

# تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه تجربی جوانان شهر سنندج)

هوشنگ نایبی\*، ستار محمدی تلور\*\*

(تاریخ دریافت ۹۱/۰۱/۱۹، تاریخ پذیرش ۹۲/۱۲/۱۷)

**چکیده:** این مقاله در پی نشان دادن تأثیر سبک زندگی در هویت اجتماعی است. چارچوب نظری آن استدلال نظری پیر بوردیو مبنی بر تعیین‌کنندگی سبک زندگی در ایجاد تمایز اجتماعی است. سبک زندگی شامل دو بعد مصرف فرهنگی و مدیریت بدن و به صورت تیپولوژی دو وجهی جهانی محلی در نظر گرفته شده و هویت اجتماعی به صورت سه هویت قومی و مذهبی و جهان‌وطنی در پیمایشی از نمونه‌ای احتمالی از جوانان سنندج سنجیده شده است. نتایج به‌دست آمده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که داده‌های تجربی مدل نظری مورد نظر را حمایت نمی‌کنند. به عبارت دیگر بررسی تجربی انجام شده روابط مفروض بین مصرف فرهنگی و مدیریت بدن به‌عنوان ابعاد سبک‌زندگی و هویت قومی، هویت مذهبی و هویت جهان‌وطنی به‌عنوان ابعاد هویت‌اجتماعی را تأیید نمی‌کند. هرچند ارتباطی ضعیف بین متغیرهای مذکور برقرار است.

**مفاهیم کلیدی:** سبک زندگی، هویت اجتماعی، هویت قومی، هویت مذهبی، هویت جهانی، مصرف فرهنگی، مدیریت بدن.

---

## مقدمه

هویت اجتماعی افراد در جوامع سنتی بر اساس ویژگی‌های انتسابی آن‌ها تعیین می‌شود اما در جوامع

---

hnayebi@ut.ac.ir  
sattartalvar@yahoo.com

\* عضو هیئت علمی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)  
\*\* کارشناس ارشد جامعه‌شناسی گرایش مطالعات جوانان

مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره چهاردهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۲، ص. ۱۳۱-۱۵۲

مدرن عمدتاً عوامل دیگری برای چگونگی شکل‌گیری هویت اجتماعی تشخیص داده شده است: طبقه، قشر اجتماعی و سبک زندگی. طبقه اجتماعی مفهومی است که جایگاه و موقعیت فرد را در نظام تولید نشان می‌دهد (گرب، ۱۳۷۳: ۱۴-۱۲) و قشر اجتماعی جایگاه و موقعیت فرد را در نظام سلسله مراتبی منزلت اجتماعی (نایی و عبداللهیان، ۱۳۸۱: ۲۰۷-۲۰۶). اما سبک زندگی مجموعه‌ای از رفتارهایی است که علاوه بر برآورده کردن نیازها، به افراد این امکان را می‌دهد تا روایت خاصی را که از هویت خود دارند در برابر دیگران به‌نمایش بگذارند (رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵: ۲۳۵ و ۲۳۶).

به‌لحاظ هویتی افراد در جوامع مدرن از هویت‌های سنتی خود (مانند هویت‌های طایفه‌ای و قومی) جدا شده و هویت‌های جدیدی پیدا کرده‌اند که منشأ پیدایش آن‌ها نیز جدید و مربوط به‌دنیای مدرن می‌باشد. هویت‌های جدید بر مبنای ویژگی‌هایی هستند که عناصر ذاتی پدیده‌های مرتبط با سبک زندگی می‌باشند. به‌عبارت دیگر می‌توان تمایزات رفتاری و نگرشی گروه‌بندی‌های اجتماعی را از تفاوت سبک‌های زندگی‌شان درک کرد (نیکزاد، ۱۳۸۲: ۱۸۲).

با پیشرفت‌های فنی (از جمله در مورد رسانه‌های جمعی) در فرآیند جهانی‌شدن زمان و فضا فشرده شده به‌گونه‌ای که وقایع و رویدادهای مختلف که در دورترین مناطق کره زمین رخ می‌دهند بسیار سریعتر از گذشته کنشگران را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در چنین وضعیتی گزینه‌های انتخاب برای کنشگر تنوع بالایی می‌یابد (همان، ۱۹۲). همین تعدد و فراوانی گزینه‌ها امکان دنبال کردن سبک‌های زندگی مختلفی را از جانب افراد فراهم نموده است.

تغییر و تحولات به‌وجود آمده در یک صد سال اخیر تاریخ کردستان ایران هویت اجتماعی مردمان کرد را با پیچیدگی روبه‌رو کرده است. این پیچیدگی در مرحله اول ناشی از تجربه جامعه کردستان از مدرنیته است. با ورود عناصری از دنیای مدرن به کردستان و گام برداشتن جامعه کردی به‌سوی مدرنیته به‌تدریج نظم اجتماعی پیشین که بر اساس ساختارهای اجتماعی فرهنگی و اقتصادی سنتی بنا شده بود دستخوش تحول شده است. این در حالی بود که کردستان همچون دیگر جوامع جهان سوم توان جایگزینی نظمی نوین بر اساس شاخص‌های مدرنیته را نداشت. لذا جامعه کردی همواره در گيرودار بین سنت و مدرنیته به سر برده و این امر هنوز هم (البته نه به‌شدت گذشته) ادامه دارد. بنابراین می‌توان گفت که به‌لحاظ هویتی نیز گذار کاملی در جامعه روی نداده است.

پس امروزه هویت اجتماعی کردها 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 جامعه کردستان همچون دیگر جوامع در معرض تغییر و تحولات پیدا شده در عرصه‌های مختلف زندگی قرار گرفته. این تغییرات در زمانی کم و با سرعت زیاد بخش‌های مختلف زندگی کردها را دربر گرفته و کماکان ادامه دارد. چنین دگرگونی‌هایی عقاید و ارزش‌ها و نگرش‌های گوناگونی را با خود به‌همراه داشته که فرایند هویت‌یابی در کردستان را به‌ویژه در بین جوانان کرد به‌شدت تحت تأثیر قرار

داده است. جوانان از هر طبقه و قشری که باشند سعی دارند تا با دنبال کردن الگوهای رفتاری و ارزش‌های ارائه شده از سوی فرهنگ جهانی هویتی متمایز با نسل پیشین جامعه از خود نشان بدهند. قبلاً در جامعه کردستان هویت‌های قابل شناسایی از چند مورد انگشت‌شمار تجاوز نمی‌کرد. قومیت و ملیت و مذهب (و تا حدودی هویت‌های طایفه‌ای و قبیله‌ای) تنها منابع هویت‌بخش به‌شمار می‌آمدند. اما چیزی که امروزه به‌چشم می‌خورد کم‌رنگ شدن توان هویت‌بخشی این منابع در میان جوانان کرد است و به‌نظر می‌رسد اکثریت آنان با پیروی از الگوهای مختلف در انتخاب نوع پوشش و ظاهر ارزش‌ها و عقاید جهانی‌گزینش دوستان و گذران اوقات فراغت هویت‌اجتماعی نوینی را از خود به‌نمایش می‌گذارند که بسیار متفاوت از گذشته است. در واقع اکنون هویت اجتماعی جوان کرد به‌جای برخاستن از پیوندهای سیاسی و مذهبی مبتنی بر سبک زندگی است.

امروز با گسترش رسانه‌های جمعی همچون شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای و شبکه‌های اینترنتی امکان تجربه وقایع و رویدادهای دیگر نقاط جهان برای جوان کرد فراهم شده است. عناصری که از سوی فرهنگ جهانی و از طریق رسانه‌ها در دسترس جوانان قرار می‌گیرد قدرت آن‌ها را در انتخاب گزینه‌های مربوط به‌زندگی روزمره بیشتر کرده و همچنین تا حدود زیادی دست‌شان را در گزینش افکار عقاید و ارزش‌های جهانی و فراملی باز گذاشته است.

در چنین فضایی افراد هم تجربه‌ای مستقیم از محیط زندگی خود دارند که طی آن تحت تأثیر ساختارهای فرهنگی اقتصادی اجتماعی و سیاسی جامعه کردستان قرار می‌گیرند و هم تجربه‌ای وسیع به‌واسطه رسانه‌های ارتباطی از محیط جهانی پیدا می‌کنند. جوان کرد در این محیط محلی جهانی به‌تعامل با دنیای کنونی می‌پردازد. تعامل فرد با محیطی گسترده‌تر منابع هویت‌بخش او را تحت تأثیر قرار داده و گزینه‌های بیشتری را برای انتخاب در اختیار او می‌گذارد. وارد شدن عناصر و گزینه‌های جهانی‌در زندگی شخصی و پیروی از الگوهای فراملی زمینه را برای دوری از خاستگاه‌های ارزشی و هویتی محلی و ظهور ارزش‌ها و هویت‌های نوین جهانی فراهم می‌کند.

بنا بر آنچه گفته شد تغییر و تحولات به‌وجود آمده و به‌طور کلی ظهور مدرنیسم در کردستان سبک‌های زندگی را به‌گونه‌ای چشمگیر تحت تأثیر قرار داده است. با این اوصاف مقاله حاضر در پی پاسخگویی به‌این سؤال است که آیا تغییرات در سبک‌های زندگی موجب تغییر در هویت اجتماعی جوانان کرد شده است؟ به‌عبارت دیگر آیا سبک زندگی بر هویت اجتماعی افراد تأثیر گذاشته است؟

### مروری بر تحقیقات پیشین

بدون شک مطالعات زیادی با موضوع مصرف و سبک‌زندگی در سطح جهان صورت گرفته است که امکان بررسی همه آن‌ها در قالب این نوشته وجود ندارد. اما در اینجا به‌عنوان پشتوانه تجربی پژوهش حاضر به‌برخی از این پژوهش‌ها که در کشورهای مختلف انجام شده‌اند اشاره می‌شود.

"سبک‌زندگی جهانی در شرایط محلی: طبقه متوسط جدید در اندونزی" مطالعه‌ای است که توسط سولوی گرک<sup>۱</sup> در سال‌های ۱۹۹۳ و ۱۹۹۴ انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که با توسعه سریع اقتصاد سرمایه‌داری در اندونزی وجهه اجتماعی و منزلت عمدتاً بر مبنای مصرف و سبک‌زندگی در میان مردمان این کشور اهمیت قابل توجهی یافته و اهمیت سلسله مراتب و ارزش‌های انتسابی سنتی در کسب منزلت و وجهه اجتماعی افراد کمتر شده است. در این فرایند عناصر فرهنگ محلی بخش بزرگی از کارکرد خود را از دست داده و جای خود را تا حدود زیادی به‌نمادهای غربی/ مدرن جهانی شده واگذار نموده‌اند. به‌طور کلی استاندارد شدن نسبی فرهنگ مصرف کالاهای جهانی به‌مردم اندونزی این امکان را داده است تا به‌عنوان عضوی از طبقه متوسط در سطح ملی شناخته شوند (گرم، ۲۰۰۰: ۱۳۵-۱۵۸).

مطالعه‌ای دیگر با عنوان "تغییر الگوهای مصرف و سبک‌زندگی در میان طبقه متوسط و نسل جدید در کره جنوبی" توسط سونگ کوک کیم<sup>۲</sup> صورت گرفته است. این مطالعه بر اساس تحلیل داده‌های ثانویه حاصل از پیمایش‌های ملی و سالنامه‌های آماری کره جنوبی و با این هدف انجام شده است که به‌گونه‌ای تجربی نشان دهد که تا چه اندازه فرهنگ مصرف‌گرایی در بین طبقه متوسط و نسل جدید در کره جنوبی در حال شکل‌گیری است. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهند که کره‌ای‌ها به‌شدت تشنه تحصیلات عالی، به‌ویژه برای فرزندان‌شان، تنوع غذایی، ماشین و خانه‌های بزرگ، لباس‌های گران قیمت، فرصت‌های فراغتی و تورهای مسافرتی هستند. طبقه متوسط و نسل جدید در این کشور با تغییرات بسیاری در الگوهای مصرفی خود روبه‌رو بوده‌اند که این خود ریشه در دگرگون‌های اقتصادی دهه‌های اخیر در این کشور دارد. همچنین بر اساس نتایج حاصل از یک پیمایش ملی شمار کسانی که به‌اوقات فراغت خود بیشتر از ثروت اندوزی اهمیت می‌دهند از ۴۸ درصد در سال ۱۹۳۳ به ۵۰ درصد در سال ۱۹۹۶ و تعداد افرادی که ارزش‌های مصرف‌گرایی را پذیرفته‌اند از ۳۸ درصد به ۴۴ درصد و شمار مردانی که به‌وزن و فرم بدن خود اهمیت می‌دهند از ۲۰ درصد به ۲۸ درصد رسیده است (کوک- کیم، ۲۰۰۰: ۶۱-۸۱).

"توسعه اقتصادی و تغییر الگوهای مصرف در جامعه شهری چین" تحقیق دیگری است که توسط چنگز سیمون فان در میان جوانان دو شهر گوانجو و شانگهای انجام گرفته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که مصرف و مصرف‌گرایی بعد از آزادی‌های اقتصادی و سیاست درهای باز در سال ۱۹۸۴ در چین به‌سرعت در حال تغییر و دگرگونی است ولی هنوز تا توسعه کامل مصرف‌گرایی به‌عنوان فرهنگ زندگی روزمره مردم چین راهی طولانی در پیش است (سیمون - فان، ۲۰۰۰: ۸۲-۹۷).

1. S. Gerke  
2. S. Kule- Kim

در ایران نیز سبک زندگی به‌عنوان متغیری مهم در تحقیقات جامعه‌شناختی پدیده‌ای است جدید و از این رو پژوهش‌های چندانی که به‌طور مشخص به‌رابطه سبک زندگی با هویت اجتماعی بپردازند انجام نگرفته است. در اینجا به‌دو نمونه از این تحقیقات که بررسی سبک زندگی و هویت اجتماعی را هدف خود قرار داده‌اند اشاره می‌شود.

"تحلیل اجتماعی کنش‌های مصرفی" (نیکزاد، ۱۳۷۶) تحقیقی در باره سبک‌های زندگی جوانان رده سنی ۱۸ تا ۳۰ سال شهر رشت است که گونه‌شناسی‌ای از "الگوهای خرید جوانان" مورد مطالعه در چهار فضای اجتماعی مختلف که حاصل تقاطع دو محور سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی است ارائه می‌دهد. کسانی که در چارچوب هر کدام از این چهار فضای اجتماعی قرار دارند در خرید لباس و پوشاک دارای ذائقه‌ها و سلیق به‌هم پیوسته‌ای هستند که آن‌ها را از فضاهای اجتماعی دیگر متمایز می‌کند. به‌عبارت دیگر این تمایزات بیانگر هویت‌های اجتماعی متفاوتی در بین افراد مورد تحقیق هستند.

"از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی" (اباذری و چاوشیان) و "سبک زندگی و هویت اجتماعی" (چاوشیان، ۱۳۸۱) تحقیقاتی هستند که نشان می‌دهد هویت اجتماعی چیزی نیست که در نتیجه عضویت‌های گروهی یا استمرار کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شود، بلکه فرد مجبور است هویت خویش را به‌طور مداوم و روزمره بیافریند و در فعالیت‌های خود به‌صورت بازتابی یا بازاندیشانه مورد حفاظت و پشتیبانی قرار دهد. در این فرایند فعالیت‌های مصرفی یکی از ابزارهای اساسی است که فرد به‌وسیله آن روایت معینی از هویت شخصی را محفوظ می‌دارد و در عین حال "خود" یا هویت او نیز در ورای همین روایت از سوی دیگران درک و قضاوت می‌شود. هویت اجتماعی تا حد زیادی به‌کنش مصرفی و انتخاب‌های مصرفی بستگی دارد و در نتیجه ماهیت فرهنگی دارد.

### چارچوب نظری

خاستگاه فرضیه اصلی این پژوهش یعنی وجود رابطه میان سبک زندگی و هویت اجتماعی نظریه بوردیو در باره سبک‌زندگی و نقش آن در شکل‌گیری تمایزات اجتماعی (یا همان هویت اجتماعی) است. همچنین تأکید گیدنز بر دیالکتیک امر جهانی و امر محلی، راهنمای ما در ارائه یک تیپولوژی دو وجهی جهانی محلی از سبک زندگی و هویت‌اجتماعی بوده است و نظریه هویت‌اجتماعی تاجفل را در سنجش ابعاد متفاوت هویت اجتماعی (ارزشی، احساسی و شناختی) به‌کار گرفته‌ایم. در ادامه به اجمال نظریات مذکور توضیح داده می‌شوند.

در جامعه‌شناسی پیش‌تر به‌طور عمده طبقه اجتماعی - اقتصادی و جایگاه افراد را در نظام منزلتی عامل اجتماعی مهم در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی در نظر می‌گرفتند. اما امروزه در کنار عوامل دیگر سبک‌های زندگی را نیز عاملی مهم و تأثیرگذار در شکل‌گیری گروه‌بندی‌ها و تمایزات اجتماعی

می‌دانند. مفهوم تمایزات اجتماعی در واقع همان صور جدید هویت‌یابی اجتماعی را می‌رساند و به جنبه تفاوتی هویت‌های اجتماعی اشاره می‌کند. مفهوم تمایز به بهترین وجه در نظریه‌های جامعه‌شناختی پیر بوردیو جامعه‌شناس فرانسوی بیان شده است.

بوردیو از منابع مفهومی وبر در جهت ارائه نظریه‌ای در باره کارکرد اجتماعی اعمال و کالاهای نمادین استفاده می‌کند. او با به‌کارگیری مفهوم وبری سبک‌های خاص زندگی و انتساب عزت و افتخار که مشخص کننده گروه‌های منزلتی هستند نظریه‌ای در باره رابطه بین سبک‌های زندگی و نشانه‌های تمایزی که با خود به‌همراه دارند با شرایط مادی موجود توسعه می‌دهد (برایبکر، ۱۹۸۵: ۷۴۷).

وی می‌خواهد تا با کمک مفهوم هابیتوس بر دوگانگی عینی/ذهنی غلبه نماید. در سطح عینی یا همان ساختارهای اجتماعی بوردیو انواع سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را از همدیگر متمایز می‌کند (فوش، ۲۰۰۳: ۳۹۰-۳۹۱). از نظر او ترکیبی از مقدار و نوع سرمایه‌ای که افراد در اختیار دارند پایگاه طبقاتی آن‌ها را تعیین می‌نماید. در واقع طبقه اجتماعی عبارت است از شکل‌بندی ساختار یافته اشکال مختلف سرمایه که مشخص کننده میدان هستند (سوارتز، ۱۹۹۷: ۱۵۸).

یکی از مهمترین کارهای او تمایزی است که بین سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی قایل می‌شود. در واقع این دو مهمترین انواع سرمایه از نظر بوردیو هستند. گروه‌های اجتماعی بر حسب نوع و حجم سرمایه‌ای که در اختیار دارند به چهار دسته تقسیم می‌شوند. دسته اول آن‌هایی هستند که هم سرمایه اقتصادی و هم سرمایه فرهنگی‌شان در سطح بالایی قرار دارد. دسته دوم کسانی هستند که از میزان بالایی از سرمایه اقتصادی برخوردارند اما سرمایه فرهنگی آن‌ها نازل است. دسته سوم دارای سرمایه اقتصادی کم و سرمایه فرهنگی زیاد و بالاخره دسته چهارم از نظر برخورداری از هر دو نوع سرمایه در سطح پایینی قرار دارند. نکته مهم در اینجا این است که بر حسب حجم و ترکیب این دو نوع سرمایه می‌توان گروه‌های اجتماعی را در فضاها اجتماعی جای داد. در حقیقت بوردیو دو چیز متفاوت -یکی فضای موقعیت‌های اجتماعی و دیگری فضای سبک‌های زندگی- را در نظر می‌گیرد و همانند دو نقشه اجتماعی آن‌ها را بر روی هم قرار می‌دهد. این امر به ما این امکان را می‌دهد تا ببینیم که چگونه انواع خاصی از سبک‌های زندگی مشخص کننده انواع خاصی از گروه‌های اجتماعی است (کریگان، ۲۰۰۶: ۲۷).

از نظر بوردیو خواست افراد و گروه‌ها برای تمایزگذاری یعنی خواست برخورداری از یک هویت اجتماعی خاص است که هستی اجتماعی شخص یا گروه را ممکن می‌سازد (بونویترز، ۱۳۹۰: ۱۱۹). تمایزات اجتماعی در مجموعه متنوعی از اعمال و رفتارهایی قابل مشاهده‌اند که در چارچوب سبک زندگی قرار می‌گیرند. بوردیو بر نقش مصرف در بروز تمایزات اجتماعی تأکید دارد. مصرف فرهنگی با پایگاه اجتماعی افراد مرتبط است. افرادی که به گروه‌های منزلتی بالا تعلق دارند به سرمایه فرهنگی بیشتری دسترسی دارند تا افرادی با پایگاه اجتماعی پایین. سطح تحصیلات، پیشینه خانوادگی و

در کل فرایند اجتماعی‌شان مهمترین پیش‌بینی کننده مصرف فرهنگی هستند (وان ایجک، ۲۰۰۱: ۱۱۶۳-۱۱۸۵). او بر آن است که مصرف متضمن نشانه‌ها و نمادها و ایده‌ها و ارزش‌هاست. از دید وی مبارزه برای شناسایی، بعدی اساسی در کل حیات است. ادعای بورديو این است که همه رسوم و نمادهای فرهنگی و سبک لباس و... دربر گیرنده منافع هستند و کارکرد آن‌ها افزایش تمایزات اجتماعی است (ترنر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸: ۵۶).

بورديو سبک زندگی را به مثابه نوعی نظام‌مندی در نظر می‌گیرد. این نوع نظام‌مندی که ریشه در هابیتوس (عادت‌واره) دارد در تمام ویژگی‌ها و دارایی‌هایی دیده می‌شود که افراد و گروه‌ها در اطراف خود جمع می‌کنند؛ وسایلی از قبیل میل‌مان، لباس، خانه، اتومبیل و فعالیت‌هایی مانند انواع ورزش‌ها و بازی‌ها و سرگرمی‌ها که افراد از طریق آن تشخیص و تمایز خود را نشان می‌دهند. از دید بورديو سلیقه، یعنی گرایش و توانایی تصرف (مادی و نمادین) مقوله معینی از ایزه‌ها یا اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده، ضابطه زاینده سبک زندگی است. سبک زندگی مجموعه متحدی از ترجیحات تمایزبخش است که قصد ابرازگری واحدی را در منطق خاص هر خرده فضای نمادینی مانند میل‌مان، پوشاک، زبان و حرکات و سکنتات بدنی به نمایش می‌گذارد (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۷۳-۱۷۴ و بورديو، ۱۳۹۰: ۲۴۳). بورديو همچنین از نظامی از نشانه‌های اجتماعی حرف می‌زند که با نظام موقعیت‌های اجتماعی شباهت و همگونی دارد. اعمال و رفتاری که در چارچوب سبک زندگی قرار می‌گیرند؛ اعمالی از قبیل دخل و تصرف‌های عمدی در سیمای ظاهری (مانند مدل مو، آرایش صورت، ریش، سبیل و...) به منزله نشانه‌هایی عمل می‌کنند که معنا و ارزش خود را از جایگاهی اخذ می‌نمایند که در این نظام نشانه‌های اجتماعی اشغال می‌کنند (همان ۱۹۳ و همان ۲۶۶). در واقع سلیقه به‌عنوان منشأ و سرچشمه سبک زندگی عامل واقعی تبدیل کردن هر چیز به نشانه‌های تشخیص و تمایز و تبدیل توزیع‌های پیوسته به تقابل‌های گسسته است؛ و تفاوت‌هایی را که در نظم فیزیکی بدن‌ها مندرج‌اند، به نظم نمادین تمایزهای معنادار تبدیل می‌کند (همان، ۱۷۵ و همان ۲۴۴). به‌طور خلاصه باید گفت که سبک زندگی نشانه تشخیص و تمایز است. افراد با پیروی از سبک زندگی متفاوت، خود را از دیگران متمایز می‌کنند یعنی هویتی متفاوت برای خود ایجاد می‌کنند. به اعتقاد بورديو "اوضاع و شرایط هر طبقه، ... با همه چیزهایی تعریف می‌شود که آن را از چیزی که نیست و خصوصاً از همه چیزهایی که با آن‌ها در تضاد است جدا و متمایز می‌کنند؛ به همین دلیل است که هویت اجتماعی بر اساس تفاوت تعریف و ابراز می‌شود" (همان، ۱۷۰-۱۷۲ و همان، ۲۳۹).

سبک زندگی در چارچوب تعاملات اجتماعی افراد و معنایی که بین آن‌ها رد و بدل می‌شود به ظهور می‌رسد. یکی از مشخصه‌های آن انتخابی بودن است. لذا بر خلاف تعیین‌کننده‌های ساختاری

1. Turner

پیشین تأثیرگذار در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی دست افراد را در شکل‌دهی به هویت خود بازتر می‌گذارد. بدین معنی که افراد در امر شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی‌شان نقش فعالی بازی می‌کنند. جهانی شدن به‌عنوان پدیده‌ای جهان‌شمول امر انتخاب را چه از نظر کمی و چه از لحاظ کیفی به‌شدت تحت تأثیر قرار داده است. این امر به‌روشنی هرچه بیشتر در آرای آنتونی گیدنز نمایان است. به‌بیان گیدنز تنوع و گستردگی انتخاب در مدرنیته اخیر مقدم بر پیدایش سبک‌های زندگی است. امر انتخاب در تاریخ بشر به‌صورت امروزی نبوده است. تعدد امکان‌های موجود برای انتخاب در دنیای کنونی موجبات پیدایش سبک‌های زندگی مختلف را فراهم کرده است. این امر از آنجا ناشی می‌شود که مدرنیته اخیر شرایطی را فراهم کرده است تا فرد و جامعه در محیطی جهانی با هم به‌تعامل بپردازند. از نظر او در دنیای کنونی سنت بیشتر معنای خود را از دست داده و زندگی روزانه بر اساس بازی دیالکتیکی امر جهانی و امر محلی شکل می‌گیرد. در واقع هر قدر سنت پایه‌های خود را از دست می‌دهد و هرچه زندگی روزانه بر حسب تعامل دیالکتیکی محلی جهانی بازسازی می‌شود افراد امکان بیشتری می‌یابند از میان سبک‌های زندگی سبک خاصی را برگزینند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۱۲۰). گیدنز به چگونگی شکل‌گیری هویت شخصی در چارچوب فرایند جهانی شدن پرداخته است. از نظر او جهانی شدن و دگرگونی هویت شخصی دو قطب دیالکتیک میان امر محلی و امر جهانی در اوضاع و شرایط مدرنیته پیشرفته است. به‌زعم وی تغییراتی که در جنبه‌های خصوصی زندگی شخصی ایجاد می‌شود بستگی مستقیمی به استقرار پیوندهای اجتماعی بسیار گسترده‌تر دارد. به عبارت دیگر سطح فاصله‌گیری زمانی مکانی ناشی از مدرنیته چنان گسترده شده است که برای نخستین بار در تاریخ بشر "خود" و "جامعه" در محیطی جهانی ارتباط متقابل یافته‌اند (کسل، ۱۳۸۳: ۴۲۴).

تاچفل هم هویت اجتماعی را در رابطه با عضویت گروهی می‌بیند و برای آن سه عنصر متفاوت قایل است. عنصر شناختی (یعنی آگاهی از این‌که فرد به یک گروه تعلق دارد) و عنصر ارزشی (فرض‌هایی در باره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی) و عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به کسانی که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند). بنابر این هویت از نگاه تاچفل عبارت است از آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت گروه اجتماعی سرچشمه می‌گیرد و با اهمیت احساسی و ارزشی پیوسته با آن عضویت همراه است (گل‌محمدی ۱۳۸۶: ۲۲۳). بنا بر این ابعاد ارزشی احساسی و شناختی در شکل‌گیری هرگونه هویت اجتماعی اساسی بوده و ضعف و قوت آن‌ها نشانگر ضعف و قوت هویت اجتماعی است.

### فرضیه‌ها

با توجه به نظریات بوردیو می‌توان گفت که افراد از طریق پیروی از سبک‌های زندگی متفاوت خود را از دیگران متمایز می‌کنند و هویت‌های متفاوتی می‌یابند. تغییر در سبک‌های زندگی تغییر هویت



اجتماعی را به دنبال خواهد داشت. و با توجه به نظریات گیدنز می‌توان گفت امروزه فرایند جهانی شدن با گسترش امکان انتخاب در عرصه‌های مختلف زندگی توان افراد را در ایفای نقشی فعال‌تر در شکل دادن به هویت اجتماعی خود بالا برده است. فرض بر آن است که چنین امکانی سبک‌های زندگی و هویت‌های اجتماعی پیشین را که خاستگاه آن‌ها مقتضیات و ویژگی‌های جامعه سنتی است متزلزل کرده و موجبات پیدایش سبک‌های زندگی و به تبع آن هویت‌های اجتماعی جدیدی شده است.

در این مقاله سبک زندگی و هویت اجتماعی در قالب الگوی دو وجهی جهانی محلی در نظر گرفته شده‌اند. بنابر این فرض اصلی در این‌جا این است که در میان جوانان آن‌هایی که در سبک زندگی خود از الگوهای جهانی پیروی می‌کنند از هویت جهانی (جهان‌وطنی) قویتری برخوردار بوده و در عوض هویت‌های محلی آن‌ها که هویت‌های قومی و مذهبی آن‌هاست ضعیف‌تر است. این فرض کلی را می‌توان در قالب فرضیات جزئی زیر بدین گونه بیان کرد:

**فرضیه اول:** بین ابعاد سبک زندگی (مدیریت بدن و مصرف فرهنگی) و هویت قومی رابطه معکوس وجود دارد. یعنی هر چه افراد در مدیریت بدن خود و مصرف فرهنگی بیشتر از شاخص‌های جهانی پیروی کنند هویت قومی آن‌ها ضعیف‌تر خواهد بود.

**فرضیه دوم:** بین ابعاد سبک زندگی (مدیریت بدن و مصرف فرهنگی) و هویت مذهبی رابطه معکوس وجود دارد. یعنی هر چه افراد در مدیریت بدن خود و مصرف فرهنگی بیشتر از شاخص‌های جهانی پیروی کنند هویت مذهبی آن‌ها ضعیف‌تر خواهد بود.

**فرضیه سوم:** بین ابعاد سبک زندگی (مدیریت بدن و مصرف فرهنگی) و هویت جهانی رابطه مستقیم وجود دارد. یعنی هر چه افراد در مدیریت بدن خود و مصرف فرهنگی از شاخص‌های جهانی بیشتر پیروی کنند هویت جهانی آن‌ها قوی‌تر خواهد بود.

### روش‌شناسی تحقیق

ما برای آزمون فرضیه‌های مذکور تحقیقی تجربی با روش پیمایش مبتنی بر نمونه احتمالی انجام داده‌ایم. جمعیت آماری شامل تمامی جوانان ۱۷ تا ۳۰ شهر سمنج است. حجم نمونه نهایی ۳۲۳ نفر است که با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی خوشه‌ای چندمرحله‌ای که مخصوص جمعیت‌های بزرگ است (دواس ۱۳۹۰: ۷۴؛ ناییبی ۱۳۸۵: ۱۲۳) انتخاب شده است. ابتدا شهر را به لحاظ برخورداری از امکانات اقتصادی و رفاهی به سه منطقه پایین شهر وسط شهر و بالای شهر طبقه‌بندی کرده و به صورت تصادفی از میان محله‌های (خوشه‌های) هر منطقه دو محله انتخاب شده است. سپس در محلات منتخب با شروع تصادفی از هر سه خانه یکی برگزیده شده و با جوانان ساکن آن خانه مصاحبه شده و پرسش‌نامه تکمیل شده است.

### تعریف عملیاتی متغیرها

**سبک زندگی** شامل دو بعد مصرف فرهنگی و مدیریت بدن است و هر بعد به صورت طیفی اندازه‌گیری شده است که یک قطب آن محلی است و قطب دیگر آن جهانی. سبک زندگی جهانی دال بر حضور عناصر جهانی در زندگی افراد است؛ بدین معنا که افراد در زندگی روزمره خود از الگوهای رفتاری و مصرفی جهانی پیروی می‌کنند. اما در سبک زندگی محلی افراد به الگوهای رفتاری و مصرفی بومی خود پایبندند.

**سنجش مصرف فرهنگی** با شش گویه شامل این امور صورت گرفته است: مطالعه کتب خارجی، بازی‌های کامپیوتری، مطالعه سایت‌های اینترنتی خارجی، چت اینترنتی، تماشای کانال‌های ماهواره‌ای خارجی، تماشای فیلم‌های خارجی. هر گویه بر اساس مصرف فرهنگی جهانی نمره‌گذاری شده است؛ بدین معنا که به افرادی که مصرف فرهنگی جهانی آن‌ها در سطح بالایی است بیشترین نمره و به کسانی که مصرف فرهنگی آن‌ها در سطح پایین قرار دارد کمترین نمره اختصاص یافته است. نمره مصرف فرهنگی هر فرد میانگین هفت گویه مذکور است و دامنه نمرات بین صفر (مصرف فرهنگی کاملاً محلی) تا چهار (مصرف فرهنگی کاملاً جهانی) است.

**سنجش مدیریت بدن** نیز با گویه‌هایی شامل این مطالب صورت گرفته است: برای مردان نوع اصلاح صورت و مدل موی سر و برای زنان جراحی زیبایی، تاتو کردن ابرو و رنگ زدن موی سر و مدل موی سر و برای هر دو جنس اهمیت دادن به تناسب اندام، نوع پوشش و پیروی از رژیم غذایی و مصرف غذاهای خارجی. نمره‌گذاری گویه‌ها هم به گونه‌ای صورت گرفته است که نمره صفر به مدیریت بدن محلی و نمره چهار به مدیریت بدن جهانی اختصاص یابد.

**هویت اجتماعی** شامل سه **هویت قومی** (کردی)، **هویت مذهبی** (اسلامی) و **هویت جهانی** (جهان‌وطنی) در نظر گرفته شده است. هر کدام از این هویت‌ها دارای ابعاد شناختی، عاطفی و ارزشی می‌باشند. سنجش هر هویتی با گویه‌هایی صورت گرفته است که مربوط به اطلاعات عمومی در باره آن، افتخار به نمادهای آن و جانبداری ارزشی از آن است دامنه نمرات هر هویتی بین صفر (هویت ضعیف) تا چهار (هویت قوی) است.

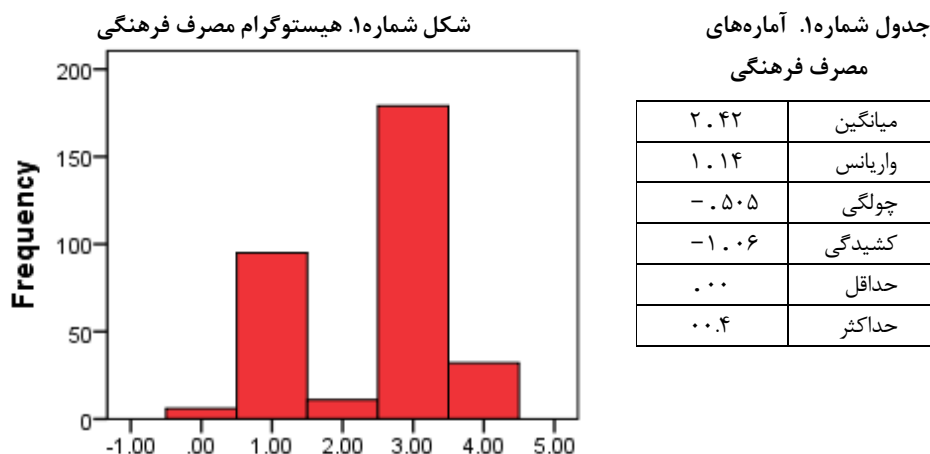
لازم به ذکر است که در پژوهش حاضر جهت بررسی اعتبار سازه‌های نظری فوق از دو نوع اعتبار صوری و اعتبار سازه‌ای استفاده شده است. جهت بررسی اعتبار صوری، پرسش‌نامه تدوین شده در اختیار افراد صاحب نظر و با تجربه در حوزه مورد پژوهش قرار گرفته و نظرات آنان در راستای اصلاح و تدوین مجدد آن اعمال شد. مادر بررسی اعتبار سازه‌ای که بیانگر این امر است که نتایج به دست آمده از کاربرد یک ابزار اندازه‌گیری تا چه اندازه با نظریه‌هایی که آزمون بر محور آن‌ها تدوین شده است تناسب دارد (صفری و حبیب‌پور، ۱۳۸۸: ۳۰۲)، با استفاده از نرم افزار آماری Amos Graphics و از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. تحلیل عاملی تأییدی به بررسی این مطلب می‌پردازد

که آیا داده‌های موجود با ساختار پیش تجربی که شرایط همانندی را برآورده می‌سازد برازش دارد یا نه (هومن، ۱۳۹۱: ۲۹). در ادامه و در حین بحث راجع به تحلیل چند متغیره و به کارگیری روش مدل سازی معادلات ساختاری اعتبار هر یک از مقیاس‌های به کار رفته در این پژوهش مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

## یافته‌ها

### تحلیل یک متغیره

در این بخش به ارائه توصیفی از وضعیت پاسخگویان در رابطه با متغیرهای اصلی تحقیق می‌پردازیم. داده‌ها نشان می‌دهند که میانگین مصرف فرهنگی که متغیری کمی با نمره بالقوه صفر به معنای مصرف کاملاً محلی تا نمره چهار به معنای مصرف کاملاً جهانی است در جوانان سنندجی ۲/۴۲ می‌باشد (جدول شماره ۱) و تمرکز داده‌ها هم حول و حوش نمره ۳ است (شکل شماره ۱). این بدین معنی است که گرایش به مصرف کالاهای فرهنگی جهانی در بیشتر جوانان سنندجی در حد متوسط به بالاست.



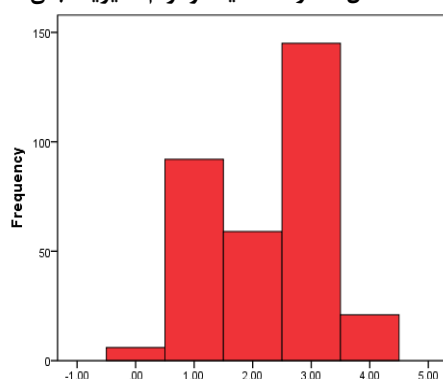
میانگین مدیریت بدن که متغیری کمی با نمره بالقوه صفر به معنای مدیریت بدن کاملاً محلی تا نمره چهار به معنای مدیریت بدن کاملاً جهانی است در جوانان سنندجی ۲/۲۵ می‌باشد (جدول شماره ۲) و تمرکز داده‌ها هم حول و حوش مقادیر متوسط است (شکل شماره ۲). این بدین معنی است که بیشتر جوانان سنندجی در مدیریت بدن نه کاملاً از الگوهای جهانی پیروی می‌کنند و نه به طور کامل از الگوهای محلی.

جدول شماره ۲. آماره‌های

مدیریت بدن

۲.۲۵	میانگین
۱.۰۰	واریانس
-.۲۵	چولگی
-۱.۰۷	کشیدگی
.۰۰	حداقل
۴.۰۰	حداکثر

شکل شماره ۲. هیستوگرام مدیریت بدن



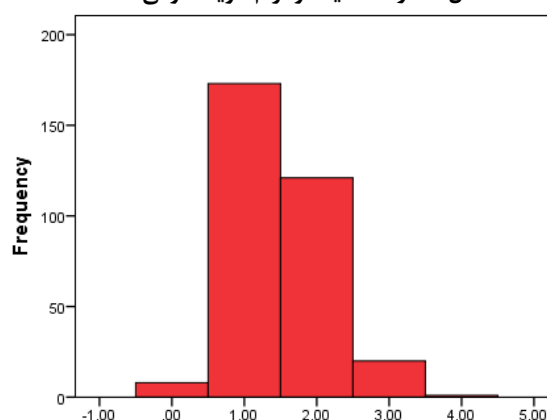
میانگین هویت قومی که متغیری کمی با نمره بالقوه صفر به معنای هویت قومی کاملاً ضعیف تا نمره چهار به معنای هویت قومی کاملاً قوی است در جوانان سنندجی ۱/۴۸ می‌باشد (جدول ۳) و تمرکز داده‌ها هم حول و حوش مقادیر متوسط به پایین (شکل ۳). این بدین معنی است که بیشتر جوانان سنندجی دارای هویت قومی متوسط هستند.

جدول شماره ۳. آماره‌های

هویت قومی

۱.۴۸	میانگین
.۴۴۳	واریانس
۶۰۳.	چولگی
.۲۴۱	کشیدگی
.۰۰	حداقل
۴.۰۰	حداکثر

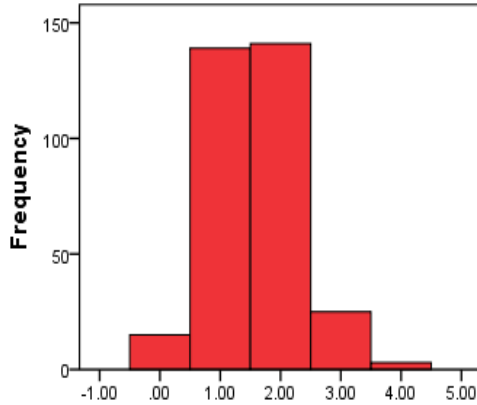
شکل شماره ۳. هیستوگرام هویت قومی



میانگین هویت مذهبی که متغیری کمی با نمره بالقوه صفر به معنای هویت مذهبی کاملاً ضعیف تا نمره چهار به معنای هویت مذهبی کاملاً قوی است در جوانان سنندجی ۱/۵۷ می‌باشد (جدول

شماره ۴) و تمرکز داده‌ها هم حول و حوش مقادیر متوسط است (شکل شماره ۴). این بدین معنی است که هویت بیشتر جوانان سنندجی در حد متوسط است.

شکل شماره ۴. هیستوگرام هویت مذهبی

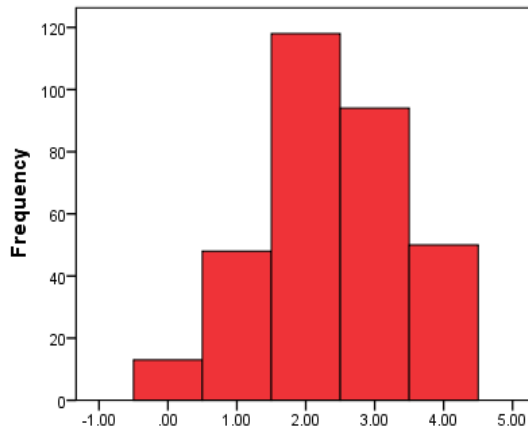


جدول شماره ۴. آماره‌های هویت مذهبی

مذهبی	
۱.۵۷	میانگین
۵۵۰.	واریانس
۳۲۳.	چولگی
۰.۳۱۴	کشیدگی
۰.۰	حداقل
۴.۰۰	حداکثر

میانگین هویت جهانی که متغیری کمی با نمره بالقوه صفر به معنای هویت جهانی کاملاً ضعیف تا نمره چهار به معنای هویت جهانی کاملاً قوی است در جوانان سنندجی ۲/۳۷ می‌باشد (جدول شماره ۵) و تمرکز داده‌ها هم نسبتاً حول و حوش میانگین است (شکل ۵). این بدین معنی است که شاخص‌های هویت جهانی در میان جوانان سنندجی در حد متوسط به بالا است.

شکل شماره ۵. هیستوگرام هویت جهانی



جدول شماره ۵. آماره‌های هویت جهانی

جهانی	
۲.۳۷	میانگین
۱.۰۸۵	واریانس
-۰.۱۷۷	چولگی
-۰.۴۷۷	کشیدگی
۰.۰	حداقل
۴.۰۰	حداکثر

### تحلیل چندمتغیره (آزمون فرضیات)

به منظور بررسی چگونگی روابط میان متغیرهای مورد نظر و نیز آزمون مدل نظری و فرضیات بر آمده از چارچوب نظری، در این پژوهش روش مدل سازی معادلات ساختاری به عنوان یکی از روش‌های کمی چند متغیره و با استفاده از نرم افزار آماری Amos Graphics به کار گرفته می‌شود. مدل سازی معادلات ساختاری روشی است که به محقق کمک می‌کند تا پژوهش خود را از مطالعات نظری گرفته تا تحلیل داده‌های تجربی در قالبی چند متغیره سامان بخشد (قاسمی، ۱۳۹۲: ۴). این روش ترکیبی از مدل‌های مسیر (روابط ساختاری) و مدل‌های عاملی تأییدی (روابط اندازه گیری است) است. در مدل سازی معادلات ساختاری پژوهشگر از یک طرف به دنبال آن است تا مجموعه‌ای از متغیرهای پنهان را با مجموعه‌ای از معرف‌ها اندازه گیری کرده و از طرف دیگر روابط ساختاری بین متغیرهای پنهان را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد (همان، ۲۲۱).

مدل سازی معادلات ساختاری شامل سه مرحله اصلی است: تدوین مدل، برآورد مدل و ارزیابی مدل. بر مبنای چارچوب نظری به کار رفته در پژوهش حاضر و فرضیاتی که بیانگر نوع ارتباط میان ابعاد سبک‌زندگی (مصرف فرهنگی و مدیریت بدن) و ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی، مذهبی و جهانی) هستند می‌توان مدلی نظری تدوین و آن را بر مبنای داده‌های تجربی برآورد و ارزیابی نمود. در این مدل متغیرهای مصرف فرهنگی و مدیریت بدن به عنوان متغیرهای پنهان بیرونی و متغیرهای هویت قومی، هویت مذهبی و هویت جهانی به عنوان متغیرهای پنهان درونی در نظر گرفته و هر یک از آن‌ها در قالب چند متغیر مشاهده شده اندازه گیری شده‌اند.

لازم به ذکر است که برآورد مدل مورد نظر با رویکردی دو مرحله‌ای صورت می‌گیرد. یعنی ابتدا به منظور تعیین اعتبار هر یک از مدل‌های اندازه گیری (مقیاس‌ها) در مرحله اول هر مدل به صورت جداگانه مورد برآورد و آزمون قرار می‌گیرد. در این مرحله می‌خواهیم ببینیم که آیا هر یک از مدل‌های اندازه گیری تدوین شده برای سازه‌ها نظری از حد اقل معیار علمی برخوردار هستند یا خیر. بر اساس چنین روشی در واقع پنج مدل تک‌عاملی به صورت جداگانه برآورد می‌شوند. سپس در صورتی که برازش مدل‌های مذکور در سطح مطلوبی قرار داشت به منظور تبیین روابط میان متغیرهای پنهان همه آن‌ها وارد مدل معادلات ساختاری شده و دوباره در قالب مدلی واحد برآورد می‌شوند. نتیجه برآورد جداگانه مدل‌های عامل در جدول شماره ۶ آمده است.

در مجموع می‌توان بر اساس اطلاعات به دست آمده نتیجه گرفت که همه پنج مدل اندازه گیری شده توسط داده‌های تجربی مورد حمایت قرار گرفته‌اند و از وضعیت برازش مطلوبی برخوردارند. زیرا کای اسکور به عنوان مهمترین شاخص برازش مطلق برای هیچ یک از مدل‌های مذکور از سطح احتمال معناداری برخوردار نیست و این امر وضعیت قابل قبولی را نشان می‌دهد. همچنین شاخص

CFI به عنوان یکی از مهمترین شاخص‌های برازش تطبیقی نیز برای همه مدل‌ها بیشتر از 90. بوده و از وضعیت قابل قبولی برخوردار است. شاخص RMSEA نیز در همه مدل‌ها وضعیت مطلوبی دارد.

جدول شماره ۶. اعتبار سازه‌های نظری بر اساس برخی از مهمترین شاخص‌های برازش

هویت جهانی	هویت مذهبی	هویت قومی	مدیریت بدن	مصرف فرهنگی	
4.192	7.117	12.369	4.521	19.254	Chi
.381	.130	.498	.104	.115	p
.998	.993	1	.947	.976	CFI
.399	.397	.61	.316	.604	PCFI
.01	.04	.000	.06	.039	RMSEA

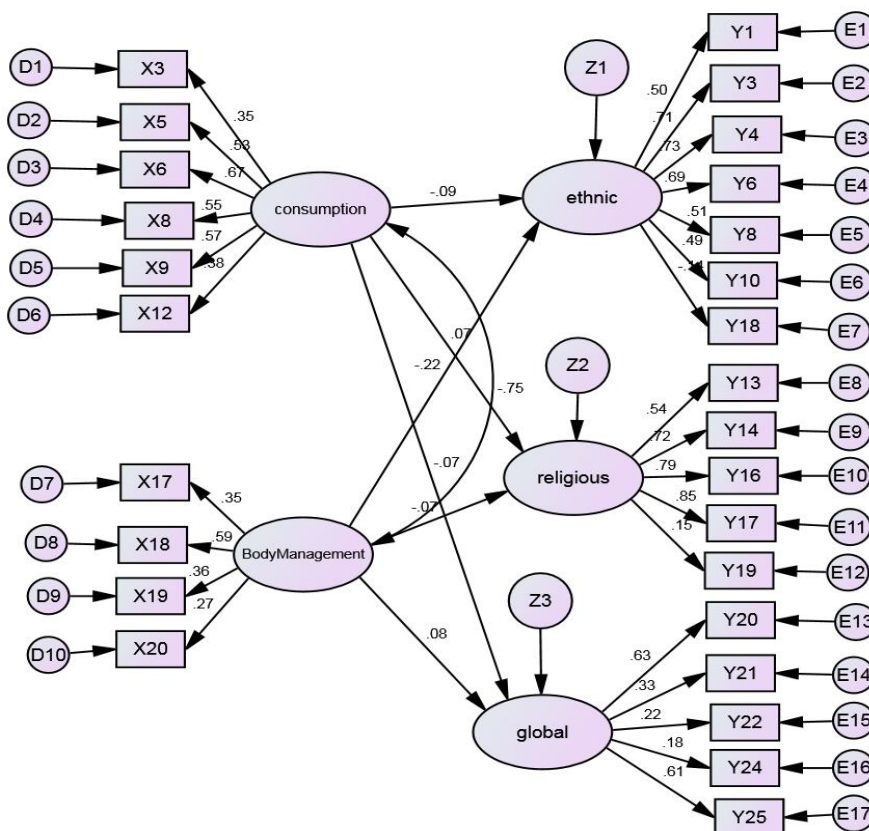
در مرحله دوم به منظور تبیین روابط میان متغیرهای پنهان بیرونی (مصرف فرهنگی و مدیریت بدن) و متغیرهای پنهان درونی (هویت‌های قومی، مذهبی و جهانی) و آزمون فرضیات پژوهش کلیه مدل‌های تک‌عاملی در قالب مدل‌سازی معادلات ساختاری و به عنوان یک مدل واحد مورد برآورد و آزمون قرار گرفته و نتایج حاصل در جدول شماره ۷ و مدل معادلات ساختاری نمایان است.

در این مدل متغیر پنهان مصرف فرهنگی با استفاده از نمره هر پاسخگو در متغیرهای مشاهده شده  $x_3, x_5, x_6, x_8, x_9$  و  $x_{12}$  و متغیر پنهان مدیریت بدن با استفاده از نمره پاسخگویان در متغیرهای مشاهده شده  $x_{17}$  تا  $x_{20}$  اندازه‌گیری شده است.  $\gamma$ ها نیز متغیرهای مشاهده شده‌ای هستند که متغیرهای پنهان درونی هویت‌های قومی، مذهبی و جهانی بر اساس نمره هر پاسخگو در آن‌ها اندازه‌گیری شده‌اند.

در مدل مذکور برآورد استاندارد وزن‌های رگرسیونی شامل بارهای عاملی و ضرایب تأثیر مشاهده می‌شود. در این مدل پارامتر گاما که نشان دهنده اثر متغیرهای پنهان بیرونی بر متغیرهای پنهان درونی است از ارتباط ضعیف میان متغیرهای مصرف فرهنگی و مدیریت بدن با ابعاد سه‌گانه هویت اجتماعی حکایت دارد. در واقع هرچند سازه‌های نظری بر اساس نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی مرحله اول از وضعیت و اعتبار قابل قبولی برخوردار بودند اما ارتباط آن‌ها در قالب مدلی واحد نتیجه کاملاً متفاوت را نشان می‌دهد.

نتایج به دست آمده نشان می‌دهند که بر اساس هیچ یک از شاخص‌های برازش مطلق و تطبیقی‌ای که در جدول شماره ۷ آمده است مدل برآورد شده از وضعیت قابل قبولی برخوردار نیست. مقدار شاخص کای اسکوتر ۸۰۷/۴۹۹ است که از سطح احتمال معنی‌داری برخوردار است. این وضعیت حاکی از عدم برازش مدل است. همچنین مقدار شاخص‌های برازش تطبیقی CFI و TLI پایین‌تر از

۰.۹۰ و مقدار RMSEA بیش از ۰/۰۵ می‌باشد که این مقادیر برای این شاخص‌ها قابل قبول نیستند. به عبارت دیگر داده‌های تجربی مدل نظری تحقیق حاضر که بیانگر ارتباط میان ابعاد سبک‌زندگی و ابعاد هویت‌اجتماعی است را بازتولید و حمایت نمی‌کنند. در واقع هرچند ارتباط میان مصرف فرهنگی و مدیریت بدن با هویت‌های سه‌گانه مشاهده می‌شود اما این ارتباط بسیار ضعیف بوده و نمی‌توان بر مبنای آن در مورد تعیین‌کنندگی سبک‌زندگی در شکل‌گیری هویت‌اجتماعی در میان جوانان شهر سنج حکم داد. این امر خود می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد. که در بخش پایانی مورد تحلیل و تفسیر بیشتر قرار خواهد گرفت.



شکل شماره ۶. مدل معادلات ساختاری سبک‌زندگی و هویت‌اجتماعی



جدول شماره ۷. مربوط به برخی از مهمترین شاخص‌های برازش مطلق و تطبیقی مدل

RMS EA	TLI	CFI	p	Chi
.069	.700	.729	.000	807.499

همان‌طور که در شکل شماره ۶ مشاهده شد، داده‌های تجربی از مدل نظری حمایت نمی‌کنند. لذا فرضیه‌های پژوهش مبنی بر ارتباط میان ابعاد مختلف سبک زندگی و ابعاد هویت اجتماعی رد می‌شوند. چه فرضیات رد شوند و چه تأیید در هر صورت پاسخی هستند به سؤال یا سؤال‌های تحقیق. چرا که خود فرضیه از دل سؤالات تحقیق بیرون می‌آید و نتیجه آزمون فرضیات هرچه باشد پاسخ سؤالات تحقیق است. اما مهم آن است که در راستای هدف اصلی تحقیقات علمی یعنی تبیین علل و عوامل پدیده مورد بررسی بتوان توضیحی برای نتایج به دست آمده داشت. نتایج حاصله در پژوهش حاضر در قالب عوامل متعددی قابل توضیح است.

قبل از هر چیز باید اعتراف نمود که هویت پدیده اجتماعی بسیار پیچیده‌ای است. این پیچیدگی بیشتر ناشی از ماهیت چند لایه‌ای و چندبعدی بودن آن است. افراد صرفاً در باز شناسی و معرفی خود از یک منبع معنا استفاده نمی‌کنند بلکه همواره در زمان‌های مختلف و مکان‌های گوناگون منابع هویت بخش متعددی را به کار می‌گیرند. لذا تبیین آن بایستی به شدت مکانمند و زمانمند باشد. یعنی تابعی است از وضعیت ساختارهای مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه مورد بررسی در زمانهای متفاوت. از طرف دیگر روابط میان هویت‌ها یا همان ابعاد مختلف هویت اجتماعی نیز بسیار مهم می‌باشد. ممکن است منابع متعدد هویت بخش مثل مذهب، قومیت، یا سبک زندگی همدیگر را تقویت یا تضعیف نمایند. ممکن است یکی دارای نقشی پررنگ‌تر از آن‌های دیگر باشد و یا شاید افراد اهمیتی یکسان برای دو یا چند منبع هویت بخش قایل باشند.

بنابر این وضعیت هویت اجتماعی جوانان سنندج را بایستی در بتن تغییرات گسترده‌تری که در دهه‌های اخیر جامعه کردستان به طور عام و شهر سنندج به طور خاص با آن روبه رو بوده است تبیین نمود. در اینجا به نظر می‌رسد جای طرح بحث تغییرات جامعه کردی به طور کلی نیست. اما سنندج به عنوان شهری که دارای تاریخی تقریباً چهارصد ساله است در دهه‌های اخیر تغییرات شدیدی را به خود دیده است.

به نظر می‌رسد تغییر در قشر بندی اجتماعی و ساختار طبقاتی آن بیشترین ارتباط را با بحث هویت اجتماعی دارد. در اینجا موضوع ارتباط میان مذهب، قومیت و پایگاه اجتماعی اقتصادی افراد به عنوان منابع هویت بخش مطرح است. این شهر به لحاظ اقتصادی شهری خدماتی است یعنی بیشترین نیروی فعال اقتصادی آن در بخش خدمات کار می‌کنند. قسمت بزرگی از شاغلان این بخش را

کارمندان و حقوق بگیران دولت تشکیل می‌دهند. در کنار عده معدود ثروتمندان بازاری و بخش کوچک صنایع این قشر از موقعیت و پایگاه اجتماعی و اقتصادی و منزلتی ممتازی برخوردارند. یعنی در جامعه کردستان کارمند بودن و شغل دولتی و ثابت داشتن همواره ارزش بوده و هم اکنون نیز چنین است. بنابر این در نظام قشربندی جامعه سنندج کارمندان دولت اعم از معلمان، پزشکان، وکلا، و کارمندان نهادهای متعدد دولتی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و به نظر می‌رسد هسته‌های اولیه طبقه متوسط از سال‌ها پیش در میان این قشر در حال شکل‌گیری بوده است. هرچند هنوز نمی‌توان به صراحت از وجود طبقه متوسط با همه مشخصات آن سخن گفت. در کنار این گروه، خیل عظیم روستاییانی که در دهه‌های اخیر به سنندج مهاجرت کرده‌اند و در بخش غیر رسمی اقتصاد شهردر قالب شغل‌های کاذبی مانند دست‌فروشی فعالیت دارند نیز بخش قابل توجهی از این نظام قشربندی را تشکیل می‌دهند. بازاریان، شاغلان بخش صنایع کوچک و ... نیز هر کدام در این نظام از جایگاه خاص خود برخوردارند (بنی‌فاطمه و محمدی، در دست چاپ).

بنابر این می‌توان چنان‌که بوردیو نیز می‌گوید وضعیت هویتی جامعه مورد بررسی را در رابطه با جایگاه اقتصادی اجتماعی آن‌ها توضیح داد. یعنی وجود سبک‌های زندگی متفاوت با نظام قشربندی اجتماعی جامعه سنندج همخوانی دارد و منطقی است که بگوییم برای مثال بازاریان و کارمندان یا مهاجران روستایی هر کدام از سبک زندگی متفاوتی برخوردارند لذا هویت اجتماعی متفاوتی را به نمایش می‌گذارند. اما نکته قابل توجه و ظریفی که در اینجا مطرح است این است که سبک زندگی را بایستی به عنوان یک منبع هویت بخش طبقاتی در نظر گرفت در حالی که مذهب و قومیت هویت‌هایی فرا طبقاتی هستند. این به آن معناست که سبک زندگی به عنوان مبنای تمایز اجتماعی کارکردی درونی دارد. یعنی در درون نظام قشربندی جامعه سنندج هویت بخش است و مبنای تمایزات گروهی قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر افراد در درون نظام قشربندی برای متمایز نمودن خود از دیگران از سبک‌های زندگی متفاوتی با توجه به جایگاه اقتصادی-اجتماعی‌شان استفاده می‌کنند. در اینجا بحث "دیگری" بسیار مهم است. دیگرانی که دارای هویت‌های قومی و مذهبی متفاوتی هستند برای کل جامعه سنندج و در سطحی وسیع‌تر برای کل جامعه کردهای مسلمان "دیگری" به حساب می‌آیند. این به آن معناست که ممکن است افرادی از دو قومیت متفاوت و در دو جامعه متفاوت از سبک زندگی یکسانی برخوردار باشند اما این تشابه در سبک زندگی هویت مشترکی برای آنان ایجاد نمی‌کند. اما افراد دارای سبک‌های زندگی متفاوت در جامعه سنندج دارای هویت‌های قومی و مذهبی یکسانی هستند. بنابر این می‌توانند هم زمان از منابع سنتی و مردن یعنی از قومیت، مذهب و سبک زندگی به عنوان منابع هویت بخش استفاده نمایند.

نکته مهم و قابل توجه دیگر مربوط به عناصر تشکیل دهنده هویت‌های اجتماعی است. برای مثال لباس کردی همواره نماد هویت قومی بوده است. در کنار آن زبان کردی از اهمیت بیشتری در

شکل‌گیری هویت قومی برخوردار است. برای هویت مذهبی نیز چنین است. یعنی نقش ایمان و در کنار آن شخصیت‌های مذهبی مانند پیامبران و رهبران دینی در هویت مذهبی فرد به مراتب مهم‌تر از نوع پوشش مذهبی و به‌طور کلی آرایش ظاهری است. وقتی سخن از تضعیف هویت‌های قومی و مذهبی در عصر حاضر به میان می‌آید ممکن است عناصر مختلف این هویت‌ها به یکسان تحت تأثیر قرار نگیرند. بنابراین ممکن است مدیریت بدن فرد یعنی نوع پوشش، آرایش ظاهر و سلیقه‌های غذایی و آداب غذا خوردن فرد و بسیاری چیزهای دیگر تغییر کنند اما ایمان و اعتقادات مذهبی بدون تغییر باقی بمانند. در مورد هویت قومی نیز ممکن است با همه تغییراتی که در آداب و رسوم، پوشش و سایر عناصر فرهنگ کردی در حال روی دادن است زبان کردی به عنوان عنصری هویت بخش کماکان نقش مهمی را در عصر جهانی شدن بازی نماید. به قول کاستلز "در دنیایی که تابع همگن‌سازی فرهنگی ساخته و پرداخته ایدئولوژی مدرنیزاسیون و قدرت رسانه‌های جهانی شده است، زبان به عنوان نمود مستقیم فرهنگ، به سنگر مقاومت فرهنگی، آخرین دژ خودنگهداری و پناهگاهی برای معناهای آشنا بدل شده است" (کاستلز، ۱۳۸۲: ۷۲). با توجه به در اقلیت بودن جامعه کردی چه به لحاظ مذهبی و چه از نظر قومی، در دوران مدرن و با شروع فرایند مدرنیزاسیون در ایران این هویت‌ها همواره در برابر ادغام در فرهنگ گسترده‌تر ملی از خود مقاومت نشان داده‌اند.

از طرف دیگر جهانی شدن به همان میزانی که از طریق رسانه‌های متعدد و از زوایای مختلف بر فرهنگ‌های محلی تأثیر می‌گذارد، امکان تقویت آن‌ها را نیز فراهم می‌نماید. وجود بیش از بیست کانال ماهواره‌ای که به زبان کردی برنامه پخش می‌کنند و چندین هزار سایت اینترنتی مربوط به کردستان که به کار تقویت هویت قومی و بازسازی آن در قالبی مدرن مشغول هستند گواهی بر این امر است. تصویری از هویت کردی به عنوان منبعی معنابخش در درون جامعه جهانی از طریق رسانه‌ها در حال قدرت گرفتن است. در واقع جهانی شدن در قالب جهانی کردن امر محلی امکان تقویت هویت قومی را فراهم نموده است. لذا بعید نیست که جوانانی که از طریق رسانه‌های جمعی و کانال‌های ماهواره‌ای گزینه‌های متعددی را برای شکل دادن به یک سبک زندگی مدرن در اختیار می‌گیرند، نسبت به گذشته تاریخی و فرهنگ و هویت قومی خود نیز آگاهی بیشتری کسب نمایند و از این عنصر معنابخش برای نشان دادن جایگاه متمایز خود در درون فرهنگ جهانی استفاده کنند.

همه دلایل و عواملی که برای توضیح چرایی رد فرضیات این پژوهش مطرح شد خود می‌توانند در قالب تحقیقاتی جداگانه مورد بررسی قرار گیرند. در واقع خاصیت هر پژوهشی این است که در کنار پاسخ‌گویی به سوالات مطرح شده، پرسش‌های متعدد جدیدی نیز برای پاسخ‌گویی در تحقیقات آتی مطرح می‌کند. این که چرا مذهب و قومیت در میان جوانان سنندج با وجود پیروی آن‌ها از سبک‌های زندگی مدرن هنوز به عنوان منابع هویت بخش از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند؟ یا اینکه نقش هر کدام از عناصر هویت‌های قومی و مذهبی به چه صورت است؟ یا این سوال که آیا افراد با وجود برخورداری

از پایگاه اقتصادی- اجتماعی متفاوت از هویت‌های قومی و مذهبی تصور مشابهی دارند؟ و سوالات متعدد دیگر را می‌توان در قالب پژوهش‌های آتی مورد بررسی قرار داد.

### خلاصه و نتیجه‌گیری

این مقاله در پی پاسخ به این سؤال بود که آیا سبک زندگی بر هویت اجتماعی افراد تأثیر می‌گذارد یا نه. پاسخ نظری این سؤال نظریه بورديو مبنی بر نقش سبک زندگی در بروز تمایزات اجتماعی بود. همچنین استدلال ما این بود که با توجه به نظریات گیدنز می‌توان گفت امروزه فرایند جهانی شدن با گسترش امکان انتخاب در عرصه‌های مختلف زندگی این امکان را برای مردم فراهم کرده تا در سبک زندگی خود از الگوهای مدرن که الگوهای جهانی هستند پیروی کنند و لاجرم سبک زندگی جدید به شکل‌گیری هویت جدید (هویت جهانی) و تضعیف هویت‌های سنتی (هویت قومی و مذهبی) می‌کشد. نتایج توصیفی به دست آمده نشان از وجود الگوهای مصرف فرهنگی و مدیریت بدن جهانی و گرایش به هویت جهان وطنی در جامعه مورد بررسی دارد. اما نتایج حاصل از تحلیل چند متغیره با روش مدل سازی معادلات ساختاری حاکی از آن است که هرچند می‌توان فرضیاتی مبنی بر ارتباط میان سبک زندگی و هویت اجتماعی در میان جامعه مورد مطالعه ارائه نمود اما این ارتباط آن قدر قوی نیست که بتوان چنین فرضیاتی را تأیید شده خواند. درست است که در دهه‌های اخیر جامعه کردستان همچون دیگر نقاط ایران در معرض تغییر و تحولات ناشی از پدیده جهانی شدن قرار داشته و تأثیرات آن در زمینه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و در زندگی روزمره مردم کردستان و به ویژه جوانان شهر سنندج قابل مشاهده است. اما دو نکته بسیار مهم در این زمینه قابل ذکر است. یکی اینکه جهانی شدن به همان اندازه‌ای که برای هویت‌های محلی تهدید به شمار می‌رود، فرصت نیز هست. جهانی شدن و به ویژه از طریق رسانه‌های ارتباطی همچون کانال‌های ماهواره‌ای و اینترنت این امکان را برای کردها فراهم نموده تا در جهت تقویت هویت قومی و عناصر هویت بخشی نظیر موسیقی، ادبیات، و زبان کردی گام بردارند. چنین استدلالی را می‌توان برای هویت مذهبی به دلیل امکان ارتباط سریع و آسان با مسلمانان سراسر جهان از طریق کانال‌های ماهواره‌ای مذهبی به کار برد. نکته دیگر اینکه استان کردستان از نظر برخورداری از شاخص‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و انسانی جزء محروم ترین استان‌های کشور است. این ضعف اقتصادی به عنوان یکی از سرمایه‌های مهم تعیین کننده پایگاه فرد در فضای اجتماعی امکان‌گیری و رشد هویت اجتماعی مدرنی که صرفاً بر مبنای یک سبک زندگی مدرن قرار داشته باشد را تضعیف می‌کند. یعنی علی‌رغم مشاهده الگوهای سبک زندگی جهانی به ویژه در مصرف فرهنگی و مدیریت بدن در میان جوانان سنندجی این الگوها هنوز به عنوان عناصر هویت بخش جایگزین عناصر سنتی نشده‌اند و عناصر اخیر مانند قومیت و مذهب هنوز اگرچه نه به مانند گذشته توان هویت بخشی خود را حفظ نموده‌اند. با این وجود رشد

سریع میزان شهر نشینی در سنندج به واسطه مهاجرت و افزایش طبیعی جمعیت در دهه‌های اخیر و بالا رفتن میزان افراد تحصیل کرده و باسواد، به ویژه در سطح عالی انتظار شکل‌گیری و رشد یک طبقه متوسط جدید که خاستگاه یک هویت اجتماعی متفاوت باشد وجود دارد.

جان کلام این‌که در عصر ارتباطات و در دنیایی که فناوری‌های ارتباطی بیش از هر زمان دیگری فاصله‌ها را کم کرده و امکان مشاهده دوردست‌ها را برای افراد فراهم آورده است این امر قابل انتظار است که جوانان جامعه کردستان با دسترسی به امکان‌های متعددی در امر انتخاب با منابع متعدد هویت بخش مواجه شده و هویت اجتماعی متفاوتی برای خود شکل بدهند. اگرچه رابطه بین سبک زندگی و هویت اجتماعی در جامعه کردستان ضعیف است اما نتایج به دست آمده منکر شروع دوران جدیدی در هویت اجتماعی جوانان سنندج نیست.

### منابع

- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰.
- بورديو، پی‌یر (۱۳۹۰)، *تمايز*، ترجمه محسن چاوشیان، تهران: نشر ثالث.
- بونويتز، پاتریس (۱۳۸۹)، *درس‌هایی از جامعه‌شناسی پییر بورديو*، ترجمه جهانگیر جهانگیری و حسن‌پور سفیر، تهران: نشر آگه.
- چاووشیان، حسن (۱۳۸۲)، «سبک زندگی و هویت اجتماعی مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره اخیر مدرنیته»، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- حبیب‌پور، کرم و صفری رضا (۱۳۸۸)، *راهنمای جامع کاربرد spss در تحقیقات پیمایشی*. تهران: موسسه راهبرد پیمایش.
- دواس، (۱۳۸۹)، *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ ناییبی، چاپ ۱۲، نشر نی.
- رحمت‌آبادی، الهام و آقابخشی حبیب (۱۳۸۵)، *سبک‌زندگی و هویت اجتماعی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال پنجم شماره ۲۰.
- قاسمی، وحید (۱۳۹۲)، *مدل‌سازی معادلات ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphic*. تهران: جامعه‌شناسان.
- کسل، فیلیپ (۱۳۸۳)، *چکیده آثار آنتونی گیدنز*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر ققنوس.
- گرب، ادوارد ج (۱۳۷۳)، *نابرابری اجتماعی: دیدگاه‌های نظریه‌پردازان کلاسیک و معاصر*، ترجمه محمد سیاهپوش و احمدرضا غروی‌زاد، تهران: انتشارات نشر معاصر.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۳)، *درآمدی نظری بر جهانی‌شدن و هویت قومی، دو هفته‌نامه فرهنگ و پژوهش*، شماره: ۱۵۳.

گیدنز آنتونی (۱۳۸۵)، *تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان  
تهران: نشر نی.

نایبی، هوشنگ (۱۳۸۵)، تبیین نمونه‌گیری احتمالی در پیمایش‌های اجتماعی، *نامه صادق*، شماره ۳.

نایبی، هوشنگ و عبداللهیان (۱۳۸۱)، تبیین قشر بندی اجتماعی، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰.

نیکزاد مهرداد (۱۳۷۶)، تحلیل اجتماعی کنش‌های مصرفی، *نامه پژوهش فرهنگی*، سال هشتم دوره جدید،  
شماره ۷.

هومن، حیدر علی (۱۳۹۱)، *مدل‌سازی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل*، چاپ پنجم، تهران:  
سمت.

Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction*, Translated by Richard Nice, London, Routledge & Kegan Paul.

Brubaker, Rojers (Nov, 1985), Rethinking classical theory: the sociological vision of Pierre Bourdieu. *Theory and society*, Vol.14, No.6, Published by: Springer.

Corrigan Peter (2006), *The sociology of Consumption*, London, SAGE Publications.

Fuchs, Christian (2003), Some implication of Pierre Bourdieu s works for a theory of social self organization, London, Routledge.

Gerke, Solvay (2000), Global lifestyles under local conditions:the New Indonesian Middle Class,135-158,in Beng-Huat ,Chua, *Consumption in Asia: lifestyle and identity*, London,Routledge.

Kuk-Kim,Seung(2000), Changing lifestyles and Consumption Patterns of the South Korean Middle Class and New Genarations, 61-81,in Beng-Huat, Chua, *Consumption in Asia: lifestyle and identity*, London,Routledge

Simon.Fan, Chengze (2000), Economic Development and The changing patterns of consumption in urban China, 82-97, in Beng-Huat ,Chua, *Consumption in Asia: lifestyle and identity*, London, Routledge.

Swartz, David (1997), *Culture and Power: the sociology of Pierre Bourdieu*. London, the University of Chicago Press

Turner, Jonathan H. (1998), *The Structure of Sociological Theory*, Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Van Eijck, Koen (Mars, 2001), Social differentiation in Musical Taste Patterns. *Social Forces*. Vo1, 79, No, 3, published by university of North Carolina Press.