

Investigating the Effects of Modern Lifestyle and the Expansion of Cyberspace on Culture, Social Identity, Values and Social Relationships of Adolescents

ARTICLE INFO

Article Type

Analytical Review

Authors

Faraji nayeri, M¹
Sadegi nayeri, R²
Abdolrahimi, A³

ABSTRACT

Lifestyle as one of the most frequented terms of social sciences in recent years has brought unprecedented fragile metamorphosis in all areas. The extent of lifestyle due to easy communicative actions and the complexity of the domain and realms of human life has created such an atmosphere of transformation in this arena that the scope for change seems enormous. In this article, designed with the aim of examining the impact of modern lifestyle relationships and expanding cyberspace on adolescents culture, social identity, values and social relationships using a descriptive-analytical approach, after delving into the fundamental concept of lifestyle and communicative transformations, the dialectics of adolescents' lifestyle will be examined and the basic question will be answered as to what impacts of modern lifestyle have culture, social identity, values and social relationships of adolescents.

How to cite this article

Keywords: Lifestyle, Culture, Identity, Value, Cyberspace, Adolescents

¹PhD Student of Quran and Hadith Sciences, Department Theology and Islamic Educations, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran

²Associate Professor, Department of Quran and Hadith Sciences, Department Theology and Islamic Educations, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran

³Assistant Professor, Department of Quran and Hadith Sciences, Department Theology and Islamic Educations, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil,

* Correspondence:

Address:

Phone:

email

Article History

Received: December 10, 2019

Accepted: December 14, 2019

ePublished: September 30, 2019

نسبت سنجی مناسبات سبک زندگی مدرن و گسترش فضای مجازی بر فرهنگ، هویت اجتماعی، ارزش‌ها و روابط اجتماعی نوجوانان

معصومه فرجی نیری

دانشجوی دکتری علوم قرآن و حدیث، گروه الهیات و معارف اسلامی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

رقبه صادقی نیری*

دانشیار گروه علوم قرآن و حدیث، گروه الهیات و معارف اسلامی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل، ایران، نویسنده مسئول

علیرضا عبدالرحیمی

استادیار گروه علوم قرآن و حدیث، گروه الهیات و معارف اسلامی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

چکیده

سبک زندگی به‌عنوان یکی از پر بسامدترین واژگان علوم اجتماعی در سال‌های اخیر، دگردیسی‌های ساخت‌شکنانه بی‌سابقه‌ای را در تمامی حوزه‌ها با خود به همراه داشته است.

چتروارگی سبک زندگی به فراخور کنش‌های ارتباطی آسان و غموض ساحت و عرصه‌های زندگی بشری، چنان فضایی از دگرگونی در سبک زندگی را ایجاد نموده است که دامنه تغییر آن بسی شگرف می‌نماید. در این مقاله که با هدف بررسی تأثیر مناسبات سبک زندگی مدرن و گسترش فضای مجازی بر فرهنگ، هویت اجتماعی، ارزش‌ها و روابط اجتماعی نوجوانان و با روش توصیفی، تحلیلی، به نگارش درآمده است، پس از تأملی در مفهوم بنیادین سبک زندگی و دگرگونی‌های ارتباطی، به بررسی دیالکتیک سبک زندگی بر نوجوانان پرداخته شده و به این سؤال اساسی پاسخ داده می‌شود که سبک زندگی مدرن چه آثاری بر فرهنگ، هویت اجتماعی، ارزش‌ها و روابط اجتماعی نوجوانان بر جای گذاشته است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، فرهنگ، هویت، ارزش، فضای مجازی، نوجوانان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۲۳

* نویسنده مسئول

مقدمه

"سبک زندگی" در ادبیات موجود علوم اجتماعی مفهومی نسبتاً جدید است. چنان‌که برخی‌ها پدیدار شدن «سبک زندگی» را در زمره اختصاصات «جامعه مدرن متأخر» قلمداد کرده‌اند. سبک زندگی مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها، در هر چیزی است و به معنای انطباق دادن یک رهیافت در زندگی است^[۱]. سبکی شدن زندگی با شکل‌گیری فرهنگ مردم ارتباط نزدیک دارد و می‌توان شناخت لازم در مورد فرهنگ یک جامعه را از طریق شناخت سبک زندگی آن جامعه به دست آورد. سبک زندگی مجموعه‌ای از ذائقه‌ها، باورها و کردارهای نظام‌مندی است که یک طبقه یا بخشی از یک طبقه‌ی معین را مشخص می‌کند. در این راستا، برای مثال سبک زندگی شامل، عقاید سیاسی، باورهای فلسفی، اعتقادات اخلاقی، ترجیحات زیبایی‌شناختی و نیز اعمال جنسی، غذایی، پوشاکی و فرهنگی و غیره می‌شود. بر خلاف "سطح زندگی" که با کمیت کالاها و

خدمات مطابق است که یک فرد یا یک گروه می‌تواند در اختیار داشته باشد، بنابراین در یک سطح زندگی واحد، سبک‌های زندگی بسیار متفاوتی می‌توانند وجود داشته باشند، که این امر به باور پیر بوردیو به "عادتواره"های habitus متمایز بستگی دارد^[۲]. در مطالعه جنبه‌های مختلف زندگی می‌توان به سه سطح مختلف اشاره کرد که کاملاً با سبک زندگی در ارتباط هستند: سطح ساختاری، سطح موقعیتی و سطح فردی^[۳].

هر فرد می‌تواند در سطح ساختاری تفاوت‌ها و تشابهات میان کشورها، جوامع و فرهنگ‌ها و هم‌چنین تفاوت‌هایی که در طول زمان و در جوامع مختلف روی داده است، مورد آزمون و مطالعه قرار دهد. این تفاوت‌ها میان ساختار فرهنگ‌ها و جوامع، در قالب سبک‌های زندگی دسته‌بندی می‌شوند و می‌توانند بازگوکننده اشکال مختلف جامعه و فرهنگ رایج آن باشند^[۴]. در سطح موقعیتی شباهت‌ها و تفاوت‌های جوانب مختلف زندگی، در میان طبقه‌بندی‌های وسیع‌تر می‌پردازد^[۵]. مانند طبقات و گروه‌هایی که در ساختار جامعه، موقعیت‌های متنوع و مختلفی دارند. این دسته‌بندی که از طریق موقعیت فرد در ساختار اجتماعی خاص تعریف می‌شود، سبک‌های زندگی، نامیده می‌شوند و در سطح فردی هر فردی سعی دارد تا تفاوت‌ها و تشابهات میان روش‌های مختلفی را که افراد از طریق آن‌ها با واقعیات روبرو می‌شوند و زندگی خود را اداره می‌کنند، درک کند و بداند افراد چگونه شخصیت و هویت خود را رشد می‌دهند و با دیگر افراد ارتباط برقرار می‌کنند. ذات و هویت فرد همواره در حال تغییر و تحول است. به همین دلیل سبک زندگی افراد نیز همواره ثابت و یکنواخت نمی‌ماند^[۶]. دوران نوجوانی یکی از مهمترین دوران زندگی انسان است و به گفته ی برخی از صاحب‌نظران در حوزه تربیت، این دوران به گونه ای دوران برزخ زندگی انسان است که دارای ویژگی‌های خاصی است که می‌تواند توجه و یا عدم توجه به این ویژگی‌ها، به باقی مانده عمر انسان شکل بدهد^[۷]؛ و آن را به سمت رشد و تعالی حرکت دهد یا آن را به بیراهه و انحراف بکشاند. نوجوانی، مرحله گذار رشد فیزیکی و روانی انسان است که میان کودکی و جوانی روی می‌دهد. این گذار، تغییرات زیستی (بلوغ جنسی)، اجتماعی و روان‌شناختی را در بر می‌گیرد، هرچند که از میان این‌ها تنها تغییرات زیستی و روان‌شناختی را می‌توان به آسانی اندازه‌گیری کرد^[۸]. ج. استانلی هال، مؤسس انجمن روان‌شناسی آمریکا، نوجوانی را دوران "طوفان و تنش شدید" و نیز دوران توانایی فوق‌العاده جسمانی، عقلی و عاطفی می‌داند^[۹]. برخی از نظریه‌پردازان روان‌کاوی نیز نوجوانی را وضعیتی می‌دانند که نوجوان در آن دچار اختلال روانی است. نوجوانی دوره‌ای از زندگی حد فاصل میان کودکی و بزرگسالی است^[۱۰]. حدود و طول مدت نوجوانی مشخص نیست و در افراد و جوامع گوناگون با هم متفاوت است. شروع دوره نوجوانی را چون با بلوغ جنسی همراه است با قطعیت بیشتری می‌توان تعیین کرد. چون سن پیدایش بلوغ جنسی در افراد مختلف با هم فرق دارد^[۱۱]. علاوه بر آن حد متوسط به طول انجامیدن نوجوانی نیز به عوامل فرهنگی و محیطی مرتبط می‌باشد.

با این وصف، در این مقاله پس از طرح مبانی و مفاهیم سبک زندگی، نسبت سنجی مناسبات سبک زندگی بر فرهنگ، هویت، ارزش‌ها و روابط اجتماعی نوجوانان مورد کنکاش قرار گرفته و به این سؤال

اساسی پاسخ داده می‌شود که سبک زندگی مدرن برآمده از تحولات و دگرذیبی‌های ارتباطی چه تائیراتی را بر فرهنگ، هویت، ارزش‌ها و روابط فردی، اجتماعی نوجوانان دارد؟

تاریخچه مفهوم سبک زندگی

واژه Style در فرهنگ لغت به معنی سبک به کار رفته است. در هنر طرز بیان و اندیشه هنر آفرین "سبک" نام گرفته است. سبک کل واحدی است که از اندیشه هنر آفرین و تصاویری که او برای بیان اندیشه خود از مواد، حسی می‌سازد، پدید می‌آید.^[۱۲] واژه lifestyle به معنی سبک زندگی، روش‌های متفاوت زندگی را نشان می‌دهد.^[۱۳] معادل واژه «سبک» در زبان عربی تعبیر «اسلوب» و در زبان انگلیسی «style» است. عبارت "سبک زندگی" در شکل نوین آن (life style) اولین بار توسط «آلفرد آدلر» در روان‌شناسی در سال ۱۹۲۹ میلادی ابداع شد. این عبارت به منظور توصیف ویژگی‌های زندگی آدمیان مورد بهره برداری قرار گرفت.^[۱۴] در کتاب‌های لغت انگلیسی، این واژه در معانی کم و بیش مشابهی به کار برده شده است. سبک‌های زندگی مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها در هر چیزی را در بر می‌گیرد. موسیقی، تلویزیون، آگهی‌ها، تصویرها و تصویرهایی بالقوه از سبک زندگی فراهم می‌کنند.^[۱۵]

بیشتر اوقات در روایت فرآیند تکوین مفهوم سبک زندگی، به ریشه‌های آغازین و اولین مفهوم بندی‌های ارائه شده از آن در کار کسانی چون ماکس وبر، گئورگ زیمل و تورشتاین وبلن در سال‌های آغازین قرن بیستم اشاره می‌شود.^[۱۶] این ریشه‌یابی به یک معنا عنصری از واقعیت را نیز با خود دارد. اما روشن است که مفهوم جدید سبک زندگی به وضوح فراتر از چیزی است که در آن مفهوم‌بندی‌های اولیه منعکس گردیده است. "سبک زندگی" مفهومی بسیار مهم است که اغلب برای بیان "روش زندگی مردم" توأم با طیف کاملی از ارزش‌ها، عقاید و فعالیت‌های اجتماعی است و می‌توان گفت سبک زندگی از الگوهای فرهنگی، رفتاری و عاداتی شکل می‌گیرد که افراد به طور روزمره آن‌ها را در زندگی فردی و اجتماعی خود به کار می‌گیرند.^[۱۷] افراد به واسطه کشش‌های اجتماعی متقابل خود با والدین، دوستان، همسالان، آشنایان و رسانه‌های جمعی الگوهای رفتاری را می‌آموزند. به عبارتی سبک زندگی شامل فعالیت‌های معمول و روزانه است که شخص آن‌ها را در زندگی خود به کار می‌گیرد.^[۱۸]

مفهوم سبک زندگی به این معنا، پس از جنگ جهانی دوم با ایجاد دولت رفاه و گسترده‌ی ابزار فرهنگی به سپهر مفاهیم اجتماعی وارد شد.^[۱۹] سبک زندگی با زندگی سنتی هم‌خوانی ندارد؛ چرا که در زندگی سنتی گزینه انتخاب محدود است، اما سبک زندگی، ملازم با انتخاب از میان شیوه‌های متکثر و گوناگون است.^[۲۰] آنتونی گیدنز نیز سبک زندگی را باز اندیشی یکی از مؤلفه‌های دنیای مدرن می‌داند. بدین معنا، که دنیای مدرن یافته‌های حاصل از نظام‌های انتزاعی را مرتباً در سازماندهی مجدد خود به کار می‌برد.^[۲۱] بازاندیشی عصر مدرن، پویایی و تحرک بی‌سابقه‌ای به این روال داده است، به نحوی که در هیچ یک از فرهنگ‌های ماقبل مدرن وجود نداشته است. هر چند در فرهنگ‌های پیشامدرن هم شاهد وجود انتخاب‌هایی برای افراد هستیم، اما

گزینه‌های گوناگون به هم شباهت دارند و دامنه و تعداد آن‌ها چنان محدود است که سبب می‌شود، تنها سبک مشخصی برای زندگی در هر فرهنگی تعریف شده باشد و همه افراد متعلق به فرهنگ‌های یکسان به سبک تقریباً مشابهی زندگی کنند.^[۲۲]

از سوی دیگر مفهوم جدید سبک زندگی را می‌باید در نسبت مستقیم با تحول مهم اندیشه و علوم اجتماعی غرب در اوایل دهه ۱۹۸۰ فهم کرد. این تحول که بعضاً با عنوان "چرخش فرهنگی" از آن یاد می‌شود، به اهمیت یافتن بیشتر مفهوم فرهنگ و توابع و مشتقات آن در علوم اجتماعی منجر شد.^[۲۳] در واقع اصحاب چرخش فرهنگی معتقد بودند نظریه‌های کلاسیک علوم اجتماعی در دهه‌های پایانی قرن نوزدهم و ابتدای قرن بیستم در تعامل با شرایط خاصی پدید آمدند که دگرگون شدن این شرایط، ایجاد تحول بنیادین در این حوزه را به یک الزام مبدل ساخته است. مهم‌ترین وجه این دگرگونی در انتقال مرکز ثقل جامعه جدید از تولید به مصرف و از اقتصاد به فرهنگ بود. رشد بخش خدمات، گسترش بروکراسی و آموزش عمومی شکل بندی اجتماعی جامعه صنعتی را به کلی متفاوت از مقطع پایانی قرن نوزدهم و آغاز قرن بیستم ساخت.^[۲۴] به طور مشخص از جهت ترکیب طبقاتی جامعه صنعتی نیمه دوم قرن بیستم به طور متزایدی متشکل از طبقه متوسط جدید بزرگ و فریبهی بود که بخش اعظم صحنه اجتماعی را اشغال می‌کرد. در چنین وضعیتی اساساً تحلیل‌های طبقاتی که سابق بر این نقشی کلیدی در مباحثات علوم اجتماعی داشت، بلاموضوع به نظر می‌رسید. در این شرایط مفهوم سبک زندگی عنوان یک ابزار تحلیلی جایگزین طبقه و مشتقات آن که از نظر اصحاب چرخش فرهنگی دیگر توانایی خود در تشریح وضعیت‌های جدید اجتماعی را از دست داده بودند، گردید.^[۲۵] از این رو نه تنها پیدایی «سبک‌های زندگی» مشخصه وضعیتی که از آن با تعبیری چون جامعه اطلاعاتی، جامعه پسا صنعتی و وضعیت ما بعد تجددی و پست مدرن یاد می‌شود قلمداد شد، که این مفهوم به مثابه یک ابزار تحلیلی مناسب برای سنخ‌شناسی و دسته‌بندی افراد این جامعه‌شناسایی گردید. در عین حال چنین تحولی عرصه سیاست را نیز از خود متأثر ساخت.^[۲۶] برخی تحلیلگران سیاسی و اجتماعی، از به حاشیه رفتن مسائل طبقاتی و پررنگ شدن مسائلی چون هویت و سبک‌های زندگی در عرصه سیاسی و رقابت‌های انتخاباتی احزاب جوامع صنعتی سخن گفته و از آن با عنوان "سیاست زندگی" یاد کرده‌اند.^[۲۷]

بنابراین شاید بتوان گفت که روان‌شناسان و پزشکان، سبک زندگی را در سطح فردی یا اصطلاحاً در سطح "تکنیکی" بررسی می‌کنند.^[۲۸] جامعه‌شناسان، سبک زندگی را در سطح "تاکتیکی" مطالعه می‌کنند. اما سبک زندگی فرد در "جامعه" از حیث "آن‌چه که باید"، در سطح "استراتژیک" مطالعه می‌شود. لذا تمایز در این است، که در تلقی نخست، سبک زندگی در "جامعه‌شناسی" مطرح است، اما در تلقی دوم، یعنی رویکرد استراتژیک، سبک زندگی در "جامعه‌سازی" مورد مطالعه قرار می‌گیرد.^[۲۹]

مبانی نظری سبک زندگی

از آن جایی که هر کنشگری برای پاسخ به نیازها و بیان خود، به کمک امکانات، راه و روش‌های موجود، از اشیا به شیوه خاصی استفاده می‌کند، انواع، طرز رفتار، ترجیحات و جهت‌گیری‌های

مصرف می‌داند که در بردارنده ترجیحات، ذائقه و ارزش‌هاست؛ سبک زندگی به مثابه مجموعه منسجمی از انتخاب‌ها، ترجیحات و رفتارهای مصرف‌گرایانه است.^[۳۶]

از دیدگاه "سویل"، سبک زندگی عبارت است از "هر شیوه متمایز و بنابراین قابل تشخیص زیستن". "سولومون" اعتقاد دارد که هر جامعه‌ای دارای سبک و شیوه زندگی متفاوتی است. سبک زندگی، فعل و انفعال فرد را در محیط زندگی او نشان می‌دهد. در جوامع سنتی انتخاب‌های مبتنی بر مصرف به شکل گسترده‌ای بر اساس طبقه، کاست، محیط روستا یا خانواده دیکته می‌شود؛ در حالی که در جوامع مدرن به هر حال مردم دارای آزادی عمل بیشتری در انتخاب کالاها و خدمات و فعالیت‌هایی هستند که به نوبه خود هویت اجتماعی را خلق می‌کند.^[۳۷]

به نظر "آرتور آسبرگر" برای تعریف اصطلاح "life style" با واژه فراگیری روبرو هستیم که از سلیقه فرد در زمینه آرایش مو و لباس تا سرگرمی و تفریح و ادبیات و موضوعات مربوط دیگر را شامل می‌شود. کلمه "سبک"، "مد" را تداعی می‌کند؛ پس سبک زندگی در واقع مد یا حالت زندگی یک فرد است.^[۳۸]

بر اساس نظریه کنش ارتباطی هابرماس (Habermas)، نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هرکس که صمیمانه وارد یک گفت‌وگوی عملی شود، ضرورتاً کشف خواهد شد. با توجه به این که در محیط اینترنت علی‌الخصوص در محیط تعاملی اینترنت، افراد به راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفت‌وگو و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‌گیرد، هابرماس می‌افزاید روابط میان گویندگان و شنودگانی که از توان ارتباط برخوردارند، موجب می‌شود تا یکی دیگر از کارکردهای گفتار که همان شیوه یا همان کاربرد زبان عادی تلفیق شده است وارد عمل گردد و در کاربرد توصیفی زبان هر گفتار کنش نوعی در بردارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن‌من گوینده احساسات، نیازها و نیازهای درونی را برای شنونده ابراز می‌کنم، درست در همین بعد است که گفتار شنونده را به دنیای درونی احساسات و انگیزه‌های من و همین‌طور به ارزیابی صحت گفته‌های من می‌کشاند. پس این احساسات باعث شده که روابط بین افراد صمیمی شده نیازهای خود را بیان کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط مصرف کنند. پس محیط تعاملی اینترنت را می‌توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفت‌وگو می‌پردازند که فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط‌های تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد که از یکدیگر تأثیر پذیرفته اند؛ هم چنین کاربران نیازهای خود را باهم مطرح کرده، در آن گروه‌ها مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصرف نمایند که این تخلیه انرژی احتمالاً بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر می‌تواند مؤثر واقع شود.^[۳۹]

نسبت سنجی مناسبات سبک زندگی بر فرهنگ در نوجوانان

سبک زندگی به معنای روش‌ها و طرح‌های زندگی، از طریق ارزش‌ها و الگوهای رفتاری با فرهنگ ارتباط می‌یابد. از عناصر اساسی سازنده الگوهای رفتاری و روش‌های عمل سبک زندگی به

خاصی را در زندگی دارد، بنابراین سبک او با شخصیتش ارتباط می‌یابد. در تعریف مفهومی سبک زندگی، گیدنز معتقد است: "سبک زندگی را می‌توان مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد. این عملکردها نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌سازد بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خویش بر می‌گزیند، در برابر دیگران مجسم می‌سازد.^[۳۰] سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است.^[۳۱]

آنتونی گیدنز نیز هم چون بورديو سبک زندگی را دارای معنایی می‌داند که این بار در نظریه او با تأکید بر دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی صورت می‌پذیرد. گیدنز در ارتباط بین ساختار و عاملیت، سبک زندگی را بازتابنده معنایی می‌داند که به گونه‌ای ضروری نامعین است؛ چرا که تبیین کافی معنا توسط تعین‌های ساختاری امکان ندارد. این معنا توسط داد و ستدهای مختلف و بین زیست جهان‌های متعدد، که معانی و روش‌های استفاده از مصالح و مواد نمادین مصرف‌انویه را مبدل به اشیاء و اعمالی محسوس می‌کند ایجاد می‌شوند که در چارچوب استعاره‌ای رخ می‌نمایند.^[۳۲]

گیدنز تغییر و دگرگونی اجتماعی را با تغییر سبک زندگی، که نمادی از تغییر رابطه فرد و جامعه است نشان می‌دهد. از نظر او تغییر فرهنگی موجب ایجاد معنا و نمادهای نوین است. با توجه به این گزاره استنتاجی از آرای گیدنز، تغییر سبک زندگی را باید تابعی از تغییرات اجتماعی و فرهنگی دانست. برداشت "گیدنز" از مقوله سبک زندگی عبارت است از: تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگویی از کنش‌ها که افراد آنها را انتخاب کرده و کنش‌های آن‌ها در زندگی روزمره به واسطه آن‌ها هدایت می‌شود. این اصطلاح هم چنین می‌تواند مقایسه «شیوه‌های زندگی» کشف شده در میان گروه‌های متفاوت را در جامعه نشان دهد. اصطلاح سبک زندگی به معنای «طرز زندگی» نیز مفهوم‌سازی شده است. «طرز زندگی» معمولاً از طریق ارزش‌ها و «روش‌های مصرف» شناخته می‌شود که ناشی از تمایز فزاینده جوامع سرمایه‌داری پیشرفته است.^[۳۳]

در دیدگاه ارزشی، شخصیتی، ولز و تیگرت (۱۹۷۹) معتقد است که اندیشه سبک زندگی به عنوان متغیرهای مداخله‌گرایانه بین «شرایط سخت» اقتصادی و رفتارهای مصرفی واقعی، فهمیده می‌شود و مشخصه‌های سبک زندگی را شامل فعالیت‌ها، علایق، منافع و اعتقادات می‌داند.

در فرهنگ آکسفورد، سبک زندگی "راه‌های گوناگون زندگی فرد یا گروه و در فرهنگ رندوم هاوس "عادات و منش‌ها، رویکردها، ذوق‌ها و قریح، استانداردهای اخلاقی، سطح اقتصادی و... تعریف شده است" که در مجموع، همه این‌ها روش زیستن فرد یا گروه را می‌سازند.^[۳۴]

"لیزر" (۱۹۶۳) سبک زندگی را بر اساس الگوی خرید کالا تعریف می‌کند. به نظر وی سبک زندگی نشان دهنده شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی و نشان‌دهنده شیوه‌ای است که مصرف‌کننده در آن خرید می‌کند و به شیوه‌ای که کالای خریداری شده مصرف می‌شود، بازتاب دهنده سبک زندگی مصرف‌کننده در جامعه است.^[۳۵] "یاسرمن" (۱۹۸۳) سبک زندگی را الگویی از

قریحه‌ها بر مبنای آن‌ها صورت می‌گیرد، مستلزم مسلط شدن بر مجموعه‌ای از رمزهای نمادین و پرورش فرهنگی است که به ترکیب سرمایه‌ها در جایگاه‌های طبقاتی بستگی دارد^[۴۳].

شرایط عینی زندگی و موقعیت نوجوانان در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود. منش مولد دو نظام است: نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراک و شناخت‌ها. نتیجه نهایی این دو نظام سبک زندگی است. سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات فرد است که به صورت عمل درآمده، قابل مشاهده و دارای ماهیتی طبقاتی است^[۴۴]. آن گونه که بوردیو مضامین سبک زندگی در کالاهای فرهنگی را به ترجیحات و سلیقه‌ها نسبت می‌دهد. این که داشتن چه کالاهایی را بر چه کالاهای دیگری و اینکه چه رفتارهایی را بر چه رفتارهای دیگری ترجیح می‌دهند. وی در مطالعات تجربی خود به واحد پول و زمان به عنوان واحدهای اندازه‌گیری سبک زندگی اشاره می‌نماید^[۴۵]. زمان آزاد به عنوان صورت متحول شده امکانات اقتصادی، سواد که ظرفیت معنا بخشیدن رفتار را به فرد می‌دهد. به زعم وی شاخص‌های سبک زندگی مصرف فرهنگی است، زیرا تقریباً در دسترس همگان است.

با این وصف، نوجوانان برحسب این که چه نوع رفتارهایی، در ابعاد مختلف دارند و چگونه و چقدر زمان، صرف رفتارهای مصرفی می‌کنند و سبک‌های زندگی را می‌پذیرند، در دایره سیالیت به سر می‌برند و بدین ترتیب بین گروه‌ها و لایه‌ها، مرزهای نمادین ایجاد می‌شود. در برخی موارد با مقاومتی بسیار شدید در مقابل یک پدیده قرار می‌گیرد و در برخی دیگر به آسانی تسلیم می‌شود، بنابراین انتخاب علائق و ترجیحات، سلیقه و انتخاب ادراک خاص از اشیای مصرفی- رفتارهای مصرفی و سلیقه خاص، انجام می‌گیرد^[۴۶].

با توجه به این که سبک زندگی دارای دو بعد است: بعد اول آن مربوط به مصرف عینی، مادی (انواع انتخاب، نوع کاربرد امکانات) شامل مصرف امور مادی و اجتماعی و فرهنگی است. بعد دوم مصرف ذهنی، غیر عینی (نحوه انتخاب، نحوه کاربرد امکانات) شامل «علائق، ترجیحات که مساوی با سلیقه و ادراک از امور است. زیرا ادراک و سلیقه از امور به طور مستقیم قابل رویت و شناسایی نیستند، بلکه با واسطه رفتارها، نمادها و نشانه‌هایی که انسان به کار می‌برد، عینیت می‌یابند، نوجوانان هنوز از قدرت تمیز و عقلانیت استنتاجی برخوردار نیستند. هیجانات عاطفی و تاثیر گروه‌های هم سالان و تغلب محیط باعث می‌شود تا نوجوانان عمدتاً در فضای عاطفی، هیجانی دست به کنشگری بزنند^[۴۷].

نسبت سنجی مناسبات سبک زندگی بر هویت اجتماعی در نوجوانان

مطالعه تجربی فرهنگ و سبک زندگی مردم، حتی بدون داشتن هیچ وسیله‌ای، کار آسانی است و می‌توان آن را از دیدگاه‌های مختلف نظری و روش‌شناختی مورد بررسی قرار داد. این بحث رویکرد جدید و اصیلی نیست، چرا که نظریه‌های بسیاری در این زمینه وجود دارد، که تئوری‌های سبک زندگی را با بسیاری از تئوری‌های پیشرفته در مورد ارزش و هویت در هم ادغام کرده‌اند. خاستگاه چنین ادعایی از این نقطه نشات می‌گیرد، که در ورای

کارگیری خرد، عقل و فهم از یک طرف و ذوق و سلیقه از طرف دیگر است. به کارگیری قوه خرد و سلیقه در انتخاب و ارجاع الگوهای عمل در زندگی مستلزم فهم و درک روابط میان خود و دیگران از طریق آموزش‌ها، مشارکت و تجارت است^[۴۰]. بنابراین هر چه الگوها و طرح‌های انتخابی اندیشیده تر و کاربردی‌تر باشند، دارای قابلیت اعتماد و اتکا بیشتری خواهند بود. ظهور و ازدیاد مراکز فرهنگی در هر جامعه، میزان فعالیت و مشارکت تمامی مردم یا دست کم اکثریت در آنهاست که گرایش‌ها، سرشت فرهنگی و ارزشی یک نظام را نشان می‌دهد.

سوبل (۱۹۸۱) در کتاب «سبک زندگی و ساختار اجتماعی» می‌گوید: ساختار سبک زندگی با ساختار اجتماعی جوامع مرتبط است، اما انتخاب‌های قابل دسترس برای هر فرد، تا حدود زیادی به موفقیت فرد در درون آن ساختار وابسته است. این موفقیت‌ها بر اساس ساختار فرصت‌های اجتماعی (opportunity Social) و برخوردارگی همگانی از فرصت‌ها، و ویژگی‌های انتسابی نظیر جنسیت، قومیت، سن و شانس زندگی (chance life) برای افراد و گروه‌ها شکل می‌گیرند^[۴۱].

به زعم وبر، سبک زندگی در سه مفهوم کاربرد دارد: شیوه زندگی (life of Style)، تدبیر زندگی (Stylizlife of ation) و بخت زندگی (lifeconbut). تدبیر زندگی بر انتخاب‌های افراد دلالت دارد، اما بخت زندگی عبارت است از احتمال تحقق یافتن انتخاب‌ها. از دید وبر، سبک‌های زندگی علاوه بر آن که مورد تفاوت بین گروهی می‌شوند، به برتری منزلتی و طبقاتی نیز مشروعبیت می‌بخشند. گروه‌های منزلت و طبقات از طریق سبک‌های زندگی به گروه‌های مرجع تبدیل می‌شوند و معیارهای قضاوت اجتماعی و ارزیابی اخلاقی را نیز تعریف می‌کنند. این اندیشه به کامل‌ترین وجه در آثار پیر بوردیو دنبال شده است. از این منظر بوردیو در تحلیل سبک زندگی به هفت مفهوم زمینه (Fielb)، سرمایه، منش (Haditus)، عمل (practice)، نماد، طبقه و قریحه (taste) اشاره نموده است. زمینه، گسترده‌ای از نوع خاصی از اعمال است و میدان عرصه رقابت برای کسب پایگاه قدرت است. در باب سرمایه، گر چه از دید مارکس این نابرابری اقتصادی است که منشا نابرابری را بوجود می‌آورد، بوردیو به سرمایه فرهنگی اعتقاد دارد. سرمایه فرهنگی در برگزیده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند. بوردیو تحصیلات را نمودی از سرمایه فرهنگی می‌داند لیکن گرایش به فعالیت‌های فرهنگی در نزد فرد را سرمایه فرهنگی می‌خواند. تحلیل بوردیو درباره سبک زندگی، بر همین نوع سرمایه استوار است^[۴۲].

نوجوانان با توجه به قرارگیری در سن خاص با عناصر فرهنگ چندان آشنایی ندارند و در این زمینه از سه منبع سرمایه فرهنگی تاثیر می‌پذیرند: پرورش خانوادگی، آموزش رسمی و فرهنگ شغلی؛ چرا که سبک زندگی نوجوانان هنوز در میانه انتخاب و اثرگذاری یا دامنه اثرپذیری فعلیتی را ندارد. نمادهای پیرامونی نوجوانان برآمده از امر نمادین و مبتنی بر کنش‌پذیری‌هایی است که پرستیژ اکتسابی را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. نتیجه آن که شیوه‌های مختلف تملک سرمایه در درون هر طبقه، مورد ذوق و قریحه متفاوتی است. قریحه‌ها صرفاً بر مقولاتی زیبا شناختی تکیه نمی‌نمایند، بلکه درک کردن محصولاتی که سنجش

بدان تعلق دارد، ابراز کند و حتی در مقابل گروه‌های دیگر نیز راجع به تعلقات گروهی خود سخن بگوید. لذا نوجوانان ارزش‌ها، افکار و اعمال‌شان را به عنوان ابزاری برای حفظ و توسعه هویت فردی خود بکار برده، از این طریق می‌توانند خود و رابطه خود را با دیگران تعیین و تعریف کنند.

از سوی دیگر ارزش‌ها و نگرش‌ها می‌تواند کارکردی دوگانه داشته باشد. از طرفی می‌تواند موجبات تقویت هویت فردی و اجتماعی شخص شود و از طرف دیگر به عنوان ابزاری قلمداد شود که نوجوان می‌تواند با استفاده از آن، علاقه و یا انزجار خود را نسبت به یک یا چند گروه خاص ابراز دارد. بنابراین، هویت در جهت یکسان سازی و هماهنگ کردن دو میل در نوجوانان عمل می‌کند.^[۵۲]

الف) میل به منحصر بفرد بودن

ب) میل به تعلق داشتن

البته ادغام و هماهنگی این دو میل در نوجوان، همواره بدون مسئله و مشکل نیست. نوجوانان معمولاً درگیر کشمکش‌هایی هستند، که به منظور یکسان سازی این دو قطب هویتی ایجاد می‌شود. معمولاً هم به خاطر تضادها و درگیری‌هایی که رخ می‌دهد، موفق نمی‌شوند. اما این تضادها و درگیری‌ها از کجا نشأت می‌گیرد؟ سه منشا را می‌توان برای این تضادها نام برد:^[۵۳]

۱. همواره به ازای نقش‌های مختلفی که یک نوجوان در اجتماع بر عهده دارد، توقعات مختلفی نیز بر اساس این نقش‌ها شکل می‌گیرد. در برخی موارد این انتظارات با شخصیتی مطلوب و آرمانی که فرد برای خود در نظر دارد و سعی می‌کند بدان برسد، در تطابق و انطباق نیست. انتظارات مربوط به یک شخص می‌تواند پتانسیل و خواست فرد را برای رسیدن به شخصیت مطلوبش محدود کرده، حتی آن را از میان ببرد.

۲. ممکن است یک شخصیت منحصر به فرد به لحاظ ویژگی‌های معینی که دارد، نتواند با نقش اجتماعی که برای او در نظر گرفته می‌شود، منطبق شود.

۳. هویت اجتماعی یک نوجوان می‌تواند از نقش‌های اجتماعی متفاوتی که بر عهده دارد، تشکیل شود. این نقش‌ها در کنار یکدیگر شخصیت اجتماعی فرد را تشکیل می‌دهند. فرد بایستی میان نقش‌های متفاوت خود تعادل ایجاد کرده، به طور هم زمان انتظارات گوناگون این نقش‌ها را به جا آورد. ایجاد تعادل میان نقش‌های اجتماعی از یک طرف و استعدادها و علائق فردی از طرف دیگر کاری طاقت فرسا است. با این وجود نوجوانان در طول زندگی خود در این بازه سنی دچار عدم تعادل می‌باشند.

کلی (Kelli) و ولخارت (Velkhart) دریافته‌اند افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند و بنابراین وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می‌رسد که ارتباطات و پیام‌هایی را قبول نمایند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش‌های گروه هستند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد. در اینجا می‌توان به پذیرش توسط گروه تعبیر کرد، یعنی این‌که اعضا هرچه بیشتر مورد پذیرش گروه قرار بگیرند، احتمال تأثیر پیام بر گروه بیشتر است. مناظره گروهی نسبت به سخنرانی‌ها از اثربخشی درازمدت در تغییر نگرش‌ها برخوردار است. هم چنین اگر این مناظره گروهی به‌طور آزادانه برگزار شود، تأثیر بیشتری در اثربخشی به اعضا گروه خواهد داشت. بحث و مناظره آزاد در

بسیاری از اعمال، عقاید و طرز فکرهای نوجوانان، ارزش‌ها و طرز تلقی‌شان نسبت به هویت است که نمایان می‌شود.^[۴۸] همین طور به این علت که سبک‌های زندگی تقریباً همیشه به طور تجربی در قالب واژه‌هایی چون طرز فکرها و یا اعمال، تعریف و مفهوم‌سازی می‌شوند. از این رو، این مفاهیم ارزش و هویت نقشی کاملاً مرکزی و پر اهمیت در تعریف سبک زندگی بر عهده دارند. به طوری که ارزش‌هایی که یک فرد می‌پذیرد، اجزای بنیادین هویت آن فرد را شکل می‌دهد و می‌توان با تمییز دادن میان اجزای سه گانه تشکیل دهنده هویت یک فرد، تعریف کرد. این اجزا عبارتند از: هویت فردی، هویت اجتماعی و هویت فرهنگی. این سه جزء تشکیل دهنده هویت، جنبه‌هایی از یک پدیده واحد هستند که هویت کلی فرد را تشکیل می‌دهند. البته اختلافاتی جزئی میان این سه جنبه از هویت وجود دارد.^[۴۹]

هویت فردی از طریق مراحل مختلف فردی شکل داده می‌شود و توسعه می‌یابد. از طریق هویت فردی است، که یک فرد می‌تواند به تنهایی و دور از دیگران ظرفیت لازم برای زندگی را درون خود ایجاد کند. ظرفیتی که نهایتاً منجر به شکل‌گیری شخصیت فرد می‌شود. لذا اولین کارکرد هویت تثبیت شخصیت فرد است. منظور از شخصیت همان ویژگی‌ها و مشخصه‌هایی است، که فرد باور دارد. در این حالت، هویت به عنوان ابزاری در راستای تقویت و تثبیت مفاهیم فرد در مورد خودش عمل می‌کند. بنابراین در نتیجه تثبیت هویت فردی است، که یک فرد می‌تواند در مورد خودش صحبت کند و به دیگران بگوید، که واقعاً چه کسی است؟ هویت فردی شامل تجارب، افکار، رویاها و آرزوهای است، که در مقایسه با دیگر تجارب و افکار، توسط فرد تفسیر شده، ادراک می‌شوند. بنابراین هویت شخصی را می‌توان به عنوان سیستمی منحصر به فرد از روابط میان تجارب، افکار، رویاها، امیدها و آرزوها تعریف کرد.^[۵۰]

"هویت" کارکرد اجتماعی نیز برای فرد دارد. جدای از اینکه هر فرد مایل است، هویت فردی و منحصر به فرد خود را داشته باشد، اغلب مردم تمایل دارند، تا به عنوان عضوی از جامعه و فرهنگ رایج در آن جامعه قلمداد شوند و در یکی از گروه‌های متنوعی که در آن جامعه وجود دارد، عضویت داشته باشند. لذا از طریق هویت اجتماعی است که یک فرد می‌تواند به عضویت در گروه‌های مختلف درآید و نقش‌هایی را که در این گروه‌ها از وی انتظار می‌رود، فرا گیرد و اجرا کند. این جنبه از هویت باعث می‌شود فرد با بافت‌های اجتماعی گوناگون هماهنگ و یکپارچه شود. در این صورت هویت فردی و تحول نقش، توسعه می‌یابد. البته میان ارزش‌های فردی و جمعی و میزان انطباق نقش‌های انتخابی نوجوانان در جامعه، با گرایش‌ها و نظام ارزش‌های فردی او، رابطه‌ای تنگاتنگ وجود دارد. نوجوانان اغلب هویت خود را از طریق عضویت در گروه‌های خاص اجتماعی که بدان‌ها احساس تعلق دارند، تعریف می‌کنند. در نتیجه بعضی اوقات لازم است، هویت فردی خود را فدای انتظاراتی کنند که نسبت به هویت اجتماعی آنان وجود دارد.^[۵۱]

هویت فرهنگی نوجوانان نیز دو کارکرد بسیار منسجم و مرتبط دارد که از یک سو به هویت فردی و از سوی دیگر به هویت اجتماعی مربوط می‌شود. از طریق هویت فرهنگی است، که فرد می‌تواند ویژگی‌های منحصر به فرد خود را میان گروه‌هایی که

تفاوت میان ارزش‌ها در میان افراد یک جامعه را می‌توان از سه رویکرد مختلف مورد بحث قرار داد. رویکرد طبقه و موقعیت مدار، رویکرد جنسیت و رویکرد ارزش‌های انسانی. رویکرد طبقه شاید مهم‌ترین و مسلط‌ترین رویکرد در میان ادبیات جامعه‌شناسان در مورد فرهنگ عامه و سبک‌های زندگی باشد. بر اساس این رویکرد مهم‌ترین اصل ساختاری، توزیع ثروت و موقعیت در جامعه است. البته برخی سلاقی و الگوهای رفتاری با برخی طبقات و یا درجات تحصیلی خاص و یا هردوی آن‌ها در رابطه هستند. بنابراین، سطح تحصیلی و پیش زمینه طبقاتی، باعث به وجود آمدن یک سلیقه خاص و علاقه‌ی خاص می‌شود. اگر چه طبقه و سطح سواد تعاریفی در مورد سبک‌های زندگی می‌دهند، اما این متغیرها برای یک تعریف جامع و کامل، کافی نیستند و نمی‌توان متغیرهای مهمی چون سن و جنس را نیز نادیده گرفت^[۵۵].

تمام تفاوت‌های موجود در الگوهای رفتاری افراد، به نوعی به ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های ارزشی افراد مرتبط می‌شوند. ارزش‌های مورد قبول نوجوانان از طریق والدین و دوستان در مدرسه و یا محیط زندگی و همین‌طور از طریق دیگر نهادهای اجتماعی مانند رسانه طی مراحل مختلف فردی‌سازی و اجتماعی‌سازی به فرد منتقل می‌شود. روند جامعه پذیری باعث می‌شود، افراد یک جامعه مشابه هم شده و در طول زندگی‌شان از ارزش‌های مشترکی پیروی کنند. این روند به شکل دهی فرد در جهت ایفای نقش‌های معین اجتماعی در زندگی کمک می‌کند. به این مفهوم که هویت فردی و اجتماعی، کاملاً فرد محور نبوده و کارکرد آن از موقعیت فرد در جامعه و رابطه آن با دیگر افراد جامعه، با موقعیت اجتماعی مشترک و یا متفاوت تعریف می‌شود.

نسبت‌سنجی مناسبات سبک زندگی بر شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان

گسترده‌گی جامعه انسانی در عصر کنونی، وجود رسانه‌های جمعی را در صحنه مناسبات اجتماعی انسان‌ها، امری اجتناب ناپذیر کرده است. در گذشته، انسان‌ها به صورت رو در رو با یکدیگر در ارتباط بودند و انتقال افکار و ترویج روش‌های گوناگون زندگی، از طریق همین ارتباطات، صورت می‌گرفت؛ اما با روندی بسیار کند و ضعیف، همراه بود؛ ولی امروزه با توجه به فناوری‌های نوین، به جرأت می‌توان گفت که جوامع بشری به صورت روزانه و ساعتی با هم در ارتباط هستند و همین رابطه نزدیک باعث شده که سبک‌ها و روش‌های زندگی جدید، با شتاب بیشتری در سطح دنیا در حال تغییر باشد^[۵۶]. در حال حاضر با پیشرفت ارتباطات، جوامع، دستخوش تغییرات بسیاری شده‌اند و رسانه‌های همگانی، مانند تلویزیون، ماهواره و حتی اینترنت در سطح جامعه، جایگاهی را دارند که پیش از این کسی تصور آن را نداشت.

فضای مجازی عرصه جدیدی برای حیات بشری است که قابلیت پذیرش و انجام بخش عمده‌ای از نیازها، فعالیت‌ها و شئون زندگی بشر و اجتماعات انسانی و حکومت‌ها را دارد و به‌عنوان سایه فضای واقعی و از طریق تمرکز، پردازش و جابه‌جایی اطلاعات، توانایی شبیه‌سازی فعالیت‌ها و ساختارهای فضای واقعی را داشته و این شبیه‌سازی را با اثربخشی در فضای واقعی انجام می‌دهد. توسعه بی‌وقفه ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی و رشد فناوری در

افکار و عقاید تغییر بیشتری به وجود می‌آورد. هرچه کاربر اینترنت احساس کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود، احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر مؤثر واقع شود و هم چنین هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند، احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های تعاملی اینترنت می‌شوند و کمتر مسائل خود را با خانواده مطرح می‌کنند و باعث کم‌اهمیت شدن ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر نزد فرد می‌شود.

هویت نوجوانان در یک جامعه از طریق سبک زندگی انتخابی آن‌ها تولید و بازتولید می‌شود. این سازوکار بیش و پیش از هر چیز، از خلال درونی کردن رفتارها و باورها، در ظرف روزمرگی عمل می‌کند. بدین ترتیب نوجوانان اغلب به صورت ناآگاهانه رفتار می‌کنند و از این طریق سیستم موجود را دائماً و در هر لحظه بازتولید می‌کنند. هر اندازه این سازوکارها درونی‌تر شود، سیستم تضمین بیشتری برای تداوم خود دارد و بر عکس هر اندازه به جای درونی شدن از سازوکارهای قدرت مدارانه و بیرونی استفاده شود، سیستم شکننده‌تر، تداوم آن ضعیف‌تر و واقعیت آن سطحی‌تر می‌شود. در برخی موارد، حکومت‌ها با مشروعیت دادن به برخی سبک‌های زندگی، سبک‌های دیگر را زیر زمینی می‌کنند. وقتی این اتفاق می‌افتد، افراد جامعه دچار چندگانگی می‌شوند. لازمه‌ی زندگی در چنین محیطی تفکیک در حوزه‌ی زندگی خصوصی و رفتار عمومی است. افراد برای این که میان علایق خود و انتظارات محیط تعادل برقرار کنند، هویت‌های متکثر و چندگانه و حتی گاهی متضاد را برمی‌گزینند^[۵۴].

نسبت‌سنجی مناسبات سبک زندگی بر ارزش‌ها در نوجوانان

مهم‌ترین مفهومی که با مفاهیم هویت و سبک زندگی ارتباطی تنگاتنگ دارد، ارزش است. ارزش‌ها یکی از مولفه‌های بنیادین فرهنگ به حساب می‌آیند. چرا که فرهنگ از ارزش‌های اعضای یک گروه هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌کنند، تشکیل می‌شود. می‌توان گفت، که سبک‌های زندگی مرسوم در جامعه، یک جنبه از فرهنگ آن جامعه را شکل می‌دهند. در واقع ارزش، مفهوم بنیادین سبک زندگی است و سبک زندگی فرد بازتابی از ارزش‌های فرد و هنجارهایی است، که به این ارزش‌ها مربوط می‌شوند. ولی ارزش در واقع مفهومی پیچیده است که برای این که بتوان سبک زندگی را به درستی مورد تحلیل قرار داد، باید تمایزات مفهومی در این زمینه، به خوبی تعریف و شفاف شوند. بدین منظور در اینجا میان سه سطح مفهومی متفاوت سبک زندگی، از منظر ارزش، باید تمایز قائل شد: این سه سطح عبارتند از: سطح ارزش، سطح نگرش و سطح عمل. سطح ارزش از ایده‌های کلی در مورد شرایط و کیفیات مادی، زیباشناختی، اخلاقی و متافیزیکی تشکیل شده است. این ایده‌ها تقریباً توسط فرد و در سطح نگرش در یکدیگر ادغام می‌شوند. نگرش‌ها نیز در حالات مختلف از اعمال و رفتار وی آشکار می‌گردد. ارزش‌ها به طرق گوناگون و با رویکردهای متفاوتی دسته‌بندی شده‌اند که هر کدام از انواع این ارزش‌ها به یک نوع از اعمال و نگرش منتهی می‌شوند.

چارچوب مفهومی می‌سازند و همه مسائل را از آن چارچوب مفهومی برای مخاطب تفسیر می‌کنند و مخاطب پس از مدتی با رسانه "هم تحلیل" می‌شود و از آن چارچوب فکری- معرفتی به دنیا می‌نگرد. این بدان معنی است که رسانه تا حدود زیادی در شکل‌گیری نظام فکری و معرفتی افراد موثر است و در نهایت این نظام فکری است که پایه‌های سبک زندگی را مشخص می‌کند. از سویی دیگر رسانه‌ها و خصوصاً رسانه‌های دیداری و شنیداری مُدام در حال آموزش سبک زندگی هستند، این که مردم چگونه اوقات فراغشان را سپری می‌کنند، چیدمان منزلشان چگونه است، قرارهای گفتگو را در کافی‌شاپ می‌گذارند یا مسجد، سفرهایشان مجردی است یا خانواده محوریت دارد.

رسانه‌ها، دارای اثرات وسیع و گوناگونی هستند؛ از تأثیرات روانی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی گرفته تا دخالت در تغییر عقاید، ارزش‌ها، مهارت‌ها و سلیقه‌ها و به طور کلی، رسانه‌های همگانی نفوذ قدرت فرهنگی را شتاب و تنوع فراوانی داده اند و قدرت فرهنگی، توانایی افراد و یا گروه‌ها برای پدید آوردن معانی و ساخت شیوه‌هایی از زندگی است که برای دیگران جذابیت دارد. جامعه‌شناسان، رسانه‌ها را برآورنده نیازهای گوناگون جامعه می‌دانند؛ نیازهایی نظیر همبستگی، استمرار فرهنگی، مهارت اجتماعی، نیاز به گردش وسیع و دسترسی به انواع اطلاعات عمومی. بنابراین، افراد، رسانه‌ها را به عنوان یک همراه و مشاور امین، برمی‌گزینند و از آن‌ها حرف شنوی دارند. عده‌ای می‌گویند: بیننده، رفتاری مبتنی بر هدف و تا حدودی انتخاب‌کننده دارد و برنامه‌های تلویزیونی را بر مبنای نیازهایش، انتخاب می‌کند. آنان می‌گویند به ندرت اتفاق می‌افتد که مردم بدون فکر، پای تلویزیون بنشینند و هر چیزی را که تلویزیون پخش می‌کند، تماشا کنند. تحقیقات نیز نشان می‌دهد که تماشای تلویزیون به دو گونه هدفمند و غیر هدفمند، تقسیم می‌شود و آن‌ها که بدون هدف به تماشای تلویزیون می‌نشینند، دل بستگی بیشتری به آن دارند و بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند.

سهولت برقراری ارتباط از طریق فضای مجازی و گستردگی این شبکه این امکان را برای کاربران و نوجوانان فراهم می‌سازد تا به تعاملات در سطح جهانی بپردازند. در این فضا، افراد با کسانی احساس صمیمیت و نزدیکی می‌کنند؛ از آن‌ها تأثیر پذیرفته و بر آن‌ها تأثیر می‌گذارند که هرگز آن‌ها را ملاقات نکرده‌اند؛ اما از افراد آشنای خانه خود دور می‌شوند. درحالی‌که حلقه آشنایان افراد به میزان قابل توجهی افزایش یافته است؛ اما با دوستان مجازی بیشتر از همکاران و آشنایان واقعی ارتباط برقرار می‌کنند. استفاده فراگیر از شبکه‌های اجتماعی در عصر حاضر موجب شده است که فردگرایی نوینی گسترش پیدا کند که با افزایش تعامل اجتماعی محلی با جامعه جهانی نیروی سنت و ارزش‌های مستقر را کاهش دهد. به این ترتیب، ضوابطی که پیش‌تر انتخاب نوجوانان در خانواده‌ها را هدایت می‌کرد، سست شده است و آنان را ناچار نموده، فعالانه هویت خویش را بسازند؛ چراکه تغییر سریع هنجارها حاکم بر خانواده، فرایند تغییر هویت و انواع سبک‌های زندگی نوین را ایجاد کرده است.^[۵۷]

کاهش گفت‌وگو با والدین و افزایش زمان سپری‌شده در فضای مجازی باعث می‌شود نوجوانان از دوستان مجازی خود تأثیر

بخش‌های مختلف زندگی، دهکده جهانی مک لوهان را از تخیل به واقعیت نزدیک‌تر کرده است. فضای واقعی، اجتماعی از تعاملات و روابط گوناگون است. برخی از این روابط به درون خانه و خانواده محدود می‌شود و برخی دیگر از فضای کوچک خانواده فراتر رفته و به تعاملات اجتماعی می‌رسند. سرعت تغییرات متأثر از فضای مجازی تقریباً نگران‌کننده است. در هر امر شناخته‌شده‌ای ردپای از دنیای مجازی به چشم می‌خورد. خانواده نیز به‌عنوان مقدس‌ترین و نخستین گروه اجتماعی از تأثیرات فضای مجازی مصون نیست.

رابرت پاتنام (Putnam) بر این باور است که «رسانه‌ها تصویر خشنی از دنیای اطراف ما ارائه می‌دهند و نوعی احساس ناامنی را موجب می‌شوند که نتیجه آن، بی‌اعتمادی است و مواردی از قبیل کاهش کارهای داوطلبانه اجتماعی و خدمت به انسان‌های نیازمند ناشی از دل‌مشغولی‌های بیش‌ازاندازه مردم به برنامه‌های تلویزیون، رادیو و به‌ویژه اینترنت است». وی معتقد است رسانه‌های جمعی بیشترین اثر نابودکننده را بر خانواده می‌گذارند؛ چنان چه با گسترش استفاده از تلویزیون در مناطق روستایی و محلات کم‌درآمد مناطق شهری، شکل جدیدی از سرگرمی ظهور کرد که منجر به کاهش راه‌های ارتباطی چهره به چهره، خصوصی کردن اوقات فراغت و در نتیجه، دور کردن افراد از خانواده و بازداشتن آن‌ها از شرکت در اجتماعات گوناگون و فعالیت‌های مدنی شد.

دی فلور (Di-fleur) و بال روکیچ (Ball-Rokeach) در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است، مجرای که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد تا مجرای که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است. با کمک این نظریه می‌توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد، بدین صورت که کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم‌اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش ارزش‌ها و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر شود.

با توجه به مطالب ذکرشده می‌توان گفت فضای مجازی با جذابیت‌ها و قابلیت‌های متنوع بر زندگی مخاطبانش تأثیرات گسترده‌ای می‌گذارند. ماهیت روابط گذشته را تغییر داده و روابط شکل تازه‌ای به خود می‌گیرند. فضای مجازی و رسانه‌های جمعی، ارتباطات با نزدیک‌ترین افراد و اعضای خانواده را نیز تحت تأثیر قرار داده متحول می‌سازند.

درباره نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری سبک زندگی چند نظریه وجود دارد: نخست نظریه دروازه‌بانی خبر در رسانه (Gatekeeper). این نظریه می‌گوید رسانه همه چیز را نمی‌گوید بلکه برخی مسائل را که با راهبردهای او همخوانی دارد، پخش و منتشر می‌کند. نظریه دوم نظریه برجسته‌سازی (Agenda setting) است. این نظریه می‌گوید رسانه‌ها از میان همه محتوا و اخباری که پخش می‌کنند، برخی مسائل را برجسته‌تر می‌کنند؛ در حالی که ممکن است این مسئله در واقعیت این گونه نباشد. نظریه سوم نظریه چارچوب‌سازی (framing) است. این نظریه می‌گوید رسانه‌ها برای مخاطب یک

کاهش باید. خاطرات مشترک والدین و فرزندان کم‌تر و بعد انفرادی فرد تقویت شود. در نهایت مشاجرات و تنش‌های طولانی‌مدت، سوء تفاهم‌ها و کاهش اشتراکات عاطفی، فکری، اطلاعاتی موجب گسست خانواده شود. از سوی دیگر بحران هویت، تمایل به دیده شدن، عدم توجه به علائق نوجوانان از سوی اعضای خانواده و جبران کاستی‌های زندگی حقیقی موجب می‌شود، افراد خود را در دنیای مجازی غرق کنند و در دنیای واقعی به فردی انزواطلب تبدیل شوند. این در خود فرورفتگی و اعتیاد به فضای مجازی در اثر جذابیت‌ها و قابلیت‌های منحصر به فرد آن، از جمله تأثیرات سو فضای مجازی بر روابط اجتماعی نوجوانان نیز اثر گذار بوده است و باعث شکاف عمیق و گسست نسلی گشته است. یافته‌های پژوهش حاضر حاکی از آن است که فضای مجازی بسته به نوع و میزان استفاده از آن موجب پدید آمدن آسیب‌هایی هم چون اعتیاد به فضای مجازی، سردی روابط و مشاجرات و تنش‌های درونی، تعارض و تزلزل ارزشی و افسردگی و انزوای اجتماعی نوجوانان می‌شود.

منابع و مآخذ

1. Ahmadi N. The role of the media in promoting citizenship. *Journal of General Culture*. 2005; No. 42.
2. hmadnia SH. A Sociological Study of the Effects of Virtual Social Networks on Family Relationships. *Journal of Prevention Approach*. 2018; 0(1), 21-34.
3. Adiban M. Collecting and categorizing issues of public culture of the country. *Supreme Council of the country*. 2009.
4. Adib Y, et al. The Role of Religious Education in Achieving World Peace, *Journal of Cultural Engineering*. 2010; No. 48-47.
5. Eftekhari A. *Proceedings of the Media Conference on Political Stability*, Tehran, Institute for Political Studies. 2002.
6. Bakhtiari A, Nasiri B. An Investigation of the Impact of Social Media on Iranian Family Lifestyle with Emphasis on the Risks and Damages of Social Media. *Urban Management*. 2017; 15 (45): 475-488.
7. Baker J S. *Social Capital and Management*, Translated by Mehdi Alvani, Tehran, Cultural Research Office. 2003; No. 7.
8. Bourdieu P. *Forms of Social Capital in the book Social Capital, Trust, Democracy and Development in Iran*, Tehran, Institute for Research and Development of Humanities. 2005.
9. Paya A. *The Plan to Revive Scientific Thinking in Public Culture*, Rahyat Quarterly. 1999; No. 18.

بیشتری پذیرند. فضای مجازی موجب تقویت بعد فردی شخصیت می‌شود و هر فرد بک‌رشته نگرش‌ها، علائق و ذائقه منحصر به فردی می‌یابد. گاهی اعتیاد و وابستگی بیش‌ازحد به فضای مجازی باعث می‌شود این اختلافات تا حدی پیش رود که موجب جدایی عاطفی والدین از فرزندان و یا طلاق زوجین شود. وابستگی بیش‌ازحد به فضای مجازی که موجب ناپایداری و فروپاشی خانواده‌ها می‌شود؛ در اثر عواملی چون بی‌علاقگی به شغل و رشته تحصیلی، سرخوردگی‌های عاطفی، تنهایی در محیط خانه و خانواده، افراط و تفریط اعتقادی و اخلاقی، نقص و بیماری شدید که مانع حضور فعال در دنیای واقعی است، اضطراب، مشکلات و محدودیت‌های اجتماعی، اقتصادی، عاطفی به وجود می‌آید. اگر این احساس وابستگی و اعتیاد در نوجوان کنترل نشود؛ موجب خستگی، کم‌تحرکی اجتماعی، افسردگی، گوشه‌گیری و در نهایت انزوای اجتماعی و کاهش برقراری روابط سازنده با دیگران و به خصوص اعضای خانواده می‌شود.

عدم توجه کافی والدین به نوجوانان می‌تواند مقدمه‌ای برای پناه بردن به فضای مجازی باشد. فرزندان در گروه‌های سنی متفاوت رهانشده یا رها کننده خانواده‌های گسست یافته از فضای مجازی‌اند؛ یا پدر و مادر آنان و خود را رها کرده و فقط در فضای مجازی مشغول‌اند و یا این خود نوجوانان هستند که کانون گرم خانواده را رها کرده و در دنیای سرد مجازی سرگردان‌اند. به‌رحال این استفاده کنترل نشده موجب شکاف میان اعضای خانواده می‌شود، انزوا، پرخاشگری و تعارضات اخلاقی اعضای خانواده را افزایش می‌دهد. ممکن است تنوع‌طلبی‌های عاطفی و جنسی نیز کانون خانواده را به خطر انداخته موجب گسست خانواده در قالب جدایی و طلاق در اثر ارتباط یکی از زوجین با شخص ثالث شود.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف بررسی رابطه تأثیرات سبک زندگی مدرن و گسترش فضای مجازی بر فرهنگ، هویت و ارزش‌های نوجوانان با روش توصیفی-تحلیلی انجام گرفت. تحولات عمیق فرهنگی، هویتی و ارزشی در سایه گسترش ارتباطات مجازی، موجب تغییرات وسیع الگویی در کنش‌های اجتماعی گشته‌اند. مفهوم سبک زندگی، پس از جنگ جهانی دوم با ایجاد دولت رفاه و گسترده‌ی ابزار فرهنگی به سپهر مفاهیم اجتماعی وارد شد. "سبک زندگی" مفهومی بسیار مهم است که اغلب برای بیان "روش زندگی مردم" توأم با طیف کاملی از ارزش‌ها، عقاید و فعالیت‌های اجتماعی است و می‌توان گفت سبک زندگی از الگوهای فرهنگی، رفتاری و عاداتی شکل می‌گیرد که افراد به طور روزمره آن‌ها را در زندگی فردی و اجتماعی خود به کار می‌گیرند. دگردیسی‌های عمیق زندگی اجتماعی به مثابه تغییرات ساخت‌شکناکه تحولات ابزاری، باعث تغییرات بنیادین و اساسی در زیست‌مان دنیای معاصر گشته است. نوجوانان به دلیل قرار گرفتن در برزخ زندگی و ابهامات جدی در معنای زندگی و آشننگی هیجانی، عاطفی این دوران در معرض بیشترین آسیب‌پذیری قرار دارند. سبک زندگی مدرن امروزی باعث شده است تا روابط خانوادگی به سردی سوق یابد، ارتباطات عاطفی و گفتمان درون خانواده‌ای

25. Azimi Resta, Abedzadeh Nubarian M. Investigating the Factors Affecting Emotional Divorce Among Couples in the Family. Iranian Sociological Studies. 2014; 3(10): 31-46.
26. Amouie M. Ethics and Societies, People's Magazine, October and November. 2010.
27. Fallahi A. Qualitative and quantitative analysis of the impact of virtual social networks on family structure. Women & Family. 2016; 11(35): 151-170.
28. Kouch D. The Concept of Culture in the Social Sciences, Translated by Fereydoon Wahid, Tehran, Soroush Publications. 2013.
29. Coen B. Fundamentals of Sociology, translation by Gholam Abbas Tavassoli and Fazel. 2000.
30. Clement K. Towards a Sociology of Security, Translated by Mohammad Ali Ghasemi, Quarterly Journal of Strategic Studies. 2005; No. 2.
31. Kiani M. Internet and Virtual Networks. Tehran: Honesty. 2015.
32. Giddens A. The Consequences of Modernity, Translated by Mohsen Salasi. 1998.
33. Giddens A. Abandoned World, translation by Ali Asghar Saeedi, Tehran, Development Publishing. 2004.
34. Giddens A. Sociology (translation by Manouchehr Sabouri). Tehran: Ney Publishing. 2006.
35. Gay Roche. Social Action, Translated by Homa Zanjani, Mashhad, Ferdowsi University. 1992.
36. Proceedings of the Iranian Islamic Model of Progress Conference. Tehran, Institute for Research in Culture and Islamic Thought. 2013; Vol. 4.
37. Proceedings of the Conference on Social Behavior Patterns in the Holy Quran. Islamic Azad University of Shahr. 2010.
38. Proceedings of Social Capital and Development in Iran. Tehran Institute of Higher Education and Research Management and Planning. 2013.
39. Mozafari Nia SA, Ghasemi Pour M. (1396). Investigating the Relationship between Lifestyle and Emotional Divorce in Ilam. Ilam Culture. 2018; 18:(56 and 57), 171-191.
40. Mahdavi Kenny, MS. Religion and Lifestyle, Doctoral Thesis, Imam Sadegh University. 2005.
41. Morin A. Human Identity, translated by Amir Nikpay, Ghasideh Sara, Tehran. 2003.
42. Ministry of Interior. Assessing Iranian Social Capital, Ardabil Province, Tehran, Institute of Culture, Art and Communication. 2015.
10. BishgahZadeh A. Internet Interaction and its Impact on Public Culture, Journal of Cultural Research. 2009; No. 7.
11. Ja'fariHarandi and et al. Investigating the Ratio of Globalization to Citizenship, Journal of Cultural Engineering. 2011; No. 51-52.
12. Chitsaz, MA, Salek S. Sociological study of the effects of new virtual networks on individual and social life. Cultural Engineering. 2016; 10(86): 105-126.
13. Hafiznia MR. The geopolitical conceptualization of the Internet and cyberspace. Geopolitics. 2012; 7(1): 1-13.
14. Hussein Pour J, Arabian Momeni A. The Impact of Virtual Social Networks on Family Entity Identity. Welfare and Social Development Planning. 2018; 8(32): 33-60.
15. Khorshidian R and et al. The Role of the Media in Guiding Public Culture, Media Culture. 2014; No. 2.
16. Delshad Tehrani M. The lifestyle of the Supreme Prophet (PBUH), Qom, the publication of education. 2015.
17. Rajabzade A. An Introduction to the Concept of Public Culture, Public Culture, Tehran. 1997; No. 7.
18. Salvation Y. Sociological Study of Factors Affecting Youth Lifestyle, MSc Thesis, Isfahan University. 2009.
19. Rezaeizadeh M. (2010). Fundamental Culture Assumptions, Journal of Cultural Engineering. 2010; No. 12.
20. Rouhani Sarraf J, Zawrati M. The Religious Value of Islam and Social Capital, Tehran, Institute for Research and Human Development. 2008.
21. Sadeghzadeh Ghamsari AR, Ahmadifar M. (2010). Challenges and Opportunities for Religious Education in the Age of Globalization, Cultural Engineering Monthly. 2010; No. 46.
22. Safar H. (2015). The Role of Modeling in Promoting Public Culture from the Perspective of the Qur'an, Proceedings of the First National Qur'an Conference on the Development of the Humanities. 2015.
23. Taherpour M. Strategies for Promoting Hijab and Chastity in Society, Cultural Engineering Monthly. 2010; No. 46-45.
24. Abdolmaleki J, Khorasani A. Citizenship Education in Outputs of the Secondary Education System, Farhang Monthly. 2010; No. 56.

51. Schepherd S, Belicki K. Trait Forgiveness and Taitedness within the HEXACO model of Personality. *Personality and Individual Differences*. 2008; 389-394.
52. Worthington L, Witvliet CV, Miller A. Forgiveness, health, and Well-being: A Review of Evidenece for Emotional Versus Desisional Forgiveness, Dispositional Forgivingness and Reduced Unforgivness, *Journal behavior med*. 2007; 291-302.
53. Recine AC, Werner JS, Recine L. Health Promotion though Forgiveness Intervention, *Journal of Holistic Nursing in Press*. 2009; 27(2):23-115.
54. Wright G. An Experimental Study of the Effects of Remote Intercessory Prayer on Depression. *Doctoral Dissertations and Projects*. liberty University. 2006.
55. John OP, Gross JJ. Healthy and Unhealthy Emotion Regulation: Personality Processes, Individual Differences, and life Development, *Journal of Personality*. 2005; 72(6): 1031-1334.
56. Worthington EL, Scherer M. Forgiveness is an Emotion-Focused Coping Strategy that Can Reduce health risks and promote health resilience: theory, review, and hypotheses, *Psychology and Health*. 2004;19(3): 385-504.
57. Witvliet CV. Unforgiveness, Forgiveness and Justice Scientific Fhnding on feeling and Physiology, In E. L. Worthington (ed), *Handbook of forgiveness*2003; 7(4):305-319.
43. Rosengren, K, E. *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles (Communication and Society)*, London and New York: Rutledge. 1994.
44. Farrow TF, & etal. Investigating the functional anatomy of empathy and forgiveness. *Neuroreport*. 2001;12(11):2433-8.
45. Newberg A, & etal. The neuropsychological correlates of forgiveness. in M.E. Mcculogh (ed), *Forgiveness: theory, Research and Practice: Guilford Publication*p.2000.
46. Neto F. *Personality and Individual Differences*, 2007; 43(8):2313-2323.
47. Lawler-Row KA. Piferi RL. The forgiving personality: Describing a life well lived? *Personality and Individual Difference*. *Journal Article Database: PsycINFO*. 2006; 41(6), 1009–1020.
48. Suwartono C, Prawasti CY, Mullet E,. Effect of culture on forgivingness: a Southern Asia-western Europ Comparson, *Personality and Individual Differences*. 2007; 42(3). 513-523.
49. Wade NG, Bailey DC, & Shaffer P. *Helping Clients Heal: Does Forgiveness Make a Difference? Professional Psychology: Research and Practice*. 2005; 36(6), 634–641.
50. Ashton MC, Goldberg R. The IPIP-Hexaco scales: An alternative, public-domain of personality construct, in the Hexco model, *Personality and Individual Differences*. 2007; 1515-1526.