

<https://dx.doi.org/10.30510/psi.2022.279469.1631>

**Study of the effect of modernization components on citizens' social identity**

**(Case study: Citizens over 18 years old living in Sari city)**

**Abstract**

The aim of this study was to study the effect of modernization components on citizens' social identity. The research method is descriptive-correlational. The statistical population included all citizens over 18 years of age living in Sari city.

A total of 386 individuals (citizens) were selected using the Cochran's formula and multi-stage cluster sampling method. To measure the research variables, researcher-made questionnaires on the components of modernization and social identity were used. Data were analyzed using Pearson correlation coefficient and stepwise regression analysis. The results of Pearson correlation test showed that there is a significant relationship between the components of modernization and citizens' social identity. According to the results of regression analysis, the social modernization variable with a beta value of 34% had the greatest effect, followed by the cultural modernization variable with a beta value of 30%, the psychological modernization variable with a beta value of 27% and the political modernization variable with a beta value of 23%, respectively. They had the effect of standardized regression on the dependent variable (social identity). The value of multiple correlation coefficient with  $R$  (0.57), there is a strong statistical correlation between the set of independent variables and the dependent variable. The value of the coefficient of determination or  $R^2$ , which is equal to 0.32, indicates that 32% of the changes in the social identity variable are explained by a set of independent variables.

**Keywords:** Modernization, Social Modernization, Cultural Modernization, Political Modernization, Psychological Modernization, Social Identity.

تاریخ دریافت: 1401/4/10

تاریخ پذیرش: 1401/6/7

حسین نازک‌تبار<sup>1</sup>  
هادی ابراهیمی کیاپی<sup>2</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف مطالعه تاثیر مولفه‌های نوسازی بر هویت اجتماعی شهروندان انجام شده است. روش تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه شهروندان بالای 18 سال ساکن شهر ساری بوده‌اند. تعداد 386 نفر (شهروندان) با استفاده فرمول کوکران و از طریق روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه‌های محقق ساخته مولفه‌های نوسازی و هویت اجتماعی استفاده شده است. داده‌ها از طریق ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام مورد تحلیل قرار گرفتند.

نتایج پژوهش گویای این موضوع است که بین مولفه‌های نوسازی و هویت اجتماعی شهروندان رابطه معناداری وجود دارد. براساس نتایج به دست آمده، متغیر نوسازی اجتماعی با مقدار بتای 34 درصد بیشترین تاثیر را داشته و بعد از آن، متغیر نوسازی فرهنگی با مقدار بتای 30 درصد، متغیر نوسازی روانی با مقدار بتای 27 درصد و متغیر سیاسی با مقدار بتای 23 درصد به ترتیب بیشترین ضریب تاثیر رگرسیون استاندارد شده را بر متغیر وابسته (هویت اجتماعی) داشته‌اند. مقدار ضریب تعیین یا  $R^2$  نیز که برابر با 0/32 می‌باشد، نشانگر تبیین 32 درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی توسط مجموعه متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده است.

**کلمات کلیدی:** نوسازی، نوسازی اجتماعی، نوسازی فرهنگی، نوسازی سیاسی، نوسازی روانی، هویت اجتماعی.

<sup>1</sup>استادیار گروه جامعه شناسی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

[hntabar@pnu.ac.ir](mailto:hntabar@pnu.ac.ir)

<sup>2</sup>عضو هیات علمی دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

[ebrahimih56@yahoo.com](mailto:ebrahimih56@yahoo.com)

### مقدمه

هویت اجتماعی<sup>1</sup> از مفاهیم مهم در حوزه علوم اجتماعی، علوم سیاسی، روان شناسی و فلسفه است که در دهه های اخیر تحت تاثیر فرایند نوسازی اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد. هویت، آگاهی فرد نسبت به خود است که به طور مداوم در زندگی روزمره ایجاد می‌شود. از آن جا بخش اعظمی از هویت فردی افراد در جامعه شکل می‌گیرد، طبیعی است که بخش مهم‌تری از هویت به نام هویت اجتماعی افراد در جامعه معنا پیدا می‌کند. از دیدگاه جنکینز هویت اجتماعی، فهم افراد را از این که کی هستیم و دیگران کی هستند، مشخص می‌کند. در واقع، فهمی است که دیگران از خود و سایر افراد دارند (جنکینز، 1381: 7).

آنچه که جامعه‌شناسان بر آن تاکید دارند این است که احساس هویت از طریق دیالکتیک فرد و جامعه و نیز هویت اجتماعی در شخصیت افراد شکل می‌گیرد و جدا از جهان اجتماعی دیگر افراد، معنایی ظاهر نمی‌شود. داشتن یک هویت اجتماعی ویژه، به معنای قرار گرفتن فرد در یک گروه خاص همانند دیگران بودن در گروه و یا از نظر گروه، چیزها را دیدن است (استنتر و برک<sup>2</sup>، 2000: 226). گیدنز معتقد است هویت اجتماعی افراد براساس خودآگاهی و نیز تحت تاثیر حوادث و وقایع اجتماعی در زمان و مکان

مختلف شکل می‌گیرد. به زعم وی، هویت فرد در ارتباط با دیگران شکل می‌گیرد. هویت یک فرد نه در رفتار وی بلکه با توجه به واکنش‌های دیگران و در پی شرایط و موقعیت‌هایی که در جهان اتفاق می‌افتد، شکل می‌گیرد (Giddense, 1991). کاستلز نیز معتقد است که زندگی روزمره ما در عمده‌ترین وجوه خود با دو فرایند جهانی‌شدن و هویت شکل می‌گیرد. از نظر کاستلز هویت‌ها برساخته می‌شوند و در عصر اطلاعات شاهد پیدایش هویت‌های قوی و مستحکمی هستیم که در برابر امواج جهانی و فردگرایی افراطی مقاومت می‌کنند (کاستلز، 1380: 432).

در واقع، هویت اجتماعی در جوامع سنتی و مدرن متفاوت است. در جوامع سنتی، هویت بر مبنای ویژگی‌های انتسابی است؛ اما در جوامع مدرن هویت هم منبعث از جایگاه فرد در نظام تولیدی یا ساختار شغلی اوست و هم رفتارهای مصرفی مبنای شکل‌گیری هویت‌اند (چاوشیان، 1381).

مفهوم دیگری که در این پژوهش به آن توجه می‌شود، مفهوم نوسازی<sup>3</sup> است. جامعه‌شناسان نوسازی را در درجه اول به جریان متنوع و متمایز شدن که از خصوصیات جوامع جدید است نسبت می‌دهند. آنان درباره طرز پدید آمدن ساخت‌های نو برای عهده دار شدن وظایف جدید و یا بر عهده گرفتن وظایفی که قبلاً ساخت‌های دیگری آن‌ها را انجام می‌دادند تحقیق می‌کنند و توجه آن‌ها معطوف به تنوع‌هایی است که با پیدایش مشاغل نو و دستگاه‌های پیچیده آموزش و پرورش نو و انواع نوین اجتماعات، در ساخت‌های اجتماعی پدید می‌آید (مایرون وینر، 1349: 1). از نظر اسملسر<sup>1</sup> (1964) نوسازی براساس تفکیک کارکردی عناصر ساختی استوار است. به نظر وی در یک جامعه پیشرفته، تفکیک کارکردی عناصر ساختی به طور کامل صورت گرفته، ولی جامعه توسعه‌نیافته فاقد چنین تفکیکی است. پس تغییر، روی تفکیک متمرکز شده و فرایندی است که در آن واحدهای اجتماعی مستقل و تخصصی‌شده به‌جای واحدهای قبلی استمرار می‌یابند. اسملسر معتقد است که حالت تخصصی‌شدن در زمینه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، خانواده، نظام سیاسی و نهادهای مذهبی به وجود می‌آید (ازکیا، 1370: 40).

بسیاری از اندیشمندان اجتماعی بر این باورند که گرچه هویت در جامعه سنتی و مدرن از اهمیت به‌سزایی برخوردار بوده است اما به‌گونه متفاوت نگریسته شده است. در جوامع سنتی این ویژگی‌های انتسابی بود که عامل اصلی هویت‌بخش و هویت‌ساز به حساب می‌آمد. مولفه‌هایی چون نژاد، قومیت، مذهب، دودمان و غیره مواردی به حساب می‌آمدند که کلیت زندگی را برای فرد معنا می‌بخشیدند و درکی از جایگاهش در جهان به او عطا می‌کردند اما جوامع مدرن، هویت را به‌عنوان امری که از خلال تلاش فردی، خواستن و منافع فردی قابل دستیابی است تعریف می‌کنند (Robert, 2008). از این رو، در فرایند گسترش نوسازی، شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و روانی جامعه ایران دستخوش تغییرات و دگرگونی‌هایی شده است و هویت اجتماعی هم نتوانسته در فرایند نوسازی از این تغییر و دگرگونی‌ها دور بماند. فرایند نوسازی امکانات جدیدی را برای تعریف هویت اجتماعی در ابعاد مختلف فراهم می‌سازد که افراد، هویت سنتی را پشت سر گذاشته است. به عبارت دیگر، چنین تغییراتی موجب شده تا افراد نگرش‌ها، ارزش‌ها و آگاهی‌هایی جدیدی در فرایند نوسازی کسب کرده باشند و همین تغییرات در هویت اجتماعی آن‌ها نقش مهمی را ایفا می‌کند. بنابراین، مسأله اصلی پژوهش حاضر این است که در شرایط کنونی جامعه ایران به ویژه در مناطق شهری نظیر شهر ساری که تغییرات و دگرگونی‌هایی زیادی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و روانی را تجربه کرده است، آیا مولفه‌های نوسازی بر هویت اجتماعی شهروندان تأثیری داشته است؟ و یا این که هویت اجتماعی در جریان نوسازی تغییری نداشته است؟

## 2. پیشینه پژوهش

پژوهش‌هایی که در داخل و خارج از کشور به‌طور اخص در مورد مولفه‌های نوسازی و هویت اجتماعی پرداخته باشند، کمیاب‌اند. عمده مطالعات انجام شده این متغیرها را با ابعاد و مولفه‌های مرتبط و جداگانه مورد بررسی قرار داده‌اند. در اینجا به بررسی تحقیقات داخلی و سپس خارجی می‌پردازیم:

<sup>1</sup>. Smelser

صدیق سروستانی و قادری (1388) در پژوهشی با عنوان «ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی هویت دانشجویان بر مبنای مؤلفه‌های سنتی و مدرن» نشان دادند که مؤلفه‌های مدرن هویت در بخش اجتماعی و فرهنگی نقش برجسته‌تری نسبت به مؤلفه‌های سنتی دارند. اما در بخش هویت سیاسی این مؤلفه‌های سنتی، یعنی گرایش به آمیختگی دین و سیاست و گرایش به اقتدارگرایی ملی و سیاسی است که در مقابل گرایش به وجود جامعه مدنی نقش برجسته‌تری در هویت دانشجویان دارد. بر اساس نتایج تحقیق، هویت دانشجویان نه یک سازه تک بعدی (سنتی یا مدرن) بلکه سازه‌ای پیوندی متشکل از مؤلفه‌هایی از هر دو بعد سنتی و مدرن است.

بزارافشان (1396) در پژوهشی به «بررسی تأثیر مؤلفه‌های مدرنیته بر هویت اجتماعی جوانان شهر آزاد شهر» پرداختند. نتایج نشان داد که رسانه‌ها و فضای مجازی، کاهش ازدواج، کاهش روابط عاطفی، کاهش مشارکت اجتماعی، سبک زندگی، تعارضات در خانواده، رفاه و امکانات شهری بر هویت اجتماعی جوانان تأثیر دارد. بنابراین مؤلفه‌های مدرنیته بر هویت اجتماعی جوانان تأثیر دارد.

مختاری، احمدی و یزدان مهر (1397) در پژوهشی با عنوان «تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه یاسوج» هویت ملی افراد مورد مطالعه نسبتاً قوی می‌باشد. با این حال جهانی شدن فرهنگ آنرا تحت تأثیر قرار می‌دهد. به طوری که از بین پنج فرضیه مرتبط با تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر هویت ملی، چهار فرضیه تأیید شد. با استفاده از رگرسیون چند متغیره مهم‌ترین متغیرهای مستقل اثر گذار بر هویت ملی، استفاده از آثار مکتوب غیربومی، مصرف گرایی، کثرتگرایی و جنسیت

شناخته شد. نتیجه نهایی آنکه حدود 38 درصد از واریانس هویت ملی در این پژوهش از طریق متغیرهای مذکور تبیین گردید.

بونون<sup>4</sup> (2006) در تحقیقی با عنوان «فرهنگ‌های شهری و تولید فرهنگ شهری در میلان: هویت پست مدرن و تحول مد» رابطه بین لباس و هویت پست مدرن را بررسی کرده است. نتایج نشان می‌دهد که لباس یک فرصت برای برقراری هویت غیرانحصاری و نوعی رسانه برای انتقال هویت محسوب می‌شود.

کوپوسسکو<sup>5</sup> (2011) در پژوهشی با عنوان «تعریف هویت در شرایط جهانی شدن» مشکلات ساختاری هویت اجتماعی و فردی در عصر جهانی شدن را مطالعه کرده است. نتیجه این پژوهش بیانگر آن است که به منظور فهمیدن تغییرات اجتماعی در سطوح محلی، ناحیه‌ای و جهانی، راهبرد جدیدی در تعریف و تفسیر جهانی شدن ضروری است.

دان و همکاران<sup>6</sup> (2012) در تحقیقی با عنوان «جامعه پست مدرن و فرد: ویژگی‌های پست مدرن» نشان می‌دهد که قرار گرفتن در معرض تکنولوژی و عقاید مادی با تکرر و تعدد خود افراد در ارتباط است.

با توجه به این که در سال‌های اخیر، پیامدهای تحولات اجتماعی و به دنبال آن موضوع فرایند نوسازی و هویت اجتماعی مورد تأکید بوده و همچنین در ایران پژوهش‌اندکی در مورد نوسازی و هویت اجتماعی انجام شده است، این پژوهش درصدد است تا با بررسی مؤلفه‌های نوسازی به تأثیر آن بر هویت اجتماعی افراد بپردازد.

### 3. چارچوب نظری

#### رویکردهای هویت اجتماعی

هویت مفهومی گسترده و کلان است که هویت فردی، دینی، جمعی، گروهی، ملی، قومی و فراملی را در برمی‌گیرد. بنابراین، هر فرد می‌تواند به صورت همزمان چندین هویت را بپذیرد، مانند تعلق به خانواده، دین، طبقه اجتماعی، قوم، ملت و تمدن که می‌تواند در هویت هر انسانی با هم سازگاری داشته باشند و چنین فردی، می‌تواند در خود وفاداری‌های متعددی نشان دهد که از دید جغرافیایی یا اجتماعی با یکدیگر تداخل دارند. اما هر انسانی به بعضی از آن‌ها اهمیت بیشتری داده و آن‌ها را در سلسله مراتبی از وفاداری‌های درونی و پذیرفته شده جای می‌دهد (برتون، 1380: 2). از همین رو، با توجه به فرایند جهانی شدن، سرعت فزاینده تحولات اجتماعی و فرا رسیدن عصر مصرف‌گرایی که از پیامدهای طبیعی آن است به نوعی می‌توان کالاهای مادی و غیرمادی مصرفی هر فرد را نمود بارزی از هویت او قلمداد کرد (شیخاوندی، 1378). مبنای اجتماعی هویت، اصلی پذیرفته شده از طرف نظریه پردازان مختلف

است. اریکسون<sup>7</sup> (1977) نیز بر این امر تأکید داشته است که عوامل فردی و اجتماعی در تعامل با یکدیگر در ساخته شدن هویت نقش دارند. در سال‌های اخیر این وجه اجتماعی از حاشیه به متن آمده و در مرکز توجه و تاملی دوباره قرار گرفته است. از این منظر هویت انسانی ماهیتی همگون، محصور در فرد و پنهان شده در لایه‌های عمیق ندارد، بلکه فعالانه در دنیای اجتماعی با کمک تجارب گوناگون نظر اعمال‌گفتاری، کالاهای مصرفی، مصنوعات صنعتی و فرهنگی نهادهای اجتماعی ساخته می‌شود (دوران، 1389).

ترنر بر این باور است که دسته‌بندی‌های اجتماعی افراد از سوی علوم در پارادایم هویت، پارادایم هویت اجتماعی را برای آن‌ها ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر، افراد، عضویت در دسته اجتماعی مشخصی را به عنوان تعریف خود پذیرفته‌اند. هویت اجتماعی به عنوان جنبه‌ای از خود‌انگاره شخص، مبنی بر عضویت‌های گروهی مفهوم‌سازی شده است. به این معنا که هویت اجتماعی، تعریف شخصی از خود اوست بر اساس برخی از عضویت‌های گروهی اجتماعی و با ملاحظات ارزشی و احساسی مقارن آن (دوران، 1381).

از نظر **هال**، تغییر ساختاری عصر مدرن با تغییر چشم‌اندازهای فرهنگی، طبقه، جنسیت، قومیت، نژاد و ملیت که پیش‌تر از این مامن محکمی برای هویت محسوب می‌شدند. هویت، افراد را تغییر داده و در هم می‌ریزد. این تغییرات در حال تغییر دادن هویت فردی ما و سست کردن فهم ما از خودمان به عنوان سوژه‌های منسجم هستند. هال معتقد است که همه هویت‌های منسجم، در حال زوال و فروپاشی هستند. سوژه پست مدرن برخلاف سوژه‌های قدیمی که دارای یک هویت منسجم و درونی بودند، اکنون از چندین هویت متنوع و حتی در برخی مواقع، غیرقابل‌سازش به صورت همزمان تشکیل شده است. به عبارت دیگر، منابع هویت در دنیای پست مدرن، متنوع‌تر، متغیرتر و مسئله‌دارتر شده است. در عصر پست مدرن، هویت به یک جشن مواج تبدیل می‌شود که در ارتباط با شیوه‌هایی از نظام فرهنگی شکل گرفته و دگرگون می‌شود که ما را تسلط کرده‌اند و همیشه از طریق آن‌ها بازنمایی شده و مورد بازخواست قرار می‌گیریم (هال، 1996: 20-21).

از نظر **بورک**<sup>8</sup>، افراد دارای هویت ثابتی نیستند، بلکه با توجه به هر نقشی که در جامعه ایفا می‌کنند، هویت جدید پیدا می‌کنند. این هویت‌ها ممکن است گسسته یا شکسته و ناقص باشند. بر طبق نظریه بورک، هویت مجموعه‌ای از معانی است که برای خود در یک نقش اجتماعی یا موقعیت اجتماعی که یک شخص چه کسی است، به‌کار می‌رود. این معانی جداگانه مانند یک معیار یا مرجع برای این‌که یک فرد خود را بشناسد استفاده می‌شود. هنگامی که یک هویت برانگیخته شده باشد، آن وقت یک حلقه باز خورد شکل گرفته و تثبیت می‌شود (بورک، 2004: 5).

**کاستلز** هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم مرتبطی از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. به نظر کاستلز، هویت منشا معنا و تجربه برای مردم است. هویت از کلمات، احساسات و حالات ساخته نشده، بلکه مانند هر چیز دیگر در جهان، از مواد اولیه و از طریق تاریخ و تجربه به وجود آمده است. ما می‌توانیم درباره درک، تحولات و آرایش مجدد صحبت کنیم، اما آن چه ضرورت دارد این است که هویتی را که ریشه در تاریخ نداشته باشد، نمی‌توان هویت دانست، بلکه صرفاً خرافات است (کاستلز، 1380: 22). در دیدگاه کاستلز، همه هویت‌ها برساخته می‌شوند؛ ولی مساله اصلی این است که هویت‌ها چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی و به چه منظوری برساخته می‌شوند. برای برساختن هویت‌ها از منابعی چون تاریخ، جغرافیا، سیاست، زیست‌شناسی، نهادهای تولید و بازتولید، خاطره جمعی، رؤیاهای فردی، دستگاه قدرت و الهامات دینی استفاده می‌شود. اما افراد، گروه‌های اجتماعی و جوامع، همه این مواد خام را پرورش می‌دهند و معنای آن‌ها را منطبق با الزامات اجتماعی و پروژه‌های فرهنگی‌ای که ریشه در ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی-مکانی آن‌ها دارد، دوباره تنظیم می‌کنند. به زعم کاستلز، این‌که چه کسی و به چه هدفی هویت جمعی را برسازد تا حدودی تعیین‌کننده محتوای نمادین هویت مدنظر و معنای آن برای افرادی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا بیرون از آن تصور می‌کنند (کاستلز، 1385: 20-22).

یکی دیگر از نظریه پردازان هویت اجتماعی، **تاجفل** است. تاجفل هویت اجتماعی را جنبه‌هایی از خود پنداشت فرد می‌داند که از عضویت وی در یک گروه و یا گروه‌های اجتماعی نشأت گرفته است. بر این اساس هویت اجتماعی با عضویت گروهی پیوند دارد، از سه بعد تشکیل شده است:

1) بعد شناختی: آگاهی از این‌که فرد به یک گروه تعلق دارد؛

2) بعد ارزشی: فرض‌هایی پیرامون پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی؛

3) بعد احساسی: احساس داشتن به گروه و افرادی که رابطه‌ای ویژه با آن گروه دارند (تاجفل، 1979).

**جنکینز<sup>9</sup>** نیز در گروه نظریه‌پردازان برساختی هویت قرار می‌گیرد. از نظر او هویت اجتماعی، درک ما از این موضوع است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر از جمله خود ما چیست. از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و عدم توافق است و نیز می‌توان درباره آن به چون و چرا پرداخت (جنکینز، 1381: 8). بنابراین، جنکینز، هویت اجتماعی را به شیوه‌هایی که از طریق آن‌ها افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود را از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌کنند، اشاره دارد و هویت اجتماعی را برقراری و متمایز ساختن نظام‌مند نسبت‌های شباهت و تفاوت میان افراد، میان جماعت‌ها و نیز میان افراد و جماعت‌ها و در یک کلمه، میان شاخص‌های فرهنگی و نیز موقعیت‌های ساختاری تشکیل دهنده هویت اجتماعی می‌داند (همان: 47). جنکینز بر این باور است که علاوه بر درونی و بیرونی بودن هویت، زمان و مکان هم از منابع ساخته شدن هویت در اجتماع هستند. جنکینز معتقد است در شکل‌گیری هویت علاوه بر شناخت افراد از خود، میزان پذیرش این شناخت از سوی دیگران نیز به اندازه خود این شناخت مهم است و رابطه دو سویه میان هویت و اجتماع را تعیین می‌کند؛ به طوری که هویت از الزامات تعامل اجتماعی و شرط لازم برای زندگی و تعامل اجتماعی است و جدای از تعامل اجتماعی دیگران، معنایی ندارد. بنابراین، هویت چه جمعی و چه اجتماعی است (همان: 35-36).

هابرماس بر این باور است که تضادها، کشمکش‌ها و بحران‌های هویت موجود ناشی از نبود آزادی و مشارکت حقیقی مردم در تعیین سرنوشت خود می‌باشد. به نظر وی، لازمه رفع نابرابری‌ها و کشمکش‌ها و رسیدن به اجماع عمومی و کنش اجتماعی عام، وجود جوی آزاد و به دور از سلطه برای انجام گفتگویی آزاد و خردمندانه و نیز مشارکت نظری و عملی افراد در حوزه عمومی است. بنابر نظر هابرماس، از برآیند این امور، تکامل اجتماعی انسانی در قالب جامعه‌های مدنی که در آن آزادی و عدالت اجتماعی بر محور هویت عام انسانیت و استقبال از تجربه‌های نوین پدید می‌آید، تحقق می‌پذیرد (عبداللهی، 1374: 137). هابرماس، رفع مسأله سیطره عقلانیت ابزاری را در گرو گسترش حوزه عمومی لازم برای گفت و گوی آزاد و خردمندانه در جهت رشد عقلانیت ارتباطی و دستیابی به نوعی وفاق تفاهمی بر سر اصول و قواعد جمعی می‌داند که به نوبه خود زمینه‌ساز شکل‌گیری نوعی هویت جمعی عام افناعتی در سطح جهانی است (هابرماس، 1380: 184). به زعم هابرماس، برابری مهم‌ترین عنصر در ایجاد یک هویت جامع و منسجم است که به آزادی و رهایی منجر می‌شود. ایجاد هویت مشترک در بین شهروندان، یکی از مسائل اساسی است که نظام‌های سیاسی با آن روبه‌رو هستند و عدم شکل‌گیری احساس هویتی، پیامدهای زیادی به همراه دارد. همان‌گونه که عضویت در یک گروه اجتماعی مانند یک باشگاه ورزشی می‌تواند احساس تعلق و هویت را برای افراد سرعت بخشد، عضویت در یک گروه ملی نیز می‌تواند احساس تعلق و هویت را سریع‌تر کرده و ابعاد مشخص رفتار فردی را تحت تأثیر قرار دهد (فیدر، 1994: 68).

از نظر آنتونی گیدنز، هویت‌ها ساخته می‌شوند و گرایش به شناسایی دارند؛ هویت‌ها می‌خواهند دیده شوند و مورد تأیید قرار گیرند. از این رو، هویت هم فرایند است و هم سازه اجتماعی و نیز منحصر به فرد است. از نظر وی هویت فرد امری در حال ساخته شدن است و ساخته شدن آن پایانی ندارد. چون فرد مدام دانش و اطلاعات خود را در راه تعریف و نظم دادن دوباره به فعالیت‌ها، هویتش و چگونگی بازنمایی این هویت در دنیا صرف می‌کند، به همین دلیل هویت حالت انعکاسی دارد و ثابت نیست (گیدنز، 1387: 82). به زعم گیدنز، در جهان مدرن، هویت شخصی پروژه‌ای بازاندیشانه می‌شود و انسان همیشه هویت خود را ایجاد و بازبینی می‌کند. این که چه کسی هستند و چگونه به این نوع شده‌اند را دائماً بررسی می‌کنیم. بر این اساس، انسان مدرن، دارای نوعی هویت است که می‌تواند خود را برای دیگران مفهوم سازی کند و این مولفه دوران معاصر است. مسأله کلیدی این است که هویت مفهومی است مرتبط با حوزه معنا و معنا ویژگی ذاتی فرد یا جامعه نیست، بلکه نتیجه توافق‌ها و عدم توافق‌هاست. از نظر او، هویت مربوط به فهم افراد در مورد این که چه کسی هستند و چه چیزی برای آن‌ها مهم است، تبیین می‌شود. این فهم هویتی، جدا از منابع معنا ساز مهمی مثل مذهب، زبان، ملیت، نژاد، جنسیت، طبقه اجتماعی و تمایلات گروهی و قومی است (گیدنز، 1384: 25). گیدنز بین هویت شخصی و اجتماعی تفاوتی قائل نشده و معتقد است که هویت شخصی به علت آن‌که در جریان زندگی در اجتماع ساخته می‌شود، خود نوعی هویت اجتماعی است ولی هویت افراد در جامعه مدرن ثابت نیست. افراد هر روز در حال ساختن

هویتی جدید هستند تا در صورت لزوم بتوانند هویت جدید خود را شکل دهند و در زمان‌ها و مکان‌های متفاوت، هویت‌های متفاوتی از خود به اجرا بگذارند (گیدنز، 1387: 86).

### رویکردهای نوسازی

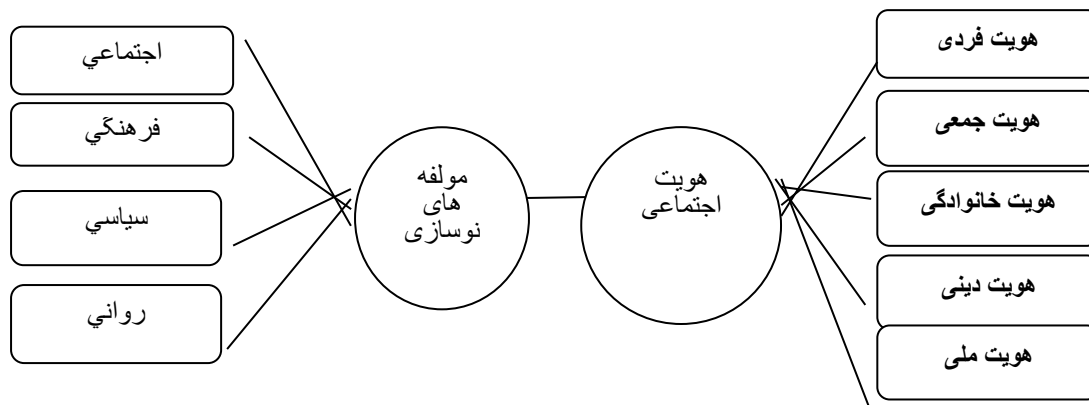
نوسازی به معنای فرایند نو (مدرن شدن) است. در فرهنگ وبستر «نو» به این معنای آورده شده است: مربوط به زمان حاضر یا دوره‌های اخیر و یا مربوط به یا الزام به عمل بر مبنای آخرین سبک‌ها، روش‌ها و ایده‌ها، یا مربوط به جریان‌های معاصر و مکتب‌های هنری، موسیقایی، ادبی و هم چنین نوسازی به معنای فرایند چند بعدی است که به دگرگونی در همه زمینه‌های اندیشه و فعالیت انسان دلالت دارد. جنبه‌های اصلی نوسازی شامل شهری‌شدن، صنعتی‌شدن، دنیاگرایی، مردم‌سالار (دموکراتیزه) شدن، آموزش و دسترسی به وسایل ارتباط جمعی است (زاهدی، 1386: 21). اندیشه نوسازی، زیربنا و قالب فکری بسیاری از نظریه پردازان توسعه بوده است. اصطلاح نوسازی که ترجمه Modernisation است، از کلمه لاتین Modo به معنی همین حالا یا هم اکنون گرفته شده است (ازکیا، 1370: 33). در تعریف نوسازی دیدگاه‌های مختلفی ارائه شده است که هر کدام به نوعی به پدیده نوسازی پرداخته‌اند. شیلز و آندرسون از آموزش و پرورش به عنوان مبنای پدیده نوسازی نام می‌برند، مک‌کله‌لند به وجود انگیزه و نیاز به پیشرفت اشاره می‌کند، الکس اینکلس به آمادگی برای پذیرش دیدگاه‌های نو اشاره دارد. اما در همه این تعاریف می‌توان یک نکته را یافت و آن شیوه‌های نوین اندیشه است که به انسان‌ها فرصت می‌دهد که صنعت نو، جامعه نو و حکومت نو ایجاد کنند، به عبارتی، آمادگی برای قبول اندیشه‌های نو و از مودن شیوه‌های نو داشته باشند (Weine, 1966). جامعه‌شناسان در تعریف نوسازی معمولاً به ابعادی چون تفکیک و تمایز اجتماعی نقش‌ها و دگرگونی در نقش‌ها و کنش‌ها و غالب شدن کنش‌های عقلانی و منطقی در بین افراد جامعه توجه دارند. به نظر ویلبرت مور مفهوم نوسازی عبارت است از دگرگونی کامل جامعه سنتی یا ماقبل مدرن به جامعه مدرن، با انواع تکنولوژی و سازمان اجتماعی مربوط به آن. اساساً در مطالعات تحلیلی برای نوسازی ابعاد متعددی را در نظر می‌گیرند که عبارت‌اند از اقتصادی، سیاسی، روانی، اجتماعی و فرهنگی. هر کدام از این ابعاد در برگزیده زیرمجموعه‌های خاص خود هستند. نوسازی اجتماعی و فرهنگی به شکلی در هم تنیده شامل نوسازی در حوزه‌های خانواده و آموزش و پرورش نیز می‌گردند. نوسازی اقتصادی بیشتر به تغییرات و نوآوری‌ها در زمینه شیوه تولید یک جامعه تأکید دارد. نوسازی روانی به فرایندهای تغییر در سطوح ارزش‌ها، سبک‌های شناختی، ویژگی‌های شخصیتی و غیره اطلاق می‌شود که در سایه تجاری چون اقامت در شهر، رفتن به مدرسه، تماس با رسانه‌های جمعی و استخدام در بنگاه‌های مدرن به دست می‌آید. تئوری کلاسیک نوسازی در ارتباط با توسعه اقتصادی است که عمدتاً توسط صنعتی‌شدن، شهرنشینی و آموزش شاخص‌بندی می‌شود (Sundaram, 2005: 9-10).

رویکرد نوسازی مبتنی بر دیدگاه‌های دورکیم در مورد دگرگونی جامعه‌ی مبتنی بر همبستگی مکانیکی به جامعه‌ی مبتنی بر همبستگی ارگانیکی و تفکیک اجتماعی ناشی از آن است. از طرف دیگر، اندیشه‌های وبر در مورد چگونگی پیدایش جامعه‌ی صنعتی، سنت‌زدایی‌شده و عقلانیت‌گرا و ایده‌های مارکس پیرامون تطور و توسعه‌ی جوامع از مبانی نظری کلاسیک این نظریه هستند (وبستر، 1990: 32). اما این دیدگاه به طور رسمی در دهه‌های 1950 و 1960 توسط برخی دانشمندان کارکردگرا مطرح شد که مهم‌ترین آن‌ها پارسونز بود (هولمز و ترنر، 1990: 25). تالکوت پارسونز نیز در بحث نوسازی مبدع ایده ارزشمندی است که به متغیرهای الگویی<sup>10</sup> موسوم است. پارسونز برای جوامع سنتی و نوگرا، مفهوم "متغیرهای الگویی" را مطرح می‌کند. متغیرهای الگویی، روابط اجتماعی مهمی هستند که در بستر نظام فرهنگی-یعنی متعالی‌ترین و مهم‌ترین سیستم در چارچوب نظری پارسونز-قرار داشته و از خصوصیت دوام و تکرارپذیری برخوردارند. به نظر پارسونز پنج دسته متغیر الگویی وجود دارند. در اولین دسته از این متغیرها، روابط شخصی در مقابل روابط غیرشخصی<sup>11</sup> قرار می‌گیرد. در جوامع سنتی، روابط اجتماعی دارای یک بخش نفسانی-فردی، احساسی و چهره به چهره-است. اما در جوامع نوگرا، روابط اجتماعی عموماً به سمت حالت غیرشخصی-غیرفردی، بیگانه و غیرمستقیم-گرایش دارد. دومین دسته از متغیرهای الگویی، خاص‌گرایی در مقابل عام‌گرایی<sup>12</sup> است. در جوامع سنتی، افراد تمایل دارند با اعضای دایره اجتماعی خودشان معاشرت نمایند. اما در جوامع مدرن، که فشردگی جمعیت وجود دارد، مردم معمولاً به ناچار با غریبه‌ها سروکار داشته و همین‌طور مایلند که با استفاده از قواعد عام‌گرایی با آن‌ها رفتار نمایند. سومین دسته از متغیرهای الگویی عبارت‌اند از: جهت‌گیری جمع‌گرا در مقابل

خویشتن‌گرایی<sup>13</sup> (یا پیگیری منافع شخصی). در جوامع سنتی، جهت‌گیری وفاداری‌ها غالباً به سمت جمع است (مانند خانواده، اجتماع یا دولت قبیله‌ای). بر عکس در جوامع مدرن، خویشتن‌گرایی مورد تأکید قرار دارد؛ مانند تشویق هر فرد به این که شخصیت متمایز خود را داشته باشد، به پرورش استعدادهاي شخصي خود بپردازد، حداکثر تلاش خویش را به کار برد و در هر موقعیتی که قرار دارد، خود زندگی خویش را بنا نماید. چهارمین دسته از متغیرهای الگویی عبارت‌اند از انتساب در مقابل اکتساب<sup>14</sup>. در جوامع سنتی، فرد با منزلت انتسابی خود سنجیده می‌شود؛ بر عکس، در جوامع نوگرا، فرد با منزلت مکتسب خود سنجیده می‌شود. پنجمین و آخرین دسته از متغیرهای الگویی عبارت‌اند از نقش‌های اختصاصی در مقابل آمیختگی نقش‌ها<sup>15</sup>. در جوامع سنتی، غالباً نقش‌ها در هم آمیخته است؛ بر عکس، در جوامع نوگرا نقش‌ها اختصاصی است؛ (سو، 1386: 34-37).

ادعای اصلی نظریه نوسازی این است که بین صنعتی‌شدن و فرایندهای دگرگونی اجتماعی-سیاسی خاص، روابط همبستگی وجود دارد که در سطحی گسترده اعمال می‌شود؛ گرچه جوامع پیشاصنعتی بسیار گوناگونند اما می‌شود از الگویی جامعه «مدرن» و «صنعتی» به صورتی معنادار سخن گفت، الگویی که همه جوامع می‌توانند در مسیر آن گام بردارند به شرط آن که خود را وقف صنعتی‌شدن کنند. توسعه اقتصادی نشانه‌هایی از دگرگونی را به همراه می‌آورد که نه فقط صنعتی‌شدن، بلکه شهرنشینی، آموزش و پرورش همگانی، تخصصی‌شدن مشاغل، گسترش دیوان‌سالاری و توسعه ارتباطات را دربرمی‌گیرد، و این پدیده‌ها به نوبه خود با دگرگونی‌های گسترده‌تر فرهنگی، اجتماعی و سیاسی پیوند دارند. یک دلیل این که چرا نظریه نوسازی تا بدین پایه با اقبال روبه‌رو شد، این است که در بطن این نظریه و عده دست‌یابی به قدرت نهفته است: همین که جامعه‌ای در مسیر صنعتی‌شدن قرار گیرد، انواعی خاص از دگرگونی محتمل می‌شوند، دگرگونی‌هایی مانند کاهش میزان مولد، افزایش نفوذ دولت، افزایش میزان امید به زندگی، افزایش مشارکت سیاسی توده‌ای و شاید دموکراسی (اینگهارت، 1977: 14). به طور کلی نوسازی عبارت است از "تغییر در آداب و رسوم و نظام اجتماعی سنتی به سمت آداب و رسوم و نظام اجتماعی- نهادی مدرن ولو این که این تغییر و ترقی به صورت ارادی یا اجباری صورت گیرد (واگنر، 2001: 3).

در ایران، در چند دهه‌ی اخیر عمده‌تأ به دلیل اجرای سیاست‌های مبتنی بر فرایندهای نوسازی و تغییرات فرهنگی متأثر از آن، جامعه دستخوش تغییرات مهمی شده که این تغییرات، چالش‌هایی را در برابر ساختار سنتی ایرانی قرار داده است. هم‌چنین، کارکردهای سنتی در ایران تضعیف شده و جامعه ایرانی شاهد مسائل جدیدی شده است. آن چه در این پژوهش مد نظر است، بررسی تغییرات هویت اجتماعی در بستر مولفه‌های نوسازی در بین شهروندان ساروی است. شهر ساری به عنوان مرکز استان به دلیل وجود جمعیت مهاجر پذیر بالقوه فعال و اقتصادی و نیز وجود نوعی رفتار اجتماعی و باورهای متفاوت اجتماعی و فرهنگی در شهر شاهد تغییرات زیادی بوده است و همین موضوع سبب شده که مسائل جدیدی در هویت اجتماعی شهروندان اتفاق بیفتد. از آن جایی که مولفه‌های نوسازی و هویت اجتماعی پدیده‌ای چندبعدی است و با توجه به این که تاکنون نظریه جامعی برای تبیین این مفاهیم مطرح نشده و نظریات موجود هر کدام متغیرهای خاص را بررسی و ابعادی را تبیین نموده‌اند. بنابراین، نیازمند اتخاذ یک دیدگاه ترکیبی جهت غنای نظری، فهم و تبیین مفاهیم می‌باشد. در نهایت، مدل مفهومی مولفه‌های نوسازی و هویت اجتماعی به صورت زیر مطرح است:





## شکل 1. مدل مفهومی پژوهش

### فرضیه‌های پژوهش

با توجه به سؤال اصلی پژوهش و با استفاده از چارچوب نظری، فرضیه‌های زیر صورت‌بندی شده‌اند:

1. بین نوسازی اجتماعی و هویت اجتماعی شهروندان رابطه وجود دارد.
2. بین نوسازی فرهنگی و هویت اجتماعی شهروندان رابطه وجود دارد.
3. بین نوسازی سیاسی و هویت اجتماعی شهروندان رابطه وجود دارد.
4. بین نوسازی روانی و هویت اجتماعی شهروندان رابطه وجود دارد.
5. تاثیر و نقش هر یک از متغیرهای مستقل (مولفه‌های نوسازی) بر متغیر وابسته (هویت اجتماعی) شهروندان است.

### 4. روش شناسی

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه شهروندان بالای 18 سال ساکن شهر ساری بوده‌اند. تعداد 386 نفر (شهروندان) با استفاده فرمول کوکران و از طریق روش نمونه-گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. به این صورت که ابتدا از هر شهر، 3 نقطه شمال، جنوب و مرکز برحسب پهنه جغرافیایی انتخاب شدند. سپس، بلوک‌های هر نقطه بر روی نقشه شهر شماره‌گذاری شده و برحسب پهنه جغرافیایی 3 بلوک در هر نقطه انتخاب شدند. تیم پرسش‌گران به بلوک‌های انتخابی اعزام شدند تا در وهله نخست تعداد و شماره خانوارهای ساکن در هر بلوک را فهرست و بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، فرد مورد مطالعه انتخاب شدند. برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه‌های محقق ساخته مولفه‌های نوسازی و هویت اجتماعی استفاده شد. داده‌ها از طریق ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام مورد تحلیل قرار گرفتند.

### تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

**الف) نوسازی:** از نظر اسملسر نوسازی عموماً مشتعل بر تمایز ساختاری است چرا که در این فرایند، ساختار پیچیده‌ای که کارکردهای چندگانه‌ای بر عهده دارد به ساختارهای تخصصی متعددی تقسیم می‌شود که هر یک به تنها انجام یک وظیفه خاص را بر عهده دارند. این مجموعه متشکل از ساختارهای تخصصی، در کل همان وظایف ساختار اولیه را انجام می‌دهد با این تفاوت که کارکردها در زمینه جدید خود به شیوه‌ای بسیار کارآمدتر از گذشته به انجام می‌رسند (سو، 1386: 34).

در پژوهش حاضر، مولفه‌های نوسازی در چهار بُعد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و روانی با گویه‌هایی در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) مورد سنجش قرار گرفته است. نوسازی اجتماعی و به عبارتی نوسازی از نظر جامعه‌شناسی دلالت بر تفکیک و تمایز اجتماعی نقش‌ها و دگرگونی در کنش‌ها و غالب شدن کنش‌های عقلانی و منطقی در بین افراد جامعه دارد (ازکیا و غفاری، 1377: 89). در این پژوهش، نوسازی اجتماعی بر اساس سه مولفه مورد سنجش و بررسی قرار گرفته است: 1) برخورداری از متغیرهای الگویی مدرن شامل عام‌گرایی، فردگرایی، بی‌طرفی عاطفی، اکتساب و تفکیک، 2) جهانی‌گرایی و 3) خانواده‌گرایی. نوسازی فرهنگی به فرایند گسترش یافتن دامنه دانش انسان درباره محیطش و پراکندگی این دانش در سراسر جامعه از رهگذر افزایش روزافزون سواد، ارتباطات توده‌گیر

و آموزش دلالت دارد (زاهدی و همکاران، 1392). نوسازی فرهنگی براساس سه شاخص تقدیرگرایی، برابری/مساوات‌طلبی جنسی و مصرف رسانه‌ای مورد سنجش قرار گرفته است. نوسازی سیاسی دلالت بر گسترش نهادهای دموکراتیک و مشارکت مردم در امور سیاسی جامعه دارد (ازکیا و غفاری، 1377: 90). نوسازی سیاسی در قالب شاخص کارآیی سیاسی سنجش شده است. نوسازی روانی به تغییر در سطوح ارزش‌ها، سبک‌های شناختی، ویژگی‌های شناختی و جز این‌ها اطلاق می‌شود که در سایه تجاربی چون اقامت در شهر، رفتن به مدرسه، تماس با رسانه‌های جمعی و استخدام در بنگاه‌های مدرن به دست می‌آید. این نوسازی روانی در نهایت به رفتارهایی منجر می‌شود که دال بر توسعه اقتصادی و سیاسی جامعه است (بنوعزیزی، 1374: 13). برای سنجش نوسازی روانی، از سه شاخص فرعی به نام‌های برخورداری از ویژگی‌های انسان مدرن، انگیزه پیشرفت و همدلی استفاده شده است.

**ب) هویت اجتماعی:** هویت اجتماعی پنداشت درباره خود است که مبنای آن گروه و بستگی‌های گروهی است. به عبارت دیگر، این هویت از دانش فرد نسبت به تعلق او به گروه‌های اجتماعی، هیجانان و معانی ارزش که از تعلق داشتن به آن‌ها برایش حاصل می‌شود (محسنی، 1375: 7).

در پژوهش حاضر، ابعاد هویت اجتماعی در پنج بُعد دینی، ملی، جمعی، خانوادگی و فردی با گویه‌هایی در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) مورد سنجش قرار گرفته است. هویت دینی میزان پای‌بندی اعتقادی و عملی فرد نسبت به دین می‌باشد (بیرو<sup>1</sup>، 1389). این بعد بر اساس 10 گویه مورد سنجش قرار گرفته است. هویت ملی عبارت است از مجموعه عناصر و مولفه‌های مشترک یک ملت مستقل که افراد ملت نسبت به آن‌ها خودآگاهی یافته و به یکدیگر احساس تعلق می‌کنند (قالیباف و پوینده، 1390). این نوع هویت بر اساس 9 گویه مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است. هویت جمعی از عضویت‌های مشترک ما در گروه‌های اجتماعی نشأت می‌گیرد و منعکس‌کننده خاستگاه آن گروه اجتماعی است که فرد به آن تعلق دارد (رفیعی جیردهی و حبیب‌زاده، 1392). این بعد بر اساس 8 گویه مورد سنجش قرار گرفته است. هویت خانوادگی میزان تعلق و تعهد فرد نسبت به خانواده‌اش را مشخص می‌کند (رابرتسون<sup>2</sup>، 1374). این نوع هویت بر اساس 9 گویه مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است. هویت فردی را می‌توان به عنوان سیستمی منحصر به فرد از روابط میان تجارب، افکار، رویاها، امیدها و آرزوها تعریف کرد (حسینی انجدانی، 1388). این بعد نیز بر اساس 17 گویه مورد سنجش قرار گرفته است.

جدول 1. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	مولفه/ بعد	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
نوسازی	نوسازی اجتماعی	15	0/76
	نوسازی فرهنگی	6	0/78
	نوسازی سیاسی	4	0/70
	نوسازی روانی	6	0/72
هویت	هویت دینی	10	0/82
	هویت ملی	9	0/76
	هویت جمعی	8	0/78
	هویت خانوادگی	9	0/80
	هویت فردی	17	0/83

1. Biero

2. Robertson

با توجه به جدول شماره 1، ضریب آلفای کرونباخ بالای 0/70 می‌باشد که این مقادیر حاکی از مطلوب بودن پایایی پرسشنامه‌های نوسازی و هویت اجتماعی است.

## 5. یافته‌های پژوهش

### توصیف متغیرها

در یافته‌های پژوهش، ابتدا به توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌گویان پرداخته شد که نتایج آن در جدول شماره 2 ارائه شده است.

### جدول 2. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	تعداد	درصد
جنسیت		
مرد	241	62/5
زن	145	37/5
سن		
کمتر از 24 سال	17	4/5
25-29 سال	48	12/4
30-34 سال	98	25/4
35-39 سال	109	28/3
40-45 سال	74	19/2
بالای 46 سال	40	10/2
تحصیلات		
کمتر از دیپلم	36	9/3
دیپلم	72	18/6
فوق‌دیپلم	55	14/2
لیسانس	155	40/2
فوق لیسانس	52	13/5
دکتری	16	4/2

بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی، 62/5 درصد پاسخ‌گویان را مردان و 37/5 درصد آنان را زنان تشکیل دادند. برحسب وضعیت سنی، 4/5 درصد افراد کمتر از 24 سال، 12/4 درصد در طبقه سنی 25 تا 29 سال، 25/4 درصد 30 تا 34 سال، 28/3 درصد در طبقه سنی 35 تا 39 سال، 19/2 درصد سنین 40 تا 45 سال و 10/2 درصد بالای 46 سال قرار داشته‌اند که بیشترین تعداد مربوط به گروه سنی 35 تا 39 و کمترین تعداد مربوط به به گروه سنی زیر 24 سال است. برحسب تحصیلات نیز 9/3 درصد زیردیپلم، 18/6 درصد دیپلم، 14/2 درصد فوق‌دیپلم، 40/2 درصد لیسانس، 13/5 درصد فوق لیسانس و 4/2 درصد دکتری می‌باشند.

میانگین و انحراف معیار نمرات مولفه های نوسازی و نیز ابعاد هویت اجتماعی در جدول شماره 3 آمده است.

جدول 3. میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر متغیرهای تحقیق (n=386)

متغیر	مولفه‌ها/ابعاد	میانگین	انحراف معیار	نمره حداقل	نمره حداکثر
نوسازی	نوسازی اجتماعی	42.12	7.24	43	75
	نوسازی فرهنگی	32.11	4.41	15	30
	نوسازی سیاسی	14.23	4.75	12	20
	نوسازی روانی	23.35	5.12	15	30
	هویت دینی	37.18	8.26	24	50
هویت اجتماعی	هویت ملی	27.23	7.13	30	45
	هویت جمعی	19.03	6.31	22	40
	هویت خانوادگی	21.63	7.56	30	45
	هویت فردی	25.69	5.37	42	85

همان طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود از مولفه‌های نوسازی، میانگین نمرات نوسازی اجتماعی 42/12 است که این مقدار بالاتر از میانگین این نمره‌ها در سایر مولفه های نوسازی است. همچنین، در بین ابعاد هویت اجتماعی، میانگین نمرات هویت مذهبی 37/18 است که این مقدار نیز بالاتر از میانگین نمرات در سایر ابعاد هویت اجتماعی است.

برای نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره 4 ارائه شده است:

جدول 4. نتیجه آزمون فرض نرمال بودن کلموگروف-اسمیرنوف (K-S)

متغیرها	آماره z	درجه آزادی	سطح داری (sig)	معنی نتیجه گیری
نوسازی اجتماعی	0/067	385	0.435	نرمال
نوسازی فرهنگی	0/052	385	0.509	نرمال
نوسازی سیاسی	0/051	385	0.546	نرمال
نوسازی روانی	0/049	385	0.471	نرمال
هویت اجتماعی	0/061	385	0.582	نرمال

همانطوری که نتایج جدول شماره 4 نشان می‌دهد، مقادیر به دست آمده برای آماره های z محاسبه شده در سطح آلفای 0/01 معنی دار نیستند. لذا فرض  $H_0$  دال بر نرمال بودن توزیع متغیرها رد نمی‌گردد. بنابراین، چنین استنباط می‌شود که متغیرهای مورد مطالعه از توزیع نرمال برخوردارند. لذا فرض نرمال بودن توزیع متغیرها برقرار است.

## 6. یافته‌های تحلیلی

برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره 5 ارائه شده است:

جدول 5. نتایج حاصل از آزمون رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

متغیرها	مقیاس متغیرها	میزان همبستگی	سطح معنی‌داری (.Sig)
نوسازی اجتماعی		0.608**	0/000
نوسازی فرهنگی	هویت اجتماعی	0.571**	0/000
نوسازی سیاسی	فاصله‌ای	0.437*	0/002
نوسازی روانی		0.512*	0/001

جدول شماره 5 در خصوص آزمون روابط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته در بین شهروندان بالای 18 سال مشتمل بر این نتایج است: رابطه بین نوسازی اجتماعی و هویت اجتماعی در سطح خطای کوچکتر از 0/05 و اطمینان 0/95 مثبت و معنادار است ( $r=0/608$ ؛  $P=0/000$ ). هم چنین، نتیجه آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر نوسازی فرهنگی و هویت اجتماعی نشان داد که رابطه بین این دو متغیر در سطح خطای کوچکتر از 0/05 و اطمینان 0/95 مثبت و معنادار می‌باشد ( $P=0/000$ )؛ از سوی دیگر، رابطه بین دو متغیر نوسازی سیاسی و هویت اجتماعی در سطح خطای کوچکتر از 0/05 و اطمینان 0/95 مثبت و معنادار می‌باشد ( $r=0/437$ ؛  $P=0/002$ ). نهایتاً؛ نتیجه آزمون همبستگی بین دو متغیر نوسازی روانی و هویت اجتماعی نشان داد که رابطه بین این دو متغیر در سطح خطای کوچکتر از 0/01 و اطمینان 0/99 مثبت و معنادار است ( $r=0/512$ ؛  $P=0/001$ ).

هم چنین، در مقاله حاضر از رگرسیون چندگانه با روش گام به گام برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل معنی‌دار بر هویت اجتماعی استفاده شده است.

## جدول 6. مدل رگرسیونی چند متغیره احساس هویت اجتماعی

متغیرها	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد		سطح معناداری
	B	خطای معیار	Beta	آماره t	
نوسازی اجتماعی	0/602	0/011	0/345	3/456	0/000
نوسازی فرهنگی	0/571	0/023	0/305	4/105	0/0000
نوسازی روانی	0/506	0/026	0/278	3/267	0/0000
نوسازی سیاسی	0/401	0/021	0/231	3/149	0/0000

آماره‌های جدول شماره 6 نشان می‌دهند که از میان متغیرهای مستقل مورد نظر، کدام متغیر بیشترین تاثیر و کدام کمترین تاثیر را بر هویت اجتماعی دارند. با توجه به آماره بتا که نشان از میزان تاثیر هر متغیر مستقل که مقدار استاندارد شده است، بر روی متغیر وابسته نشان می‌دهد، متغیر نوسازی اجتماعی با مقدار بتای 34 درصد بیشترین تاثیر را داشته و بعد از آن، متغیر نوسازی فرهنگی با مقدار بتای 30 درصد، دومین متغیر تاثیرگذار، متغیر نوسازی روانی با مقدار بتای 27 درصد، سومین متغیر تاثیرگذار و نهایتاً متغیر سیاسی با مقدار بتای 23 درصد چهارمین متغیر تاثیرگذار بر هویت اجتماعی است. این آماره‌ها نشان می‌دهد که هرچه میزان تاثیر مولفه‌های نوسازی بیشتر شود، هویت اجتماعی بالاتری در بین شهروندان ساوی اتفاق می‌افتد. برای تعیین این‌که متغیرهای مستقل مذکور تا چه اندازه توانسته‌اند تغییرات متغیر وابسته یعنی هویت اجتماعی را تبیین کنند، از آماره ضریب تعیین استفاده خواهیم کرد.

#### جدول 7. شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی هویت اجتماعی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح شده	سطح معناداری
R	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$	
0/57	0/32	0/26	0/002

با توجه به مقدار آماره موجود در جدول شماره 7، ضریب تعیین با 0/32 است و این مطلب را بیان می‌کند که 32 درصد از واریانس و تغییرات هویت اجتماعی شهروندان را متغیرهای موجود در معادله تبیین می‌کنند.

#### نتیجه‌گیری

تغییر و تحولات به‌وجود آمده ناشی از فرایند نوسازی، هویت اجتماعی افراد را با پیچیدگی روبه‌رو کرده است. این پیچیدگی در مرحله اول ناشی از تجربه مردم از مدرنیته است. با ورود عناصری از دنیای مدرن و گام برداشتن به‌سوی مدرنیته، به‌تدریج نظم اجتماعی پیشین که براساس ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی سنتی بنا شده بود، دستخوش تحولات و دگرگونی‌هایی شده است. از سوی دیگر، امروزه هویت اجتماعی وارد مرحله تازه‌ای شده و تغییراتی را به‌خود دیده که بر پیچیدگی‌های آن بیش از پیش افزوده است. با گذشت زمان و نیز سرعت گرفتن پدیده جهانی‌شدن، جوامع در معرض تغییر و تحولات پیدا شده در عرصه‌های مختلف زندگی قرار گرفته است. چنین دگرگونی‌هایی به تبع عقاید، ارزش‌ها و نگرش‌های گوناگونی را با خود به‌همراه داشته که هویت اجتماعی متفاوتی را در بین شهروندان ساوی تحت تاثیر قرار داده است.

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر نوسازی و مولفه‌های آن یعنی نوسازی اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و روانی چه تأثیراتی بر هویت اجتماعی شهروندان انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه بین مولفه‌های نوسازی و هویت اجتماعی شهروندان معنی‌دار است. یافته‌های تحقیق حاضر با یافته‌های

تحقیق صدیق سروستانی و قادری (1388)، بذرافشان (1396) و دان و همکاران (2012) همخوانی دارد. در تحلیل این نتایج می‌توان گفت که با ظهور فرایند نوسازی، تغییرات و دگرگونی‌هایی در ابعاد هویت اجتماعی افراد رخ داده است. اگرچه، جریان نوسازی بر ابعاد هویت اجتماعی مؤثر بوده است، اما نباید به هویت اجتماعی به عنوان یک واحد "منفعل" که صرفاً پذیرای تغییرات است، نگاه کرد بلکه هویت اجتماعی می‌تواند به عنوان عامل "فعال" با این تغییرات برخورد کند و حتی در فرایند نوسازی، هویت اجتماعی در تمامی ابعاد دینی، ملی، جمعی، خانوادگی و فردی حفظ شود. از این رو، باید گفت هر یک از جوامع انسانی، فرهنگ خاص خود را دارد که در طول تاریخ شکل گرفته است و همین فرهنگ، هویت دهنده یک جامعه است. اما هرگاه جامعه‌ای نتواند هویت خود را حفظ کند، سبب می‌شود تا رفتارها تغییر و هویت‌های اجتماعی جدیدی نیز شکل بگیرد. به عبارت دیگر، هویت‌های دینی، ملی، جمعی، خانوادگی و فردی در جریان نوسازی شکل جدیدی به خود خواهند گرفت. پس نباید با آن‌ها مانند جوامع سنتی، ثابت و تغییرناپذیر رفتار کرد، بلکه باید این ابعاد را فرآیندی قابل تغییر دانست که نه تنها می‌توانند خود را با وضعیت‌ها و تحولات جدید هماهنگ کنند، بلکه در فرایند نوسازی در عین انعطاف-پذیری، انسجام و همبستگی خود را حفظ و نیز اهداف و کمال مطلوب ابعاد هویت اجتماعی را بازتعریف کنند. بنابراین، تقویت انسجام اجتماعی، همدلی، برابری جنسی، کارآیی سیاسی و تقویت ارزش‌های فرهنگی- اجتماعی در بین شهروندان ضروری است.

یافته‌های رگرسیون گام به گام برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل معنی‌دار بر هویت اجتماعی نشان داد که متغیرهای نوسازی اجتماعی، نوسازی فرهنگی، نوسازی روانی و نوسازی سیاسی از مولفه‌های نوسازی می‌توانند هویت اجتماعی شهروندان را پیش‌بینی کنند. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های نیازی و افرا (1397) و بونون (2006) همسویی دارد. در تبیین یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که داشتن هویت اجتماعی متفاوت معلول فرایند نوسازی جوامع است. اندیشه‌ورزان نوسازی این باورند که گذار جامعه از حالت سنتی به مدرن، نیازمند کسب فرایند نوسازی است. این نوسازی می‌تواند صورت‌های متفاوتی اعم از نوسازی روانی (تغییر در سطوح ارزش‌ها، سبک‌های شناختی و ویژگی‌های شناختی)، نوسازی اجتماعی (تفکیک و تخصصی‌شدن واحدهای اجتماعی)، نوسازی فرهنگی (تغییر در نظام فرهنگی) و نوسازی سیاسی (تغییر در کارآیی سیاسی) به خود بگیرد.

اینکلس و اسمیت نوسازی را نوعی فرایند اجتماعی-روانی می‌دانند که طی آن افراد نگرش‌ها، ارزش‌ها و عقاید مدرن را کسب می‌کنند. به نظر اینکلس، خصوصیات برجسته انسان نو دو جنبه دارد: یکی درونی است که به نظرها، ارزش‌ها و احساسات او باز می‌گردد و دیگری محیطی است. به عبارت دیگر، به تعبیر اینکلس و اسمیت، انسان‌های متجدد فراهم‌کننده نوسازی اند. به تعبیر آنان، انسان متجدد انسانی است که از ویژگی‌هایی مانند آمادگی برای قبول و پذیرش تجربیات تازه و استعداد ابداع و تغییر، معطوف‌بودن ذهن به حال و آینده تا گذشته و برخورداری از وقت‌شناسی و نظم و انضباط، تمایل داشتن به برنامه‌ریزی و سازماندهی امور و... برخوردار است (ازکیا، 1370؛ اینکلس و اسمیت، 1974). طبیعی است چنین انسانی به میزان بیشتری وارد حوزه‌های فرهنگی و تغییر هویت اجتماعی افراد می‌شود. فرایند نوسازی پدیده‌ای است که که جنبه‌های مختلف زندگی انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. رواج شیوه‌های جدید رفتار، فرهنگ و نیز پیدایش هویت‌های جدید از جمله زمینه‌های عمده‌ای هستند که وضعیت جدیدی را پیش‌روی افراد قرار داده است. از این رو، این تحولات و دگرگونی‌ها که در قالب نوسازی رخ می‌دهد، نگرش به خود و جامعه و نیز میزان هویت اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار داده است. بنابراین، تغییرات اجتماعی با زمینه‌های ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی در کنار تغییرات ناشی از مولفه‌های نوسازی، وضعیتی قابل تأمل از تغییرات هویت اجتماعی را پدید آورده است. به نظر می‌رسد با توجه به فرایند نوسازی و مواجه شدن شهروندان با آن، ضروری است پیامدهای این مواجه در ایجاد تغییر هویت اجتماعی بررسی شود. از این رو، برای تقویت ابعاد هویت اجتماعی باید مسائلی چون تغییر ارزش‌های سنتی، برنامه‌ریزی درست و صحیح به سمت الگوهای صحیح و مناسب ملی و جهانی و نیز شناخت عوامل مؤثر در زمینه تغییر هویت اجتماعی در دوران معاصر و در عصر جهانی شدن توجه اساسی کرد.

1. Social identity
2. Stets & Burke
3. Modernization
4. Bovone
5. Copesescu
6. Dunn
7. Erikson
8. Petter Burk
9. Jenkinz
10. Pattern Variables
11. Affective Vs. Affective – Neutral Relationships
12. Particularistic Vs. Universalistic Relationships
13. Collective orientation Vs. Self - orientation
14. Ascription Vs. Achievement
15. Functionally Diffused Vs. Functionally Specific Relationships

## منابع

### الف) فارسی

1. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (1377). **جامعه‌شناسی توسعه**، تهران: موسسه نشر کلمه.
2. ازکیا، مصطفی (1370). **جامعه‌شناسی توسعه و توسعه‌نیافتگی روستایی ایران**، تهران: انتشارات اطلاعات.
3. بذرافشان، شهرزاد (1396). بررسی تأثیر مؤلفه‌های مدرنیته بر هویت اجتماعی جوانان (مورد مطالعه: جوانان شهر آزاد شهر)، **مجله مطالعات علوم اجتماعی ایران**، سال چهاردهم، زمستان، شماره 4، صص 39-27.
4. برتون، رولان (1380). **قوم‌شناسی سیاسی**، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نشر نی.
5. بنو عزیزی، علی (1374). **جایگاه سنت و تجدد**، ترجمه محمد عابدی اردکانی، ماهنامه فرهنگ و توسعه، شماره 18.
6. بیرو، آلن (1389). **فرهنگ علوم اجتماعی**، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
7. جنکینز، ریچارد (1381). **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر پژوهش شیرازه.
8. چاوشیان، حسن (1381). سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به‌عنوان شالوده‌های تمایز و تشابه اجتماعی در دوره مدرنیته اخیر، **پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی**، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
9. حسینی انجدانی، مریم (1388). **پیش‌بینی و مقایسه هویت ملی و ابعاد آن، پایان‌نامه دکتری**، تهران: دانشگاه الزهرا.
10. دوران، بهناز (1389). **نقش بازی‌های رایانه‌ای در شکل‌گیری هویت جوانان، پایان‌نامه دکتری**، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.



11. رابرتسون، رونالد (1374). **جهانی شدن؛ تئوری اجتماعی و فرهنگ جهانی**، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر مرکز.
12. زاهدی، محمدجواد و همکاران (1392). **نوسازی و فرایند تحول ارزش‌ها در حوزه خانواده، مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره چهاردهم، بهار، شماره 1، صص 68-97.
13. زاهدی، محمدجواد (1386). **توسعه و نابرابری**، تهران: انتشارات مازیار.
14. سو، آوین (1386). **تغییر اجتماعی و توسعه: مروری بر نظریات نوسازی، وابستگی و نظام جهانی**، ترجمه محمود حبیبی مظاهری، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
15. شیخاوندی، داور (1378). **جامعه‌شناسی آموزش و پرورش**، تهران: انتشارات دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبایی.
16. صدیق سروستانی، رحمت‌الله؛ قادری، صلاح‌الدین (1388). **ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی هویت دانشجویان بر مبنای مولفه‌های سنتی و مدرن، فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، دوره دوم، شماره 8، زمستان، صص 35-65.
17. عبداللهی، محمد (1374). **بحران هویت، هویت جمعی، دینامیسم و مکانیسم تحول آن در ایران، نامه علوم اجتماعی**، شماره اول، ناشر: انجمن جامعه‌شناسی ایران.
18. قالیباف، محمدباقر؛ پوینده، محمدهادی (1390). **تبیین جغرافیایی بنیادهای هویت ملی (مطالعه موردی: ایران)**، فصلنامه مطالعات ملی، شماره 12، 45-1.
19. کاستلز، مانوئل (1380). **عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای**، ترجمه علی پایا، تهران: طرح نو.
20. کاستلز، مانوئل (1385). **عصر اطلاعات، قدرت هویت، مترجم: حسن چاوشیان**، جلد اول، تهران: طرح نو.
21. گیدنز، آنتونی (1384). **چشم‌اندازهای جهانی**، ترجمه محمدرضا جلائی پور، تهران: انتشارات طرح نو.
22. گیدنز، آنتونی (1387). **تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
23. مایرون وینز، فرانکلین (1349). **نوسازی جامعه: چند گفتار در شناخت دینامیسم رشد**، ترجمه رحمت‌الله مراغه‌ای، تهران: شرکت سهامی کتاب‌های حبیبی.
24. محسنی، نیک‌چهره (1375). **شکل‌گیری میهن و بیگانه**، تهران: معاونت پژوهشی دانشگاه تهران.
25. مختاری، مریم؛ احمدی، سیروس و یزدان مهر، سیداسلام (1397). «تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه یاسوج» **فصلنامه علوم اجتماعی**، سال 27، شماره 81، صص 75-99.
26. هابرماس، یورگن (1380). **جهانی‌شدن و آینده دموکراسی- منظومه پساملی**، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر مرکز.

#### (ب) انگلیسی

1. Bovone, L. (2006). Urban style cultures and urban cultural production in Milan: Postmodern identity and the transformation of fashion. *Poetics Journal*, Volume 34, Issue 6.
2. Burke, P. (2004). Identities and Social Structure. *Social psychology Quarterly*, Vol. 67, 5-15.
3. Copesescu, S. (2011). "Aspects of Identity Construction in the Context of Globalization, *Bulletin of the Transylvania University of Brasov*", Series VII: *Social Sciences, Law*, vol. 4, N. 53(2), P. 19-24.
4. Dunn, T. & Castro, A. (2012). Postmodern society and the Individual: The structural characteristics of postmodern society and how they Shape who we Think we Are. *Social Science Journal*, n 5.
5. Feather, N. T. (1994). "Values, National Identification and Favouritism Towards the in group", *British Journal of Social Psychology*, No.33
6. Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Polity Press, ISBN 9780745609324.

7. Hall, Stuart (1996): Question of Cultural Identity, in Book 'Modernity and its Futures', Cambridge: Polity Press.
8. Hulme, David and Mark Turner, (1990). Sociology and Development: Theories, Policies and Practices, New York, Harvester Wheatsheaf.
9. Inglehart, Ronald (1977). The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics. Princeton University Press.
10. Inkeles, Alex and H. Smith, David (1974). Becoming Modern: Individual change in six developing countries, Heinemann Educational book.
11. Robert, Dunn (2008). Identifying consumption: Subjects And Objects In Consumer Society, Temple university press.
12. Stets, J. E., & Burke, P. J. (2000). Identity theory and social identity theory. Social Psychology Quarterly, 63(3), 224-237.
13. Sunderam, A. (2005). Modernization, Life Course, and Marriage Timing in Indonesia, PhD Dissertation, Department of Sociology, University of Maryland, College Park.
14. Tajfel, H (1979). "An Integrative Theory of inter group conflict", Moterey, Brooks
15. Wagner, Peter (2001). Modernity, Capitalism and Critique, Thesis Eleven. No. 66, London: Sage Publications.
16. Webster, Andrew (1990). Introduction to Sociology of Development. Basingstoke Hampshire: McMillan Press Ltd.
- Weine, M(1966). Modernization: the Dynamic of Society, Basic Books, Inc, New York.