

بررسی هویت پذیری اجتماعی دختران دانش آموز دوره متوسطه سال آخر شهرستان مشکین شهر سال ۹۹

ناصر حقی^۱

^۱گروه جامعه شناسی، واحد پارس آباد مغان، دانشگاه آزاد اسلامی، پارس آباد، ایران

نام نویسنده مسئول:

ناصر حقی

چکیده

در جهان امروز هویت پذیری سازوکاری است که براساس آن یک فرد یا یک گروه خود را شناخته و انتظار دارد دیگران نیز او را برآن اساس بشناسند. براین اساس هویت پذیری اجتماعی بعنوان یک موضوع مهم جامعه شناسی مورد مطالعه نظریه پردازان متفاوت جامعه شناسی قرار گرفته است. هدف اصلی در این پژوهش بررسی برخی عوامل موثر بر هویت پذیری اجتماعی دختران دانش آموز می باشد. به این منظور در این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی استفاده شد و برای جمع آوری داده ها پرسش نامه سیستماتیک و ساختاری بکار رفت. در این تحقیق بین دانش آموزان سال آخر شهرستان، تعداد ۳۰۶ نفر دانش آموز به شیوه نمونه گیری تصادفی نمونه گیری شدند و مورد مطالعه قرار گرفتند. یافته های این پژوهش نشان داد براساس نظریه آدورنو صنعت فرهنگ به همراه سیاست فرهنگی مرزهای جمعی و مشترک را برانداخته و فردیت و هویت فردی را در جامعه رواج می دهد چیزی که در پژوهش حاضر نیز عینا قابل مشاهده است. نتایج بدست آمده نیز اهمیت بیش از پیش تاثیر صنعت فرهنگ بر هویت اجتماعی دختران دانش آموز را نشان می دهد. بطوریکه تاثیر صنعت فرهنگ بر هویت اجتماعی دختران دانش آموز بیشتر از گروه های مرجع و طبقه اجتماعی است.

کلید واژه: هویت اجتماعی، صنعت فرهنگ، گروه مرجع، پایگاه اقتصادی و اجتماعی

مقدمه

بسیاری از کشورها فرایند گذار از وضعیت سنتی به وضعیت مدرن را تجربه کرده اند و برخی کشورها نیز در حال تجربه کردن این فرایند هستند و بالطبع در جریان این فرایند مسائل اجتماعی جدیدی پیدا می شود. در جوامع مدرن سنت، رسوم، طبقه اجتماعی و سایر مؤلفه های ساختاری مانند گذشته نقش محوری و تعیین کننده در تعیین و جهت بخشی زندگی اجتماعی افراد ندارد و در چنین جوامعی با برکنده شدن ساختارها و شالوده های سنتی حاکم بر نگرش و رفتارهای افراد نگرش ها و رفتارهای جدیدی در زندگی افراد شکل می گیرد که یکی از نمونه های این امر تغییر و دگرگونی در نقش و هویت اجتماعی زنان و دختران در جامعه است. امروزه زنان و دختران خواهان نقش های اجتماعی مستقل تر و مشارکت همه جانبه تر در زندگی اجتماعی هستند، این امر هویت اجتماعی زنان و دختران را مورد چالش قرار داده و آنها را در جریان هویت یابی جدید و باز تعریف هویت اجتماعی قرار داده است.

در جهان امروز هویت پذیری سازوکاری است که براساس آن یک فرد یا یک گروه خود را شناخته و انتظار دارد دیگران نیز او را برآن اساس بشناسند. از همین رو می توان هویت یابی اجتماعی را به: «خصوصیات اجتماعی، عقاید، ارزش ها، رفتارها و نگرش ها متمایزی که افراد و گروهها در فرایند دیالکتیک ساختاری و ارتباط متقابل اجتماعی کسب می کنند.» تعریف کرد.

در این تعریف، هم بعد ساختاری و هم بعد فردی مورد توجه قرار گرفته است. بعد ساختاری شامل مؤلفه ها و مقوله های گوناگون مانند طبقه، جنس، مذهب و غیره است. و بعد فردی لحاظ شده در این تعریف، تصویر فرد از خود در ارتباط با دیگران و همچنین قضاوت های دیگران را شامل می شود. با توجه به تعریف یاد شده هویت پذیری اجتماعی هم بعد کلان و هم بعد خرد دارد. عبارت دیگر هویت اجتماعی را می توان هم در سطح کلان و مؤلفه های ساختاری مورد بررسی قرار داد و هم در سطح خرد و روابط متقابل اجتماعی. در گذشته نقش زنان و دختران تعیین شده و تعریف شده بود فعالیت و نقش روزمره آنها به نقش های درون خانواده مانند خانه داری، تربیت کودکان و کمک به اقتصاد خانواده بوده است بنابراین زنان و دختران فردیتی و هویتی جدا از خانواده و گروه مرجع محدود نداشتند. اما با ورود دختران و زنان به جامعه مدرن و وضعیت اجتماعی جدید نقش ها و فعالیت های اجتماعی متفاوتی مانند تحصیل در مدرسه و دانشگاه و متعاقباً پذیرش نقش های نهادی، هویت اجتماعی و سنتی آنها دستخوش دگرگونی و تغییر ماهیت شد.

در طول دوره تحصیل اکثر دانش آموزان دختر نقش و فعالیتی غیر از تحصیل و آموزش ندارند اما با اتمام دوره تحصیل آنها وارد زندگی اجتماعی جدیدتری می شوند که باید با پذیرفتن نقش های اجتماعی گوناگون در تعامل نوین با دیگران قرار بگیرند. از همین روست که در بین تمام مقاطع تحصیلی مر حله سال آخری، به لحاظ نزدیک شدن به زمان رهایی از کنترل مدرسه و خانواده و وارد شدن به عرصه اجتماع برای یک دختر دانش آموز اهمیت فوق العاده ای دارد. در این مقطع تحصیلی دانش آموز دختر برای آینده زندگی خود تصمیم می گیرد اینکه وارد دانشگاه یا بازار کار بشود یا اینکه ازدواج بکند.

عقاید، نگرش ها و الگوهای رفتاری در بین مردم بواسطه آموزش در درون نهادهای اجتماعی و یا نفوذ صنعت فرهنگ از قبیل تلویزیون، اینترنت، ماهواره ... و یا بواسطه مروجینی که بصورت مسافر یا گردش گر وارد یک شهر می شوند اشاعه پیدا می کند. شهر مشکین شهر از آنجائیکه یک شهر توریستی و گردش پذیر بوده و دایما تحت تأثیر فرهنگ استانهای دیگر می باشد، مشارکت و تعامل افراد بومی با فرهنگ ها و قشرهای مختلف، بر نگرش ها، رفتارها و نوع زندگی آنها تأثیر می گذارد. و از همین روست که توجه به هویت پذیری اجتماعی در شهر مشکین شهر اهمیت پیدا می کند.

اهمیت و ضرورت تحقیق

با توجه به تحولات فرهنگی و اجتماعی متأثر از عوامل داخلی و خارجی، عصر ارتباطات و بویژه پیدایش نسل جدید، بررسی هویت پذیری اجتماعی جوانان از چندین بعد حائز اهمیت است که مهمترین آنها عبارتند از:

۱- وفاق اجتماعی: وفاق اجتماعی عبارتست از «توافق درباره ارزش های اجتماعی بنیادی در یک جامعه» (گیدنز، ۱۳۹۶، ص ۷۷۷). برای هر جامعه وفاق و همنوایی آن اهمیت شایانی دارد زیرا در کارکرد نهادها و نقش ها خیلی موثر است. اما تنها از طریق هویت مشترک و جمعی می توان به این وفاق و همنوایی دست یافت بویژه در دوره نسل جدید بررسی تأثیر هویت اجتماعی بر وفاق اجتماعی توجه جامعه شناسان و نظریه پردازان را بخود معطوف داشته است.

۲- جامعه پذیری : حیطه دیگری که اهمیت بررسی هویت اجتماعی را نشان می دهد جامعه پذیری است . دانشمندان علوم اجتماعی و نظریه پردازان متعددی در تبیین هویت اجتماعی افراد عامل جامعه پذیری را بسیار مورد توجه قرار داده اند . در واقع می توان گفت که هویت مشترک و جمعی مقدم بر جامعه پذیری است . زیرا حوزه مشخص و مشترک هویت اجتماعی حوزه جامعه پذیری را نیز مشخص می کند و ارزش های فرهنگی از نسلی به نسل دیگر انتقال می یابد .

۳- وجدان جمعی : بنابر نظریه دورکیم در فرایند پیچیده تر شدن نظام اجتماعی آنچه تحت تأثیر این فرایند قرار می گیرد وجدان جمعی یا هویت مشترک افراد است که بنا ی همبستگی اجتماعی را تشکیل می دهد . بنابراین در چنین جوامعی پرداختن به بررسی هویت مشترک، اهمیت مضاعف پیدا می کند .

با توجه به اینکه ایران یک کشور جهان سومی است که فرهنگ آن تحت تأثیر تحولات تکنولوژیکی و فرهنگ غربی قرار می گیرد و بویژه آنکه اکثر جمعیت آنرا جوانان تشکیل می دهند و از آنجا که شهرستان مشکین شهر یک شهر توریستی و گردش پذیر است دائماً تحت تأثیر فرهنگی استانهای دیگر قرار دارد تحقیق و تبیین در مورد هویت اجتماعی را نه تنها لازم بلکه ضروری می سازد .

چارچوب نظری تحقیق

هریک از رویکردهای کلان و خرد جامعه شناختی با دیدگاه متفاوتی به بررسی هویت پذیری اجتماعی پرداخته اند . رویکردهای کلان در تبیین هویت پذیری اجتماعی مقوله های ساختاری و عینی را مورد تأکید قرار داده و روش علمی و کمی را برای تبیین هویت پذیری اجتماعی به کار می برند، عبارت دیگر بر روش اثباتی و تبیینی در مقابل روش تفهیمی و تفسیری تأکید دارند . به اعتقاد نظریه پردازان کلان ، هویت واقعیتی بیرونی و مستقل از فرد و ذهن اوست و در نظر آنها هویت فرایندی دیالکتیکی و باز اندیشانه در جریان کنش متقابل نیست بلکه فرایندی یکجانبه و انتقالی است که نمود برجسته آن نقش ، منزلت اجتماعی ، طبقه اجتماعی ، مذهب و جنس می باشد که هویت اصلی فرد را شکل می دهند . در مقابل رویکردهای خرد در فهم هویت پذیری اجتماعی مقوله فرد و ذهنیت را مورد تأکید قرار می دهند . بر طبق نظریه های خرد آنچه در بررسی هویت پذیری حائز اهمیت است نه ساختار اجتماعی بلکه فرد یا خود ارزیابی فردی می باشد . این رویکرد روش درون فهمی همدلانه و غیر علمی را برای تفسیر هویت اجتماعی به کار می برند .

بنابراین مطابق با رویکرد جامعه شناختی ، روش خاصی برای تبیین و تفسیر پدیده ها و واقعیت های اجتماعی مورد استفاده قرار می گیرد و متعاقباً فنون تحقیقی خاصی برای جمع آوری اطلاعات و داده ها بکار می رود .

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر از روش تحقیق پیمایشی و تکنیک پرسشنامه که از روش های تبیینی و علمی است ، استفاده می شود بایستی از رویکرد جامعه شناختی برای تبیین هویت پذیری اجتماعی استفاده کرد که بر روش تبیینی و علمی تأکید می کند یعنی باید بین رویکرد جامعه شناسی و روش شناسی همسازی درونی وجود داشته باشد . به همین جهت در این پژوهش از ترکیب نظریه صنعت فرهنگ آدورنو ، نظریه گروه مرجع مرتون و نظریه طبقه اجتماعی ویلن استفاده می شود اما تأکید اصلی بر نظریه آدورنو می باشد .

تأثیر و نفوذ صنعت فرهنگ و کالاهای فرهنگی بر هویت پذیری اجتماعی دختران دانش آموز در جوامع مدرن و در حال گذار دارای اهمیت فوق العاده می باشد . «صنعت فرهنگ به ساختارهای عقلانی و دیوانسالاری چون شبکه های تلویزیونی اطلاق می شود که روساختار فرهنگی جامعه نوین را ساخته و پرداخته و به توده های مردم القاء می کند» (ریترز ، ۱۳۸۴ : ۲۶۱) . با توجه به اینکه حوزه های خود آگاه و ناخودآگاه افراد عمیقاً و به طور فزاینده ای در اثر دخالت سازمان ها و نهادهایی نظیر رادیو ، تلویزیون ، فیلم و اینترنت مورد تجاوز قرار می گیرد ضرورت توجه به پدیده صنعت فرهنگ اهمیت پیدا می کند . این صنعت از توده های مخاطب خود انفعال ، تسلیم ، آمادگی برای پذیرش هر چیز و نوعی احساس رضایت از دستاوردهای بالفعل و بالقوه فردی را خواستار است . همسانی و همگونی با هنجارها و ارزش های غالب به وسیله این کالاهای فرهنگی جا انداخته می شود.

همچنین کالاهای فرهنگی شامل آندسته کالاهایی است که هدف مستقیم و بلافصل آنها ، انتقال اندیشه یا احساس ، در هر قالب یا در هر صورت است . این مقوله عمدتاً با توسعه صنعت فرهنگ مرتبط است و در خصوص جوامع جدید بیشتر کاربرد دارد تا جوامع سنتی و بر استفاده از رسانه ها و وسایل فرهنگی (وسائلی که با آن فعالیت فرهنگی انجام می شود) متمرکز می شود .

مهمترین مفاهیم نظریه صنعت فرهنگ ، آگاهی کاذب ، نیازهای غیر واقعی و ایدولوژی فاسد کننده می باشد . همین مفاهیم در بررسی هویت پذیری اجتماعی افراد حائز اهمیت است . صنعت فرهنگ به اشکال مختلف می تواند هویت افراد را تغییر داده و شکل دهد ، از قبیل تولید کالاهای مصرفی و مهمتر از همه کالاهای فرهنگی .

صنعت فرهنگ با تولید کالاهای فرهنگی و نیازهای غیر واقعی ماهیت اشکال فرهنگی را تعیین می کند و با شکل بخشیدن به سلیقه ها ، اولویت ها و ارزش های افراد هویت آنها را زیر نفوذ خود قرار می دهد . نفوذ این صنعت بر شکل گیری هویت افراد بسیار زیاد بوده اما تحت لوای تبلیغات افراد چنان تحت تأثیر قرار می گیرند که هرگز پی نمی برند چه اتفاقی رخ داده است .

همچنین گروه مرجع به گروههایی اطلاق می شود که فرد در سنجش ارزش خود با دیگران آن را مورد قیاس قرار می دهد . تصور فرد از مقام و منزلت خود بستگی به گروهی خاص از افراد دارد که وی خود را با آن مقایسه می کند و افراد معمولاً ارزش ها و هویت هایی را می پذیرند که از گروههای مرجع آموخته باشند . گروه های مرجع اشکال و ماهیت مختلف دارند ، گروه مرجع می تواند والدین ، بازیگران سینما ، رسانه و غیره باشد .

در کنار کالای فرهنگی و گروه مرجع ، تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر هویت پذیری اجتماعی غیر قابل انکار است . پایگاه اجتماعی - اقتصادی به موقعیتی اطلاق می شود که افراد در گروههای اجتماعی یا در مراتب اجتماعی یک گروه ، در مقایسه با گروههای دیگر احراز می کند . این موقعیت عملاً حقوق و مزایای شخص را تعیین می کنند . افراد دارای پایگاههای یکسان در بیشتر مواقع از الگوهای رفتاری و نگرشی مشابهی نیز برخوردارند .

پایگاه اجتماعی - اقتصادی یکی از مولفه های ساختاری در تبیین هویت پذیری اجتماعی می باشد و با لحاظ کردن اینکه فرد از چه پایگاه اجتماعی - اقتصادی بهره مند می باشد می توان به تبیین هویت پذیری اجتماعی افراد پرداخت .

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی : به نظر می رسد صنعت فرهنگ تأثیر بیشتر بر هویت پذیری دختران سال آخر نسبت به گروه مرجع و پایگاه اجتماعی - اقتصادی دارد .

فرضیه های فرعی :

۱. به نظر می رسد دختران دانش آموز بیشتر از والدین خود هویت می پذیرند تا گروههای دیگر.
۲. به نظر می رسد تلویزیون تأثیر بیشتری از سایر کالاهای فرهنگی روی هویت پذیری اجتماعی آنها دارد.
۳. به نظر می رسد پایگاه اجتماعی - اقتصادی تأثیر زیادی روی هویت پذیری اجتماعی دختران دانش آموز دارد

تعریف مفاهیم و متغیرها

در پژوهش حاضر با متغیرهای مستقل کالاهای فرهنگی ، پایگاه اقتصادی - اجتماعی ، گروه مرجع و نیز متغیر وابسته هویت یابی اجتماعی سروکار خواهیم داشت .

گروه مرجع : گروهی است که به عنوان الگو بر رفتار و ارزشهای فرد تأثیر می گذارد . هنجارها و موازین گروه و یا گروههای مرجع بعنوان راهنما برای کنش و ارزیابی مورد استفاده فرد قرار می گیرد .

— گروهی که شخص در قضاوت و عمل از آن الهام می گیرد و آنرا مبنای راهنمایی خود تلقی می کنند . (فراهانی ، ۱۳۷۸)

— گروه مرجع بعنوان الگوی داوری و ارزیابی کار فرد برای اشخاص اهمیت دارند . بیشتر ما در ارزیابی رفتار ، قیافه ظاهری ، ارزش ها و نظایر آن ، به معیاری مراجعه می کنیم که گروه مرجع مان بدست می دهد . برای ارجاع به یک گروه مرجع به عنوان معیار ، لازم نیست که خود عضو آن باشیم (بروس کوین ، ۱۳۷۰)

هویت پذیری اجتماعی : خصوصیات اجتماعی ، عقاید ، ارزش ها ، رفتارها و نگرش های متمایز که افراد و گروهها در فرایند دیالکتیک ساختاری و ارتباط متقابل اجتماعی کسب می کنند .

کالای فرهنگی :

— کالاهای فرهنگی شامل آندسته از کالاها است که تعریف کننده شیوه متمایزی از زیست می باشد فلذا کالاهایی است که هدف مستقیم و بلافصل آنها ، انتقال اندیشه یا احساس ، در هر قالب یا در هر صورت است . این مقوله عمدتاً با توسعه صنعت فرهنگ مرتبط است و در خصوص جوامع جدید بیشتر کاربرد دارد تا جوامع سنتی و بر استفاده از رسانه ها و وسایل فرهنگی (وسائلی که با آن فعالیت فرهنگی انجام می شود) متمرکز می شود .

پایگاه اجتماعی و اقتصادی :

— جایگاهی است که هر کس در ساخت اجتماعی اشغال می کند .
 — ارزشی که جامعه بر یک نقش اجتماعی می گذارد، یا منزلت و مقام فرد یا گروه در سلسله مراتب و یا نظام اجتماعی . (فراهانی ، ۱۳۷۸)

— موقعیتی که افراد در گروههای اجتماعی یا در مراتب اجتماعی یک گروه ، در مقایسه با گروههای دیگر احراز می کند . این موقعیت عملاً حقوق و مزایای شخص را تعیین می کنند . افراد دارای پایگاههای یکسان در بیشتر مواقع از ، الگوهای رفتاری و نگرشی مشابهی نیز برخوردارند . هر چند هنوز تعریف دقیق نظری در مورد این سازه ارائه نشده است ولی رویکرد نظری پژوهش حاضر تعاریف رایج از مفهوم (Status) را دنبال می کند

جامعه آماری و نمونه آماری

در این پژوهش جامعه آماری شامل تمام مدارس عادی - دولتی دخترانه دوره دبیرستان در شهرستان مشکین شهر می باشد. جامعه آماری شامل ۱۵۰۱ نفر دانش آموز دختر پیش دانشگاهی است که در حال حاضر در مدارس عادی - دولتی در حال تحصیل هستند . با توجه به اینکه پژوهش حاضر از نوع تحقیق نمونه ای است نه تحقیق اشیاعی و یکی از اصول آن معرف بودن می باشد، شیوه ای که برای تعیین حجم یا تعداد نمونه اتخاذ گردیده است شیوه تخمین آماری است نه نظری. دلایل استفاده از شیوه تخمین آماری این است که در این پژوهش جامعه آماری و چارچوب نمونه گیری کاملاً مشخص است و هدف اصلی تعمیم نتایج نمونه به جامعه آماری است . براین اساس همه مورد ها باید مطابق با شیوه تخمین آماری شانس مساوی برای انتخاب شدن داشته باشند و هریک از این مورد ها معرف جامعه آماری باشد . بنابراین برای برآورد حجم نمونه از شیوه آماری کوکران استفاده شده است که فرمول آن به صورت زیر است (منصور فر، ۱۳۷۹):

$$n = \frac{Nt^2.pq}{(N-1)d^2 + t^2.pq}$$

$$n = \frac{1501(1/96)^2.(.5)(.5)}{(1501-1)(.05)^2 + (1.96)^2.(.5)(.5)} = 306$$

بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ای که بدست آمده است ۳۰۶ نفر می باشد.

روش تحقیق و تکنیک تحقیق

با توجه به اهداف و خصوصیات زیر:

- این پژوهش براساس اصول روش شناختی پوزیتویسم قرار دارد و مبتنی بر استانداردهای طرح تحقیق دقیق است و از اندازه گیری کمی و تحلیل آماری استفاده می کند.
 - مستقیماً به مسأله اجتماعی هویت پذیری اجتماعی دختران مربوط است و هدف آن ارائه راهکارهای مناسب و برنامه ریزی جهت بهبود وضعیت مساله در جریان زندگی اجتماعی است.
 - هدف آن کسب دانش کلی در مورد وضعیت مساله مورد تحقیق است. و همچنین،
 - تبیین زمینه های فردی و ساختاری موثر بر هویت پذیری و بررسی مدل تحلیل می باشد.
- بنابراین این پژوهش از نوع تحقیقات کمی، کاربردی، توصیفی و تبیینی است.
- با توجه به این پارامترهای روش شناختی از جمله کمی - تبیینی بودن تحقیق حاضر و با توجه به اینکه برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه سیستماتیک و ساختاری استفاده می شود، روش تحقیق پژوهش حاضر پیمایشی است. در این روش ، به تعدادی دانش آموز که بعنوان نمونه انتخاب شده اند پرسش های مربوط به هریک از مفاهیم مدل تحلیل و فرضیات تحقیق ارائه شده و پاسخ های ارائه شده آنها جمع آوری گردیده است .

با توجه به اینکه در این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است و برای جمع آوری داده‌ها پرسش‌ها و مصاحبه‌های سیستماتیک و ساختاری به کار رفته است، تکنیک تحقیق با ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه است.

بررسی اعتبار و روایی تکنیک تحقیق

پس از تهیه و تدوین شاخص‌ها و طراحی صورت اولیه پرسش‌نامه، مطالعه‌ای مقدماتی انجام گرفت. هدف از این مطالعه مقدماتی تعیین میزان اعتبار و پایایی شاخص‌ها و اصلاح و نهایی کردن پرسشنامه تحقیق بود. بخش عمده مطالعه مقدماتی روی یک نمونه ۸۰ نفری دانش آموزان صورت گرفت. برای پاسخ به این سوال که آیا پرسش‌نامه از درستی و صحت لازم برخوردار است؟ آیا مفهوم مورد نظر را می‌سنجد؟ آیا نتایج حاصل از اندازه‌گیری موضوع پژوهش یا پرسش‌نامه قابل اعتماد است؟ عبارت دیگر پرسش‌نامه حاضر با چه مقدار دقت موضوع مورد نظر را می‌سنجد؟ آیا ابزار سنجش دارای خصوصیت تکرار پذیری است؟ آیا امارهای بدست آمده واقعی هستند و آیا اگر همین ابزار برای همین موضوع در مکان یا زمان دیگری تکرار شود، نتایج مشابهی بدست خواهد داد؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها از برنامه SPSS استفاده شد. در این تحقیق برای بررسی اعتبار و روایی:

- ابزار تحقیق به تعدادی صاحب نظر و متخصص در حوزه هویت اجتماعی داده شد تا داوری و قضاوت نمایند در مورد اینکه اولاً آیا ابزار تحقیق به موضوع تحقیق مربوط است و آنرا اندازه‌گیری می‌کند و ثانیاً آیا ابزار تحقیق تمام ابعاد ممکن موضوع تحقیق را پوشش می‌دهد.
- ابزار تحقیق در جریان تحقیق مقدماتی به لحاظ همبستگی درونی بین معرف‌های هر یک از مفاهیم مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است.

بنابراین برای بررسی اعتبار ابزار تحقیق از شیوه اعتبار صوری «منظور از اعتبار صوری میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار است» (ساروخانی، ۱۳۸۱، ج ۱) استفاده شد. سوالات اولیه، مورد بحث و فحص اساتید قرار گرفت و جرح و تعدیل شد و همچنین به چند نفر از کارشناسان ارشد جامعه‌شناسی نیز ارایه و مورد توافق قرار گرفت. و در نهایت پرسشنامه نهایی نیز به تأیید اساتید راهنما رسید. عبارت دیگر برای ارزیابی میزان اعتبار یا روایی ابزار اندازه‌گیری از روش اعتبار صوری و برای سنجش میزان اعتماد یا پایایی مقیاس‌ها، بعد از انجام دادن پیش‌آزمون، از الفای کرونباخ استفاده شد.

شیوه نمونه‌گیری

با توجه به اینکه در این تحقیق:

- از جامعه آماری نمونه گرفته می‌شود،
- نمونه‌ها به صورت کاملاً تصادفی انتخاب می‌گردند،
- جامعه آماری به تعدادی مدارس تقسیم می‌شود،
- چارچوب نمونه‌گیری کاملاً مشخص است،
- میزان بالای معرف بودن مورد تاکید قرار می‌گیرد،
- نتایج نمونه به جامعه آماری تعمیم داده می‌شود

از نمونه‌گیری احتمالی مطابق تصادفی استفاده شده است. (Sarantakos, ۱۹۹۸, P. ۱۴۶). معمولاً برای نمونه‌گیری در سطح مدارس یک شهر از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده می‌شود. اما در این پژوهش با توجه به اینکه تعداد مدارس بسیار کم است و نیازی به نمونه‌گیری خوشه‌ای در بین مدارس نیست از شیوه نمونه‌گیری مطابق تصادفی استفاده شده است. بدین معنا که متناسب با جامعه آماری هر مدرسه تعداد نمونه تخمین شده بوسیله فرمول کوکران بصورت تصادفی انتخاب می‌شود.

نتیجه گیری

معمولاً آنچه در نتیجه گیری معیار قرار می گیرند، نتایج تحلیل آماری اهداف و فرضیات و چارچوب نظری تحقیق می باشد. هویت پذیری اجتماعی دختران دانش آموز از ابعاد و حوزه های مختلف قابل بررسی و تبیین است. اما آنچه در این تحقیق ضرورت توجه پیدا کرده است گروه مرجع، کالاهای فرهنگی و هویت اجماعی و نیمه اجماعی می باشند. نتایجی که از تجزیه و تحلیل آماری بدست آمده است تاثیر نسبتاً قابل توجه هر یک از فاکتورهای فوق بر هویت پذیری اجتماعی دختران دانش آموز را نشان می دهد.

اما در هر فاکتور یک بعد تاثیر بیشتری بر سایر ابعاد دارد. بطوریکه والدین و نهاد خانواده تاثیر قابل توجهی بر هویت پذیری اجتماعی دختران دانش آموز نسبت به سایر گروه های مرجع دارد. با توجه به رویکرد نظری کارکردگرایی ساختاری نهاد خانواده از جمله مهمترین نهاد نظام فرهنگی و ارزشی در هر جامعه است که به جامعه پذیری و اجتماعی کردن افراد و هویت دهی به آنها می پردازد. از سوی دیگر تلویزیون نیز مهمترین کالای فرهنگی است که در تبیین هویت پذیری اجتماعی افراد قابل ملاحظه است. همچنین اینکه آنچه برای دختران دانش آموز اهمیت بیشتری دارد هویت نیمه اجماعی یا واقعی است تا هویت اجماعی یا اسمی. به عبارت دیگر آنها بیشتر دارای هویت فردی هستند تا هویت جمعی و مشترک. این نتایج اهمیت نظریات TST کون و صنعت فرهنگ آدورنو را نشان می دهد. براساس نظریه آدورنو صنعت فرهنگ به همراه سیاست فرهنگی مرزهای جمعی و مشترک را برانداخته و فردیت و هویت فردی را در جامعه رواج می دهد چیزی که در پژوهش حاضر نیز عیناً قابل مشاهده است. نتایج بدست آمده نیز اهمیت بیش از پیش تاثیر صنعت فرهنگ بر هویت اجتماعی دختران دانش آموز را نشان می دهد. بطوریکه تاثیر صنعت فرهنگ بر هویت اجتماعی دختران دانش آموز بیشتر از گروه های مرجع و طبقه اجتماعی است.

پیشنهادهات

- اهمیت و توجه بیش از پیش به نظام ارزشی و فرهنگی جامعه به ویژه نهادهای خانواده و تعلیم و تربیت،
- توجه بیش از پیش به مسئله صنعت فرهنگ و توسعه صنعت فرهنگ داخلی
- توجه بیش از پیش به ساختارهای جمعی و مشترک در جهت توسعه هویت جمعی و مشترک

منابع:

- استریناتی، د. ۱۳۹۲، مقدمه ای بر نظریه های فرهنگ عامه، ثریا پاک نظر، تهران، گام نو
- اسکید مور، و. ۱۳۹۲، تفکر نظری در جامعه شناسی، علی محمد حاضری و دیگران، تهران، تابان
- بیکر، ت. ۱۳۹۴، نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، هوشنگ ناییبی، تهران، نشرنی
- توسلی، غ. ۱۳۸۰، نظریه های جامعه شناسی، تهران، علمی
- جنکینز، و. ۱۳۸۱، هویت اجتماعی، تورج یار احمدی، تهران، شیرازه
- دواس، د. ۱۳۷۶، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، هوشنگ ناییبی، تهران، نی
- ریتز، ج. ۱۳۷۴، نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، محسن ثلاثی، تهران، علمی
- سیگل، س. ۱۳۷۲، آمار غیر پارامتری، یوسف کریمی، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی
- گیدنز، ای. ۱۳۷۶، جامعه شناسی، صبور، منوچهر، تهران، نی
- مانلی، بی. اف. جی. ۱۳۷۳، آشنایی با روش های آماری چند متغیره، دکتر محمد مقدم و دیگران، تبریز، پیشتاز علم
- منصور فر، ک. (۱۳۷۶)، روش های آماری، تهران، دانشگاه تهران
- نش، کی. ۱۳۸۲، جامعه شناسی معاصر (جهانی شدن، سیاست، قدرت)، دلفروز، محمد تقی، تهران، کویر
- Sarantakos, s ۱۹۹۸, social research, London, Macmillan, second edition