

## مدل معادلات ساختاری مولفه های سبک زندگی مؤثر بر هویت اجتماعی

دکتر مجید کفاشی<sup>۱</sup>

### چکیده

مقاله حاضر با هدف، شناخت میزان رابطه مولفه های سبک زندگی با هویت اجتماعی و دستیابی به الگوی نظری تحلیلی می باشد که با استفاده از دیدگاه پیر بوردیو<sup>۱</sup> و هنری تاجفل<sup>۲</sup> مورد بررسی قرار گرفته است و با طرح این پرسشها که شاخصهای سبک زندگی به چه میزان بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مؤثر است؟ ضریب تاثیر کدام یک از عوامل و شاخصها بیشتر است؟ تا چه اندازه مدل نظری پژوهشگر ساخته با واقعیت تجربی همسویی دارد؟، به تحلیل و تبیین موضوع پژوهش پرداخته است. روش تحقیق این پژوهش، پیمایشی و ابزار سنجش، پرسشنامه پنج گزینه ای مبتنی بر مقیاس لیکرت است. اعتبار محتوایی ابزار سنجش با توجه به CVR<sup>۳</sup> بدست آمده برای هویت اجتماعی ۰/۸۱ و برای سبک زندگی ۰/۸۲ است و سنجش روایی سازه ای با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی و آماره KMO<sup>۴</sup> برابر ۰/۸۸ بدست آمده که در سطح بالایی بوده و نشان از همبستگی گویه های مقیاس است. در بحث پایایی ابزار سنجش، گویه های منتخب در دو بررسی مقدماتی و نهایی مورد تحلیل قرار گرفتند که نتایج حاصل نشان می دهد مقیاسهای بکار رفته از قابلیت اعتماد قابل قبولی برخوردارند. بطوریکه ضرایب همبستگی در بررسی نهایی افزایش را نشان می دهد و آلفای مقیاسها در بررسی مقدماتی ۰/۸۸ و در بررسی نهایی برابر با ۰/۸۹ که هر دو در حد بالایی است. نمونه مورد مطالعه ۸۹۷ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی رودهن می باشد که با روش نمونه گیری خوشه ای و شیوه طبقه بندی شده متناسب با حجم انتخاب شده اند. برای انجام مباحث مدلسازی از نرم افزار لیزرل ۵ استفاده شده است.

نتایج این پژوهش در بخش توصیف نشان داد هر دو متغیر سبک زندگی و هویت اجتماعی حکایت از وضعیت مطلوب و نرمال این متغیر در دانشگاه آزاد اسلامی است. همچنین دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی در مقام قیاس با سایر دانشجویان مورد مطالعه از میانگین بیشتری در زمینه هویت اجتماعی برخوردارند. در بخش تبیین و مدلسازی نتایج بر وجود یک الگوی رابطه معنی داری و مستقیم بین شاخصهای متغیرهای مستقل سبک زندگی با متغیر وابسته هویت اجتماعی حکایت دارد. همچنین نتایج الگوسازی معادلات ساختاری حکایت از استخراج سه مدل از مدل نظری تحقیق است. با توجه به شاخصهای الگو سازی می توان استدلال کرد که مدلهای ارائه شده از برازش خوبی برخوردار بوده و انطباق مطلوبی بین مدل ساختاری شده با داده های تجربی فراهم گردیده است. جزئیات بیشتر در این مقاله اشاره شده است.

**واژه های کلیدی:** هویت اجتماعی<sup>۵</sup>، سبک زندگی<sup>۶</sup>، دانشگاه آزاد اسلامی<sup>۷</sup>، مدلسازی<sup>۸</sup>

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۰۵/۱۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۰۲/۱۴

## مقدمه

هویت اجتماعی، به ساده ترین بیان، تعریفی است که فرد، بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی، از خویش دارد. هویت اجتماعی اساساً از طریق مقایسه اجتماعی شکل می‌گیرد، مقایسه‌های که درون گروه و برون گروه را از هم متمایز می‌کند. بنابراین، اگر برای فرد جایگاه و ویژگی‌ها بی‌تعریف شود که تنها در مقایسه با دیگران و در ارتباط با دیگران معنا یابد، هویت اجتماعی او تعریف شده است. تمامی ویژگی‌های رفتاری که به تمایز میان "ما" و "آنها" می‌انجامد، مؤلفه‌های مفهوم هویت اجتماعی محسوب می‌شوند، مثل زبان، دین، قوم و نژاد، آداب و رسوم، طبقه اجتماعی، شغل، عضویت‌های گروهی و فرقه‌ای. مفهوم هویت اجتماعی بر وجود مجموعه رفتارهای سازمان یافته‌ی چند گروهی تاکید دارد که به لحاظ اجتماعی به صورت یکسان و مشابه انجام می‌گیرند و شناسایی هویت‌های اجتماعی تلاشی برای تحلیل الگوهای تکرار پذیر کنش‌ها و نگرش‌های گروهی است. (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵). هویت اجتماعی تعبری است که فرد از خود در رابطه با دیگران دارد و بر اساس عضویت در رده‌ها و گروه‌های گوناگون اجتماعی شکل می‌گیرد. هویت افراد وابسته به برداشت دیگران و شناسایی دیگران است و شناسایی دیگران لازمه تثبیت هویت است، در معنای اصلی هویت، تشابه و تمایز مطلق است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۵).

هویت از اجزای واقعیت‌های ذهنی است؛ که در رابطه دیالکتیکی فرد با جامعه قرار داشته و در فرآیندهای اجتماعی شدن شکل می‌گیرد و پس از به ظهور رسیدن، به حال خود باقی مانده و یا در برخی موارد، تغییر می‌کند و بر اساس روابط جدید از نو شکل می‌گیرد. فرآیندهای تشکیل دهنده هویت اجتماعی، بر اساس ساختار اجتماعی تعیین می‌شوند. هویت نیز، که متأثر از روابط اجتماعی نسبت به ساختار اجتماعی، واکنش نشان می‌دهد، باعث تغییر آن شده یا موجب حفظ و بقای آن می‌گردد. ساختار اجتماعی می‌تواند موجب پیدایش انواع هویت اجتماعی در افراد شده و به خوبی قابل تشخیص باشد؛ لذا به وضوح می‌توان، هویت فرد آسیایی را از فرد اروپایی تشخیص داد. تنوع هویت‌ها فراورده‌های اجتماعی‌ای هستند که عناصری نسبتاً ثابت و پایدار دارند.

در تعریف سبک زندگی بوردیو بر این باور است که سبک زندگی شامل اعمال طبقه بندی شده و طبقه بندی کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، آداب سخن گفتن، راه رفتن، نوع پوشش، نوع خوراک و... محسوب می‌شود (شالچی، ۱۳۸۳: ۳۲). همچنین به نظر آنتونی گیدنز سبک زندگی به مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره اطلاق می‌شود. به عبارت دیگر سبک زندگی مستلزم مجموعه‌ای از عاداتها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است که علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی پیوند بین گزینش فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منظم را تامین می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۱). سبک زندگی بخشی از زندگی است که عملاً تحقق می‌یابد و در بردارنده طیف کامل فعالیت‌های است که افراد در زندگی روزمره خود انجام می‌دهند. بنابراین طیف فعالیت‌های مختلف افراد در هر عرصه از زندگی می‌تواند سازنده سبک زندگی آنها در آن عرصه باشد (رضوی زاده، ۱۳۸۶: ۱۶۷).

پرسش پژوهش این است که در جامعه‌ی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی چه رابطه‌ای بین شاخصهای سبک زندگی (شامل: مصرف محصولات فرهنگی، فعالیت فراغتی، مدیریت بدن، الگوی خرید، الگوی تغذیه) و هویت اجتماعی (شامل: هویت مذهبی، ملی، خانوادگی، گروهی، فردی) وجود دارد؟ میزان رابطه در چه سطحی است؟ آیا مدل ارائه شده از برازش خوبی برخوردار بوده و انطباق مطلوبی بین مدل ساختاری شده با داده‌های تجربی فراهم گردیده است؟ چه مدلهایی از مدل نظری تحقیق استخراج می‌شوند؟

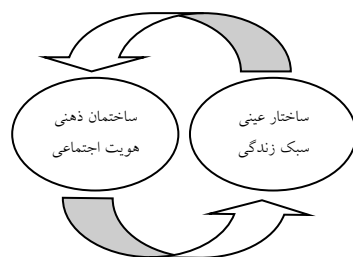
## چارچوب و مدل نظری

جامعه‌شناسی که به غنای مفهوم سبک زندگی افزوده، پیر بوردیو است. در نظریه بوردیو سبک زندگی که شامل اعمال طبقه بندی شده و طبقه بندی کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه و

خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت یافته و تجسم یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک های زندگی شیوه های مصرف عاملان اجتماعی است که دارای رتبه بندی های مختلفی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی اند. این شیوه های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله مراتبی است؛ اما چنانچه بوردیو در کتاب تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی نشان می دهد مصرف صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز است. بنابراین سبک زندگی محصول نظام مند منش است که از خلال رابطه دو جانبه خود با رویه های منش درک می شود و تبدیل به نظام نشانه هایی می گردد که به گونه ای جامعه ای مورد ارزیابی قرار گیرد چنانچه بوردیو در عبارت فوق نیز اشاره می کند مصرف به منزله نظامی از نشانه ها و نمادها مطرح است که کار کردهایی چون تمایز گذاری اجتماعی دارد (شالچی، ۱۳۸۶: ۱۰۰). بوردیو در کتاب تمایز شیوه هایی را تحلیل کرد که گروه های هم رده و هم طبقه خود را به وسیله آن، از الگوهای مصرفی گروه دیگر متمایز می کنند. بوردیو نشان می دهد که چگونگی گروه های خاص، به ویژه طبقات اجتماعی - اقتصادی، از میان انواع کالاها، مصرفی، روش های لباس پوشیدن، غذا خوردن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل و... انتخاب هایی را انجام می دهند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند. بوردیو شیوه هایی را تحلیل کرد که گروه های مختلف خود را به وسیله آن از الگوهای مصرفی که شیوه زندگی یک گروه را مشخص می سازد متمایز می کنند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۲).

پیر بوردیو عقیده دارد که همیشه کشمکشی برای کسب قدرت و منزلت نه تنها در بین بلکه در درون طبقات گوناگون جامعه وجود دارد. این کشمکش ها در فضای اجتماعی رخ می دهد جایی که روابط بین طبقات مطابق با میزان و دسترسی به اشکال متفاوت سرمایه (سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) ساخته شده اند. بوردیو به مبارزه و کشمکش برای قدرت اشاره می کند، کشمکشی که تنها به قدرت اقتصادی مربوط نمی شود بلکه سلطه فرهنگی را نیز در بر می گیرد. مبارزه و کشمکش برای سلطه، بین طبقات و خرده طبقات به تداوم تغییرات سبک زندگی منجر می شود. نبرد نمادین در زمینه های متفاوت ترجیحات فرهنگی است بنابراین فضای اجتماعی سبک های زندگی مطابق با احکام و دستورات قدرت ساخته شده است. نتیجتاً، طبقات و خرده طبقات قدرتمندتر سبک زندگی را برجسته و مسلط می کنند (رضوی زاده، ۱۳۸۶: ۵۵).

بنا بر نظریه بوردیو در سنجش رابطه سبک زندگی با هویت اجتماعی باید در دو بعد ذهنی و عینی مورد توجه قرار داد زیرا همان طور که گفته شد بنابر نظریه بوردیو بین این دو بعد رابطه دیالکتیکی برقرار است و این دو بر هم تاثیر می گذارند و از هم تاثیر می پذیرند.



شکل ۱: دیدگاه بوردیو

از نظر هانتینگتون جهانی شدن با توسعه امکانات ارتباطی و شبکه های اطلاع رسانی و نفوذ پذیری مرزها، در کنار این گرایش کلی، امکان پیشبرد اهداف و خواسته های خرده فرهنگها را در روابط فراملی و فراملی فراهم آورده و با به چالش کشیدن هویت های یکپارچه، به طرح هویت های اختلاطی، گزینشی و چند گانه رهنمون می شود، «در زمانی که تغییرات پرشتاب اجتماعی روی می دهد، هویت های جاافتاده از هم فر و می پاشد، خود دوباره تعریف می شود، و هویت تازه ای شکل می گیرد از همین رو است که در عرصه جهانی شدن شاهد برجسته سازی هویت های قومی، و رشد خود آگاهی خرده فرهنگ ها، تقویت و ظهور هویت های جمعی فراملی و فراملی و ایجاد شکاف در دیوار فرهنگ ملی می باشیم (نوابخش، ۱۳۹۰: ۱۱).

انسانها به طور ذاتی تمایل به برقراری رابطه با دیگران دارند چرا که انسان موجودی اجتماعی است و فضاهاى شهری می تواند بستری مناسب در جهت شکل گیری و تقویت روابط اجتماعی میان گروههای مختلف اجتماعی در پی آن انسجام اجتماعی در جامعه شهری باشند (نوابخش، ۱۳۹۲: ۸).

به اعتقاد هابرماس در صورت گسترش تعداد افراد یا اشخاصی که حوزه عمومی یا اجتماعی (عموم) را تشکیل می دهند، به عبارت دیگر در صورت گسترش بودن حوزه عمومی، ارتباط و مفاهمه میان آنان مستلزم ابزار معینی برای کنش و انتشار عقیده و تأثیر گذاری است زیرا با توجه به گستردگی حوزه عمومی و افزایش تعداد افراد خصوصی که در کنار هم گرد آمده و با تشکیل اجتماعی و عرصه فعالیت های عمومی خود را گسترش داده و در صدد هستند تا منافق و علایق عمومی را با جدیت و کار آیی بیشتری دنبال نمایند، در آن صورت اصلی ترین و اساسی ترین چیزی که به آن نیاز دارند گسترش و پراکنش ارتباط و مفاهمه در میان آنان است، به گونه ای که میزان تاثیر گذاری و نفوذ ارتباطات و مفاهمه در میان آنان به نحو احسن افزایش یافته و در تمامی خلل و فرج یا بسترهای حوزه مذکور نفوذ نماید (نوابخش، ۱۳۹۱: ۱۱۳).

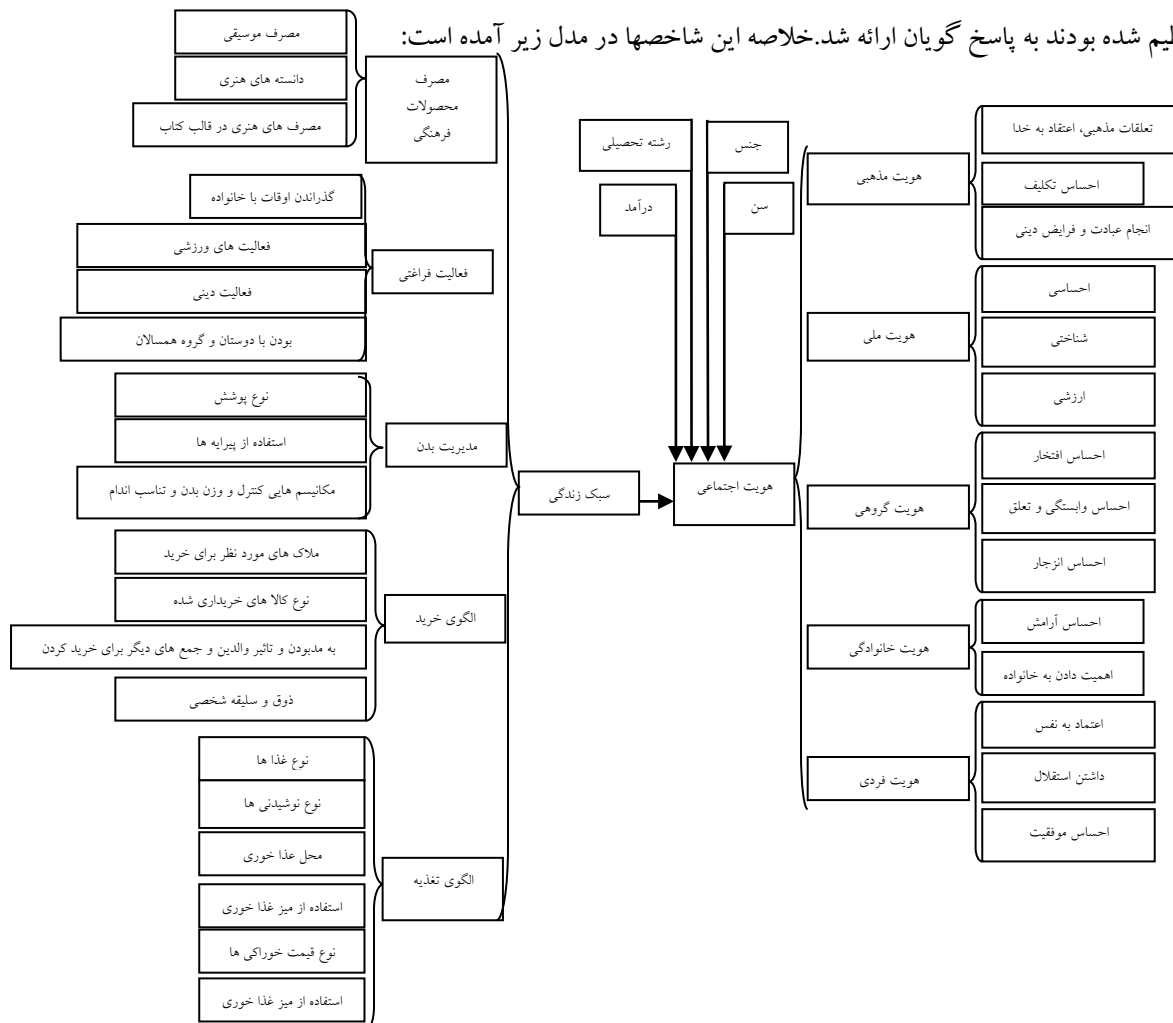
آنتونی گیدنز معتقد است که فعالیت های انسانی را کنشگران اجتماعی بوجود نمی آورند بلکه این فعالیت ها از طریق همان راه هایی که انسان ها خودشان را بعنوان کنشگر مطرح می سازند، پیوسته باز ایجاد می شوند. عوامل انسانی از طریق فعالیت هایشان شرایطی را بوجود می آورند که این فعالیت ها را امکان پذیر می سازد. بدین سان فعالیت ها را نه آگاهی ایجاد می کند نه ساخت اجتماعی واقعیت و نه ساختار اجتماعی، بلکه انسان ها ضمن ابراز وجود به عنوان کنشگر در گیر فعالیت می شوند و از طریق همین فعالیت است که هم آگاهی و هم ساختار ایجاد می شوند. در واقع کنشگران همیشه رفتار خود را بازنگری و باز اندیشی می کنند. (نوابخش، ۱۳۹۱: ۱۱۳).

با توجه به دیدگاه تاجفل، هویت اجتماعی به عنوان آگاهی فرد از تعلق به گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد، مفهوم سازی شده است. در نتیجه بنا بر تعلق افراد به گروه های متفاوت است که آنان به یک هویت اجتماعی معرف وضعیت به خصوص خود در جامعه، دست می یابند. اما تعلق به یک گروه معین فقط در صورتی به مشارکت در یک هویت اجتماعی مثبت می انجامد که مشخصات آن گروه بتواند جانبدارانه با دیگر گروه ها مقایسه شود. در این مقایسه، افراد به داوری به نفع گروه خود گرایش دارند. خواست ایجاد نگهداری و یا افزایش تمایز مثبت به نفع درون گروه در مقایسه با برون گروه ها، در ابعاد مربوط و تحت شرایطی که افراد خود را بر اساس عضویت های شان معرفی می کنند، نشان از نیاز به هویت اجتماعی مثبت دارد. تاجفل، این تحلیل روان شناختی را از انگیزش برای هویت اجتماعی مثبت، در مزیت قائل شدن برای درون گروه (به عنوان مثال دسته بندی اجتماعی، هویت اجتماعی و مقایسه اجتماعی) مد نظر داشت. بدین ترتیب آشکار می شود که نظریه هویت اجتماعی بر دو پایه شناختی و انگیزشی استوار است. بر مبنای پایه شناختی است که شناساگر طی فرآیند دسته بندی، به بیشتر ارزیابی کردن تفاوت های بین گروهی و کمتر ارزیابی کردن تفاوت های درون گروهی سوق داده می شود. پایه انگیزشی نیز هر چند موجب تبعیض می شود، اما برای عزت نفس ضرورت دارد. برخی قضاوتها را از این نظریه به همین تحلیل روان شناختی بسنده کرده اند. در حالی که این فقط آغاز راه بود. تا جفل به روشنی خاطر نشان کرد که نظریه هویت اجتماعی، سه وجه دارد که هر یک از آنها بخشی مهم از این نظریه شمرده می شود: الف: تحلیل روان شناختی فرایند های انگیزشی - شناختی که نیاز به هویت اجتماعی مثبت را بر می انگیزند. ب: تشریح اینکه این تحلیل را چگونه می توان در روابط بین گروهی به کار گرفت. ج: ارائه مدل پیوستار بین گروهی - بین شخصی (Turner, 1999, p, 9).

با رجوع به دیدگاههای مطرح شده در حوزه نظری تحقیق می توان چنین استنباط کرد که مدل تحلیلی نشان می دهد متغیرهای مستقل بر روی هویت اجتماعی تاثیر دارند. البته مدل ارائه شده باید با استفاده از نرم افزار لیزرل برازش آن مورد بررسی قرار گیرد تا مشخص شود تا چه اندازه با واقعیت انطباق دارد. بنابراین فرضیه تحقیق عبارت از: بین شاخصهای سبک زندگی (مصرف محصولات

فرهنگی، فعالیت فراغتی، مدیریت بدن، الگوی خرید، الگوی تغذیه، و هویت اجتماعی (هویت مذهبی، ملی، خانوادگی، گروهی، فردی) رابطه وجود دارد و و انطباق مطلوبی بین مدل ساختاری شده با داده های تجربی فراهم است.

برای سنجش متغیرهای مستقل و وابسته ابتدا متغیرها معرف سازی شدند و سپس در قالب گویه ها و سؤالاتی که براساس مقیاس لیکرت تنظیم شده بودند به پاسخ گویان ارائه شد. خلاصه این شاخصها در مدل زیر آمده است:



شکل ۲: مدل نظری تحقیق

در تحقیق حاضر برای سنجش هویت اجتماعی پنج معرف: هویت مذهبی، ملی، گروهی، خانوادگی و فردی و برای سنجش سبک زندگی پنج معرف: مصرف محصولات فرهنگی، فعالیت فراغتی، مدیریت بدن، الگوی خرید، الگوی تغذیه مورد استفاده قرار گرفتند.

### روش شناسی

روش های پژوهشی که در پژوهش حاضر استفاده شده عبارتند از: الف) روش اسنادی و کتابخانه ای برای دستیابی به دیدگاه های نظری، شفاف شدن واقعیت اجتماعی و آگاهی از ادبیات پژوهش. ب) روش پیمایشی برای جمع آوری داده ها، طبقه بندی، توصیف و تبیین سوالات و مدل نظری تحقیق. جامعه آماری، دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن در سال ۱۳۹۲ می باشند. نمونه آماری، دانشجویان دختر و پسر مقطع کارشناسی در گروه های تحصیلی علوم انسانی، فنی- مهندسی، علوم پایه، کشاورزی و هنر که حد اقل دو ترم تحصیلی را در دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن سپری کرده اند می باشند.

اعضای نمونه از طریق نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای و شیوه طبقه بندی متناسب با حجم انتخاب شد در این روش نمونه گیری، ابتدا از میان گروه های تحصیلی (خوشه ها) نمونه ای انتخاب گردید. سپس نمونه از هر دانشکده متناسب با حجم، رشته و گرایش تحصیلی به صورت نمونه گیری طبقه ای انتخاب شدند. تعداد نمونه مورد بررسی ۸۹۷ از دانشجویان می باشند.

ابزار اندازه گیری این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته ۳۹ ماده ای برای سنجش هویت اجتماعی و ۵۳ ماده ای برای سنجش سبک زندگی مبتنی بر طیف لیکرت است که به صورت گویه هایی پنج گزینه ای ارائه شد. برای این گزینه ها بر حسب اینکه میزان موافقت به آنها از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف یا بر عکس آن باشد، نمره های ۵ تا ۱ و ۱ تا ۵ تعلق گرفت.

در بحث اعتبار محتوایی هویت اجتماعی، از مجموع ۴۳ گویه ارائه شده در ابزار برای سنجش هویت اجتماعی، تنها ۳۹ گویه مورد توافق متخصصین قرار گرفت و  $CVR^{10}$  بدست آمده ۰/۸۱ و از مجموع ۵۸ گویه ارائه شده در ابزار برای سنجش سبک زندگی، تنها ۵۳ گویه مورد توافق متخصصین قرار گرفت و  $CVR$  بدست آمده ۰/۸۲ است که از مقدار قابل قبول برخوردار است. به منظور سنجش روایی از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد و آماره  $KMO^{11}$  که برابر ۰/۸۸ محاسبه شد، نشان داد که همبستگی گویه های مقیاس برای ایجاد یک تحلیل عاملی مناسب است.

در بحث پایایی ابزار سنجش، گویه های منتخب در دو بررسی مقدماتی و نهایی مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل نشان داد مقیاسهای بکار رفته از قابلیت اعتماد قابل قبولی برخوردارند. بطوریکه ضرایب همبستگی در بررسی نهایی افزایش را نشان می دهد و آلفای مقیاسها در بررسی مقدماتی ۰/۸۸ و در بررسی نهایی برابر با ۰/۸۹ می باشد که هر دو در حد بالایی است.

تکنیک های آماری انجام شده بر روی ابزار سنجش عبارتند از تحلیل عاملی برای سنجش روایی و برای برازش مدل نظری تحقیق از شاخصهای ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب، شاخص نیکویی برازش، شاخص تاکر و لوئیس، شاخص هولتر، شاخص برازش نرم شده بونت - بتلر استفاده شده است.

#### یافته ها

الف) توصیف آماری آزمودنیها و متغیر هویت اجتماعی و ابعاد آن

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد آزمودنیها به تفکیک جنس، تاهل، رشته تحصیلی

رشته تحصیلی	فراوانی	درصد	تاهل	فراوانی	درصد	جنس	فراوانی	درصد
علوم انسانی	۴۲۴	۴۷/۳	مجرد	۶۷۵	۷۶/۳	مرد	۴۳/۳	۳۸۸
فنی مهندسی	۱۳۹	۱۴/۵	متاهل	۱۸۳	۲۵/۴	زن	۵۴/۸	۴۹۲
علوم پایه	۱۰۲	۱۱/۴						
کشاورزی	۱۳۵	۱۵/۱						
هنر	۲۵	۲/۸						

در نمونه مورد مطالعه بیشتر افراد نمونه زن هستند. بیشترین افراد در رشته علوم انسانی و به لحاظ وضعیت تاهل، مجرد هستند.

جدول ۲: توزیع شاخصهای مرکزی و پراکندگی متغیر هویت اجتماعی و ابعاد آن

شاخصها	هویت اجتماعی	هویت مذهبی	هویت ملی	هویت گروهی	هویت خانوادگی	هویت فردی
میانگین	145.35	42.08	27.74	24.66	22.76	28.13
میانه	146.00	43.00	28.00	25.00	23.00	28.00
نما	138	44	35	24	26	28
انحراف معیار	17.767	9.019	6.023	3.636	3.607	4.346
کجی	-.170	-.380	-.843	.030	-.357	-.292
کشیدگی	.077	.060	.618	.901	.220	-.570
حداقل نمره	110	48	28	28	23	22
حد اکثر نمره	81	12	7	7	7	13
نمره کل	191	60	35	35	30	35

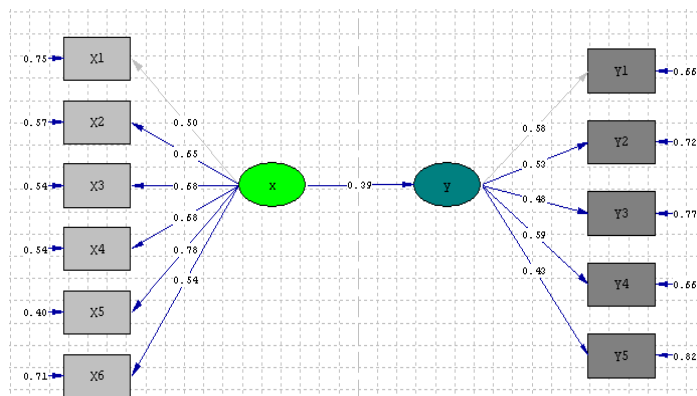
شاخصهای مرکزی نما، میانه، میانگین برای نمره هویت اجتماعی به دلیل نزدیک بودن مقدار عددی آنها با یکدیگر، حکایت از توزیع نرمال دارد. همانطور که ملاحظه می شود، پایین ترین نمره «هویت اجتماعی» متعلق به کسانی است که نمره ۸۱ را کسب کرده اند و بالاترین نمره متعلق به کسانی است که نمره ۱۹۱ را کسب کرده اند و نمره کل آن ۱۱۶۴۲۲ می باشد. بنابراین، دامنه توزیع نمرات برابر با ۱۱۰ نمره می باشد. نمره هویت اجتماعی بیشترین افراد برابر با ۱۳۸ می باشد. نمره هویت اجتماعی نیمی از پاسخگویان مساوی یا کمتر از ۱۴۶ و نیمی دیگر بیش از آن نمره می باشد. متوسط نمره «هویت اجتماعی» نمونه آماری برابر با ۱۴۵،۳۵ می باشد. با توجه به مقدار انحراف معیار توزیع متغیر نمره های «هویت اجتماعی» در حدود ۱۷،۷۶ در اطراف میانگین پراکنده شده اند. بنابراین نمره های «هویت اجتماعی» ۹۵ درصد از افراد را می توان مساوی یا بزرگتر از ۱۲۷،۵۹ و کوچکتر یا مساوی ۱۶۳،۱۱ برآورد کرد. در ارزیابی کلی از متغیر هویت اجتماعی و ابعاد پنجگانه هویت اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی رودهن باید اذعان داشت که به دلیل نزدیک بودن این متغیر و ابعاد آن به توزیع نرمال حکایت از وضعیت مطلوب این متغیر در دانشگاه آزاد اسلامی است.

#### ب) الگوسازی معادلات ساختاری و برازش مدل

الگوسازی معادلات ساختاری (SEM) تکنیکی برای تحلیل داده ها است که به منظور ارزیابی رابطه ی بین دونوع از متغیرها طراحی شده است: الف) متغیرهای آشکار (متغیرهایی که مستقیماً اندازه گیری شده و متغیرهای مشاهده شده اند. ب) متغیرهای مکنون یا پنهان یا متغیرهایی که به عنوان سازه ی نظری مطرح هستند. الگوی معادلات ساختاری به نسبت سایر تکنیک های تحلیل داده این امکان را فراهم می آورد که محقق بتواند مدل های نظری پیچیده را در یک تحلیل آزمون کند. ویژگی بسیار ارزشمند الگوی معادلات ساختاری، تحلیل و پردازش هم زمان روابط میان متغیرهای مدل سنجش است. الگوسازی معادلات ساختاری به پژوهشگر این اجازه را می دهد تا به تحلیل علی متغیرهای مکنون و مشاهده شده به طور همزمان پردازد (ماریاما، ۱۹۹۷). زمانی که از الگوی معادلات ساختاری استفاده می شود، یک مؤلفه ی مهم تحلیل ارزیابی چگونگی برازش مدل فرضیه ای با داده های مشاهده شده است. پژوهشگران معمولاً به منظور ارزیابی این برازش از شاخص های نیکویی برازش ۱۳ استفاده می کنند.

رایج ترین این شاخص ها، شاخص احتمالی آماره ی مجذور خی است که اهمیت اختلاف بین مدل برازش شده و ماتریس کواریانس ناشی از نمونه ی مشاهده شده را بیان می دارد. بنابراین، آن مجذور خی که به لحاظ آماری معنی دار نیست ( $p > 0/05$ ) نشان می دهد که مدل دقیقاً معرف و نماینده ی داده های مشاهده شده نمی باشد. نکته ی مهم این است که همانند سایر آزمون های استنباطی، اختلاف کایسکور ۱۴ متأثر از حجم نمونه است. بنابراین، زمانی که حجم نمونه زیاد باشد، احتمالاً اختلاف کمی بین مدل برازش شده و ماتریس کواریانس ناشی از نمونه ی مشاهده شده خواهد بود که به طور نسبی برازش خوبی را نشان می دهد (بنتلر و بونت ۱۵، ۱۹۸۰؛ گرینگ و اندرسون ۱۶، ۱۹۹۳؛ مارش، بالا و مکدونالد ۱۷، ۱۹۸۸). به همین منظور، پژوهشگران جهت ارزیابی نیکویی برازش از چندین شاخص ارزیابی استفاده می کنند که عبارتند از: ۱. شاخص نیکویی برازش (GFI)، ۲. شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)، ۳. نسبت مجذور خی به درجه آزادی ۴. شاخص برازش استاندارد (NFI)، ۵. اساساً مقادیر این شاخص ها متأثر از عوامل بیرونی و نامعلوم (مانند حجم نمونه و تعداد گویه ها و معرف ها) می باشد تا اینکه ناشی از نقص در برازش مدل باشند. یعنی، اگر در تحلیل برازش مناسبی وجود ندارد، به علت عوامل بیرونی است و ماهیت مدل مسبب آن نیست (اندرسون و گرینگ، ۱۹۸۴؛ هو و بنتلر، ۱۹۹۸؛ مارش و دیگران، ۱۹۸۸). در مقابل شاخص های برازش مانند: ۱. شاخص توکر و لیوایس (TLI)، ۲. شاخص برازش این کری منتال (IFI)، ۳. شاخص تطبیقی برازش (CFI)، ۴. ریشه ی میانگین مجذور برآورد خطای تقریب (RMSEA)، ۵. ریشه ی میانگین مجذور پس مانده استاندارد (SRMR) کمتر تحت تأثیر عوامل مزاحم و بیرونی قرار می گیرند و نتیجه ی به دست آمده بیشتر مبین نقص در برازش مدل است؛ یعنی، اگر در تحلیل برازش مناسبی وجود ندارد، به علت ماهیت مدل آن است و کمتر تحت تأثیر عوامل مزاحم و بیرونی است. به عنوان جمع بندی کلی از شاخص های برازندگی: مقدار ریشه ی میانگین مجذور برآورد خطای تقریب (RMSEA) که استیگر به عنوان خطای اندازه ی متفاوت برای هر درجه آزادی ارایه کرده است، استفاده می شود. مقدار ریشه میانگین مجذور برآورد خطای تقریب که به واقع همان آزمون انحراف هر درجه ی آزادی است برای مدل هایی که (۱) برازندگی خوبی داشته باشند کمتر از ۰/۰۵ می باشد. (۲) مقادیر بالاتر از آن تا ۰/۰۸ نشان دهنده ی خطاهای معقولی برای تقریب در جامعه است، ۳. مدل های که RMSEA آنها ۰/۱۰ بیشتر باشد برازش ضعیفی دارد. هیو و بنتلر به عنوان نقطه ی برش برازندگی خوب مدل، مقدار کوچکتر یا مساوی ۰/۰۶ را پیشنهاد کرده اند (هومن ۱۳۸۴: ۲۴۵). با استفاده از این مزیت الگوسازی ساختاری، در پایان سعی شده است تا ارتباط علی متغیرهای مکنون با یکدیگر و روابط هر یک از آن ها با معرف های مربوط شان (متغیرهای آشکار) بررسی شود. در ابتدا متغیر وابسته و متغیرهای مستقل به تفکیک با معرفیها بعنوان متغیرهای آشکار بررسی شده اند تا اطمینان حاصل شود که معرف های مناسبی برای متغیر مکنون مورد نظر هستند. سپس در مرحله دوم، شاخصهای متغیرهای مستقل به صورت جداگانه با متغیر وابسته در قالب الگوی لیزرل آزمون شده اند. در مرحله سوم شاخصهای چند متغیر مستقل با یکدیگر با متغیر وابسته (میزان هویت اجتماعی) در قالب الگوی لیزرل آزمون شده اند. در این پژوهش سبک زندگی بعنوان متغیر مکنون برونزا و متغیر هویت اجتماعی به عنوان متغیر مکنون درونزا هستند. با توجه با اینکه براساس استدلال های مطرح شده در الگوهای معادلات ساختاری مبنای تصمیم گیری در باره صحت و سقم فرضیه های مطرح در این شیوه تحلیل داده ها از طریق شاخص RMSEA استنتاج شده است، یاد آور می شوم طبق نظر هیو و بنتلر چنانچه مقدار این شاخص کمتر از ۰/۰۶ باشد فرض برازش مدل نظری و چنانچه مقدار این شاخص بزرگتر از ۰/۰۶ باشد فرض عدم برازش مدل نظری مورد تایید است. خروجی معادلات ساختاری متغیرها در الگوی زیر آمده است: لازم به یادآوری است از پنج مدل قابل پیش بینی، تنها سه مدل استخراج شد که به آنها اشاره می شود.





شکل ۳: مدل تحلیل مسیر شاخصهای سبک زندگی (X1-X6) با شاخصهای هویت اجتماعی (Y1-Y5)

شکل بالا الگوی ارتباط شاخصهای سبک زندگی (X) شامل X1 «مصرف محصولات فرهنگی» که توسط ۸ سوال، X2 «اوقات فراغت» که توسط ۱۱ سوال، X3 «مدیریت بدن خانمها» که توسط ۹ سوال، X4 «مدیریت بدن آقایان» که توسط ۷ سوال، X5 «الگوی خرید» که توسط ۱۱ سوال، X6 «الگوی تغذیه» که توسط ۷ سوال و شاخصهای هویت اجتماعی (Y) شامل Y1 «هویت مذهبی» که توسط ۱۲ سوال، Y2 «هویت ملی» که توسط ۷ سوال، Y3 «هویت گروهی» که توسط ۷ سوال، Y4 «هویت خانوادگی» که توسط ۶ سوال، Y5 «هویت فردی» که توسط ۷ سوال به عنوان متغیر وابسته اندازه گیری شده که با الگوی حقیقی داده ها متفاوت نیست.

میزان لامبدای متغیر پنهان بیرونی شاخصهای سبک زندگی (X) شامل X1 «مصرف محصولات فرهنگی» ۰/۵۰، X2 «اوقات فراغت» ۰/۶۵، X3 «مدیریت بدن خانمها» ۰/۶۸، X4 «مدیریت بدن آقایان» ۰/۶۸، X5 «الگوی خرید» ۰/۷۸، X6 «الگوی تغذیه» ۰/۵۴ می باشد که از تجمیع این شاخصها متغیر سبک زندگی شکل گرفته است. میزان لامبدای متغیر پنهان بیرونی و شاخصهای هویت اجتماعی (Y) شامل Y1 «هویت مذهبی» ۰/۵۸، Y2 «هویت ملی» ۰/۵۳، Y3 «هویت گروهی» ۰/۴۸، Y4 «هویت خانوادگی» ۰/۵۹، Y5 «هویت فردی» ۰/۴۳ می باشد که از تجمیع این شاخصها متغیر هویت اجتماعی شکل گرفته است.

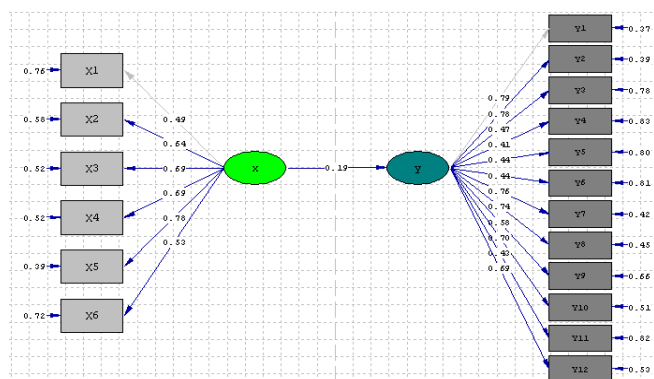
از آنجا که مقدار شاخص نیکویی برازش «این مدل برابر ۰/۹۲ می باشد می توان بیان کرد که این مدل برازش قابل قبولی با واقعیت دارد. میزان ضریب بدست آمده بیانگر اثر مستقیم شاخصهای سبک زندگی بر هویت اجتماعی به میزان (۰/۳۹) است. مهمترین معرف های شاخصهای سبک زندگی به ترتیب اهمیت، الگوی خرید، مدیریت بدن خانمها، مدیریت بدن آقایان، اوقات فراغت، الگوی تغذیه، مصرف محصولات فرهنگی است. به عبارت دقیق تر ۳۹ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی توسط مجموعه ای از شاخصهای سبک زندگی پوشش داده می شود. متغیر الگوی خرید بیشترین اثر گذاری در متغیر هویت اجتماعی را نشان می دهد.

$$\text{شاخصهای سبک زندگی (Y)} = (0/39) \text{ (هویت اجتماعی)}$$

جدول ۳: شاخص‌های مرتبط با برازش مدل مسیر شاخص‌های سبک زندگی با شاخص‌های هویت اجتماعی

شاخص	میزان	تفسیر
مجذور کای (نسبت درست‌نمایی)	۳۹۸,۲۵	برازش کامل در سطح $\alpha=0/001$
لوئیز - تاکر (شاخص برازش غیرنرم)	۰/۹۱	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۹۰)
بونت - بنتلر (شاخص برازش نرم شده)	۰/۹۱	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۹۰)
هولتر	۰/۸۲	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۷۰)
ریشه خطای میانگین مجذورات	۰/۰۳۸	برازش عالی (ملاک کمتر یا مساوی ۰/۰۵)
GFI	۰,۹۲	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۹۰)

بنابراین مدل پیشنهادی پژوهشگر، از برازش کاملی برخوردار بوده زیرا شاخص برازش نرم شده بونت بنتلر (۰/۹۱)، بالاتر از ۰/۹۰ بوده است. علاوه بر آن، شاخص هولتر (۰/۸۲) بالاتر از ۰/۷۰ بوده و برازش مطلوب را نشان می‌دهد. همچنین، ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (۰/۰۳۸)، کمتر از ۰/۰۵ بوده و معرف برازش مدل محقق است.



شکل ۴: مدل تحلیل مسیر شاخص‌های سبک زندگی (X1-X6) با شاخص‌های هویت مذهبی (Y1-Y12)

شکل بالا الگوی ارتباط شاخص‌های سبک زندگی (X) شامل X1 «مصرف محصولات فرهنگی» که توسط ۸ سوال، X2 «اوقات فراغت» که توسط ۱۱ سوال، X3 «مدیریت بدن خانمها» که توسط ۹ سوال، X4 «مدیریت بدن آقایان» که توسط ۷ سوال، X5 «الگوی خرید» که توسط ۱۱ سوال، X6 «الگوی تغذیه» که توسط ۷ سوال و شاخص‌های هویت مذهبی (Y) شامل Y1-Y12 که توسط ۱۲ سوال، به عنوان متغیر وابسته اندازه گیری شده که با الگوی حقیقی داده ها متفاوت نیست.

میزان لامبدای متغیر پنهان بیرونی شاخصهای سبک زندگی (X) شامل X1 «مصرف محصولات فرهنگی» X2، 0/49 «اوقات فراغت» X3، 0/64 «مدیریت بدن خانمها» X4، 0/69 «مدیریت بدن آقایان» X5، 0/69 «الگوی خرید» X6، 0/78 «الگوی تغذیه» X7، 0/53 می باشد که از تجمیع این شاخصها متغیر سبک زندگی شکل گرفته است.

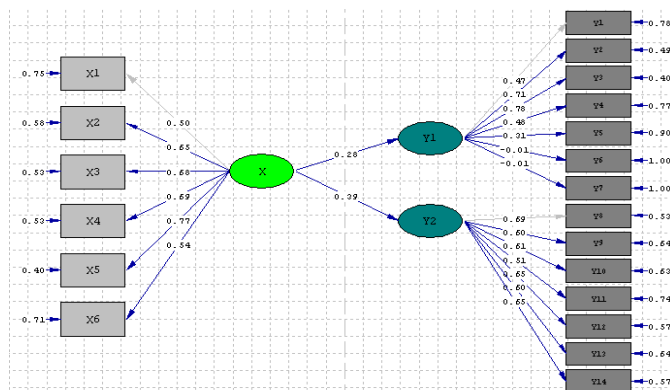
میزان لامبدای متغیر پنهان بیرونی و شاخصهای هویت مذهبی (Y) شامل 71-712 می باشد که از تجمیع این شاخصها متغیر هویت مذهبی شکل گرفته است. از آنجا که مقدار «شاخص نیکویی برازش» این مدل برابر 0/91 می باشد می توان بیان کرد که این مدل برازش قابل قبولی با واقعیت دارد. میزان ضریب بدست آمده بیانگر اثر مستقیم شاخصهای سبک زندگی بر هویت مذهبی به میزان (0/19) است. مهمترین معرف های شاخصهای سبک زندگی به ترتیب اهمیت، الگوی خرید، مدیریت بدن خانمها، مدیریت بدن آقایان، اوقات فراغت، الگوی تغذیه، مصرف محصولات فرهنگی است. به عبارت دقیق تر 19 درصد از تغییرات متغیر هویت مذهبی توسط مجموعه ای از شاخصهای سبک زندگی پوشش داده می شود. متغیر الگوی خرید بیشترین اثر گذاری در متغیر هویت مذهبی را نشان می دهد.

شاخصهای سبک زندگی (0/19) = Y (هویت مذهبی)

جدول 4: شاخص های مرتبط با برازش مدل سبک زندگی با هویت مذهبی

شاخص	میزان	تفسیر
مجدورکای (نسبت درست نمایی)	341,56	برازش کامل در سطح
$\alpha = 0/001$		
لوئیز- تاکر (شاخص برازش غیرنرم)	0/91	برازش عالی (ملاک بیش از 0/90)
بونت- بنتلر (شاخص برازش نرم شده)	0/91	برازش عالی (ملاک بیش از 0/90)
هولتر	0/79	برازش عالی (ملاک بیش از 0/70)
ریشه خطای میانگین مجدورات	0/05	برازش عالی (ملاک کمتر یا مساوی 0/05)
تقریب RMSE		
GFI	0,91	برازش عالی (ملاک بیش از 0/90)

الگویابی معادلات ساختاری با تأکید بر سبک زندگی بر هویت مذهبی با توجه به شاخص برازش غیرنرم لوئیز- تاکر (0/91) و شاخص برازش نرم شده بونت بنتلر (0/91) که بالاتر از 0/90 بوده و شاخص هولتر (0/79) که بالاتر از 0/70 می باشد معرف برازش مدل محقق است.



شکل ۵: مدل تحلیل مسیر شاخصهای سبک زندگی (X1-X6) با هویت گروهی (Y1) و هویت فردی (Y2)

شکل بالا الگوی ارتباط شاخصهای سبک زندگی (X) شامل X1 «مصرف محصولات فرهنگی» که توسط ۸ سوال، X2 «اوقات فراغت» که توسط ۱۱ سوال، X3 «مدیریت بدن خانمها» که توسط ۹ سوال، X4 «مدیریت بدن آقایان» که توسط ۷ سوال، X5 «الگوی خرید» که توسط ۱۱ سوال، X6 «الگوی تغذیه» که توسط ۷ سوال و شاخصهای هویت گروهی (Y1) شامل Y1-Y7 و شاخصهای هویت فردی (Y2) شامل Y8-Y14 که توسط ۷ سوال به عنوان متغیر وابسته اندازه گیری شده که با الگوی حقیقی داده ها متفاوت نیست.

میزان لامبدای متغیر پنهان بیرونی شاخصهای سبک زندگی (X) شامل X1 «مصرف محصولات فرهنگی» ۰/۵۰، X2 «اوقات فراغت» ۰/۶۵، X3 «مدیریت بدن خانمها» ۰/۶۸، X4 «مدیریت بدن آقایان» ۰/۶۹، X5 «الگوی خرید» ۰/۷۷، X6 «الگوی تغذیه» ۰/۵۴ می باشد که از تجمیع این شاخصها متغیر سبک زندگی شکل گرفته است.

میزان لامبدای متغیر پنهان بیرونی و شاخصهای هویت گروهی (Y) شامل Y1-Y7 می باشد که از تجمیع این شاخصها متغیر هویت گروهی شکل گرفته است. میزان لامبدای متغیر پنهان بیرونی و شاخصهای هویت فردی (Y2) شامل Y8-Y14 می باشد که از تجمیع این شاخصها متغیر هویت فردی شکل گرفته است.

از آنجا که مقدار «شاخص نیکویی برازش» این مدل برابر ۰/۹۵ می باشد می توان بیان کرد که این مدل برازش قابل قبولی با واقعیت دارد. میزان ضریب بدست آمده بیانگر اثر مستقیم شاخصهای سبک زندگی بر هویت گروهی به میزان (۰/۲۸) و بر هویت فردی به میزان ۰/۳۹ است. مهمترین معرف های شاخصهای سبک زندگی به ترتیب اهمیت، الگوی خرید، مدیریت بدن خانمها، مدیریت بدن آقایان، اوقات فراغت، الگوی تغذیه، مصرف محصولات فرهنگی است. به عبارت دقیق تر ۲۸ درصد از تغییرات متغیر هویت گروهی و ۳۹ درصد از تغییرات متغیر هویت فردی توسط مجموعه ای از شاخصهای سبک زندگی پوشش داده می شود. متغیر الگوی خرید بیشترین اثر گذاری در متغیر هویت فردی را نشان می دهد.

$$\text{شاخصهای سبک زندگی (Y) = (0/28) (هویت گروهی)}$$

$$\text{شاخصهای سبک زندگی (Y) = (0/39) (هویت فردی)}$$

جدول ۵: شاخص های مرتبط با برازش مدل شاخصهای سبک زندگی و هویت گروهی و فردی

شاخص	میزان	تفسیر
مجذور کای (نسبت درست‌نمایی)	۴۵۷,۳۱	برازش کامل در سطح $\alpha=۰/۰۰۱$
لوئیز- تاکر (شاخص برازش غیرنرم)	۰/۹۳	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۹۰)
بونت- بنتلر (شاخص برازش نرم شده)	۰/۹۳	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۹۰)
هولتر	۰/۸۴	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۷۰)
ریشه خطای میانگین مجذورات	۰/۰۴۹	برازش عالی (ملاک کمتر یا مساوی ۰/۰۵)
تقریب RMSE		
GFI	۰,۹۵	برازش عالی (ملاک بیش از ۰/۹۰)

با تأکید بر شش شاخص نیکویی برازش می‌توان به برازش مدل تدوین شده از یکسو و داده‌های تجربی از سوی دیگر، تأکید داشت. بنابراین انطباق مطلوبی بین مدل به تصویر درآمده و یا مدل ساختاری شده با داده‌های تجربی فراهم گردیده و می‌توان الگوی مناسب را برای ساختار مرتبط با هویت فردی و گروهی عنوان نمود. از این رو، با تأکید بر معادلات ساختاری، الگوی مناسب در زمینه هویت فردی و گروهی طراحی گردیده و برازش مطلوب معرف الگویایی معادلات ساختاری با تأکید بر سبک زندگی بر هویت فردی و گروهی است. در جمع‌بندی نهایی پژوهش حاضر، مطرح می‌شود که مدل پیشنهادی پژوهشگر، از برازش کاملی برخوردار بوده زیرا مجذور کای در نسبت درست‌نمایی بالاتر از ۳۰۰ بوده ( $\chi^2=۴۵۷,۳۱$ ) و در سطح  $\alpha=۰/۰۰۱$  معنی‌دار است. همچنین، شاخص برازش غیرنرم لوئیز- تاکر (۰/۹۳) و شاخص برازش نرم شده بونت بنتلر (۰/۹۳)، بالاتر از ۰/۹۰ بوده است. علاوه بر آن، شاخص هولتر (۰/۸۴) بالاتر از ۰/۷۰ بوده و برازش مطلوب را نشان می‌دهد. همچنین، ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (۰/۰۴۹)، کمتر از ۰/۰۶ بوده و معرف برازش مدل محقق است.

### بحث و نتیجه گیری

برای آزمون برازش مدل نظری تحقیق با تأکید بر شش شاخص نیکویی برازش به برازش مدل تدوین شده از یکسو و داده‌های تجربی از سوی دیگر، تأکید شد. بنابراین انطباق مطلوبی بین مدل‌های به تصویر درآمده و یا مدل ساختاری شده با داده‌های تجربی فراهم شد و با تأکید بر معادلات ساختاری، الگوی مناسبی در زمینه رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته طراحی گردید و برازش مطلوب مدل‌های استخراج شده معرف الگویایی معادلات ساختاری است. لذا از پنج مدل قابل پیش بینی، تنها سه مدل استخراج شد که مدل پیشنهادی پژوهشگر، از برازش کاملی برخوردار بوده زیرا شاخص های برازش لوئیز- تاکر و بونت بنتلر، بالاتر از ۰/۹۰، شاخص هولتر بزرگتر از ۰/۷۰ و ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب، کمتر از ۰/۰۶ بوده و معرف برازش مدل محقق است.

عوامل پنجگانه ای که برای مقیاس سنجش هویت اجتماعی در این پژوهش استخراج شد، علاوه بر آنکه با نتایج پژوهشهای قبلی همسو هستند، با دیدگاهها و پژوهشهای انجام شده در داخل و خارج از کشور هماهنگ است. برای مثال در این پژوهش از طریق تحلیل عاملی برای روشن شدن فضای مفهومی هویت اجتماعی به تعریف مفهومی و عملیاتی دیدگاه ریچارد جنکیز (۱۹۹۶)، تاجفل، به رواسازی مقیاس نگرش ها و هویت اجتماعی اسکات براون (۲۰۱۱)، به تئوری هویت اجتماعی استوان گرین (۲۰۰۴)، اندازه گیری هویت اجتماعی جوهان گویدر (۲۰۰۳)، مقیاس هویت گروههای مرجع چارلز گلسو (۱۹۹۸) و هویت اجتماعی و طبقه اجتماعی دیوید جورج (۲۰۰۶) نزدیک شدیم. شایان ذکر است نتایج این پژوهش با پژوهشهای داخلی بهزاد دوران (۱۳۸۶)، ابراهیم حاجیانی (۱۳۷۹)، محمد عبداللهی (۱۳۷۵) و حسن چاوشیان (۱۳۸۱) همسویی دارد.

یافته های این تحقیق نشان می دهد که در مدل کلی، رابطه مثبت و مستقیمی بین سبک زندگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن و هویت اجتماعی وجود دارد. به عبارت دقیق تر ۳۹ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی دانشجویان توسط مجموعه ای از شاخصهای سبک زندگی پوشش داده می شود. مهمترین معرف های سبک زندگی به ترتیب اهمیت، الگوی خرید، مدیریت بدن خانمها، مدیریت بدن آقایان، اوقات فراغت، الگوی تغذیه، مصرف محصولات فرهنگی است. در این مدل با تقویت و توجه بیشتر دانشجویان به مولفه های سبک زندگی، هویت اجتماعی آنها تقویت می شود.

مدل رابطه بین شاخصهای سبک زندگی و هویت مذهبی حکایت از رابطه مثبت و مستقیم بین شاخصهای سبک زندگی و هویت مذهبی است. به عبارت دقیق تر ۱۹ درصد از تغییرات متغیر هویت مذهبی توسط مجموعه ای از شاخصهای سبک زندگی پوشش داده می شود. متغیر الگوی خرید و مدیریت بدن بیشترین اثر گذاری در متغیر هویت مذهبی را نشان می دهد. به تعبیر آزاد ارمکی و چاوشیان: کنترل منظم بدن یکی از ابزارهای اساسی است که فرد به وسیله آن روایت معینی از هویت شخصی را محفوظ می دارد و در عین حال خود وی نیز از ورای همین روایت در معرض دید دیگران قرار می گیرد. بر این مبنا می توان استنتاج کرد که آگاه بودن از اهمیت هنجاری و معناهای نمادی بدن آدمی، به مثابه تابعی از تغییرات فرهنگی دوران مدرن در میان گروهها و اقشاری که بیشتر در متن این تغییرات بوده اند بالاتر و روشن تر از کسانی باشد که به فرهنگ سنتی نزدیک ترند. شکل گیری هویت فردی اجتماعی کنشگران در تهران بیشتر از طریق با اهمیت شدن حوزه مصرف، اهمیت بدن و کنترل آن شکل می گیرد (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۵۷).

مدل رابطه بین شاخصهای سبک زندگی بر هویت گروهی حکایت از رابطه مثبت و مستقیم بین آنها است. به عبارت دقیق تر ۲۸ درصد از تغییرات متغیر هویت گروهی و ۳۹ درصد از تغییرات متغیر هویت فردی توسط مجموعه ای از شاخصهای سبک زندگی پوشش داده می شود. متغیر الگوی خرید و مدیریت بدن بیشترین اثر گذاری در متغیر هویت فردی و گروهی را نشان می دهد. با تکیه به دیدگاه پیر بوردیو می توان دریافت انسانها از طریق فرایند چرخشی ساختارهای عینی و ساختارهای ذهنی در محیط پیرامون خود، موجبات تقویت یا تضعیف این ساختارها را فراهم می کنند. همانطور که در این پژوهش مشخص شد، شاخصهای سبک زندگی (در پرتو ساختارهای عینی) در زندگی بشر تاثیر بسزایی در شکل گیری هویت اجتماعی دانشجویان (در پرتو ساختار ذهنی) دارد و این دوساختار لازم و ملزوم یکدیگرند.

## پی نوشتها

1. Pierre Bourdieu
2. Henri Tajfel
3. Content Validity Ratio
4. Kaiser Meyer Olkin (KMO)
5. Lisrel
6. Social Identity
7. Life Style
8. Islamic Azad University
9. Modeling
13. Goodness of fit Index
14. Chi-square
15. Bentler&Bonett
16. Gerbing&Anderson
17. Marsh, Balla&McDonald
18. Adjusted Goodness of fit Index
19. Normed fit Index
20. Tacker lewis index
21. Incrmental fit index

- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| 10. Content Validity Ratio     | 22. Comparative fit index                   |
| 11. Kaiser Meyer Olkin (KMO)   | 23. Root mean square error of approximation |
| 12. Structural Equation Models | 24. Standardized root mean square residual  |

## منابع

- آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). بدن به مثابه بدن، **مجله جامعه شناسی ایران**، دوره چهارم، شماره ۴، زمستان ۸۱ چکنیز، ریچارد (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**، ترجمه ی تورج یار احمدی، تهران: نشر شیرازه.
- چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). سبک زندگی و هویت اجتماعی، پایان نامه دکتری، تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- حاجیان، ابراهیم (۱۳۷۹). تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۵، صص ۱۹۳-۲۲۸. دوران، بهزاد (۱۳۸۶). **هویت اجتماعی و فضای سایبرنتیک**، تهران: انتشارات وزرات ارشاد.
- رضوی زاده، نورالدین (۱۳۸۶). **بررسی تاثیر مصرف رسانه ها بر سبک زندگی ساکنان تهران**، تهران: انتشارات وزرات فرهنگ و ارشاد اسلامی
- شالچی، وحید (۱۳۸۳). سرمایه فرهنگی در اندیشه بوردیو، پایان نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- شالچی، وحید (۱۳۸۶). سبک زندگی جوانان کافی شاپ، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، شماره ۱.
- عبداللهی، محمد (۱۳۷۵). جامعه شناسی بحران هویت، **نامه پژوهش**، تهران، شماره ۲
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). **مصرف و سبک زندگی**، قم: انتشارات صبح صادق.
- نوابخش، مهرداد و همکاران (۱۳۹۰). بررسی تحولات ارزشی و هویتی بر امنیت ملی، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، شماره ۴
- نوابخش، مهرداد و همکاران (۱۳۹۱). عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان مشارکت دانش آموزان در فعالیت های دانش آموزی، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، شماره ۴
- نوابخش، مهرداد و همکاران (۱۳۹۲). **ضرورت احیاء سرمایه اجتماعی در توسعه فضاهای شهری**، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، شماره ۴
- هومن، حیدر علی (۱۳۸۴). **مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل**، تهران: نشر سمت.
- Anderson, J. C.; Gerbing, D.W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness of fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *psychometrika*, 49, 155-173.
- Bentler, P.M., Bonett, D.G. (1980). Significance Test and Goodness of Fit in the Analysis of covarianc Structures. *Psychological Buletin*, 88, 588-606
- Grootaert, C. & Bastelear, T. (2002). *The Role of Social Capital in Development*, Cambrige Univ.Press
- Greene, Steven, (2004) *Social Identity Theory and Party Identification*, *Social Science Quarterly* Vol: 85 Issue: 1 ISSN: 0038-4941 Date: 2004 Pages: 136 – 153
- Gelso, Charles J and Wade, Jay C, (1998), *Reference Group Identity Dependence Scale: A Measure of Male Identity*, *The Counseling Psychologist* Vol: 26 Issue: 3 ISSN: 0011-0000 Date: 05/1998 Pages: 384 - 412
- George, David, (2006), *Social class and social identity*, *Review of Social Economy* Vol: 64 Issue: 4 ISSN: 0034-6764 Date: 12/2006 Pages: 429 - 445
- Jenkins, Richard (1996). *Social Identity*, London, Routledge,
- John Goyder (2003). *Measuring Social Identities: Problems and Progress*, *International Journal of Public Opinion Research* Vol: 15 Issue: 2 ISSN: 0954-2892 Date: 06/2003 Start Page: 180
- Jahnson. D. (1993). *Reaching out: Intrprsonal effectiveness and self-actualization*, Boston university press.
- Marsh, H. W.; Balla, J.R.; Macdonald, R. P. (1998). Goodness of Fit indices in confirmatory factor analysis: Effect of sample size. *psychological Bulletin*, 103, 391-411
- Maryama, G. M. (1997). *Basics of structural equation modeling*. sage publications
- Scott W Brown and Katherine Picho (2011). *Social identity change: Shifts in social identity during adolescence*, *Journal of Adolescence*, Volume 34, Issue 3, June 2011, Pp 555-567

Turner, John C. (1999). Some current issues in research on social identity and self categorization theory, In Noma Ellemers:,Russell Spears:, Bertjan Doosje(eds) social identity: Context, commitment, content, London :Blackwell Publishers,