

مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی زنان

(مورد: مطالعه زنان شهر ایلام)

بیژن خواجه‌نوری (دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، نویسنده مسئول)

bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

مهری مرادخانی (کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران)

mehri.moradkhani@gmail.com

شهناز براتی (کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران)

baratishahnaz@yahoo.com

چکیده

مطالعه‌ی حاضر رابطه‌ی بین سبک زندگی و هویت اجتماعی زنان شهر ایلام را مورد بررسی قرار داده است. پس از مرور مطالعات انجام شده، بر اساس نظریه‌ای مبتنی بر آراء گیدنز شش فرضیه ارائه شد. جهت آزمون فرضیه‌ها ۴۰۰ نفر از زنان شهر ایلام به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. روش تحقیق این مطالعه پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته بوده است. در تحقیق حاضر با استفاده از تحلیل عاملی ۶ سبک زندگی در بین زنان ایلامی مشخص شد. یافته‌های تحقیق نشان داده‌اند که بین سبک‌های زندگی مذهبی، موسیقایی و مشارکت ورزشی با هویت اجتماعی ارتباط مثبت و معنی‌دار و سبک زندگی مجازی با هویت اجتماعی ارتباط منفی و معنی‌دار وجود دارد. همچنین نتایج رگرسیون چند متغیره با حضور ۶ متغیر به ترتیب (طبقه اجتماعی، سبک زندگی مذهبی، سبک زندگی موسیقایی، شغل، منطقه محل سکونت زندگی، و سبک زندگی ورزشی) در مجموع ۲۴ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی را تبیین کرده‌اند.

کلیدواژه‌ها: هویت اجتماعی، سبک‌های زندگی، زنان، ایلام.

۱. مقدمه

جهان به جای ورود به دنیای پست مدرن به سوی دوره‌ای گام بر می‌دارد که در آن پیامدهای مدرنیته ریشه‌ای‌تر و جهانی‌تر از پیش شده‌اند (گیدنز^۱، ۱۳۷۸، ص. ۳۰) و تردیدی نیست که دنیای متجدد کنونی به میزان گسترده‌ای فراسوی محیط فعالیت‌های انفرادی امتداد می‌یابد و هیچ کس قادر نیست از تحولات ناشی از گسترش تجدد مصون بماند یا خلاف آن گزینش به عمل بیاورد (فاروجیا^۲، اسمیت^۳ و هریسون^۴، ۲۰۱۴، ص. ۱)، حتی مدرنیته، مردمی را که در سنتی‌ترین سکونتگاه‌های ممکن خارج از بخش پیشرفته جهان به سر می‌برد، تحت تأثیر قرار می‌دهد (چاوشیان، ۱۳۸۱، ص. ۵). امروزه فرایند جهانی‌شدن جوانب گوناگون زندگی انسان را اعم از نگرش جنسیتی، آموزش، هویت و سبک زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (تئوفانوس^۵، ۲۰۱۱؛ چیو^۶، ۲۰۱۰).

در جوامع سنتی ویژگیهای انتسابی مبنای هویت اجتماعی افراد می‌باشد، اما جوامع مدرن در این باره عمدتاً دو پاسخ متفاوت که هر یک بر رویکردهای نظری جداگانه‌ای مبتنی است و به لحاظ زمانی نیز تا حدی نسبت به هم تقدم و تأخیر دارند، ارائه می‌دهد. رویکرد اول و قدیمی‌تر بر فعالیت‌های مولد و جایگاه فرد در نظام تولید تأکید گذاشته در حالیکه رویکرد دوم رفتارهای مصرفی فرد را مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی می‌داند. رویکرد اول مرتبط با مفهوم طبقه اجتماعی و رویکرد دوم در مفهوم سبک زندگی خلاصه می‌شود (رحمت‌آبادی و آقا بخشی، ۱۳۸۵، ص. ۲۳۵).

سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای از رفتارها تعبیر کرد که انسان‌ها، آنها را به کار می‌گیرند تا نه فقط نیازهای جاری خود را برآورده سازند بلکه روایت خاصی را که برای

-
1. Giddens.
 2. Smyth.
 3. Harrison.
 4. Farrugia .
 5. Theophanous.
 6. Chiu.

هویت شخصی شان برگزیده‌اند، در برابر دیگران مجسم سازند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱۹). امروزه ظهور جامعه مصرفی به واسطه‌ی فزونی کالاهای مادی از یک سو و دموکراتیزه شدن مصرف و عمومیت یافتن آن از سوی دیگر، به انتخابی شدن زندگی روزمره می‌انجامد و همین امر نشان دهنده اهمیت روز افزون سبک زندگی در جامعه معاصر است. سبک زندگی نتیجه همه‌گزینه‌ها، ترجیحات و رفتارهایی است که فرد در ارتباط با کالاهای مادی و فرهنگ مصرفی انجام می‌دهد (ربانی و رستگار، ۱۳۸۷، ص. ۴۴). در واقع جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرش اهمیت رو به افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت شخصی و جمعی است (گیدنز، ۱۳۷۸، ص. ۱۱۹).

زنان سازنده نیمی از جمعیت جامعه هستند. امروزه گسترش آموزش رسمی، تغییر ساختار خانواده، رسانه‌های جمعی و تغییرات متأثر از آنها، زمینه‌هایی برای تحرک اجتماعی آنان و حضور در عرصه‌ی فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی فراهم آمده است و در سایه‌ی آن، زنان در فضاها نسبتاً متفاوتی قرار گرفته‌اند که بیش از هر چیزی منابع در دسترس و منزلت و نقش‌هایشان را دستخوش دگرگونی ساخته است (قادرزاده، ۱۳۹۰، ص. ۳۷). یکی از مهمترین این تغییرات دگرگونی در فرآیند تولید و بازتولید هویت اجتماعی زنان شده است (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴، ص. ۷).

در پژوهش حضار به بررسی هویت اجتماعی زنان در شهر ایلام پرداخته شده است. ایلام شهری است که از نظر عناصر فرهنگی، در زمره شهرهای سنتی و ایللیاتی ایران قلمداد می‌شود. گسترش فزاینده صنعت در این شهر چشم‌اندازی تازه‌ایی پیش روی مردم قرار داده و فرایند مدرنیته در حال نفوذ به بافت سنتی این شهر است. گسترش و نفوذ مدرنیته در لایه‌های مختلف اجتماعی در شهر ایلام، سبک‌های زندگی گوناگونی را بوجود آورده که موجب احساس تمایز در بخشی از زنان ایلامی امروزی با نسل‌های قبل و یا حتی با برخی از معاصرین خودشان شده است. این تمایز در سبک زندگی در نوع فعالیت‌های زنان، علایق و نگرش آنها به وضوح قابل دیدن است. اما با وجود ریشه‌های سنتی در این شهر این سوال

به ذهن خطور می‌کند که کدامیک از سبک‌های زندگی در ایلام موجب تغییر در هویت اجتماعی زنان شده‌اند؟ در واقع با توجه به این که شهر ایلام هم مرز با کشور عراق است و در عین حال یک شهر ایللیاتی و سنتی است، این که تا چه اندازه متأثر از مدرنیته و سبک‌های زندگی متفاوت است اهمیت این پژوهش را دو چندان می‌کند.

۲. مبانی نظری تحقیق

در حوزه سبک زندگی و هویت اجتماعی هر یک به تنهایی مطالعات کم و بیش ارزشمندی در ایران و خارج از آن انجام شده اما مطالعاتی که به بررسی رابطه این دو مفهوم پرداخته باشند، در ایران بسیار محدود بوده و در ارتباط با زنان کرمانشاه انجام نشده است. در قسمت ابتدای تازه‌ترین و مهمترین مطالعات انجام شده در رابطه با سبک زندگی و هویت اجتماعی مرور و سپس به نظریه‌های مرتبط با موضوع و نهایتاً مدل مفهومی مطرح می‌گردند.

یافته‌های قادرزاده در مطالعه خود نشان داده است که بین سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی و برجستگی هویت‌های ملی و قومی به ترتیب همبستگی مثبت و منفی وجود دارد و سرمایه اقتصادی همبستگی مثبتی با انواع هویت دارد و بیش‌ترین همبستگی سرمایه اقتصادی با هویت ملی است. در مجموع اشکال سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی ۵۰ درصد از تغییرات هویت‌های ملی و قومی زنان مورد بررسی را تبیین می‌کنند (قادرزاده، ۱۳۹۰).

یافته‌های کفاشی، پهلوان و عباس‌نژاد عرب (۱۳۸۹) تأیید کننده این موضوع است که رابطه قوی بین سبک زندگی با تمامی ابعاد هویت اجتماعی (ملی، قومی، گروهی و مذهبی) وجود دارد، به گونه‌ای که شکل‌های جدیدی از هویت اجتماعی پدیدار شده‌اند که بر مبنای مصرف کالاها فرموله می‌شوند. در واقع سبک زندگی راهی برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتار (هویت) افراد است (کفاشی و دیگران، ۱۳۸۹). همچنین زلفعلی‌فام و غفاری در مطالعه هویت اجتماعی دختران دانشجوی دانشگاه گیلان دریافتند که دختران جامعه ما سعی

دارند با اتکاء به مراجع هویت ساز غیر سنتی مانند تحصیل، شغل و کسب استقلال مالی، هویت اجتماعی غیر سنتی را برای خویش در جامعه تعریف کنند (زلفعلی فام و غفاری، ۱۳۸۸).

یافته‌های تحقیق مقدس و خواجه‌نوری تأیید کننده تأثیر فرآیند جهانی شدن بر هویت اجتماعی زنان و تغییرات آن است (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴). و همچنین پژوهش آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱) نشان داد که نقش انتخاب‌ها و تفسیرهای کنشگران در مقایسه با موقعیت‌های ساختاری در شکل‌گیری هویت جمعی و فردی از اهمیت بیشتری برخوردارند. در واقع شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی کنشگران بیشتر از طریق اهمیت‌دادن به حوزه مصرف، اهمیت بدن و کنترل آن شکل می‌گیرد (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱).

مشهدی^۱ (۲۰۱۱) در تحقیق خود نشان داد که بین استفاده از اینترنت و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد، همچنین این رابطه با متغیرهای کلیشه‌های جنسیتی، اوقات فراغت و مدیریت بدن تأیید شده است (مشهدی، ۲۰۱۱). همچنین نتایج پژوهش دداویل^۲ و استوندای^۳ (۲۰۱۱) نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی مجازی را نمی‌توان محیط‌های رسانه‌ای ساده در نظر گرفت، آنها محیط‌های گفتمانی هستند که افراد فعالانه در آن حضور یافته و هویت خود را در آنها ساخته و یا بازتولید می‌کنند (دداویل و استوندای، ۲۰۱۱).

نتایج تحقیق کمپ بل^۴ (۲۰۰۷) تأیید کننده رابطه هویت شخصی و اجتماعی با شیوه‌های اوقات فراغت است. در واقع هویت شخص متأثر از تجربه اوقات فراغت است و هویت اجتماعی وابسته به انگیزه اوقات فراغت است و تغییر در یکی از ابعاد هویت لزوماً به معنی تغییر کل هویت اجتماعی نیست (کامپ بل، ۲۰۰۷).

1. Mashhadi.
2. Dedeoyle.
3. Ustunday.
4. Campbell.

پژوهش‌های خارجی و به ویژه داخلی در حوزه علوم اجتماعی نشان دهنده اهمیت موضوع پژوهش است. آنچه که از مرور این تحقیقات بر می‌آید حاکی از اهمیت تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی است در واقع نوع انتخاب سبک زندگی و هویت اجتماعی تحت تاثیر فرایند جهانی شدن است. فرایند جهانی شدن و رسانه‌های آن همچون فضای مجازی، گزینه‌های متعددی را در برابر چشمان مخاطبین خود قرار می‌دهد که هر یک به فراخور امکاناتشان به انتخاب یک یا چند گزینه از بین ده‌ها گزینه پیش رویشان اقدام کنند. افراد از بین گزینه‌های پیش رویشان انتخاب کرده تا روایت خاص خودشان را از هویت شخصی ارائه دهند. حال این سوال مطرح است که آیا بین سبک‌های زندگی و هویت اجتماعی زنان، در جامعه مورد مطالعه (شهر ایلام) نیز رابطه وجود دارد؟ متأسفانه مطالعات در خصوص دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی در این شهر نادر است، بدین جهت مطالعه این شهر از اهمیت بسیاری برخوردار است.

در حوزه هویت اجتماعی و سبک‌های زندگی نظریه‌های ارزشمندی توسط نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی و روان‌شناسی ارائه گردیده است. در این بخش با استفاده از آراء گیدنز و بوردیو سعی در ارائه چارچوبی نظری و منتج از آن مدل مفهومی در جهت تبیین رابطه بین سبک‌های زندگی و هویت اجتماعی می‌گردد. ویژگیهای اجتماعی، عقاید، ارزشها، رفتارها و نگرش‌های متمایز افراد بیان‌کننده "هویت اجتماعی" آنهاست. هویت اجتماعی، به ساده‌ترین بیان، تعریفی است که فرد، بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی، از خویش می‌کند (براون^۱، ۱۹۸۵، ص. ۷۷۱)؛ و همچنین هویت اجتماعی یک فرد به ویژگی‌ها و تفکراتی اشاره می‌کند که فرد آنها را از طریق اشتراکات اجتماعی، عضویت در گروه‌ها و مقوله‌های اجتماعی کسب می‌کند. با درونی نمودن این خصوصیات، فرد نسبت به آن گروه احساس تعلق پیدا می‌کند. هویت اجتماعی یک فرد باعث ایجاد "ما" در برابر "آنها" می‌شود (مهرمند، احمدی، عزیزی‌نژاد و ماندگار، ۱۳۸۸، ص. ۹۵). در واقع همه هویت‌ها به نوعی

1. Brown.

هویت اجتماعی می‌باشند (جنکینز^۱، ۱۳۸۱)، زیرا هیچ هویت جدا از فضای اجتماعی معنایی ندارد. ریشه شکل‌گیری هویت در فرآیند اجتماعی شدن است، اما باید توجه داشت که هویت اجتماعی یک فرایند است که در طول زندگی هر فرد در حال دگرگونی است. هویت امری اکتسابی است که در جریان تعاملات فرد و در درون فضای زندگی شخصی شکل می‌گیرد. هویت اجتماعی نوعی شناخت و دانش فرد از جایگاهش در جامعه است، شناختی که وی به دلیل تعلق به مقولات اجتماعی یا گروه‌های اجتماعی بدست می‌آورد (هاگ^۲ و آبرامز^۳، ۱۹۸۸).

گیدنز از عمده نظریه‌پردازانی است که در مورد هویت مباحث گسترده‌ای دارد. وی معتقد است هویت اجتماعی افراد بر اساس خودآگاهی و همچنین تحت تأثیر شرایط و موقعیت‌های اجتماعی در زمان و مکان شکل می‌گیرد. وی معتقد است که احساس هویت اجتماعی به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد؛ و بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. در عصر جدید نهادهای امروزی نیز در شکل‌گیری هویت دخالت دارند. به نظر وی، هر چیزی در زندگی اجتماعی، از نظام‌های جهانی گرفته تا آنچه وضعیت فکری فرد محسوب می‌شود، در یک کردار و راه و رسم اجتماعی به وجود می‌آید. از این رو گیدنز معتقد است که هویت اجتماعی هم مانند هویت شخصی در روند ساخت‌یابی و با توجه به موقعیت‌ها، شرایط و احوال و اوضاع اجتماعی، اقتصادی و نیز خود آگاهی شکل می‌گیرد. آگاهی به هویت شخصی و اعتماد، اطمینان و کنش متقابل اشخاص نقش مهمی در هویت اجتماعی بر عهده دارند. البته در هویت اجتماعی و باز تولید آن قراردادها و رسوم اجتماعی نیز مهم‌اند (گیدنز، ۱۳۷۸). در واقع وی معتقد است هویت را باید خلق نمود و به طور مداوم آن را با توجه به تجربیات متناقض زندگی روزمره، شیوه‌های زندگی (سبک زندگی) و همچنین گرایش‌های

1. Jenkins.
2. Hogg.
3. Abrama.

تطمیع کننده نهادهای امروزیین مورد تنظیم و تجربه قرار داد (گیدنز، ۱۳۷۸، ص. ۲۶۱). گیدنز مفهوم سبک زندگی را یکی از جالب توجه‌ترین نمونه‌های " پروژه‌ی تأملی خود" می‌داند و آن را در درون زمینه‌ی وسیع‌تر مدرنیته و فردی شدن طرح می‌کند. در نظر او سنت‌ها و رسوم گذشته، انتخاب‌های زندگی را محدود و در کانال‌های از پیش تعیین شده به جریان می‌انداخت، اما تجدد فرد را رو در روی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و یکی از پیامدهای این شرایط، اهمیت یافتن سبک زندگی است (گیدنز، ۱۳۷۸، ص. ۱۱۹). وی سبک زندگی را روایتگر هویت شخصی افراد در دوره مدرنیته متأخر می‌داند که این امر نیز ناشی از افول ارزش‌ها و سنت‌های هویت ساز و همچنین یافتن خود در زندگی روزمره است (ویلسکا^۱، ۲۰۰۲، ۱۱۶). گیدنز معتقد است احساس هویت اجتماعی به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود پیدا می‌کند؛ و بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. نهادهای گوناگون اجتماعی اعم از سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، دولتی و یا غیردولتی و باورها و سنتها و حتی نحوه احساس تعلق و پیوندهای گروهی همه و همه در ایجاد و دگرگونی هویت اجتماعی نقش دارند. در جوامع سنتی هویت، مبین تجلی و تحقق کار ویژه و نقش‌های از پیش تعیین شده بود. در جهان کنونی با دگرگون شدن شرایط و چارچوب‌ها، منابع هویت‌سازی، متفاوت از قبل شده است. چرا که زندگی مدرن با فضامند کردن زندگی فردی و بوجود آوردن فضاها و نهادهای مختلف امکان‌رهایی فرد از احاطه‌ی ساختار سنتی را سبب شده است. به اعتقاد وی به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعداد مراجع مقتدرتر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۷۸). به عبارت دیگر گیدنز معتقد است که سبک‌های زندگی کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند. جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های کنش و محیط دلخواه

1. Wilska.

برای ملاقات کردن دیگران جلوه می‌کنند و یادآور می‌شود که چنین رفتارهایی بازتاب‌کننده هویت‌های شخصی، گروهی و اجتماعی هستند (فاضلی، ۱۳۸۲). در واقع هویت اجتماعی مجموعه‌ای از هویت‌های فردی و دربرگیرنده‌ی هویت‌های جنسی، گروهی، قومی و ملی است. این هویت، امروزه تحت تاثیر فرآیند جهانی‌شدن و اجزای آن قرار دارد. فرآیند جهانی‌شدن به واسطه‌ی ابزارهای فن‌آوری خود شیوه‌های زندگی متفاوت و ایده‌هایی نو پیش روی افراد گذارده و این فرصت را به آن‌ها داده‌است که از میان گزینه‌های گوناگون انتخاب کنند (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴، ص. ۱۳).

یکی دیگر جامعه‌شناسانی که به غنای مفهوم سبک زندگی افزوده بوردیو^۱ است. وی مفهوم سبک زندگی را در کتاب تمایز^۲ (۱۹۸۴) مطرح کرده است. بوردیو در این کتاب نوعی جامعه‌شناسی سلیقه ارائه می‌دهد و بر نقش زمینه‌ها و عوامل اجتماعی در شکل‌گیری ذائقه‌های زیبایی شناختی تأکید می‌کند. او همچنین به نقش هویت بخش سبک زندگی اشاره می‌کند و آن را ابزاری برای نشان دادن تمایز اجتماعی می‌داند (استوری، ۱۳۸۵). چرا که افراد بر حسب ترکیب نوع و حجم سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی در موقعیت‌های متفاوتی قرار می‌گیرند و در نتیجه سبک‌های زندگی مختلفی دارند. به عبارتی هر طبقه لباس خاصی می‌پوشند، نوشیدنی خاص خود را دارد، اوقات فراغت و ورزش متفاوتی دارد و در نهایت سبک زندگی خاص همان طبقه را رقم می‌زند. یعنی نوع مصرف فیزیکی (غذا، تزئین وسایل زندگی، آرایش و مبلمان منزل) و سمبلیک افراد تعیین‌کننده سبک زندگی آنها است که خود، هویت افراد را نشان می‌دهد (بوردیو، ۱۹۸۴).

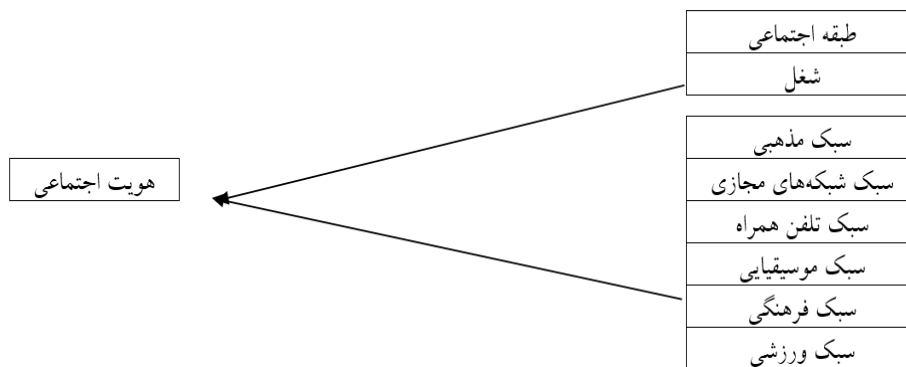
از تعریف بوردیو می‌توان دریافت که وی دریافته‌ی کارکردی از سبک زندگی دارد. او زمانی سبک زندگی را مجموعه کنش‌ها و رفتارهای برآمده از انتخاب‌های کنشگران تفسیر می‌کند، زمانی آن را نتیجه قابل رویتی از ابراز عادت‌ها در قالب نموده‌های عینی تلقی

1. Bourdieu.
2. Distinction.

می‌نماید و در مواضعی نیز آن را به خاستگاه اصلی‌اش، یعنی طبایع و قرایح یا ذوق و سلیقه‌های فردی اسناد می‌دهد (نجفی و شرف‌الدین، ۱۳۹۵، ص. ۴۶). لذا فهم هویت اجتماعی افراد با توجه به سبک زندگی متمایز هر گروه، از جهتی نشان دهنده و نشات گرفته از جایگاه خاص افراد در فضای اجتماعی است چرا که بر اساس دیدگاه وی توزیع نابرابر منابع اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی یا همان «سرمایه‌ها» در میان مردم در موقعیت‌های متفاوت طبقه اجتماعی است (بورديو، ۱۹۸۴). مطابق نظر کوکرهام^۱ این سرمایه‌ها، ساختمان سبک زندگی را شکل می‌دهد (کوکرهام، ۲۰۰۵، ص. ۵۵). به عنوان بخشی از نظریه سبک زندگی، الگوهای جمعی از رفتار بر اساس انتخاب‌های داوطلبانه زندگی از میان گزینه‌های در دسترس برای مردم مطابق با فرصت‌های زندگی‌شان یا موقعیت طبقاتی‌شان است (کریستنسن^۲ و کارپیانو^۳، ۲۰۱۴، ص. ۱۲). همچنین چانی سبک‌های زندگی را مشخصه‌هایی از دنیای مدرن می‌داند. از نظر او افرادی که در جوامع مدرن زندگی می‌کنند از مفهوم سبک زندگی جهت توصیف اعمال خود و سایرین استفاده می‌کنند، سبک‌های زندگی الگوهایی از کنش هستند که افراد را از یکدیگر متمایز می‌کنند (چانی^۴، ۱۹۹۶، ص. ۴). وی به کارکرد هویت بخشی سبک زندگی نیز اشاره می‌کند (ربانی، رستگار، ۱۳۸۷، ص. ۴۷). آراء بررسی شده در این پژوهش رابطه‌ی سبک زندگی و هویت افراد را تأیید می‌کند. امروزه زنان با به کارگیری ابزارهای مدرن هم چون ماهواره، اینترنت و فضای مجازی، با شیوه‌هایی نو از زندگی آشنا می‌شوند و آنها را با شیوه‌های سنتی مرسوم خود مقایسه می‌کنند. حضور زنان در عرصه‌های مختلف در همه جای دنیا و به ویژه در کشورهای پیشرفته‌ی صنعتی، موجب شده تا سایر زنان در بازتعریف هویت اجتماعی خود و نقش‌های‌شان در جامعه، درنگی دو باره کنند، که این، خود پرسش‌های فراوانی در این باره در ذهن آنها پدید آورده

-
1. Cockerham.
 2. Christensen.
 3. Carpiano.
 4. Chaney.

است (مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴، ص. ۱۳). اما با توجه به آراء بورديو، انتخاب‌های زنان مطابق با فرصت‌های زندگی‌شان و موقعیت طبقاتی‌شان است. طبقات اجتماعی سرمایه‌هایی را در اختیار اعضای خود قرار می‌دهد که می‌توانند در انتخاب‌هایشان با آزادی بیشتر یا کمتر عمل کنند. در این میان یکی از سرمایه‌هایی که می‌تواند به زنان در انتخاب‌هایشان یاری رساند، داشتن شغل است که از قبیل آن توان اقتصادیشان را برای انتخاب و عمل مبتنی بر انتخاب افزایش دهد. به هر حال طبقه اجتماعی و اشتغال هم به جهت تأثیرگذاری بر سبک زندگی و هم بجهت تأثیرگذاری مستقیم بر هویت اجتماعی زنان، از اهمیت بر خوردار می‌باشند. بر اساس آنچه که مطرح شد، فرض کلی تحقیق این است که سبک زندگی با هویت اجتماعی زنان در ایلام دارای رابطه است. اما از آنجا که با یک سبک زندگی در جامعه شهری رو به توسعه و در حال نو شدن روبرو نیستیم، در این تحقیق از تحلیل عاملی اکتشافی برای پی بردن به سبک‌های مختلف زندگی استفاده شد. یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی نشان داد که در شهر ایلام شش سبک زندگی مذهبی، شبکه‌های مجازی، تلفن همراه، موسیقیایی، فرهنگی، ورزشی (جدول شماره ۱) وجود دارد. با توجه به چارچوب نظری ارائه شده، می‌توان مدل تحقیق را در شکل زیر ارائه نمود:



شکل ۱- مدل نظری تحقیق

فرضیه اصلی تحقیق این است که بین سبک زندگی افراد و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد. بر اساس این فرضیه، می‌توان فرضیه‌های فرعی ناظر بر رابطه بین انواع سبک‌های زندگی و هویت اجتماعی و همچنین بین متغیرهای طبقه اجتماعی و شغل با متغیر هویت اجتماعی مطابق با مدل نظری تحقیق، مورد بررسی قرار داد.

۳. روش تحقیق

در این تحقیق، از روش تحقیق کمی و پیمایشی استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این تحقیق را زنان شهر ایلام تشکیل می‌دهند. حجم نمونه تحقیق با استفاده از جدول لین^۱ (۱۹۷۸) و ضریب اطمینان ۹۵ درصد، ۴۰۰ نفر از زنان شهر ایلام بدست آمد. افراد نمونه با استفاده از شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای مورد انتخاب قرار گرفتند. در این روش ابتدا تمامی مناطق شهر ایلام مشخص و سپس در هر منطقه ۱۸ حوزه انتخاب شد. نهایتاً در هر حوزه، با توجه به نسبت خانواده‌ها، بلوک‌های کوچک‌تر به عنوان یک خوشه بطور تصادفی انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه محقق ساخته بدست آمده است. برای ساخت و تنظیم گویه‌های پرسشنامه عمدتاً از تحقیقات پیشین محقق (خواجه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴؛ خواجه‌نوری، روحانی و هاشمی، ۱۳۹۰؛ خواجه‌نوری، ۱۳۸۵؛ مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴) استفاده شده است. برای سنجش پایایی گویه‌های مربوط به متغیر هویت اجتماعی از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است که نتایج آن در جدول شماره ۱ آمده است. برای ارزیابی اعتبار گویه‌های سبک زندگی نیز از دو روش اعتبار محتوا و اعتبار سازه استفاده شده است که برای مشخص کردن اعتبار سازه، از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی مربوط به متغیر سبک زندگی در جدول شماره ۲ بیان شده است.

1. Lin.

جدول شماره (۱) نشانگر نتایج حاصل از آزمون آلفای کرونباخ است که نشان می‌دهد طیف‌های مورد استفاده از پایایی خوبی برخوردارند، به طوری که ضرایب آلفای کرونباخ حاصل از آزمون شاخص‌های کلی متغیرها از حداقل ۰/۷۰ مربوط به بُعد هویت جنسی تا ۰/۸۷ مربوط به هویت گروهی در نوسان می‌باشند، که این ضرایب نیز نشان‌دهنده پایایی بالا در ابعاد متغیرها می‌باشد.

جدول ۱- ضرایب آلفای کرونباخ حاصل از سنجش پایایی طیف‌های متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
هویت اجتماعی	۲۴	۰/۷۳
هویت جنسی	۶	۰/۷۰
هویت ملی	۶	۰/۸۳
هویت قومی	۶	۰/۷۱
هویت گروهی	۶	۰/۸۷

هویت اجتماعی: هویت از نظر لغوی به معنی یکی شدن با خود و دیگران مطرح گردیده و دارای دو بُعد فردی و اجتماعی است (عاملی، ۱۳۸۹). همچنین مجموعه‌ای از معانی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القاء می‌کند و به فرد می‌گوید که او کیست و مرجعی برای بیان کیستی و چیستی او تشکیل می‌دهد (عاملی، ۱۳۸۹). سخن گفتن از خصوصیات اجتماعی، عقاید، ارزشها، رفتارها و نگرش‌های متمایز گروه‌های اجتماعی، به معنای سخن گفتن از "هویت اجتماعی" آنهاست. هویت اجتماعی، به سادترین بیان، تعریفی است که فرد، بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی، از خویش دارد (براون، ۱۹۸۵، ص. ۷۷۱). هویت اجتماعی شامل هویت جنسی، ملی، قومی و گروهی... است. در این تحقیق هویت اجتماعی شامل ۲۴ گویه می‌باشد و پایایی آن برابر با ۰/۷۳ می‌باشد.

هویت جنسیتی: از اولین جنبه‌های شکل‌گیری هویت، مربوط به هویت جنسیتی است. هویت جنسیتی مجموعه‌ای از نگرش‌ها، الگوهای رفتاری و صفات جسمی تعیین شده توسط

فرهنگ است که معمولاً تداعی کننده مردانگی و زنانگی است (کُن^۱، ۲۰۰۰). مفهومی که فرد از خود به عنوان یک زن و مرد دارد. بر اساس وضعیت زیست شناختی و مقوله‌های اجتماعی - فرهنگی شکل می‌گیرد (گولومبوک^۲ و فیوش^۳، ۱۳۸۴). متغیر هویت جنسی در بعد رضایتمندی از جنس خود، ارتباط با همجنسان و رضایت از ویژگی‌های زنان مورد سنجش قرار گرفت.

هویت ملی: هویت ملی به معنی نگرش مثبت و جانب‌دارانه نسبت به ریشه‌های تاریخی و سرزمین مشترک، دفاع از سرزمین، و سنن فرهنگی مشترک است (لطف آبادی، ۱۳۸۵، ص. ۱۸). گویه‌های هویت ملی شامل افتخار به ملیت، زبان و فرهنگ ایرانی در مقابل سایر ملل می‌باشد.

هویت قومی: تصویری که فرد از خود بر اساس تعلق و وابستگی به یک قومیت دارد و خود را براساس موازین فرهنگ قومی خود شناخته و پذیرفته است. بعبارتی، هویت قومی مجموعه ایده‌ها و تصورات فرد درباره اعضای قومیت خود است که فرد، خود را با استفاده از برجسب‌های قومی بازشناسی می‌کند. طیف هویت قومی شامل افتخار به قومیت، زبان، لهجه و تلاش برای حفظ رسوم و سنت‌های قومی خود است.

هویت گروهی: گروه به عنوان هسته اصلی شکل‌دهنده هویت گروهی، دسته‌ای از افراد دارای هدف مشترک است که با یکدیگر کنش متقابل دارند و خود را از افراد دیگر جامعه متمایز می‌کنند و همچنین یک جمع انسانی ویژه را تشکیل می‌دهند. هویت گروهی به تفکر، ادراک، احساس و رفتار فرد از تعلق به گروه و آگاهی از تمایز و تفاوت گروه خویش مربوط می‌شود (خضرنجات، ۱۳۶۹، ص. ۵۶). طیف متغیر هویت گروهی از طریق گویه‌های مربوط

1. Coon.
2. Golombok
3. Fivush.

به احساس رضایتمندی از ارتباط با گروه‌های دوستان، خویشاوندی، زندگی و ازدواج درون گروهی مورد سنجش قرار گرفت.

سبک زندگی: برخی از تحقیقات سبک زندگی را عادت‌ها و الگوهای غذایی برشمرده‌اند (آقایی و دیگران، ۱۳۸۳؛ تاملینسون، ۲۰۰۳؛ هالت^۱، هیرجوشو^۲، لوک‌واگو^۳، لولین^۴ و کروتر^۵، ۲۰۰۵؛ سرافزادگان^۶ و دیگران، ۲۰۰۹؛ هیمن^۷، مک‌ویلیامز^۸ و زیلبرمن^۹، ۲۰۰۹). در بعضی از تحقیقات سبک زندگی به عنوان الگوهای فعالیت اوقات فراغت و مصرف کالاهای فرهنگی و مادی در نظر گرفته شده است (فاضلی، ۱۳۸۲؛ روس^{۱۰}، ۲۰۰۹). با مروری بر نظریه‌های سبک زندگی، فاضلی معتقد است در سنجش سبک‌های زندگی توسط پژوهشگران مختلف، شاخص‌های متنوعی به کار رفته است. وی این شاخص‌ها را به شرح زیر طبقه‌بندی کرده- است: (۱) مصرف فرهنگی، (۲) فعالیت‌های فراغت، (۳) شاخص‌های پراکنده که شامل الگوهای خرید، نام‌گذاری کودکان، رفتار خانوادگی، و الگوی مصرف غذا می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲، صص. ۱۲۷-۱۲۸).

برای بررسی و یافتن عوامل طیف سبک‌های زندگی از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شده (جدول شماره ۲). بر پایه نتایج این تکنیک، شش عامل به‌دست آمد که به ترتیب رفتارهای مذهبی، شبکه مجازی^۱، استفاده از موسیقی مدرن، شبکه مجازی^۲، مشارکت فرهنگی و در نهایت مشارکت ورزشی نام‌گذاری شدند. بر اساس نتیجه جدول شماره ۱ و با توجه به آماره K.M.O در تمام ابعاد، می‌توان نتیجه گرفت داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب بوده و

1. Holt.
2. Haire Joshu.
3. Lukwago.
4. Lewellyn.
5. Kreuter.
6. Sarrafzadegan.
7. Heiman.
8. Mcwilliams.
9. Zilberman.
10. Roos.

نتیجه آزمون بارتلت نیز معنی دار است. در واقع، میزان خطا $0/000$ Sig دارای سطح معناداری بالا و سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد است. به عبارت دیگر، کلیه عناصر به کار رفته برای هر بعد، قدرت تبیین کنندگی مورد نظر را برای متغیر وابسته داشته‌اند.

جدول ۲- نتایج تحلیل عاملی

نتیجه‌ی کلی آزمون KMO	ابعاد سبک زندگی	عامل های سبک زندگی						اجزای سبک زندگی
		عامل ۶	عامل ۵	عامل ۴	عامل ۳	عامل ۲	عامل ۱	
K.M.O=85/0 Sig= 000	سبک زندگی مذهبی						۰/۷۸۸	شرکت در جلسات مذهبی
							۰/۷۷۷	همکاری با هیئت‌های دینی
							۰/۷۰۳	حضور در نیروی بسیج
							۰/۶۶۰	تماشای برنامه‌های مذهبی تلویزیون
							۰/۶۲۰	شرکت در نمازهای جماعت
							۰/۵۹۹	حضور در مساجد، کلیسا یا کنیسه،
							۰/۵۰۵	انجام فعالیت‌های مذهبی در خانه
							۰/۴۷۴	تماشای برنامه‌های مذهبی تلویزیون
	سبک زندگی شبکه مجازی ۱					۰/۸۰۹	چت کردن با اینترنت	
						۰/۷۹۳	وبگردی	
						۰/۷۲۶	استفاده از فیس بوک، تویتر	
						۰/۶۲۰	استفاده از پست الکترونیکی	
						۰/۴۹۹	استفاده از اینترنت جهت بدست آوردن خبر، اطلاعات مورد نیاز	
	سبک زندگی موسیقایی				۰/۸۱۳		گوش دادن به موسیقی جاز، رپ، راک	
					۰/۷۲۰		گوش دادن به موسیقی خارجی کلاسیک	
					۰/۵۵۹		استفاده از CD، DVD موسیقی، Mp4، MP3 player	

ادامه جدول ۲

نتیجه‌ی کلی آزمون KMO	ابعاد سبک زندگی	عامل های سبک زندگی						اجزای سبک زندگی
		عامل ۶	عامل ۵	عامل ۴	عامل ۳	عامل ۲	عامل ۱	
					۰/۵۴۱			گوش دادن به موسیقی پاپ ایرانی لوسانجلسی
					۰/۴۱۷			گوش دادن به برنامه‌های رادیوهای خارجی
	سبک زندگی موبایلی			۰/۷۳۶				مکالمه با دیگران (از طریق موبایل)
				۰/۶۶۶				ارسال پیامک (SMS)
				۰/۶۱۸				استفاده از بلوتوس
				۰/۵۷۴				حضور در پارک‌ها و تفریح‌گاه‌ها
	سبک زندگی فرهنگی		۰/۷۳۹					انجام فعالیت هنری مانند نقاشی،
			۰/۵۸۷					حضور در سینماها، تئاتر، ...
			۰/۴۹۲					همکاری با انجمن‌های علمی، ادبی یا هنری
			۰/۴۹۱					کلاس نقاشی، خطاطی، موسیقی
			۰/۳۷۳					مشاهده‌ی تلویزیون‌های خارجی (ماهواره)
	سبک زندگی ورزشی		۰/۶۹۷					کار با دستگاه‌های مختلف ورزشی در باشگاه یا پارک‌ها
			۰/۶۹۰					ورزش والیبال، بسکتبال، کوهنوردی، شنا کردن ...
			۰/۴۹۱					شرکت در انجمن‌های محلی، ورزشی

۴. یافته‌های تحقیق

نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که میانگین سنی زنان مورد مطالعه ۳۶/۵۲ سال بوده، و بیشتر آنها در گروه‌های سنی ۳۴ - ۴۹ سال هستند. ۴۸ درصد پاسخگویان تحصیلات دانشگاهی داشتند و ۳/۵ درصد از آنها بی‌سواد بودند. ۶۶/۵ درصد خود را خانه‌دار و ۳۳/۵ درصد شاغل معرفی کردند. همچنین طبقه متوسط بیشترین درصد پاسخگویان را شامل شده است.

در این قسمت برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از تکنیک‌های آمار استنباطی استفاده شده است. جدول شماره ۳ نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ی بین برخی از متغیرهای مستقل و ابعاد متغیر وابسته با هویت اجتماعی زنان می‌باشد. همانطور که در جدول مشاهده می‌شود همبستگی (مثبت) بین سبک زندگی مذهبی، سبک زندگی موسیقایی و سبک زندگی ورزشی با هویت اجتماعی زنان می‌باشد، که بیشترین ضریب همبستگی بین سبک زندگی مذهبی با هویت اجتماعی زنان است. همچنین بیشترین همبستگی (منفی) بین سبک زندگی مجازی با هویت اجتماعی وجود دارد، در واقع زنانی که سبک زندگی آنها مجازی است هویت اجتماعی شکننده‌تری دارند. بنابراین نظریه گیدنز در این خصوص که سبک زندگی در شکل‌دهی به هویت اجتماعی موثر است مورد تأیید واقع شده است، زیرا افرادی که اقدام به بازاندیشی در سبک زندگی کرده‌اند و سبک زندگی یا جهت‌گیری مدرنی دارند، هویت اجتماعی ضعیفی دارند.

جدول ۳- رابطه همبستگی بین انواع مختلف سبک زندگی با هویت اجتماعی زنان

هویت اجتماعی	هویت گروهی	هویت قومی	هویت ملی	هویت جنسی	هویت سبک زندگی
**۰/۲۹۸	۰/۰۷۷	*۰/۱۱۰	**۰/۳۵۲	۰/۰۸۸	سبک زندگی مذهبی
** -/۱۴۸	۰/۰۷۰	*۰/۱۱۴	** -/۱۳۹	-/۰۲۳	سبک زندگی شبکه مجازی ۱
**۰/۱۹۷	**۰/۱۴۵	**۰/۱۷۱	*۰/۱۲۴	۰/۰۹۲	سبک زندگی موسیقایی
-/۰۷۸	-/۰۱۰	-/۰۳۷	-/۰۸۵	-/۰۲۷	سبک زندگی شبکه مجازی ۲

ادامه جدول ۳

هویت اجتماعی	هویت گروهی	هویت قومی	هویت ملی	هویت جنسی	هویت سبک زندگی
۰/۰۰۳	۰/۰۸۶	-/۰۸۵	-/۰۳۳	*۰/۱۲۳	سبک زندگی فرهنگی
**۰/۱۳۷	*۰/۱۱۹	۰/۰۵۱	۰/۰۹۳	**۰/۱۳۸	سبک زندگی ورزشی

** p < ۰/۰۱; * p < ۰/۰۵

بر اساس منطق روش چند متغیره، متغیرهای مستقلی که در تبیین واریانس سهم قابل توجهی داشتند برای متغیر وابسته طی هفت مرحله وارد معادله شدند که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است. همانگونه که مشاهده می شود، تمامی متغیرهای وارد شده با سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. براساس نتایج می توان نتیجه گرفت که مهم ترین متغیری که هویت اجتماعی را تبیین می کند، طبقه اجتماعی است. این متغیر به تنهایی ۱۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کرده است. سبک های زندگی مذهبی و موسیقایی ۴ درصد بعدی تغییرات در متغیر وابسته را به خود اختصاص داده اند. سایر متغیرها در رده های بعدی قرار گرفته اند. در مجموع مدل تحقیق با ۷ متغیر، ۲۴ درصد تغییرات متغیر هویت اجتماعی را توضیح داده است (جدول شماره ۴).

جدول ۴- تحلیل چند متغیره گام به گام برای پیش بینی متغیر وابسته هویت اجتماعی زنان

مرحله	متغیر وارده	R	R2	B	Beta	T	سطح معنی داری
اول	طبقه	۰/۴۰	۰/۱۶	۱/۱۴	۰/۳۰۶	۶/۱۱	۰/۰۰۰
دوم	سبک زندگی مذهبی	۰/۴۴	۰/۱۹	۰/۱۰۳	۰/۱۱۹	۲/۱۴	۰/۰۳۳
سوم	سبک زندگی موسیقایی	۰/۴۵	۰/۲۰	۰/۲۴۸	۰/۱۱۴	۲/۴۷	۰/۰۱۴
چهارم	شغل	۰/۴۶	۰/۲۱	-۰/۱۹۲	-/۱۰۳	-۲/۲۳	۰/۰۲۶
پنجم	منطقه زندگی	۰/۴۷	۰/۲۲	-۱/۰۰	-۰/۱۱۷	-۲/۵۵	۰/۰۱۱
ششم	سبک زندگی مجازی	۰/۴۸	۰/۲۳	-۰/۱۵۷	-۰/۱۴۹	-۲/۹۲	۰/۰۰۴
هفتم	سبک زندگی ورزشی	۰/۴۹	۰/۲۴	۰/۲۹۷	۰/۱۴۱	۲/۵۳	۰/۰۱۲

۵. نتیجه گیری

پژوهش حاضر به بررسی رابطه‌ی بین سبک زندگی با ابعاد هویت اجتماعی زنان شهر ایلام پرداخته شده است. برای تبیین این رابطه از نظریه‌ی مبتنی بر آراء گیدنز استفاده شد. بر اساس چارچوب نظریه تحقیق شش فرضیه طراحی شد. جهت آزمون فرضیه‌ها از روش پیمایشی استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه "محقق ساخته" استفاده شد. مطالعه‌ی حاضر نشان داد که انتخاب سبک زندگی خاصی می‌تواند هویت زنان را متأثر کند. گیدنز معتقد است احساس هویت اجتماعی به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد؛ و بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. نهادهای گوناگون اجتماعی اعم از سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، دولتی و یا غیردولتی و باورها و سنت‌ها و حتی نحوه احساس تعلق و پیوندهای گروهی همه و همه در ایجاد و دگرگونی هویت اجتماعی نقش دارند. در جوامع سنتی هویت، مبین تجلی و تحقق کارویژه و نقش‌های از پیش تعیین شده بود. در جهان کنونی با دگرگون شدن شرایط و چارچوب‌ها، منابع هویت‌سازی، متفاوت از قبل شده است؛ چرا که زندگی مدرن با فضاوند کردن زندگی فردی و بوجود آمدن فضاها و نهادهای مختلف امکان‌رهایی فرد از احاطه‌ی ساختار سنتی را سبب شده‌اند. چند دهه است که زنان و دختران در سراسر جهان هویت‌های جا افتاده و سنتی خود را مورد سؤال قرار داده‌اند و با آن به رویارویی برخاسته و برای بنیان نهادن راه‌های برابرجویانه‌تر و آزادانه‌تر مبارزه می‌کنند و می‌خواهند هویتی بیش از زندگی خانگی و خانوادگی داشته باشند. آنان با هر گامی که از سنت دور می‌شوند، در واقع به نوعی سیاست مشخص روی می‌آورند. به اعتقاد گیدنز به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروز، تکرر زمینه‌های کنش و تعداد مراجع مقتدرتر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد. نتایج تحقیق نشان دهنده اهمیت نقش سبک زندگی در جهت دهی به هویت زنان است. بر اساس نتایج آزمون همبستگی صورت گرفته، از میان متغیرهای مستقل تحقیق، ارتباط سبک زندگی

مذهبی، سبک زندگی موسیقایی و سبک زندگی ورزشی با متغیر هویت اجتماعی زنان مثبت و مستقیم و ارتباط سبک زندگی مجازی با هویت اجتماعی مستقیم اما منفی بود. همچنین روابط بین متغیرهای موجود با هویت اجتماعی با استفاده از تکنیک آماری رگرسیون چند متغیری نیز مورد بررسی قرار گرفته و نتایج بدست آمده نشان داد که از میان متغیرهای موجود در معادله به ترتیب هفت متغیر طبقه، سبک زندگی مذهبی، سبک زندگی موسیقایی، شغل، منطقه زندگی، سبک زندگی مجازی و سبک زندگی ورزشی توانستند در معادله باقی مانده و بر روی هم ۲۴ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی را در میان نمونه مورد مطالعه از زنان شهر ایلام تبیین کنند. نتایج پژوهش‌های بررسی شده مانند آزاد ارمکی و چاوشیان (۱۳۸۱)، مقدس و خواجه‌نوری (۱۳۸۴)، کامب پل (۲۰۰۷)، مشهدی^۱ (۲۰۱۱) و دداوگلو^۲ و استونداگلی^۳ (۲۰۱۱) با نتایج این تحقیق هم سو و هم جهت هستند و جهت-دهی سبک زندگی به هویت افراد را تأیید می‌کنند.

باورهای دینی افراد می‌تواند با انتخاب شیوه و سبک زندگی آنان ارتباط داشته باشد. همان‌گونه که بورديو معتقد است با برآورده شدن ضرورت‌ها و نیازهای فرد، او فرصت می‌یابد به فعالیت‌ها و دارایی‌های سبک ببخشد و از انتخاب‌های زیبایی‌شناختی خود لذت ببرد. این می‌تواند بر نوع و میزان نیازمندی فرد اثر گذارد و در فرآیند سبک‌دهی به زندگی موثر واقع شود. بنابراین جامعه ایران که یک جامعه اسلامی است سبک‌دهی به زندگی افراد در موقعیت اجتماعی و شغلی تحت تأثیر باورهای دینی قرار دارند. در واقع سبک زندگی آنان با باورهایشان ارتباط دارد شاید به همین علت است که می‌توان از سبک زندگی مذهبی حرف زد (تنهایی و خرمی ۱۳۸۹، ص. ۲۹). مذهب همی‌شه نقش فرهنگی و اجتماعی مهمی را در جامعه ایران بازی کرده است، در واقع زنانی که سبک زندگی مذهبی را برای زندگی خود برگزیده‌اند هویت اجتماعی تثبیت شده دارند.

1. Mashhadi.
2. Dedeoglu.
3. Ustundagli

موسیقی از عناصر اساسی در نظام فرهنگ به شمار می‌رود و تا حد زیادی می‌توان تعیین کننده برخی از جهت‌گیری‌های کلی فرهنگ و تغییرات فرهنگی باشد. گرایش به یک رفتار خاص، نظیر شنیدن موسیقی در شناخت فرهنگ عمومی یک جامعه و همچنین خرده فرهنگ‌های موجود در آن مانند خانواده کمک شایانی می‌نماید. امروزه موسیقی مدرن یکی از همه‌گیرترین کالاهای فرهنگ عامه است که به بارزترین شکل ممکن در زندگی مردم حضور دارد (میرزایی، ساداتی، کاردوانی و اکبریان، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۶). شاید امروزه همه‌گیر شدن موسیقی به ما اجازه می‌دهد که از تأثیر آن بر هویت اجتماعی صحبت کنیم. به بیان دیگر زنانی که از موسیقی به عنوان یکی از عناصر مهم زندگی توجه می‌کنند از ثبات هویت بهره‌مندند.

و همچنین حضور زنان در فعالیت ورزشی و شرکت در ورزش‌های جمعی و گروهی به آنها هویت بیشتری می‌دهد تا اینکه آنها به عرصه خصوصی و حاشیه جامعه رانده نشوند. ورزش‌های جمعی زنان در اثر ویژگی‌های سبک زندگی بوجود می‌آیند و به زنان انسجام و هویت می‌دهد. در نتیجه زنانی که سبک زندگی ورزشی دارند به هویت جنسی، ملی، قومی، گروهی و در کل به هویت اجتماعی دست یافته‌اند.

در سال‌های اخیر ما شاهد رشد چشم‌گیر استفاده از اینترنت در کشورمان هستیم. این ارتباطات و تعاملات در فضای اینترنت، بر جامعه‌ی ایران و از جمله زنان تأثیر داشته‌است. مهم‌ترین تأثیر آن، توسعه‌ی زندگی دیجیتال در ایران، تغییر نظام شکل‌گیری هویت فردی و جمعی فرد در دنیای واقعی است. نتایج تحقیق این پژوهش هم نشان دهنده اهمیت نقش سبک زندگی در جهت دهی به هویت زنان است. اینترنت و فضای مجازی به واسطه‌ی تعامل اجتماعی حاکم بر آن قادر به ایجاد شرایطی است که می‌تواند تا اندازه‌ای در سازمان-دهی مسیر علایق افراد و شکل‌گیری هویت‌های جدید موثر باشد در حالی که در مجموع به نظر می‌رسد که بنیادهای اجتماعی هویت به گونه‌ای افراطی در فضای مجازی دگرگون شده باشند (پیشگاهی‌فر، انصاری‌زاده، کرمی و پرهیز، ۱۳۸۹، ص. ۱۹۲). در واقع زنانی که سبک

زندگی مجازی را برای زندگی خود انتخاب می‌کنند هویت جنسی، قومی، ملی و اجتماعی شکننده‌ای دارند.

در مجموع و به طور خلاصه می‌توان گفت که بین سبک زندگی و هویت اجتماعی زنان رابطه‌ی معنا داری وجود دارد. در دنیای مدرن امروزی هویت اجتماعی افراد بر اساس عضویت و فردیت او ساخته و پرداخته می‌شود و همچنین برحسب نوع سبک زندگی ساخته و باز ساخته می‌شود.

کتابنامه

۱. استوری، جان (۱۳۸۶). *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، ترجمه‌ی حسین پاینده، تهران: آگه.
۲. آزادارمکی، تقی و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). "بدن به مثابه رسانه هویت"، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۴، صص ۷۵-۵۷.
۳. پیشگاهی فرد، زهرا، انصاری‌زاده، سلمان، کرمی، افشین و فریاد پرهیز (۱۳۸۹). "تعامل در فضای سایبر و تاثیر آن بر هویت زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران)"، زن و توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۸۹-۲۰۹.
۴. تنهایی، ابوالحسن و شمسی خرمی (۱۳۸۹). "بررسی رابطه‌ی بین جامعه‌شناختی باورهای دینی و سبک زندگی براساس نظریه و روش گافمن، مطالعه‌ی موردی کرمانشاه، سال ۱۳۸۸"، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال سوم، شماره ۶، صص ۱۹-۴۱.
۵. جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه: تورج یاراحمدی. تهران: شیراز.
۶. چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). "ازطبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل هویت اجتماعی"، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، صص ۳-۲۷.
۷. خضرنجات، حمید (۱۳۶۹). *مفاهیم جامعه‌شناسی*، تهران: شیراز.
۸. خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۸۵). *مطالعه رابطه مولفه‌های جهانی شدن و مشارکت اجتماعی زنان*، مورد مطالعه: زنان شهرهای تهران، شیراز و استهبان، رساله دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.
۹. خواجه‌نوری، بیژن، پرینان، لیلیا (۱۳۹۴). *مطالعه رابطه جهانی شدن فرهنگی و هویت اجتماعی (مطالعه موردی: زنان شهر کرمانشاه)*، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۵۷، صص ۶۵-۸۴.

۱۰. خواجه‌نوری، بیژن، روحانی، علی و هاشمی، سمیه (۱۳۹۰). "سبک زندگی و مدیریت بدن"، مجله زن و جامعه، سال دوم، شماره ۴، صص. ۲۱-۴۸.
۱۱. ربانی، رسول، یاسر، رستگار (۱۳۸۷)، "جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی"، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال سوم، شماره ۲۳ و ۲۴، صص ۴۴-۵۵.
۱۲. رحمت آبادی، الهام، حبیب، آقابخشی (۱۳۸۵)، "سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان"، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۲۰، صص ۲۳۵-۲۵۶.
۱۳. زلفعلی فام، جعفر و مظفر غفاری (۱۳۸۸). "تحلیل جامعه‌شناسی هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه گیلان"، فصلنامه نامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره سوم، صص ۱۲۱-۱۴۰.
۱۴. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۹). "دو جهانی شدن‌ها و آینده‌ی هویت‌های همزمان"، نبراس، سال دوم، شماره‌ی سوم و چهارم، صص. ۱۱۹-۱۳۴.
۱۵. فاضلی، محمد (۱۳۸۲). "مصرف و سبک زندگی"، ناشر: صبح صادق.
۱۶. قادرزاده، امید (۱۳۹۰). "تاثیر اشکال مختلف سرمایه بر هویت جمعی زنان"، فصلنامه زن و توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۳، صص ۳۵-۶۵.
۱۷. کفاشی، مجید، پهلوان، منوچهر و کاظم عباس‌نژاد عرب (۱۳۸۹). بررسی تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه موردی جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر بابل)، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال سوم، شماره نهم، صص ۱۱۸-۱۴۰.
۱۸. گولومبوک، سوزان و رابین فی‌وش (۱۳۸۴). رشد جنسیت، ترجمه مهرناز شهر آراب. تهران: انتشارات ققنوس.
۱۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشرنی.
۲۰. لطف آبادی، حسین (۱۳۸۵). "آموزش و شهروندی ملی و جهانی همراه با تحکیم هویت و نظام ارزشی دانش آموزان"، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۱۷، سال ۵، صص ۱۱-۴۵.
۲۱. مقدس، علی اصغر، بیژن خواجه‌نوری (۱۳۸۴). "جهانی‌شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان، بررسی موردی دو شهر شیراز و استهبان"، مجله مطالعات زنان، سال سوم، شماره ۷، صص. ۳۲-۵.

۲۲. مهرمند، احد، احمدی، حسین، عزیزی نژاد، بهاره، علی، ماندگار (۱۳۸۸). "بررسی جامعه شناختی میزان رابطه هویت ملی و هویت قومی در بیت جوانان آذری زبان شهر ارومیه"، فصلنامه مطالعات اجتماعی، شماره ۱۱۲، صص ۹۰ - ۱۱۰.
۲۳. میرزایی، حسین، ساداتی، انسیه، کاردوانی، مهدی اکبریان (۱۳۹۰). "بررسی خرده فرهنگ جوانان ایران در محتوی اشعار موسیقی پاپ"، فصلنامه جامعه شناسی مطالعات جوانان، سال دوم، شماره دوم، صص ۱۴۱ - ۱۵۸.
۲۴. نجفی، حبیب‌الله و شرف‌الدین، سید حسین (۱۳۹۵). نقد و بررسی مفهوم سبک زندگی در اندیشه‌ی بوردیو، معرفت، شماره ۲۳۱، صص ۴۱-۵۷.

25. Bourdieu, P. (1984). *Distinction*. London: Routledge & Kegan Paul.
26. Brown, R. (1985). *Social Identity*. In Kuper A., Kuper J. (Eds.), *The social science Encyclopedia* (pp. 623-648). London: Routledge.
27. Campbell, J. (2007). *Adolescent identity development the relationship with leisure life style and motivation* (Unpublished master's thesis). University of Waterloo, Waterloo, Canada.
28. Chaney, D. (1996). *Life styles*. London: Routledge.
29. Chiu, M. C. (2010). Going beyond globalization and localization: Articulating a theory of justice in Han-Chinese culture. *Law Critique*, 21(1), 93-110.
30. Christensen V. T., & Carpiano R. M. (2014). Social class differences in BMI among Danish women: Applying Cockerham's health lifestyles approach and Bourdieu's theory of lifestyle. *Social Science Medicine*, 112, 12-21.
31. Cockerham, W. C. (2005). Health lifestyle theory and the convergence of agency and structure. *The Journal of Health and Social Behavior*, 46(1), 51-67.
32. Coon, D. (2000). *Essentials of psychology: Exploration and application*. New York: Wadsworth/Thomson Learning.
33. Dedeoglu, A. O., & Ustundagli E. (2011). Consumers lifestyle, social identity and consumption practices in the context of communities of practice. *Journal Business and Economic*, 2(2), 23-40.
34. Farrugia, D., Smyth, J., & Harrison T. (2014). Rural young people in late modernity: Place, globalization and the spatial contours of identity. *Current Sociology*, 62(7), 1036-1054.
35. Heiman, A., Just, D., McWilliams, B., & Zilberman D. (2009). *Religiosity, lifestyle and food consumption*. Retrieved from http://www.agecon.ucdavis.edu/extension/update/articles/v8n2_4.pdf

36. Hogg, M. A., & Abrams, D. (1988). *Social identification: A social psychology of intergroup relations and group process*. London: Routledge.
37. Holt, C. L., Haire Joshu, D. L., Lukwago. S. N., Lewellyn. L. A., & Kreuter, M. W. (2005). The role of religious in dietary beliefs and behavior among American women. *Cancer Control*, 12(4), 84-90.
38. Lin, N. (1978). *Foundations of social research*. New York: McGraw Hill.
39. Mashhadi, J. (2011). Internet and its Impact on social Identity. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 57, 271-274.
40. Roos, E. V., Karvonen, S., & Rahkonen, O. (2004). Lifestyles, social background and eating pattern of 15-year-old boys and girls in Finland. *Journal of Youth Studies*, 17(3), 331-349.
41. Sarrafzadegan, N., Kelishadi, R., Esmailzadeh, A., Mohammadifard, N., Rabiei, K., Roohafza, A., ... & Malekafzali, S. (2009). Do lifestyle interventions work in developing countries? Finding from the Isfahan healthy heart program in the Islamic Republic of Iran. *Bulletin World Health Organization*, 87(1), 39-50.
42. Theophanous, A. (2011). Ethnic identity and the nation-state in the era of globalization: The case of Cyprus. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 24(1-2), 45-56.
43. Tomlison, M. (2003). Life style and social class. *European Sociological Review*, 19(1), 97-111.
44. Wilska T. A. (2002). Me a consumer? Consumption identities and lifestyles in today Finland. *Acta Sociologica*, 45(3), 195-210.