



بررسی عوامل مؤثر بر شکل گیری هویت روانشناختی و جامعه شناختی زنان: مطالعه موردی (زنان بالای ۱۸ سال شهرستان بهبهان)

رضا کاوند: استادیار، گروه روزنامه نگاری، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (* نویسنده مسئول) rezakavand5@gmail.com
طیبه اسماعیلی: دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آیت الله بروجردی، بروجرد، ایران

چکیده

کلیدواژه‌ها

هویت،
زنان،
سنت،
مدرن،
هویت تلفیقی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۱۱

تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۲/۱۶

زمینه و هدف: تناقض بین سنت و مدرنیته، هویت زن ایرانی را نیز دچار چالش کرده است از طرفی ارزش‌های سنتی و از سوی دیگر ارزش‌های مدرن زن ایرانی را بین انتخاب هویت سنتی یا هویت مدرن یا پیوندی از هر دو، دچار سرگردانی کرده است، عوامل مختلفی بر شکل گیری هویت زنان تاثیر گذار است. در همین راستا این پژوهش با هدف بررسی عوامل جامعه شناختی و روانشناختی تاثیرگذار بر شکل گیری هویت زنان شهرستان بهبهان انجام شده است.

روش کار: این تحقیق با روش کمی، و با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه انجام گرفته است. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر بوده و روش نمونه گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای و تصادفی ساده است. پس از جمع آوری پرسش‌نامه‌ها، اطلاعات به دست آمده به وسیله نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که بیشتر از نیمی از زنان وضعیت هویت مندی شان و نوع نگرش شان به هویت زنانه در سطح متوسط رو به بالا است. یافته‌های نتایج تبیینی نشان می‌دهد میزان همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته ۰/۳۷ است و متغیر جامعه پذیری مدرن با ۰/۴۳ تاثیر بیشتری بر روی هویت زنان مورد مطالعه دارد. بر حسب یافته‌های تحلیلی حاصل از رگرسیون چند متغیره، به ترتیب متغیر مستقل جامعه پذیری سنتی ۰/۳۸، میزان دینداری ۰/۳۶، میزان استفاده از رسانه‌های نوین ۰/۲۹، دینداری مدرن ۰/۲۲، دینداری سنتی ۰/۱۷ بر هویت زنان تاثیر می‌گذارند.

نتیجه گیری: از مطالعه انجام شده می‌توان استنتاج کرد که هویت زنان زنان مورد مطالعه بیش از اینکه هویتی سنتی باشد، هویتی مدرن است و بیش از اینکه زنان مورد مطالعه متأثر از عوامل سنتی در شکلگیری هویتشان باشند متأثر از عوامل مدرن قرار دارند.

تعارض منافع: گزارش نشده است.

منبع حمایت کننده: حامی مالی نداشته است.

شیوه استناد به این مقاله:

Kavand R, Esmaili T. Factors Affecting the Formation of Psychological and Sociological Identity of Women: Case Study (Women over 18 Years Old in Behbahan City). Razi J Med Sci. 2025(6 May);32.20.

Copyright: ©2024 The Author(s); Published by Iran University of Medical Sciences. This is an open-access article distributed under the terms of the CC BY-NC-SA 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.en>).

*انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با CC BY-NC-SA 4.0 صورت گرفته است.

Factors Affecting the Formation of Psychological and Sociological Identity of Women: Case Study (Women over 18 Years Old in Behbahan City)

Reza Kavand: Assistant Professor, Department of Journalism, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabatabaee University, Tehran, Iran (* Corresponding Author) Rezakavand5@gmail.com

Tayyaba Esmaili: Msc Student, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, Ayatollah Boroujerdi University, Boroujerd, Iran

Abstract

Background & Aims: The contradiction between tradition and modernity has also challenged the Iranian woman's identity. On the one hand, the traditional values and on the other hand, the modern values have caused the Iranian woman to wander between choosing a traditional identity or a modern identity or a combination of both. The identification of women is effective. In this regard, this research has been conducted with the aim of investigating the sociological and psychological factors influencing the formation of the identity of women in Behbahan city. The issue of identity has always been discussed in Iranian society, because identity is both an important part of human existence and the feeling of belonging and solidarity to the society is possible through identity. Some theorists consider the interference in defining the identity of men and women to be the source of many human problems, what is important in the opinion of thinkers are the factors influencing the formation of identity. It can be said that the elements that make up women's identity consist of elements that create different forms of their identity in different societies. Some of the most important factors are gender, religion, family and other structural factors in society. By combining each of the mentioned elements, three types of patriarchal, patriarchal and human-oriented structures have been formed, and in each of these structures, the type of look and interaction with women is different. In recent decades, as a result of the expansion of modernization and the process of modernization of societies at the global level, there have been changes in the field of human life, which has caused the transformation of social roles and women's awareness of their position in society. The increase in education and employment among women, on the one hand, has led to a decrease in the desirability of the traditional female model, and on the other hand, it has caused a lack of harmony between traditional and new roles, and ultimately led to a crisis of women's identity.

Methods: In this research, the library method was used to collect information related to theoretical foundations, and the quantitative method and survey approach were used to collect statistical data. The statistical population of the present study includes all women over the age of 18 in Behbahan city, which according to the statistics obtained from the civil registry office of Behbahan city, totals 53356 people. Considering that the most widely used technique in the survey method is the questionnaire, therefore, the collection tool in this research is the questionnaire. Standard and researcher-made indexing and items were also used to make the questionnaire. In this questionnaire, the questions are closed-ended, and information has been collected in person and electronically. Also, the Likert scale was used to measure the questions. In this study, this work has been done through the method of content validity and formal validity (that is, by referring to common sense and expert judges and related books and topics). In other words, the prepared questionnaire was delivered to various professors and experts in the fields of methodology, statistics

Keywords

Identity,
Women,
Tradition,
Modern,
Hybrid Identity

Received: 01/03/2025

Published: 06/05/2025

and sociology (including supervisors and advisors) and the opinions and views of each of them regarding the indicators and indicators. And the research items were obtained and after summarizing them, the final questionnaire was compiled.

Results: The descriptive findings of the research show that more than half of the women's identity status and their attitude towards female identity is at an average level. The findings of the explanatory results show that the correlation between the independent and dependent variables is 0.37 and the variable of modern socialization has a greater influence on the identity of the studied women with 0.43. According to the analytical findings of multivariate regression, the independent variables of traditional socialization 0.38, religiosity 0.36, modern media use 0.29, modern religiosity 0.22, and traditional religiosity 0.17 influence women's identity, respectively.

Conclusion: From the conducted study, it can be concluded that the identity of the women under study is a modern identity rather than a traditional identity, and the women under study are affected by modern factors rather than being influenced by traditional factors in shaping their identity. This study showed that there is a significant relationship between the traditional socialization of women and the formation of their identity (traditional, modern and integrated). So that the higher the traditional socialization of women, the formation of female identity will be in a better condition. And on the contrary, the lower the level of traditional socialization of women, the lower will be the formation of female identity. The empirical findings of the research indicate that the correlation coefficient of traditional socialization and the formation of women's identity in Behbahan city is the size is 0.38 and traditional socialization can explain the formation of women's identity to the size of 0.38. In fact, there is a moderate correlation between traditional socialization and the formation of women's identity. The results of this research, confirming the fifth hypothesis, showed that traditional socialization will lead to the formation of women's identity.

Conflicts of interest: None

Funding: None

Cite this article as:

Kavand R, Esmaili T. Factors Affecting the Formation of Psychological and Sociological Identity of Women: Case Study (Women over 18 Years Old in Behbahan City). Razi J Med Sci. 2025(6 May);32.20.

Copyright: ©2024 The Author(s); Published by Iran University of Medical Sciences. This is an open-access article distributed under the terms of the CC BY-NC-SA 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.en>).

***This work is published under CC BY-NC-SA 4.0 licence.**

مقدمه

یکی از موضوعات مهمی که در چند دهه اخیر، ذهن پژوهشگران حوزه های مختلف علوم انسانی از جمله جامعه شناسی و روانشناسی را را به خود مشغول کرده، مسأله هویت زنان بوده است. وجود دگرگونی های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و افزایش مشارکت، فرصت های آموزشی، تحصیلی و همچنین افزایش تعاملات زنان، تحولات چشمگیری در هویت یابی زنان را به دنبال داشته است. وجود این تغییرات، دشواری هایی را در هماهنگ و یکسو شدن نقش های سنتی و مدرن زنان در جامعه ایرانی به وجود آورده، که از سوی دیگر نوعی سردرگمی، ابهام و بحران هویت را برای زنان جامعه به همراه داشته است. در نتیجه تحولات مربوط به هویت زنان و نگرش آنها به جایگاه خود، مورد باز اندیشی قرار گرفته است.

مسأله هویت در جامعه ایرانی همواره مورد بحث بوده است، زیرا هویت هم بخش مهمی از وجود انسان می باشد و هم احساس تعلق و همبستگی به جامعه از طریق هویت امکان پذیر است (۱). برخی از نظریه پردازان تداخل در تعریف هویت زن و مرد را منشأ بسیاری از مسائل انسانی می دانند، آنچه از نظر لندیشمندان حائز اهمیت می باشد، عوامل مؤثر بر شکل گیری هویت است. می توان گفت عناصر تشکیل دهنده هویت زنان، متشکل از عناصری است که صورت های مختلفی از هویت آنان را در جوامع مختلف پدید می آورد. برخی از مهم ترین این عوامل عبارتند از جنسیت، دین، خانواده و سایر عوامل ساختاری در جامعه. با ترکیب هر کدام از عناصر یادشده سه نوع ساختار پدر سالار، مرد سالار و انسان مدار شکل گرفته است که در هر کدام از این ساختارها، نوع نگاه و تعامل با زنان متفاوت بوده است (۲). در دهه های اخیر در اثر گسترش نوگرایی و فرآیند نوسازی جوامع در سطح جهانی، تحولاتی در حوزه زیسته انسان رخ داده که موجب دگرگونی نقش های اجتماعی و آگاهی زنان از موقعیت خود در جامعه شده است. افزایش تحصیلات و اشتغال در میان زنان از سویی سبب کاهش مطلوبیت الگوی زن سنتی شده و از سوی دیگر مسبب عدم هماهنگی نقش های سنتی و جدید و درنهایت به بحران هویت زنان منتهی شده است (۳).

در جامعه ایرانی زنان همواره با چالش سنت و مدرنیته رو به رو بوده اند و به تدریج شدت این تناقض را در زندگی خود بیشتر احساس کرده اند. به عنوان مثال در دیدگاه سنتی، زنان باید تمام وقت خود را صرف امور خانه و همسر داری کرده و در دیدگاه مدرن، زنان باید خواهان حضور در جامعه و احقاق حقوق خود به عنوان یک زن باشند. تقابلی میان سنت و مدرنیته در حوزه مسائل زنان باعث شکل گیری نوعی شخصیت دوگانه در میان زنان شده است. بر همین اساس زنان یاباید یکی از این دو جریان غلب در جامعه را انتخاب کنند یا ترکیبی از این دو شیوه را مورد استفاده قرار دهند که در هر دو صورت، هویت یابی آنها در جامعه دچار آسیب جدی می شود. مسأله هویت یابی زنان در جامعه ایرانی از این رو اهمیت دارد که برداشت های متفاوتی از زن بودن در جامعه ما وجود دارد، برخی از این برداشت ها به صورت جدی با برداشت هایی از یک انسان کامل فاصله دارند، به عبارتی می توان ادعا نمود در جامعه ایرانی هویت زنان، شکل کاملی به خود نگرفته است. در یک سطح جامعه و ساختارهای آن، هویت زنان را به گونه ای ترسیم می کنند که گویی آنها موجودات ناقصی هستند و از سوی دیگر ساختارهای جامعه به گونه ای با یکدیگر ادغام شده اند که باورهای نادرست در مورد زنان به خود آنها القاء می کنند، حتی گاهی شرایط به گونه ای بوده که زنان خود را مرد جلوه داده و آرزوی مرد بودن داشته اند (۴). با گذشت چند دهه جامعه ایرانی هنوز هم یک جامعه در حال گذار می باشد، مسأله هویت زنانه یکی از بنیادی ترین محل های نزاع در برخورد بین سنت و مدرنیته است. این در حالی است که پیامدهای بحران هویت بر زنان اثر گذارتر بوده است، با وجود اینکه بحران هویت و پیامدهای مربوط به آن در کل جامعه مسأله انگاشته می شود، اما این امر در مورد زنان شرایط متفاوت و حساس تری داشته و توجه به آن ضروری می باشد. در چند دهه اخیر اهمیت هویت مندی و منابع هویت یابی زنان، محققین حوزه علوم انسانی و خصوصاً جامعه شناسی را به پژوهش های بیشتری در حوزه مطالعات زنان واداشته، زیرا نگرش زنان نسبت به هویت خودشان تمام ابعاد زیسته آنها اعم از اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را تحت شعاع قرار می دهد.

داشتن مهارت‌های فردی و ... با هویت اجتماعی زنان را بررسی شده و نشان داده شده است که چگونه توسعه فرهنگی و اجتماعی می‌تواند در هویت بخشی مدرن زنان اثر گذار باشد. ذکر این نکته حائز اهمیت است که در پژوهش‌های پیشین، مؤلفه‌های هویتی زنان بیشتر در قالب مطالعاتی با روش کیفی صورت گرفته‌اند و این در حالی است که محققین در این پژوهش به دنبال یک کار کمی با رویکرد پیمایش هستند تا بتوانند جامعه آماری بیشتری را در مورد زنان تحت پوشش قرار دهند در کل می‌توان گفت که اهمیت و ضرورت فرآیند تبیین و شکل‌گیری هویت زنان، نیازمند مطالعات تازه‌ای است و در این پژوهش نیز تلاش شده به این مهم پرداخته شود.

روش کار

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری از روش کتابخانه‌ای و برای گردآوری داده‌های آماری از روش کمی و رویکرد پیمایش استفاده شده است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل کلیه‌ی زنان ۱۸ سال به بالای شهر بهبهان بالغ بر ۵۳۳۵۶ نفر (۱۰) می‌باشند. با توجه به اینکه پرکاربردترین تکنیک در روش پیمایشی پرسش‌نامه می‌باشد، لذا ابزار گردآوری در این پژوهش پرسش‌نامه می‌باشد. برای ساخت پرسش‌نامه نیز از شاخص‌بندی و گویه‌های استاندارد و محقق ساخته استفاده شده

هدف اساسی پژوهش حاضر شناسایی عوامل اثر گذار بر شکل‌گیری هویت زنان شهر بهبهان می‌باشد و از سوی دیگر در این پژوهش برآنیم که چگونگی تأثیر گذاری هر کدام از عوامل ارزیابی کنیم. بر همین مبنا می‌توان گفت سؤال اساسی پژوهش، این است که عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت زنان در شهر بهبهان کدامند؟ و میزان هویت‌یابی زنان این شهر بر اساس عوامل مؤثر بر آن به چه میزان می‌باشد؟

در کشور ما سابقه مطالعه و تحقیق درباره هویت زنان به سه دهه اخیر باز می‌گردد. با وجود پژوهش‌های قابل توجهی که در این حوزه انجام شده است. پژوهش‌های پیشین هرکدام از دیدگاه‌های متفاوتی به بررسی مسأله هویت زنان پرداخته‌اند، به طور مثال پژوهش‌هایی مانند: برساخت هویت زن در مدرنیته ایرانی و نمود آن در مشروطه (۵)، هویت‌یابی سیاسی و اجتماعی زنان ایران بین سالهای ۱۳۲۰-۱۳۵۷ (۶)، هویت زنان در گفتمان پهلوی دوم (۷)، همگی به هویت زنان از منظر تاریخی پرداخته و تلاش داشته‌اند که نشان دهند چگونه مدرنیته بر ساخت هویت جدید زنان موثر بوده است. از طرفی مولفه‌هایی مانند دین داری و سایر مولفه‌های سنتی نیروی مقاومتی در برابر قبول هویت مدرن در زنان باشد. همچنین در مطالعاتی مانند: مدرن شدن و تأثیر آن بر صمیمت زناشویی (۸) و بررسی عوامل مرتبط با هویت اجتماعی زنان (۹)، تأثیر متغیرهایی چون سن، تحصیلات، ساعات مطالعه،

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسشنامه

میزان پایایی		متغیر
پس‌آزمون (۳۸۴ نفر)	پیش‌آزمون (۳۰ نفر)	
۰/۹۰	۰/۸۴	هویت سنتی
۰/۸۰	۰/۷۶	هویت مدرن
۰/۷۲	۰/۷۸	هویت تلفیقی
۰/۷۳	۰/۸۶	هویت زنان
۰/۷۱	۰/۷۰	جامعه‌پذیری سنتی
۰/۷۰	۰/۷۱	جامعه‌پذیری مدرن
۰/۷۲	۰/۷۲	کنش متقابل
۰/۷۱	۰/۷۰	رسانه‌های نوین
۰/۸۰	۰/۷۴	دینداری سنتی
۰/۷۰	۰/۸۱	دینداری مدرن
۰/۷۶	۰/۸۸	دینداری

است. در این پرسش‌نامه سؤالات از نوع بسته می‌باشند و به صورت حضوری و الکترونیکی به جمع آوری اطلاعات پرداخته شده است. همچنین برای سنجش سؤالات از طیف لیکرت استفاده شده است. در این مطالعه این کار از طریق روش اعتبار محتوایی و آن هم از نوع اعتبار صوری (یعنی با مراجعه به عقل سلیم و داوران متخصص و کتب و موضوعات مرتبط) انجام شده است. به عبارتی پرسشنامه تهیه شده به اساتید و کارشناسان مختلف حوزه روش‌شناسی، آماری و جامعه‌شناسی (از جمله استاد راهنما و مشاور) تحویل داده شد و نظرات و دیدگاه‌های هر یک از آنها در خصوص شاخص‌ها، معرف‌ها و گویه‌های تحقیق اخذ و پس از جمع‌بندی آنها پرسشنامه نهایی تدوین گردید. برای سنجش پایایی پرسشنامه ۳۰ نفر از پاسخگویان به صورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه بین آنها توزیع

گردید و مقدار ضریب آلفای کرونباخ شده در جدول دو آمده است.

حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد، ۳۸۴ نفر می‌باشد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است که پس از تعیین حجم نمونه ابتدا با استفاده از نقشه‌ی راهنمای شهر بهبهان، مناطق سه‌گانه (پایین شهر، بالا شهر و مرکز شهر) تعیین شدند و تعداد محله‌های هر منطقه مشخص گردید و بر اساس جمعیت هر محله، تعداد افراد نمونه در هر محله تعیین شد. در مرحله‌ی بعد، از هر محله چند بلوک به صورت تصادفی انتخاب شد. سپس از هر بلوک، خانوارهای با فاصله هفت نمونه، به صورت منظم انتخاب شدند، آنگاه پرسشنامه توسط زنان ۱۸ سال به بالای هر خانوار پر گردید. در این تحقیق بنا به ماهیت

جدول ۲- گویه‌های مربوط به متغیر هویت زنان

متغیر	شاخص	گویه
هویت	سنی	دختر تا هر روزی که باشد باید ازدواج کند تا سرو سامان بگیرد، در غیر این صورت باید با خانواده پدرباش زندگی کند. وظیفه اصلی یک مادر پرورش فرزندان و تربیت نسل آینده است، در حالی که وظیفه نان آوری با مرد خانواده است. زنان بهتر است کاری پاره وقتی را انتخاب کنند تا بیشتر بتوانند به امورات خانواده برسند. زن باید تابع حرف شوهرش باشد و همه نیازهای روحی و جنسی او را برطرف کند. مردان در تصمیمات مهم خانواده و حتی جامعه بهتر عمل میکنند، در نتیجه بهتر است مسولان مهم کشوری را از میان مردان انتخاب کرد. سازمانها اولویت استخدام را به مردها بدهند. پدر و مادر بهتر میتوانند در مورد ازدواج دخترشان دست به انتخاب بزنند. دختر با طلاق گرفتن منزوی میشود. من به این موضوع اعتقاد دارم که یک دختر باید وارث فرهنگ و آداب و رسوم خانواده باشد. زنان در مواقع درد و ناراحتی احساس همدردی بسیار بالایی دارند و سنگ صبور خانواده هستند. من هرگز کاری را که از نظر خانواده ام مناسب جایگاه خانواده نباشد را انجام نمی دهم.
	مردن	زن و مرد باید با هم کار کنند و درآمد کسب کنند. مردان هم باید مانند زنان به پرورش کودکان کمک کنند و در خانه کمک کار زنان باشند. من دوست دارم شبها تا دیر وقت با دوستانم در بازار و خیابان راه برویم. سفر به همراه دوستانم به طور مجردي باعث افزایش حس آزادی در من می شود. این من هستم که باید در مورد خواستگاری‌ها اظهار نظر کنم. من ترجیح میدهم بیشتر وقت خود را بیرون از خانه بگذرانم. اعتقاد دارم زن باید از سلطه همسر و خانواده پدری کاملاً آزاد باشد. من باید همه آرزوهایم را محقق کنم. زنان باید از لحاظ مالی مستقل باشند. با یک زن باید مانند یک مرد در جامعه رفتار شود و آزادیهای او محدود نشود. تمام محدودیتهایی که در حال حاضر وجود دارد توسط مردان ایجاد شده اند، لذا مردان باعث و بانی ظلم بر زنان هستند.
تلفیقی		زن باید نیمی از کار خود را در خانه و نیمی از زمان و انرژی خود را در کار و فعالیت های بیرون از خانه صرف کند. هم منابع دینی و هم منابع علمی به برابری زنان و مردان اشاره کرده اند. نقش و تعریف زن باید در جامعه کنونی باز تعریف شود. دولت باید شرایط استخدام را برای زنان و مردان برابر کند. زن امروز هم باید در اجتماع حضور پررنگی داشته باشد و هم نقش مادری اش را به خوبی ایفا نماید. جامعه باید فضا را باید برای رشد و پرورش استعدادهای زنان مهیا کند. دیگر نمیتوان مانند گذشته زنان را محدود نگه داشت و حقوق آنها را پامال کرد. شهرهای بزرگ محیط های مناسب تری برای پیشرفت زنان هستند. زنان و مردان باید در همه لحاظ برابر باشند، چرا که آنها در خلقت برابرند. حقوق زنان باید برابر مردان باشد. من می توانم بدون اینکه ازدواج کنم از خودم مراقبت کنم.

ب) دینداری

تعریف مفهومی: دین، اعتقادات منسجم یکپارچه توحیدی است که خداوند را محور امور دانسته و ارزش‌های اخلاقیات و آداب و رسوم و رفتارهای انسان را با یکدیگر و طبیعت خویش تنظیم می‌نماید (۱۲).
تعریف عملیاتی: تعریف عملیاتی و یا شاخص‌سازی متغیر مستقل دینداری در قالب جدول سه آورده شده است.

ج) جامعه‌پذیری

تعریف مفهومی: در نظر گافمن خود، محصول کنش متقابل نمایشی بین کنشگر و مخاطبان می‌انگارد. خود نوعی خروجی نمایشی است که از صحنه نمایش برمی‌خیزد. گافمن چنین می‌پنداشت که افراد در هنگام کنش متقابل می‌کوشند چهره‌ای از خود را به نمایش بگذارند که برای دیگران قابل قبول باشد. با وجود این، کنشگران حتی در حین اجرای این نمایش هم می‌دانند که ممکن است مخاطبان شان در اجرای آنها اختلال ایجاد کنند (۱۳). منظور گافمن از خود در دیدگاه نمایش نامه‌ای او بیان شده است. او خود را جزئی از کنشگر نمی‌داند و آن را محصول کنش متقابل نمایشی میان کنشگر و تماشاگران می‌داند به همین دلیل ممکن است در جریان نمایش آسیب‌پذیر و قابل‌گسستن باشد. او معتقد است که وقتی فردی کنشی را انجام می‌دهد، سعی در نشان دادن خودی دارد که مورد قبول دیگران واقع می‌شود (۳).
تعریف عملیاتی: تعریف عملیاتی و یا شاخص‌سازی متغیر مستقل جامعه‌پذیری در قالب جدول چهار

آن از رویکرد کمی استفاده شد و داده‌های که با استفاده از پرسشنامه‌های محقق‌ساخته بدست می‌آیند با استفاده از نرم‌افزار «اس پی اس ۲۱» تجزیه و تحلیل می‌شوند. به طوری که نتایج این تحقیق در دو بخش مورد تحلیل قرار می‌گیرند که شامل آمار توصیفی و استنباطی می‌باشد. شاخص‌های توصیفی از جمله ترسیم جدول فراوانی محاسبه درصد، میانگین، انحراف استاندارد استخراج گردید. برای آزمودن فرضیه‌ها نیز از آزمون‌های ضرایب همبستگی و رگرسیون خطی تک‌متغیره و چندمتغیره استفاده می‌شود.

تعاریف نظری و عملیاتی مفاهیم الف) هویت زنانه

تعریف مفهومی: در این پژوهش هویت زنان به سه شاخه هویت سنتی، مدرن و تلفیقی تقسیم شده است. هویت سنتی، به آن دسته از آیین‌ها و تشریفاتی که در جامعه وجود دارند و بیان‌کننده محدوده‌ی مشخصی برای فعالیت زنان از دیدگاه جامعه هستند را نگاه سنتی به هویت زنان نام می‌برند (۱۱). در هویت مدرن زنان با خودشناسی بیشتری روبه‌رو هستند و حتی زمینه ورود آنها به جامعه بازتر و پرنرنگ‌تر شده است (۴). هویت تلفیقی به وجود اصلاحاتی در رویکرد سنتی و ورود به برخی از جنبه‌های هویت مدرن اشاره می‌کند.

تعریف عملیاتی: برای تعریف هویت زنانه از شاخص‌های عینی و ذهنی که در جدول سه آمده است.

جدول ۳- گویه‌های مربوط به متغیر دینداری

متغیر	شاخص‌ها	گویه‌ها
دینداری	دینداری سنتی	آدم‌های که به دین اعتقاد ندارند بی‌بند و بار هستند. آدم‌های درستکار، آدم‌های دینداری هستند.
		دین اسلام همه احکام و قواعد زندگی را بیان کرده و ملزم به رعایت همه آنها هستیم. دین را نمی‌توان منعطف کرد، برخی احکام را نمی‌توان تغییر داد. پذیرش دین هیچ‌گونه نیازی به تحقیق ندارد. من نسبت به خانواده ام و خانواده ام نسبت به من باید بسیار متعصب باشند. بدون دین جامعه از هم گسسته می‌شود. من از شرکت در گروه‌های مذهبی بسیار لذت می‌برم.
دینداری مدرن	دینداری مدرن	من باید با مشاهده در طبیعت و مطالعه کتابهای زیادی به حقانیت دین پی ببرم. دین مانع پیشرفت جوامع بشری است. افراد دین دار در تقاب دین بیشتر ظلام می‌کنند. برخی از اعمال دینداران باعث بی‌اعتمادی مردم به دین شده است. باید به همه ادیان احترام گذاشت و افراد را در انتخاب دین آزاد گذاشت. دین نسبت به زنان سخت‌گیرتر است تا مردان و زنان را محدود می‌کند. به نظر من دین امری شخصی است و هر فرد خودش از خوب و بد اعمالش آگاه است. در برخی مواقع دین و اعتقادات مذهبی مانع از رشد و موفقیت زنان می‌شود.

جدول ۴- گویه‌های مربوط به متغیر جامعه پذیری

متغیر	شاخص‌ها	گویه‌ها
کنش متقابل	جامعه‌پذیری سستی	من به عنوان یک زن خودم را در ارتباط با دیگر زنان تعریف می‌کنم. جامعه ما زنان از جامعه مردان متفاوت تر است. ویژگی‌ها و نقش من را خانواده و جامعه تعیین می‌کنند. آموزش‌هایی که در ارتباط با فرهنگ و رسومات در مدرسه به ما یاد دادند را دوست دارم و از آن‌ها پیروی می‌کنم. من اغلب برای تصمیمات بزرگم از بزرگ خانواده مشورت می‌گیرم. اغلب به پند و نصیحت‌های پدر بزرگ و مادر بزرگم گوش می‌دهم.
جامعه‌پذیری مدرن		من بصورت مداوم رفتارهایم را اصلاح می‌کنم و هنجارهای جدید را می‌پذیرم. اغلب زنانی را که تحصیلات عالی‌ه دارند به عنوان الگو قرار می‌دهم. دوست دارم با زنانی ارتباط داشته باشم که خارج از ایران تحصیل کرده باشند. نسل جدید نسبت به ما سطح زندگی بهتری دارند. دوست دارم به همراه تغییرات دنیا، من نیز تغییر کنم. مایل‌م یک روز در خارج از ایران زندگی کنم. اغلب دوستانم را از افراد کوچک‌تر از خودم انتخاب می‌کنم.

جدول ۵- گویه‌های مربوط به متغیر رسانه‌های نوین

متغیر	شاخص‌ها	گویه‌ها
رسانه‌های نوین	تبلیغات، دیدن فیلم، شنیدن اخبار، خرید اینترنتی	تبلیغاتی جالب و جذاب در اینترنت وجود دارد. اینترنت و رسانه‌های جمعی برخی از دختران را از خانه فراری داده. زنان خواهان آزادی بیشتری هستند از هنگامی که با جهان مجازی آشنا شده‌اند. من فیلم‌های خارجی و داخلی زیادی می‌بینم. اکثر مطالب شبکه‌های اجتماعی دروغ است و من آنها را قبول ندارم. بهترین راه آگاهی به اخبار دقیق شبکه‌های ماهواره‌ای هستند. هیچ کس نمیتواند در شبکه‌های مجازی عقیده مرا تغییر دهد. من جدیداً بیشتر خرید مربوط به لباس و لوازم آرایش‌ام را از طریق کانال‌های مجازی (واتس‌آپ و اینستاگرام) دیده و سفارش می‌دهم. حداقل نیمی از اخباری که در رسانه‌های اجتماعی بیان می‌شود درست است. از هنگامی که با وارد شبکه‌های اجتماعی شده‌ام آگاهی و اطلاعاتم بیشتر شده‌اند و احساس بهتری دارم و آن را جزئی از زندگی امروزه می‌دانم. با استفاده از آرا و نظر‌های متفاوتی که در شبکه‌ها و اخبار مربوط به آنها می‌خوانم دیگر می‌توانم خودم در ارتباط با یک موضوع صاحب نظر باشم.

آورده شده است.

د) رسانه‌های نوین

تعریف مفهومی: رسانه در واقع، وسیله‌ای است که پیام را از فرستنده به گیرنده منتقل می‌کند. عوامل تاثیرگذار بر هویت، طرق مختلفی برای نفوذ در افراد و شکل‌گیری هویت اتخاذ می‌کنند. از جمله آن، می‌توان رسلنه‌های اجتماعی را نام برد که امروزه تاثیرگذاری آنها به شدت افزایش یافته و تقریباً بر هر موضوع و مسئله‌ای نفوذ دارند. رسانه‌ها از سه روش بر شکل‌گیری هویت اثر می‌گذارند: تعامل رو در رو، تعامل با واسطه، شبه تعامل با واسطه است (۱۴).

تعریف عملیاتی: تعریف عملیاتی و یا شاخص‌سازی متغیر مستقل رسانه‌های نوین در قالب جدول شماره پنج آورده شده است.

یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش در دوبخش توصیفی و استنباطی قابل ارائه است. در بخش یافته‌های توصیفی به معرفی سیمای پاسخگویان می‌پردازیم و در بخش

نتایج استنباطی به تحلیل فرضیه‌های پژوهش می‌پردازیم.

الف) یافته‌های توصیفی

در این بخش از پژوهش به بررسی متغیرهای زمینه‌ای پژوهش و فراوانی مربوط به پاسخگویان می‌پردازیم. همان‌طور که در جدول شش مشاهده می‌شود، بیش از ۶۰ درصد (۲۵۴ نفر) از زنان پاسخگو بین ۱۸ تا ۲۸ سال هستند و تنها ۳/۶ درصد از آنها بالای ۵۰ سال می‌باشند. و میانگین سنی پاسخگویان ۲۹ سال است. همان‌طور که در جدول هفت مشاهده می‌شود، نیمی از پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی لیسانس می‌باشند. ملاحظه می‌شود که بیشتر از ۹۰ درصد آنان از دیپلم بالاترند و این نشان از باسواد بودن اکثریت پاسخگویان است. همان‌طور که در جدول هشت مشاهده می‌شود، بیش از نصف پاسخگویان مجرد، ۴۶/۶ درصد متأهل و ۱/۸ درصد هم مطلقه هستند.

همان‌طور که در جدول ۹ مشاهده می‌شود، ۸۳ نفر (۲۱/۶ درصد) از زنان بیکار هستند، ۵۹ نفر (۱۵/۴ درصد) خانه‌دار، ۷۳ نفر (۱۹ درصد) دارای شغل آزاد و

جدول ۶- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن

گروه سنی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی	میانگین سنی
۱۸ تا ۲۸ سال	۲۵۴	۶۶/۱	۶۶/۱	۲۹ سال
۲۹ تا ۳۹ سال	۷۴	۱۹/۳	۸۵/۴	
۴۰ تا ۵۰ سال	۴۲	۱۰/۹	۹۶/۴	
۵۱ سال و بالاتر	۱۴	۳/۶	۱۰۰	
جمع	۳۸۴	۱۰۰		

جدول ۷- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
راهنمایی	۳۴	۶/۳	۶/۳
دیپلم	۸۶	۲۲/۴	۲۸/۶
فوق دیپلم	۲۶	۶/۸	۳۵/۴
لیسانس	۱۹۵	۵۰/۸	۸۶/۲
فوق و بالاتر	۵۳	۱۳/۸	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

جدول ۸- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
مجرد	۱۹۸	۵۱/۶	۵۱/۶
متأهل	۱۷۹	۴۶/۶	۹۸/۲
مطلقه	۷	۱/۸	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

جدول ۹- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب شغل

شغل	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بیکار	۸۳	۲۱/۶	۲۱/۶
خانه‌دار	۵۹	۱۵/۴	۳۷/۰
آزاد	۷۳	۱۹/۰	۵۶/۰
دولتی	۱۶۹	۴۴/۰	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

کنش متقابل آنها، میزان دینداری و میزان استفاده آنها از رسانه‌های نوین متوسط رو به بالا می‌باشد. در میان ابعاد متغیر وابسته می‌توان گفت هویت تلفیقی در حد نسبتاً بالایی وجود دارد. بعد از آن هویت مدرن و سپس هویت سنتی قرار دارد. همچنین در بین ابعاد دینداری می‌توان گفت دینداری مدرن در سطح بالاتری نسبت به دینداری سنتی قرار دارد. در خصوص جامعه پذیری نیز جامعه پذیری مدرن نسبت به جامعه پذیری سنتی در حد بالاتری قرار دارد. میزان چولگی و کشیدگی

۱۶۹ نفر (۴۴ درصد) از آنان شغل دولتی دارند. ملاحظه می‌شود که بیشتر پاسخگویان دارای شغل دولتی هستند.

همان‌طور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، بیش از ۶۰ درصد پاسخگویان در مرکز شهر سکونت دارند. همان‌طوری که در جدول ۱۱ آمده است، شاخص‌های آماری تمامی سازه‌های پژوهش گزارش شده است و با توجه به میانگین‌های بدست آمده، هویت زنان در حد متوسط رو به بالا شکل گرفته است و همچنین میزان

جدول ۱۰- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب محل سکونت

محل سکونت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
پایین شهر	۵۵	۱۴/۳	۱۴/۳
مرکز شهر	۲۳۵	۶۱/۲	۷۵/۵
بالا شهر	۹۴	۲۴/۵	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

جدول ۱۱- شاخص‌های آماری متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	چولگی	کشدگی
شکل‌گیری هویت زنان	۳/۶۴	۰/۳۲۴	۱	۵	۰/۰۳۴	-۰/۴۰۲
هویت سنتی	۳/۰۰	۰/۷۹۴	۱	۵	۰/۰۶۰	-۰/۳۸۵
هویت مدرن	۳/۷۳	۰/۵۴۲	۱	۵	-۰/۱۸۶	-۰/۶۴۷
هویت تلفیقی	۴/۲۰	۰/۴۷۸	۱	۵	-۰/۸۰۹	۰/۳۵۵
کنش متقابل	۳/۴۶	۰/۴۶۶	۱	۵	۰/۱۴۳	-۰/۰۵۴
جامعه‌پذیری سنتی	۳/۴۲	۰/۶۷۰	۱	۵	-۰/۴۵۲	-۰/۱۷۵
جامعه‌پذیری مدرن	۳/۴۹	۰/۶۱۸	۱	۵	-۰/۳۴۲	-۰/۵۵۵
میزان استفاده از رسانه‌های نوین	۳/۱۶	۰/۴۸۲	۱	۵	-۰/۱۵۱	۰/۵۶۳
میزان دینداری	۳/۲۳	۰/۳۸۴	۱	۵	۰/۰۷۵	-۰/۱۲۱
میزان دینداری سنتی	۲/۷۸	۰/۸۰۲	۱	۵	-۰/۳۶۵	-۰/۲۶۵
میزان دینداری مدرن	۳/۶۹	۰/۶۵۶	۱	۵	-۰/۴۵۱	-۰/۳۳۴

دینداری زنان نقش مثبت و مستقیمی در شکل‌گیری هویت آنان دارد. این به آن معنا است که با افزایش میزان دینداری زنان، شکل سنتی هویت آنان افزایش یافته است. و با کاهش میزان دینداری زنان، شکل مدرن هویت آنان افزایش یافته است و بالعکس. اما بین میزان دینداری زنان و شکل تلفیقی هویت آنان هیچ رابطه‌ای وجود ندارد ($r = 0.038$, $P > 0.05$). بنابراین فرضیه یک تایید می‌شود.

جدول سیزده نشان می‌دهد که بین میزان دینداری سنتی زنان و شکل‌گیری هویت آنان رابطه معناداری وجود دارد ($r = 0.173$, $P < 0.01$). ضریب همبستگی (0.173) بین این دو متغیر نشان می‌دهد که میزان دینداری سنتی زنان نقش مثبت و مستقیمی در شکل‌گیری هویت آنان دارد. این به آن معنا است که با افزایش میزان دینداری سنتی زنان، شکل سنتی هویت آنان افزایش یافته است. و با افزایش میزان دینداری سنتی زنان، شکل مدرن و تلفیقی هویت آنان کاهش یافته است و بالعکس. بنابراین فرضیه دو تایید می‌شود.

متغیرها (در بازه ۱+ و ۱-) نشان می‌دهد داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند. همچنین برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف شده است، که در ذیل می‌بینید. پس در تحلیل فرضیه‌های پژوهش از آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود.

ب) یافته‌های استنباطی

همانگونه که در بخش مبانی نظری این پژوهش مطرح شد، پژوهش حاضر دارای شش فرضیه می‌باشد که به منظور بررسی صحت و سقم این فرضیه‌ها با توجه به نوع فرضیه‌ها که رابطه میان متغیرها را می‌سنجد، از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده می‌کنیم.

جدول دوازده نشان می‌دهد که بین میزان دینداری زنان و شکل‌گیری هویت آنان رابطه معناداری وجود دارد ($r = 0.369$, $P < 0.01$). ضریب همبستگی (0.369) بین این دو متغیر نشان می‌دهد که میزان

جدول ۱۲- آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان دینداری زنان و شکل گیری هویت آنان

متغیر وابسته				
متغیر مستقل	شکل گیری هویت	شکل گیری هویت سنتی	شکل گیری هویت مدرن	شکل گیری هویت تلفیقی
میزان دینداری	زنان ۰/۳۶۹ **	زنان ۰/۵۳۴ **	زنان -۰/۱۵۳ **	زنان ۰/۰۳۸

جدول ۱۳- آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان دینداری سنتی زنان و شکل گیری هویت آنان

متغیر وابسته				
متغیر مستقل	شکل گیری هویت	شکل گیری هویت سنتی	شکل گیری هویت مدرن	شکل گیری هویت تلفیقی
میزان دینداری سنتی	زنان ۰/۱۷۳ **	زنان ۰/۷۰۳ **	زنان -۰/۵۲۳ **	زنان -۰/۲۲۴ **

جدول چهارده نشان می دهد که بین میزان دینداری مدرن زنان و شکل گیری هویت آنان رابطه معناداری وجود دارد ($r = ۰/۲۲۱, P < ۰/۰۱$). ضریب همبستگی ($۰/۲۲۱$) بین این دو متغیر نشان می دهد که میزان دینداری مدرن زنان نقش مثبت و مستقیمی در شکل گیری هویت آنان دارد. این به آن معنا است که با افزایش میزان دینداری مدرن زنان، شکل مدرن و تلفیقی هویت آنان افزایش یافته است. اما با افزایش میزان دینداری مدرن زنان، شکل سنتی هویت آنان کاهش یافته است و بالعکس. بنابراین فرضیه سه تایید می شود.

جدول پانزده نشان می دهد که بین میزان استفاده از رسانه های نوین و شکل گیری هویت آنان رابطه معناداری وجود دارد ($r = ۰/۲۹۰, P < ۰/۰۱$). ضریب همبستگی ($۰/۲۹۰$) بین این دو متغیر نشان می دهد که میزان استفاده از رسانه های نوین نقش مثبت و مستقیمی در شکل گیری هویت آنان دارد. این به آن معنا است که با افزایش میزان استفاده از رسانه های نوین، شکل مدرن و تلفیقی هویت آنان افزایش یافته است. اما با افزایش میزان استفاده از رسانه های نوین، شکل سنتی هویت آنان کاهش یافته است و بالعکس. بنابراین فرضیه چهار تایید می شود.

جدول شانزده نشان می دهد که بین جامعه پذیری سنتی زنان و شکل گیری هویت آنان رابطه معناداری وجود دارد ($r = ۰/۳۸۲, P < ۰/۰۱$). ضریب همبستگی ($۰/۳۸۲$) بین این دو متغیر نشان می دهد که

جامعه پذیری سنتی زنان نقش مثبت و مستقیمی در شکل گیری هویت آنان دارد. این به آن معنا است که با افزایش جامعه پذیری سنتی زنان، شکل سنتی هویت آنان افزایش یافته است. و با کاهش جامعه پذیری سنتی زنان، شکل مدرن هویت آنان افزایش یافته است و بالعکس. اما بین جامعه پذیری سنتی زنان و شکل تلفیقی هویت آنان هیچ رابطه ای وجود ندارد. بنابراین فرضیه پنج تایید می شود.

جدول هفده نشان می دهد که بین جامعه پذیری مدرن زنان و شکل گیری هویت آنان رابطه معناداری وجود دارد ($r = ۰/۴۳۹, P < ۰/۰۱$). ضریب همبستگی ($۰/۴۳۹$) بین این دو متغیر نشان می دهد که جامعه پذیری مدرن زنان نقش مثبت و مستقیمی در شکل گیری هویت آنان دارد. این به آن معنا است که با افزایش جامعه پذیری مدرن زنان، شکل مدرن و تلفیقی هویت آنان افزایش یافته است، اما بین جامعه پذیری مدرن زنان و شکل سنتی هویت آنان هیچ رابطه ای وجود ندارد. بنابراین فرضیه شش تایید می شود.

به منظور تبیین شکل گیری هویت زنان برحسب سازه های اثرگذار (میزان دینداری، میزان استفاده از رسانه های نوین و کنش متقابل) از آزمون رگرسیون خطی چندمتغیره به شرح ذیل استفاده شده است.

نتایج جدول هیجده، اظهار دارد که سازه های اثرگذار با مقدار همبستگی $۰/۶۰$ ، توانسته اند ۳۷ درصد از واریانس متغیر شکل گیری هویت زنان شهر بهبهان را تبیین کنند. در مجموع می توان گفت سازه های

استفاده از رسانه‌های نوین ($\beta = 0/127$) قرار دارند.

بحث

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر هویت یابی زنان بالای ۱۸ سال شهر بهبهان صورت گرفت و تأثیر هر کدام از این عوامل بر هویت زنان مور بررسی قرار گرفت، بر این اساس در این پژوهش شش فرضیه مطرح شد و ارزیابی شد. فرضیه اول بین میزان دینداری زنان و شکل‌گیری هویت (سنتی، مدرن و تلفیقی) آنان رابطه معناداری وجود دارد به طوری که

اثرگذار (میزان دینداری، میزان استفاده از رسانه‌های نوین و کنش متقابل) قادر به پیش‌بینی شکل‌گیری هویت زنان شهر بهبهان می‌باشند و در شکل‌گیری هویت زنان شهر بهبهان تأثیر دارند.

همانطور که در جدول نوزده نشان می‌دهد، جامعه‌پذیری مدرن با ضریب $\beta = 0/368$ معادل بیشترین سهم را در تبیین شکل‌گیری هویت زنان شهر بهبهان دارد و بعد از آن به ترتیب جامعه‌پذیری سنتی ($\beta = 0/272$)، دینداری سنتی ($\beta = 0/198$)، دینداری مدرن ($\beta = 0/153$) و میزان

جدول ۱۴- آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان دینداری مدرن زنان و شکل‌گیری هویت آنان

متغیر وابسته				
متغیر مستقل	شکل‌گیری هویت	شکل‌گیری هویت سنتی	شکل‌گیری هویت مدرن	شکل‌گیری هویت تلفیقی
میزان دینداری مدرن	زنان ** ۰/۳۲۱	زنان ** ۰/۲۳۴ -	زنان ** ۰/۴۵۸	زنان ** ۰/۳۱۸

جدول ۱۵- آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان استفاده از رسانه‌های نوین و شکل‌گیری هویت آنان

متغیر وابسته				
متغیر مستقل	شکل‌گیری هویت	شکل‌گیری هویت سنتی	شکل‌گیری هویت مدرن	شکل‌گیری هویت تلفیقی
میزان استفاده از رسانه‌های نوین	زنان ** ۰/۳۹۰	زنان ۰/۰۵۴	زنان ** ۰/۲۷۷	زنان ** ۰/۱۸۶

جدول ۱۶- آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین جامعه‌پذیری سنتی زنان و شکل‌گیری هویت آنان

متغیر وابسته				
متغیر مستقل	شکل‌گیری هویت	شکل‌گیری هویت سنتی	شکل‌گیری هویت مدرن	شکل‌گیری هویت تلفیقی
جامعه‌پذیری سنتی زنان	زنان ** ۰/۳۸۲	زنان ** ۰/۶۰۰	زنان ** ۰/۲۶۹ -	زنان ۰/۰۶۸

جدول ۱۷- آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین جامعه‌پذیری مدرن زنان و شکل‌گیری هویت آنان

متغیر وابسته				
متغیر مستقل	شکل‌گیری هویت	شکل‌گیری هویت سنتی	شکل‌گیری هویت مدرن	شکل‌گیری هویت تلفیقی
جامعه‌پذیری مدرن زنان	زنان ** ۰/۴۳۹	زنان - ۰/۰۴۰	زنان ** ۰/۴۵۵	زنان ** ۰/۴۴۳

جدول ۱۸- نتایج آزمون رگرسیون

منبع پراکندگی	مجموع مجزورات	درجه آزادی	مجدور میانگین	R	R ²	F	سطح معناداری
رگرسیون	۱۶۲۱۱/۷۱۰	۵	۳۲۴۲/۳۴۲	۰/۶۰۸	۰/۳۷۰	۴۴/۴۶۸	۰/۰۰۰
باقیمانده	۲۷۶۲۳/۶۲۳	۳۷۸	۷۳/۰۷۸				
کل	۴۳۸۳۵/۳۳۳	۳۸۳					

جدول ۱۹- گزارش ضرایب استاندارد و غیراستاندارد رگرسیون

متغیر ملاک	متغیرهای مستقل	ضریب‌های غیراستاندارد	ضریب‌های استاندارد	مقدار t	سطوح معنی‌دار
		مقدار B	خطا استاندارد	مقدار بتا	
شکل‌گیری هویت زنان	مقدار ثابت	۵۷/۸۶۵	۴/۶۳۹	-	۱۲/۴۷۵
	جامعه‌پذیری سنتی	۰/۷۲۳	۰/۱۲۴	۰/۲۷۲	۵/۸۱۸
	جامعه‌پذیری مدرن	۰/۹۰۹	۰/۱۱۳	۰/۳۶۸	۸/۰۶۸
	میزان استفاده از رسانه‌های نوین	۰/۲۵۵	۰/۰۸۸	۰/۱۲۷	۲/۹۰۷
	دینداری سنتی	۰/۳۳۰	۰/۰۸۸	۰/۱۹۸	۳/۷۶۷
	دینداری مدرن	۰/۳۱۱	۰/۱۰۲	۰/۱۵۳	۳/۰۴۰

هر چه میزان استفاده از رسانه‌های نوین در سطح پایین‌تری باشد شکل‌گیری هویت زنانه نیز پایین‌تر خواهد بود.

یافته‌های تجربی تحقیق دلالت بر آن دارد که ضریب همبستگی میزان استفاده از رسانه‌های نوین و شکل‌گیری هویت زنان شهر بهبهان به اندازه ۰/۲۹ است و میزان استفاده از رسانه‌های نوین می‌تواند شکل‌گیری هویت زنان را به اندازه ۰/۲۹ تبیین کند. درواقع همبستگی ضعیفی بین میزان استفاده از رسانه‌های نوین و شکل‌گیری هویت زنان وجود دارد. نتایج این پژوهش در تأیید فرضیه چهارم نشان داد که میزان استفاده از رسانه‌های نوین موجب شکل‌گیری هویت خواهد شد.

فرضیه پنجم نشان داد که بین جامعه‌پذیری سنتی زنان و شکل‌گیری هویت (سنتی، مدرن و تلفیقی) آنان رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که هر چه جامعه‌پذیری سنتی زنان بالاتر باشد، شکل‌گیری هویت زنانه نیز در شرایط بهتری خواهد بود و بر عکس هر چه جامعه‌پذیری سنتی زنان در سطح پایین‌تری باشد شکل‌گیری هویت زنانه نیز پایین‌تر خواهد بود. یافته‌های تجربی تحقیق دلالت بر آن دارد که ضریب همبستگی جامعه‌پذیری سنتی و شکل‌گیری هویت زنان شهر بهبهان به اندازه ۰/۳۸ است و جامعه‌پذیری سنتی می‌تواند شکل‌گیری هویت زنان را به اندازه ۰/۳۸ تبیین کند. درواقع همبستگی متوسطی بین جامعه‌پذیری سنتی و شکل‌گیری هویت زنان وجود دارد. نتایج این پژوهش در تأیید فرضیه پنجم

هر چه دینداری زنان بالاتر باشد، شکل‌گیری هویت زنانه نیز در شرایط بهتری خواهد بود و بر عکس هر چه دینداری در سطح پایین‌تری باشد شکل‌گیری هویت زنانه نیز پایین‌تر خواهد بود. نتیجه این بخش از مطالعه، نتایج مطالعه اکبری با عنوان برساخت هویت زن در مدرنیته ایرانی (۵) را تأیید می‌نماید.

فرضیه دوم پژوهش نشان داد که بین میزان دینداری سنتی زنان و شکل‌گیری هویت (سنتی، مدرن و تلفیقی) آنان رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که هر چه دینداری سنتی زنان بالاتر باشد، شکل‌گیری هویت زنانه نیز در شرایط بهتری خواهد بود و بر عکس هر چه دینداری سنتی در سطح پایین‌تری باشد شکل‌گیری هویت زنانه نیز پایین‌تر خواهد بود.

نتایج فرضیه سوم نشان داد که بین میزان دینداری مدرن زنان و شکل‌گیری هویت (سنتی، مدرن و تلفیقی) آنان رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که هر چه دینداری مدرن زنان بالاتر باشد، شکل‌گیری هویت زنانه نیز در شرایط بهتری خواهد بود و بر عکس هر چه دینداری مدرن در سطح پایین‌تری باشد شکل‌گیری هویت زنانه نیز پایین‌تر خواهد بود. این نتایج، نتیجه مطالعه لطفی زاده و همکاران با عنوان مدرن شدن زنان و صمیمیت زناشویی (۸) را تأیید می‌نماید. فرضیه چهارم بین میزان استفاده از رسانه‌های نوین و شکل‌گیری هویت (سنتی، مدرن و تلفیقی) آنان رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که هر چه میزان استفاده از رسانه‌های نوین بالاتر باشد، شکل‌گیری هویت زنانه نیز در شرایط بهتری خواهد بود و بر عکس

نشان داد که جامعه پذیری سنتی موجب شکل گیری هویت زنان خواهد شد.

نتایج فرضیه ششم نیز نشان داد که بین جامعه پذیری مدرن زنان و شکل گیری هویت (سنتی، مدرن و تلفیقی) آنان رابطه معناداری وجود دارد به طوری که هر چه جامعه پذیری مدرن زنان بالاتر باشد، شکل گیری هویت زنانه نیز در شرایط بهتری خواهد بود و بر عکس هر چه جامعه پذیری مدرن زنان در سطح پایین تری باشد شکل گیری هویت زنانه نیز پایین تر خواهد بود. همچنین این نتایج، نتایج پژوهش های شهوندی و تقوی نسب (۹) و کوثری و تفرشی (۷) را تأیید می کند.

نتیجه گیری

امروزه جوامع برای به حداکثر رساندن سطح رضایت و افزایش امید به زندگی به جلب رضایت و مشارکت منابع انسانی خود از جمله زنان روی آورده اند و توسعه را با مشارکت عمده زنان مربوط ساخته اند. در این میان شکل گیری هویت زنان مهم ترین نقش را در رفتار اجتماعی و تعاملات اجتماعی آنها ایفا می کند. به عبارت دیگر می توان گفت هدف هویت مندی مطلوب زنان و تمام تلاش هایی که برای آن صورت می گیرد افزایش رضایت مندی، دیدگاه مثبت، امید به زندگی و کیفیت زندگی ناشی از رضایت از خود است. بنابراین هر کنش و انتخابی که توسط زنان انجام می شود منجر به تعیین و شکل گیری نوع خاصی از دیدگاه ها می شود که هویت مندی مطلوب یا عدم هویت مندی مطلوب به نوبه خود سلامت اجتماعی زنان را به مخاطره می اندازد که این امر بستر ساز بسیاری از آسیب های اجتماعی است. تکاپو و تلاش زن ایرانی برای به دست آوردن یک هویت مشخص و مستقل قابل مشاهده است. مسئله ای که زنان ایرانی با آن مواجهه اند فقط اشتغال و استقلال مالی نیست، بلکه داشتن یک هویت منسجم و مطلوب است. هویتی که به دلیل آموزش های متناقض و به دور از واقعیت ها چند تکه شده است. این موضوع به سمتی گرایش یافته است که زنان ایرانی در حال گذار از کلیشه های

سنتی هستند اما همچنان در آن گیر افتاده اند. در پایان باید گفت که هویت زنانه و شکل گیری آن پدیده ای نسبی و متغیر است و باید بر اساس شرایط روز و جامعه سنجش و بررسی شود. بنابراین برای رسیدن به نتایج ثمربخش و تحقق هویت زنانه و مطلوب فاصله زیادی وجود دارد. این امر زمینه تحقیق و پژوهشی را می طلبد که منجر به نتیجه عملی شود و در بحث توسعه و برنامه های آن بیش از پیش تحقق هویت مندی مطلوب را برای زنان ایرانی هدف نهایی قرار دهند.

با توجه به اینکه شکل گیری هویت زنانه مجموعه ای از چندین مؤلفه است و طیف وسیعی از جنبه ها و ابعاد را در بر می گیرد لذا به منظور شکل گیری مطلوب هویت زنان و ارتقای ابعاد هویت بخش باید جنبه ها و ابعادی که شکل گیری هویت زنانه مبتنی بر رضایت را تشکیل می دهند بررسی و نقاط ضعف و قوت آن مشخص شود و بر اساس آنها به ارائه پیشنهاداتی در جهت بهتر شدن عناصر هویت مندی پرداخت.

یکی از پیشنهادات باتوجه به تأثیر الگوی اجتماعی شدن به عنوان اولین عامل تأثیرگذار بر افزایش شکل گیری هویت زنانه می باشد. بنابراین نقش جامعه پذیری به عنوان یک ساز و کار مشخص و مدون بیش از پیش در ارتقای هویت مندی زنان مشخص شده است. همچنین می دانیم نقش رسانه ها بر شکل گیری هویت زنانه مؤثر است. الگوی استفاده از رسانه در بین زنان در فرایند شکل گیری هویت زنانه متفاوت است. بنابراین گسترش رسانه های داخلی در آموزش زنان، افزایش سواد رسانه ای در الگوی استفاده از رسانه های خارجی، افزایش مشارکت و نقش زنان در مدیریت رسانه ها مؤثر می باشد. چراکه هرگونه الگوبرداری صحیح یا ناصحیح در جریان اجتماعی شدن به وسیله رسانه ها موج های جدیدی در شکل گیری هویت زنان به وجود می آورد.

ملاحظات اخلاقی

اصول اخلاقی در تمام مراحل اجرای تحقیق از جمله، نحوه انتخاب نمونه های مورد مطالعه، نحوه تکمیل

12. Khodayari Fard M, Ghbari Bonab B, Shkoghi Yekta M. A review of the development of scales for measuring religious attitudes. *Fac. Lit. Hum. Sci. (Tehran)* [Internet]. 2002;50-51(162-163):203-220.
13. Giddens A. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press; 1991. p. 105-120.
14. Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books; 1959. p. 25-40.
15. Thompson JB. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press; 1995. p. 77.

پرسشنامه و تحلیل آنها، تحت نظارت استاد راهنما انجام شد. این پژوهش با کد اخلاق IR.IAU.B.REC.1403.113 در کمیته اخلاق دانشگاه آزاد واحد بروجرد تایید شد.

مشارکت نویسندگان

میزان مشارکت نویسندگان مقاله به این شرح است: نویسنده اول و مسئول مقاله ۶۰ درصد و نویسنده دوم ۴۰ درصد می‌باشد.

References

1. Iman MT و Kizghan T. Investigating factors affecting women's social identity (case study of women in Shiraz city). *Scientific-Research Quarterly of Al-Zahra University Humanities*. 2002;44-45:79-107.
2. Khujasteh H. Structuring women's identity. *J Res Anal*. 2007; (52):35-57.
3. Sarukhani B, Rifat Jah M. Sociological factors effective in redefining women's social identity. *J Women's Res*. 2013;1:71-91.
4. Shahundi A, Taqwa Nasab SM. Investigating the factors related to women's social identity (case study: central part of Pasargad city). *J Women Soc*. 2016;8(4):165-185.
5. Akbari A. Construction of women's identity in Iranian modernity and its manifestation in the Constitutional Era [dissertation]. Kashan: University of Kashan; 2018. p. 23-45.
6. Kargar F. Political and social identity of Iranian women between 1951-1979 [dissertation]. Shiraz: Shiraz University; 2017. p. 112-132.
7. Kowsari M, Tafreshi AA. Feminine identity in the discourse of the second Pahlavi era (Case study: Zan-e Rooz magazine and Mohammad Reza Shah's speeches about women). *Iran Cult Res Q*. 2017;10(37):145-177.
8. Lotfizadeh A, Zahedi MJ, Golabi F. Women's modernization and marital intimacy (A study of three generations of women in Tabriz). *J Soc Stud Res*. 2018;7(2):227-253.
9. Shahvandi A, Taghavi Nasab SM. Investigating factors related to women's social identity (Case study: Central district of Pasargad County). *J Woman Soc*. 2017;8(4):165-184.
10. National Organization for Civil Registration. Annual demographic report 2020. Behbhan.
11. Giddens A. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press; 1991. p. 105-120.