

مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۸، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۸: ۵۵۷-۵۸۰

تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان (مورد مطالعه: زنان شهر بندرعباس)

محسن دیانت^۱

منصوره دسترنج^۲

تاریخ پذیرش: ۹۸/۴/۲۴

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۱۱

چکیده

تحولات دهه‌های اخیر، چه در زمینه‌های فرهنگی و چه در عرصه‌های ساختاری، به تعدد، تنوع و گاه تعارض منابع هویت‌ساز منجر شده و گسترش نوگرایی و نوسازی در عرصه جهانی، به بحران هویت در میان بسیاری از قشرها، به‌ویژه زنان، دامن زده است. بنابراین، این پژوهش با هدف بررسی تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان در شهر بندرعباس انجام گرفته است. جامعه آماری، همه زنان ۱۵ تا ۴۵ سال شهر بندرعباس بودند که از میان آنها، با استفاده از فرمول کوکران، نمونه‌ای مشتمل بر ۲۵۰ نفر انتخاب شد. روش پژوهش در این مقاله، پیمایش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه بود که اعتبار آن به‌روش صوری و پایایی آن به‌کمک آماره آلفای کرونباخ سنجیده شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، به‌منظور تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی شامل تحلیل دو متغیر (از نوع تأثیر و تفاوت معناداری) استفاده شد. نتایج در گام اول آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که متغیرهای میزان استفاده زنان از کالاهای فرهنگی نو، میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT)، نگرش زنان به کارکرد جنسیتی بر هویت اجتماعی تأثیر معناداری داشته است؛ اما آگاهی زنان از تغییرات محیطی بر هویت اجتماعی زنان تأثیر معناداری را نشان نداد.

واژه‌های کلیدی: آگاهی از جهانی شدن، بندرعباس، جهانی شدن، زنان، هویت اجتماعی.

۱. عضو هیأت علمی گروه علوم سیاسی، دانشگاه پیام‌نور، mdianat.pn@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام‌نور (نویسنده مسئول)، m_dastranj@pnu.ac.ir

مقدمه و طرح مسئله

در سال‌های اخیر، موضوع جهانی شدن و پیامدهای آن یکی از موضوع‌های موردعلاقه پژوهشگران شاخه‌های مختلف علوم انسانی بوده است. یکی از پیامدهای جهانی شدن، گسترش تجدد غربی (غربی شدن) است. جهانی شدن به صورت مجموعه‌ای از معانی ارتباط جهانی، زمینه مساعدی را برای فرایند غربی شدن جهان مبتنی بر فرض اروپامحوری فراهم می‌کند. دیوسل^۱ معتقد است اروپا برخوردار از ویژگی‌های درونی فوق‌العاده‌ای است که همه فرهنگ‌های دیگر را کنار می‌زند و جایگزین آنها می‌شود. وی ادعا می‌کند که تقلید و پیروی از الگوی غربی، ازسوی همه مردم، تنها راه حل گرفتاری‌های زمان ما محسوب می‌شود. در همین زمینه، به اعتقاد مازریو^۲ فناوری فراگیر غرب، نیرویی است که با خود نه فقط مهارت‌های جدید، بلکه ارزش‌های جدید را حمل می‌کند و این نتایج، شکلی از جهانی شدن عناصر فرهنگی غرب است (سفیری و نعمت‌اللهی، ۱۳۹۱: ۵۲).

جهانی شدن فرایندی چندبعدی است و بر چهره‌های گوناگونی از زندگی بشر سایه افکنده است. جهانی شدن در مسیر خویش بر فرهنگ، اقتصاد، سیاست و... تأثیر می‌گذارد و زنان نیز که نیمی از جامعه بشریت‌اند، هم در جریان جهانی شدن مداخله دارند و هم از آن متأثر می‌شوند (رفیعی و دباغی، ۱۳۹۳: ۱۹۰). آگاهی زنان از حق و حقوق خود و تلاش به منظور کسب این حقوق، معلول جریان‌های مدرنیته، پیشرفت‌های فناورانه و عصر ارتباطات است (مظاهری و آقاجانی معمار، ۱۳۹۳: ۷۲). در دهه‌های اخیر، بهره‌مند شدن بیشتر زنان از تحصیلات دانشگاهی و روی آوردن آنها به فعالیت اقتصادی، به‌ویژه در شهرهای بزرگ، سبب ارتقای جایگاه اقتصادی و اجتماعی زنان و ایجاد هویت‌های جدید برای آنان شده است (خواجه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۶۶).

حضور زنان در عرصه‌های مختلف در همه‌جای دنیا و به‌ویژه در کشورهای پیشرفته صنعتی، موجب شده تا دیگر زنان در بازتعریف هویت اجتماعی خود و جایگاهشان در جامعه، درنگی دوباره کنند که این خود در ذهن آنها پرسش‌های فراوانی در این زمینه پدید آورده است. پیابند این برخوردها و رویارویی اندیشه‌ها و دیدگاه‌ها، دگرگونی هویت اجتماعی زنان

1. Dyvsl
2. Mazryv

است. این دگرگونی محتوا و سوگیری نوی دارد که هویت زن امروزی درگیر فرایند جهانی شدن را از زنان سنتی متفاوت می‌سازد (همان، ۶۷).

پیداست که با رشد حضور زنان در عرصه‌های گوناگون اجتماعی-اقتصادی و به‌ویژه در مراکز علمی، آنان تحت تأثیر فرایند جهانی شدن قرار گرفته‌اند. فرایند جهانی شدن توانایی مقوله‌های زمان، مکان و فضا را که ۳ عضو اساسی در هویت‌یابی‌اند، بسیار کاهش می‌دهد و موجب بحران هویت می‌شود (تاجیک اسماعیلی و تاجیک اسماعیلی، ۱۳۹۴: ۳۹). بنابراین، یکی از تأثیرهای جهانی شدن بر زنان، دگرگونی در فرایند تولید و بازتولید هویت اجتماعی آنهاست. درواقع، هویت آگاهی به خود واقعی فرد است. افراد در زندگی روزمره خویش سعی دارند که در تعامل با دیگران، بین تصویر خود و تصویر عمومی تلفیق ایجاد کنند. هویت فردی زنان مجموعه‌ای از هویت‌های اجتماعی و دربرگیرنده هویت‌های مذهبی، جنسیتی، گروهی و ملی است. امروزه این هویت تحت تأثیر فرایند جهانی شدن و اجزای آن قرار دارد. فرایند جهانی شدن به‌واسطه ابزارهای فناوری خود، شیوه‌های زندگی متفاوت و ایده‌های نو پیش روی زنان گذارده است (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴: ۱۷).

پیشرفت در فناوری‌های ارتباطاتی به‌مثابه مهم‌ترین منبع تجربه باواسطه در فرایند هویت‌یابی، تأثیری عظیم بر هویت شخصی و همچنین بر ساختارهای روابط اجتماعی به‌جای گذاشته است. با توسعه وسایل ارتباط جمعی، به‌ویژه ارتباطات الکترونیکی، تداخل توسعه هویت شخصی و نظام‌های اجتماعی تا حد موازین و معیارهای عام و جهانی بیش‌ازپیش محسوس شده است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۰). جهانی شدن فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی سبب شده است تا مردم در مناطق گوناگون از شیوه‌های زندگی، ارزش‌ها و هنجارهای رفتاری دیگر مناطق جهان آگاه شوند. این اتفاق ممکن است به دگرگونی یا تقویت شیوه‌های زندگی، ارزش‌ها و هنجارها بینجامد (نرو فرن‌فروم، ۲۰۰۲). جهانی شدن از راه گسترش وسایل ارتباط جمعی و توسعه ارتباطات، موجب افزایش سطح آگاهی زنان می‌شود تا آنان فرصت مناسبی برای اثبات خود و نیز حق انتخاب بیشتری داشته باشند.

به‌طورعمده، هویت‌یابی پیش از تحولات حاصل از جهانی شدن و در جامعه سنتی، منفعلانه بود و با معیارهای سنت شکل می‌گرفت؛ اما با عرضه انبوه منابع اجتماعی و فرهنگی

هویت آفرین، وسعت یافتن روابط اجتماعی و تعلقات گروهی صورتی فعال و اغلب آگاهانه و تأملی به خود گرفته است (خواجانه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۶۶-۶۷).

با توجه به اینکه فرایند جهانی شدن عامل اصلی بحران هویت به‌شمار می‌آید، این رابطه علی به‌این‌صورت برقرار می‌شود که فرایند جهانی شدن با دگرگون ساختن شرایط و چارچوب سنتی هویت‌سازی و تضعیف و تخریب عوامل و منابع سنتی هویت، فرایند هویت‌سازی را دشوار و مشکل‌ساز می‌کند. بنابراین، حال که ابعاد مختلف هویت تحت تأثیر فرایند جهانی شدن دستخوش تغییرات وسیع و سریع می‌شود، تأثیر جهانی شدن بر هویت اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند.

فرایند جهانی شدن برای تمام نقاط دنیا نتایج یکسانی به‌بار نمی‌آورد؛ بلکه تغییرات حاصل از آن، از منطقه‌ای به منطقه دیگر متفاوت خواهد بود. بندرعباس در جایگاه مرکز استان هرمزگان، با توجه به موقعیت جغرافیایی، هم‌جواری با کشورهای حوزه خلیج فارس، دادوستدهای تجاری، اقتصادی و فرهنگی موقعیتی ممتاز دارد و متأثر از فرایند جهانی شدن قرار گرفته است و با توجه به پیدایش روزافزون فناوری‌های ارتباطاتی نو و افزایش سطح آگاهی عمومی، جامعه و فرهنگ شهر بندرعباس و همچنین زنان آن، نوعی گذرا را تجربه می‌کنند و امکان بازاندیشی و به‌چالش کشیده شدن عناصر فرهنگی و هویت‌ساز در آنان وجود دارد.

بنابراین، شناخت عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است؛ از این‌رو در این پژوهش تلاش شد تا به بررسی هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس با نگرش به فرایند جهانی شدن پرداخته شود. بر این اساس، پرسش‌های اصلی این پژوهش این بود که چه رابطه‌ای بین جهانی شدن و هویت اجتماعی زنان وجود دارد؟ و عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان کدام‌اند؟ بنابراین هدف اصلی این پژوهش، بررسی هویت اجتماعی زنان در شهر بندرعباس و چگونگی تأثیر جهانی شدن بر آن بوده است.

پیشینه پژوهش

ادیبی و دیگران (۱۳۸۷) در مقاله‌ای به بررسی ارتباط فرایند جهانی شدن فرهنگ و تأثیر آن بر متغیر هویت اجتماعی جوانان پرداختند. آنان اطلاعات لازم را از راه پرسشنامه از نمونه‌ای ۳۸۴ نفری از بین جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله از مناطق یازده‌گانه شهر اصفهان جمع‌آوری کردند. نتایج

بررسی آنان نشان داد که بین فرایند جهانی شدن فرهنگ و ابعاد چندگانه هویت همبستگی وجود دارد و تغییرات حاصل شده در ابعاد متعدد هویت، با کاربرد فناوری اطلاعاتی و ارتباطی در حیطه‌هایی چون مصرف‌گرایی، نوگرایی و گرایش به ارزش‌های فرهنگی نو صورت می‌گیرد.

حبیبی و دیگران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان: مطالعه موردی دانشگاه تبریز» نشان دادند که همسو با جهانی شدن، هویت‌های محلی دانشجویان رو به کاهش می‌گذارد.

محمدبخش و دیگران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «جهانی شدن و هویت ملی دانشجویان دانشگاه تبریز» نشان دادند که با افزایش فرایند جهانی شدن، هویت ملی دانشجویان رو به کاهش می‌گذارد. سفیری و نعمت‌اللهی (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی تأثیر ابزارهای جهانی شدن بر هویت دینی پرداختند. روش پژوهش آنان، پیمایشی بود و با استفاده از ابزار پرسشنامه، داده‌ها و اطلاعات گردآوری شد. جامعه آماری این پژوهش، افراد ۱۸ تا ۳۸ ساله شهر تهران بود. میزان حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر محاسبه شد. مهم‌ترین یافته این پژوهش نشان داد که هر قدر میزان استفاده از اینترنت و ماهواره بیشتر شود، میزان هویت دینی آنان کاهش می‌یابد.

خواجه‌نوری و ریاحی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به رابطه بین جهانی شدن و میزان دنیاگرایی در بین زنان در شهرهای تهران، شیراز و استهبان پرداختند. در این پژوهش، برای آزمون فرضیه‌ها ۲۲۰۰ نفر بین سنین ۱۶ تا ۴۵ سال به شیوه نمونه‌گیری تصادفی در این ۳ شهر انتخاب شدند. روش پژوهش آنان، پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه بود. نتایج به دست آمده در سطح تحلیل رگرسیونی نشان داد که متغیر هویت اجتماعی مدرن، نوگرایی و نگرش نقش جنسیتی بر روی هم، نزدیک به ۳۳ درصد از کل رفتار دنیاگرایانه زنان را در این ۳ شهر تبیین می‌کنند.

خواجه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴) در پژوهشی به «مطالعه رابطه جهانی شدن فرهنگی و هویت اجتماعی (مطالعه موردی: زنان شهر کرمانشاه)» پرداختند. نمونه مورد مطالعه برابر با ۶۰۰ نفر بود. نتایج نشان داد که متغیرهای نگرش نقش جنسیتی، وسایل ارتباط جمعی خارجی، فناوری‌های نو اطلاعاتی و ارتباطاتی، سبک زندگی مدرن و سبک زندگی دوستانه دارای ارتباط معنادار و مثبتی با هویت اجتماعی زنان بودند.

مختاری و دیگران (۱۳۹۷) در پژوهشی به تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر هویت ملی دانشجویان

دانشگاه یاسوج پرداختند. روش این پژوهش پیمایشی بوده و حجم نمونه ۴۰۰ نفر دانشجوی زن و مرد که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای به صورت تصادفی انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که هویت ملی افراد مورد بررسی به نسبت قوی است؛ با این حال، جهانی شدن فرهنگ آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با استفاده از رگرسیون چندمتغیره، مهم‌ترین متغیرهای مستقل اثرگذار بر هویت ملی، استفاده از آثار مکتوب غیربومی، مصرف‌گرایی، کثرت‌گرایی و جنسیت شناخته شد. نتیجه نهایی آنکه حدود ۳۸ درصد از واریانس هویت ملی از راه این متغیرها تبیین می‌شود.

گری و دیگران (۲۰۰۶) در مقاله‌ای با عنوان «زنان و جهانی شدن: یک مطالعه‌ای از ۱۸۰ کشور (۱۹۷۵-۲۰۰۰)» ۴ شاخص امید به زندگی زنان، میزان بیسوادی زنان سنین ۱۵ سال به بالا، مشارکت زنان در نیروی کار، درصدی از زنان در صندلی پارلمانی را در فرایند جهانی شدن بررسی کردند. نتایج نشان داد جهانی شدن شامل آزادی بیشتر برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است که به القای گسترده زنان به بازار تجارت منجر می‌شود. جنبه‌های اقتصادی جهانی شدن، فرصت‌ها و منابع جدیدی را برای زنان به‌ارمغان می‌آورد. زنان در ملت‌هایی با سطح کمتر توسعه، امید به زندگی کمتر و زنان در کشورهایی با سطح بالاتری از تجارت، امید به زندگی طولانی‌تری دارند. کشورهایی که به محل تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی تبدیل می‌شوند، سطح کمتری از بیسوادی زنان را دارند. سطح بالاتری از توسعه اقتصادی با اشتغال بیشتر زنان در شغل‌های حرفه‌ای مرتبط است. زنان سهم زیادی از صندلی پارلمانی دارند و همچنین، حضور بیشتری در مسائل سیاسی دارند.

جورج (۲۰۱۰) در مقاله‌ای با عنوان «جنسیت و جهانی شدن» معتقد است یکی از ضرورت‌های جهانی شدن، برخورداری مساوی از حقوق اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، مدنی و سیاسی زنان است و بر آن بیشترین تأکید را دارد. این دیدگاه، احترام به حقوق زنان را بررسی می‌کند. هواچن و دیگران (۲۰۱۲) در پژوهش «هویت قومی و آرزوهای شغلی دانشجویان نخبه تايوانی در عصر جهانی شدن» به این نتیجه رسیدند که اشتغال به فعالیتی خاص بر فرایند هویت‌یابی قومی افراد تأثیر می‌گذارد. گاردان و دیگران (۲۰۱۷) نتیجه گرفتند میان استفاده از گوشی‌های تلفن همراه و هویت کاربران، در ۳ فرهنگ متفاوت از نظر جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ارتباط معناداری وجود دارد (به نقل از کاروانی و دیگران، ۱۳۹۸: ۶۴).

مبانی نظری پژوهش

بنابر نظریه تاجفل، هویت اجتماعی به مثابه آگاهی فرد از تعلق به گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد، مفهوم سازی شده است. در نتیجه، بنابر تعلق افراد به گروه‌های متفاوت است که آنان به هویت اجتماعی معرف وضعیت ویژه خود در جامعه دست می‌یابند؛ اما تعلق به گروهی معین فقط در صورتی به مشارکت در یک هویت اجتماعی مثبت می‌انجامد که بتوان مشخصات آن گروه را جانبدارانه با دیگر گروه‌ها مقایسه کرد. در این مقایسه، افراد به داوری به نفع گروه خود گرایش دارند. تمایل به ایجاد، نگهداری یا افزایش تمایز مثبت به نفع درون گروه در مقایسه با برون گروه‌ها، در ابعاد مربوط و تحت شرایطی که افراد خود را براساس عضویت‌هایشان معرفی می‌کنند، نشان‌دهنده نیاز به هویت اجتماعی مثبت است. تاجفل این تحلیل روان‌شناختی را از انگیزش برای هویت اجتماعی مثبت، در مزیت قائل شدن برای درون گروه مدنظر داشت (ترنر، ۱۹۹۹: ۸). به این ترتیب آشکار می‌شود که نظریه هویت اجتماعی بر دو پایه شناختی و انگیزشی استوار است.

جورج هربرت مید با بحث درباره دو مؤلفه خود، یعنی من مفعولی و من فاعلی، به این موضوع عمق بیشتری بخشید. وی خود را محصول اجتماعی می‌داند که از خلال اخذ دیدگاه دیگری شکل می‌گیرد؛ به این صورت که فرد آگاهی می‌یابد موضوعی در حوزه ادراک دیگری است و با درونی سازی آن، بر خود نیز به مثابه موضوعی در حوزه ادراک خود آگاه می‌شود. این همان مفهومی است که کولی خود آینه‌سان می‌نامد. به عقیده کولی، خود، یعنی احساس اینکه فرد کلیتی متمایز است؛ اما در عین حال، خود و دیگری دو روی یک سکه‌اند. در نتیجه، خود فقط براساس شباهت و تفاوت نسبی با دیگران است که تعریف می‌شود. کولی به وجود خود گروهی یا ما علاوه بر خود شخصی یا من فاعلی معترف است و اظهار می‌دارد که خود گروهی یا ما مشتمل است بر اشخاص دیگر. شخص خودش را با گروه معرفی می‌کند و بنابراین از آمال، افکار، خدمات مشترک یا در یک کلمه، «ما» سخن می‌گوید. این سنت فکری که با جیمز آغاز و توسط کولی و جورج هربرت مید دنبال شد، با اقبال روان‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی بعدی مواجه شد و به ویژه در کارهای دیدگاه تعامل‌گرای نمادین ادامه یافت. رویکرد جامعه‌شناختی هویت به طور عام و نظریه هویت به طور خاص، حاصل این مشی است که تا به امروز ادامه یافته و همچنان ادامه دارد (دوران، ۱۳۸۶: ۴۹-۵۳).

جنکینز از نظریه پردازانی است که با تأثیر از آرای مید و گافمن، نظریه هویت اجتماعی خود را بیان کرده است. او معتقد است که هویت فردی که در خویشتن تجسم یافته است، جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. افراد یگانه و متفاوت اند؛ اما خویشتن به طور کامل در اجتماع ساخته می شود؛ یعنی در فرایندهای اجتماعی شدن اولیه و در فرایندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آنها افراد در طول عمرشان، خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می کنند. به این ترتیب، الگوی اصلی جنکینز عبارت است از دیالکتیک درونی-برونی شناسایی به مثابه فرایندی که به واسطه آن همه هویت ها اعم از فردی و جمعی ترکیب می شوند (قلی پور و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰۷). به اعتقاد جنکینز، خود یک هویت اجتماعی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه هویت های بعدی است و جنسیت در نحوه تشکیل خود نقش تعیین کننده دارد؛ زیرا به تجربه فرد سامان می دهد و آن را در خویشتن ادغام می کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۸۴). یکی از منابع مهم ارزشی و نگرشی، نگرش نقش جنسیتی است. در جوامع سنتی، نقش زنان محدود به خانواده بوده و محور اصلی هویت آنان را تشکیل می داده است. آنان تفاوت های جنسیتی و تبعیض ها و هویت های فرودست را می پذیرفتند و در مقابل آنها کمتر چون و چرا و مقاومت می کردند؛ اما در جوامع مدرن، در جریان آگاهی از تحولات ساختاری و اطلاعاتی جهان و ظهور جنبش هایی چون فمینیسم، حقوق بشر و... زنان با مشارکت بیشتر، افزایش سطح تحصیلات و... دارای منابع هویت ساز متعدد و متکثر شده اند. از طرفی دیگر، امروزه نقش زنان ثابت و مشخص نیست. در حقیقت، زنان دیگر براساس آنچه فرهنگ یا سرنوشت به آنان تحمیل می کرد، زندگی نمی کنند و هویتشان را بیشتر به واسطه نقش های اجتماعی شان می سازند. در واقع، امروزه زنان با پذیرش نقش های جنسیتی، به غیر از مادری و همسری، به بساختن هویت های شخصی و اجتماعی به دست خویشتن روی آورده اند (خواجه نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۷۲).

از دیدگاه هال، هویت در مفهوم جامعه شناسی فاصله میان درون و برون-میان حوزه عمومی و خصوصی را پر می کند. این واقعیت که ما «خودمان» را درون هویت های فرهنگی می افکنیم، در همان زمان معانی و ارزش های خود را درونی می کنیم و آنها را «بخشی از خودمان» قرار می دهیم، کمک می کند احساسات ذهنی مان را با مکان های عینی که در جهان فرهنگی و اجتماعی اشغال کرده ایم، هماهنگ کنیم؛ بنابراین هویت، سوژه را به ساختار متصل

می‌کند. براین اساس، از دیدگاه هال، هویت موضوعی تمام و کمال و ذاتی نیست؛ بلکه همیشه تولیدی اجتماعی، سیال و در حال شکل‌گیری و همچنین مقوله‌ای مربوط به معناست (هال، ۱۹۹۰: ۲۲۲ به نقل از کاروانی و دیگران، ۱۳۹۸: ۶۳).

بر اساس نظریه هویت، همه افراد به‌طور قطعی در جوامع گوناگون مدرن، هویت‌های متعددی دارند که در یک روش سلسله‌مراتبی سازمان یافته‌اند (مرولا، ۲۰۱۲: ۱۵۱). جامعه‌شناسان ساختی-کارکردی با استفاده از آرا و نظریه‌های امیل دورکیم، صنعتی شدن را عامل جهانی شدن می‌دانند. در دیدگاه آنان، صنعتی شدن پیامدهای اجتماعی زیادی را به همراه دارد و تحولات جهانی، سرمایه‌داری را به دیگر حوزه‌های زندگی اجتماعی انتقال می‌دهد. جهانی شدن علاوه بر کمک به گسترش دموکراسی‌های محلی، بحث شهروند جهانی و دموکراسی جهانی را به همراه دارد و هم هویت ملی و هم هویت محلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (قنبری برزیان و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۳۶).

از دیدگاه فمینیست‌ها، جهانی شدن دو گونه پیامد را برای زنان به‌ارمغان آورده است؛ در رویکرد مثبت، جهانی شدن از راه مفاهیمی مانند تساوی جنسیتی و حقوق بشر، فرصت‌هایی را برای زنان برای کسب حقوق و افزایش آگاهی از موقعیت و جایگاهشان فراهم آورده است. به علاوه، در فرایند جهانی شدن، زمینه‌های اشتغال زنان و افزایش مشارکت آنان در فعالیت‌های اجتماعی فراهم شده که تأثیر زیادی بر ساختار قدرت اجتماعی به سود زنان داشته است. در نهایت، می‌توان گفت که جهانی شدن زمینه گسترش سازمان‌های دولتی و غیردولتی مبارز در راه حقوق زنان و گسترش اندیشه‌های فمینیستی را در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد کرده است. به عبارت دیگر، جهانی شدن ممکن است برای زنان پیام‌آور جهانی شدن فمینیسم و مبارزه‌های زنان در راه کسب حقوقشان باشد. در رویکرد منفی، فمینیست‌ها معتقدند که جهانی شدن، با گسترش سیاست‌های نولیبرالیستی، بیشترین فشار را بر زنان و کودکان وارد آورده و بیشترین هزینه اقتصادی جهانی شدن را، به‌خصوص در کشورهای توسعه نیافته، بر دوش آنان گذاشته است (عنایت و موحد، ۱۳۸۳: ۱۶۳-۱۶۴).

رابرتسون، از برجسته‌ترین اندیشمندان در حوزه جهانی شدن، نیز یکپارچه شدن جهان را ناشی از یک عامل (برای مثال تمدن غرب یا امپریالیسم) نمی‌داند؛ بلکه وی تغییرات در جهان

کنونی را نتیجه مجموعه‌ای از عوامل می‌داند، نه یک عامل. از نظر او، عواملی همچون جامعه جهانی، بشریت، اندیشه ترقی، علم و فناوری، همه از عوامل جهانی شدن محسوب می‌شوند (رابرتسون، ۱۹۹۲). وی جهانی شدن را فرایند فشردگی جهان معاصر و تبدیل آن به یک کل واحد می‌داند که در آن، جهان یک نظام فرهنگی-اجتماعی معرفی می‌شود. نکته برجسته نظریه رابرتسون، تأکید وی بر افزایش آگاهی به جهان و تحول آن از وضعیت در خود به وضعیت برای خود است. به عقیده او، مفهوم هویت، به نحو فزاینده اما به شکل مسئله‌انگیزی همراه با درهم فشردن جهان، وجوه مشترکی می‌گیرد. اساس درک رابرتسون در زمینه یکپارچگی جهانی، درباره بافتی است که به گونه فزاینده‌ای مناسبات اجتماعی را تعیین می‌کند و در همان زمان درباره مبنای سنجشی است که عاملان اجتماعی، موجودیت، هویت و کنش خود را بیش‌ازپیش با آن می‌سنجند (خواجانه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۷۰). رابرتسون در نظریه خویش درباره جهانی شدن، از فشارهای آن بر جوامع و سنت‌ها برای متحول کردن آنها در جهت خلاف باورها و نمادهای هویتی‌شان یاد می‌کند. وی با تأکید زیاد بر نسبی شدن به مثابه مشخصه جهانی شدن، تأثیر آن را بر فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و باورهای جوامع در این جهت می‌داند که دیدگاه‌ها ثبات خود را از دست می‌دهند و نحوه مشارکت فرد و جمع دستخوش چالش‌های زیادی می‌شود. در نتیجه، هویت و عناصر تشکیل‌دهنده آن پیچیده‌تر می‌شود و پارادایم‌های هویتی در ارتباط با عرصه جهانی شکل می‌گیرند (عنایت و موحد، ۱۳۸۳: ۱۵۷).

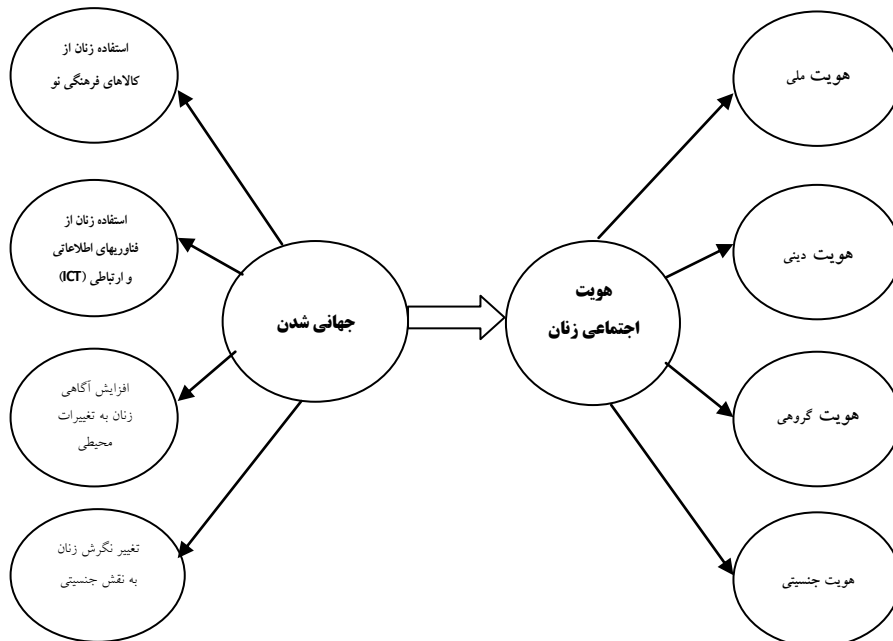
به نظر گیدنز هویت افراد براساس خودآگاهی و با شرایط و موقعیت‌های اجتماعی در زمان و مکان شکل می‌گیرد. وی معتقد است هویت فرد در روند ساخت‌یابی و با توجه به موقعیت‌ها، شرایط و احوال و اوضاع اجتماعی، اقتصادی و نیز خودآگاهی شکل می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۹۴: ۸۱). او معتقد است که هویت شخصی برنامه مدرنی است که افراد آن را برحسب درکی می‌فهمند که از روش‌های ابراز وجود و زندگی‌نامه شخصی خود دارند (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۸). به نظر گیدنز، هویت اجتماعی انسان امروزی با انسان ماقبل‌مدرن تفاوت زیادی دارد و فرایند هویت‌یابی تابع خصوصیات تجدد شده است (خواجانه‌نوری و ریاحی، ۱۳۹۲: ۲۶). اهمیت شیوه زندگی در شکل‌گیری هویت، با توضیح پدیده جهانی شدن، بیشتر نمودار می‌شود. زنان با به‌کارگیری ابزار مدرن با شیوه‌هایی نو از زندگی آشنا می‌شوند و آنها را با شیوه‌های سنتی مرسوم خود مقایسه

می‌کنند (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴: ۱۶). جهانی شدن دربرگیرنده چند فرایند نسبی شدن است که در جریان آن، دیدگاه‌های ویژه پابرجایی خود را ازدست می‌دهند. شایان ذکر است که جهانی شدن نیرویی برای همگن‌سازی نیست که از راه آن بتوان هویت‌ها را از بین برد. در واقع، تأثیر کلی جهانی شدن بر هویت اجتماعی، بیش از آنکه شکل همگن‌کننده داشته باشد، بی‌ثبات‌کننده است (خواجه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۷۱). براین اساس، سخن از فشردگی پدیدارشناسانه زمان و مکان می‌رود که نتیجه به‌کارگیری فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی است. به‌باور گیدنز، جهانی شدن به‌وسیله فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی سبب تغییر نگرش و هویت اجتماعی افراد می‌شود (میلر و شرام، ۲۰۱۱؛ رولینز، ۲۰۱۲: ۸۳). پیشرفت در فناوری‌های ارتباطاتی در فرایند هویت‌یابی، تأثیر شگرفی بر هویت شخصی به‌جای گذاشته است. با توسعه وسایل ارتباط جمعی، تداخل توسعه هویت شخصی و نظام‌های اجتماعی تا حد موازین و معیارهای عام و جهانی، بیش‌ازپیش محسوس شده است (خواجه‌نوری و ریاحی، ۱۳۹۲: ۲۶).

آنتونی گیدنز به‌درستی خاطر نشان می‌کند که جهانی شدن با ارتباطات عجین شده است. در واقع، او ارتباطات را نه موضوع جهانی شدن بلکه ابزار، وسیله و عامل جهانی شدن می‌داند (رفیعی و دباغی، ۱۳۹۳: ۱۹۶). از نظر تاملینسون، هویت بیشتر محصول جهانی شدن است. به‌عقیده او، هویت در قلب تصورات فرهنگی معاصر جای گرفته است و یکی از ابعاد شایان توجه زندگی اجتماعی نهادینه‌شده در مدرنیته است. او معتقد است هویت محصول ایجاد و ابقای تعددی فرهنگ از راه رسانه‌هاست (تاملینسون، ۱۳۸۷: ۱۴۲). از دیدگاه تامپسون نیز هویت به نمادسازی‌های منطقی و اصولی برای تولید، نگهداری و تغییر خود نیاز دارد و رسانه‌های نو در فرایند شکل‌دهی هویت، نقش قاطعی را در تولید نمادین ایده‌های خاص از جهان و مکان برعهده دارند (برگلز و اولاسون، ۲۰۱۱: ۳۶).

کاستلز هویت را همچون فرایند، ساخته شدن معنا برپایه یک ویژگی فرهنگی یا دسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی‌ای تعریف می‌کند که بر دیگر منابع برتری دارند. به‌نظر او، همان‌گونه که نقش‌ها کارویژه‌ها را سازمان می‌دهند، هویت‌ها هم، معنا را سازمان می‌دهند (مختاری و دیگران، ۱۳۹۷: ۷۷). وی معتقد است که هویت‌ها برساخته می‌شوند. به‌اعتقاد وی، در عصر اطلاعات شاهد پیدایش هویت‌های نیرومند مقاومی هستیم که در برابر امواج جهانی و

فردگرایی رادیکال ایستادگی می‌کنند (خواجه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۷۰). همچنین، او معتقد است که زندگی روزمره ما در عمده‌ترین وجوه خود، با دو جریان جهانی شدن و هویت شکل می‌گیرد و در دهه‌های پایانی سده بیستم، موج‌های نیرومند هویت‌ها جهان را به لرزه درآورده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۲). به اعتقاد کاستلز، مقوله کلیدی برای فهم فرایند جهانی شدن، فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی است که هم زیربنا و هم نیروی محرکه و پیش‌راننده جهانی شدن است و این فرصت را به مصرف‌کنندگان می‌دهد که مؤثرتر و کارآمدتر به انتقال سرمایه‌گذاری، اطلاعات، دانش و... پردازند. او در بحث از جهانی شدن، به خلق ارتباطات درونی در جامعه اطلاعاتی جهانی می‌پردازد (خواجه‌نوری و ریاحی، ۱۳۹۲: ۲۳).



نمودار ۱. الگوی نظری اندازه‌گیری و ساختاری تأثیر فرایند جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان

فرضیه‌های پژوهش

الف) فرضیه اصلی

- جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس، تأثیر معناداری دارد.

ب) فرضیه‌های فرعی

۱. جهانی شدن به واسطه میزان استفاده زنان از کالاهای فرهنگی نو بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس، تأثیر معناداری دارد.
۲. جهانی شدن به واسطه میزان استفاده زنان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT) بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس، تأثیر معناداری دارد.
۳. جهانی شدن به واسطه افزایش آگاهی زنان به تغییرات محیطی بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس، تأثیر معناداری دارد.
۴. جهانی شدن به واسطه تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس، تأثیر معناداری دارد.
۵. بین تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس بر حسب ویژگی‌های جمعیتی زنان، تفاوت معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ ماهیت، توصیفی و از نوع پژوهش‌های پیمایشی است. به منظور گردآوری داده‌های پژوهش از ابزار پرسشنامه پژوهشگر ساخته در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد. به منظور اعتبارسنجی ابزار از اعتبار محتوایی صورتی کیفی و برای پایایی سنجی ابزار از روش همسازي درونی گویه‌ها با بهره‌گیری از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان آلفای پرسش‌های متغیر جهانی شدن و هویت اجتماعی و نیز کل پرسش‌ها به ترتیب برابر با ۰/۸۰۳، ۰/۷۴۳ و ۰/۸۳۰ برآورده شد.

جامعه آماری این پژوهش زنان ۱۵ تا ۴۵ سال شهر بندرعباس بود. تعداد ۲۵۰ نفر از زنان واقع در سنین ۱۵-۴۵ سال شهر بندرعباس براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با سطح خطای ۰/۰۵ و سطح اطمینان ۹۵ درصد ($T=1/96$) انتخاب شدند. همچنین، به منظور انتخاب نمونه‌ها از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان داد که متوسط سن پاسخگویان ۲۲/۱۷۶ سال بوده است؛ به‌طورکلی، سن نیمی از پاسخگویان بیش از ۲۲ سال و نیمی دیگر کمتر از آن بود. همچنین، بیشترین فراوانی پاسخگویان متعلق به طبقه سنی ۲۳ سال بود و ۶۰ درصد (۱۵۰ نفر) از پاسخگویان مجرد و ۴۰ درصد (۱۰۰ نفر) از پاسخگویان متأهل بودند. توزیع میزان تحصیلات جامعه آماری موردبررسی نشان داد که متوسط میزان تحصیلات پاسخگویان دیپلم بوده است؛ به‌طورکلی، نیمی از پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر و نیمی دیگر نیز دارای تحصیلات بالاتر بودند و بیشترین فراوانی پاسخگویان از حیث میزان تحصیلات در طبقه تحصیلات دیپلم مشاهده شد. همچنین، ۱۹/۲ درصد (۴۸ نفر) از پاسخگویان شاغل و ۸۰/۸ درصد (۲۰۲ نفر) از پاسخگویان غیرشاغل (خانه‌دار) بودند. از حیث نوع شغل ۶/۸ درصد (۱۷ نفر) از پاسخگویان کارمند، ۱۲/۴ درصد (۳۱ نفر) از پاسخگویان دارای شغل آزاد و ۸۰/۸ درصد (۲۰۲ نفر) خانه‌دار بودند.

توصیف داده‌ها

متغیر مستقل جهانی شدن با ۴ بعد استفاده زنان از کالاهای فرهنگی نو، استفاده زنان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT)، افزایش آگاهی زنان به تغییرات محیطی و تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی و در مجموع، با ۳۷ گویه و در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت سنجش شد. علاوه‌برآن، متغیر وابسته هویت اجتماعی با ۴ بعد هویت ملی، هویت دینی، هویت گروهی و هویت جنسیتی و در مجموع، با ۲۰ گویه و در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت سنجش شد. توزیع فراوانی و درصد متغیر مستقل و وابسته جهانی شدن و هویت اجتماعی به‌همراه ابعاد آنها در جدول ۱ نشان داده شده است.

همان‌گونه که یافته‌های مندرج در جدول ۱ نیز نشان می‌دهد، متغیر جهانی شدن در جامعه آماری بررسی‌شده، بالاتر از سطح متوسط قرار داشت که حاکی از اثرپذیری پاسخگویان از آن است؛ چراکه این میزان، بالاتر از سطح استاندارد تعیین‌شده براساس مجموع پرسش‌های سنجش‌شده این متغیر است. این وضعیت در میان ابعاد جهانی شدن نیز صادق بود.

متغیر هویت اجتماعی در جامعه آماری بررسی‌شده، بالاتر از سطح متوسط قرار داشت. این

وضعیت در میان ابعاد هویت اجتماعی نیز صادق بود.

جدول ۱. توزیع فراوانی و درصد متغیر مستقل و وابسته جهانی شدن و هویت اجتماعی به همراه ابعاد آنها

متغیر و ابعاد	تعداد گویه	کم	متوسط	زیاد
جهانی شدن	۳۷	۱۳/۶	۷۱/۶	۱۴/۸
استفاده زنان از کالاهای فرهنگی نو	۱۰	۱۶/۸	۶۵/۲	۱۸/۰
استفاده زنان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی	۱۸	۱۸/۰	۷۰/۰	۱۲/۰
افزایش آگاهی زنان به تغییرات محیطی	۴	۹/۶	۷۸/۰	۱۲/۴
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	۵	۱۴/۰	۶۷/۲	۱۸/۸
هویت اجتماعی	۲۰	۱۳/۶	۷۱/۶	۱۴/۸
هویت دینی	۶	۱۲/۸	۷۳/۶	۱۳/۶
هویت ملی	۵	۱۲/۰	۷۴/۴	۱۳/۶
هویت گروهی	۵	۹/۶	۷۶/۸	۱۳/۶
هویت جنسیتی	۴	۸/۸	۷۶/۴	۱۴/۸
تعداد مشاهدات معتبر		۲۵۰		

آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد (جدول ۲) متغیر جهانی شدن تأثیر معناداری را در سطح خطای ۰/۰۱ ($P < 0/01$) بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس داشته است؛ میزان این تأثیرگذاری براساس ضریب همبستگی R و نیز ضریب بتا ۰/۲۳۰ و به صورت مثبت و مستقیم بود. این نتیجه بیانگر آن است که به ازای هر واحد افزایش (انحراف استاندارد) در متغیر مستقل جهانی شدن، ۰/۲۳۰ به (انحراف استاندارد) میزان متغیر وابسته هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس افزوده می‌شود. علاوه بر آن، ضریب تعیین تعدیل یافته (تصحیح شده) با مقدار $R^2_{adj} = ۰/۰۴۹$ بیانگر این است که به صورت واقعی، به طور تقریبی ۵ درصد از واریانس (تغییرات) متغیر وابسته هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس توسط متغیر مستقل جهانی شدن تبیین و پیش‌بینی می‌شود و ۹۵ درصد از واریانس متغیر وابسته، مربوط به تأثیر متغیرهای بیرونی و ناشناخته است که در این پژوهش لحاظ نشده است. در خصوص تأثیر ابعاد جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس (به جز افزایش آگاهی زنان به تغییرات محیطی) این نتیجه صادق است. نکته شایان توجه آنکه جهانی شدن در بعد تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی نسبت به دیگر ابعاد بر هویت اجتماعی زنان از بیشترین میزان تأثیرگذاری برخوردار بود. فرضیه سوم به دلیل آنکه افزایش آگاهی زنان به تغییرات محیطی بر هویت اجتماعی زنان تأثیر معناداری را نشان نداد، تأیید نشد.

جدول ۲. تحلیل رگرسیونی دومتغیره جهانی شدن و هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس

متغیر	هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس نتایج تحلیل رگرسیون دومتغیره
جهانی شدن	ضریب همبستگی R
	۰/۲۳۰
	ضریب تعیین
	۰/۰۵۳
	ضریب تعیین تعدیل یافته (تصحیح شده)
	۰/۰۴۹
میزان استفاده زنان از کالاهای فرهنگی نو	میزان بتا
	۱/۰۲۳۰
	مقدار T
	۳/۷۱۶
	سطح معناداری آزمون T
	۰/۰۰۰
میزان استفاده زنان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT)	تعداد
	۲۵۰
	ضریب همبستگی R
	۰/۱۶۹
	ضریب تعیین
	۰/۰۲۸
افزایش آگاهی زنان به تغییرات محیطی	ضریب تعیین تعدیل یافته (تصحیح شده)
	۰/۰۲۴
	میزان بتا
	۰/۱۶۹
	مقدار T
	۲/۶۹۲
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	سطح معناداری آزمون T
	۰/۰۰۸
	تعداد
	۲۵۰
	ضریب همبستگی R
	۰/۲۰۱
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	ضریب تعیین
	۰/۰۴۱
	ضریب تعیین تعدیل یافته (تصحیح شده)
	۰/۰۳۷
	میزان بتا
	۰/۲۰۱
افزایش آگاهی زنان به تغییرات محیطی	مقدار T
	۳/۲۳۹
	سطح معناداری آزمون T
	۰/۰۰۱
	تعداد
	۲۵۰
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	ضریب همبستگی R
	۰/۰۰۶
	ضریب تعیین
	۰/۰۰۰
	ضریب تعیین تعدیل یافته (تصحیح شده)
	-۰/۰۰۴
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	میزان بتا
	-۰/۰۰۶
	مقدار T
	-۰/۰۸۸
	سطح معناداری آزمون T
	۰/۹۳۰
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	تعداد
	۲۵۰
	ضریب همبستگی R
	۰/۳۳۶
	ضریب تعیین
	۰/۱۱۳
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	ضریب تعیین تعدیل یافته (تصحیح شده)
	۰/۱۱۰
	میزان بتا
	۰/۳۳۶
	مقدار T
	۵/۵۲۶
تغییر نگرش زنان به نقش‌های جنسیتی	سطح معناداری آزمون T
	۰/۰۰۰
	تعداد
	۲۵۰

۱. در رگرسیون دومتغیره، مقدار بتا متناظر با مقدار ضریب همبستگی چندگانه R است.

براساس فرضیه پنجم، بین تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس برحسب ویژگی‌های جمعیتی زنان (سن، وضعیت تأهل، وضعیت شغلی) تفاوت معناداری وجود دارد. جدول ۳ نتایج آزمون کوواریانس تک‌متغیره را برای ارزیابی تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس برحسب سن، وضعیت تأهل و وضعیت شغلی زنان نشان می‌دهد.

جدول ۳. نتایج آزمون کوواریانس تک‌متغیره برای ارزیابی تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس برحسب ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

سطح معناداری آزمون F	مقدار F	میانگین مجذورات	مجموع مجذورات	متغیرهای جمعیت‌شناختی
۰/۴۹۵	۰/۷۵۰	۴۵/۱۸۷	۹۰/۳۷۴	سن
۰/۸۹۳	۰/۳۳۳	۲۱/۳۶۲	۱۰۶/۸۱۲	اثر تعاملی جهانی شدن و سن
۰/۴۳۶	۰/۶۰۸	۳۸/۱۷۹	۳۸/۱۷۹	وضعیت تأهل
۰/۱۸۷	۱/۶۱۴	۱۰۱/۳۷۸	۳۰۴/۱۳۳	اثر تعاملی جهانی شدن و وضعیت تأهل
۰/۹۴۱	۰/۰۰۶	۰/۳۵۲	۰/۳۵۲	وضعیت شغلی
۰/۶۵۰	۰/۵۴۹	۳۴/۹۷۵	۱۰۴/۹۲۶	اثر تعاملی جهانی شدن و وضعیت شغلی
			۱۳۲۵۷۳۱/۰۰۰	کل

همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد، تأثیر مجزای سن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس معنادار نیست ($P>0/05$)؛ بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس در میان گروه‌های مختلف سنی به‌طور تقریبی یکسان است. علاوه بر آن، تأثیر تعاملی جهانی شدن و سن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس نیز معنادار نیست ($P>0/05$)؛ بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس برحسب گروه‌های مختلف سنی به‌طور تقریبی یکسان بوده، تفاوت معناداری را به‌لحاظ آماری نشان نمی‌دهد (بنابراین ضرورتی به استفاده از آزمون‌های تعقیبی نیست). از این‌رو، با توجه به جدول‌ها و یافته‌های یادشده، فرضیه پژوهش تأیید نمی‌شود.

همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد، تأثیر مجزای وضعیت تأهل بر هویت اجتماعی زنان

شهر بندرعباس معنادار نیست ($P > 0/05$)؛ بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس در میان زنان مجرد و متأهل به‌طور تقریبی یکسان است. علاوه بر آن، تأثیر تعاملی جهانی شدن و وضعیت تأهل بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس معنادار نیست ($P > 0/05$)؛ بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس برحسب وضعیت تأهل به‌طور تقریبی یکسان بوده، تفاوت معناداری را به‌لحاظ آماری نشان نمی‌دهد. از این رو، با توجه به جدول‌ها و یافته‌های یادشده، فرضیه پژوهش تأیید نمی‌شود.

همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد، تأثیر مجزای وضعیت شغلی بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس معنادار نیست ($P > 0/05$)؛ بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس در میان زنان شاغل و غیرشاغل (خانه‌دار) به‌طور تقریبی یکسان است. علاوه بر آن، تأثیر تعاملی جهانی شدن و وضعیت شغلی بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس معنادار نیست ($P > 0/05$)؛ بنابراین در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان شهر بندرعباس برحسب وضعیت شغلی به‌طور تقریبی یکسان بوده، تفاوت معناداری را به‌لحاظ آماری نشان نمی‌دهد. از این رو، با توجه به جدول‌ها و یافته‌های یادشده، فرضیه پژوهش تأیید نمی‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

جهانی شدن فرایندی است که از آغاز تاریخ بشر شروع شده و هم‌زمان با اوست و هیچ‌گاه تاریخ خالی از آن نبوده، به‌جز اینکه دارای افت‌وخیزهایی بوده است و دوران معاصر، دوران رشد و خیزش این پدیده است. جهانی شدن به‌وسیله فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی سبب تغییر نگرش جنسیتی و هویت زنان می‌شود (رولینز، ۲۰۱۲: ۷۸). فرایند جهانی شدن برای تمام نقاط دنیا نتایج یکسانی به‌بار نمی‌آورد؛ بلکه تغییرات حاصل از آن، از منطقه‌ای به منطقه دیگر متفاوت خواهد بود. از این رو، این پژوهش با هدف بررسی تأثیر جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان در شهر بندرعباس انجام گرفت. به‌همین منظور، با استفاده از نظریه‌ها و پژوهش‌های دیگر پژوهشگران، تعدادی متغیر مستقل در قالب تعدادی فرضیه طرح شد و سپس متغیرها در قالب پرسشنامه در

اختیار نمونه انتخاب شده قرار گرفت؛ این نمونه از راه نمونه‌گیری تصادفی از مناطق مختلف شهر انتخاب شده بودند. سپس داده‌های گردآوری شده به منظور آزمون فرضیه‌ها تجزیه و تحلیل شدند و نتایج زیر به دست آمد.

همان‌گونه که یافته‌های پژوهش درخصوص ارتباط متغیرهای مستقل با هویت اجتماعی نشان می‌دهد، میزان استفاده زنان از کالاهای فرهنگی نو، میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT) و نگرش زنان به نقش جنسیتی با هویت اجتماعی رابطه معناداری دارد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که ارتباط معناداری میان میزان استفاده زنان از کالاهای فرهنگی نو و هویت اجتماعی وجود دارد؛ به این معنا که زنان در ساختن و بازسازی هویتشان از کالاهای غربی و نو بیشتر استفاده می‌کنند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش مقدس و خواجه‌نوری (۱۳۸۴)، ادیبی و دیگران (۱۳۸۷) هماهنگ است. رابطه این متغیر برگرفته از نظریه گیدنز است. به نظر گیدنز، شیوه زندگی و هویت اجتماعی انسان امروزی با انسان ماقبل مدرن تفاوت زیادی دارد و فرایند هویت‌یابی تابع خصوصیات تجدید شده است. اهمیت شیوه زندگی و به‌کارگیری کالاهای نو در شکل‌گیری هویت، با توضیح پدیده جهانی شدن بیشتر نمودار می‌شود. زنان با به‌کارگیری ابزار مدرن با شیوه‌هایی نو از زندگی آشنا می‌شوند و آنها را با شیوه‌های سنتی مرسوم خود مقایسه می‌کنند. پیاوند این برخوردها و رویارویی اندیشه‌ها و دیدگاه‌ها، دگرگونی هویت اجتماعی زنان است (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴: ۱۶).

همچنین، نتایج نشان داد که میان میزان استفاده زنان از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی (ICT) و هویت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ به این ترتیب، هرچه زنان بیشتر از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی استفاده کنند، هویت اجتماعی آنان بیشتر به سوی دگرگونی و همسویی با نو شدن می‌رود. این نتیجه با نتایج بسیاری از پژوهش‌ها مانند پژوهش ادیبی و دیگران (۱۳۸۷)، مقدس و خواجه‌نوری (۱۳۸۴)، خواجه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴) مشابه است. رابطه این متغیر برگرفته از نظریه گیدنز و کاستلز است. درخصوص نظریه گیدنز، درحقیقت فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی در سیال بودن هویت‌ها تأثیرگذارند. پیشرفت در فناوری‌های ارتباطاتی در فرایند هویت‌یابی، تأثیر شگرفی بر هویت شخصی دارد. به اعتقاد کاستلز، فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی زیربنا و نیروی محرکه و پیش‌راننده جهانی شدن است.

یافته دیگر پژوهش این است که میان نگرش زنان به نقش جنسیتی و هویت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. هرچه افراد دارای هویت‌های نو باشند، مخالفت بیشتری با نگرش‌های نقش جنسیتی دارند. نتایج این پژوهش در این زمینه با نتایج پژوهش ساروخانی و رفعت‌جاه (۱۳۸۳)، مقدس و خواجه‌نوری (۱۳۸۴)، زلفعلی‌فام و غفاری (۱۳۸۸)، خواجه‌نوری و پرنیان (۱۳۹۴) هماهنگ است. رابطه این متغیر مبتنی بر نظریه‌های گیدنز و جنکینز طراحی شده بود. در این خصوص می‌توان گفت همسو با جنبش‌های جهانی، آگاهی در بین زنان ایجاد شده است و زنان با نقش‌های جدیدی آشنا می‌شوند که حق طبیعی آنان تلقی می‌شود. به تبع این آگاهی، شاهد موقعیت در حال تغییر زنان هستیم تا جایی که اکنون، چندین دهه است که دختران و زنان، هویت‌های جاافتاده و سنتی خود را مورد سؤال و بازاندیشی قرار می‌دهند و برای بنیان راه‌های برابرجویانه و آزادانه‌تر و داشتن هویتی بیش از زندگی خانوادگی تلاش می‌کنند. در این میان، خانواده و نقش‌های افراد درون آن دستخوش دگرگونی‌های اساسی شده است و جوامع در ارتباط میان دو جنس زن و مرد مساوات طلب‌تر شده‌اند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۷۴). در نتیجه این اتفاق، قدرت زنان رو به افزایش گذاشته است و آنان می‌کوشند هویت خود را به گونه‌ای بازاندیشانه بسازند. به اعتقاد جنکینز، جنسیت مهم‌ترین عاملی است که به تجربه فرد سامان می‌دهد و آن را در خویشتن ادغام می‌کند (۱۳۸۱: ۸۴)؛ در حالی که خویشتن مهم‌ترین وجه هویت فردی و بنیادی الگویی برای فهم هویت‌های بعدی است. یکی از منابع مهم ارزشی و نگرشی، نگرش نقش جنسیتی است. در جوامع مدرن، در جریان آگاهی از تحولات ساختاری و اطلاعاتی جهان و ظهور جنبش‌هایی چون فمینیسم، حقوق بشر و... زنان دیگر بر اساس آنچه فرهنگ یا سرنوشت به آنان تحمیل می‌کرد، زندگی نمی‌کنند و هویتشان را بیشتر به واسطه نقش‌های اجتماعی‌شان می‌سازند. در واقع، امروزه زنان با پذیرش نقش‌های جنسیتی به برساختن هویت‌های شخصی و اجتماعی روی آورده‌اند (خواجه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۷۲).

یافته‌های این پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و مستقیمی میان جهانی شدن و هویت اجتماعی وجود دارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های مقدس و خواجه‌نوری (۱۳۸۴)، ادیبی و دیگران (۱۳۸۷) هماهنگ است. رابطه متغیر جهانی شدن و هویت اجتماعی را می‌توان با نظریه‌های گیدنز، رابرتسون و کاستلز تبیین کرد. به نظر گیدنز، هویت ساخته و پرداخته زمان

و مکان است. در جریان تغییرات در طول سدهٔ اخیر، شاهد تغییر هویت مبتنی بر مکان به هویت‌های در حال‌گذار هستیم. بنابراین، در این رویکرد هویت در حال‌تغییر، پویا، دورگه یا ترکیبی و رابطه‌ای است. جهانی شدن دربرگیرندهٔ چند فرایند نسبی شدن است که در جریان آن، دیدگاه‌های ویژه پابرجایی خود را ازدست می‌دهند. شایان ذکر است که جهانی شدن نیرویی برای همگن‌سازی نیست که از راه آن بتوان هویت‌ها را از بین برد. در واقع، تأثیر کلی جهانی شدن بر هویت اجتماعی، بیش از آنکه شکل همگن‌کننده داشته باشد، بی‌ثبات‌کننده است (خواجانه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۷۱). مطابق نظریهٔ رابرتسون، پارادایم‌های هویتی در عرصهٔ جهانی شکل می‌گیرند و براساس نظر کاستلز، زندگی روزمره در عمده‌ترین وجوه خود با دو جریان جهانی شدن و هویت شکل می‌گیرد.

منابع

- ادیبی، مهدی، یزدخواستی، بهجت، فرهمند، مهناز (۱۳۸۷)، «جهانی شدن فرهنگ با تأکید بر هویت اجتماعی جوانان شهر اصفهان»، **مطالعات ملی**، شماره ۳: ۹۹-۱۱۸.
- تاجیک اسماعیلی، عزیزالله، تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۳۹۴)، «نگرش به جهانی شدن و هویت دینی دانشجویان»، **مطالعات رسانه‌ای**، شماره ۲۸: ۳۷-۴۳.
- تاملینسون، جان (۱۳۸۷)، «جهانی شدن و هویت فرهنگی»، مترجم الهام کریمی بلان، **هویت**، شماره ۱۹: ۵۲-۷۰.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- حبیبی، اکرم، آذر فتحی، اسکندر، محمدبخش، بهمن (۱۳۸۹)، «جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)»، **تحقیقات فرهنگی ایران**، شماره ۲: ۱۰۱-۱۲۱.
- خواجه‌نوری، بیژن، پرنیان، لیلا (۱۳۹۴)، «مطالعه رابطه جهانی شدن فرهنگی و هویت اجتماعی (مطالعه موردی: زنان شهر کرمانشاه)»، **جامعه‌شناسی کاربردی**، شماره ۱: ۶۵-۸۴.
- خواجه‌نوری، بیژن، ریاحی، زهرا (۱۳۹۲)، «جهانی شدن، دنیاگرایی و زنان»، **مجله جهانی رسانه**، شماره ۱: ۲۱-۴۷.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۶)، **هویت اجتماعی و فضای سایبرنتیک**، تهران: انتشارات وزارت ارشاد.
- رفیعی، محمدتقی، دباغی، مجید (۱۳۹۳)، «جهانی شدن و حقوق زنان: فرصت‌ها و چالش‌ها»، **فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن**، شماره ۱۴: ۱۸۹-۲۲۵.
- زلفعلی‌فام، جعفر، غفاری، مظفر (۱۳۸۸)، «تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی دختران دانشجوی دانشگاه گیلان»، **پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه**، شماره ۳: ۱۲۱-۱۴۰.
- ساروخانی، باقر، رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳)، «عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در بازتعریف هویت اجتماعی زنان»، **پژوهش زنان**، شماره ۱: ۷۱-۹۱.

- سفیری، خدیجه، نعمت‌اللهی، زهرا (۱۳۹۱)، «رابطهٔ ابزارهای جهانی شدن و هویت دینی»، **مطالعات و تحقیقات اجتماعی**، دورهٔ اول، شمارهٔ ۱: ۳۹-۷۰.
- عنایت، حلیمه، موحد، مجید (۱۳۸۳)، «زنان و تحولات ساختاری خانواده در عصر جهانی شدن»، **پژوهش زنان**، دورهٔ ۲، شمارهٔ ۲: ۱۵۳-۱۶۶.
- قلی‌پور، ماجده، مهدوی، محمدصادق، ساروخانی، باقر (۱۳۹۵)، «نقش جهانی شدن ارتباطات (اینترنت و ماهواره) بر نحوهٔ گذران اوقات فراغت زنان جوان (مورد مطالعه: زنان جوان استان مازندران)»، **فصلنامهٔ مطالعات جامعه‌شناختی جوانان**، شمارهٔ ۲۲: ۱۰۱-۱۱۸.
- قنبری برزیان، علی، جلالی‌پور، حمیدرضا، شاوردی، تهمینه (۱۳۹۱)، «پذیرش ارزش‌های جهانی در میان ایرانیان عرب‌زبان (اعراب خوزستان)»، **فصلنامهٔ مطالعات و تحقیقات اجتماعی**، شمارهٔ ۳: ۱۳۵-۱۵۸.
- کاروانی، عبداللطیف، غفاری‌نسب، اسفندیار، احمدی، حبیب، طبعی، منصور (۱۳۹۸)، «کاوش کیفی فرایندهای برساخت هویت اجتماعی در میان دانشجویان بلوچ: به‌سوی نظریه‌ای زمینه‌ای»، **مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، شمارهٔ ۱: ۵۹-۸۵.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، **عصر اطلاعات، قدرت هویت**، جلد ۱، ترجمهٔ حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷)، **پیامدهای مدرنیت**، ترجمهٔ محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، **تجدد و تشخیص**، ترجمهٔ ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، **تجدد و تشخیص**، ترجمهٔ ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۴)، **تجدد و تشخیص**، ترجمهٔ ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- محمدبخش، بهمن، حبیبی، اکرم، قریشی، فردین (۱۳۹۰)، «جهانی شدن و هویت ملی دانشجویان دانشگاه تبریز»، **رفاه اجتماعی**، شمارهٔ ۴۳: ۷-۳۴.
- مختاری، مریم، احمدی، سیروس، یزدانمهر، سیداسلام (۱۳۹۷)، «تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه یاسوج»، **فصلنامهٔ علوم اجتماعی**، سال ۲۷، شمارهٔ ۸۱: ۷۵-۹۹.

- مظاهری، معصومه، آقاجانی معمار، عاطفه (۱۳۹۳)، «جهانی شدن و حقوق خانواده»، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، سال پنجم، شماره ۱۳، پیاپی ۶۵-۹۸.
- مقدس، علی اصغر، خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۸۴)، «جهانی شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان»، مطالعات زنان، سال سوم، شماره ۷: ۵-۳۲.
- Bergles, P. and Olausson, U. (2011), "Intentional and unintentional transnationalism: two political identities repressed by national identity in the news media", **National Identity**, No.1: 35-49.
- George, E.R. (2010), **Gender and Globalization: Engendering Social and Environmental Justice Through Globalizing Womens Human Rights**, Routledge: Cavindish Taylor & Francis Group.
- Gordon, C., Al Zidjaly, N and Tovares, A.V. (2017), "Mobile phone as Cultural Tools for Identity Construction Among College Students in Oman, Ukrain and the US", **Discourse, Context and Media**, No.17: 9-19.
- Gray, M.M., Kittilson, M.C., and Sandholtz, W. (2006), **Women and Globalization: A Study of 180 Countries, 1975-2000**. Forthcoming: International Organization.
- Huuchen, S and et al. (2012), "Ethnic identity and career aspiration of the Taiwanese indigenous students in the era of globalization", **Asian social science**, Vol.8, No.10.
- Merolla, D.M and et al. (2012), "Structural precursors to identity processes: the role of proximate social structures", **Social psychology quarterly**, 75:149.
- Miller, B.P and Shrum, W. (2011), "Gender digital divided in the research sectors of ghana, Kenya and keral: are women more connected over time? ", **Gender technology and development**, Vol.15, No.1: 25-52.
- NRO-Frauenforum. (2002), **Social, Economic and environmental sustainability from a gender perspective**, 14 Issues to tackle. Retrieved from <http://www.Genderandtrade.net>.
- Robertson. R. (1992), " **Globalization: Social theory & Global culture**", London: Sage.
- Rollins, J. (2012), "Cape verden women and globalization; the politics of gender, culture, and resistance", **Contemporary sociology: a journal of reviews**, Vol.41, No.1: 71-113.
- Turner, J.C. (1999), **Some current issues in research on social identity and self categorization theory, in nome ellemers: russell spears: bertjan doosje (eds) social identity: context, commitment, content**, London: Blackwell Publishers: 6-34.