

## بررسی تأثیر سبک زندگی دیجیتال بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان)

صفی‌الله صفایی<sup>۱</sup>

### چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی سبک زندگی دیجیتال و تأثیر آن بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان است. روش تحقیق به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و به لحاظ روش پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر دوره متوسطه مدارس دولتی و غیر دولتی شهر همدان بود (۱۱۸۹۱ نفر) که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۷۷ نفر برآورد شد و به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه هویت اجتماعی صفاری‌نیا و روشن (۱۳۹۰) و پرسشنامه سبک زندگی دیجیتال مهاجری و فرقانی (۱۳۹۷) استفاده شد. روایی محتوایی پرسشنامه‌ها با نظر کارشناسان جامعه‌شناسی تأیید شد. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای مقیاس‌ها بیش از ۰/۷ برآورد شد که بیانگر هماهنگی درونی گویه‌ها و تأیید پایایی بود. داده‌ها با استفاده از آزمون تحلیل واریانس با کاربرد نرم افزار SPSS تحلیل شد.

یافته‌ها نشان می‌دهد بین مؤلفه‌های متغیر سبک زندگی دیجیتال (مصرف فرهنگی، نحوه گذراندن اوقات فراغت، الگوهای خرید و فروش، الگوهای یادگیری و آموزش از راه دور،

مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها) و هویت اجتماعی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان در شهر همدان رابطه وجود داشت و این رابطه معکوس است. نتیجه‌گیری: هرچه افراد به سمت زندگی دیجیتالی سوق پیدا کرده‌اند، هویت اجتماعی آنها کم‌رنگ‌تر شده است که نشان می‌دهد، در این مطالعه ما با چالش این رابطه سر و کار داریم، یعنی تأثیری که سبک زندگی دیجیتال بر روی هویت اجتماعی داشته مثبت نبوده است و جنسیت هم متغیری مهم در این رابطه ارزیابی نگردید. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت، به گمان بورديو و گیدنز شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود و می‌تواند هویت فرد را بازنمایی یا باز تولید نماید. بنابراین، لازم است متناسب با امکاناتی که در جامعه برای افراد قرار می‌دهیم، بسترهای لازم برای احیای هویت اجتماعی نیز فراهم شود؛ اگر این تقدم و تأخر فرهنگی فاصله زیادی داشته باشند، موجب گسست اجتماعی و سردرگمی هویتی برای جوانان شود که عواقب آن جبران‌ناپذیر است.

**کلید واژگان:** سبک زندگی دیجیتال، هویت اجتماعی، دانش‌آموزان، شهر همدان.

## مقدمه و طرح مسأله

هویت به عنوان ابزاری برای معرفی خود، تعلق به گروه‌های مختلف اجتماعی و اشتراک و افتراق با دیگران همواره موضوعی بحث‌انگیز بوده و دارای ابعاد گوناگونی است (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۴). یکی از ابعاد هویت در مطالعات اجتماعی، هویت اجتماعی<sup>۱</sup> است که بر اساس خصوصیات اجتماعی، ارزش‌ها، رفتارها و نگرش‌های متمایز گروه‌های اجتماعی و عضویت در گروه‌های اجتماعی تعریف می‌شود. داشتن هویت اجتماعی، شرط لازم برای زندگی اجتماعی است و بدون آن، انسان‌ها نمی‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در فرآیند هویت‌یابی که جریانی دیالکتیکی و دوسویه است، هم زمینه‌های ساختاری و فرهنگی در شکل‌گیری آن نقش دارند و هم چگونگی برخورد، تفسیر و مقابله خود شخص با ساختارها در آن مهم است (جنکینز، ۱۳۸۱).

برای بررسی هویت اجتماعی باید منابع تشکیل‌دهنده هویت را شناخت. این منابع در جوامع گذشته، بیشتر جنبه انتسابی داشته و به مکانی که شخص در آن رشد می‌یافته محدود بوده است (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۴)؛ اما به دنبال مدرنیته و گسترش امکانات و ارتباطات، نقش مکان در شکل‌دهی هویت بسیار کمرنگ شده و هویت‌یابی شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرده است (خواججه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۷). جنکینز<sup>۱</sup> از مهم‌ترین نظریه‌پردازان این حوزه، هویت اجتماعی را شیوه‌ای می‌داند که به وسیله آن افراد و جماعت در روابط اجتماعی خود از جماعت دیگر متمایز می‌شوند و از نظر وی، اخیراً گسترش فناوری‌ها موجب تغییراتی در هویت فرد شده است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۶). به باور گیدنز در چارچوب مدرنیته، قابلیت انعطاف هویت به نحو چشمگیری افزایش یافته که نشان از ظهور بسترهای تازه‌ای برای تکوین هویت است؛ بدین صورت که در ساخت هویت افراد و فعالیت روزمره، به انتخاب سبک زندگی بیش از پیش اهمیت می‌دهد (ذوالفقاری و سلطانی، ۱۳۸۹). گیدنز سبک زندگی را مانند الگو یا نوعی شابلون می‌داند که انسان‌ها را قادر می‌سازد به وسیله آن به نوعی به حکایت‌گویی از خود بپردازد و نیازهای جاری‌شان را برآورده سازند؛ اما انتخاب سبک زندگی را مشروط به فرصت‌ها و یا شانس‌هایی می‌داند که نصیب هر فرد می‌شود و الگوی مصرف و عملکرد و رفتار کاربران را متأثر از آن می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۷). با پیدایش ساخت‌های جدید عصر مدرن از جمله مصرف و مصرف‌گرایی، سرگرمی و ظهور ابزارها و شیوه‌های تازه تعیین هویت به دست رسانه‌ها و اینترنت و دیگر فناوری‌ها به شدت تهدید شده‌اند. در همین چارچوب، مفهوم سبک زندگی دیجیتال قرار می‌گیرد (فاضلی، ۱۳۸۲) که به معنای اتصال است (راینی و باری<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲) و با دسترسی دائمی به اینترنت و راحت بودن با مجموعه‌ای از تکنولوژی‌های پیشرفته انواع آموزش الکترونیک، بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک و غیره تا موزه و باغ وحش الکترونیک حمایت می‌شود (مرولا و

1. Richard Dale Jenkins

2. Rainie, Lee, & Barry wellman

همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). مطالعات نشان می‌دهد، الگوهای کنش با کاربری دستگاه‌های دیجیتال همراه، فرهنگ و سبک زندگی، تغییر کرده است. این کاربری گسترده تکنولوژی‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی در زندگی روزمره کاربران سراسر دنیا به قدری تأثیرگذار بوده که موجب تولید اصطلاح جدید «سبک زندگی دیجیتال» شده است (گاسر و سایمون<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). از نظر جامعه‌شناسان «دیجیتالی شدن» فرایندی است که انسان از طریق ابزارها، فنون و رسانه‌های دیجیتالی مانند شبکه اینترنت و رایانه به تولید، تکثیر، اشاعه و انتشار نمادها و معانی می‌پردازد و از طریق آن‌ها زندگی خود را سامان و معنا می‌بخشد (بحرانی و همکاران، ۱۳۹۰). یکی از شاخص‌های سبک زندگی دیجیتال، مصرف‌گرایی و دسترسی گسترده به امکانات ارتباطی و فناوریهای جدید است که در بین جوانان رشد شتابانی داشته و سبک زندگی آنان نیز به طور ملموس و در سطح انضمامی تغییر داده است. جوانان به دلیل اینکه در مقایسه با گروه‌ها و قشرهای دیگر، روابط اجتماعی گسترده‌تری دارند و با مظاهر و وسایل تجدد و نوسازی، جهانی‌شدن و همچنین اندیشه‌ها و هویت‌های جدید آشنایی و برخورد بیشتری می‌یابند و بیش از دیگران در معرض تغییرات هویت اجتماعی قرار می‌گیرند. تغییراتی که به دلیل دیجیتالی شدن در سبک زندگی افراد ایجاد شده است، تا حدودی موجب از هم گسیختگی انسجام سنتی، استحاله تعلقات، وفاداری‌های نسبتاً پایدار، سست شدن هویت‌های منسجم، رواج مصرف‌گرایی و در نهایت تغییرات هویت اجتماعی افراد شده است (مهاجری و فرقانی، ۱۳۹۷)؛ بنابراین، با تغییر بافت اجتماعی از حالت سنتی به مدرن و یا شبه مدرن و تحولات ناشی از دیجیتالی شدن، شاهد تغییر نگرش، رفتار، عادات و در نهایت هویت اجتماعی و فردی هستیم. در بیان اهمیت شناخت سبک زندگی دیجیتالی که مولد مدرنیته است و شکل‌گیری هویت اجتماعی در قالب سبک زندگی همین بس که چارچوب‌های مشخصی برای آشکار شدن شباهت‌ها و تفاوت‌ها به دست می‌آید که افراد

---

1. Merolla, D.M. & et all

2. Gasser & Simun

جامعه، امکان برقراری ارتباطی معنادار و پایدار را میان خود داشته باشند (کرایب، ۱۳۸۲).

در ایران نیز نزدیک به دو دهه است که سبک زندگی دیجیتال در حال شکل‌گیری است. البته کشور ایران نسبت به کشورهای دیگر با شتاب کمتری به سوی دیجیتالی شدن گام نهاده است؛ اما از آنجا که چنین تحولاتی از طریق دنیای اطلاعات و ارتباطات و نه در بستر مناسب فرهنگی وارد ایران شده است، بحران‌هایی را در زندگی مردم به وجود آورده است (خواجه نوری، ۱۳۹۷). به علاوه با توجه به اطلاعات و آمار سازمان جوانان که حدود ۶۰ درصد از جمعیت جامعه ما را نوجوانان و جوانان تشکیل می‌دهند، کارکرد غیر قابل انکار آن‌ها، در روند تحولات عمومی، مطالعه درباره تکوین هویت اجتماعی آن‌ها ضروری به نظر می‌رسد؛ بنابراین می‌توان گفت نوجوانان و جوانان شهر همدان نیز مانند سایر جوانان ایران در حال نوعی گذارند و ممکن است عناصر فرهنگی و هویت‌ساز و به طور خاص سبک زندگی دیجیتالی، موجب به چالش کشیده شدن هویت اجتماعی آن‌ها گردد. در این چالش، مهم این است که گرایش به سمت جنبه‌های مثبت و مفید زندگی دیجیتالی باشد و با تسهیلاتی که فراهم می‌آورد مجال بیشتری برای زندگی بهتر ایجاد گردد، زیرا که افراط و عملکرد اشتباه موجب آسیب رساندن به جنبه‌های مختلف زندگی و از جمله هویت اجتماعی می‌شود. به همین دلیل، لازم است عناصر تضعیف‌کننده یا تقویت‌کننده هویت اجتماعی آنان شناسایی و نتایج بررسی در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی مؤثر واقع شود.

برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی مؤثر واقع شود.

با عنایت به مطالب فوق، مسأله پژوهش حاضر این است که چه رابطه‌ای بین سبک زندگی دیجیتال و هویت اجتماعی دانش‌آموزان شهر همدان وجود دارد؟

## پیشینه تجربی

صانع پور (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای کیفی با عنوان « هویت در عصر رسانه‌های دیجیتال» نشان می‌دهد که توسعه شبکه‌های ارتباط الکترونیکی هویت اجتماعی انسان را وارد مرحله جدیدی کرده است. در این مرحله، افراد با فرهنگ‌ها، نژادها و شرایط محیطی خاص خود می‌توانند در تشکیل هویت جمعی انسان نقشی فعال ایفا کنند، هرچند این کثرت ممکن است در برخوردی ناصحیح به هرج و مرج بینجامد. برخورد منطقی، نظام‌مند و مبنایی، بشریت را از حاکمیت تک‌صدایی سوژه غربی رها می‌کند که مستلزم رویکردی پدیدارشناسانه است که فرهنگ‌های بشری را پاس بدارد و راه‌های مسالمت‌آمیز زندگی در دهکده جهانی را با ارزش‌های جهان‌شمول، که برآمده از تمدن همه بشریت است، پیشنهاد کند. در این تجربه، طی فرایندهای تعامل اجتماعی، همواره گفتمان‌های متنوع بازسازی می‌شوند و خرد جمعی دائما در حال توسعه خواهد بود. همچنین عواطف به علائق جمعی مبدل می‌شوند تا انسان بتواند به افراد بیشتری عشق بورزد و در غم آنان سهیم باشد.

قربان نیامیرک و خزایی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «واکاوی تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در هویت و سبک زندگی جوانان» به روش مروری و با استناد به منابع کتابخانه‌ای بیان می‌کنند چگونگی گذران اوقات فراغت به عنوان بخش مهمی از سبک زندگی در عصر کنونی تحت تأثیر رسانه‌های مختلفی مانند فناوری‌های نوین ارتباطات و مطالعات، اینترنت و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی قرار گرفته است. زیرا ویژگی‌ها و کارکردهای هویت بخش شبکه‌های اجتماعی از طریق تأثیر در شیوه زندگی افراد، نحوه تعامل فرد با محیط و جامعه و چگونگی استفاده از امکانات محیطی و گذران اوقات فراغت و نحوه مصرف در سلامت اجتماعی افراد تأثیر مستقیمی دارد. عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) به تحلیل «رابطه سبک زندگی با هویت فرهنگی جوانان شهر تبریز» پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که بین سبک زندگی جوانان با هویت فرهنگی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد، به گونه‌ای که هرچه سبک زندگی افراد در

جامعه مدرن تر باشد، از میزان هویت فرهنگی آنان کاسته می‌شود و هرچه سبک زندگی شان سنتی تر باشد، هویت فرهنگی افراد تقویت می‌شود. علاوه بر این بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد با هویت فرهنگی آنان رابطه وجود دارد در حالی که بین جنسیت و هویت فرهنگی همبستگی معناداری ملاحظه نشد. خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۷) به مطالعه «رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی در شهر ایلام» پرداختند. یافته‌های نشان داده است که بین متغیرهای سبک زندگی مذهبی و سبک زندگی موسیقایی - سنتی با هویت اجتماعی ارتباط مثبت و معنادار و بین متغیرهای سبک زندگی موسیقایی - مدرن و سبک زندگی معطوف به بدن ارتباط منفی و معناداری وجود دارد. باقریان فر و همکاران (۱۳۹۷) به «تبیین مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان بر اساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان» پرداختند. یافته‌ها نشان داد برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی، رابطه‌ای منفی با هویت ملی، قومی، جهانی و مذهبی و تأثیری منفی بر هویت اجتماعی دانشجویان دارند. آهنگری و همکاران (۱۳۹۸) به «شناسایی گونه‌های هویت اجتماعی و نقش رسانه‌های نوین (اینترنت) بر این هویت‌ها در شهر تهران» پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد میزان استفاده از اینترنت بر هویت‌های ملی، قومی، مدرن و هویت ارتباطی جوانان تأثیرگذار است ولی بر هویت دینی و اعتقادی تأثیری ندارد. کانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه بین استفاده از اینترنت و سبک زندگی بزرگسالان در چین» به این نتایج دست یافتند که آنلاین بودن بیش از حد، دسترسی از طریق اینترنت به کلپ‌های اینترنتی و استفاده از اینترنت برای تخلیه هیجانات به سبک ضعیف زندگی و عدم تحرک بزرگسالان منجر شده است. در مقابل نیز استفاده از اینترنت با اهدافی مثل کسب دانش و یافتن مطالعات، مثبت است و سبک زندگی سالمی را برای بزرگسالان رقم می‌زند. سونو و ویهوتی<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «تغییر شیوه‌های زندگی تأثیرگذار بر مصرف‌کننده هندی: مفهوم‌سازی و

1. Kong, e. Wenbin, Gao., Jing, Luo., Ligang, W

2. Sonu Joseph and Vibhuti Singh

شناسایی مسیرهای آینده» آزادسازی سیاست‌های اقتصادی و رشد فرهنگ خرید اعتباری با استفاده از کارت‌های الکترونیکی را از عوامل مهم بر تغییر سبک زندگی مصرف‌کنندگان دانسته است. تراس و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان «تولید رسانه‌های دیجیتال و هویت» بیان کرده‌اند که گسترش فناوری‌های دیجیتالی فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای تولید و مشارکت بیشتر در فعالیت‌های کاری به وجود آورده‌اند و این فرصت، پتانسیل عظیمی برای ایجاد دانش فعال ارائه می‌دهد. در این مقاله وضعیت آنلاین و آفلاین کسب و کارها مطالعه شده است که نشان می‌دهد که کسب و کار آنلاین، زمینه‌ی ایجاد هویت واقعی در کسب و کار را موجب می‌شود و دلیل آن را درک کامل پیچیدگی‌های روابط در بین کاربران می‌داند و هویت کاربران در این رابطه مدیریت می‌شود.

لانگ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) کتابی با عنوان «هویت در دنیای دیجیتال» به رشته‌ی تحریر درآورده است. این کتاب مشتمل بر ۴ فصل است. در این کتاب تمرکز بر گسترش فناوری‌های دیجیتالی و پیدایش هویت دیجیتالی و جایگذاری آن در هویت سنتی است. سیاست‌های در حال توسعه و خطرات هویت دیجیتالی در حوزه‌های مراقبت‌های بهداشتی، خدمات مالی، پاسخ‌های بشردوستانه و موارد دیگر را بررسی می‌کند. این کتاب به نحوی بینش جمعی گروه‌های دولتی، خصوصی و کلیه‌ی ذی‌نفعان متعهد به همکاری دیجیتالی در نشست سالانه‌ی مجمع جهانی اقتصاد ۲۰۱۸ را در کسب هویت دیجیتالی در فضای سایبر منعکس می‌کند و تلاش می‌کند که دستور کار مشترکی برای رهبران آن‌ها ارائه دهد.

با تأمل در پیشینه‌ی پژوهش و مطالعات انجام شده می‌توان گفت، پژوهش‌هایی در داخل، در باب رسانه‌های دیجیتال، سبک زندگی، شبکه‌های اجتماعی و هویت و انواع آن انجام شده است؛ اما تا زمان انجام پژوهش حاضر، مطالعه‌ای مشخص که به بررسی رابطه‌ی دو-جانبه‌ی این متغیر پرداخته باشد، صورت نپذیرفته است. درباره‌ی تحقیقات خارجی نیز،

1. M. M. Terras, J. Ramsay, E. A. Boyle
2. Amanda Long, Jeroen Tas, Ishmael Sunga



همانطور که مشاهده می شود، لانگ و همکاران در سال ۲۰۱۸ کتابی در این زمینه به رشته تحریر آورده اند که کتاب جامعی برای بررسی ابعاد و نظریه ها در این رابطه است. البته این کتاب هم از جنبه جامعه شناسانه و شهری مساله را بررسی نکرده است. به طور کلی می توان گفت، تحقیقات کمی و کیفی قابل توجهی در این زمینه کار نشده است. بنابراین، به نظر می رسد، بر خلاف شتاب روزافزون زندگی دیجیتالی در زندگی امروزی در ایران و گرایش نسل جوان به این سبک از زندگی، خلأی پژوهشی مشاهده می شود، از این نظر می توان گفت، پژوهش فوق جدید و نوآور محسوب می گردد و هرچند به دلیل ماهیت پیچیده و چندبعدی هویت و سبک زندگی دیجیتال مطالعه جامع نباشد؛ اما امید است نتایج آن برای محققان بعدی و برنامه ریزان و مسئولان راهگشا باشد.

### چارچوب مفهومی و نظری

#### تعریف هویت اجتماعی از منظر جامعه شناختی

هویت اجتماعی عبارت است از برآیند فرایند و چگونگی تولید و تغییر دائمی الگوی ارزش ها، نمادها، تاریخ، اسطوره ها و سنت هایی که میراث متمایز جوامع مختلف را تشکیل می دهند (باقریان فر، ۱۳۹۷). به تعبیر دیگر هویت اجتماعی مفهومی است که می خواهد تعارضات موجود در هویت های گروهی را به نوعی کاهش داده و آنها را تحت یک موضوع برتر که همان هویت اجتماعی است همگرا سازد و انگیزه همکاری و همدلی و همزیستی را بین افراد جامعه فراهم کند. هویت جامعه و فرهنگ آن مجموعه ای از صفات و مشخصاتی اند که باعث شاخص و متمایز شدن افراد آن از افراد جوامع دیگر می شود و همبستگی و همدلی مورد نیاز مردم برای بقای جامعه را فراهم می کند. آن گروه از عواملی که ناشی از وضعیت آب و هوایی و شرایط طبیعی محیط رشد و پرورش افراد است و می تواند در طول قرنهای متمادی بر رفتار و زندگی افراد تأثیر بگذارد و باعث ایجاد ویژگیهایی در یک گروه از انسانها شود، موجبات احساس تعلق و دلبستگی به آن گروه را در گذر زمان فراهم می کند. البته شباهت های ناشی از شرایط اقلیمی و جغرافیایی یک گروه از انسانها، به تنهایی باعث ایجاد هویت اجتماعی

نمی‌شود ولی به عنوان یکی از پارامترهای مهم ایجاد هویت مطرح است. (باقریان فر، ۱۳۹۷).

علاوه بر درونی و برونی بودن هویت، زمان و مکان هم از منابعی است که بر ایجاد هویت اجتماعی تأثیرگذار است. شناسایی چیزی به معنای آن است که آن چیز در ارتباط با زمان و مکان قرار گرفته به این معنا که در چه زمانی با چه ویژگی‌هایی و در چه محل و مکانی با چه شرایط و امکاناتی قرار داشته است. هویت پروسه و فرایندی مستمر است که با گذر زمان، تولید و بازسازی می‌شود. هویت اجتماعی از موضوعاتی است که در عرصه‌های اجتماعی از قابلیت نظم و امکان پیش‌بینی برخوردارند. بر این اساس، جامعه می‌تواند در موقعیت‌ها و شرایط مختلف و متفاوتی، سبب ساختن هویت‌های متعددی برای خود بشود و خود را وابسته و متعلق به آنها بداند. اساساً برای ایجاد شرایط مناسب مورد نیاز زندگی اجتماعی ضرورت دارد که این آگاهی در مورد هویت دیگران ایجاد شود و معلوم گردد که آنها کیستند و از طرف دیگر مشخص شود که ما کیستیم. علم و آگاهی به وجود خودمان و خودآگاهی و پی بردن به هویت خود، در فرایند تعامل و ارتباط سازنده با مردمان جوامع دیگر به وجود می‌آید؛ بنابراین خودآگاهی اجتماعی یعنی بدانیم که مفهوم انسانیت و انسان بودن در ارتباط با دیگران چگونه است و آیا همانگونه که آنها می‌نمایند هستند. (محسن تبریزی و هاشمی، ۱۳۹۰). تعریف ریچارد جبکینز<sup>۱</sup> از هویت اجتماعی واضح است به طوری که در هویت اجتماعی به شیوه‌هایی اشاره دارد که به واسطه آنها افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند. شباهت و تفاوت با هم از اصول پویای هویت و زندگی اجتماعی-اند. در ادراکی که از هویت اجتماعی به وجود آمده است تأکید می‌کند که شما کیستید و دیگران کیستند و ادراک آنها از خودشان و دیگران چیست؟؛ بنابراین مفهوم هویت اجتماعی در ذات آن نیست. بدون وجود اسکلت و چارچوبی برای مشخص ساختن هویت اجتماعی و هویت‌های فردی، امکان طرح و بررسی دارد. در مورد زمینه‌ها و

<sup>۱</sup> Jenkinz

دلایل و پارامترهای تأثیرگذار در شکل‌گیری و تغییرات و تحولات هویت، در میان صاحب‌نظران اختلاف نظر وجود دارد به طوری که عده‌ای بر این باورند که هویت از قبل شکل می‌گیرد و به وجود می‌آید به گونه‌ای که هر پدیده‌ای را دارای مفهوم و هویت ذاتی می‌دانند. گروهی دیگر تأکید می‌کنند که هویت، موضوعی جاری و متغیر است که در طول زمان و متناسب با شرایط مکانی، به شکل‌های مختلفی بروز می‌نماید. (باستانی، ۱۳۹۰).

### رویکردهای نظری در باب هویت اجتماعی

#### دیدگاه کنش متقابل نمادین

این دیدگاه تلاش دارد بنیادهای نظری هویت را در قالب سازه‌هایی اجتماعی ارائه کند؛ از این رو، سنت جامعه‌شناختی نظریه هویت، بیش از همه با تعامل‌گرایی نمادین پیوند خورده است. قضیه بنیادین در تعامل‌گرایی آن است که مردم معانی نمادین را به اشیاء، رفتارها، خودشان و دیگران اطلاق می‌کنند، این معانی را طی تعامل‌هایشان به هم منتقل می‌کنند و بسط می‌دهند. پس معانی و در نتیجه هویت‌ها در طول تعامل شکل می‌گیرند و بسط می‌یابند. ویژگی مشترک در دیدگاه کنش متقابل نمادین، اهمیتی است که برای محیط اجتماعی در شکل‌گیری خود قائلند. ولی رویکردهای تعامل‌گرا در تأکیدشان بر ساخت اجتماعی و هویت از سویی، و روندها و تعاملاتی که در طول آن‌ها هویت‌ها ساخته می‌شوند از سوی دیگر، با هم فرق دارند و به دو دسته تقسیم می‌شوند: تعامل‌گرایان ساختی و تعامل‌گرایان فرایندی (ذوالفقاری و همکاران، ۱۳۹۰).

#### دیدگاه تعامل‌گرایان ساختی

چهره شاخص تعامل‌گرایان ساختی «مانفوردکان»، پایه‌گذار مکتب «ایوا» ست. متفکران این مکتب، بر عملیاتی کردن مفاهیم تعامل‌گرایی نمادین به نحوی استاندارد تأکید دارند؛ به گونه‌ای که بتوان فرضیات را به گزاره‌های تعمیم‌پذیر درباره رفتار انسان تعبیر کرد. به

نظر کان، خود انسان در کانون نظریه‌ی جامعه‌شناختی قرار دارد و در تعامل اجتماعی، با درونی شدن «ایستار» های دیگران نسبت به خود شکل می‌گیرد؛ دیگرانی که فرد با آنها در تماس است، یا به نحوی از آنها آگاه است. برای پژوهش می‌توان خود را، مجموعه‌ی کم و بیش ثابتی از ایستارها درباره‌ی هویت خود شخص در نظر گرفت (مرادی، ۱۳۹۰).

به نظر کان، چون ایستارها به عمل گرایش دارند، بحث خود به عنوان مجموعه‌ای از ایستارها به این نتیجه‌گیری می‌انجامد که اگر هویت شخصی را با عمق کافی، همان‌طور که او خودش را می‌شناسد، بشناسیم، اطلاعات کافی برای تبیین فعالیت‌های او و پیش‌بینی فعالیت آینده‌اش در اختیار داریم. اگر هم در یک مورد خاص نتوانیم پیش‌بینی کنیم، حداقل بعضی از گرایش‌ها و تمایلات روشن و بعضی گزینه‌ها مشخص می‌شوند؛ بدین ترتیب، کان خود را به عنوان مجموعه‌ای از ایستارها (یعنی من مفعولی) مفهوم‌سازی می‌کند و با پرسش از مردم درباره‌ی ایستارهایشان نسبت به خودشان، موضوع ذهنیت خود را پوشش می‌دهد. این کار تلاشی عینی برای کشف هویتی ذهنی است. کان آزمون ۲۰ جمله‌ای معروف خود (با عنوان من کیستم) را به همین منظور تنظیم کرد (توانبخش و همکاران، ۱۳۹۱).

کان دریافت که پاسخ به پرسش «من کیستم» را می‌توان به دو گروه اجتماعی و نیمه‌اجتماعی تقسیم کرد. پاسخ‌های اجتماعی پاسخ‌هایی درباره‌ی تشخیص هویت‌ند که برای دیگران آشکارند یا می‌توانند آشکار باشند. اموری مانند تعلق مذهبی، جنسیت، تعلق طبقاتی و مانند این‌ها در این مقوله قرار می‌گیرند. مقوله‌ی نیمه‌اجتماعی شامل آن اقلام تشخیص هویت است که ما آنها را خصوصی‌تر می‌دانیم؛ مانند خوشحالی و غم، خوش‌بینی و بدبینی و مانند این‌ها. به گمان کان، اکثر افراد ابتدا به هویت اجتماعی و پس از آن به هویت نیمه‌اجتماعی (جهان خصوصی‌تر خود شاید از نظر ارتباطی کمتر تنفیذ شده) می‌روند تا خود را با احکام نیمه‌اجتماعی شناسایی کنند. این نکته تفسیر ساده‌ای دارد؛ فرض بر آن است که افراد خودشان را از خلال تماس با دیگران می‌شناسد. نظریه‌ی من مفعولی می‌گوید ایستارهای خود، محصول افکار دیگران در مورد ماست. این

ایستارها که برای ما اهمیت زیادی دارند، ایستارهای اجتماعی ما را می‌سازند. کان این گرایش به تفکر سریع و بدون مقدمه درباره بعضی ایستارهای خود را عامل برجستگی می‌نامد؛ به گونه‌ای که هرچه یک ایستار سریع‌تر به ذهن بیاید، برجسته‌تر است. البته تشخیص هویت اجتماعی نوعاً برجسته است.

اهمیت پژوهش کان، توجه به دو موضوع است: یکی اینکه برجستگی موارد اجتماعی تشخیص هویت برای تمام افراد صدق نمی‌کند و افراد در نشان دادن وابستگی به جنسیت، تحصیلات، مشارکت در گروه و مانند این‌ها با یکدیگر متفاوتند، و دیگر اینکه با ابزار استاندارد مانند آزمون احکام ۲۰ جمله‌ای می‌توان میزان تفاوت افراد با یکدیگر را در موضوع تشخیص هویت سنجید و بین این امور و سایر ویژگی‌های آنان روابط همبستگی برقرار کرد (احمدپور، ۱۳۹۵).

### دیدگاه تعامل‌گرایان فرایندی

هربرت بلومر، از جامعه‌شناسان مکتب شیکاگو، شخصیت برجسته تعامل‌گرایان فرایندی محسوب می‌شود. وی کارکنان را از ظرایف و دقایق بی‌بهره می‌داند و معتقد است کان با ۲۰ گزاره خود نمی‌تواند به اندازه سایر تعامل‌گرایان، روابط و شکل آن‌ها را بررسی کند. تعامل‌گرایان فرایندی بر فرایندهای مذاکره تأکید دارند؛ مذاکره درباره اینکه افراد چه کسانی هستند. این مذاکره‌هایند که زمینه ارائه خود یا مدیریت بیان را مهیا می‌سازند؛ در نتیجه، هویت‌ها سازه‌های اجتماعی راهبردی‌ای‌اند که طی تعامل ایجاد می‌شوند و دارای پیامدهای مادی و اجتماعی‌اند. مذاکره، ساز و کارهای تعاملی خاصی را آشکار می‌سازد که طی آن‌ها هویت ساخته می‌شود. این ساز و کارها نیز همیشه با سلسله‌مراتب اجتماعی شکل می‌گیرند. گافمن، به عنوان کسی که جامعه‌شناسی مردم‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی را با هم ترکیب می‌کند، چگونگی درگیر شدن سلسله‌مراتب منزلتی در چرخ‌دنده‌های تعاملی را با جزئیات تشریح کرده است. گافمن زندگی را به مثابه صحنه نمایش نقش‌ها می‌داند (باستانی، ۱۳۹۰).

## سبک زندگی و هویت اجتماعی

از آنچه درباره‌ی مفاهیم ساخت و عاملیت و هویت بیان می‌شود اهمیت جامعه‌شناختی مفهوم سبک زندگی آشکار می‌شود و سبک‌های زندگی، وابستگی متقابل به فرد و جامعه و نیز تغییرات آن را نشان می‌دهد. سبک‌های زندگی به منزله مجموعه اعمال و گرایش‌هایی که در متن‌های خاص معنا می‌یابد وابسته به صورت‌های فرهنگی‌اند (چانی<sup>۱</sup>، ۱۹۹۶، ۵).

از طرف دیگر رابطه‌ی مستقیمی بین رشد و شکل‌گیری سبک‌های زندگی با رواج مصرف‌گرایی به عنوان مشخصه‌ی جامعه‌ی مدرن وجود دارد. در جامعه‌ی نو، ساختن هویت اجتماعی فرایندی یک‌سویه و منحصرأ وابسته به نهادهای اجتماعی و عوامل ساختنی نیست. فرایندهای موازی و متعددی چون مصرف تفاضلی، فرهنگ تخصیص تفاضلی، فرهنگ تولید تفاضلی، فرهنگ و بازتولید فعالیت فرهنگی ساخته شدن هویت اجتماعی را تعیین می‌کنند (وین و وایت<sup>۲</sup>، ۱۹۹۷، ۸۶).

دیوید ماگلتن<sup>۳</sup> (۲۰۰۰) در اثر خود با عنوان (درون خرده‌فرهنگ: معنای پست مدرن سبک) بر کار هبدايچ نقد وارد کرد. هبدايچ با الهام از نشانه‌های ساخت‌گرا سبک زندگی خرده‌فرهنگی جوانان را به مثابه‌ی یک متن قرائت کند. متن یعنی نظامی از نشانه‌ها، کدهای رمزگذاری شده و مدلول‌هایی که باید خوانده شوند. او سبک زندگی را به مثابه‌ی مجموعه‌ای از دال‌ها (طرز رفتار، بدن، لباس، مد، آرایش صورت و بدن و...) تلقی کرد که بر نوعی مقاومت علیه هژمونی غالب دلالت دارد؛ اختلالی در نظم یکنواخت هژمونی سرمایه‌داری.

ماگلتن که خود زمانی عضو یکی از خرده‌فرهنگ‌های مورد مطالعه‌ی هبدايچ (پانک) بود با خواندن کتاب او دریافت که مطالب آن هیچ حرفی درباره‌ی آنچه او تجربه کرده است ندارد و در واقع تأییدی بود بر مسأله (فاصله میان متن و خواننده متن) و این مشکل را

1. Chaney, D

2. Wyn. J. & white, R

3. Mageltoon, D

نه به زندگی‌اش مربوط می‌دانست و نه به توانایی‌اش در شناخت آن چیزی که ظاهراً واقعیتی در مورد موقعیت او بود که در کتاب آمده بود، بلکه مشکل روش کار هبدايچ در مواجهه با موضوع بود. ماگلتون با نقد وبری-اتنو گرافیک به نقد دیدگاه هبدايچ که متأثر از بئر منگام بود می‌پردازد، به نقد این تلقی که خرده‌فرهنگ‌ها اشکالی از مقاومت در برابر فرهنگ بورژوازی به صورتی غیرمستقیم‌ند؛ رویکردی که سعی داشت مشکلات تاریخی طبقه کارگر را به مثابه کلیتی واحد ببیند و به این ترتیب خرده‌فرهنگ را تلاشی برای حل آن برمی‌شمرد. ماگلتون معتقد بود در نظر گرفتن سبک به مثابه متن، مستلزم نوعی نگاه از بیرون است زیرا این متن باید توسط نشانه‌شناسان خوانده می‌شد و در نتیجه از نگاه خود اعضای خرده‌فرهنگ غافل می‌ماند (یوسفی، ۱۳۸۵: ۵۵).

وی نقطه شروع کارش را برای تحلیل خرده‌فرهنگ، مبنایی فردگرایانه می‌داند بر خلاف آنچه هبدايچ و بیرمنگام آن را مبنایی جمع‌گرایانه در نظر گرفتند، زیرا از نظر ماگلتون ویژگی (امر مدرن) و (روشنگری) عقلانیت، سکون، تجانس و مرزبندی میان چیزهاست و (امر پست مدرن) تشدید آن خصایص فرهنگی زیباشناسانه رمانتیکی است که در توسعه مدرنیت همواره حضور داشتند و تجلی آن در دگرگونی مداوم، کثرت و عدم تجانس است. از نظر ماگلتون مکتب بیرمنگام (امر مدرن) را دست بالا می‌گرفته در حالی که از نظر او اعضای خرده‌فرهنگ‌های آن دوره را می‌شد پست‌مدرن دانست زیرا احساساتی فردگرایانه، تکه تکه شده و منتشر به منصفه ظهور می‌گذاشتند؛ هرچند این پست مدرن بودنشان معلوم نبود، مبنای طبقاتی آنها التقاطی بود و احساسات ضد ساختارشان را نشان می‌دهد که بر تمایز میان جمع‌گرایی طبقه کارگر و فردگرایی ضد فرهنگی طبقه متوسط میان آنها بیش از آنچه واقعیت بوده تأکید شده است (ماگلتون، ۲۰۰۰، ۶۹).

ماگلتون در روش خود سعی می‌کند مفاهیمش را به صورت تجربی به دست آورد نه با استفاده از نظریات ما تقدم و همچنین در رویکردش نشان می‌دهد که هر تحلیلی فقط بخشی از ماجرا را بازنمایی می‌کند. از نظر ماگلتون آنچه حائز اهمیت است وارد میدان

عمل شدن و مطالعه جزء نگرانه است و این کار یعنی بیرون رفتن و صحبت کردن با اعضای خرده‌فرهنگ‌ها یعنی جستجوی این پاسخ که خود اعضای خرده‌فرهنگ چه چیزی را اصیل و چه چیزی را بی اصالت می‌داند. از نظر او بر خلاف آنچه بیرنگامی‌ها می‌گویند مرزهای میان خرده‌فرهنگ‌ها مبهم است. او در تحلیل خود بر نقش فردیت در خرده‌فرهنگ‌ها به شکلی متناقض از یک سو بیان احساس جمعی‌اند و از سوی دیگر تحلیلی از فردیت‌ند که تأکید می‌کند (یوسفی، ۱۳۸۵، ۵۸).

### سبک زندگی سایبری

سبک زندگی من و شما در روزگاری که چند ماه از سال ۲۰۱۶ میلادی می‌گذرد، کاملاً دیجیتالی است. این سبک زندگی، از اوایل دهه نود میلادی با تولد گوگل و فیس بوک و یاهو، آغاز شد و ظرف کمتر از ۲ دهه، صدها میلیون نفر از ساکنان کره زمین را با ابزارهایی که مایکروسافت و اپل و سونی و غول‌های سرزمین دیجیتال خلق کردند، توسعه یافت. اکنون به مدد شبکه‌های اجتماعی، روزانه صدها هزار تصویر در اینستاگرام منتشر می‌شود و هر ثانیه، میلیون‌ها LIKE در فیس بوک توسط ۱ میلیارد کاربر این شبکه، ارائه می‌شود. هر لایک و هر تسهیم، می‌تواند انقلابی ایجاد کند. چه انقلابی از نوع انقلاب وال استریت باشد، چه انقلابی از نوع چالش آب یخ که گستره آن، از کاخ سفید امریکا تا توکیو ژاپن و ژوهانسبورگ آفریقای جنوبی نیز می‌تواند توسعه یابد (پایدار، ۱۳۹۳). سبک زندگی دیجیتالی امروز، خیلی‌ها را نیز معتاد سرزمین دیجیتالی و رنگارنگ اینترنت کرده است؛ سرزمینی که مهد فرصت‌ها و تهدیدهاست. مهد تهدیدهاست، به این دلیل که شمار پورنوگرافی و بازدید از سایت‌های غیر اخلاقی مرتب در حال افزایش است و روزانه هزاران نفر در اینترنت و به تبع آن در محیط واقعی، مورد سوء استفاده و آزار جنسی و مالی و نقض حریم خصوصی قرار می‌گیرند. فرصت است، به دلیل آن که اینترنت، سبک زندگی مردم را به سمت دانش و آگاهی بهتر و بیشتر هدایت کرده و تغییرات زیادی در کسب و کار و آموزش و تبادل اطلاعات میلیاردها شهروند کره زمین ایجاد کرده است (رفیع پور، ۱۳۷۸). انقلابی که کارآفرینی دیجیتالی



در توسعه کسب و کارهای سنتی و ارائه شیوه خلاقانه در تولید و هدایت شغل‌های جدید جوان‌پسند گسترده ایجاد کرد، در تاریخ کسب و کار بشریت بی نظیر بود. اکنون، سبک زندگی دیجیتالی مردمان روزگار ما، بستر تولد کارآفرینان جوانی شده است که نه ارثی داشته‌اند و نه ثروتی عظیم. آن‌ها با اتکا به دانش و بستر دیجیتالی، خدمات و محصولات را عرضه کرده‌اند که نامشان را تاریخ‌ساز کرده است؛ نمونه بارز آن، بیل گیتس (رهبر مایکروسافت)، لری پیج (رهبر گوگل) یا زوکربرگ (رهبر فیس بوک) است که زندگی صدها میلیون نفر از ساکنان کره زمین، هر روز به خدمات و محصولات این شرکت‌ها وابسته است. سبک زندگی دیجیتالی، کسب و کارهایی که روزگاری قدر قدرت دنیای کسب و کار بوده‌اند مانند تلگراف، خدمات مخابراتی، پست و موبایل را به عقب رانده و مدل‌های جدیدی از تعاملات و ارتباطات را سبب شده است. کاهش گسترده درآمد‌های شرکت‌های سنتی فعال در عرصه خدمات مخابراتی و ارتباطی، به دلیل تولد اسکایپ و پیام‌رسان‌های صوتی و تصویری رایگان، اهمیت سبک زندگی دیجیتالی مردمان عصر هزاره سوم را نشان می‌دهد. (اسدی و دیگران، ۱۳۹۳). سبک زندگی دیجیتالی به ما می‌آموزد که باید با این سبک زندگی همراه شد و از آن به خوبی و اثربخش استفاده کرد. بین انجام کارهای درست و انجام درست کارها، از نگاه علمای مدیریت، تفاوت زیادی وجود دارد. باید از ابزارهای دیجیتالی برای انجام کارهای درست و ارزنده و ارزشمند که هم فایده فردی و هم اجتماعی داشته باشد استفاده کرد. از طرفی، باید از ابزارهای دیجیتالی برای ارتقای ظرفیت‌ها و مهارت‌های فردی استفاده نمود که در دنیای سنتی، انجام درست آن، هزینه بر، وقت‌گیر و کم‌بازده بوده است. آموزش آنلاین، توسعه کارآفرینی، ارتقای مهارت‌های اجتماعی و یادگیری، بخشی از مؤلفه‌های پر اهمیت در مختصات سبک زندگی دیجیتالی صحیح است. همان‌طور که شما پس از مدتی، از نوشیدن و خوردن فلان نوشیدنی یا خوراکی خسته می‌شوید و سبک غذایی خود را تغییر می‌دهید، سبک زندگی دیجیتالی نیز این‌گونه است؛ در این سبک زندگی، بیش‌ترین سعی شما آن باشد که به هیچ چیز معتاد نشوید. هیچ چیز

دیجیتالی سبب نشود که شما از زندگی واقعی و لمس طبیعت دور بمانید. سبک زندگی دیجیتال شما، باید مکمل سبک زندگی سنتی در دنیای واقعی باشد و اگر جایگزین آن شد، بدانید که یک جای کار شما مشکل دارد باید به فکر چاره باشید (اسدی و دیگران، ۱۳۹۳).

### نقش دنیای دیجیتال بر تغییر سبک زندگی

بدون شک بود و نبود تکنولوژی در زندگی همه ما مؤثر بوده و هست؛ اما ما می‌خواهیم در این بخش حضور آن را مورد بررسی قرار دهیم. همه این‌ها را گفتیم که به این نتیجه برسیم که سبک زندگی مردمان روزگار ما، متأثر از موج سوم تافلر یعنی انقلاب ارتباطات است. انقلابی که در همه چیز، انقلاب عظیم ایجاد کرد. پروژه آرپای<sup>۱</sup> وزارت دفاع آمریکا در اواخر دهه شصت میلادی تا به امروز، سبک زندگی و تعاملات و ارتباطات و کسب و کار و آموزش بشر را دستخوش تغییری اساسی کرد. فناوری اطلاعات و ارتباطات که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی یکی از مشخص‌ترین نمودهای آن‌ند، همه ۷ میلیارد جمعیت کره زمین را به خود مشغول کرده است. فناوری اطلاعات، زمینه ایجاد سبک زندگی دیجیتال برای انسان امروز شد. سبک زندگی خاصی که پیش از این، سابقه نداشت و تا این اندازه چشمگیر و تأثیرگذار محسوب نمی‌شد. (نماز دوست، ۱۳۹۳).

### خانواده و سبک زندگی دیجیتال

به جای اینکه با دیجیتالی شدن همه چیز، از خانواده خود فاصله بگیرید سعی کنید از دنیای دیجیتال برای تقویت مهارت‌های ارتباط جمعی، توسعه روابط و همچنین تعامل بهتر و بیشتر با حلقه دوستان و آشنایان استفاده کنیم. برای یادآوری روز تولد دوستان و اقوام، ابزار دیجیتالی بهترین آلارم<sup>۲</sup> را می‌دهد. برای پیدا کردن زیباترین کارت پستال‌ها برای هدیه به دوستان، سایت‌های اینترنتی زیادی وجود دارد. هیچ‌گاه ارسال کارت پستال

<sup>۱</sup> Arpaye

<sup>۲</sup> . alarm

با دستخط خود را، با ایمیل‌های خشک و شکلک‌ها و استیکرهای بی روح و عجیب و غریب تلگرامی و اینترنتی جایگزین نکنیم. دنیای مجازی، دنیای غم و غصه‌ها هم هست. خواندن روزانه مطالب مختلف و سرگذشت‌هایی که شاید بعضاً به ما هم ربطی ندارد، ذهن را خسته می‌کند (پایدار، ۱۳۹۳).

### زندگی دیجیتالی در ایران

امروزه همه ما درگیر پدیده‌هایی مانند فیس بوک بازی، سلفی بازی، لایک و فالو هستیم. روزگاری در ایران، افراد حتی در نقاط بالای شهر تهران نیز آرزوی داشتن یک خط تلفن در هر اتاق را داشتند؛ اما این روزها در کشور در حال توسعه ایران، بیش از ۹۵ میلیون دستگاه تلفن همراه هوشمند و بیش از ۶۰ میلیون نفر به اینترنت پر سرعت دسترسی مستقیم دارند. ما با نسلی از ایرانیان طرف هستیم که توانسته‌اند به مدد کارآفرینی دیجیتالی، میلیون‌ها تومان در ماه درآمد داشته باشند. نوجوانانی که از طریق شبکه‌های اجتماعی و کسب و کارهای مبتنی بر ICT، کسب و کارهایی را بعضاً خلق کرده‌اند که ارزش بازاریان، از برخی از شرکت‌های فعال در بازار بورس ایران، به مراتب بیشتر است (آهنگری، ۱۳۹۸).

### چارچوب نظری پژوهش

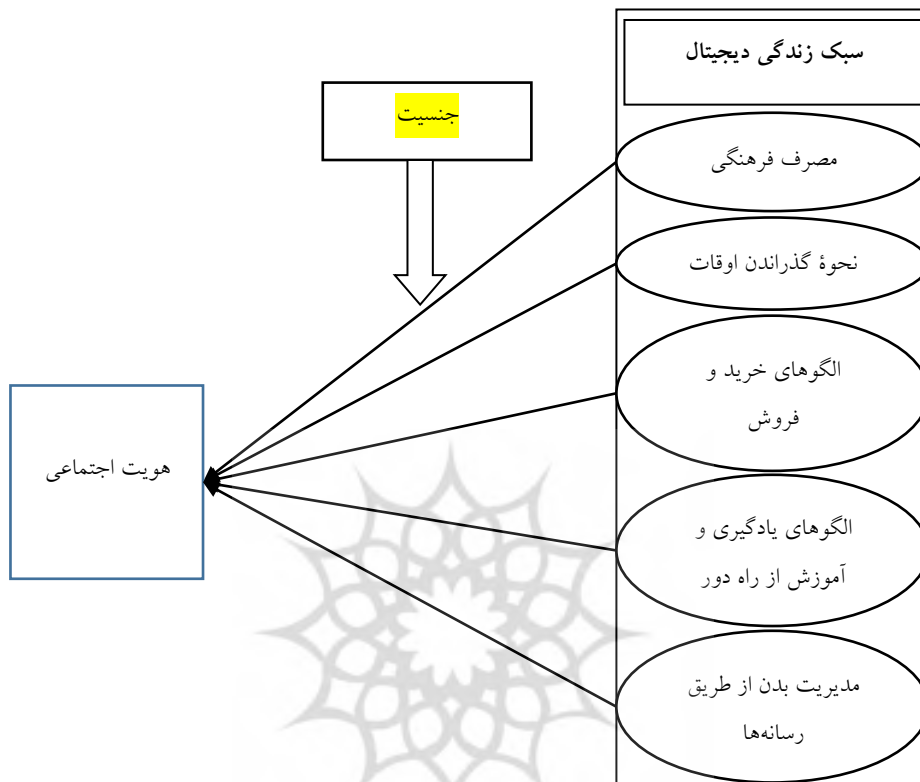
همان‌گونه که از مباحث مطرح شده بر می‌آید سبک زندگی دربرگیرنده ترجیحات شخص در روش زندگی کردن و رجحان‌های فرد در انتخاب شیوه‌های زندگی است. افراد تحت تأثیر شرایط، موقعیت‌ها و محیط‌های متنوع، رفتارهای گوناگونی از خود نشان می‌دهند؛ به عبارت دیگر، سرشت روابط میان فردی و روابط در گروه اجتماعی و رفتار در سطح اجتماعات چنین حکم می‌کند. بر این اساس عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط متقابل آنان در این فضا، بر سبک زندگی کاربران تأثیر دارد و از طرفی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر هویت افراد نیز تأثیر می‌گذارند.

به نظر سیلورستون مفهوم اهلی‌سازی، تلاشی برای فهم شیوه‌های راه یافتن تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی به زندگی روزمره است و به نوعی ریشه در فرآیند مصرف تکنولوژی‌های ارتباطی دارد تا چارچوبی برای فهم نحوه ورود و مصرف تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی در خانه باشد. این مفهوم، فرآیند ورود محصول به بستر خانواده و مصرف آن تحت نظر اقتصاد اخلاقی خانواده و نیز فرآیند مصرف آشکار تکنولوژی و ابراز مصرف رسانه به دنیای بیرون از خانه را توصیف می‌کند. خانواده با مصرف تکنولوژی خود را تعریف کرده و برای همسایه‌ها، همکاران و گروه‌های همتا در یک اجتماع بزرگتر به نمایش می‌گذارد.

از طرفی دیگر نظریه ساخت‌یابی گیدنز از جمله نظریه‌های مهم علوم ارتباطات اجتماعی است که می‌توان درباره موضوع تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی از این نظریه استفاده کرد؛ بر اساس این نظریه هر چیزی در زندگی اجتماعی، از آنچه سیستم‌های جهانی در بر می‌گیرند تا آنچه وضعیت فکری یک فرد محسوب می‌شود در یک کردار اجتماعی به وجود می‌آید. کردار به معنای اجرای ماهرانه رفتار و تعامل رفتار است. در نظریه ساخت‌یابی فرد و ساخت نظام اجتماعی در زمان و مکان به همدیگر ارتباط پیدا می‌کنند و قلمرو مطالعات علوم اجتماعی بررسی اعمال اجتماعی است که در پهنه زمان و مکان نظم پیدا کرده‌اند.

بورديو نیز درباره سبک زندگی شبکه‌ای از مفاهیم اصلی را به کار می‌گیرد که در نهایت نمی‌توان درباره تقدم و تأخر آن‌ها سخن گفت، فقط وقتی همه آن‌ها تشریح شوند می‌توان طرحی از نظریه وی را مجسم کرد. در نظر بورديو جامعه به عنوان فضای اجتماعی بازنمایی می‌شود این فضای اجتماعی که جایگاه رقابتی شدید و بی پایان است و در جریان این رقابت‌ها تفاوت‌هایی دیده می‌شود که ماده و چارچوب لازم برای هستی اجتماعی را فراهم می‌آورند؛ بنابراین با توجه به موضوع پژوهش بالا می‌توان مدل زیر را ترسیم کرد.

### مدل مفهومی پژوهش



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

#### - فرضیه‌های تحقیق

**فرضیه اصلی:** سبک زندگی دیجیتال بر تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان شهر همدان مؤثر است.

#### فرضیه‌های فرعی

۱- بین مصرف فرهنگی و هویت اجتماعی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.

- ۲- بین نحوه گذراندن اوقات فراغت و هویت اجتماعی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.
- ۳- بین الگوهای خرید و فروش و هویت اجتماعی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.
- ۴- بین الگوهای یادگیری و آموزش از راه دور و هویت اجتماعی بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان در شهر همدان رابطه وجود دارد.
- ۵- بین مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها و هویت اجتماعی بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.

### روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و به لحاظ روش پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانش‌آموزان دوره متوسطه دختر و پسر مدارس دولتی و غیر دولتی شهر همدان است که طبق آخرین آمار آموزش پرورش استان همدان تعداد آنها ۲۱۸۵۷ نفر است، که از این تعداد ۱۱۸۹۱ نفر را پسران و ۹۹۶۶ نفر را دختران تشکیل می‌دهند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران در سطح ۰/۹۵ اطمینان برابر با ۳۷۷ نفر برآورد شد که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند که به صورت خوشه‌ای از کلیه مدارس دبیرستانی دختر و پسر از هر بخش ۸ مدرسه و سپس از کلاس‌های موجود در مدرسه نیز دو کلاس انتخاب شدند. در این تحقیق منظور از هویت اجتماعی احساس تعلق و همبستگی به یک جامعه است به گونه‌ای که عضو یک جامعه از سایر جوامع متمایز باشد و فرد در مقابل معیارها و ارزش‌های جامعه خود احساس تعهد و تکلیف کند و در امور مختلف آن مشارکت جوید، انتظارات جامعه را از خود پاسخ دهد و در مواقع بحرانی، سرنوشت جامعه و غلبه بر بحران برای او مهم باشد (انسلی کلوپدیا، ۱۹۷۲: ۷). برای سنجش این متغیر از پرسشنامه هویت اجتماعی صفاری‌نیا و روشن (۱۳۹۰) استفاده شد که با توجه به دو بعد

هویت فردی و جمعی برگرفته از نظریات ریچارد جنکینز ساخته شده است. سؤالات در قالب طیف لیکرت (بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) است. همچنین مفهوم سبک زندگی دیجیتالی<sup>۱</sup> در تحقیق حاضر به معنای استفاده از ابزارهای دیجیتالی برای گسترش ارتباطات، همچنین تبادل اطلاعات و تسهیل و تسریع فرآیندهای شغلی و کارهای روزمره است. که شامل مصرف فرهنگی: به میزان استفاده افراد با فرهنگ‌های مختلف از شبکه‌های مجازی و ... گفته می‌شود. نحوه گذراندن اوقات فراغت: به نوع گذراندن اوقات فراغت با توجه به وجود زندگی دیجیتال و نحوه استفاده از آن گفته می‌شود. الگوهای خرید و فروش: به نوع رفتار خرید افراد با توجه به وجود شبکه‌های مجازی گفته می‌شود. مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها: به نوع رفتار افراد برای انجام کارهای گوناگون افراد گفته می‌شود که شبکه‌های مجازی و رسانه‌ها می‌توانند بر آن تأثیر زیادی داشته باشند (مهاجری و فرقانی، ۱۳۹۷). برای سنجش متغیر سبک زندگی دیجیتال از پرسشنامه مهاجری و فرقانی (۱۳۹۷) استفاده شده که طیف این پرسشنامه نیز لیکرت ۵ تایی است.

روایی محتوایی پرسشنامه‌ها به صورت کیفی با نظر کارشناسان جامعه‌شناسی تأیید شد. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای مقیاس‌ها بالاتر از ۰/۷ برآورد شد که بیانگر هماهنگی درونی گویه‌ها و تأیید پایایی بود. داده‌ها با استفاده از آزمون تحلیل واریانس با کاربرد نرم افزار SPSS تحلیل شد.

#### یافته‌های پژوهش

آزمون فرضیه اصلی: سبک زندگی دیجیتال بر تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان شهر همدان مؤثر است.

مقادیر جدول ۱- نشان می‌دهد که تأثیر اصلی متغیر جنسیت ( $p = ۰/۸۳۱$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست؛ اما تأثیر اصلی متغیر سبک

زندگی دیجیتال ( $p = ۰/۰۰۰$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار است. همچنین، اثر تعاملی سبک زندگی دیجیتال و جنسیت دانش‌آموزان (سبک زندگی دیجیتال\* جنسیت) نیز بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست ( $p = ۰/۷۵۸$ ).

نتایج تحلیل واریانس دوراهه، بر تأثیر سبک زندگی دیجیتال بر تغییرات هویت اجتماعی، صحه می‌گذارد و نتایج کافی برای تأیید فرضیه اصلی محقق را فراهم می‌آورد؛ بنابراین فرضیه اصلی محقق تأیید می‌گردد.

#### جدول ۱ بررسی تأثیرات سبک زندگی دیجیتال و جنسیت بر تغییرات هویت اجتماعی

##### دانش‌آموزان

منبع تغییرات	مجموع	درجه	میانگین	مقدار F	سطح معناداری
	مجدورات	آزادی	مجدورات		
مدل اصلاح شده	74/178	113	.656	31/949	۰/000
مقدار ثابت	3496/749	1	3496/749	170184/210	۰/000
جنسیت	۰/001	1	۰/001	۰/046	۰/831
سبک زندگی دیجیتال	70/795	88	۰/804	39/154	۰/000
سبک زندگی دیجیتال*	۰/386	24	۰/016	۰/782	۰/758
جنسیت	5/404	263	۰/021		
مقدار خطا	5443/577	377			
جمع	79/582	376			
جمع اصلاح شده					

آزمون فرضیه فرعی اول: بین مصرف فرهنگی و هویت اجتماعی بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.

مقادیر جدول ۲- نشان می‌دهد که تأثیر اصلی متغیر جنسیت ( $p = ۰/۹۰۴$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست؛ اما تأثیر اصلی متغیر مصرف فرهنگی ( $p = ۰/۰۰۰$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار



است. همچنین اثر تعاملی مصرف فرهنگی و جنسیت دانش‌آموزان (مصرف فرهنگی\*جنسیت) نیز بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست.

این مقادیر از آنجا که تأثیر اصلی مصرف فرهنگی بر تغییرات هویت اجتماعی را اثبات می‌کند، نتایج کافی برای تأیید فرضیه محقق را فراهم می‌آورد؛ بنابراین، اولین فرضیه فرعی محقق تأیید می‌گردد.

جدول ۲ بررسی تأثیرات مصرف فرهنگی و جنسیت بر تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار F	سطح معناداری
مدل اصلاح شده	34/326 <sup>a</sup>	25	1/373	10/649	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	1777/558	1	1777/558	13786/485	۰/۰۰۰
جنسیت	۰/۰۰۲	1	۰/۰۰۲	۰/۰۱۵	۰/۹۰۴
مصرف فرهنگی	33/۰۵۲	12	2/754	21/362	۰/۰۰۰
مصرف فرهنگی* جنسیت	۰/۰۸۰	12	۰/۰۰۷	۰/۰۵۱	1/۰۰۰
مقدار خطا	45/256	351	۰/129		
جمع	5443/577	377			
جمع اصلاح شده	79/582	376			

آزمون فرضیه فرعی دوم: بین نحوه گذراندن اوقات فراغت و هویت اجتماعی بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.

مقادیر جدول ۳- نشان می‌دهد که تأثیر اصلی متغیر جنسیت ( $p = ۰/۸۷۹$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست؛ اما تأثیر اصلی متغیر نحوه گذراندن اوقات فراغت ( $p = ۰/۰۰۰$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار است. اثر تعاملی نحوه گذراندن اوقات فراغت و جنسیت دانش‌آموزان

(نحوه گذراندن اوقات فراغت \*جنسیت) نیز بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست ( $p = ۰/۹۹۰$ ).

این نتایج از آنجا که تأثیر اصلی نحوه گذراندن اوقات فراغت بر تغییرات هویت اجتماعی را اثبات می‌کند؛ اما تأثیر تعاملی آن با جنسیت را اثبات نمی‌کند، نتایج کافی برای تأیید فرضیه محقق را فراهم می‌آورد؛ بنابراین، فرضیه فرعی دوم محقق تأیید می‌گردد.

جدول ۳ بررسی تأثیرات نحوه گذران اوقات فراغت و جنسیت بر تغییرات هویت اجتماعی

#### دانش‌آموزان

منبع تغییرات	مجموع	درجه	میانگین	مقدار F	سطح معناداری
	مجذورات	آزادی	مجذورات		
مدل اصلاح شده	14/889 <sup>a</sup>	23	۰/647	3/532	۰/000
مقدار ثابت	1875/924	1	1875/924	10235/983	۰/000
جنسیت	۰/004	1	۰/004	۰/023	۰/879
نحوه گذراندن اوقات فراغت	14/616	11	1/329	7/250	۰/000
نحوه گذراندن اوقات فراغت * جنسیت	۰/085	11	۰/008	۰/042	۰/990
مقدار خطا	64/693	353	۰/183		
جمع	5443/577	377			
جمع اصلاح شده	79/582	376			

آزمون فرضیه فرعی سوم: بین الگوهای خرید و فروش و هویت اجتماعی بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.

مقادیر جدول ۴- نشان می‌دهد که تأثیر اصلی متغیر جنسیت ( $p = ۰/۴۷۹$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست؛ اما تأثیر اصلی متغیر الگوهای خرید و فروش ( $p = ۰/۰۰۰$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار است. همچنین اثر تعاملی الگوهای خرید و فروش و جنسیت دانش‌آموزان

(الگوهای خرید و فروش\*جنسیت) نیز بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش -  
آموزان معنادار است ( $p = ۰/۰۰۱$ ).

این نتایج از آنجا که تأثیر اصلی الگوهای خرید و فروش بر تغییرات هویت اجتماعی و  
تأثیر تعاملی آن با جنسیت را اثبات می‌کند، نتایج کافی برای تأیید فرضیه محقق را فراهم  
می‌آورد؛ بنابراین، فرضیه فرعی سوم محقق تأیید می‌گردد.

#### جدول ۴ بررسی تأثیرات الگوی خرید و فروش و جنسیت بر تغییرات هویت اجتماعی

##### دانش‌آموزان

منبع تغییرات	مجموع	درجه	میانگین	مقدار F	سطح معناداری
	مجذورات	آزادی	مجذورات		
مدل اصلاح شده	22/045 <sup>a</sup>	21	1/050	6/477	۰/000
مقدار ثابت	3052/306	1	3052/306	18832/559	۰/000
جنسیت	۰/082	1	۰/082	۰/503	۰/479
الگوی خرید و فروش	21/608	10	2/161	13/332	۰/000
الگوی خرید و فروش *	30/173	10	30/017	۰/106	۰/001
جنسیت					
مقدار خطا	57/537	355	۰/162		
جمع	5443/577	377			
جمع اصلاح شده	78/582	376			

آزمون فرضیه فرعی چهارم: بین الگوهای یادگیری و آموزش از راه دور و هویت  
اجتماعی بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.  
مطابق جدول ۵- تأثیر اصلی متغیر جنسیت ( $p = ۰/۴۷۹$ ) بر ترکیب خطی تغییرات  
هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست؛ اما تأثیر اصلی متغیر الگوهای یادگیری و  
آموزش از راه دور ( $p = ۰/۰۰۰$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان  
معنادار است. اثر تعاملی الگوهای یادگیری و آموزش از راه دور و جنسیت دانش -

آموزان(الگوهای یادگیری و آموزش \*جنسیت) نیز بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست ( $p = ۰/۰۸۹$ ).

این نتایج از آنجا که تأثیر اصلی الگوهای یادگیری و آموزش از راه دور بر تغییرات هویت اجتماعی را اثبات می‌کند، تأثیر تعاملی آن با جنسیت را اثبات نمی‌کند. نتایج کافی برای تأیید فرضیه محقق را فراهم می‌آورد؛ بنابراین، فرضیه فرعی چهارم محقق تأیید می‌گردد.

جدول ۵ بررسی تأثیرات الگوی یادگیری و آموزش از راه دور و جنسیت بر تغییرات

هویت اجتماعی دانش‌آموزان

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	مقدار F	سطح معناداری
مدل اصلاح شده	25/290 <sup>a</sup>	19	1/331	8/752	۰/000
مقدار ثابت	3485/847	1	3485/847	22921/137	۰/000
جنسیت	1/051	1	۰/051	۰/335	۰/563
الگوی یادگیری و آموزش از راه دور	24/918	9	2/769	18/206	۰/000
الگوی یادگیری و آموزش از راه دور * جنسیت	1/093	9	۰/010	۰/068	۰/089
مقدار خطا	53/293	357	۰/152		
جمع	5843/677	377			
جمع اصلاح شده	78/588	376			

آزمون فرضیه فرعی پنجم: بین مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها و هویت اجتماعی بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان شهر همدان رابطه وجود دارد.

مطابق جدول ۶- تأثیر اصلی متغیر جنسیت ( $p = ۰/۶۰۱$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار نیست؛ اما تأثیر اصلی متغیر مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها ( $p = ۰/۰۲۰$ ) بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار است. اثر

تعاملی مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها و جنسیت دانش‌آموزان (مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها \* جنسیت) نیز بر ترکیب خطی تغییرات هویت اجتماعی دانش‌آموزان معنادار است ( $p = 1/000$ ).

این نتایج از آنجا که تأثیر اصلی مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها بر تغییرات هویت اجتماعی را اثبات می‌کند، اما تأثیر تعاملی آن با جنسیت را اثبات نمی‌کند، نتایج کافی برای تأیید فرضیه محقق را فراهم می‌آورد؛ بنابراین، فرضیه فرعی پنجم محقق تأیید می‌شود.

جدول ۶ بررسی تأثیرات الگوی مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها و جنسیت بر تغییرات هویت

#### اجتماعی دانش‌آموزان

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار F	سطح معناداری
مدل اصلاح شده	18/566 <sup>a</sup>	25	0/743	4/272	0/000
مقدار ثابت	2325/803	1	2325/803	13379/396	0/000
جنسیت	0/048	1	0/048	0/273	0/601
مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها	17/938	12	1/495	8/599	0/020
مدیریت بدن از طریق رسانه‌ها * جنسیت	0/194	12	0/016	0/093	1/000
مقدار خطا	61/016	351	0/174		
جمع	5443/577	377			
جمع اصلاح شده	78/583	376			

#### بحث و نتیجه‌گیری

با مروری بر یافته‌ها درمی‌یابیم که در دهه‌های اخیر، فرآیند سبک زندگی دیجیتالی و هویت اجتماعی به سمت گسستن از شالوده‌های ساختاری و تبدیل شدن به فرآیندهای انعکاسی می‌روند، به این معنا که، امروزه کسب هویت اجتماعی فرایند یکسویه و

منحصراً وابسته به نهادهای اجتماعی و عوامل ساختنی نیست؛ بلکه فرایندهای متعددی چون؛ مصرف، فرهنگ تخصیص و تولید، فرهنگ و باز تولید فعالیت فرهنگی ساخته شدن هویت اجتماعی را تعیین می‌کنند و به گمان گیدنز، با ورود به عرصه دیجیتال شدن که زمان و مکان در آن مرزهای مبهمی دارند(هرچند به ظاهر زندگی نظم اجتماعی را داراست)، قابلیت انعطاف هویت به نحو چشمگیری افزایش یافته و این نشان از ظهور بسترهای تازه‌ایی برای تکوین هویت است، از نظر وی، با پیدایش ساخت‌های جدید عصر مدرن از جمله مصرف و مصرف‌گرایی، سرگرمی و ظهور ابزارها و شیوه با استفاده از رسانه‌ها و اینترنت و دیگر فناوری‌ها و به عبارتی زندگی دیجیتالی، تعیین هویت به شدت تهدید شده‌اند و همانطور که مطالعات نشان داده است، الگوهای کنش با کاربری دستگاه‌های دیجیتال همراه، فرهنگ و سبک زندگی دیجیتال، تغییر کرده است؛ اما گیدنز، فرد را مسخ این زندگی دیجیتالی نمی‌داند، و انتخاب سبک زندگی را مشروط به فرصت‌ها و یا شانس‌هایی می‌داند که نصیب هر فرد می‌شود و الگوی مصرف و عملکرد و رفتار کاربران را متأثر از آن می‌داند. تغییراتی که به دلیل دیجیتالی شدن در سبک زندگی افراد ایجاد می‌شود، می‌تواند موجب از هم گسیختگی انسجام سنتی، استحاله تعلقات، وفاداری‌های نسبتاً پایدار، سست شدن هویت‌های منسجم، رواج مصرف‌گرایی و در نهایت تغییرات هویت اجتماعی افراد شود، از سویی می‌تواند برای تقویت مهارت‌های ارتباط جمعی، توسعه روابط و هم‌چنین تعامل بهتر و بیشتر با حلقه دوستان و آشنایان، استفاده بهتر از زمان و.. استفاده شود؛ بنابراین می‌توان گفت سبک زندگی دیجیتالی مانند تیغ دو لبه‌ای است که فرصت‌ها و چالش‌هایی را پیش روی افراد قرار می‌دهد. همانگونه که نتایج پژوهش حاضر نشان داد، هرچه افراد به سمت زندگی دیجیتالی سوق پیدا کرده‌اند، هویت اجتماعی آنها کم رنگ‌تر شده است و این نشان می‌دهد که در این مطالعه ما با چالش این رابطه سرو کار داریم، یعنی تأثیری که سبک زندگی دیجیتال بر هویت اجتماعی داشته مثبت نبوده است. نکته مهم‌تر این است که، جنسیت در این رابطه تأثیر معناداری نداشته است. شاید بتوان گفت، به دلیل اینکه، دختران و پسران نسل

جدید تقریباً از امکانات مشابهی برخوردارند، ارتباطاتی که با دوستان خود از طریق شبکه‌های مجازی دارند، اپلیکیشن‌هایی که برای کارهای روزمره مانند بانک‌های مجازی، خریدهای مجازی و... دارند، محدودیتی برای جنسیت ندارد و دسترسی از لحاظ ساختاری برای همه یکسان است. در تبیین نتایج و ارائه راهکارها می‌توان از نظریهٔ بورديو نیز بهره برد. در نظر بورديو جامعه به عنوان فضای اجتماعی بازنمایی می‌شود؛ این فضای اجتماعی که جایگاه رقابتی شدید و بی پایان است که در جریان این رقابت‌ها تفاوت‌هایی ظهور می‌کند که ماده و چارچوب لازم برای هستی اجتماعی را فراهم می‌آورد. از نظر وی، شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود؛ اگر بتوانیم، هویت اجتماعی را منش خاص در نظر بگیریم، پس می‌توانیم بگوییم امکاناتی که در اختیار افراد جامعه قرار دارد، می‌تواند هویت وی را بازنمایی یا بازتولید کند. لازم است متناسب با امکاناتی که در جامعه برای افراد قرار می‌دهیم، بسترهای لازم برای احیای هویت اجتماعی نیز فراهم شود؛ اگر این تقدم و تأخر فرهنگی، فاصلهٔ زیادی داشته باشند، موجب گسست اجتماعی و سردرگمی هویتی برای جوانان می‌شود که عواقب آن جبران‌ناپذیر است. بنابراین، لازم است بررسی‌های دقیق‌تر و علمی‌تر و گسترده‌تری در این زمینه خصوصاً بین نسل جوان انجام شود، تا کمتر موجب زیان و خسران اجتماعی و فرهنگی شود. گفتنی است که نتایج به دست آمده در تحقیقات دیگر چون کفاشی (۱۳۸۹)، خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۷)، آهنگری و همکاران (۱۳۹۸)، لانگ و همکاران (۲۰۱۸) و تراس و همکاران (۲۰۱۵) بر نتایج تحقیق صحه می‌گذارد و همهٔ این تحقیقات نشان می‌دهند که بین سبک زندگی و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد، بین مصرف فرهنگی، نحوه گذراندن اوقات فراغت، الگوهای خرید و فروش، الگوهای یادگیری و آموزش از راه دور و هویت اجتماعی ارتباط معناداری وجود دارد؛ اما تفاوتی بین دختر و پسر مشاهده نشده است. نتایج پژوهش‌های عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۴) و گولدمن و بوکر (۲۰۰۸)،

ذکایی و نزاکتی (۱۳۹۷)، خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۷) سون و سینگ (۲۰۱۳) با نتایج به دست آمده منطبق و همسو می‌باشد.

## منابع

- آهنگری، گلاره؛ ساروخانی، باقر و سلطانی‌فر، محمد. (۱۳۹۸). شناسایی گونه‌های هویت اجتماعی و نقش رسانه‌های نوین (اینترنت) بر این هویت‌ها (مطالعه موردی: جوانان شهر تهران). *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۱۸(۴۵)، ۴۱-۵۹.
- باقریان فر، مصطفی؛ سیادت، علی و لهرابی، یعقوب. (۱۳۹۷). تبیین مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان بر اساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان). *جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، ۲۹(۴) (پیاپی ۷۲)، ۷۹-۹۸.
- باستانی داریوش. (۱۳۹۰). جوانان و هویت بازان‌دیشانه (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۵ (۱).
- بحرانی، شعله؛ سروش، مریم و حسینی، مریم. (۱۳۹۰). مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شهر شیراز. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۲ (۳)، ۱۰۳-۱۲۰.
- توانبخش مهرداد و همکاران. (۱۳۹۱). بررسی ابعاد هویتی سه‌گانه در بین جوانان و نقش آن در توسعه فرهنگی استان آذربایجان شرقی، *فصلنامه علمی .. و پژوهشی مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال پنجم، شماره اول، زمستان ۹۱.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: نشر شیرازه، چاپ اول.
- خواجه نوری، بیژن؛ مرادخانی، مهدی و براتی، شهناز. (۱۳۹۷). مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی زنان (مورد مطالعه: زنان شهر ایلام). *دانشکده علوم اجتماعی ادبیات و علوم انسانی مشهد*، ۱۵۱ (۱۴)، ۱۶-۳.
- ذکائی، محمد سعید و نزاکتی، فرزانه. (۱۳۹۷). سبک زندگی موبیتال در جامعه دانشجویی. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴ (۱۶).



- ذوالفقاری، ابوالفضل و سلطانی، الوین. (۱۳۸۹). بررسی رابطه سبک زندگی با هویت قومی جوانان: مطالعه موردی: شهرستان مهاباد. *جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۲، ۵۰-۲۴.
- عدلی‌پور، صمد؛ بنیاد، لیلی و بردیافر، نیما. (۱۳۹۴). تحلیل رابطه سبک زندگی با هویت فرهنگی جوانان شهر تبریز. *مطالعات ملی*، ۱۶ (۴)، ۱۱۴-۹۳.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*. تهران: نشر صبح صادق، چاپ اول.
- قربان نیامیرک محله، نرجس و خزایی، کامیان. (۱۳۹۲). واکاوی تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در هویت و سبک زندگی جوانان. *مقاله همایش ملی پیشگامان پیشرفت، دوره ۴*.
- کرایب، یان. (۱۳۸۵). *نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس*. ترجمه عباس مخبر. تهران: آگه.
- کفاشی، مجید؛ پهلوان، منوچهر و عباس نژادعربی، کاظم. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر بابل). *پژوهش اجتماعی*، ۳ (۹)، ۱۳۹-۱۱۷.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). *تجدد و تشخیص*. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشرنی
- مهاجری، ربابه، فرقانی، محمدمهدی. (۱۳۹۷). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال ۴، ۱۳، بهار.
- محسنی تبریزی علیرضا و هاشمی محمد رضا. (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان، *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال سوم، شماره دوم، بهار ۹۰.
- Gasser, U. & Miriam, S. (2010). Digital Lifestyle and Online Travel: Looking at the Case of Digital Natives. In: Conrady R., Buck M. (Eds.) Trends and Issues in Global Tourism. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Goldman, Sh. & Booker, A. (2008). Mixing the Digital, Social, and Cultural: Learning, Identity, and Agency in Youth Participation. Paper prepared with support from the Edna McConnell Clark Foundation and City Year, Inc.

- Kong, E. & Wenbin, G. & Jing, L. & Ligang, W. (2012). The effect of Internet on human behavior (2012). IT and Society.Org.
- Long, A. & Tas, J. & Sunga, I. (2018). Identity in a Digital World A new chapter in the social contract. World Economic Forum 91-93 route de la Capite.
- Merolla, D.M. & etal (2012). Structural precursors to identity processes: The role of proximate social structures. Social psychology Quarterly, 75,149.
- Rainie, L. & Barry, W. (2012). Networked: The new social operating system. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sonu, J. & Vibhuti, S. (2013). Changing Lifestyles Influencing Indian Consumers: Conceptualizing and Identifying Future Directions, Global Journal of Management and Business Studies, ISSN 2248-9871, 3 (8).
- Sonu Joseph and Vibhuti Singh. (2013). Changing Lifestyles Influencing Indian Consumers: Conceptualizing and Identifying Future Directions, Global Journal of Management and Business Studies, ISSN 2248-9878 Volume 3, Number 8.
- Terras, M. M. & Ramsay, J. & Boyle, E.A. (2015). Digital media production and identity: Insights from a psychological perspective. E-Learning and Digital Media.12(2),128-146.