

عاملی است که باعث شده است رابطه‌ی بین هویت دینی افراد و گرایش آن‌ها به سمت هویت مدرن و ابعاد آن، همسو با همدیگر نباشد، بلکه در جهت عکس همدیگر عمل کنند. جوانان بیش از دیگر گروه‌های سنی در معرض جهانی‌شدن و مدرنیته قرار دارند. درصد بالایی از جوانان، در فضای مجازی و آبر متن اینترنت و همچنین وسایل ارتباط جمعی در حرکت‌اند. کسب اطلاعات از این فضاها به نوعی بازاندیشی در مورد خود، شیوه‌ی زندگی و تفکر منجر می‌شود. دگرگونی‌های منتج به تغییرات در هویت سنتی، فرایندی جهانی به شمار می‌آید، هر چند بسته به مکان جغرافیایی و وضعیت منابع فرهنگی هویت‌ساز، میزان و نوع تأثیرپذیری جوامع متفاوت بوده‌است

ویژگی ارتباطات الکترونیکی در فضای سایبری، شرایطی متفاوت با روابط رو در رو را برای کاربران فراهم می‌سازد. سرعت عمل، ناشناس بودن و ... فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزاماتی چون جنسیت، طبقه، قوم، نژاد و مکان فراهم می‌کند که تجارب متفاوتی را برای کاربران ایجاد کرده‌است. تعاملاتی که در این فضا رخ می‌دهد، برای افراد ذهنیت و گرایش‌های جدیدی را ایجاد کرده که می‌تواند در رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی، تغییراتی هر چند جزئی ایجاد کند. ارتباطات سایبری می‌تواند انگیزه‌ی بیشتری را برای کاربران در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه‌ی تصویری غیر واقعی فراهم سازد (دهشیار و نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۲۳). مارک پاستر معتقد است در دوره‌ی جدید که اینترنت و شبکه‌های مجازی در جامعه سیطره دارد، داده‌ها و اطلاعات و اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند؛ چرا که این رسانه‌ها تغییراتی را در برداشت‌های فرد به وجود آورده، هویت را در وضعیت تازه‌ای قرار می‌دهد که بسیار با گذشته متفاوت و حتی گاهی مغایر است. هویت در اجتماعات سایبری در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. جامعه‌ی اطلاعاتی جدید، مَبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان است (نوابخش و همکاران، ۱۳۹۲).

برندا اونیل<sup>۱</sup> در مطالعه‌ی خود با عنوان «جنسیت، مذهب، سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی» بر تعهدگرایی مذهبی به‌عنوان یک عنصر سرمایه‌ی اجتماعی و مشارکت سیاسی میان زنان آمریکایی تأکید می‌کند. وی همچنین به بررسی رابطه‌ی میان مشارکت زنان در سازمان‌های مذهبی و ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی پرداخته‌است و در نهایت نشان می‌دهد که تعهد مذهبی زنان می‌تواند بر توسعه و افزایش سرمایه‌ی اجتماعی کمک کند (موحد و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۷).

مورگان<sup>۲</sup> دریافت که میزان بالای اهمیت شخصی مذهب، کنش متقابل دوستانه توأم با حس تعاون و همکاری در افراد ایجاد می‌کند و این وضعیت، کیفیت روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به هر حال به نظر می‌رسد مذهب چه از طریق «حضور» و چه از طریق «اهمیت» می‌تواند

1 Brenda O Neill

2 Morgan

حس اعتماد، پیوند، هویت مشترک، همبستگی اجتماعی و روحیه همکاری و تعاون و... که از مظاهر سرمایه‌ی اجتماعی هستند را، در افراد جامعه ایجاد کند (گنجی، ۱۳۸۳: ۱۲۵).

امروزه در کنار سرمایه اقتصادی، مالی و انسانی، از نوع دیگری از سرمایه به عنوان سرمایه اجتماعی نام برده می‌شود که به رابطه‌ی بین کنشگران انسانی مربوط است و از آن‌جا که در خلال روابط اجتماعی، شکل می‌گیرد، نامحسوس است و به همین دلیل کمتر مورد شناسایی قرار می‌گیرد. سرمایه اجتماعی گر چه ناملموس است، اما ملات چسبنده‌ی دیگر اشکال سرمایه است و باعث بازدهی بالاتر آن‌ها می‌شود. به عبارتی دیگر، بستری است که انواع دیگر سرمایه در آن به بار می‌نشیند (قاسمی و امیری اسفرجانی، ۱۳۹۰: ۲۲). افزایش این سرمایه باعث تعامل بیشتر و بهتر بین مردم خواهد شد (پناهی و شایگان، ۱۳۸۶) که از طریق هنجار و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌گردد (اندیشمند، ۱۳۸۸: ۱۰). در عوض، با کاهش و افول سرمایه اجتماعی، شاهد تبعیض، نابرابری، مهاجرت، فقدان حس عمومی، کاهش مشارکت اجتماعی، افول امور خیریه، افزایش انحرافات و اعتیاد، فروپاشی خانواده و شکاف بین‌نسلی خواهیم بود (خلقیان، ۱۳۸۷). هویت دینی نیز از مهم‌ترین عناصر ایجاد‌کننده‌ی همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر به دین و مذهب در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی دارد (گنجی و همکاران، ۱۳۸۹).

از همین روی فهم و بررسی ارتباط میان هویت مدرن و ابعاد آن با هویت دینی زنان جوان شهر اهواز، به‌عنوان فرضیه‌ی اصلی و کانونی پژوهش طرح می‌گردد. سایر فرضیه‌های این پژوهش در راستای شناخت بهتر و کامل‌تر زمینه‌های ظهور و بروز هویت مدرن و هویت دینی ارائه شده‌اند. این فرضیه‌ها بدین قرار می‌باشند:

- ۱- به نظر می‌رسد میان هویت مدرن و ابعاد آن و هویت دینی، رابطه وجود دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت مدرن و ابعاد آن، رابطه وجود دارد.
- ۳- به نظر می‌رسد میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت دینی، رابطه وجود دارد.
- ۴- به نظر می‌رسد میان سرمایه اجتماعی و هویت مدرن و ابعاد آن، رابطه وجود دارد.
- ۵- به نظر می‌رسد میان سرمایه اجتماعی و هویت دینی، رابطه وجود دارد.

## روش

روش مطالعه حاضر با توجه به موضوع و هدف تحقیق و نیز نحوه‌ی سنجش متغیرها، پیمایشی است و جمعیت آماری آن شامل کلیه‌ی زنان ۱۸ تا ۴۲ سال (در واقع زنان متولد شده در سالیان پس از وقوع انقلاب اسلامی) ساکن شهر اهواز در سال ۱۳۹۹ است. حجم نهایی نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران، ۱۹۲ نفر بود که پس از کنار گذاشتن یک پرسش‌نامه ناقص، تجزیه و

تحلیل نهایی بر روی نتایج حاصل از ۱۹۱ نفر از پاسخگویان انجام شده است<sup>۱</sup>. همچنین در این تحقیق، برای جمع‌آوری اطلاعات، از شیوه‌ی نمونه‌گیری سهمیه‌ای استفاده شده، و ابزار جمع‌آوری اطلاعات برای تمامی متغیرهای پژوهش، پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌است. برای دستیابی به اعتبار ابزار جمع‌آوری اطلاعات، از ضریب «آلفای کرونباخ» استفاده شده که برای همه‌ی متغیرهای پژوهش، بیش از ۰,۸۰ به‌دست آمد. همچنین برای سنجش روایی ابزار تحقیق، از روایی محتوایی استفاده شده‌است.

### ویژگی‌های پاسخگویان

۴,۷ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات پایین‌تر از دیپلم هستند. میزان تحصیلات ۶,۳ درصد در سطح دیپلم و پیش‌دانشگاهی، و ۲۰,۹ درصد در سطح فوق‌دیپلم است. ۳,۳۹ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و ۲۸,۸ درصد نیز دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری می‌باشند. ۸,۴ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۱۸ تا ۲۰ سال، ۱۲ درصد در گروه سنی ۲۱ تا ۲۵ سال، ۱۴,۷ درصد در گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال، ۳۱,۴ درصد در گروه سنی ۳۱ تا ۳۵ سال و ۳۳,۵ درصد در گروه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال قرار دارند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۱,۹ سال و با انحراف معیار ۶,۴ سال است. کمینه سنی پاسخگویان ۱۸ و حداکثر آن ۴۰ سال است. ۳,۱ درصد از پاسخگویان تحقیق دانش‌آموز، ۲۶,۱ درصد دانشجو، ۱۹,۳ درصد خانه‌دار، ۳۴ درصد بیکار و ۱۷,۲ درصد نیز شاغل می‌باشند. ۲۷,۷ درصد از پاسخگویان تحقیق متأهل هستند. ۷۰,۲ درصد تاکنون ازدواج نکرده‌اند و ۲,۰ درصد نیز به دلیل جدایی از همسر، در وضعیت تجرد قرار داشته‌اند. ۱۲ درصد از پاسخگویان تحقیق در پایگاه اجتماعی-اقتصادی خیلی پایین و ۱۵,۷ درصد نیز در پایگاه اجتماعی-اقتصادی پایین قرار دارند. ۴۸,۱ درصد از پاسخگویان در پایگاه اجتماعی-اقتصادی متوسط، ۲۰,۴ درصد در پایگاه تاحدی بالا و ۳,۶ درصد نیز در پایگاه اجتماعی-اقتصادی کاملاً بالا قرار می‌گیرند.

۱. لازم است اشاره شود که جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه‌ی جوانان مرد و زن ۱۸-۴۲ ساله‌ی ساکن شهر اهواز در زمان انجام پژوهش بوده‌است. این تعداد مطابق آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵) برابر ۳۸۴,۲۱۴ نفر بوده‌است. در این پژوهش برای برآورد تعداد نمونه پژوهش، از فرمول مربوط به محاسبه‌ی تعداد نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای به‌دست آوردن تعداد اندازه‌ی نمونه استفاده شد و تعداد نمونه برای  $p = 0.05$  با خطای ۰,۰۵ محاسبه شد. در این فرمول  $Z$  برابر ۱,۹۶،  $p=q=0.03$  و  $d$ =مقدار اشتباه مجاز (مقدار خطا) است. تعداد نهایی نمونه پژوهش با استفاده از این فرمول ۳۸۴ نفر به دست آمد که به صورت مساوی (۱۹۲ نفر زن و ۱۹۲ نفر مرد) تقسیم شد. با توجه به تغییرات معنادار گرایش به ابعاد هویتی در بین زنان و مردان، تصمیم بر آن شد تا در یک مقاله‌ی مجزا به این تغییرات پرداخته شود و در مقاله‌ی حاضر صرفاً به نتایج برآمده از پژوهش در میان زنان جوان شهر اهواز اشاره شود.

## یافته‌ها

## هویت مدرن

بنا بر آنچه در مباحث نظری و مرور مطالعات پیشین یافت شد، هفت بُعد «برابری خواهی»، «گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب»، «به‌روز بودن»، «دنیاگرایی»، «سبک زندگی مدرن»، «ترقی خواهی» و «تعلقات فراوطنی» به عنوان ابعاد و مؤلفه‌های اصلی هویت مدرن در نظر گرفته شده‌است. برای سنجش بُعد «برابری خواهی» از ۱۸ گویه استفاده شده‌است. همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌نماییم، میانگین مؤلفه‌ی برابری خواهی ۶۹,۰۸ از نمره‌ی ۱۸-۹۰ و با مقدار انحراف معیار ۱۰,۸۶ است. در شاخص پراکندگی، واریانس مؤلفه‌ی برابری خواهی ۱۱۸,۱۲ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۰,۸۵۹- و مقدار مثبت کشیدگی ۱,۴۸۵ می‌باشد.

برای سنجش بُعد «گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب» از ۱۶ گویه استفاده شده‌است. میانگین گرایش به مؤلفه‌ی ارزش‌ها و فرهنگ غرب ۵۲,۸۲ از نمره‌ی ۱۶-۸۰ و با مقدار انحراف معیار ۹,۳۸ است. در شاخص پراکندگی، واریانس مؤلفه‌ی گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب ۸۸,۰۳ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۰,۶۳۹- و مقدار مثبت کشیدگی ۱,۰۶۲ می‌باشد. برای سنجش بُعد «به‌روز بودن» از هفت گویه استفاده شده‌است. میانگین مؤلفه‌ی به‌روز بودن ۲۵,۴۹ از نمره‌ی ۷-۳۵ و با مقدار انحراف معیار ۴,۱۲ است. در شاخص پراکندگی، واریانس مؤلفه‌ی به‌روز بودن ۱۷,۰۲ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۰,۳۹۲ و مقدار مثبت کشیدگی ۰,۰۰۵ می‌باشد.

برای سنجش بُعد «دنیاگرایی» از ۱۲ گویه استفاده شده‌است. میانگین مؤلفه‌ی دنیاگرایی ۴۳,۰۶ از نمره‌ی ۱۲-۶۰ و با مقدار انحراف معیار ۶,۹۱ است. در شاخص پراکندگی، واریانس مؤلفه‌ی دنیاگرایی ۴۷,۸۶ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۰,۰۹۵ و مقدار مثبت کشیدگی ۰,۳۴۵ می‌باشد.

برای سنجش بُعد «سبک زندگی مدرن» از ۱۵ گویه استفاده شده‌است. میانگین مؤلفه‌ی سبک زندگی مدرن ۵۴,۷۴ از نمره‌ی ۱۵-۷۵ و با مقدار انحراف معیار ۱۰,۰۸ است. در شاخص پراکندگی، واریانس مؤلفه‌ی سبک زندگی مدرن ۱۰۱,۶۵ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۰,۰۲۹- و مقدار مثبت کشیدگی ۰,۰۶۲ می‌باشد.

برای سنجش بُعد «ترقی خواهی» از ۳۱ گویه استفاده شده‌است. میانگین مؤلفه‌ی ترقی خواهی ۷۸,۱۳ از نمره‌ی ۳۵-۱۵۵ و با مقدار انحراف معیار ۱۱,۴۰ است. در شاخص پراکندگی، واریانس مؤلفه‌ی ترقی خواهی ۱۳۰,۰۸ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۱,۰۷۲- و مقدار مثبت کشیدگی ۱,۴۲۹ می‌باشد.

برای سنجش بُعد تعلقات فراوطنی از ۲۵ گویه استفاده شده‌است. میانگین تعلقات فراوطنی ۹۲,۷۳ از نمره‌ی ۲۵-۱۲۵ و با مقدار انحراف معیار ۱۳,۰ است. در شاخص پراکندگی، واریانس

مؤلفه‌ی تعلقات فراوطنی ۱۶۹,۰۳ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۱,۳۳۴- و مقدار مثبت کشیدگی ۳,۴۶۱ می‌باشد.

**جدول ۱: شاخص‌های توصیفی گرایش مرکزی، پراکندگی و شکل توزیع مؤلفه‌های هویت مدرن**

مؤلفه‌ها	میانگین	انحراف معیار	واریانس	کجی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
برابری خواهی	۶۹,۰۸	۱۰,۸۶	۱۱۸,۱۲	-۰,۸۵۹	۱,۴۸۵	۲۹	۸۹
گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب	۵۲,۸۲	۹,۳۸	۸۸,۰۳	-۰,۶۳۹	۱,۰۶۲	۲۰	۷۲
به‌روز بودن	۲۵,۴۹	۴,۱۲	۱۷,۰۲	۰,۳۹۲	۰,۰۰۵	۱۶	۳۵
دنیاگرایی	۴۳,۰۶	۶,۹۱	۴۷,۸۶	۰,۰۹۵	۰,۳۴۵	۲۲	۵۹
سبک زندگی مدرن	۵۴,۷۴	۱۰,۰۸	۱۰۱,۶۵	-۰,۰۲۹	۰,۰۶۲	۲۵	۷۵
ترقی خواهی	۷۸,۱۳	۱۱,۴۰	۱۳۰,۰۸	-۱,۰۷۲	۱,۴۲۹	۳۹	۹۹
تعلقات فراوطنی	۹۲,۷۳	۱۳,۰۰	۱۶۹,۰۳	-۱,۳۳۴	۳,۴۶۱	۴۱	۱۱۹

### هویت دینی

مطابق آن‌چه در مباحث نظری و مرور مطالعات پیشین مشاهده شد، برای سنجش هویت دینی از ۲۹ گویه استفاده شده‌است. با توجه به آن‌چه در جدول ۲ مشاهده می‌نماییم، میانگین هویت دینی ۱۰۵,۳۸ از نمره‌ی ۲۹-۱۴۵ و با مقدار انحراف معیار ۱۹,۰۸ است. در شاخص پراکندگی، واریانس هویت دینی ۳۶۴,۱۷ است. در شاخص‌های شکل توزیع، مقدار کجی ۰,۳۲۰- و مقدار مثبت کشیدگی ۰,۰۲۸- می‌باشد. کمینه‌ی نمرات پاسخگویان در متغیر هویت دینی نیز، ۵۷ و بیشینه‌ی آن، ۱۴۲ است.

**جدول ۲: شاخص‌های توصیفی گرایش مرکزی، پراکندگی و شکل توزیع هویت دینی**

میانگین	انحراف معیار	واریانس	کجی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
۱۰۵,۳۸	۱۹,۰۸	۳۶۴,۱۷۵	-۰,۳۲۰	-۰,۰۲۸	۵۷	۱۴۲

### آزمون فرضیات

**فرضیه ۱: به نظر می‌رسد میان هویت مدرن و ابعاد آن و هویت دینی زنان جوان، رابطه وجود دارد.**

همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، نسبت میان هویت مدرن و هویت دینی، به شکل معناداری معکوس است. بدین معنی که با تقویت هر یک، دیگری تضعیف خواهد شد. شدت این رابطه نیز در سطح نسبتاً ضعیف ( $I^2 = -0,273$ ) است. این رابطه با توجه به ضریب اطمینان، قابل تعمیم به جامعه‌ی زنان جوان نسل پس از انقلاب اسلامی در شهر اهواز است. بر اساس یافته‌های پژوهش، در میان ابعاد هفت‌گانه‌ی هویت مدرن، قوی‌ترین ارتباط میان «دنیاگرایی» و هویت دینی مشاهده می‌شود. شدت این رابطه در سطح متوسط ( $I^2 = -0,562$ ) و شکل آن به صورت معکوس است. یعنی در صورت تقویت هویت مدرن، هویت دینی زنان تضعیف خواهد شد. بر اساس نتایج ارائه‌شده در جدول، این ارتباط معنادار معکوس، میان ابعاد «برابری‌خواهی» و «گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب» نیز با هویت دینی در سطح متوسط مشاهده شده‌است. نتایج این جدول، رابطه‌ی معناداری میان هویت دینی و سایر ابعاد هویت مدرن (سبک زندگی مدرن، ترقی‌خواهی و تعلقات فراوطنی) نشان نمی‌دهد.

**جدول ۳: آزمون ارتباط میان هویت مدرن و ابعاد آن با هویت دینی**

نتیجه فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	فرضیات پژوهش
تأیید	-۰,۲۷۳	۰,۰۰۰	هویت مدرن
تأیید	-۰,۳۹۶	۰,۰۰۰	برابری‌خواهی
تأیید	-۰,۳۶۳	۰,۰۰۰	گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب
تأیید	-۰,۲۲۸	۰,۰۰۲	به‌روز بودن
تأیید	-۰,۵۶۲	۰,۰۰۰	دنیاگرایی
رد	-۰,۰۲۲	۰,۷۶۵	سبک زندگی مدرن
رد	۰,۰۹۶	۰,۱۸۶	ترقی‌خواهی
رد	-۰,۱۳۴	۰,۰۶۵	تعلقات فراوطنی

**فرضیه ۲: به نظر می‌رسد میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت مدرن و ابعاد آن، رابطه وجود دارد.**

بر اساس نتایج ارائه‌شده در جدول ۴، رابطه‌ی میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت مدرن در زنان جوان شهر اهواز، معنادار بوده‌است. شدت این رابطه در سطح نسبتاً

متوسط و شکل آن به صورت مستقیم است؛ یعنی در صورت افزایش استفاده از این شبکه‌ها، هویت مدرن تقویت می‌شود و در صورت کاهش استفاده از این شبکه‌ها، هویت مدرن تضعیف خواهد شد. قوی‌ترین رابطه میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و گرایش زنان جوان به ارزش‌ها و فرهنگ غرب با مقدار ( $r=0,445$ ) و به صورت مستقیم مشاهده می‌شود. کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین در میان ابعاد هویت مدرن به ترتیب قوی‌ترین رابطه را با «به‌روز بودن»، «سبک زندگی مدرن»، «تعلقات فراوطنی» «دنیاگرایی» و «برابری خواهی» نشان می‌دهد. شدت این رابطه‌ها از متوسط تا ضعیف، اما به شکلی مستقیم می‌باشد.

جدول ۴: رابطه میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت مدرن و ابعاد آن

نتیجه فرضیه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	فرضیات پژوهش
تأیید	۰,۰۰۰	۰,۲۹۹	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> هویت مدرن
تأیید	۰,۰۳۹	۰,۱۵۰	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> برابری خواهی
تأیید	۰,۰۰۰	۰,۴۴۵	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب
تأیید	۰,۰۰۰	۰,۳۳۹	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> به‌روز بودن
تأیید	۰,۰۱۰	۰,۱۸۶	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> دنیاگرایی
تأیید	۰,۰۰۰	۰,۳۲۶	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> سبک زندگی مدرن
رد	۰,۹۲۴	-۰,۰۰۷	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> ترقی خواهی
تأیید	۰,۰۰۱	۰,۲۳۰	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین -> تعلقات فراوطنی

فرضیه ۳: به نظر می‌رسد میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت دینی، رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۵، رابطه‌ی میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت دینی زنان جوان شهر اهواز، معنادار بوده است. مقدار ضریب مشاهده شده ( $r=-0,161$ )، بیانگر این است که شدت این رابطه در سطح ضعیف و شکل آن به صورت معکوس است؛ یعنی در صورت افزایش استفاده از این شبکه‌ها، هویت دینی زنان تضعیف می‌شود و در صورت کاهش استفاده از این شبکه‌ها، هویت دینی تقویت خواهد شد.



جدول ۵: رابطه میان کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین و هویت دینی

نتیجه فرضیه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین - < هویت دینی
تأیید	۰,۰۲۶	-۰,۱۶۱	

**فرضیه ۴:** به نظر می‌رسد میان سرمایه اجتماعی و هویت مدرن و ابعاد آن، رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۶، رابطه میان سرمایه اجتماعی و دو بُعد «برابری خواهی» و «دنیاگرایی» از ابعاد هویت مدرن، معنادار است. شدت این روابط در سطح نسبتاً ضعیف و شکل آن به صورت معکوس است. یعنی با افزایش سرمایه اجتماعی، «برابری خواهی» و «دنیاگرایی» تضعیف خواهد شد و در صورت کاهش سرمایه اجتماعی، «برابری خواهی» و «دنیاگرایی» تقویت می‌شود. نتایج این جدول، رابطه‌ی معناداری میان سرمایه اجتماعی و سایر ابعاد هویت مدرن (گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب، به‌روز بودن، سبک زندگی مدرن، ترقی خواهی و تعلقات فراوطنی) نشان نمی‌دهد.

جدول ۶: رابطه میان سرمایه اجتماعی و هویت مدرن و ابعاد آن

نتیجه فرضیه	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	فرضیات پژوهش
رد	۰,۴۹۴	-۰,۰۵۰	سرمایه اجتماعی - < هویت مدرن
تأیید	۰,۰۰۰	-۰,۲۸۵	سرمایه اجتماعی - < برابری خواهی
رد	۰,۹۳۶	-۰,۰۰۶	سرمایه اجتماعی - < گرایش به ارزش‌ها و فرهنگ غرب
رد	۰,۶۳۷	۰,۰۳۴	سرمایه اجتماعی - < به‌روز بودن
تأیید	۰,۰۰۰	-۰,۲۶۵	سرمایه اجتماعی - < دنیاگرایی
رد	۰,۰۸۳	۰,۱۲۶	سرمایه اجتماعی - < سبک زندگی مدرن
رد	۰,۲۵۲	۰,۰۸۳	سرمایه اجتماعی - < ترقی خواهی
رد	۰,۸۴۲	۰,۰۱۵	سرمایه اجتماعی - < تعلقات فراوطنی

**فرضیه ۵:** به نظر می‌رسد میان سرمایه اجتماعی و هویت دینی، رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج ارائه شده در جدول ۷، رابطه‌ی میان سرمایه اجتماعی و هویت دینی معنادار است. مقدار ضریب مشاهده شده ( $I=0,482$ )، بیانگر این است که شدت این رابطه در سطح متوسط و شکل آن به صورت مستقیم است؛ یعنی در صورت تقویت و افزایش سرمایه اجتماعی در میان زنان جوان، هویت دینی در میان آنان نیز تقویت خواهد شود و در صورت کاهش سرمایه اجتماعی، هویت دینی تضعیف می‌شود.

جدول ۷: رابطه میان سرمایه اجتماعی و هویت دینی

نتیجه فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	نتیجه فرضیه
تأیید	۰,۴۸۲	۰,۰۰۰	سرمایه اجتماعی -> هویت دینی

تبیین هویت مدرن بر اساس هویت دینی و سایر متغیرهای تحقیق

در جدول ۸، مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) بین متغیرهای مستقل مورد بررسی با متغیر هویت مدرن، ۰,۴۳۱ است که نشان‌دهنده همبستگی نسبتاً خوبی بین متغیرهای مستقل و هویت مدرن است. همچنین با توجه به مقدار ضریب (R<sup>2</sup>) می‌توان گفت ۰,۱۸۶ درصد از تغییرات هویت مدرن به وسیله این چند متغیر تبیین می‌شود. از سوی دیگر با توجه به این که سطح معنی‌داری جدول خلاصه مدل رگرسیونی برای همه متغیرهای مستقل (به استثنای سرمایه اجتماعی) کمتر از ۰,۰۵ است، لذا می‌توان نتیجه گرفت که الگوی رگرسیونی این پژوهش الگوی نسبتاً خوبی است و متغیرهای مستقل قادرند تغییرات مربوط به هویت مدرن را پیش‌بینی کنند. همچنین مقدار بتای ارائه شده در جدول ۱۵ نشان می‌دهد که به ازای افزایش یک واحد انحراف استاندارد در متغیرهای مستقل به مقدار بتای آن متغیرها، بر متغیر وابسته افزوده می‌شود. بر اساس نتایج جدول فوق می‌توان گفت متغیر هویت دینی با مقدار بتا -۰,۲۸۱، بهترین پیشگوی هویت مدرن به شمار می‌رود.

جدول ۸: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه‌ی متغیرهای پیش‌بین با هویت مدرن به روش همزمان

R	R <sup>2</sup>	سطح معناداری
۰,۴۳۱	۰,۱۸۶	۰,۰۰۰

جدول ۹: خلاصه مدل رگرسیونی و مشخصه‌های آماری به روش رگرسیون همزمان

شاخص‌های آماری	B	خطای استاندارد	Beta	مقدار T	سطح معناداری
مقدار ثابت	۴۵۳,۱۳۴	۴۱,۸۵۳		۱۰,۸۲۷	۰,۰۰۰
هویت دینی	-۰,۷۲۲	۰,۲۰۷	-۰,۲۸۱	-۳,۴۸۴	۰,۰۰۱
کاربری شبکه‌های اجتماعی نوین	۰,۸۴۹	۰,۲۳۲	۰,۲۶۵	۳,۶۵۱	۰,۰۰۰
سرمایه اجتماعی	۰,۰۸۱	۰,۲۵۸	۰,۰۲۵	-۰,۳۱۵	۰,۷۵۳
پایگاه اجتماعی-اقتصادی	-۳,۳۳۳	۱,۵۵۳	-۰,۱۴۶	-۲,۱۴۶	۰,۰۳۳
سن	۱,۳۰۹	۰,۵۲۰	۰,۱۷۲	-۲,۵۱۷	۰,۰۱۳

## تبیین هویت دینی بر اساس هویت مدرن و سایر متغیرهای تحقیق

در جدول ۱۰، مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) بین متغیرهای مستقل مورد بررسی با متغیر هویت دینی، ۰٫۶۰۴ است که نشان‌دهنده‌ی همبستگی نسبتاً خوبی بین متغیرهای مستقل و هویت دینی است. همچنین با توجه به مقدار ضریب ( $R^2$ ) می‌توان گفت ۰٫۳۶۵ درصد از تغییرات هویت دینی به وسیله این چند متغیر تبیین می‌شود. از سوی دیگر با توجه به این که سطح معنی‌داری جدول خلاصه مدل رگرسیونی برای همه متغیرهای مستقل (به استثنای سن پاسخگویان) کمتر از ۰٫۰۵ است، لذا می‌توان نتیجه گرفت که الگوی رگرسیونی این پژوهش الگوی نسبتاً خوبی است و متغیرهای مستقل قادرند تغییرات مربوط به هویت دینی را پیش‌بینی کنند. همچنین مقدار بتای ارائه شده در جدول ۱۱ نشان می‌دهد که به ازای افزایش یک واحد انحراف استاندارد در متغیرهای مستقل به مقدار بتای آن متغیرها، بر متغیر وابسته افزوده می‌شود. بر اساس نتایج جدول فوق می‌توان گفت متغیر سرمایه اجتماعی با مقدار بتا ۰٫۵۰۳، بهترین پیشگوی هویت دینی به شمار می‌رود.

جدول ۱۰: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه‌ی متغیرهای پیش‌بین با هویت دینی به روش همزمان

R	R <sup>2</sup>	سطح معناداری
۰٫۶۰۴	۰٫۳۶۵	۰٫۰۰۰

جدول ۱۱: خلاصه مدل رگرسیونی و مشخصه‌های آماری به روش رگرسیون همزمان

شاخص‌های آماری	B	خطای استاندارد	Beta	مقدار T	سطح معناداری
مقدار ثابت	۱۲۹٫۷۱۸	۱۵٫۷۰۲		۸٫۲۶۱	۰٫۰۰۰
هویت مدرن	-۰٫۰۸۵	۰٫۰۲۴	-۰٫۲۱۹	-۳٫۴۸۴	۰٫۰۰۱
کاربری شبکه‌های اجتماعی	-۰٫۲۴۱	۰٫۰۸۱	-۰٫۱۹۳	-۲٫۹۹۱	۰٫۰۰۳
نوبین					
سرمایه اجتماعی	۰٫۶۲۹	۰٫۰۷۶	۰٫۵۰۳	۸٫۳۱۰	۰٫۰۰۰
پایگاه اجتماعی-اقتصادی	-۱٫۶۰۲	۰٫۵۲۷	-۰٫۱۸۱	-۳٫۰۴۰	۰٫۰۰۳
سن	۰٫۲۵۶	۰٫۱۸۱	۰٫۰۸۶	۱٫۴۱۶	۰٫۱۵۹

## نتیجه‌گیری

در این مقاله به مطالعه‌ی صورت‌بندی هویت مدرن و هویت دینی، به مثابه‌ی وضعیت‌هایی سیال و متأثر از منابع متعدد پرداخته شده‌است. مطابق نتایج ارائه شده، نسبت میان هویت مدرن و هویت دینی، به شکل معناداری معکوس است. بدین معنی که با تقویت هر یک، دیگری تضعیف خواهد شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، در میان ابعاد هفت‌گانه‌ی هویت مدرن، قوی‌ترین ارتباط

میان «دنیاگرایی» و هویت دینی مشاهده می‌شود. نتایج این تحقیق با بیشتر پژوهش‌های انجام شده انطباق دارد. در واقع، جامعه‌ی ایران در محافل علمی جامعه‌ای مذهبی شناخته می‌شود و هم‌راستا با آن در اهواز نیز چنین است. نتایج بیشتر پژوهش‌ها نیز تأییدکننده‌ی این ادعا هستند (سراج‌زاده و پویافر، ۱۳۸۶؛ میرسندسی، ۱۳۸۳؛ توسلی و مرشدی، ۱۳۸۵). توجه به وضعیت دینداری جوانان در سال‌های اخیر بحث‌های زیادی درباره‌ی وجود تفاوت و حتی شکاف نسلی در جامعه‌ی ایران را نشان می‌دهد (آزادارمکی، ۱۳۸۹). کانون اصلی تفاوت‌ها و شکاف‌ها، وجود تفاوت در ارزش‌ها و نگرش‌های نسل جوان نسبت به نسلی است که نسل اول (در ایران پس از انقلاب) نامیده می‌شود. از جمله ویژگی‌های نسل جوان، سهل‌گیری و داشتن گونه‌ای از سبک زندگی است که مجموعه‌ای از ارزش‌ها و باورهای گاه متعارض را در خود دارد. در سطح کلی، زنان جوان اهوازی، ابعادی از هویت مدرن را پذیرفته‌اند و در عین حال به شعائر دینی نیز پایبند هستند. بدین ترتیب در میان این زنان جوان می‌توان طیفی از کنش‌ها را ملاحظه کرد که در یک سر آن، حضور در مراسم و مناسک مذهبی و در سر دیگر طیف، استفاده از انواع موسیقی غربی، مد و پوشش به‌ظاهر غیر معمول را در بر می‌گیرد. فرضیه‌ی دوم این پژوهش، به بررسی تأثیر تقویت‌کننده‌ی کاربری شبکه‌های اجتماعی مجازی نوین بر ابعاد هویت مدرن در میان زنان جوان پرداخته‌است. نتایج نشان می‌دهد که بین کاربری شبکه‌های اجتماعی و هویت مدرن و ابعاد آن، رابطه‌ی مثبت و مستقیمی وجود دارد. یعنی استفاده از فضاها و مجازی توانسته ابعاد هویت مدرن را در بین زنان جوان تقویت کند. این یافته در راستای نتایج پژوهش‌های ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵)، کیان‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، مهدی‌زاده و توفیقی (۱۳۹۵)، افشاریان (۱۳۹۶)، لانگ و همکاران (۲۰۰۷) است. بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیقات مذکور، در همگی آن‌ها، فضای مجازی در شکل‌گیری هویت نقش اساسی داشته‌است. در جامعه‌ی امروز، شبکه‌های سایبری وضعیت جدیدی را برای کاربران فراهم کرده و مرزهای تازه‌ای را در شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت جوانان پدید آورده‌اند. چنین استفاده‌ی گسترده‌ای از شبکه‌های اجتماعی، ضمن بر جای گذاشتن اثرات فردی، می‌تواند، سبب گسترش هویت مدرن و شکل‌گیری یک الگوی نوین فرهنگی نیز باشد.

در فرضیه‌ی چهارم این پژوهش، به بررسی رابطه‌ی بین سرمایه اجتماعی و هویت مدرن پرداخته شده‌است. نتایج نشان می‌دهند که رابطه‌ی میان سرمایه اجتماعی و دو بُعد «برابری-خواهی» و «دنیاگرایی» از ابعاد هویت مدرن، معنادار است. می‌توان گفت که با ورود به دنیای جدید و روند فزاینده‌ی فردگرایی، بسیاری از ابعاد جمعی زندگی، با افول روبه‌رو می‌شوند. در نقطه‌ی مقابل در دنیای مدرن کنونی، هویت در سطح فردی اهمیت خواهد داشت و طبیعتاً هویت جمعی متکی بر شبکه‌های سنتی در اولویت نخواهد بود؛ شبکه‌هایی که از مبانی وجود و گسترش سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه به شمار می‌روند. در چنین فضایی و با گسترش سبک زندگی مدرن و کاهش سرمایه‌ی اجتماعی به موازات آن، می‌توان انتظار چنین نتیجه‌ای را داشت که فردی شدن ایده‌ها و

اندیشه‌ها و اهمیت علایق و منافع شخصی با منافع جمع منطبق نیست و این نتیجه حاکی از روند رو به افول سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه و به‌ویژه در افراد دارای هویت مدرن است.

در فرضیه‌ی پنجم این پژوهش، به بررسی رابطه‌ی بین سرمایه اجتماعی و هویت دینی پرداخته شده است. نتایج بیانگر رابطه‌ی معنادار سرمایه اجتماعی و هویت دینی، با شدت متوسط و به صورت مستقیم است. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق احمدی و همکاران (۱۳۹۳)، کتابی و همکاران (۱۳۸۳)، ربانی و طاهری (۱۳۸۷)، گنجی و همکاران (۱۳۸۹)، جانسون<sup>۱</sup> و جانگ<sup>۲</sup> (۲۰۰۴)، کینگ<sup>۳</sup> و جیمز<sup>۴</sup> (۲۰۰۴)، لیم<sup>۵</sup> و پاتنام<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) انطباق دارد. همچنین، از آن جایی که نتایج این تحقیق نشان داد هر چه هویت دینی افراد قوی‌تر باشد، سرمایه اجتماعی نیز تقویت می‌شود، با رویکردهای نظری مطرح شده در چارچوب نظری تحقیق نیز همخوانی دارد؛ به طوری که ایوانز (۱۳۷۹) بر نقش فعالیت‌های دینی در بهبود کنش‌های متقابل افراد در پیوند و اعتماد آن‌ها به یکدیگر تأکید می‌کند و معتقد بود که رفتار دینی با سایر مؤمنان، دوستان و اعضای خانواده، گامی در جهت ایجاد سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود. همچنین، کاندلند<sup>۷</sup> (۲۰۰۰) معتقد است اعتقادات دینی از طریق ایجاد شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی ارتباط با سایر هم‌نوعان، وظیفه‌شناسی، احترام نسبت به دیگران، صداقت و اعمال هنجارهای همبستگی، می‌تواند مبنای سرمایه اجتماعی قلمداد گردد. در حقیقت، بیشتر آموزه‌های دینی بر مبنای احترام به حقوق دیگران، همیاری با افراد جامعه، معاشرت-های سالم با هم‌کیشان، ایجاد اعتماد در دیگران و دیگر ارزش‌های اخلاقی نیک و مثبتی است که اگر دینداران بدین شکل رفتار نمایند، پیامد آن تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه خواهد بود (احمدی و همکاران، ۱۳۹۳).

از آن جایی که با پدید آمدن شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در این فضاها و شبکه‌ها - به‌ویژه در میان اقشار جوان‌تر جامعه - شکل گرفته و روابط میان افراد با اشکال سنتی پیش از آن، تفاوت‌های جدی یافته است؛ می‌توان با افزایش سواد رسانه‌ای مردم و به‌ویژه دانش-آموزان و دانشجویان و آموزش آنان، از این فرصت نوظهور ارتباطی، به بهترین و مفیدترین شکل بهره‌برداری کرد. فضای مجازی در عین داشتن تهدیدها و محدودیت‌ها، فرصت‌ها و قابلیت‌های زیادی را به همراه دارد. لذا پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان مرتبط، زمینه‌های مدیریت خردمندانه‌ی این فضا و تولید محتوای مناسب و سالم در قالب‌های جذاب و متناسب با نیاز جوانان در شبکه‌های مجازی را فراهم نمایند. متولیان و سیاست‌گذاران اجتماعی و فرهنگی کشور همچنین

1 Johnson  
2 Jang  
3 King  
4 James  
5 Lim  
6 Putnam  
7 Canland

می‌توانند با تدوین، تبلیغ، اجرای کارگاه‌های آموزشی و نشست‌های تخصصی و الگوسازی سبک زندگی ایرانی و اسلامی - منطبق با نیازها، تمایلات و علایق و سلائق نوجوانان و جوانان - از گرایش جوانان به سمت سبک‌های زندگی غیر ایرانی و غیر اسلامی بکاهند. این موضوع حتی از نظر اقتصادی نیز، دارای سویه‌های مثبتی خواهد بود؛ چرا که با افزایش خرید کالاهای داخلی، تقویت گردشگری داخلی و صرف هزینه‌ها در داخل کشور، چرخ‌های اقتصادی کشور در بخش‌های صنعتی و خدماتی به کار افتاده و رونق روز افزون اقتصادی را به دنبال داشته باشد.

به‌عنوان پیشنهادات پژوهشی آتی، با توجه به این که جامعه‌ی ایران یک جامعه‌ی چندقومی و چندفرهنگی و یا کثیرالمذاهب است؛ بهتر است در کنار توجه به هویت مدرن و هویت مذهبی، موضوع هویت قومی و ملی نیز در پژوهش‌هایی جامع‌تر و در ابعادی وسیع‌تر، مورد اعتنا و بررسی قرار گیرد. نگارنده همچنین پیشنهاد می‌نماید که تحقیقات میدانی با رویکردهای برساختی - تفسیری و نیز انتقادی در این زمینه صورت پذیرد که بدون شک به توسعه و گسترش اطلاعات و یافته‌ها در این زمینه می‌انجامد و ادبیات غنی را در این حوزه خواهد پروراند.

### محدودیت‌های پژوهش

در خصوص محدودیت‌های پژوهش می‌توان به سه موضوع اشاره کرد. اولین و مهم‌ترین محدودیت این پژوهش، پاندمی کرونا و فاصله‌گذاری اجتماعی بود که فرآیند جمع‌آوری اطلاعات میدانی را دشوارتر، طولانی‌تر و البته پُر هزینه‌تر کرد. این موضوع هم از حیث پاسخگویان و هم تیم پژوهش، از این نظر که در هنگام توزیع و تکمیل پرسش‌نامه، ناقل ویروس نباشند، سبب‌ساز تشویش و نگرانی پژوهشگر بود. محدودیت دیگر این پژوهش، مربوط به تناقض‌های هویتی جوانان و تضادهای درونی افراد بود. بدین معنی که برخی از جوانان خیلی راغب نبودند که بخواهند، پیرامون این تناقضات به پرسش‌های پژوهش پاسخ دهند. همچنین از آنجایی که نمونه‌ی مورد بررسی ما، زنان و دختران جوان بودند، علی‌رغم استفاده از پرسشگران زن، تعداد محدودی از پاسخگویان در پاسخگویی به سؤالاتی در ارتباط با مد و به‌روز بودن و برخی دیگر از سؤالات، با نوعی حساسیت و محافظه‌کاری رفتار می‌کردند که این موضوع در موارد معدودی منجر به بروز برخی مشکلات در جمع‌آوری اطلاعات میدانی شد.

## References

- Afsharyan, Neda. (۲۰۱۷). Predicting the formation of modern identity in female students based on the use of virtual social networks, Volume ۲۴, Number ۸۹, pp. ۱۴۷-۱۲۱.
- Ahmadi, Sirus; Mirfardi, Asghar; Ebtokari, Mohammad Hussain (۲۰۱۴). Investigating the Relationship between Religious Identity and Social Capital (Case Study: Yasuj City), Journal of Applied Sociology, Volume ۲۵, Number ۴, pp. ۱۶-۱.
- Ameli, Seyed Reza (۲۰۰۳). "Two Globalizations and the Global Anxiety Society", Social Science Letters, No. ۲۱, pp. ۱۷۴-۱۴۳.
- Azad Armaki, Taqi. (۲۰۱۰). "Sociology of Iran: Sociology of Intergenerational Relations", First Edition, Tehran: Alam Publishing.
- Azad Armaki, Taqi; Chavoshian, Hassan (۲۰۰۲). The body as a medium of identity, Iranian Journal of Sociology, Volume ۴, Number ۲, pp. ۷۵-۵۷.
- Bolordi, Zuhair Mustafa; Abdullahi, Mohammad. (۲۰۱۱). A Study of the Development of Modern Individual Identity among Adolescent Girls in Tehran (Study Sample: Pre-University Degrees), Journal of Women's Social and Psychological Studies, Volume ۹, Number ۱, pp. ۱۴۳-۱۶۴.
- Burger, Peter L.; Luckman, Thomas. (۲۰۱۹). Social construction of reality; A Treatise on the Sociology of Cognition, translated by Fariborz Majidi, Tehran: Scientific and Cultural Publications.
- Burger, Peter; Burger, Bridget; Kellner, Hansfried. (۲۰۰۲). The Homeless Mind: Renovation and Awareness, translated by Mohammad Savoji, Tehran: Ney Publishing.
- Canland, C. (۲۰۰۰) "Religion and Community Development in Southern Asia". Policy Sciences, Vol. ۳۳, pp 355-374.
- Chit maker Qomi, Mohammad Javad. (۲۰۰۴). Generation Break in Iran: Myth or Reality, Tehran: University Jihad Publications.
- Chopra, R. & Gajjala, R. (2011). Global media, culture, and identity: Theory, cases, and approaches (1 st ed.). New York: Taylor & Francis.

- Chou, A., & Lim, B. (2020). A Framework for measuring happiness in online social network. *Information system*, 1(1), 198-203.
- Dehshiar, Hussein; Noor Mohammadi, Morteza (۲۰۰۹). "Power in the Information Age", *Scientific Journal of Defense Policy*, Volume ۱۸, Number ۶۹, pp. ۱۹۲-۱۶۳.
- Doran, Behzad. (۲۰۰۸). *Social Identity: Approaches and Theories*, Publisher: Institute of Humanities and Social Studies, University Jihad.
- Evans, David and others. (۲۰۰۰). "Re-examining the relationship between religion and crime", translated by Ali Salimi, *Journal of the Seminary and the University*, No. ۲۳, pp. ۱۷۸-۱۴۲.
- Ganji, Mohammad (۲۰۰۴). Explaining the religious status of students at the University of Isfahan, Master Thesis, University of Isfahan.
- Ganji, Mohammad; nematollahi, Zahra; Taheri, Zahra (۲۰۱۰). "The Relationship between Religious Identity and Social Capital among the People of Kashan", *Applied Sociology*, Year ۲۱, Issue ۴۰, Number ۴, pp. ۱۳۴-۱۲۳.
- Ghasemi, Vahid; Amiri Asfarjani, Zahra. (۲۰۱۱). Sociological explanation of the effect of religiosity on intra-group social capital (Case study of Isfahan), *Journal of Applied Sociology*, University of Isfahan, Volume ۲۲, Number ۲, pp. ۳۶-۲۱.
- Giddens, Anthony. (۱۹۹۸). *Sociology*, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran, published, first edition.
- Giddens, Anthony. (۲۰۰۱). *The meaning of modernity, a conversation with Anthony Giddens*, translated by Ali Asghar Saeedi, Tehran: Kavir.
- Hajiani Ibrahim; Irvani, Zahra (۲۰۱۸). The Future of Iranian National Identity Research in the Time Horizon of ۱۴۰۷, *Quarterly Journal of National Studies*, Volume ۱۹, Number ۷۶, Pages ۲۰-۳.
- Hajjani, Ibrahim; Darwish, Mohsen (۲۰۱۳). Study of Iranians' Tendency to Modern Identity, *Sociology of Iranian Social Issues*, Second Year, No. ۴.
- Hatami, Amir Jalal (۲۰۱۱). Organization of personality from the perspective of national, religious and modern identities in two



- generations, Master Thesis, Shahid Beheshti University, Faculty of Educational Sciences and Psychology.
- Iman, Mohammad Taqi; Soroush, Maryam (۲۰۰۲). Study and evaluation of factors affecting the religious identity of young people in Shiraz, Journal of the Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, No. ۳۰ and ۳۱, pp. ۶۸-۳۹
- Jalaeipour, Hamid Reza; Gramiannik, Mohammad. (۲۰۱۱). "A look at modernity in Iran through the lens of personal relationships; Assessing the concept of Giddens's pure relationship. Journal of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, No. ۱, pp. ۹۱-۵۲.
- Johnson, R.B. Jang, S.J. (۲۰۰۴) "Explaining Religious Effects on Distress Among African Americans". Journal for the Scientific Study of Religion, Vol. ۴۳:۲, pp 239-260.
- Ketabi, Mohamad; Ganji, Mohammad; Ahmadi, Yaqub; Masoumi, Reza (۲۰۰۴). "Religion, Social Capital and Socio-Cultural Development", Research Journal of the University of Isfahan, Volume ۱۷, Number ۲, pp. ۱۹۲-۱۶۹.
- Khalqian, Abbas (۲۰۰۸). Religion and Social Capital, Social Science Education Development Quarterly, ۴۱, pp. ۵۲-۴۲.
- King, P.E. James, L.F. (۲۰۰۴) "Religion as a Resource for Positive Youth Development: Religion, Social Capital, and Moral Outcomes", Developmental Psychology, Vol. ۴۰, No. ۵, pp 703-713.
- Lee, J. (2020). The Computer-Mediated Communication Network: Exploring The Linkage Between The online Community and Social Capital. New Media & Society. Vol. 12, No. 5, Pp. 711-727.
- Lim, C. Putnam, R.D. (۲۰۱۰) "Religion, Social Networks, and Life Satisfaction". American Sociological Review, ۷۵(۶), pp ۹۱۴-۹۳۳.
- Longman, L. (2003). "Culture, Identity and Hegemony: The Body in a Global Age", Current Sociology, Vol. 51, No.3-4, pp 223-247.
- Mehdizadeh, Seyed Mohammad; Success, manifestations. (۲۰۱۶). The Relationship between Cyberspace Presence and Modern Identity, Media Quarterly, Volume ۲۶, Number ۳, pp. ۲۰۰-۱۷۹.
- Movahed, Majid; Inayat, Halima; Pornemat, Arash. (۲۰۰۸). "Study of the Relationship between Social Capital and Women's Political

- Participation", Special Issue of the Journal of Humanities and Social Sciences, Volume ۸, Number ۱, pp. ۱۹۰-۱۶۱.
- Nawabakhsh, Farzad; khadem, Rasoul; Aram, Hashem. (۲۰۱۳). "Internet and Social Identity", Journal of Social Development Studies, Volume ۵, Number ۲(Series ۱۸), pp. ۵۴-۳۷
- Nazemi Ardakani, Mehdi; Dehghan Dehjamali, Saeed. (۲۰۱۶). A Comparative Comparison of the Dimensions of Islamic, Iranian and Modern Identity in the First and Third Generations of the Islamic Revolution (Case Study of Yazd), Quarterly Journal of Disciplinary Knowledge in Yazd Province, No. ۱۲, Volume ۳, pp. ۱-۱۷.
- Panahi, Mohammad Hussein; Shaygan, Fariba. (۲۰۰۷). The effect of religiosity on political trust, Journal of Social Sciences, Allameh Tabatabaei University, No. ۳۷, pp. ۱۰۸-۷۳.
- Papacharissi, Z. (2019). The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World. New Media Society.
- Rabbani, Rasool; Taheri, Zahra (۲۰۰۸). Sociological explanation of religious identity and its effect on social capital among residents of the new city of Baharestan, Isfahan, Journal of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Fifth Year, No. ۲, pp. ۱۲۱-۹۱.
- Ren, Y. K. & Kiesler, R. S. (2017). Applying Common Identity and Bond Theory To Design if Online Communities, Organization Studies: Sagepub.
- Sarukhani, Baqir; Mirzaei Malekian, Ahmad (۲۰۱۲), The relationship between leisure and modern identity of young people in Tehran, Social Sciences Studies of Iran, Volume ۹, Number ۱, Serial No. ۳۲, pp. ۵۶-۸۱.
- Seol, K. (۲۰۱۰) "Religious Identity as a Mediator Between Religious Socialization from Parents, Peers and Mentors and Psychological Well-Being and Adjustment Among Korean American Adolescents", Dissertation Publishing, ProQuest, Submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Minnesota. Richard M.L. Ph.D. Adviser.

- Shojaei Zand, Alireza. (۲۰۰۶). Possible Paths in "Secularization" of Iran, Iranian Journal of Sociology, Volume ۷, Number ۱, pp. ۶۵-۳۰.
- Siddiq Sarvestani, Rahmatullah; Hajiani, Ibrahim (۲۰۰۸). "Experimental Study of Iranian Identity Sources", National Studies, Volume ۹, Issue ۲, pp. ۵۲-۳۱.
- Siddiq Sarvestani, Rahmatullah; Qaderi, Salahuddin. (۲۰۰۹). Cultural, social, and political dimensions of students' identity based on traditional and modern components, Cultural Research Quarterly, Volume ۲, Number ۸, pp. ۶۵-۳۵.
- Sidman, Steven. (۲۰۱۲). Conflict of votes in sociology, translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney Publishing.
- Sirajzadeh, Seyed Hossein; Poyafar, Mohammad Reza (۲۰۰۷). Empirical Comparison of Religious Measures: Methodological Implications of Using Three Measures in a Population, Iranian Journal of Sociology, Volume ۸, Number ۴, pp. ۷۰-۳۷.
- Tavassoli, Gholamabbas; Ebrahimpour, Davood.(۲۰۱۱).Modern Identity and Students' Social Capital, Sociology of Education, No. ۱.
- Tavassoli, Gholamabbas; Morshedi, Abolfazl (۲۰۰۶). Investigating the level of religiosity and religious tendencies of students; Case Study: Amir Kabir University of Technology, Iranian Journal of Sociology, Volume ۷, Number ۴, pp. ۱۱۸-۹۶.
- Taylor, C. (1994). "The Politics of Recognition," in Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition, A. Gutmann (ed.), Princeton: Princeton University Press, pp 25-73.
- Thinker, Vida. (۲۰۰۹). Identifying the components of social capital in universities in order to present a model for its promotion, Quarterly Journal of Educational Leadership and Management, Volume ۳, Number ۲ (Series ۸), pp. ۳۴-۹.
- Zakai, Mohammad Saeed; Khatibi, Faezeh. (۲۰۰۶). The relationship between cyberspace presence and modern identity; Research among Young Iranian Internet Users, Social Science Quarterly, No. ۳۳, pp. ۱۵۳-۱۱۱.

## **Sociological Analysis of Modern Identity and Religious Identity of Women, Case the Young women of the generation after the Islamic Revolution in Ahvaz**

*Farzin Htami Kakesh*<sup>1</sup>

*Nabi 'ollah Ider*<sup>۲</sup> (Corresponding author)

*Ahmad ali Hesabi*<sup>۳</sup>

### **Abstract**

Identity is one of the original components of mental reality and is in a dialectical relationship with society and is formed, remains and changes as a result of social processes, or even reshapes as a result of social relations. Regarding the the diversity of identity sources, we can enumerate four important dimensions of collective identity in Iran, including national identity, ethnic identity, religious identity and modern identity. Modern identity, especially in recent years, has been formed in Iran and forms part of the personality of the Iranian individual. The purpose of this study is to identify the status of religious and modern identities as two important dimensions of post-revolutionary generation identity and the relationship between these two aspects of identity and also to investigate the role of some factors affecting these forms of identity. The method of the present study is survey and its statistical population includes all women aged 18 to 42 years in Ahvaz in 1399 and the sample size is 191 people. The results show that the relationship between modern identity and religious identity is significantly reverse, meaning that by strengthening each, the other will be weakened. In explaining modern identity based on religious identity and other research variables, considering the value of coefficient ( $R^2$ ), it can be said that 0.186% of modern identity changes are explained by independent variables, and religious identity with a beta value of -0.281 is the best. It is considered a predictor of modern identity. Also, in explaining religious identity based on modern identity and other research variables, according to the coefficient value ( $R^2$ ), it can be said that 0.365% of the changes in religious identity are explained by independent variables, and social capital

---

1 PhD student in Political Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran, Email: farzinhatami10@gmail.com

2 Assistant Professor, Department of Political Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran, Email: n.eider@iau-shoushtar.ac.ir

3 Assistant Professor, Department of Political Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran, Email: a.hesabi@iau-shoushtar.ac.ir

---

with a beta value of 0.503 is the best. It is considered a predictor of religious identity.

**Keywords:** modern identity, religious identity, use of social networks, social capital, women, youth