فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۱۹، شماره ۱، پاییز ۱۴۰۳، صفحات ۳۵۴-۳۱۳

تبیین جامعه‌شناختی هویت بریکولاژ (هویت ترکیبی یا چند رگه‌ای) در بین جوانان شهر یاسوج در سال ۱۴۰۰

محمد حاتمی‌کیا[۱]، دکتر علی هاشمیان‌فر[۲]، دکتر منصور حقیقتیان[۳]

تاریخ وصول: ۱۴۰۳/۷/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۴

چکیده:

هویت بریکولاژ یکی از پدیده‌های نوظهور جدید می‌باشد که بر اساس تغییرات فرهنگی و اجتماعی مدرنی که در نظام جهانی بوجود آمد، رفتارهای هویتی جوانان اکثر نقاط کره زمین را تحت شعاع قرار داده است. هویت بریکولاژ در جامعه ایرانی ترکیبی از عناصر هویت اسلامی، ایرانی و مدرن را در هم آمیخته است. پژوهش پیش رو به منظور بررسی و تبیین جامعه‌شناختی هویت بریکولاژ در بین جوانان سنین ۳۰-۱۸ ساله شهر یاسوج به روش پیمایشی صورت گرفت و داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته از نمونه‌ای ۳۵۰ نفری با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای از جوانان شهر یاسوج گردآوری شد. روایی پرسشنامه براساس ضریب آلفای کرونباخ (هویت بریکولاژ ۰/۷۲) و اعتبار آن بر اساس نظرات افراد متخصص صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین پذیرش فرهنگ جهانی شده، سبک زندگی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مصرف فرهنگی با هویت بریکولاژ رابطه معناداری وجود دارد. بر همین اساس اثرات مستقیم و اثرات غیر مستقیم این متغیرها مورد بررسی قرار گرفت.

مفاهیم کلیدی: *هویت بریکولاژ، جوانان، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مصرف فرهنگی، سبک زندگی، پذیرش فرهنگ جهانی شده*

---

[۱] دانشجو دکتری جامعه‌شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهاقان، ایران hatami.2008@yahoo.com

[۲] دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول) j.hashemian@ltr.ui.ac.ir

[۳] دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد دهاقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهاقان، ایران
mansour_haghighatian@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

فرایند تغییر و تحول همواره در زندگی بشر نقش مهمی ایفا کرده است. در گذشته، به دلیل کندی این تغییرات، تأثیرات آن نیز کمتر محسوس بود، اما امروزه این فرآیندها با سرعت بیشتری در حال وقوع‌اند. گسترش وسایل ارتباطی و رسانه‌ها موجب شده‌اند که فرهنگ‌ها به راحتی و به‌طور گسترده‌ای منتقل شوند و مرزهای فرهنگی را تا حدودی محو کنند. این وضعیت می‌تواند پیامدهای مثبت و منفی به همراه داشته باشد. تغییرات و تحولات اساسی همواره بر جنبه‌های مختلف زندگی تأثیر گذاشته و به‌ویژه بر فعالیت‌های فردی و شکل‌گیری هویت افراد تأثیرگذار بوده است. از آغاز خلقت، انسان و جایگاه او در کانون توجهات قرار داشته و این موضوع به‌خصوص در قرن حاضر به یکی از محورهای اصلی ادبیات و تحقیقات تبدیل شده است. مطالعات تجربی و نظری متعدد نشان می‌دهد که نظام هویتی ایرانیان طی صدسال گذشته با چالش‌های جدی مواجه شده است. فرایندهای نوسازی و مدرنیزاسیون در ایران، این جامعه را با ارزش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی جدیدی روبه‌رو کرده و روند جهانی‌شدن در دهه‌های اخیر، بر شدت و تنوع مسائل هویتی افزوده است. در نتیجه، این تحولات نه‌تنها بر هویت فردی بلکه بر هویت جمعی نیز تأثیر گذاشته و پرسش‌های جدیدی را در این زمینه مطرح ساخته است (*Ganji & et. al, 2022:316*). این عوامل باعث شده‌اند که هویت ایرانیان از ساختار ساده با محوریت ایران بودن به ساختار پیچیده و ترکیبی با عناصر مدرن اسلامی و ایرانی تغییر کند. تحت تأثیر جهانی‌شدن شاهد تجلی هویتی چندوجهی هستیم و صور گوناگون هویت ایرانی در سطح جهانی، ملی و فردی خودنمایی می‌کند.ایرانیان هم مسلمان هستند و هم جهانی، درعین‌حال هم مذهبی‌اند و هم مدرن (*Azadarmaki, 2007:136*)؛ فرهنگ رجایی در ادامه همین نگرش با نگاه جامعه‌شناسی تاریخی و انتقادی مدعی است: « ایرانیان طی یکی دو سده اخیر یک پای در سنت دارند و یک پای در مدرنیته، هم سنتی‌اند هم مدرن، نه مدرن‌اند و نه سنتی؛ لذا هویت مشکله ایرانیان بوده است» (*Rajaei, 2023:25-28*). در مجموع باید گفت که متأثر از نظم و نفوذ مدرنیته و پس از آن پسامدرنیته، هنجارهای فرهنگی و اجتماعی کشورهای مختلف ازجمله ایران در مسیر تغییر و تحولات قرار گرفته است. شاکله فرهنگی، اجتماعی و هویتی ایران متشکل از رنگین‌کمانی از اقوام، مذاهب، زبان‌ها و ... است که از شرایط مذکور متأثر شده است. در این شرایط نه تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم جوامع مختلف را تحت تأثیر قرار داده، بلکه چارچوب‌های نمادین آن‌ها را نیز دگرگون ساخته، و باورها، ارزش‌ها، سنت‌ها، قواعد و رسوم اخلاق مذهبی ـ ملی را پیوسته مورد سؤال و تردید و تضعیف قرار می‌دهد

(*Fokouhi, 2019:232*). بنابراین هویت‌های اجتماعی سیال‌تر از گذشته شده‌اند و انسان‌ها هویت خود را در جریان آرامش خطا و چهل‌تکه‌سازی (بریکولاژ) به تعبیر شایگان (۱۳۷۹)، و نه از طریق پذیرش آنچه از گذشتگان به آن‌ها رسیده است، می‌سازند (*Ganji & et. al, 2022:317*)؛ بریکولاژ بدین معنی است که در دوران پست‌مدرن امروز، انسان به دنبال همان هویت تکه‌تکه است. هویت، دیگر امری موروثی نیست، بلکه اکتسابی و حاصل معاشرت و زندگی کردن با دیگران است و تمام نگاه‌ها معطوف به روندی است که هویت، در جریان آن ساخته و پرداخته می‌شود (*Hashemianfar & Chini, 2016:10-11*). جوانان به واسطه روح انتقادی و آرمان‌گرایی خود، در معرض تأثیرات ناشی از جهانی‌شدن فرهنگ و تغییرات اجتماعی قرار دارند. این وضعیت باعث می‌شود که آن‌ها به تفکرات و ارزش‌های التقاطی روی آورند و در دور باطل این تحولات گرفتار شوند. لذا بررسی این پدیده از منظر آسیب‌شناسانه ضرورت دارد. در استان کهگیلویه و بویر احمد و شهر یاسوج، با توجه به بافت سنتی و نیمه‌مدرن حاکم، شرایط اقلیمی خاص و مسائل امنیتی، همچنین ورود گردشگران داخلی و خارجی، شاهد تغییرات اجتماعی و فرهنگی متعددی هستیم. سیل مهاجرت از روستا به شهر، گسترش حاشیه‌نشینی، و نزاع‌های قومی و قبیله‌ای، همه این عوامل به شکل‌گیری هویت بریکولاژ در این منطقه کمک کرده است. این هویت جدید تأثیرات عمیقی بر حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی گذاشته و به‌ویژه در زندگی جوانان، در زمینه‌هایی نظیر سبک زندگی، وضعیت پوشش، و سازه‌های هویتی به وضوح نمایان است. در این راستا، بررسی دقیق و علمی این پدیده‌ها می‌تواند به فهم بهتری از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این جامعه کمک کند.

محقق با هدف تقویت و پایدارسازی هویت بومی در شرایطی که تعاملات جهانی و منطقه‌ای به‌طور فزاینده‌ای در حال گسترش هستند، به تبیین جامعه‌شناختی هویت بریکولاژ (هویت ترکیبی یا چند رگه‌ای) پرداخته است. این تحقیق به دنبال بررسی اثر متغیرهای پذیرش فرهنگ جهانی شده، سبک زندگی، استفاده از شبکه اجتماعی و مصرف فرهنگی بر هویت هویت بریکولاژ (هویت ترکیبی یا چند رگه‌ای) بوده به‌طوری که تغییر ساختار جامعه مورد بررسی از سنتی به مدرنیته و برخی از پیامدهای ناشی از تأثیر دنیای مدرنیته بر ساختارهای سنتی از جمله بحث هویت و به‌طور خاص هویت ترکیبی و چند رگه‌ای می‌تواند از جمله مسائل و مشکلات فرهنگی و اجتماعی جامعه مورد بررسی باشد. محقق معتقد است پرداختن به چنین موضوعی از این نظر که تأثیر متغیرهای فوق‌الذکر را بر ظهور پدیده هویت ترکیبی یا چند رگه‌ای مورد بررسی قرار می‌دهد از اهمیت و ارزش خاصی برخوردار بوده بخصوص در ابعاد سبک زندگی و مسائل فرهنگی و جهانی‌شدن، تا بر اساس نتایج آن بتوان

به‌طور عملی و راهبردی برای اقدامات خاص از طرف نهادهای فرهنگی و اجتماعی استان و همچنین سازمان‌های ملی مورد بهره‌برداری قرار گیرد. کنند.

پیشینه تحقیق

با توجه به تأثیرات گسترده و نفوذ عناصر گوناگون فرهنگی در سطح جهانی، مسائل مربوط به تعارضات هویتی و شناسایی ابعاد بین‌الاذهانی و عملی هویت در کشورهای مختلف به موضوعاتی مهم تبدیل شده‌اند. این موضوع به‌ویژه در کشور ایران که دارای هویت و فرهنگی خاص و متمایز از سایر کشورهاست، بیشتر به چشم می‌خورد. پس از انقلاب اسلامی در ایران، توجه به این مسئله افزایش یافته و اهمیت آن بیش از پیش نمایان شده است. در این راستا، تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور به این موضوع پرداخته‌اند. در ادامه، به برخی از تحقیقات برجسته در این زمینه اشاره خواهد شد.

الف) تحقیقات داخلی

کوثری (۱۳۸۳)، در تحقیقی تحت عنوان «جهانی‌شدن، هویت و بریکولاژ فرهنگی، هویت ملی و جهانی‌شدن» به این نتیجه دست یافته است که در دنیای امروز، براثر گسترش ارتباطات، نمی‌توان مانع از رواج مدل‌های غربی در جامعه شد. زیرا، نوعی بریکولاژ دائمی فرهنگی بر اثر زیاد شدن ارتباطات فیزیکی و الکترونیکی در حال شکل‌گیری است.

ذکایی و آرانحی (۱۳۸۴)، در مطالعه‌ای تحت عنوان خرده فرهنگ یا مصرف فرهنگی، پژوهشی در بین دختران دانش‌آموز شهر تهران که بر روی نمونه‌ای معرف از دانش‌آموزان دختر دبیرستانی شهر تهران صورت گرفته، میزان گرایش دختران نوجوان به رفتارهای خرده فرهنگی را در دو سطح عینی و ذهنی بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که درصد بالایی از پاسخ‌گویان از افراد بسیار موافق پوشیدن لباس‌ها و مدهای جدید و داشتن حق انتخاب لباس و مد بوده‌اند. نگرش مثبت به داشتن اندام‌های متناسب از جمله رفتارهای خرده فرهنگی[1] بوده است که در میان پاسخ‌گویان بیشترین موافقت و کمترین مخالفت را داشته است.

احمدنیا (۱۳۸۵)، در تحقیقی تحت عنوان هویت با تأکید بر مصرف به نتایجی دست یافت. وی نتیجه می‌گیرد که فشارهای فرهنگی[2] از جمله مهم‌ترین عواملی است که در گرایش زنان به تناسب اندام اثر می‌گذارد. وی معتقد است تأثیر فشارهای فرهنگی در سطح

[1] subcultural behaviors
[2] cultural pressures

بین‌المللی از طریق رسانه‌های جمعی تشدید می‌شود؛ به‌طوری که ارزش‌های خاص مرتبط با اشکال و اندازه‌های بدنی ایده‌آال و مطلوب، در رفتارهای افراد اثر می‌گذارد که نمونه بارز آن، اهمیت باریک اندامی در جوامع غربی است که به جامعه ایران نیز سرایت یافته است.

نوذری (۱۳۸۵)، در مقاله‌ای با عنوان نگاهی تحلیلی به روند تحول مفهوم هویت در قالب‌های سه‌گانه هویت سنتی، مدرن و پست مدرن به بررسی سه گونه و قالب هویتی گذشته یا سنتی، حال یا مدرن، و آینده یا پسامدرن، در فرایند تحولات تاریخ اجتماعی، فرهنگی و در بسترهای مناسبات سیاسی و اقتصادی پرداخته است. محقق با توصیف این سه نوع هویت، در جمع‌بندی، این نکته را بیان می‌کند که هویت از یکسانی به تکثر سیر کرده است.

ذکائی (۱۳۸۶)، در تحقیقی تحت عنوان جوانان مصرف‌گرا به این نتایج رسید که جوانان مصرف‌گرا، محروم بودن از استفاده از لباس‌های مورد علاقه با سایز کوچک را نوعی محرومیت جدی تلقی می‌کنند. بدن نقش واسطی را بین مصرف و هویت فرد ایفا می‌کند و به مکان اصلی نمایش تفاوت‌ها تبدیل شده است. در این راستا، فرهنگ مصرفی، منابع فرهنگی و نمادین بسیاری را برای مدسازی شخصی در اختیار افرادی قرار می‌دهد که بدن برای آنها اهمیت دارد.

سروستانی و قادری (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای با عنوان ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی هویت دانشجویان بر مبنای مؤلفه‌های سنتی و مدرن با رویکردی جامعه‌شناختی ابعاد هویت دانشجویان را بررسی کرده‌اند. این پژوهشگران به منظور بررسی ابعاد هویت دانشجویان، با توجه به دیدگاه نظریه‌پردازان ایرانی، حوزه هویت را عرصه مواجهه سنت و مدرنیته و این پدیده را یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اثرگذار بر هویت ایرانی در نظر گرفته‌اند. به بیانی دیگر، ابعاد هویت دانشجویان در این مقاله، با توجه به مؤلفه‌های سنتی و مدرن، در کانون توجه قرار گرفته است. روش مطالعه پیمایش و گردآوری اطلاعات مبتنی بر پرسش‌نامه است. بر اساس نتایج تحقیق، هویت دانشجویان نه سازهای تک‌بعدی (سنتی یا مدرن)، بلکه سازهای پیوندی متشکل از مؤلفه‌هایی از هر دو بعد سنتی و مدرن است.

محمدپور و بهمنی (۱۳۸۹)، نشان داده است که پاساژ صرفاً مکان مصرف کالاهای متعارف نیست، بلکه فضایی نشانه‌شناختی و نمادی شده است برای مصرف نشانه‌ها، مصرف متظاهرانه، پرسه‌زنی، هویت‌یابی، مقاومت و تمایز جنسیتی و دوست‌یابی. از این منظر، مصرف کالاها در بسیاری موارد یکی از رفتارهای حاشیه‌ای و فرعی در فضای پاساژ است.

سحابی و آقا بیک‌پوری (۱۳۸۹)، در تحقیقی تحت عنوان، بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی‌شدن بر هویت قومی جوانان ۲۹-۱۵ ساله شهر بوکان به این نتایج رسیدند که با قوی‌تر شدن میزان نگرش به جهانی‌شدن، هویت قومی افراد تضعیف می‌شود.

محسنی تبریزی و هاشمی (۱۳۹۰)، در تحقیقی تحت عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان به روش پیمایشی به این نتیجه رسیده‌اند که اینترنت بر آرایش، مدل لباس، افزایش باورها و شیوه‌های زندگی (سبک زندگی) تأثیر اساسی داشته است.

هاشمیان‌فر و همکاران (۱۳۹۵)، در تحقیقی تحت عنوان عوامل مؤثر بر هویت بریکولاژ با تأکید بر فرهنگ مصرف در شهر اصفهان با استفاده از روش پیمایشی و نمونه آماری ۳۹۷ نفر از جوانان به این نتایج دست یافتند: نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد ۸۶٪ درصد از جوانان مورد مطالعه دارای هویت بریکولاژ بوده و میانگین فرهنگ مصرفی بین آنها روی یک مقیاس پنج درجه‌ای ۳/۱۶ و در حد متوسط رو به بالا می‌باشد. آزمون فرضیه‌ها بیانگر آن است که بین متغیرهای گرایش مذهبی، مصرف آرایشی، پرسه‌زنی، تناسب اندام، جراحی پلاستیک، تبلیغات، مدگرایی، سن، تحصیلات و هویت بریکولاژ رابطه معنادار وجود دارد، اما بین اعتماد به نفس و هویت بریکولاژ رابطه‌ای مشاهده نمی‌شود. نتایج رگرسیون بیانگر آن است که بر حسب ارزش بتا به ترتیب مدگرایی، گرایش مذهبی، تحصیلات، تناسب اندام و سن بیشترین تأثیر را در تبیین هویت بریکولاژ داشته‌اند.

نسترن (۱۳۹۵)، نشان داده است که با فشردگی زمان و مکان و فزونی آگاهی و اطلاعات در عصر «جهانی‌شدن»، برخورد و رویارویی میان فرهنگ‌ها افزایش خواهد یافت که این برخوردها، به بریکولاژ شدن فرهنگ‌ها و هویت‌ها منجر می‌شود.

افشاریان (۱۳۹۶)، در تحقیقی تحت عنوان: پیش‌بینی شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان دختر نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش اساسی در شکل‌گیری هویت مدرن ایفا می‌کند.

گنجی و همکاران (۱۴۰۱)، در تحقیقی تحت عنوان: عوامل مؤثر بر هویت بریکولاژ در بین نوجوانان و جوانان شهر کرج با استفاده از روش پیمایشی و نمونه ۳۹۱ نفری با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای از نوجوانان و جوانان شهر کرج گردآوری شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هویت بریکولاژ بر حسب جنسیت و تحصیلات متفاوت است و بین میل به زیباسازی بدن، مصرف متظاهرانه، سبک تفریحی تجمل‌گرایانه و سبک فراغتی با هویت بریکولاژ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین، براساس نتایج تحلیل رگرسیون

لجستیک، میل به زیباسازی بدن و سبک تفریحی تجمل‌گرایانه دارای تأثیر مثبت و مستقیم و سبک تفریحی پاتوق محور دارای تأثیر منفی و غیر مستقیم بر هویت بریکولاژ بوده‌اند.

ب) پیشینه خارجی

Long & Chen (2007)، در پژوهشی با عنوان تأثیر اینترنت بر رشد خودهویتی جوانان نشان داده‌اند که کاربرد اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نه تنها بر ابعاد رشد هویت تأثیر گذاشته، بلکه شیوه‌های جدیدی از درک صورت‌بندی هویت نیز در میان آنان مشاهده شده است.

Mary Al-Majlid (2008)، در تحقیقی تحت عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر روی تغییر هویت و سبک زندگی در بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان منطقه میدوستون عضو شبکه اجتماعی مای اسپیس انجام داده است، نشان می‌دهد که عضویت و حضور در مای اسپیس چگونه سبب تغییر سبک زندگی اعضای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تغیر هویت آنان می‌شود و میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با نوع پیام‌ها و عکس‌هایی که توسط اعضا منتشر می‌شود، ارتباط وجود دارد.

Leachon & Paul (2011)، در پژوهشی با عنوان بریکولاژ؛ روایت هویت جوانان حومه شهر به بررسی نقش خاطرات، برخوردها، تجارب شخصی و فضاهای مختلفی که افراد از طریق روایت و داستان‌هایی که خود را تعریف می‌کنند پرداخته‌اند. آن‌ها، با تکیه بر زندگی جوانان، نقش خاطرات در ساخت هویت را اساسی دانسته و بر اساس جایگاه و موقعیت فرد و روایت‌های هرمنوتیکی، تفسیری از هویت فرد را ارائه می‌دهند.

Bari & et. al (2017)، در تحقیقی تحت عنوان شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر بر هویت به تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر روی هویت و سبک زندگی جوانان در زمینه‌های چون اوقات فراغت، توجه و گرایش به بدن، نحوه پوشش، شیوه محاوره و سبک بیان، ایجاد شرایط برای برقراری ارتباط با جنس مخالف و کسب توانمندی‌های روز در نگرش به فضای جهانی پرداخته‌اند و نشان دادند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روی این مؤلفه‌ها تأثیرگذار است.

Vischer & et. al (2018)، در پژوهشی تحت عنوان بریکولاژ و هویت شغلی براساس ۱۳۶ مصاحبه عمیق تأکید کرده‌اند که برای مشخص کردن چگونگی برساخت هویت بریکولاژ باید از دیدگاه‌های فرهنگی و نمادین براساس شرایط اجتماعی استفاده شود.

Barrett & et. al (2018)، در تحقیقی که در انگلستان با عنوان « تئوری طبقه‌بندی خود و توسعه هویت بریکولاژ در بچه‌های انگلیسی» انجام‌شده است، یافته‌ها نشان می‌دهد هویت بریکولاژ در جوان‌ترها قوی‌تر و پررنگ‌تر است.

چارچوب نظری پژوهش

بریکولاژ

بریکولاژ مفهومی است که نخستین بار لوی استروس، مردم‌شناس فرانسوی، آن را به کار برد. بریکولاژ بر نظم‌دهی مجدد و استفاده از عناصر نمادین و غیر نمادینی اشاره دارد که خرده فرهنگ جوانان معمولاً برای انتقال معنا و مفاهیم جدید با آن تعریف می‌شود (مثل لباس، وسایل تزئینی شخصی، استفاده از زبان و موضوعات دیگر). این مفهوم بیشتر در تحلیل خرده فرهنگی جوانان غربی به کار رفته است که در آن نشانه‌ها و عناصر متفاوت و گاه متضادی که مشخصه سبک زندگی خاصی هستند و در کنار هم به‌کار گرفته می‌شوند و توأماً هویتی چند عنصری و پیوندی به فرد می‌بخشند. دیگ هبدایج از بانیان مکتب بیرمنگام در مقاله‌ای تحت عنوان "معنی ماد" در سال ۱۹۷۵ به این نکته توجه می‌کند که چگونه کسانی که به فرهنگ ماد گرایش دارند برخی کالاهای مصرفی را انتخاب می‌کردند و آن‌ها را در متنی جدید و به گونه‌ای ترکیب می‌کردند که بیشتر با گرایش‌های خرده فرهنگی خودشان منطبق بود تا با ارزش‌های مسلط جامعه. استفاده ترکیبی از نشانه‌ها و کالاهای فرهنگی به صورت آگاهانه برای ابراز هویت و یا سلیقه‌های خرده فرهنگی گاه در سطوحی از جوانان جامعه ایران نیز مشاهده می‌شود. با این حال، این ترکیب‌بندی جدید به ندرت معانی و ارتباطات مشترکی را به صورت گروهی ایجاد کرده، و سایر جوانان و گروه‌ها نیز چندان درک مشترکی از آن‌ها به‌عنوان نشانه‌های قابل تفکیک و متعلق به گروهی خاص ندارند. از این‌رو، استفاده‌های ترکیبی از سبک و نشانه‌های نمادین و غیر نمادین فاقد پیچیدگی و درجه خلوصی است که معمولا در خرده فرهنگ‌های کلاسیک جوانان غربی در دهه‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ به چشم می‌خورد (*Zokaei, 2007:46*). برای تحلیل مفهوم فرهنگ و زیرشاخه‌های آن نظیر هویت، ارزش‌ها، هنجارها و سبک زندگی، نظریه‌های مختلفی در سطح جهانی مطرح شده‌اند. یکی از این نظریه‌ها، مطالعات فرهنگی بیرمنگام است که توسط دیک هبدایج توسعه‌یافته و به بررسی جامعه‌شناختی هویت از طریق مفهوم بریکولاژ پرداخته است. این نظریه به‌صورت تاریخی و جامعه‌شناختی وضعیت فرهنگی و اجتماعی بریتانیا را تحلیل می‌کند (*Habdaij, 1999: 385*). برای درک رفتارها و کنش‌های فرهنگی در جوامعی که از تنوع اجتماعی برخوردارند،

لازم است به بررسی خرده‌فرهنگ‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشیم (*Edgar & Sedgwick, 2009: 226*). خرده‌فرهنگ‌های مهاجر در بریتانیا به‌دلیل تعلقات فرهنگی و ارزشی خود در برابر فرهنگ حاکم به مقاومت پرداختند. هم‌زمان، وجود طبقه کار در انگلستان و حمایت از آرمان‌های این گروه‌های حاشیه‌ای به شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌های مقاوم در این کشور انجامید (*Habdaij, 1999: 385*). از دیدگاه هبدایج، ایدئولوژی به‌عنوان یک پدیده‌ای که در سطح آگاهی عمومی یا فهم متعارف وجود دارد، نمی‌تواند به‌سادگی به یک مجموعه خاص از عقاید سیاسی یا دیدگاه‌های تعصبی محدود شود. همچنین نمی‌توان آن را صرفاً به جنبه‌های انتزاعی یک جهان‌بینی تقلیل داد یا حتی در چارچوب مفهوم مارکسیستی به‌عنوان آگاهی کاذب تلقی کرد. به بیان آلتوسر، ایدئولوژی به شکل عمیق‌تری از آگاهی مستقل است و اغلب به ناآگاهی مربوط می‌شود. این معنا به ما نشان می‌دهد که (*Habdaij, 1999: 387-388*). در ادامه هبدایج، تعبیری جدید از سبک و خرده‌فرهنگ‌ها در قالب ژست ارائه می‌دهد و مدعی است « سبک‌ها نوعی ژست هستند، حرکاتی به سمت کلامی که اکثریت خاموش را دل‌آزرده می‌سازد، اصل وحدت و انسجام را به چالش می‌کشاند و در تضاد با اسطوره اجماع است» (*Habdaij, 1999: 393*). وی کوشید با ترکیب سن و طبقه اجتماعی، پراتیک اجتماعی خرده‌فرهنگ‌های جوانان را تبیین کند تا در بستر آن بتواند روابط متعارض و آنتاگونیستی[1] موجود در فرهنگ‌های طبقاتی در بریتانیا را تحلیل نماید. درواقع انتخاب هبدایج و تأکید عمدی وی بر مفهوم خرده‌فرهنگ را می‌توان نوعی واسازی تقابل منحرف (نابهنجار) / سالم (بهنجار) در نظر گرفت که تا پیش از این و در جامعه‌شناسی، معناداری را خصوصاً درباره جوانان و فرهنگ جوانی رقم می‌زد. بازنمای مقاومت خرده‌فرهنگی در برابر فرهنگ رسمی (سویه سلبی) و ایجاد و اختصاص فضای فرهنگی برای اعضا (سویه ایجابی) اهمیت حوزه‌های فرهنگی از جمله هویت را در جوامع متکثر به ما نشان می‌دهد. از دل همین مباحث بود که گروه اپوزسیون یا پاد فرهنگ برای توجیه کنش فرهنگی ایجاد شدند و با سبک‌های پوشش، موسیقی، یا آئین‌ها جدید، صورت‌بندی اجتماعی ایجاد کردند (*Edgar & Sedgwick, 2009: 226*).

در ادامه باید گفت که متأثر از نظم پارادایمی و نیز اثرگذاری پروسه جهانی‌شدن، توجه فزاینده به رفع معضل ساختار/عاملیت و توانایی بازاندیشی عاملان اجتماعی به محیط و نقش اجتماعی خود، نظریه‌پردازان متأخر جامعه‌شناسی فرهنگ جوانان به استفاده از مفهوم سبک زندگی روی آورده‌اند. این امر سبب شده است تا کارایی رویکرد خرده‌فرهنگی در تحلیل

[1] Antagonistic

رفتارها و گرایش‌های جوانان تا حدودی از دست رفته و سبک زندگی جای آن نشسته است (*Zokaei, 2007:82-83*). هبدایج با در نظر گرفتن همین چارچوب معتقد به رسانه‌ای شدن ـ تجاری و کالایی شدن سبک زندگی است. و مدعی است: « رسانه‌های جمعی به‌عنوان مهم‌ترین صنایع فرهنگی با بازتولید سبک و آئین ـ با تبدیل کردن و دگرگون ساختن ارتباطات آئینی به ارتباطات جمعی و فرهنگ رسانه‌ای/ توده‌ای، رفتار خرده فرهنگی را بدل به سبک یا یکی از انواع سبک‌های زندگی می‌کنند که مدام جلوی چشمان ما/ تماشـاگران وجود دارد، (*Zokaei, 2007:88*). ادامه فهم دقیق مقوله هویت بریکولاژ جوانان، باید به تبیین مقوله‌ای به نام پانک‌ها اشاره کرد. پانک‌ها[1] خرده فرهنگ جوانان با ویژگی یا سبک خاص موسیقایی ـ موسیقی پاپ بودند که در بریتانیا و به‌طور خاص در ۱۹۷۶میلادی در عرصه عمومی مطرح شدند و با انتخاب و نمایش گذاشتن سبک زندگی خاص، نوعی مقاومت همراه با احساس خشم و ناکامی سیاست‌ها و رویکردهای فرهنگ عمومی را اعلام می‌کردند. این‌ها با انتخاب سبک پوششی و رقص‌های نامنظم، صداهای گوش‌خراش، آوازها، زبان و تصاویر موهن و پر هرج و مرج دنبال واژگون‌سازی فرهنگ حاکی بودند که به نظر آن‌ها به تفاوت‌ها و خرده‌فرهنگ‌های مختلف احترام نمی‌گذاشتند (*Zokaei, 2007:37*; *Habdaij, 1999: 87*).

در واقع دیک هبدایج با برجسته‌سازی فرهنگ و توصیف خرده‌فرهنگ‌ها دنبال این بود که نشان دهد چگونه جوانان دارای خرده‌فرهنگ از طریق (مد، آرایش، موسیقی و ...) مقاومت‌گرا به مخالفت با فرهنگ غالب اعتراض خود را نشان می‌دهند.

در ادامه آنتونی گیدنز در آثار خود به بررسی هویت در بستر تغییرات مدرنیته می‌پردازد و معتقد است که ویژگی‌های فردمحوری، مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی در جوامع مدرن منجر به شکل‌گیری پدیده‌های نامطلوبی می‌شود. او به ویژه به گسترش خودشیفتگی و ظهور شخصیت‌های خودشیفته اشاره می‌کند. در این جوامع، افراد به‌طور مداوم به خود و هویت خود مشغول‌اند و در سایه معیارها و ارزش‌های مدرن به تحلیل و بازنگری در مورد خود می‌پردازند. این فرآیند، چالش‌های هویتی را به‌عنوان یک مشخصه بارز جوامع مدرن به وجود می‌آورد. در واقع، گیدنز نشان می‌دهد که این تغییرات در ساختار هویت افراد، نه تنها به بحران‌های هویتی منجر می‌شود، بلکه تأثیرات عمیقی بر روابط اجتماعی و فرهنگی نیز دارد. بدین ترتیب، او تلاش می‌کند تا ابعاد مختلف این پدیده‌ها را درک و تحلیل کند و به تبعات آن‌ها در زندگی فردی و اجتماعی بپردازد. در دنیای اجتماعی امروزی که با تغییرات سریع و گسترده‌ای مواجه است، احساس امنیت و ثباتی که در جوامع سنتی وجود داشت، به شدت

[1] Punks

تحت تأثیر قرار گرفته است. این وضعیت جدید باعث ایجاد اضطراب وجودی در افراد می‌شود و آن‌ها را در برابر چالش‌های نوین قرار می‌دهد. به همین دلیل، انسان‌ها ناچارند به بازنگری و ارزیابی مداوم رفتارها و انتخاب‌های خود بپردازند. این فرآیند در نهایت به تغییرات هویتی و گاهی به احساس بی‌هویتی منجر می‌شود. در این زمینه، فرد در جست و جوی پاسخ‌هایی برای سؤالات و نگرانی‌های خود در خصوص توانایی‌اش در مواجهه با تحولات جدید است. به‌طور کلی، این وضعیت نه تنها بر روی هویت فردی تأثیر می‌گذارد بلکه می‌تواند به تضعیف پیوندهای اجتماعی و احساس تعلق به جامعه نیز منجر شود.

پیر بوردیو دیگر اندیشمند مهمی است که مسئله هویت را با سبک زندگی مصرف‌گرا پیوند زده و بر اساس همین منطق به تحلیل لایه‌های اجتماعی اقشار مختلف پرداخته است؛ در حقیقت مصرف فرهنگی از معدود قلمروهای خلاق زندگی است که مهر هویت شخصی افراد را بر پیشانی دارد (*Ricky, 1993, quoted by Abazari, 2005:184*). بوردیار در ادامه مدعی است سیاست تولید در عصر مدرنیته جای خود را به مصرف در عصر پسامدرنیته داده است و فرایند کالایی شدن در همه عصرها شکل گرفته است. جهان جدید وارد عرصه‌ای شده است که مصرف بر تمامی کنش‌های انسان‌ها مسلط شده است. از نظر او، «مصرف یک اسطوره است؛ یعنی، گفتار جامعه معاصر درباره خود است و شیوه‌ای است که جامعه ما از خود صحبت می‌کند و ایده مصرف گفتمانی بازتابنده و صورت‌بندی شده است» (*Bordiar, 2011: 312*). از دیدگاه بوردیار، مصرف عاملی همگن‌ساز نیست، بلکه از طریق نظام نشانه تمایز ایجاد می‌کند و سبک زندگی و ارزش‌ها هستند که شالوده زندگی اجتماعی را تشکیل می‌دهند. بنابراین، مصرف‌گرایی معاصر نمی‌تواند از ساختارهای هویتی به‌خصوص در بین نوجوانان و جوانان منفک باشد. بریکولاژ معرف نوعی سرهم‌بندی پدیده‌های نامتجانس است، اما فرد بریکولر (پیروی‌کننده) مجموعه‌های هویتی از پیش موجود را منفعلاً نمی‌پذیرد، بلکه، با تکه‌تکه کردن سازه‌های هویتی و جابجایی آن‌ها، هویتی جدید می‌سازد و فعالانه در ساخت معانی تازه و تحول آن نقش‌آفرینی می‌کند (*Ganji & et. al, 2022:324*). زیگموند باومن نیز معتقد است ارزش فضای پست‌مدرن در کاستن خطر تفاوت‌های اجتماعی، میدان دادن به مدارا با گوناگونی‌ها، بدل کردن امور ناآشنا به آشنا، و به گوش رساندن تجارب یا اجتماعات حاشیه‌ای و پنهان نگه داشته شده است. از نظر او، در دوره پست‌مدرن انسجام اجتماعی و وفاداری نهادی شهروندان را قدرت بازار تضمین کرده است و در این عصر نیازها، تمایلات، هویت‌ها و سبک‌های زندگی اجتماعی انسان‌ها به مصرف پیوند خورده است. خویشتن‌های پست‌مدرن به هویت‌ها و زندگی‌های اجتماعی از طریق الگوهای مصرف شکل می‌بخشند

(*Seidman, 2011, 254-260*). در دوره‌ی فرامدرن، جوانان بخش‌هایی از فرهنگ‌های دیگر را که با شرایط ویژگی‌های آنان سازگار باشد اخذ می‌کنند. از آنجایی که پسامدرنیسم به‌دنبال انکار مطلق حقیقت و نسبی کردن همه امور است، برای هویت مبنای از پیش تعیین شده و استانداری وجود ندارد، بلکه هویت برساخته می‌شود و سبک‌های زندگی با توسل به قوه بازاندیشی افراد ساخته می‌شوند (*Ganji & et. al, 2022:323*).

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه جوانان شهر یاسوج واقع در سن ۱۸ تا ۳۰ سال می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به‌صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. در این تحقیق محاسبه حجم نمونه در بین جوانان شهر یاسوج که تعداد آن‌ها ۳۹۹۳۱ نفر مرد و زن می‌باشد بر اساس نرم افزار سمپل پاور تعداد ۳۵۰ نفر مطابق جدول ذیل انتخاب گردیده است:

اعتبار اندازه‌گیری

روش کیفی اعتبار صوری که همان تأیید پرسشنامه توسط استادان موضوع مورد مطالعه می‌باشد در مورد طیف‌های طرح شده در این تحقیق مورد توجه بوده است. پرسشنامه نهایی در ابتدا و انتها توسط استاد راهنما و استاد مشاور و برخی از صاحب‌نظران تأیید شده است.

تعریف نظری مفاهیم و شاخص‌های مرتبط با متغیرهای تحقیق

هویت بریکولاژ: هویت بریکولاژ، یعنی تبدیل یک امر عادی به یک امر سیاسی از طریق انتقال عناصری از یک زمینه به زمینه دیگر و دادن معنای جدید به آن عنصر (*Habdaij, 1979:12*) بریکولاژ[1] عبارت است از تنظیم مجدد و قراردادن اشیاء در زمینه جدید به منظور ارسال پیام یا معنای جدید (*Ibid*).

شبکه‌های اجتماعی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب سایت‌های اینترنتی هستند که در آن کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به‌صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و گروه‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند (*Whedon, 2012*).

[1] Bricolage

جهانی‌شدن فرهنگی: جهانی‌شدن فرهنگی عبارت است از شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه جهانی. این فرایند موجی از همگونی فرهنگی را در جهان پدید می‌آورد و همه خاص‌های فرهنگی را به چالش می‌طلبد (*Hashemianfar, 2016:38*).

سبک زندگی: مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره (*Giddens, 2004:121*).

مصرف فرهنگی: فعالیتی اجتماعی و کرداری روزمره است و به واسطه همین کردارهایی که ما مصرف فرهنگی می‌نامیم، فرهنگ تولید و بارور می‌شود (*Story, 2007: 46*).

پایایی (قابلیت اعتماد ابزارهای سنجش)

آلفای کرونباخ بعنوان یکی از محافظه‌کارترین روش‌های اندازه‌گیری پایایی به شمار می‌رود و انتظار می‌رود که مقدار پایایی بر اساس سایر روش‌ها نظیر استفاده از فرمول اسپیرمن براون یا کودر ریچاردسون بالاتر باشد. در تحقیقات مقدماتی، پرسشنامه با ۵۰ نفر تست شده و طیف‌ها مورد آزمون پایایی قرار گرفتند. در نتیجه، آن گویه‌های نامناسب که سبب کاهش ضریب پایایی طیف می‌شدند، برخی بکلی حذف گردید و گویه‌های دیگری جایگزین آن شد و برخی که نیز به نظر می‌رسید اشکال دارد، اصلاح گردید و آلفای آن‌ها (جدول ۱) محاسبه شد.

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ برای محاسبه پایایی ابزار تحقیق

Table 1: *Cronbach's Alpha Coefficient for Calculating the Reliability of the Research Instrument*

ردیف	متغیر (سازه)	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
Row	*Variable (Construct)*	*Number of Items*	*Cronbach's Alpha Coefficient*
۱	هویت بریکولاژ	۱۸	۰/۷۲
۲	پذیرش فرهنگ جهانی شده	۹	۰/۷۰
۳	سبک زندگی	۲۲	۰/۷۱
۵	استفاده از شبکه اجتماعی	۱۷	۰/۸۰
۶	مصرف فرهنگی	۹	۰/۵۴

یافته‌های توصیفی

در این قسمت نخست نمونه آماری پژوهش برحسب متغیرهای جمعیت‌شناختی و با استفاده از جدول‌های فراوانی و نمودارهای مربوطه توصیف و در ادامه متغیرهای اصلی

پژوهش با استفاده از شاخص‌های توصیفی (گرایش مرکزی، پراکندگی و شکل توزیع) توصیف گردیده‌اند.

جدول ۲: توزیع نمونه آماری پژوهش بر حسب جنس

Table 2: *Distribution of the Research Sample by Gender*

جنس	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
Gender	*Frequency*	*Percentage*	*Density Percentage*
مرد	۱۶۹	۴۸/۳	۴۸/۳
زن	۱۸۱	۵۱/۷	۱۰۰
کل	۳۵۰	۱۰۰	

جدول ۳: توزیع نمونه آماری پژوهش بر حسب وضعیت تأهل

Table 3: *Distribution of the Research Sample by Marital Status*

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
Marital Status	*Frequency*	*Percentage*	*Density Percentage*
مجرد	۱۱۰	۳۱/۴	۳۱/۴
متأهل	۲۴۰	۶۸/۶	۱۰۰
کل	۳۵۰	۱۰۰	

جدول ۴: توزیع نمونه آماری پژوهش بر حسب تحصیلات

Table 4: *Distribution of the Research Sample by Education*

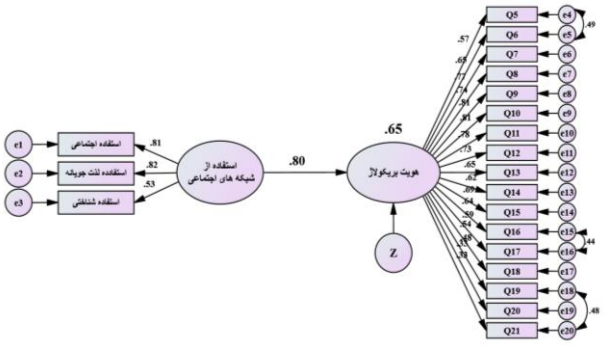
تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
Education	*Frequency*	*Percentage*	*Density Percentage*
دیپلم	۸۲	۲۳/۴	۲۳/۴
فوق‌دیپلم	۱۲۷	۳۶/۳	۵۹/۷
لیسانس	۱۴۱	۴۰/۳	۱۰۰
کل	۳۵۰	۱۰۰	

یافته‌های استنباطی

۱- اثرات مستقیم

فرضیه ۱: استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ تأثیر دارد.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ) در شکل و جداول زیر گزارش شده است.



شکل ۱: مدل معادله ساختاری اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ

Figure 1: *Structural Equation Model of the Effect of Social Media Use on Bricolage Identity*

جدول ۵: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 5: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد			هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۷۴۱/۲۹	۰/۸۲	۰/۸۰	۰/۸۲	۰/۷۲	۱۶۷	۴/۴۴	۰/۰۸	۹۴

برآورد مقادیر مربوط به شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری نشان‌دهنده این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود، درواقع برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌ها بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دلالت دارند.

جدول ۶: برآورد مقادیر اثر متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ

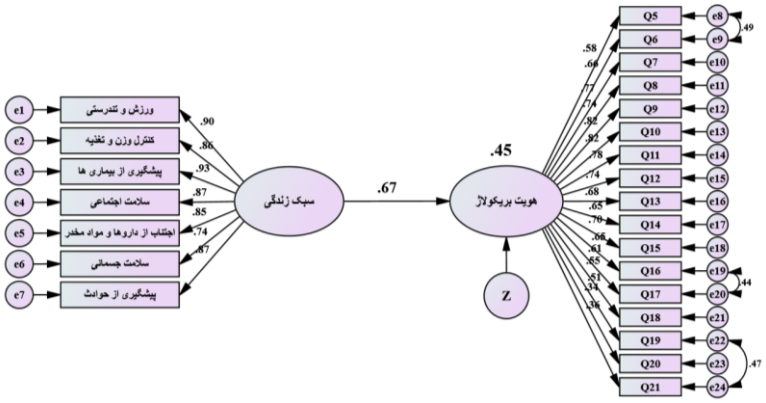
Table 6: *Estimated Effect Values of the Variable of Using Social Networks on Bricolage Identity*

متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته	ضریب تعیین	ضریب تأثیر	*CR*	*P.Value*
Independent Variable	*Path*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Impact Coefficient*	*CR*	*P.Value*
شبکه‌های اجتماعی	<---	هویت بریکولاژ	۰/۶۵	۰/۸۰	۱۰/۲۷	۰/۰۰۱

با توجه به مقادیر برآورد شده در جدول ۶، الف) ضریب تعیین برابر با (۰/۶۵ = R^2) است. به‌عبارت دیگر ۶۵ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی در تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) مقدار ضریب اثر این متغیر بر هویت بریکولاژ برابر (۰/۸۰ = $Beta$) و در سطح ($P <$ ۰/۰۵) معنادار است. بر این اساس، فرضیه پژوهش مبنی بر تأثیر متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ، تأیید می‌شود. مقدار ضریب تأثیر بیانگر اثر مستقیم و بالای این متغیر بر هویت بریکولاژ است. به این معنا که در بین بخش زیادی از جامعه آماری پژوهش افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی منجر به تقویت هویت بریکولاژ می‌شود.

فرضیه ۲: سبک زندگی بر هویت بریکولاژ تأثیر دارد.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر متغیر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ) در شکل و جدول‌های زیر گزارش شده است.



شکل ۲: مدل معادله ساختاری اثر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ

Figure 2: *Structural Equation Model of the Effect of Lifestyle on Bricolage Identity*

جدول ۷: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 7: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد			هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۱۱۲۰	۰/۸۰	۰/۷۸	۰/۸۰	۰/۷۲	۲۴۹	۴/۵۰	۰/۰۸	۹۰

برآورد مقادیر مربوط به شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری نشان‌دهنده این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود، در واقع برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌ها بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دلالت دارند.

جدول ۸: برآورد مقادیر اثر متغیر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ

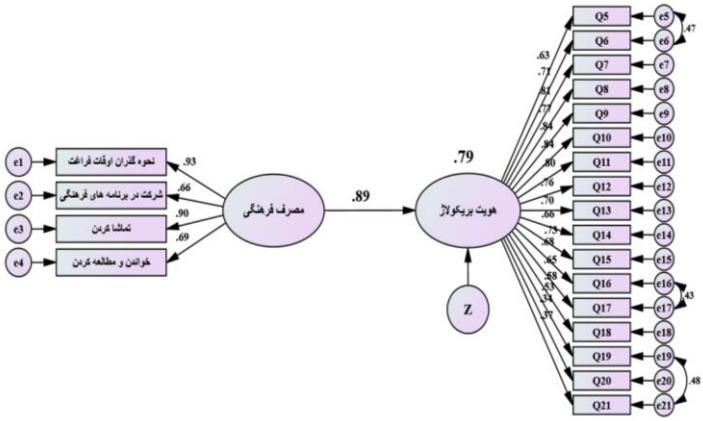
Table 8: *Estimated Effect Values of the Lifestyle Variable on Bricolage Identity*

متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته	ضریب تعیین	ضریب تأثیر	*CR*	*P.Value*
Independent Variable	*Path*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Impact Coefficient*	*CR*	*P.Value*
سبک زندگی	<---	هویت بریکولاژ	۰/۴۵	۰/۶۷	۹/۷۸	۰/۰۰۱

با توجه به مقادیر برآورد شده در جدول ۸، الف) ضریب تعیین برابر با (R^2=۰/۴۵) است. به‌عبارت دیگر ۴۵ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیر سبک زندگی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای متغیر سبک زندگی در تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) مقدار ضریب اثر این متغیر بر هویت بریکولاژ برابر (*Beta* = ۰/۶۷) و در سطح ($P<$ ۰/۰۵) معنادار است؛ بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر تأثیر متغیر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ، تأیید می‌شود. مقدار ضریب تأثیر بیانگر اثر مستقیم و بالای این متغیر بر هویت بریکولاژ است. به این معنا که در بین بخش زیادی از جامعه آماری پژوهش تقویت سبک زندگی به تقویت هویت بریکولاژ منجر می‌شود.

فرضیه ۳: مصرف فرهنگی بر هویت بریکولاژ تأثیر دارد.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر متغیر مصرف فرهنگی بر هویت بریکولاژ) در شکل و جداول زیر گزارش شده است.



شکل ۳: مدل معادله ساختاری اثر متغیر مصرف فرهنگی بر هویت بریکولاژ

Figure 3: *Structural Equation Model of the Effect of the Cultural Consumption Variable on Bricolage Identity*

جدول ۹: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 9: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد			هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۸۰۹/۹۳	۰/۸۳	۰/۸۰	۰/۸۱	۰/۷۳	۱۸۶	۴/۳۵	۰/۰۷	۹۵

برآورد مقادیر مربوط به شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری نشان‌دهنده این است که مدل مفروض تدوین‌شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود، درواقع برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌ها بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دلالت دارند.

جدول ۱۰: برآورد مقادیر اثر متغیر مصرف فرهنگی بر هویت بریکولاژ

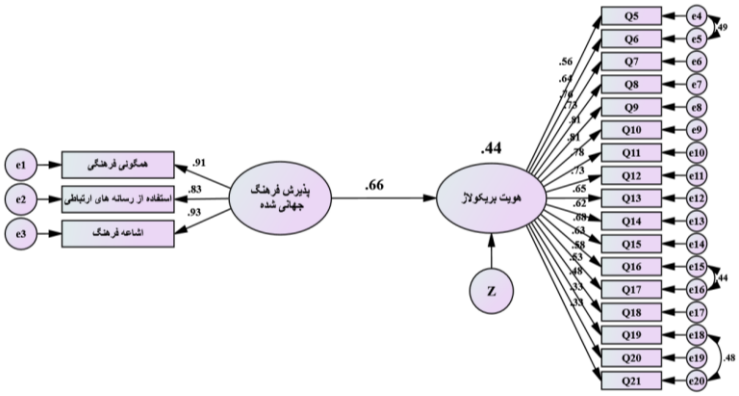
Table 10: *Estimated Effect Values of the Cultural Consumption Variable on Bricolage Identity*

متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته	ضریب تعیین	ضریب تأثیر	*CR*	*P.Value*
Independent Variable	*Path*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Impact Coefficient*	*CR*	*P.Value*
مصرف فرهنگی	<---	هویت بریکولاژ	۰/۷۹	۰/۸۹	۱۳/۰۷	۰/۰۰۱

با توجه به مقادیر برآورد شده در جدول ۱۰، الف) ضریب تعیین برابر با (R^2 =۰/۷۹) است. به‌عبارت دیگر ۷۹ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیر مصرف فرهنگی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای متغیر مصرف فرهنگی در تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) مقدار ضریب اثر این متغیر بر هویت بریکولاژ برابر (*Beta*= ۰/۸۹) و در سطح ($P<$ ۰/۰۵) معنادار است؛ بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر تأثیر متغیر مصرف فرهنگی بر هویت بریکولاژ، تأیید می‌شود. مقدار ضریب تأثیر بیانگر اثر مستقیم و بالای این متغیر بر هویت بریکولاژ است. به این معنا که در بین بخش زیادی از جامعه آماری پژوهش افزایش مصرف فرهنگی به تقویت هویت بریکولاژ منجر می‌شود.

فرضیه ۴: پذیرش فرهنگی جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ تأثیر دارد.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ) در شکل و جدول‌های زیر گزارش شده است.



شکل ۴: مدل معادله ساختاری اثر متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده

Figure 4: *Structural Equation Model of the Effect of the Variable of Acceptance of Globalized Culture*

جدول ۱۱: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 11: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد			هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۸۱۳/۱۵	۰/۸۳	۰/۸۱	۰/۸۴	۰/۷۱	۱۶۷	۴/۸۷	۰/۰۸	۸۶

برآورد مقادیر مربوط به شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری نشان‌دهنده این است که مدل مفروض تدوین‌شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود، در واقع برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌ها بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دلالت دارند.

جدول ۱۲: برآورد مقادیر اثر متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ

Table 12: *Estimated Effect Values of the Variable of Acceptance of Globalized Culture on Bricolage Identity*

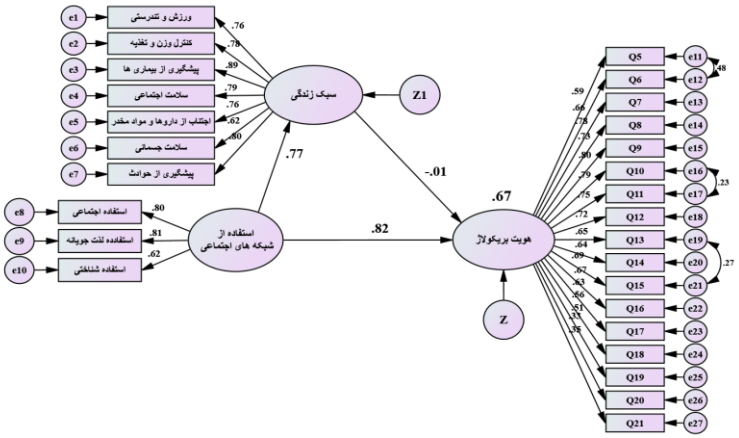
متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته	ضریب تعیین	ضریب تأثیر	*CR*	*P.Value*
Independent Variable	*Path*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Impact Coefficient*	*CR*	*P.Value*
پذیرش فرهنگ جهانی‌شده	<---	هویت بریکولاژ	۰/۴۴	۰/۶۶	۹/۶۹	۰/۰۰۱

با توجه به مقادیر برآورد شده در جدول ۱۲، الف) ضریب تعیین برابر با (R^2=۰/۴۴) است. به‌عبارت دیگر ۴۴ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شدن قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده در تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) مقدار ضریب اثر این متغیر بر هویت بریکولاژ برابر ($Beta$ = ۰/۶۶) و در سطح ($P <$ ۰/۰۵) معنادار است؛ بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر تأثیر متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ، تأیید می‌شود. مقدار ضریب تأثیر بیانگر اثر مستقیم و بالای این متغیر بر هویت بریکولاژ است. به این معنا که در بین بخش زیادی از جامعه آماری پژوهش افزایش پذیرش فرهنگ جهانی‌شده منجر به تقویت هویت بریکولاژ می‌شود.

۲- اثرات غیر مستقیم

فرضیه ۱: متغیر سبک زندگی در رابطه بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر مستقیم و غیر مستقیم استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ) در شکل و جداول زیر گزارش شده است.



شکل ۵: مدل معادله ساختاری اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ با میانجی‌گری سبک زندگی

Figure 5: *Structural Equation Model of the Effect of Social Media Use on Bricolage Identity with the Mediation of Lifestyle*

جدول ۱۳: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 13: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد		هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۱۳۳۱/۳۴	۰/۸۷	۰/۸۸	۰/۸۹	۰/۷۲	۳۱۹	۴/۱۷	۰/۰۸	۹۵

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین‌شده توسط داده‌های پژوهش حمایت

می‌شوند، به‌عبارت‌دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۱۴: برآورد اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ

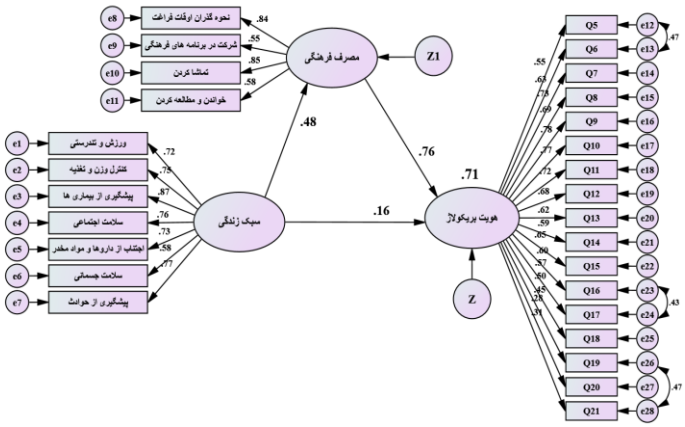
Table 14: *Estimation of the Direct and Indirect Effects of the Variable of Using Social Networks on Bricolage Identity*

برآورد *Estimate*				ضریب تعیین	متغیر وابسته	میانجی	متغیر مستقل
غیر مستقیم *Indirect*		مستقیم *Direct*		*Coefficient of Determination*	*Dependent Variable*	*Mediator*	*Independent Variable*
P	*Beta*	*P*	*Beta*				
۰/۸۹۹	-۰/۰۱	۰/۰۰۱	۰/۸۲	۰/۶۷	هویت بریکولاژ	سبک زندگی	شبکه‌های اجتماعی

بر حسب مقادیر جدول ۱۴، الف) ضریب تعیین برابر با (R^2 =۰/۶۷) است. به‌عبارت‌دیگر ۶۷ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیرهای شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای این متغیرها برای تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) اثر غیر مستقیم متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت بریکولاژ برابر ($Beta$ = -۰/۰۱) و در سطح ($P <$ ۰/۰۵) معنادار نیست؛ بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه متغیر سبک زندگی در رابطه بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند، تأیید نمی‌شود. بر این اساس متغیر سبک زندگی در رابطه بین این متغیر نقش میانجی ایفا نمی‌کند.

فرضیه ۲: متغیر مصرف فرهنگی در رابطه بین متغیر سبک زندگی با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر مستقیم و غیر مستقیم سبک زندگی بر هویت بریکولاژ) در شکل و جداول زیر گزارش شده است.



شکل ۶: مدل معادله ساختاری اثر متغیر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ با میانجی‌گری مصرف فرهنگی

Figure 6: *Structural Equation Model of the Effect of Lifestyle Variable on Bricolage Identity Mediated By Cultural Consumption*

جدول ۱۵: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 15: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد		هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۱۱۶۲/۵۵	۰/۸۵	۰/۸۶	۰/۸۸	۰/۷۷	۳۴۴	۳/۳۸	۰/۰۸	۱۱۷

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به‌عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۱۶: برآورد اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ

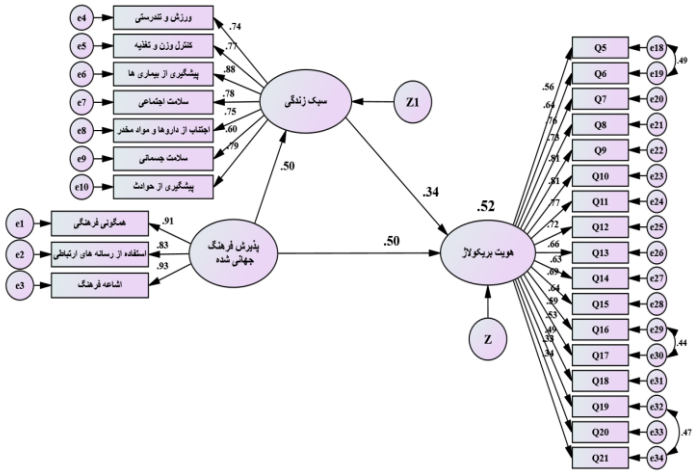
Table 16: *Estimation of Direct and Indirect Effects of Lifestyle Variables on Bricolage Identity*

متغیر مستقل	میانجی	متغیر وابسته	ضریب تعیین	برآورد *Estimate*			
				مستقیم *Direct*		غیر مستقیم *Indirect*	
Independent Variable	*Mediator*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Beta*	*P*	*Beta*	*P*
سبک زندگی	مصرف فرهنگی	هویت بریکولاژ	۰/۷۱	۰/۱۶	۰/۰۰۶	۰/۳۷	۰/۰۱۴

بر حسب مقادیر جدول ۱۶، الف) ضریب تعیین برابر با (R^2 =۰/۷۱) است. به‌عبارت دیگر ۷۱ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیرهای سبک زندگی و مصرف فرهنگی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای این متغیرها برای تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) اثر غیر مستقیم متغیر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ برابر (*Beta* =۰/۳۷) و در سطح ($P<$ ۰/۰۵) معنادار است؛ بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه متغیر مصرف فرهنگی در رابطه بین متغیر سبک زندگی با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند، تأیید می‌شود. با توجه به مقدار ضریب غیرمستقیم، میانجی‌گری متغیر مصرف فرهنگی در رابطه بین این دو متغیر مستقیم و با توجه به معناداری اثر مستقیم متغیر سبک زندگی بر هویت بریکولاژ میانجی‌گری از نوع جزئی است.

فرضیه ۳: متغیر سبک زندگی در رابطه بین متغیر پذیرش فرهنگ جهانی شده با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر مستقیم و غیر مستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ) در شکل و جداول زیر گزارش شده است.



شکل ۷: مدل معادله ساختاری اثر متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ با میانجی‌گری سبک زندگی

Figure 7: *Structural Equation Model of the Effect of the Variable of Acceptance of Globalized Culture on Bricolage Identity with the Mediation of Lifestyle*

جدول ۱۷: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 17: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد		هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۱۱۵۴/۱۴	۰/۸۶	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۷۶	۳۱۹	۳/۶۲	۰/۰۸	۱۱۰

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها درمجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به‌عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۱۸: برآورد اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ

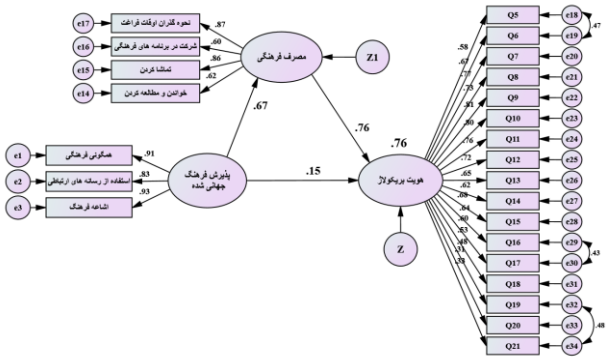
Table 18: *Estimation of the Direct and Indirect Effects of the Variable of Acceptance of Globalized Culture on Bricolage Identity*

متغیر مستقل	میانجی	متغیر وابسته	ضریب تعیین	برآورد *Estimate*			
				مستقیم *Direct*		غیر مستقیم *Indirect*	
Independent Variable	*Mediator*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Beta*	*P*	*Beta*	*P*
پذیرش فرهنگ جهانی شده	سبک زندگی	هویت بریکولاژ	۰/۵۲	۰/۵۰	۰/۰۱۵	۰/۱۷	۰/۰۰۴

بر حسب مقادیر جدول ۱۸، الف) ضریب تعیین برابر با (R^2 =۰/۵۲) است. به‌عبارت دیگر ۵۲ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیرهای پذیرش فرهنگ جهانی‌شده و سبک زندگی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای این متغیرها برای تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) اثر غیر مستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ برابر (۰/۱۷= *Beta*) و در سطح ($P <$ ۰/۰۵) معنادار است؛ بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه متغیر سبک زندگی در رابطه بین متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند، تأیید می‌شود. با توجه به مقدار ضریب غیر مستقیم، میانجی‌گری متغیر سبک زندگی در رابطه بین این دو متغیر مستقیم و با توجه به معناداری اثر مستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ این میانجی‌گری از نوع جزئی است.

فرضیه ۴: متغیر مصرف فرهنگی در رابطه بین متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند.

برآوردهای مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و پارامتر اصلی این مدل (اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ) در شکل و جداول زیر گزارش شده است.



شکل ۸: مدل معادله ساختاری اثرپذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ با میانجی‌گری مصرف فرهنگی

Figure 8: *Structural Equation Model of the Effect of Globalized Culture Adoption on Bricolage Identity Mediated By Cultural Consumption*

جدول ۱۹: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 19: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد		هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۹۲۷/۴۳	۰/۸۶	۰/۸۷	۰/۹۰	۰/۷۵	۲۴۷	۳/۷۵	۰/۰۸	۱۰۸

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به‌عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۲۰: برآورد اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی شده بر هویت بریکولاژ

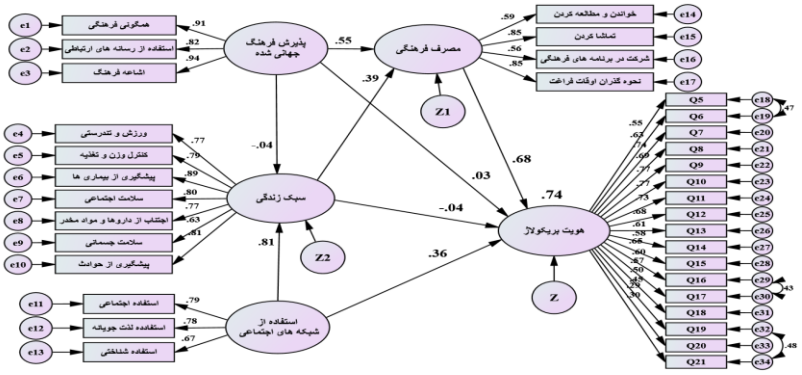
Table 20: *Estimation of the Direct and Indirect Effects of the Variable of Acceptance of Globalized Culture on Bricolage Identity*

متغیر مستقل	میانجی	متغیر وابسته	ضریب تعیین	برآورد *Estimate*			
				مستقیم *Direct*		غیر مستقیم *Indirect*	
Independent Variable	*Mediator*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Beta*	*P*	*Beta*	*P*
پذیرش فرهنگ جهانی شده	مصرف فرهنگی	هویت بریکولاژ	۰/۷۶	۰/۱۵	۰/۰۴۳	۰/۵۴	۰/۰۰۵

بر حسب مقادیر جدول بالا: الف. ضریب تعیین برابر با (R^2 =۰/۷۶) است. به‌عبارت دیگر ۷۶ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر اساس متغیرهای پذیرش فرهنگ جهانی شده و مصرف فرهنگی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای این متغیرها برای تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد. ب) اثر غیر مستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ برابر (۰/۵۴= *Beta*) و در سطح ($P < ۰/۰۵$) معنادار است؛ بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه متغیر مصرف فرهنگی در رابطه بین متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند، تأیید می‌شود. با توجه به مقدار ضریب غیر مستقیم، میانجی‌گری متغیر مصرف فرهنگی در رابطه بین این دو متغیر مستقیم و با توجه به معناداری اثر مستقیم متغیر پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر هویت بریکولاژ این میانجی‌گری از نوع جزئی است.

برازش مدل تجربی

در این قسمت مدل تجربی پژوهش با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری مورد برازش قرار گرفته است. برآوردهای مربوط به شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل و پارامترهای اصلی این مدل (اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل پژوهش بر هویت بریکولاژ) در شکل و جداول زیر گزارش شده است.



شکل ۹: مدل معادله ساختاری اثر متغیرهای مستقل پژوهش بر هویت بریکولاژ

Figure 9: *Structural Equation Model of the Effect of Independent Research Variables on Bricolage Identity*

جدول ۲۱: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

Table 21: *Estimated Values of the Structural Equation Model Generality Evaluation Indices*

شاخص	برازش مطلق		برازش تطبیقی			برازش مقتصد		هُلتر
	CMIN	*GFI*	*TLI*	*CFI*	*PCFI*	*DF*	*CMIN/DF*	*RMSEA*	
مقدار	۱۹۸۳/۳۷	۰/۸۶	۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۷۲	۵۱۸	۳/۸۳	۰/۰۸	۱۰۱

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به‌عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۲۲: برآورد اثرات کل، مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر هویت بریکولاژ

Table 22: *Estimated Total, Direct, and Indirect Effects of Independent Variables on Bricolage Identity*

متغیر مستقل	میانجی	متغیر وابسته	ضریب تعیین	برآورد *Estimate*			
				مستقیم		غیر مستقیم	
Independent Variable	*Mediator*	*Dependent Variable*	*Coefficient of Determination*	*Direct*		*Indirect*	
				Beta	*P*	*Beta*	*P*
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	سبک زندگی	هویت بریکولاژ	۰/۷۴	۰/۳۶	۰/۰۰۹	-۰/۰۳	۰/۸۳۰
پذیرش فرهنگ جهانی‌شده				۰/۰۳	۰/۷۸۹	۰/۰۱	۰/۹۹۸
سبک زندگی	مصرف فرهنگی			-۰/۰۴	۰/۶۶۳	۰/۲۶	۰/۰۴۳
پذیرش فرهنگ جهانی‌شده				۰/۰۳	۰/۷۸۹	۰/۳۷	۰/۰۱۴
مصرف فرهنگی	-			۰/۶۸	۰/۰۰۱	-	-

بر مبنای مقادیر جدول ۲۲، الف) ضریب تعیین برابر با (R^2 =۰/۷۴) است. به‌عبارت دیگر ۷۴ درصد از تغییرات متغیر هویت بریکولاژ بر حسب متغیرهای مستقل پژوهش قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ و دلالت بر توان بالای این متغیرها برای تبیین واریانس متغیر هویت بریکولاژ دارد.

ب) اثر مستقیم متغیرهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مصرف فرهنگی به ترتیب برابر با (*Beta* =۰/۳۶ ،۰/۶۸) و در سطح ($P < ۰/۰۵$) معنادار است. با توجه به مقادیر ضریب تأثیر می‌توان گفت اثر هر دو متغیر بر هویت بریکولاژ مستقیم و در حد متوسط به بالاست. در واقع در بین بخشی قابل توجهی از جامعه آماری پژوهش افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش مصرف فرهنگی منجر به تقویت هویت بریکولاژ می‌شود.

ج) اثر غیرمستقیم متغیرهای سبک زندگی و پذیرش فرهنگ جهانی‌شده با میانجی‌گری متغیر مصرف فرهنگی بر متغیر هویت بریکولاژ به ترتیب برابر با (*Beta* = ۰/۲۶ ،۰/۳۷) و به لحاظ آماری معنادار است؛ بنابراین متغیر مصرف در رابطه بین متغیرهای سبک زندگی و پذیرش فرهنگ جهانی‌شده با هویت بریکولاژ نقش میانجی ایفا می‌کند. با توجه به مقادیر ضرایب تأثیر غیر مستقیم، میانجی‌گری این متغیرها مستقیم و با توجه به غیر معنادار بودن

اثر مستقیم متغیرهای سبک زندگی و پذیرش فرهنگ جهانی‌شده بر متغیر هویت بریکولاژ این میانجی‌گری از نوع کامل است.

بحث و نتیجه‌گیری

بر مبنای یافته‌های استنباطی پژوهش، سطح هویت بریکولاژ در بین افراد مورد بررسی بالاتر از متوسط ارزیابی شده است. در تبیین این مسئله می‌توان چند عامل را مورد بررسی قرار داد. اولین عامل، تحولات فرهنگی ـ اجتماعی است که جامعه ایرانی در سال‌های اخیر تجربه کرده است. توسعه فناوری‌های ارتباطی مانند موبایل، تبلت و ...، افزایش سطح تحصیلات، شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحولات ارزشی از جمله این تغییرات هستند. این عوامل سبب شده‌اند که جوانان به دنبالِ هویت‌یابی از طریق خودبیانگری بر مبنای عناصر چندگانه معنایی باشند. عامل دوم، کاهش قدرت و مشروعیت نهادهای معنابخش رسمی مانند خانواده، مدرسه و رسانه‌های رسمی هستند. این نهادها در جهانِ کهن، قدرتِ اصلی معنابخش و هویت‌بخش بودند، اما در جهانِ نوین ایرانی، از قدرت معنابخشی این نهادها کاسته شده است. جوانان بیشتر به دنبال کسبِ هویت به صورت مستقل از این نهادها هستند.

تعارضات نهادهای مختلف در زمینه معنابخشی به زندگی جوانان از یک طرف، و ناسازگاری معناهای هویتی ارائه شده از سوی آنان با الزامات ارزشی ـ فرهنگی نسل نوین از طرف دیگر، در کاهش قدرتِ معنابخشی این نهادها نقش داشته است. در کنار این، عناصر دیگری مانند جهانی‌شدن فرهنگی، از بین رفتنِ مرزهای جغرافیایی هویت‌یابی، رشد فضای مجازی و دیجیتالی شدن زیستِ فرهنگی ـ اجتماعی جوانان نیز در رشد هویت بریکولاژ در جوانان نقش داشته است. عامل سوم، جهانی‌شدنِ فرهنگی است. در سال‌های اخیر استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در میان جوانان ایرانی به شدت افزایش پیدا کرده است. این فناوری‌ها باعث شده‌اند که مرزهای جغرافیایی از بین بروند و عناصر فرهنگی، ارزش‌ها و ایدئولوژی‌ها به سرعت و به راحتی در سراسر جهان منتشر شوند. یک جوان یاسوجی امروزه به راحتی و به سرعت می‌تواند به محتوای فرهنگی که یک جوان کانادایی به آن دسترسی دارد، دسترسی پیدا کند. این امر باعث گردیده است که عناصر معنابخش هویتی از جا کنده شوند. بدین معنا که تکه‌هایی از فرهنگ‌های مختلف در کنار یکدیگر قرار گرفته و هویتی نوین و بریکولاژ را برای جوانان شکل داده‌اند. جهانی‌شدنِ فرهنگی با واسطه رسانه‌های مجازی و دیجیتالی عاملی بنیادی در شکل‌دهی به هویت بریکولاژ در جوانان ایرانی و به‌طور خاص

جوانان یاسوجی است. عامل دیگر، تمایزات نسلی است. نسل جوان ایرانی با قرار گرفتن در مسیرِ موج جهانی‌شدن فرهنگی، احساس می‌کند که توسط منابع معنایی و هویتی سنتی مانند دین، ملیت، خانواده، جنسیت و ... تحت فشار قرار دارد. نسل جوان به دنبالِ هویت‌های متمایز است؛ سعی دارد خود را به‌عنوان یک سوژه متفاوت به نمایش بگذارد. وی به دنبال دریافتِ مشروعیت از هم‌نسل‌های خود است و این کار نیازمندِ کنار هم قرار دادنِ تکه‌های مختلف معنایی و هویتی و تلفیق آن‌ها در قالبِ هویت بریکولاژ است. هویت نسلِ جوانِ جهانی، هویتی بریکولاژ است و نسلِ نوین ایرانی که در دالانِ جهانی‌شدنِ فرهنگی زیست می‌کند گریزی از بریکولاژیستی کردن هویت خویش ندارد. نسلِ جوان ایرانی (از جمله جوان یاسوجی) تکثر هویتی و آزادی انتخاب معنا را خواهان است و منابع معنابخش سنتی چنین توانی ندارند و چنین مجالی هم به وی نمی‌دهند. به همین دلیل، به دنبال منابع معنایی و هویتی متکثر و تکه‌تکه می‌رود. در این میان نوعی مقاومت نیز شکل می‌گیرد. منابع معنایی و هویتی سنتی برای حفظ مشروعیت خویش تلاش می‌کنند، اما جوان ایرانی (یاسوجی) با استفاده از منابع هویتی دیگر مقاومت می‌کند. نتیجه این مبارزه و مقاومت، وارد شدن بخش‌هایی از منابع معنایی سنتی در هویتِ بریکولاژ جوان ایرانی است. دین، قومیت، ملیت، جنسیت و ... از ساحتِ هویتی حذف نمی‌شوند، بلکه تکه‌هایی از هر کدام واردِ ساحتِ هویتِ تکه‌تکه‌شده و بریکولاژیستی می‌شوند. یافته‌های این بخش از پژوهش در راستای یافته‌های هاشمیان‌فر و همکاران (۱۳۹۵)، کوثری (۱۳۸۳)، لیشون و بول (۲۰۱۱)، بارت و همکاران (۲۰۱۸) است. نتایج کلی این پژوهش‌ها نشان از این دارد که هویت بریکولاژ در میان جوانان تبدیل به مهم‌ترین و اصلی‌ترین نوع هویت شده است.

فرضیه‌های پژوهش این بود که «بین متغیرهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مصرف فرهنگی، سبک زندگی و پذیرش فرهنگ جهانی‌شده با هویت بریکولاژ رابطه وجود دارد». بر مبنای نتایج استنباطی پژوهش بین این متغیرها و هویت بریکولاژ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. در ابتدا خلاصه نتایج مرتبط با اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بحث می‌شود.

بر مبنای نتایج، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر مثبت و معناداری بر هویت بریکولاژ دارد. در تبیین این مسئله می‌توان به تأثیرگذاری زیاد شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند اینستاگرام، توییتر، تلگرام، واتساپ و ... در جامعه ایرانی و به ویژه در میان نسل جوان اشاره نمود. امروزه تقریباً هر جوان ایرانی به صورت مداوم از این شبکه‌های اجتماعی مجازی

استفاده می‌کند. شبکه‌های اجتماعی مجازی امکاناتی را به افراد ایرانی می‌دهند که قبلاً در دسترس نبوده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی تبدیل به گذرگاهی برای رفت و آمد معناهای هویتی متکثر شده‌اند. در این رفت و آمد است که جوانان ایرانی به مرور هویت بریکولاژ را در خود شکل داده و با اشتراک‌گذاری آن، تکثیرش در جامعه ایرانی را شکل می‌دهند. از این طریق، شبکه‌های اجتماعی مجازی مرزهای سنتی هویت‌ها را می‌شکنند و با تکه‌های هویتی دیگر درهم می‌آمیزند. محصولِ این درهم‌آمیختگی، مفصل‌بندی منابع هویتی و توسعه هویت بریکولاژ است. نتایج این بخش از پژوهش در راستای نتایج افشاریان (۱۳۹۶)، لانگ و چن (۲۰۰۷)، باری و همکاران (۲۰۱۷) و ماری المجلد (۲۰۰۸) است. هبدایج از رسانه‌ای شدنِ سبک صحبت می‌کند. رسانه‌های ارتباطی نوین تبدیل به مهمترین ابزار فرهنگی برای تولید و بازتولیدِ آیین‌های فرهنگی و سبک‌های زندگی شده‌اند (*Zokaei, 2007:88*).

همچنین نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشانگر این بود که سبک زندگی افراد مورد بررسی بر هویت بریکولاژ تأثیر مثبت و معناداری دارد. در تبیین این مسئله می‌توان به تحولات سبک زندگی جوانان در جامعه ایرانی رجوع کرد. جوانان ایرانی تحت تأثیر پدیده‌هایی مانند جهانی‌شدن و رسانه‌های اجتماعی آنلاین، به منابع فرهنگی در سطح جهانی دسترسی پیدا کرده‌اند. همین مسئله سبب شده است که عناصری نوین را وارد سبک زندگی خودشان نمایند که در مواردی در تعارض با عناصر فرهنگی-ارزشی سبک زندگی ایرانی ـ اسلامی است. نتایج این بخش از پژوهش در راستای نتایج ذکائی (۱۳۸۶)، ارمکی و شالچی (۱۳۸۴)، آقایاری (۱۳۸۲)، لیشون و بول (۲۰۱۱) است. بوردیو (۱۹۸۴) در کتاب تمایز بیان می‌کند که تمایزات اجتماعی و ساختاری از رهگذر صور فرهنگی اتفاق می‌افتند. کلیه اعمال مصرف، یعنی استحصال و دخل و تصرف باید به منزله نمایشی از تسلط بر یک رمز ارتباطی در نظر گرفته شود و نیز باید به منزله یک «گرایش زیباشناختی» درک شود که پر تقاضا کردن عنوانی است که دنیای فرهنگ تحمیل می‌کند (*Bourdieu, 1984: 8*). این در تعارض با نگاه مارکسی است که «تولید» را بنیادِ تمایزات ساختاری و طبقاتی می‌داند. مارکس معتقد بود که دسترسی به ابزار تولید است که تمایزات ساختاری و طبقاتی را در جامعه مدرن شکل می‌دهد، اما بوردیو معتقد است که این شیوه مصرف فرهنگی افراد است که تعیین‌کننده تمایزات در جامعه نوین است. بوردیو مصرفِ فرهنگی را نوعی سبک زندگی می‌داند. افراد با مصرف کالاهای فرهنگی، سبک زندگی خودشان را به نمایش می‌گذارند. سبک و سیاق استفاده از کالا بخصوص آن دسته از کالاها که ممتاز قلمداد می‌شوند، تشکیل‌دهنده یکی از

نشانه‌های کلیدی هویت و نیز سلاحی ایده ئال در استراتژی‌های تمایز است (*Bourdieu, 1984: 30*). سبک زندگی جوانان عموماً از طریق مصرف کالاهای فرهنگی است که تنظیم می‌شود؛ مصرفی که بیشتر از آنکه نیاز باشد یک «سبک» و یک «ژست» است. با توجه به تکثر کالاهای فرهنگی به‌عنوان منابع معنایی در جوانان، می‌توان انتظار داشت که هویت آنان نیز ماهیتی چند لایه، سیال، متکثر و ترکیبی به خود بگیرد؛ ماهیتی که باید آن را در ساحت هویت بریکولاژ گنجاند. بودریار (۱۳۹۰) بر این اعتقاد است که مصرف، عاملی برای همگن‌سازی هویتی نیست، بلکه نظامی نشانه‌شناختی برای تولید تمایز در سبک‌های زندگی است. جوانان با سرهم‌بندیِ عناصر فرهنگیِ مصرفی، سبک زندگی نوین، سیال و متکثری برای خودشان شکل می‌دهند که همین مفصل‌بندیِ فرهنگی عناصر تکه‌تکه فرهنگی، عامل تعیین‌کننده هویت بریکولاژ در آنان است. در واقع، هویتِ بریکولاژ برآمده از تنوع‌پذیری و سیالیتِ چندلایه سبکِ زندگی نوین جوانان است. این سبک زندگی شکل‌دهنده هویت بریکولاژ، ماهیتی اعتراضی و مقاومت‌محور دارد. هبدایج معتقد است که سبکِ زندگی جوانان نوعی مقاومت در برابر نظام فرهنگی ـ ایدئولوژیک حاکم است که یک سبک زندگی ثابت و مشخص را ترویج می‌بخشد (*Hebdaij, 1979: 133*).

همچنین نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشانگر این بود که مصرف فرهنگی افراد مورد بررسی بر هویت بریکولاژ تأثیر مثبت و معناداری دارد. در تبیین این مسئله می‌توان گفت جوانان با مصرف کالاهای فرهنگی به دنبال باز تعریفِ هویت خودشان هستند. هنگامی که از مصرف فرهنگی بحث می‌کنیم، دیگر ارزش مادی کالاها نیست که اهمیت پیدا می‌کند، بلکه ارزش نمادین آن‌ها است که پررنگ می‌شود. جوانان کالاهای مصرفی را به منظور تمایزبخشی هویتی خودشان مصرف می‌کنند نه به خاطر نیازهای مادی. در این وضعیت، مصرفِ فرهنگی در تعامل با هویت بریکولاژ قرار می‌گیرد. هر قطعه از مصرف فرهنگی، هر کالای فرهنگی که جوانان مصرف می‌کند، بخشی و قطعه‌ای از پازلِ هویت چهل‌تکه آنان را شکل می‌دهد. نتایج این بخش از پژوهش در راستای یافته‌های هاشمیان‌فر و همکاران (۱۳۹۵)، محمدپور و بهمنی (۱۳۸۹)، ذکائی (۱۳۸۶)، ذکایی و آرانحی (۱۳۸۴)، کاتز ـ گرو و سالیوان (۲۰۱۰) است.

هبدایج در کتاب مقاومت از طریق مناسک نشان می‌دهد که چگونه خرده‌فرهنگ‌ها از ویژگی‌های ظاهری چون مد و سبک به‌عنوان نشانه‌ای برای اعتراض به جایگاه خود در جامعه استفاده می‌کردند. وی و کلارک معتقدند که انسجام و هماهنگی خرده‌فرهنگ‌های جوانان از طریق فرایند بریکولاژ خلق می‌شود (*Zokaei, 2008:53*). در واقع، هبدایج بر خلقِ یک

موقعیت معنایی و هویتی نوین تحت عنوان بریکولاژ تأکید می‌کند که تحت تأثیر مصرف فرهنگی رخ می‌دهد. وی این خلقِ موقعیتی را محصول یک جنگِ چریکی معنایی و نشانه‌شناختی بین خرده‌فرهنگ‌های جوانان و نظام‌های معنایی ـ هویتی غالب می‌داند (*Hebdaij, 1979: 133*). جوانان با مصرفِ فرهنگی نوعی جنگِ چریکی را راه می‌اندازند؛ جنگی که در ساحتِ هویت بریکولاژ رخ می‌دهد. در ساحتِ هویت بریکولاژ، مصرف تبدیل به یک امر تظاهری و ابزاری برای «ژست اجتماعی» می‌شود. این رویکردی است که وبلن نیز در فهم جامعه مصرفی معاصر در پیش می‌گیرد. وبلن معتقد است که مصرف در جامعه مصرفی معاصر تبدیل به راهی برای کسب احترام و منزلت اجتماعی می‌شود (*Karami, 2015:176*). جوانان در چنین جامعه‌ای تنظیماتِ فرهنگی خودشان ازجمله مصرف فرهنگی را به صورت متکثر، ترکیبی و چندلایه پیش می‌برند؛ مسئله‌ای که برای هویت بریکولاژ آنان اهمیتی محوری دارد. در چنین جامعه‌ای مصرف تبدیل به بنیادِ زندگی و معنا شده است. بودریار در این خصوص معتقد است جهان جدید وارد عرصه‌ای شده است که مصرف بر تمامی کنش‌های انسان‌ها مسلط شده است. از نظر او، «مصرف یک اسطوره است؛ یعنی، گفتار جامعه معاصر درباره خود است و شیوه‌ای است که جامعه ما از خود صحبت می‌کند و ایده مصرف گفتمانی بازتابنده و صورت‌بندی شده است» (*Baudrillard, 2011: 312*). مسئله مهم این نیست که مصرف همه‌گیر شده است، بلکه مسئله مهم این است که مصرف تبدیل به یک اسطورهِ هستی‌شناختیِ تمایزبخش گردیده است. دقیقاً در این ساحت است که هویت بریکولاژ نمایان می‌گردد.

همچنین نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشانگر این بود که پذیرش فرهنگ جهانی‌شده توسط افراد مورد بررسی بر هویت بریکولاژ تأثیر مثبت و معناداری دارد. تبیین نتایج این فرضیه را باید در تعامل با تبیین فرضیات دیگر بحث کرد. همان‌طور که بحث شد، جهانی‌شدن فرهنگی هم‌زمان با توسعه و رشد روزافزون رسانه‌های اجتماعی مجازی سبب شده است عناصر ارزشی و فرهنگیِ هویت‌بخش متعلق به فرهنگ‌های دیگر، در اختیار جوانان ایرانی قرار بگیرند. این عناصر هر کدام متعلق به بخشی از ساحتِ فرهنگی جوامع هستند که هنگامی که در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، نوعی هویت بریکولاژ را در جوانان ایرانی شکل می‌دهند. فراتر از این، ما با یک فرهنگِ جهانی‌شده مواجه هستیم که محصولِ کنار هم قرار گرفتن تکه‌ها و قطعات فرهنگی مختلف است. این فرهنگِ جهانی‌شده ماهیتی تکه‌تکه‌شده، ترکیبی و چندلایه دارد که در تناسب با ماهیتِ هویت بریکولاژ قرار دارد. بر این اساس می‌توان گفت که جوانانی که فرهنگِ جهانی‌شده را مورد پذیرش قرار می‌دهند، هویت

بریکولاژ در آنان بیشتر نمود پیدا می‌کند. نتایج این بخش از پژوهش در راستای یافته‌های کوثری (۱۳۸۳)، نسترن (۱۳۹۵)، وستجان و همکاران (۲۰۰۹) است. برای تبیین نظری نتایج این بخش می‌توان به دیدگاه گیدنز در زمینه جهانی‌شدن فرهنگی رجوع نمود. گیدنز معتقد است که جهانی‌شدن فرهنگی نه‌تنها سبب همسان‌سازی هویتی در سطح جهانی نشده است، بلکه تکه‌تکه شدن هویتی نیز گردیده است. از نظر وی، فرایند جهانی‌شدن فرایند همگن‌ساز نیست بلکه فرایندی تفکیک ساز است و همه‌چیز را به هم به‌صورت یکدست توسعه نمی‌دهد و پیامدهایش به‌هیچ‌وجه خطرناک نیستند و از آن‌ها هم گریزی نیست (*Quoted from Saeedi, 2006: 14*). گیدنز (۱۳۷۸)، جهانی‌شدن فرهنگی از طرقِ مختلف ذهنیتِ جوانان و سبک زندگی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. رشد رسانه‌های ارتباطی نوین مانند فضای مجازی و دیجیتالی، مصرف فرهنگی، جابجایی سریع کالاها و محصولات فرهنگی به دلیل از جا کندگی زمانی و فضایی سبب شده است که جوانان ایرانی (ازجمله جوانان یاسوجی) به سرعت به منابع معنایی و هویتی جهان‌محور دسترسی پیدا کنند. بنابراین آنچه مشخص است این می‌باشد که جهانی‌شدن فرهنگی سبب تکثر هویتی از طریق بازتنظیم‌های متکثر و سیال و چند لایه در بین جوانان شده است؛ مسئله‌ای که گیدنز (۱۳۷۸)، بر آن تأکید دارد.

فرهنگ در جهانِ سنتی عموماً امری محلی بود که بر اساس نظام‌های ارزشی ـ هنجاری هر جامعه در طول تاریخ شکل گرفته بود. فرهنگ در چنین وضعیتی شکل‌دهنده هویت انسان‌ها بود. هویت جوانان تفاوت چندانی با هویت نسل‌های دیگر نداشت، زیرا همه از یک نظام معنایی یکسان بهره می‌بردند و عناصر فرهنگی به سختی تغییر می‌کردند. خانواده، رسانه‌های رسمی، مدرسه و نظام آموزشی، دین، مذهب، قومیت و ... دستگاه‌های ذهنی ـ فرهنگی مولدِ هویت و نظام معنایی در این جوامع بودند. این معادلات با جهانی‌شدن فرهنگی به کلی دگرگون گردید. جهانی‌شدنِ فرهنگی را می‌توان مهم‌ترین تحول فرهنگی در چند دهه اخیر در جهان دانست. جهانی‌شدنِ فرهنگی سبب ازجاکندگی زمانی و فضایی شده است. در جهانِ کهن، انگاره‌های فرهنگی عموماً در بسترهای محلی شکل می‌گرفتند و از لحاظ زمانی نیز به سادگی قابل تغییر و انتقال به یک بستر فضایی دیگر نبودند. اما رشد انبوهِ رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی از یک طرف، و توسعه تکنولوژی‌های اطلاعاتی و دیجیتالی از طرف دیگر سبب شد که این انگاره‌های فرهنگی به سرعت در بین فضاهای زیستی حرکت کنند و به قول گیدنز از جا کنده شوند. در چنین وضعیتی هویت نیز دچار تغییرات بنیادی شده است.

همان‌طور که بحث شد، هویت در جهانِ سنتی از منابع معنایی مشخص و ثابتی که عموماً ماهیتی محلی داشتند سرچشمه می‌گرفت، اما در اثر جهانی‌شدنِ فرهنگی، این منابع معنایی ثابت و مشخص نیز مشروعیت معنایی خودشان را از دست داده‌اند. رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی و تکنولوژی‌های دیجیتالی سبب شده است که عناصر فرهنگی در سراسر جهان به سرعت انتشار پیدا کند و در دسترس افراد مختلف در فضاهای محلی قرار بگیرد. در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی تبدیل به ابزار و بستر حرکتِ نمادهای فرهنگیِ هویت‌بخش شده‌اند. این نمادها دیگر متعلق به یک بستر محلی خاص نیستند، بلکه ماهیتی جهانی دارند. استفاده روزمره نسل جوان ایرانی (از جمله جوانان یاسوج) از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تکنولوژی‌های دیجیتالی سبب شده است که آنان به‌طور مداوم در معرض این انگاره‌های فرهنگی جهانی‌شده قرار بگیرند و به مرور هویت آنان از این طریق شکل بگیرد. جوانان قطعات مختلفی از انگاره‌های فرهنگی ارائه شده را در ساحت هویت خودشان قرار می‌دهند و هنگامی که این لایه‌های هویتی با یکدیگر مفصل‌بندی می‌شوند، هویتی بریکولاژ در آنان شکل می‌گیرد. بنابراین می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضایی برای شکل‌گیری هویت بریکولاژ در جوانان و تقویت آن هستند.

جهانی‌شدن فرهنگی می‌تواند سبب یکسان‌سازی هویتی بین جوانان شود، زیرا همه آن‌ها انگاره‌های فرهنگی یکسانی را دریافت می‌کنند. اما در واقعیت خلاف این اتفاق می‌افتد. همان‌طور که گیدنز بیان می‌کند جهانی‌شدن فرهنگی به منجر به همسان‌سازی هویتی، بلکه منجر به تمایزیافتگی هویتی می‌شود. عامل کلیدی در اینجا مصرف فرهنگی است. مصرف فرهنگی جوانان تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای و منابع سرمایه‌ای (سرمایه اقتصادی، فرهنگی و نمادین) قرار دارد. جوانان بر حسب میزان دسترسی به این سرمایه‌ها و عوامل زمینه‌ای، مصرف فرهنگی خودشان را شکل می‌دهند. با لحاظ تفاوت‌ها در این زمینه، مصرف فرهنگی جوانان نیز متفاوت خواهد بود. هر قطعه‌ای از مصرف فرهنگی به معنای دریافت بخشی از انگاره‌های فرهنگی و شکل‌دهی به بخشی از ساحت هویت جوانان است. هنگامی که این قطعات هویتی در کنار یکدیگر قرار گرفته و با یکدیگر مفصل‌بندی می‌شوند، هویت بریکولاژ در جوانان شکل می‌گیرد. با لحاظ این مسئله که هویت بریکولاژ جوانان، هر کدام برگرفته از قطعات فرهنگی مختلفی است، دیگر مانند گذشته نمی‌توان از یک ساحت هویتی ثابت و یکسان صحبت کرد. در واقع، خودِ هویت بریکولاژ نیز ماهیتی بریکولاژ پیدا می‌کند. بنابراین، هم نظام هویتی جوانان بریکولاژ شده است و هم خودِ این هویت بریکولاژ نیز ماهیتی بریکولاژ پیدا کرده است.

با وجود اینکه نتایج پژوهش نشان از این داشت که هویت بریکولاژ در بین جوانان یاسوجی در سطح بالاتر از متوسط قرار دارد، اما این را نمی‌توان به صورت یکسان در مورد همه جوانان صادق دانست. در واقع، ما با سطوحِ متفاوتی از هویت بریکولاژ در بین جوانان مواجه هستیم. آنچه تعیین‌کننده سطح بریکولاژ جوانان است، میزان استفاده آنان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، مصرف فرهنگی، سبک زندگی و پذیرش فرهنگِ جهانی‌شده است. هر چقدر میزان این متغیرها در بین جوانان بیشتر باشد، سطح هویت بریکولاژ در آنان نیز بالاتر خواهد بود. بنابراین، ماهیت چندلایه‌گی، ترکیبی و مفصل‌بندی شده هویت بریکولاژ در نهایت باعث سیالیتِ هویتِ بریکولاژ در میان جوانان یاسوجی خواهد شد.

مسئله دیگر این است که جامعه یاسوج هنوز کاملاً از بافتِ سنتی فاصله نگرفته است. انگاره‌های سنتیِ معنابخش و هویت‌بخش هنوز در این جامعه نقش پررنگی ایفا می‌کنند. در مقابل، موج‌های جهانی‌شدنِ فرهنگی در قالب رسانه‌های اجتماعی آنلاین، تکنولوژی‌های دیجیتالی، مصرف فرهنگی و ... به سرعت وارد این جامعه شده و منابع معنایی و هویتی نوین، متکثر و جهانی را در اختیار جوانان یاسوجی قرار داده است. این مسئله باعث ایجاد هویت بریکولاژ در بین جوانان یاسوجی شده است. تقابل بین منابع معنایی سنتی و بریکولاژ در جامعه یاسوج مانند بسیاری از مناطق دیگر ایران شکل گرفته و در حال تشدید پیدا کردن است. احتمالاً در آینده شاهد تقابل و تعارض بیشتر این منابع معنابخش هویتی در قالب تعارضات نسلی خواهیم بود. گذار از بافت سنتی و انگاره‌های فرهنگی معنابخش سنتی به احتمال فراوان تشدید خواهد شد. نسل‌های قدیمی‌تر که عموماً دارای هویت سنتی هستند، در تلاش برای حفظ این معناها و نمادها خواهند بود و نسل‌های نوین و جوان نیز در برابر این تلاش‌ها مقاومت خواهند کرد و هویت بریکولاژ در آن‌ها بیشتر خواهد شد. جهانی‌شدن فرهنگی و رشد لحظه‌ای رسانه‌های ارتباطی مجازی و دیجیتالی و استفاده مداوم جوانان یاسوجی از این رسانه‌ها سبب شده است که تشدید سطح هویت بریکولاژ در میان جوانان یاسوجی امری قابل انتظار و معقول باشد. در مقابل، تضعیف هویت سنتی نیز قابل انتظار خواهد بود.

پیشنهادات کاربردی

یافته‌های تحقیق نشان از تأثیر مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مورد بررسی بر هویت بریکولاژ داشته است به طوری که سبک زندگی، پذیرش فرهنگ جهانی شده، مصرف فرهنگی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد و مؤلفه‌های آنان هر کدام به نوعی بر توسعه هویت

بریکولاژ مؤثر بوده است؛ بر این اساس پیشنهاد می‌شود با ترویج و تبلیغ سبک زندگی سالم و استفاده مؤثر و مفید از شبکه‌های مجازی و پرهیز از استفاده غیر متعارف و آسیب‌زا و توجه به روند پذیرش فرهنگ جهانی شده و استفاده به جا و بهینه از روند پذیرش فرهنگ جهانی شده و توجه به الگوهای صحیح مصرف فرهنگی شرایطی فراهم گردد که با مشارکت و تعامل نهادهای فرهنگی نسبت به مصون نمودن جوانان و چاره‌اندیشی پیرامون تغییرات صحیح این متغیرها در جهت کاهش آسیب‌های ناشی از هویت ترکیبی برنامه‌ریزی‌های لازم به عمل آید.

References:

Abazari, Y.; Chavushian, H. (2002). "From Social Class to Lifestyle", Social Sciences Letter, No. 30, Fall and Winter. (Persian).

Azad Aramaki, T. & Chavushian, H. (2002). "The Body as a Media of Identity", Iranian Journal of Sociology, No. 4. (Persian).

Baudryar, J. (2011). Consumer Society, Myths and Structures (Translated by Pirouz Izadi). Tehran: Sales Publishing. (Persian).

Bourdieu, P. (1993). The field of cultural prounction, Polity press.

Bourdieu, P.; L.P. D. Wacquant (1992). An invitation to Reflexive sociology Chicago: university of Chicago press.

Edgar, A. & Sajwick, P. (2009). Key Concepts in Cultural Theory, Translated by Naser al-Din Ali Taghaviyan, Tehran: Cultural and Social Studies Research Institute of the Ministry of Science, Research and Technology. (Persian).

Fakouhi, N. (2019). "Identity Formation and Local", National, and Global Patterns: Iranian Journal of Sociology, Vol. 20, Issue 78. (Persian).

Ganji, M.; Soleiman Nejad M.; Hosseinzadeh Fermi, M. (2012). "Study of factors affecting bricolage identity among the adolescents and young people of Karaj", Quarterly Journal of Cultural and Communication Studies, Issue 57: Year 23, 315-339. (Persian).

Hall, S. (1976). Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Postwar Britain. London: Routledge.

Hashemianfar, S. A.; Chiny, N. (2016). Bricollage Identity and Consumer Culture, Tehran: Sociologists Publications.

Hashmianfar, S. A. & Ganji, M. & Chiny, N. (2011). "Study of factors affecting bricolage identity with emphasis on cultural consumption among the youth of Isfahan", Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural and Communication Studies. Issue 23: 97. 124. (Persian).

Hebdaij, D. (2009). From Culture to Hegemony, Essays on Cultural Studies, Translated by Homeira Moshirzadeh, Tehran: Ayandeh Pouyan Institute. (Persian).

Hebdige, D. (1979). Subculture: The Meaning of Style, London and New York.

Inanlu, M. (2016). The Construction of the Body (Sociology of Youth Body Management Styles), Tehran: First Edition, Sociologists. (Persian).

Pitre, Sh. (2003). "Cultural Studies and Hebdige's Subculture: the Meaning of Style", retrieved from.

Saeedi, A. A. (2008). Body and Consumer Culture, Cultural Consumption, Tehran: Jahad Daneshgahi Publishing. (Persian).

Seiman, S. (2009). The Conflict of Opinions in Sociology. Translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney Publishing. (Persian).

Shaygan, D. (2005). New Enchantment, Forty-Piece Identity and Mobile Thinking. (Translated by Fatemeh Valiani), Tehran: Farzan. (Persian).

Veblen, Th. (1912). The Theory of the Leisure Class, NowYork: Macmillan Company.

Zakaei, M. S. (2007). Culture of Youth Studies, Tehran: Ageh Publishing. (Persian).

Sociological Explanation of Bricolage Identity among the Youth of Yasuj City in 2021 (Case Study: Youth of Yasuj City)

Mohammad Hatamikia[1], *Seyed Ali Hashemianfar (Ph.D)*[2]
Mansour Haghighatian (Ph.D)[3]

DOI: 10.22055/QJSD.2026.48687.3018

Abstract:

Bricolage identity is one of the new emerging phenomena that, based on the modern cultural and social changes that have occurred in the global system, has affected the identity behaviors of young people in most parts of the world. Bricolage identity in Iranian society combines elements of Islamic, Iranian, and modern identity. The present study was conducted in order to investigate and sociologically explain bricolage identity among young people aged 18-30 in Yasuj city using a survey method, and data were collected using a researcher-made questionnaire from a sample of 350 people using a multi-stage cluster sampling method from young people in Yasuj city. The validity of the questionnaire was based on Cronbach's alpha coefficient (bricolage identity 0.72) and its validity was based on the opinions of experts. The research findings show that there is a significant relationship between the acceptance of globalized culture, lifestyle, use of social networks, and cultural consumption with bricolage identity. Accordingly, the direct and indirect effects of these variables were examined.

Key Concepts: *Bricolage Identity, Yasuj Youth, Use of Social Networks, Cultural Consumption, Lifestyle, Acceptance of Globalized Culture*

[1] PhD Student in Sociology, Dehaqan Branch, Islamic Azad University, Dehaqan, Iran, hatami.2008@yahoo.com
[2] Associate Professor, Department of Sociology, University of Isfahan, Isfahan, Iran (Corresponding Author), j.hashemian@ltr.ui.ac.ir
[3] Associate Professor, Department of Sociology, Dehaqan Branch, Islamic Azad University, Dehaqan, Iran, mansour_haghighatian@yahoo.com

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).