فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی ششم، شماره‌ی ٤، بهار ۹۷، صفحات ۱۱۱-۸۷

جهانی‌شدن فرهنگی و دگرگونی هویت نسلی: بررسی سبک زندگی نسل والدین و فرزندان در سنندج

حامد شیری[۱]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۵

چکیده

جهانی‌شدن به منزله‌ی یکی از منابع نوین دگرگونی تاریخی، زیست‌جهان اجتماعی ـ فرهنگی ما را به شیوه‌ای متمایز از اشکال پیشین دگرگون ساخته است. مقاله‌ی حاضر در چارچوب نظریه‌ی تغییرات دوره‌ای اینگلهارت و نظریه‌ی هویت نسلی بالس به بررسی دگرگونی و تفاوت نسلی در سایه‌ی تجارب و فرایندهای جهانی‌شدن فرهنگی پرداخته و استدلال می‌کند که ذهنیت و تجربه نسلی در عصر جهانی‌شدن به برساخت متفاوتی از هویت نسلی در بین نسل والدین و نسل فرزندان منجر شده است. از نظر روش‌شناسی این پژوهش به شیوه‌ی پیمایشی و با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه بین دو نسل فرزندان و والدین در شهر سنندج در استان کردستان به اجرا درآمده است. یافته‌ها بیانگر این است که سبک زندگی ـ به مثابه‌ی شاخصی برای سنجش هویت اجتماعی ـ در نسل فرزندان بیشتر از نسل والدین از ابژه‌های جهانی‌شدن فرهنگی تأثیر می‌پذیرد. جهانی‌شدن سبک زندگی در مؤلفه‌هایی چون «هنجارهای مصرف»، «گذران اوقات فراغت»، «رفتارهای خانوادگی»، «تعلق زبانی» و «ارزش‌ها و باورها» در بین نسل فرزندان بیش از نسل والدین دیده می‌شود. نتایج همچنین بیانگر این است که تبعیت از سبک زندگی جهانی در بین طبقات بالا و افراد تحصیل‌کرده بیشتر از طبقات پایین و افراد با تحصیلات پائین‌تر است.

واژه‌های کلیدی: جهانی‌شدن فرهنگی؛ سبک زندگی؛ هویت اجتماعی؛ هویت نسلی؛ دگرگونی نسلی.

[۱] استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور hamedshiri2003@yahoo.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

مقدمه و بیان مسأله

مدرنیته به مثابه‌ی «اسطوره‌ی رومی (یانوس[1])، با دو چهره‌ی به‌هم چسبیده از پس و پیش، بالنده و میرنده»(تاملینسون[2]، ۱۳۸۱: ۹) و یا به مثابه‌ی تجربه‌ای سرشار از معما و تناقض (برمن[3]، ۱۳۷۹: ۱۱)، واقعیتی فراگیر و مسلم است که به شیوه‌های مختلف به تغییر و تحول در ساخت‌های اجتماعی – فرهنگی منجر شده است. مدرنیته بر تجربه‌های زندگی کنشگران در فضاهای مختلف سیطره یافته و فرصت‌ها و امکانات جدیدی در بازتولید این تجارب پدید آورده است. از پیامدهای برجسته و بارز مدرنیته ایجاد تغییرات و به ویژه تضاد و تقابل ساختارهای سنتی با ساختارهای جدید است که تمایزات و همسانی‌های گوناگونی را در بسترهای اجتماعی و فرهنگی مختلف ایجاد کرده است.

«جهانی‌شدن» به مثابه‌ی امتداد مدرنیته و یا شکل متأخر آن(گیدنز[4]، ۱۳۸۰: ۱۹۵) به این تغییر و تحولات شدّت و حدّت بخشیده است. در نتیجه‌ی گسترش روندها و فرایندهای جهانی‌شدن، جامعه‌شناسان به یک تغییر پارادایمی از فرضیه‌های کلاسیک به فرضیه‌های مبتنی بر جهانی‌شدن تأکید دارند. در حالی‌که در پارادایم کلاسیک مفاهیمی چون دولت ملی، رابطه‌ی حکومت و جامعه، طبقه‌ی حاکم، نخبگان، احزاب و پایگاه اجتماعی نظام‌های سیاسی غلبه داشتند؛ در پارادایم جدید رابطه‌ی میان حکومت‌ها و فرایندهای جهانی، فرهنگ و ارتباطات، هویت‌های فراملی و جهانی-شدن و پیامدهای آن در ظهور سبک‌های زندگی و هویت‌های اجتماعی اولویت یافته‌اند(نش[5]، ۱۳۸۲: ۱۰).

موضوع اخیر یعنی تأثیرات و پیامدهای جهانی‌شدن و به ویژه جهانی‌شدن فرهنگی بر شکل‌گیری و صورتبندی‌های نوین از هویت اجتماعی مسئله و پرسش‌محوری مقاله‌ی حاضر است. در پارادایم جدید استدلال می‌شود که صورتبندی هویت اجتماعی با جایگزینی الگوهای جهانی به جای الگوی مبتنی بر دولت ـ ملت همراه شده است. جهانی‌شدن به مثابه‌ی تجربه‌ای نو و واقعیتی چندبعدی (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) به تغییر ارزش‌ها و هنجارها و

[1] Janos
[2] Tamlinson
[3] Berman
[4] Giddens
[5] Nash

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

بازتعریف فرهنگ پیشین انجامیده و این تغییر به نوبه‌ی خود سبک‌های زندگی و شیوه‌های نگرش را به خود و جهان دگرگون کرده است.

در این راستا مشخص‌ترین تمایز هویتی در دگرگونی نسلی ـ به منزله‌ی یکی از ابعاد هویت اجتماعی ـ و شکل‌گیری ذهنیت‌های متفاوت نسلی نمایان می‌شود. اینگلهارت[1] استدلال می‌کند تغییرات ارزشی از سوی نسل جوان‌تر زودتر و بیشتر از بزرگسالان پذیرفته شده و مقبولیت می‌یابد (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۷۵). نسل جدید نه تنها همنوایی و همگرایی بیشتری با ابژه‌های نوین خلق‌شده در فرایند جهانی‌شدن از خود نشان می‌دهد بلکه امکانات و فرصت‌های بیشتر و متنوع‌تری نیز برای تمایز هویتی خود با نسل‌های پیشین می‌یابد. شکل‌گیری هر نسلی به طور همزمان با رخ‌دادن فرایندهای ذهنی(تعریف هویت خود و تعریف ابژه‌های نسلی) و فرایندهای عینی(تغییرات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی) همراه است. افراد هر نسلی از طریق اشکال مختلف(سبک زندگی) ضمن جداکردن خویش از نسل‌های قبل و هویت‌سازی برای خویش، آینده را نیز تعریف کرده و اراده‌ی خویش را بر آن تحمیل می‌کند(بالس[2]، ۱۳۸۰: ۸–۱۲). واقعیت جهانی شدن در عصر حاضر همان فرایندهای عینی تغییر اجتماعی است که فرایندهای ذهنی نسل جوان را برای هویت‌سازی و جداسازی خویش از نسل قبل تحت تأثیر قرار داده است.

در این چارچوب مقاله‌ی حاضر بررسی فرضیه‌ی دگرگونی در هویت نسلی در سایه‌ی تجارب و فرایندهای جهانی‌شدن را در کردستان(شهر سنندج) بین دو گروه نسلی(نسل والدین و فرزندان) به شیوه‌ی انضمامی و از طریق مطالعه‌ی سبک زندگی آن‌ها مد نظر قرار داده است. در مقاله‌ی حاضر به منظور مطالعه‌ی هویت اجتماعی و تأثیرپذیری آن از هنجارها و ابژه‌های فرهنگی جهانی‌شدن از شاخص سبک زندگی استفاده شده است. در واقع سبک زندگی هویت را در گویاترین و محسوس‌ترین شکل آن بازنمایی می‌کند(فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۵۴) و عملاً مفهومی گویا برای بازنمایی ابژه‌های فرهنگی جهانی‌شدن و شاخصی عینی برای ابراز و تعریف هویت در ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن و به ویژه هویت نسلی است. هدف این بررسی شناخت هویت‌یابی نسلی در زمینه و بستر جهانی‌شدن و بررسی کم و کیف این تأثیرپذیری و تأمل در پیامدهای آن ـ به طور خاص دگرگونی و تفاوت نسلی ـ است.

[1] Inglehart
[2] Bales

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

پیشینه‌ی پژوهش

مطالعات مربوط به جامعه‌شناسی نسلی و نیز مطالعات حوزه هویت در ایران و ارتباط آن با مسئله‌ی جهانی‌شدن هر کدام در درون خود پراکندگی زیادی را نشان می‌دهند. پژوهش‌هایی که بیشترین نزدیکی را با پژوهش حاضر دارند، مطالعاتی هستند که به طور خاص رابطه‌ی جهانی‌شدن و هویت را مورد توجه قرار داده‌اند. گل‌محمدی(۱۳۸۱) در مطالعه‌ی خود بر تأثیرات متناقض جهانی‌شدن در همسان‌سازی فرهنگی و به چالش‌کشیدن هویت‌سازی‌های سنتی و همچنین بازسازی خاص‌گرایی‌های فرهنگی در فضای جهانی‌شدن در واکنش به بحران هویت تأکید دارد. قلی‌پور (۱۳۸۴) بر مبنای پارادایم مطالعات فرهنگی به بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر هویت فرهنگی قوم «لک» پرداخته و هویت فرهنگی این قوم را در تلاقی هویت‌های سه‌گانه محلی، ملی و جهانی مورد بررسی قرار داده است. مطالعه‌ی حبی و همکاران(۱۳۸۹) نیز نشان می‌دهد که با افزایش تأثیرپذیری از هویت جهانی در بین دانشجویان هویت محلی کمرنگ شده است.

بخشی از پژوهش‌های انجام‌شده در این رابطه مطالعاتی هستند که تعامل و تقابل هویت‌های محلی، ملی و جهانی را به عنوان مسئله‌ی اصلی پژوهش خود تعریف کرده‌اند. عبدالهی(۱۳۹۵) امکان همزیستی فرهنگ محلی با فرهنگ جهانی در هورامان کردستان را مورد توجه قرار داده و فکوهی (۱۳۸۰) به دنبال یافتن راهکارهای عملی در فرایند فرهنگ‌سازی از طریق کمک به کاهش تضادها و افزایش همسازی میان الگوهای محلی، جهانی و ملی است. امینی‌زاده و بوستانی(۱۳۹۵) نیز همگرایی و واگرایی هویت‌های سه‌گانه‌ی ملی، مذهبی و جهانی را مورد بررسی قرار داده‌اند.

برخی دیگر از این مطالعات به حوزه‌ی جامعه‌شناسی نسلی در ایران و کم‌وکیف تغییر و تحول در این حوزه می‌پردازند. آزاد ارمکی و عبداللهیان در دفاع از تفاوت نسلی نشان می‌دهند که وجود ساختارهای نهادی مانند دین، خانواده و سیاست(آزاد ارمکی، ۱۳۸۶) و تکثر شیوه‌های فرهنگی(عبداللهیان، ۱۳۸۲) در جامعه‌ی ایران از انقطاع نسلی ممانعت کرده است. بررسی دانش و همکاران(۱۳۹۳) در مورد شکاف نسلی نشان می‌دهد که گرایش نوجوانان و جوانان به ارزش‌های مدرن و احساس بحران هویت ناشی از جداافتادگی آن‌ها از نسل‌های پیشین در حال افزایش است. از رویکردی دیگر توکلی(۱۳۸۲)، باقری(۱۳۸۲) و ساروخانی و صداقتی‌فرد(۱۳۸۸) منتقد رویکردهای گسست یا انقطاع نسلی بوده و معتقدند که مطالعات آن‌ها توافق نسلی را تأئید می‌کند. در مقابل در مطالعات معطوف به گسست نسلی کسانی چون قادری(۱۳۸۲) بر این باورند که

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

مجموعه تغییرات اجتماعی و فرهنگی، جمعیتی و فرایند جهانی‌شدن بیشترین تأثیر را در هویت نسلی داشته و زمینه‌ساز بحران نسلی و گسست نسلی شده است.

همچون پژوهش‌های داخلی، مطالعات خارجی مرتبط با موضوع پژوهش حاضر نیز گستره‌ی زیادی دارد: فدرستون[1](۱۹۹۵) در مقالاتی اثرات جهانی‌شدن را به عنوان منبع عمده‌ی هویت‌سازی مدرن مورد بررسی قرار داده و نتیجه‌گیری می‌کند فرهنگ جهانی تضعیف‌کننده‌ی حاکمیت دولت ـ ملت‌ها یا عامل جذب دولت ـ ملت‌ها در واحدهای بزرگ‌تر و دولت جهانی است. عاملی(۲۰۰۲) تأثیرات فرایند جهانی‌شدن را بر هویت مسلمانان انگلیس مورد بحث قرار می‌دهد. به نظر او جهان ـ محلی‌گرایی بر همگون‌شدن هویت مسلمانان در سطح محلی تأثیر می‌گذارد و در همان حال نیروهای جهانی به ناهمگون‌شدن هویت‌های خاص مسلمانان در سطح جهانی می‌انجامد. کاپوسکو[2](۲۰۱۱) به تعریف هویت در شرایط جهانی‌شدن پرداخته و نتیجه می‌گیرد که درک تغییرات اجتماعی در سطوح محلی، ملی و جهانی مستلزم اتخاذ راهبرد جدیدی در تعریف و تفسیر جهانی‌شدن است. عرب و همکارانش(۲۰۱۱) نیز بحران‌های هویت در عصر جهانی‌شدن و تأثیرات آن بر هویت اجتماعی، فرهنگی و روانی بررسی کرده‌اند. کریستینا[3](۲۰۰۸) ضمن مطالعه‌ی هویت در جهان معاصر به این نتیجه دست می‌یابد که در جهان کنونی فرهنگ‌ها، سنت‌ها و علایق، بیشتر با یکدیگر پیوند یافته و زمینه‌های شکل‌گیری جوامع چندفرهنگی را مهیا ساخته است.

مسئله‌ی مقاله‌ی حاضر یعنی تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر هویت‌یابی و دگرگونی نسلی تاکنون مورد توجه قرار نگرفته است. وجه نوآورانه و اصیل آن در ترکیب سه حوزه‌ی مطالعاتی جهانی‌شدن، جامعه‌شناسی نسلی و جامعه‌شناسی هویت با تأکید اساسی بر پیامدهای جهانی‌شدن فرهنگی بر تمایزات و دگرگونی‌های هویتی در بین نسل‌های مختلف است. پژوهش حاضر وجهه‌ای دیگر از ابعاد هویت اجتماعی یعنی هویت نسلی و تأثیرپذیری آن از واقعیت جدید جهانی‌شدن را مورد تأکید قرار داده و تلاش دارد تا از رویکردی جدید به تقریر تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر هویت اجتماعی پرداخته و آثار و خطوط رابطه‌ی این سطوح دوگانه را به شیوه‌ای مقایسه‌ای و تطبیقی در سطح مطالعات نسلی بین دو گروه نسلی(نسل فرزندان و والدین آن‌ها) مورد بررسی قرار دهد.

[1] Featherstone
[2] Coposescu
[3] Cristina

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

چارچوب نظری پژوهش

تحلیل رابطه‌ی جهانی‌شدن و هویت نسلی به مثابه‌ی مسئله‌ی اصلی مقاله و تدوین رویکرد نظری تبیین‌کننده‌ی این رابطه، مستلزم تأمل در ادبیات حوزه‌های جهانی‌شدن، هویت اجتماعی و جامعه‌شناسی نسلی و آگاهی از پیوستگی و همبستگی آن‌هاست.

جهانی‌شدن به مثابه‌ی مفهومی که عمدتاً از دهه‌ی ۱۹۶۰ مورد استفاده قرار گرفته (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۸) نخست در حوزه‌ی اقتصاد مطرح شده و سپس در سال‌های پایانی این دهه‌ی متأثر از انقلاب ارتباطات و تقسیم کار جهانی به سایر حوزه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشیده شده است(نش، ۱۳۸۰: ۱۰). پدیده‌ای که به «درهم فشرده‌شدن جهان و تراکم آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک کل» (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۳۵) و با «تشدید روابط اجتماعی و تعمیق کنش با فاصله در زندگی انسان‌ها و انتقال سریع‌تر در زمان – مکان»(گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۴) تشخص می‌یابد.

نگرش‌های ایدئولوژیک به جهانی‌شدن فارغ از وجه بدبینانه یا خوش‌بینانه‌ی آن مؤید نقش و تأثیر انکارناپذیر جهانی‌شدن بر دگرگونی همه‌جانبه‌ی ساختارها و بیانگر تغییر یا بازآفرینی صور و اشکالی متمایز از ساختارهای سنتی پیشین است(عاملی، ۱۳۸۳: ۵۰-۵۸؛ فکوهی، ۱۳۷۹: ۱۱). این تغییر در حوزه‌ی جهانی‌شدن فرهنگی و در عصر «رسانه‌ای‌شدن فرهنگ» که با پیچیده‌ترشدن زیست‌جهان اجتماعی و به ویژه تغییر در الگوهای سنتی سبک زندگی و هویت اجتماعی همراه است، بیش از پیش برجسته و نمایان می‌شود.

«هویت اجتماعی» به منزله‌ی مهم‌ترین مسئله‌ی جامعه‌شناسی هویت و به مثابه‌ی بخشی از مفهوم عام فرهنگ امروزه در فضای احاطه‌شده و سهمگین جهانی‌شدن فرهنگی تحول یافته و بازسازی می‌شود. تغییر یا بازسازی هویت اجتماعی در فرایند جهانی‌شدن در حقیقت به معنای بازسازی و دگرگونی در معانی و ذهنیت‌هایی است که افراد و کنشگران انسانی بر اساس آن به تعریف و بیان چیستی خود و متمایز ساختن خود از دیگران در قالب صورتبندی‌های نوین می‌پردازند. صورتبندی‌هایی که دلالت بر معانی و ذهنیت‌هایی بسیار متفاوت از صورتبندی‌های پیشین دارد.

هویت اجتماعی در رویکرد جامعه‌شناختی عموماً از دو منظر هویت در جامعه‌ی سنتی و جامعه‌ی مدرن تحلیل شده است. در جوامع سنتی مبنای هویت اجتماعی افراد ویژگی‌های انتسابی آن‌هاست که بر اساس آن هویت امری ثابت و پایدار فرض می‌شود؛ اما در جوامع مدرن مبنای هویت اجتماعی متأثر از دو رویکرد متفاوت است که پاسخ‌های متفاوتی به مبانی شکل‌گیری

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

هویت اجتماعی داده‌اند: در رویکرد مارکسیستی فعالیت مولد و جایگاه فرد در نظام تولید(طبقه‌ی اجتماعی) شالوده‌ی هویت اجتماعی اوست؛ حال آن‌که در رویکرد دوم هویت اجتماعی در مفهوم «سبک زندگی» فرمول‌بندی‌شده و رفتارهای مصرفی و نگرش‌های هنجاری به مصرف شالوده‌ی هویت‌های اجتماعی محسوب می‌شود(اباذری و چارشیان، ۱۳۸۱: ۵-۷). در رویکرد اخیر مطالعه هویت اجتماعی مطالعه‌ای در باب سبک زندگی است.

مفهوم سبک زندگی گرچه در نظریه‌های اصلی جامعه‌شناسی به شیوه‌های متفاوت مورد تحلیل قرار گرفته است و این نظریه‌ها درباره‌ی چگونگی تعیین‌شدگی سبک زندگی(به مثابه‌ی مفهومی مستقل یا وابسته) از هم متمایزند؛ اما در تحلیل نهایی سبک زندگی محملی است برای بازنمایی هویت اجتماعی. سبک زندگی به معنای امروزی آن در تحلیل‌های مارکس[1] وجود ندارد؛ اما به طور ضمنی در رویکرد مارکسیستی عنصری از روبناهای فرهنگی و متغیری وابسته و تعیین شده‌ی طبقات اجتماعی است که طبقات برای بازنمودِ هویت خود در جامعه به‌کار می‌گیرند. ماکس وبر[2] نخستین منتقد تفسیر مارکسیستی از سبک زندگی آن را در درون اصطلاح دیگری به نام «فرصت‌های زندگی»[3] نهفته می‌داند با این تفاوت که فرصت‌های زندگی فرصت‌های برخواسته از طبقات اجتماعی هستند؛ اما سبک زندگی شیوه‌های خاصی از زندگی است که متفاوت از فرصت‌ها، گروه‌های اجتماعی برای «تمایز» خود از دیگران و کسب منزلت به‌کار می‌گیرند(گوشبر، ۱۳۸۴: ۸۶). بوردیو[4] با تلفیق نظریات مارکس و وبر در رهیافت نظری خود نشان می‌دهد که تمایزات اجتماعی و ساختاری چگونه از رهگذر صور فرهنگی قابل بیان بوده و چگونه مفهوم «مصرف» در جامعه‌ی جدید جایگزین مفهوم «تولید» در اندیشه‌ی مارکسیستی شده است(باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶). کار عمده‌ی بوردیو این است که نشان دهد اگر چه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی می‌توانند بیانگر هویت اجتماعی باشند، اما در تحلیل نهایی این جایگاه‌های طبقاتی[در معنای غیرمارکسیستی آن] و تجربه‌های زندگی خانوادگی و اجتماعی است که می‌توان تفاوت‌ها را در تبیین هویت اجتماعی بیان کند(هیوود *و همکاران*، ۱۳۸۴: ۳۱۹). گیدنز نیز همانند بوردیو سبک زندگی را در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته متأخر و فرایندهای تأملی قابل فهم می‌داند. به نظر او

[1] Marx
[2] Max Weber
[3] Life Chances
[4] Bourdieu

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

در مدرنیته متأخر هویت به امری تأملی و روزمره بدل شده و در برنامه‌هایی محقق می‌شود که همان سبک زندگی هستند: «پرسش چگونه باید زیست؟ و چه کسی باید بود؟ به ناچار از طریق تصمیم‌گیری‌های روزانه درباره‌ی چگونه رفتارکردن، چه چیزی پوشیدن و چه چیزی خوردن پاسخ داده می‌شود»(گیدنز[۲]، ۱۹۹۱ به نقل از اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۲۰).

از این رو سبک زندگی و الگوهای مبتنی بر آن شاخص و مبنایی برای تمایز و همسانی افراد و به عبارتی معیاری برای ابراز و بیان هویت‌های اجتماعی است. استدلال ما این است که در فرایند مدرنیته و شکل متأخر آن یعنی جهانی‌شدن صور به خصوصی از هویت ایجاد می‌شود که بر حوزه‌های معینی از کنش اجتماعی مثل ذوق و سلیقه، منش، مد و باور و به طور کلی سبک زندگی مبتنی است. این حوزه‌های کنش اجتماعی در ترسیم و توصیف زندگی اجتماعی و در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی و به طور خاص هویت‌یابی نسلی اهمیت شایانی می‌یابند.

تأمل در اندیشه‌های معطوف به حوزه‌ی جامعه‌شناسی نسلی ـ در پیوند با «جهانی‌شدن» و «هویت اجتماعی» ـ سطوح دیگری از نظام نظری پژوهش حاضر را شکل می‌دهد(مانهایم، ۱۹۵۲: ۴۷-۷۰). برای نخستین بار در مقاله‌ی «مسئله‌ی نسل‌ها» مفهوم جامعه‌شناختی را از نسل از مفهوم بیولوژیکی آن متمایزساخته و این ایده را برجسته می‌کند که هر نسل مهر خاص حوادث اجتماعی ـ سیاسی دوره‌ی اصلی شکل‌گیری(جوانی) خود را بر پیشانی دارد. مانهایم[۱] سن ۱۷ سالگی ـ گاه کمی زودتر و بعضی اوقات اندکی دیرتر ـ را نقطه شروع شکل‌گیری نسل می‌داند و سن ۲۵ سالگی احتمالاً نقطه‌ی پایان شکل‌گیری نسل به صورت اساسی آن خواهد بود(اسکات و شومن[۲]، ۱۹۸۹ به نقل از توکل و قاضی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۹۹-۱۰۱). بوردیو برخلاف رویکرد مانهایمی مفهوم نسل را نه مفهومی مستقل بلکه واقعیتی بیولوژیک می‌داند که توسط ساختار اجتماعی دستکاری شده است. بوردیو تمایزات نسلی را برساخته ساختار اجتماعی می‌داند که در چارچوب نظام طبقاتی و به بیانی دیگر ساختار نظام‌های سلطه‌ی قابل تبیین است. جوان و پیر نه یک امر عینی و واقعی بلکه یک ساختار اجتماعی هستند که در نتیجه‌ی مبارزه میان پیر و جوان در میدان‌های مختلف به وجود می‌آید (بوردیو[۳]، ۱۹۸۴ به نقل از توکل و قاضی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۱۰۶-۱۰۸). در جامعه‌شناسی نسلی بوردیو، تمایز، تفاوت و شکاف نسلی نه یک رویداد مستقل تاریخی، بلکه

[1] Mannheim
[2] Scott and Shuman
[3] Bourdieu

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

واقعیتی افقی و ناشی از تعارض منافع جوانان و پیران در میدان‌های مختلف اجتماعی است. کریستوفر بالس[1] نیز از رویکردی تقریباً مانهایمی نسل را مجموعه‌ای از انسان‌ها می‌داند که در «ابژه‌های نسلی»[2] با یکدیگر سهیم شده‌اند(بالس، ۱۳۸۰: ۹). از نظر او هر نسلی ظرف ده سال به هویت خود نائل می‌شود، یعنی زمانی که آحاد آن نسل تقریباً بیست الی سی‌ساله‌اند، هویت نسلی در فاصله بین عصیان نوجوانی و سی سالگی شکل می‌گیرد. فرد سی ساله خود را جزئی از نسل خویش می‌داند و چند سال بعد متوجه می‌شود که نسل جدیدی دست‌اندرکار شناساندن خود است(بالس، ۱۳۸۰: ۱۳). هویت نسلی با شکل‌گیری ذهنیت نسلی پدیدار می‌شود که نشان‌دهنده‌ی برداشتی است که نسل‌ها از جایگاه خود در تاریخ دارند و مجموعه‌ای از رؤیاهاست که از تأثیر واقعیت بر آحاد هر نسل سرچشمه می‌گیرد. بدین ترتیب[شکل گیری] هر نسل جدید مترادف است با رخ‌دادن فرآیندهای ذهنی شدید. در این دوره نَفْس مفرد خود را بخشی از فرآیندی جمعی می‌داند که او را همراه خود به پیش می‌برد. موسیقی، مد لباس، اصطلاحات و تعابیر زبانی، و نحوه‌ی رفتار اجتماعی ظاهراً ترجمان بلافصل آن اجزائی از نَفْس‌اند که جایگاه خود را در انبوه ابژه‌های نسلی می‌یابند(بالس، ۱۳۸۰: ۱۹-۲۲).

با استناد به دیدگاه‌های فوق می‌توان ادعا کرد که فرایند جهانی‌شدن با فضامندساختن زندگی اجتماعی، فرد سنتی را از قید و حصار نیروهای مسلط و دایره‌ی تنگ نهادها و ساختارهای سنتی رها ساخته و آزادی عمل او را افزایش داده است. این دگرگونی همان چیزی است که گیدنز از آن به تحول سنت و طبیعت یاد می‌کند(گیدنز، ۱۹۹۱: ۶). بدون تردید جهانی‌شدن همه ابعاد زیست‌جهان ما را تحت تأثیر قرار داده و سبک زندگی و در نتیجه هویت اجتماعی ما نیز به مثابه‌ی بخشی از این زیست‌جهان در معرض فشارها و کشش‌های آن قرار گرفته است. با استناد به تعریف بالس از نسل که آن را فاصله‌ی ۲۰ تا ۳۰ سال- یعنی فاصله‌ی میان والدین با فرزندانشان - می‌داند (بالس، ۱۳۸۰: ۶) و همچنین «فرضیه‌ی دوره‌ای» اینگلهارت که معتقد است افراد در مسیر تحول ارزش‌ها با توجه به نزدیکی و دوری از این تغییرات، دیرتر یا زودتر این تغییرات را به خود می‌گیرند(اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۷۵). استدلال نظری مقاله این است که نسل فرزندان به دلیل شرایط

[1] Christopher Bales

[2] ابژه‌های نسلی زیرگونه ابژه‌های فرهنگی و عبارت از شخص، مکان، شیء یا رویدادی که از نظر فرد مبین نسل اوست و به یاد آوردنش احساسی از نسل خود را در ذهنش زنده می‌کند (بالس، ۱۳۸۰: ۱۳).

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

خاص سنی و میزان پذیرش و انعطاف‌پذیری نسبت به تغییرات، زودتر و بیشتر از نسل والدین با تغییرات اجتماعی همراهی می‌کنند. نسل جدید(فرزندان) که در آغاز صورتبندی هویت خویش است در فضای جدید جهانی‌شده و با گزینش سبک زندگی جهانی به نقض سلایق نسل پیشین(والدین) پرداخته و ذهنیت و هویت نسلی خویش را بازسازی می‌کند. تولیدات کالایی ـ فرهنگی دنیای جهانی‌شده که عموماً بر بستر رسانه‌های جمعی و به شیوه‌هایی بسیار کارامد و سیال جریان می‌یابند ابژه‌های نسلی نسل جدید را در ایجاد حس هویت و ذهنیت نسلی برآورده می‌کنند و این مصادف است با تغییر فرایندهای ذهنی در نسل فرزندان و مرزبندی هویتی با نسل والدین. این ابژه‌ها هر چند ممکن است سبک زندگی نسل‌های قبل را نیز متأثر سازد، اما برای آن‌ها به تعبیر بالس(بالس، ۱۳۸۰: ۹) حکم چارچوب هویت‌بخش یک نسل را ندارد. از این رو برساخت هویت نسلی فرزندان نسبت به والدین در مواجه و رویارویی بیشتری با ابژه‌های برآمده از فضای جهانی‌شدن قرار دارد.

بنابراین فرض بنیانی مقاله‌ی حاضر این است که شکل‌گیری هویت اجتماعی نسل جدید ـ که در سبک زندگی آن‌ها منعکس می‌شود ـ همزمان با پدیداری و گسترش ابژه‌ها، هنجارها و الگوهای جهانی است، در نتیجه سبک زندگی و هویتِ نسلیِ نسل فرزندان نسبت به نسل والدین همگرایی و همنوایی بیشتری با سبک زندگی جهانی دارد.

روش پژوهش

این مقاله به دلیل گستردگی جامعه‌ی مورد مطالعه، اهمیت مسئله‌ی تعمیم و خصلت جامعه‌شناختی آن به شیوه‌ی پیمایشی و با کاربرد تکنیک پرسش‌نامه در شهر سنندج در استان کردستان به اجرا در آمده است. اگرچه امکان پیدایش یک نسل عموماً ۱۰ سال است (بالس، ۱۳۸۰: ۱۳) و می‌توان به فاصله‌ی یک دهه از ظهور نسل‌های متمایز سخن گفت اما به دلیل ماهیت تحقیق و موضوع آن، مبنا و تعریف ما از نسل در این‌جا فاصله‌ی سنی بین فرزندان و والدین است. از این رو جامعه‌ی آماری شامل نسل فرزندان و نسل والدین آن‌ها در شهر سنندج است. «نسل فرزندان» همان نسل جدیدی است که در حال شکل‌گیری و تعریف هویت خویش است و «نسل والدین» نسل پیشین است که ابژه‌های نسلی و ذهنیت نسلی خویش را در گذشته شکل داده و تجربه‌ی مشترک نسلی را با هم دوره‌های خود داشته است. به منظور انتخاب «نسل فرزندان» افراد بین سنین ۱۸ تا ۳۰ سال انتخاب شده‌اند؛ یعنی فاصله‌ای که به تعبیر بالس تعین‌بخش هویت نسلی است

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

(بالس، ۱۳۸۰: ۱۳). به ازاء نمونه‌های انتخاب‌شده از «نسل فرزندان»، نمونه‌های «نسل والدین» نیز در همان خانواده – با لحاظ‌کردن همسانی جنسیت والدین و فرزندان – برای مصاحبه انتخاب شده‌اند.

حجم نمونه با فرض حداکثر ناهمگنی و مقدار خطای ۰/۰۵، ۳۸۶ نفر تعیین شده است[۱]. به منظور انتخاب نمونه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای شهر سنندج ابتدا به ۲۰ خوشه تقسیم شده و از هر خوشه به طور تناسبی ۱۰ نمونه زوجی(والدین و فرزندان) از بلوک‌های موجود در خوشه‌ها به شیوه‌ی تصادفی انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. به طور تصادفی اولین پلاک(واحد مسکونی) در اولین خوشه و اولین بلوک انتخاب‌شده و با والد و فرزند در واحد انتخابی مصاحبه شده است. چنانچه در واحد انتخاب‌شده نمونه‌های مورد نظر(برای مثال فرزند ۱۸ تا ۳۰ سال و یا همسانی جنسیت والد و فرزند) وجود نداشته، واحد یا پلاک بعدی انتخاب شده است. در انتخاب نمونه‌ها به طور یک در میان نسبت جنسی لحاظ شده است. داده‌های جمع‌آوری‌شده با استفاده از نرم افزار spss و با کاربرد آمارهای توصیفی و استنباطی مناسب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

سبک زندگی: تعریف نظری و عملی و اعتبار و روایی متغیرها

«سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره»(گیدنز، ۱۳۷۸: ۳۲۵)، و یکی از ابزارهای اساسی است که فرد به وسیله‌ی آن تعریف معینی از خود ابراز داشته و «خود» از ورای همین تعریف از سوی دیگران مورد قضاوت قرار می‌گیرد. در مطالعه‌ی حاضر به منظور بررسی هویت نسلی و چگونگی تأثیرپذیری آن از فرایندها و ابژه‌های جهانی‌شدن فرهنگی از شاخص «سبک زندگی» استفاده شده است. «هنجارهای مصرف»، «رفتارهای خانوادگی»، «چگونگی گذران اوقات فراغت»، «احساس تعلق زبانی» و «ارزش‌ها و نگرش‌های فرد» مؤلفه‌های سبک زندگی در مقاله‌ی حاضر برای عینیت‌بخشیدن به این مفهوم و مطالعه‌ی تجربی آن در بین گروه‌های نسلی است. نحوه‌ی تأثیرپذیری مؤلفه‌های سبک زندگی از الگوها، هنجارها و رفتارهای جهانی و تفاوت در کاربرد و همگرایی با این الگوها در بین

[۱] طبق سرشماری ۱۳۹۰ شهر سنندج ۳۷۵۲۸۰ نفر جمعیت داشته است(مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶). بر اساس فرض حداکثر ناهمگنی، واریانس ۰/۲۵ است یعنی **P** و **Q** برابر ۰/۵ نظر گرفته شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

نسل فرزندان و والدین می‌تواند شکل‌گیری و بازتعریف آن‌ها از هویت نسلی خود و وجوه تمایز و تشابه آن‌ها از یکدیگر را مشخص سازد.

در جدول(۱) شاخص سبک زندگی و مؤلفه‌های آن از طریق گویه‌ها و معرف‌های مختلف تعریف عملیاتی شده است. به منظور افزایش روایی[1] و قابلیت تکرار نتایج پژوهش از شاخص‌های چندگویه‌ای استفاده شده است. روایی شاخص‌ها از طریق آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفته است. اعتبار[2] متغیرها نیز به شیوه‌ی صوری تعیین شده است. به این شیوه که ۲۰ نفر از داوران متخصص در حوزه‌ی علوم اجتماعی اعتبار متغیرها را مورد ارزیابی قرار داده و در نهایت شاخص‌های ذیل تدوین شده‌اند.

جدول شماره‌ی یک- سبک زندگی، مؤلفه‌ها و معرف‌های آن و محاسبه آلفای کرونباخ

مؤلفه‌ها	ابعاد	معرف‌ها	مقدار آلفا	
۱) هنجارهای مصرف	ـ محصولات فرهنگی	مصرف فیلم‌های خارجی (هالیوودی و سریال‌های خارجی)	۰/۷۲	۰/۷۸
		مصرف فیلم‌های داخلی و سریال‌های تلویزیونی		
		مطالعه‌ی رمان‌های جهانی و آثار نویسندگان برجسته‌ی جهانی		
		استفاده از رسانه‌هایی چون ماهواره، اینترنت و شبکه‌های مجازی		
		تمایل به موسیقی در سبک‌های جهانی و خواننده‌های جهانی		
	ـ مدیریت بدن	علاقه به مدل‌های آرایشی جدید و اعمال آن	۰/۸۴	
		استفاده و علاقمند به کلاس‌های زیبایی اندام و پرورش اندام		
		استفاده و یا علاقمند به اعمال جراحی زیبایی اندام		
	ـ تغذیه	میزان علاقه یا مصرف غذاهای جهانی (فست‌فودها، پیتزا، اسنک و ...)	۰/۹۱	
		علاقمند به سبک‌های آشپزی جهانی یا ایرانی		
	ـ دکوراسیون یا معماری	استفاده از سبک‌های جهانی در دکوراسیون منزل	۰/۹۴	
		علاقمند به استفاده از معماری ایرانی		

[1] Reliablility
[2] Validity

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

ادامه جدول شماره‌ی یک- سبک زندگی، مؤلفه‌ها و معرف‌های آن و محاسبه آلفای کرونباخ

مؤلفه‌ها	ابعاد	معرف‌ها	مقدار آلفا	
۲) سبک‌های جهانی گذران فراغت		استفاده از فضاها و فعالیت‌های فراغتی مانند کافی شاپ، کافی نت، بیلیارد، گیم نت	۰/۶۷	
		گذران فراغت در شبکه‌های اجتماعی (اینترنت، فیس بووک، تلگرام و ...)		
		نقش و جایگاه ورزش در فعالیت‌های فراغتی روزانه		
		تمایل به گذران فراغت به شکل فردی یا خانوادگی		
		تمایل به گذران فراغت با جنس مخالف		
		تمایل به گذران فراغت به شکل هیجانی و مخاطره‌آمیز (دوردور کردن، ورزش‌های هیجانی، کورس گذاشتن، کوه‌نوردی، اسکیت سواری، ....)		
		تمایل به گذران فراغت انومیک (مصرف نوشیدنی‌های الکلی، مواد روان‌گردان)		
۳) تبعیت از الگوهای جهانی دررفتارهای خانوادگی	ـ گزینش همسر	انتخاب همسر به شکل فردگرایانه در مقابل نقش والدین در آن	۰/۶۹	۰/۸۰
		پذیرش پیشنهاد ازدواج از سوی دختران و عدم اهمیت آن		
		ناهمسانی طبقاتی و فرهنگی و عدم اهمیت آن		
		نگرش به روابط پیش از ازدواج		
	ـ نامگذاری کودکان	استفاده از نام‌های خارجی	۰/۹۶	
		تمایل به استفاده از نام‌های خارجی		
	ـ مراسم و آئین‌ها	برگزاری مراسم به شکل بومی و محلی یا سبک‌های جهانی با تزئینات و الگوهای جهانی	۰/۸۲	
		برگزاری و اعتقاد به مراسم مختلط و جنسیت‌زدایی شده		
۴) تعلق زبانی (تسلط به زبان‌های جهانی)		تسلط به زبان‌های خارجی مانند فرانسوی، انگلیسی، اسپانیایی	۰/۸۵	
		علاقه به یادگیری زبانهای خارجی		
		اعتقاد به ارجحیت زبان قومی و ملی در برابر زبان‌های مسلط جهانی		
۵) اعتقاد به ارزش‌ها و باورهای جهانی		اعتقاد به برابری زن و مرد	۰/۶۷	
		اعتقاد و باور به دموکراسی به مثابه‌ی بهترین شیوه‌ی حکومت		
		اعتقاد به جدایی دین از سیاست		
		اعتقاد به مطلوبیت جامعه غربی و آمریکایی		

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

یافته‌های پژوهش

۱) توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه‌ی مورد مطالعه

برخی از ویژگی‌های عمومی و جمعیت‌شناختی جامعه‌ی مورد مطالعه در جدول ۲ توصیف شده است. تقریباً ۵۳ درصد نمونه‌ی مورد مطالعه مرد و ۴۷ درصد زن بوده‌اند که به دلیل همسانی جنسیت والدین و فرزندان جمعیت نمونه، نسبت جنسی در هر دو گروه نسلی نیز به همین نحو است. تقریباً ۶۰ درصد پاسخگویان متأهل و ۴۰ درصد مجرد بوده‌اند که در این شاخص بیش از ۹۵ درصد نمونه‌های نسل والدین متأهل هستند. میزان تحصیلات نسل فرزندان بالاتر از نسل والدین است. نسبت شاغلین به غیرشاغلین در نسل والدین ۵۰ به ۵۰ درصد است؛ اما در نسل فرزندان بیشتر نمونه‌ها غیرشاغل هستند(تقریباً ۸۰ درصد). میانگین سنی نسل فرزندان تقریباً ۲۳ سال و میانگین سنی نسل والدین ۴۸ است. واحد سنجش شاخص پایگاه اقتصادی- اجتماعی (SES) خانواده بوده است که بر اساس آن تقریباً ۴۰ درصد در پایگاه پائین، ۳۰ درصد در سطح متوسط و تقریباً به همین میزان در طبقه‌ی بالا دسته‌بندی شده‌اند[۱].

جدول شماره‌ی دو- متغیرهای زمینه‌ای و جمعیت‌شناختی جامعه‌ی مورد مطالعه

متغیر	طیف	نسل فرزندان		نسل والدین		کل	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۰۲	۵۲/۸	۱۰۲	۵۲/۸	۲۰۴	۵۲/۸
	زن	۹۱	۴۷/۲	۹۱	۴۷/۲	۱۸۲	۴۷/۲
تأهل	مجرد (یا مطلقه و همسر فوت‌شده)	۱۵۱	۷۸/۲	۹	۴/۷	۱۶۰	۴۲
	متاهل	۴۲	۲۱/۸	۱۸۴	۹۵/۳	۲۲۶	۵۸
تحصیلات	پایین (پائین‌تر از دیپلم)	۲۷	۱۴	۹۴	۵۰/۳	۱۲۱	۳۱/۸
	متوسط (دیپلم و فوق دیپلم)	۱۳۴	۶۹/۴	۶۰	۳۲/۱	۱۹۴	۵۱/۱
	بالا (لیسانس و بالاتر)	۳۲	۱۶/۶	۳۳	۱۷/۶	۶۵	۱۷/۱
وضعیت اشتغال	شاغل	۳۹	۲۱	۹۴	۴۹/۵	۱۳۳	۳۵/۴
	غیرشاغل	۱۴۷	۷۹	۹۶	۵۰/۵	۲۴۳	۶۴/۶
سن	میانگین	۲۲/۷۳		۴۸/۲۲		۳۵/۴۷	
	میانه	۲۲		۵۱		۳۵	
	نما	۲۰		۴۲		۲۰	
پایگاه اقتصادی ـ اجتماعی (SES)	پایین	–		–		۷۹	۴۱
	متوسط	–		–		۵۹	۳۰/۵
	بالا	–		–		۵۵	۲۸/۵

[۱] این شاخص از ترکیب استانداردشده معرف‌هایی چون درآمد خانواده، هزینه‌ی خانواده، تحصیلات والدین، موقعیت شغلی والدین خانواده، محل سکونت، ارزش سرمایه‌های غیرمنقول(خانه، زمین، اتومبیل و ...) ساخته شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۲) توصیف مؤلفه‌های سبک زندگی به تفکیک گروه‌های نسلی

سبک زندگی دو گروه نسلی فرزندان و والدین از نظر میزان تأثیرپذیری از الگوها و سبک‌های جهانی به تفکیک مؤلفه‌های ۵گانه این شاخص در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول شماره‌ی سه- مؤلفه‌های سبک زندگی و معرف‌های آن به تفکیک گروه‌های نسلی

	شاخص‌ها	گروه‌های نسلی	هیچ	کم	متوسط	زیاد	میانگین (دامنه ٤-١)	N
مؤلفه‌های سبک زندگی	۱) هنجارهای مصرف(مصرف کالاهای جهانی)	نسل فرزندان	۷/۲	۳۵/۵	۳۶/۷	۲/۵	۲/۷۱	۱۶۶
		نسل والدین	۳۹/۹	۴۳/۱	۱۶/۷	۶/۳	۱/۹۵	۱۷۴
	ـ محصولات فرهنگی	نسل فرزندان	۰/۶	۲۵/۹	۴۲/۵	۳۱	۳/۰۴	۱۷۴
		نسل والدین	۸/۹	۵۷/۲	۲۲/۸	۱۱/۱	۲/۳۶	۱۸۰
	ـ مدیریت بدن	نسل فرزندان	۱۴/۱	۳۲/۸	۲۲/۴	۳۰/۷	۲/۷۰	۱۹۲
		نسل والدین	۳۸/۷	۴۴/۶	۱۰/۲	۶/۵	۱/۹۱	۱۸۶
	ـ تغذیه	نسل فرزندان	۱۱	۳۸/۷	۲۵/۱	۲۵/۱	۲/۶۴	۱۹۱
		نسل والدین	۲۹/۳	۴۴	۱۶/۸	۹/۹	۲/۰۷	۱۹۱
	ـ دکوراسیون یاتزئین منزل	نسل فرزندان	۱۸/۲	۴۴/۴	۲۴/۱	۱۳/۴	۲/۸۵	۱۹۰
		نسل والدین	۲۵/۸	۵۴/۷	۱۰/۵	۸/۹	۲/۳۲	۱۹۰
	۲) سبک‌های جهانی گذران فراغت	نسل فرزندان	۴/۷	۴۱/۹	۲۹/۷	۲۳/۸	۲/۷۳	۱۷۲
		نسل والدین	۲۹/۷	۵۴/۹	۱۰/۳	۵/۱	۱/۹۱	۱۷۵
	۳) تبعیت از الگوهای جهانی دررفتارهای خانوادگی	نسل فرزندان	۲۸/۵	۵۰/۵	۱۴/۵	۶/۵	۱/۹۹	۱۸۶
		نسل والدین	۴۱/۱	۵۳/۵	۴/۳	۱/۱	۱/۶۵	۱۸۶
	۴) تعلق زبانی (تسلط به زبان‌های جهانی)	نسل فرزندان	۴/۳	۲۰/۳	۱۶	۵۹/۴	۳/۳۰	۱۸۷
		نسل والدین	۲۳/۷	۲۶/۸	۱۷/۴	۳۲/۱	۲/۵۸	۱۹۰
	۵) اعتقاد به ارزش‌ها و باورهای جهانی	نسل فرزندان	۵/۸	۵۰/۶	۲۰/۳	۲۳/۳	۲/۶۱	۱۷۲
		نسل والدین	۶/۴	۶۵/۱	۱۹/۲	۹/۳	۲/۳۱	۱۷۲

بر اساس نتایج جدول ۳ در همه شاخص‌ها (به جز شاخص «رفتارهای خانوادگی») میزان تاثیرپذیری نسل فرزندان از الگوها و سبک‌های جهانی بیشتر از سطح متوسط (یعنی ۲,۵ در دامنه ۱ تا ۴) است و بالعکس در همه شاخص‌ها (جز در شاخص تعلق زبانی) تاثیرپذیری نسل والدین کمتر از سطح متوسط است. نسل فرزندان به ترتیب در مؤلفه‌های «تعلق زبانی»، «گذران فراغت»،

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

«هنجارهای مصرف»، «اعتقاد به ارزش‌ها و باورها» و «رفتارهای خانوادگی» بیشترین تاثیرپذیری را از الگوها و سبک‌های جهانی داشته‌اند. در مقابل نسل والدین به ترتیب در مؤلفه‌های «رفتارهای خانوادگی»، «گذران فراغت»، «هنجارهای مصرف»، «اعتقاد به ارزش‌ها و باورها» و «تعلق زبانی» کمترین نزدیکی و الگوگیری را از سبک‌های زندگی جهانی داشته‌اند.

۳) سبک زندگی و هویت نسلی

۳-۱) مقایسه‌ی مؤلفه‌های سبک زندگی در بین گروه‌های نسلی

تفاوت سبک زندگی نسل فرزندان و والدین از طریق مقایسه میانگین این دو نسل در مؤلفه‌های سبک زندگی از طریق آزمون T مستقل و ضریب اتا(Eta) مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج این تحلیل(جدول ۴) بیانگر تفاوت معنی‌دار(Sig. < ۰/۰۱) میانگین این دو گروه‌ها در همه مؤلفه‌های سبک زندگی است. به این معنا که نسل فرزندان در همه مؤلفه‌ها میانگین بیشتری نسبت به نسل والدین در بکارگیری الگوها و استفاده از سبک‌های زندگی جهانی دارند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

جدول شماره‌ی چهار- مقایسه‌ی میانگین مؤلفه‌های سبک زندگی در بین گروه‌های نسلی(آزمون T مستقل)

	شاخص‌ها	گروه‌های نسلی	میانگین	ضریب اتا (Eta)	آزمون لون		آزمون T	
					F	Sig.	T	Sig.
مؤلفه‌های سبک زندگی	۱) هنجارهای مصرف (مصرف کالاهای جهانی)	نسل فرزندان	۱۱/۱۶	۰/۴۱۸	۰/۲۷۵	۰/۶۰	۸/۴۶	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۸/۷۰					
	۱-۱) محصولات فرهنگی	نسل فرزندان	۲۱/۱۲	۰/۴۳۱	۰/۶۰	۰/۸۰	۸/۴۵	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۱۵/۵۶					
	۱-۲) مدیریت بدن	نسل فرزندان	۶/۷۳	۰/۴۲۴	۱۵/۴۹	۰/۰۰۰	۹/۰۵	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۴/۰۳					
	۱-۳) تغذیه	نسل فرزندان	۱۲/۶۴	۰/۲۸۸	۹/۰۵	۰/۰۰۳	۵/۸۵	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۱۱/۰۷					
	۱-۴) دکوراسیون یاتزئین منزل	نسل فرزندان	۱۰/۲۸	۰/۲۶۴	۰/۳۰۳	۰/۵۸۲	۵/۳۲	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۸/۰۶					
	۲) سبک‌های جهانی گذران فراغت	نسل فرزندان	۱۲/۶۸	۰/۴۵۶	۶/۰۸۷	۰/۰۱۴	۹/۵۰	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۸/۱۱					
	۳) الگوهای جهانی در رفتارهای خانوادگی	نسل فرزندان	۸/۴۴	۰/۲۵۶	۲۸/۷۱	۰/۰۰۰	۵/۰۹	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۶/۴۴					
	۴) تعلق زبانی (تسلط به زبان‌های جهانی)	نسل فرزندان	۳/۳۰	۰/۳۱۶	۲۳/۵۹	۰/۰۰۰	۶/۶۵	۰/۰۰۰
		نسل والدین	۲/۵۸					
	۵) اعتقاد به ارزش‌ها و باورهای جهانی	نسل فرزندان	۱۵/۲۵	۰/۱۷۳	۱۲/۳۳	۰/۰۰۱	۳/۲۴	۰/۰۰۱
		نسل والدین	۱۳/۲۳					

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

بر اساس ضرایب اتا می‌توان گفت که بیشترین تفاوت سبک زندگی نسل فرزندان و والدین در تاثیرپذیری از شیوه‌ها و الگوهای جهانی به ترتیب در مؤلفه‌های «گذران اوقات فراغت» (با مقدار اتای ۰/۴۵۶)، «هنجارهای مصرف» (با مقدار اتای ۰/۴۱۸) و «تعلق زبانی» (با مقدار اتای ۰/۳۱۶) دیده می‌شود و این دو گروه نسلی کمترین اختلاف میانگین(علیرغم معنی‌داربودن تفاوت) را به ترتیب در مؤلفه‌های «اعتقاد به ارزش‌ها و باورها»(با مقدار اتای ۰/۱۷۳) و «رفتارهای خانوادگی» (با مقدار اتای ۰/۲۵۶) با یکدیگر دارند.

۳-۲) بررسی رابطه‌ی همبستگی مؤلفه‌های سبک زندگی با سایر متغیرهای مستقل

بررسی رابطه‌ی همبستگی متغیرهای مستقل با مؤلفه‌های سبک زندگی(به منظور تشخیص همبستگی کاذب بین متغیرها و آزمون دقیق‌تر فرضیه اصلی تحقیق) در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول شماره‌ی پنج- رابطه‌ی همبستگی مؤلفه‌های سبک زندگی با سایر متغیرهای مستقل(ضریب r پیرسون)

	مؤلفه‌های سبک زندگی				
	هنجارهای مصرف (کالاهای جهانی)	سبک‌های جهانی گذران فراغت	الگوهای جهانی دررفتارهای خانوادگی	احساس تعلق و تسلط به زبان‌های جهانی	اعتقاد به ارزش‌ها و باورهای جهانی
سن	۰/۴۸۴ ** -	۰/۵۰۱ ** -	۰/۲۸۱ ** -	۰/۴۱۲ ** -	۰/۲۲۳ ** -
وضعیت تأهل	۰/۳۹۶ ** -	۰/۴۱۶ ** -	۰/۲۶۰ ** -	۰/۲۸۷ ** -	۰/۲۳۶ ** -
جنسیت	۰/۱۱۴ *	۰/۰۳۷	۰/۰۲۴	۰/۰۰۴	۰/۱۰۹ * -
تحصیلات	۰/۳۸۴ **	۰/۳۸۱ **	۰/۲۱۱ **	۰/۴۸۰ **	۰/۲۲۷ **
وضعیت اشتغال	۰/۱۱۵ *	۰/۱۶۸ **	۰/۰۹۳	۰/۰۳۲	۰/۰۵۸
پایگاه اقتصادی – اجتماعی خانواده	۰/۴۴۰ **	۰/۴۵۷ **	۰/۲۹۵ **	۰/۴۶۳ **	۰/۳۴۹ **

***. همبستگی در سطح ۰،۰۵ معنی‌دار است **. همبستگی در سطح ۰،۰۱ معنی‌دار است**

نتایج این بررسی (جدول ۵) نشان می‌دهد که متغیرهای «سن»، «وضعیت تأهل»، «تحصیلات» و «پایگاه اقتصادی – اجتماعی» (SES) به مثابه‌ی متغیرهای مهم و تاثیرگذار دارای رابطه‌ی معنی‌دار با مؤلفه‌های پنج‌گانه‌ی سبک زندگی هستند (Sig. < ۰/۰۵) و متغیرهای «جنسیت» و «وضعیت اشتغال» فقط با دو مؤلفه از مؤلفه‌های سبک زندگی رابطه‌ی معنی‌دار دارند. اهم نتایج این تحلیل را می‌توان بدین شرح تلخیص کرد که گرایش به سبک زندگی جهانی (در همه مؤلفه‌ها) در مجردها، جوان‌ترها، طبقات بالاتر و افراد دارای تحصیلات بالا، بیشتر از متأهلین، مسن‌ترها، طبقات

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

پایین و افراد با تحصیلات کمتر است. در شاخص «هنجارهای مصرف» زنان و غیرشاغلین بیشتر از مردان و افراد شاغل از سبک زندگی جهانی الگو می‌گیرند. در مؤلفه‌ی «اعتقاد به ارزش‌ها و باورها» مردان بیشتر از زنان و در مؤلفه‌ی «شیوه‌های گذران فراغت» غیرشاغلین بیشتر از شاغلین از الگوها و سبک‌های جهانی تبعیت می‌کنند.

۳-۳) بررسی تفاوت سبک زندگی در بین گروه‌های نسلی با کنترل متغیرها

به منظور تشخیص عدم همبستگی کاذب بین متغیر مستقل (گروه‌های نسلی) و وابسته(مؤلفه‌های سبک زندگی) رابطه‌ی این دو متغیر با کنترل سایر متغیرهای مستقل از طریق همبستگی جزئی[1] در جدول ۶ مورد بررسی قرار گرفته است. رابطه‌ی همبستگی جزئی به ما نشان می‌دهد که با فرض ثابت‌بودن تاثیر سایر متغیرها تفاوت معنی‌دار مشاهده شده بین سبک زندگی نسل فرزندان و والدین چگونه خواهد بود؟

جدول شماره‌ی شش- رابطه‌ی مؤلفه‌های سبک زندگی و گروه‌های نسلی با کنترل سایر متغیرها(همبستگی جزئی)

متغیر وابسته (مؤلفه‌های سبک زندگی)	متغیر مستقل	متغیرهای کنترل					
		سن	تأهل	جنسیت	تحصیلات	اشتغال	SES
۱) هنجارهای مصرف	گروه‌های نسلی	۰/۰۰۲	-۰/۱۱۴*	-۰/۴۱۰**	-۰/۳۵۲**	-۰/۳۸۴**	-۰/۳۱۰**
۱-۱) محصولات فرهنگی	گروه‌های نسلی	۰/۰۳۷	-۰/۱۳۴*	-۰/۴۱۱**	-۰/۳۵۲**	-۰/۳۸۴**	-۰/۳۱۵**
۱-۲) مدیریت بدن	گروه‌های نسلی	-/۰۴۷	- ۰/۱۱۰	-۰/۴۲۴**	-۰/۳۵۲**	-۰/۳۸۴**	-۰/۳۱۰**
۱-۳) تغذیه	گروه‌های نسلی	۰/۰۱۰	-۰/۱۴۵*	-۰/۲۶۲**	-۰/۳۵۲**	-۰/۳۸۴**	-۰/۲۱۸**
۱-۴) دکوراسیون یاتزئین منزل	گروه‌های نسلی	-۰/۰۵۶	- ۰/۰۶۵	-۰,۲۴۷**	-۰,۳۵۲**	-۰/۳۸۴**	-۰/۱۴۶*
۲) سبک‌های جهانی گذران فراغت	گروه‌های نسلی	-۰/۰۵۷	- ۰/۱۰۹	-۰/۴۶۶**	-۰/۴۱۸**	-۰/۴۳۴**	-۰/۴۰۴**
۳) الگوهای جهانی دررفتارهای‌خانوادگی	گروه‌های نسلی	-۰/۰۴۵	- ۰/۰۵۶	-۰/۲۳۶**	-۰/۲۰۹**	-۰/۲۲۶**	-۰/۱۳۸*
۴) تعلق زبانی (تسلط به زبان‌های جهانی)	گروه‌های نسلی	۰/۱۱۴	- ۰/۰۸۹	-۰/۳۱۵**	-۰/۲۲۹**	-۰/۳۱۰**	-۰/۱۸۷**
۵) اعتقاد به ارزش‌ها و باورهای جهانی	گروه‌های نسلی	۰/۰۱۷	۰/۰۱۱	-۰/۱۹۲**	-۰/۱۳۰*	-۰/۱۸۹**	-۰/۱۲۴*

***. همبستگی در سطح ۰,۰۵ معنی‌دار است **. همبستگی در سطح ۰,۰۱ معنی‌دار است.**

[1] Partial Correlation

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

نتایج رابطه‌ی همبستگی جزئی بین گروه‌های نسلی و مؤلفه‌های سبک زندگی بیانگر این است که با کنترل متغیرهایی چون «جنسیت»، «تحصیلات»، «اشتغال» و «SES» تغییری در رابطه‌ی اولیه بین گروه‌های نسلی و سبک زندگی رخ نمی‌دهد و به عبارتی سبک زندگی گروه‌های نسلی با تغییر در متغیرهای کنترل‌شده تغییر نمی‌کند (Sig. < ۰/۰۵). اما با کنترل متغیرهای «سن» و «تأهل» در تحلیل نخست و ظاهری به نظر می‌رسد که همبستگی اولیه کاذب باشد چون با کنترل این متغیرها معنی‌داری رابطه‌ی اولیه به چالش کشیده می‌شود (Sig. > ۰/۰۵). اما این نتیجه نمی‌تواند بیانگر کاذب‌بودن رابطه‌ی اولیه باشد؛ زیرا متغیر «سن» همبستگی تقریباً کاملی با متغیر«گروه‌های نسلی» دارد و عملاً این دو متغیر هم‌پوشانی بالایی با یکدیگر دارند و نمی‌توان از نظر آماری آن‌ها را دو متغیر مستقل تلقی کرد. در سطحی دیگر این همبستگی و هم‌پوشانی بین متغیر «وضعیت تأهل» و «گروه‌های نسلی» نیز وجود دارد. همان طور که توزیع وضعیت تأهل برحسب گروه‌های نسلی در جدول ۲ نیز نشان می‌دهد بیش از ۹۵ درصد جمعیت نمونه، نسل والدین متأهل و تقریباً ۸۰ درصد جمعیت نمونه، نسل فرزندان مجرد بوده‌اند. بنابراین نتایج کنترل این دو متغیر تغییری در نتایج اولیه ایجاد نمی‌کند و با قاطعیت می‌توان گفت که تفاوت در سبک زندگی(در همه مؤلفه‌های آن) بر حسب گروه‌های نسلی تغییر می‌کند و این سبک‌های زندگی متفاوت، بیانگر هویت‌های نسلی متفاوت است.

نتیجه‌گیری

موضوع و هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تأثیرات تجربه‌ی نوین جهانی‌شدن در شکل‌گیری هویت نسلی و ایجاد مرزهای تمایز بین نسل فرزندان و والدین است. به منظور مطالعه‌ی این موضوع بر سبک زندگی افراد به مثابه‌ی شاخصی برای بازنمایی هویت اجتماعی تأکید شده و چگونگی و میزان تأثیرپذیری آن از فرایندهای جهانی‌شدن در میان دو نسل به شیوه‌ای مقایسه‌ای مورد تحلیل قرار گرفته است. فرضیه‌ی تحقیق بر اساس رویکرد نظری این‌گونه صورتبندی شده است که الگوها و هنجارهای جهانی، سبک زندگی نسل جدید(نسل فرزندان) را بیش از نسل گذشته(نسل والدین) تحت تأثیر قرار داده است.

«هنجارهای مصرف»، «رفتارهای خانوادگی»، «گذران اوقات فراغت»، «تعلق زبانی» و «ارزش‌ها و باورها» مؤلفه‌های سبک زندگی هستند که در مقاله‌ی حاضر به صورت مقایسه‌ای بین دو نسل مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج دلالت بر تفاوت میانگین دو گروه نسلی در همه شاخص‌های

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

سبک زندگی دارد. بر اساس مولفه‌ی «گذران اوقات فراغت» استفاده از فضاها و فعالیت‌های فراغتی جهانی مانند کافی‌شاپ، کافی‌نت، بیلیارد، گیم‌نت، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، فراغت ورزش‌محور، فردگرایانه، غیرجنسیتی، هیجان‌انگیز و مخاطره‌آمیز و آنومیک در نسل فرزندان بسیار بیشتر از نسل والدین است. استفاده‌ی بیشتر نسل فرزندان از محصولات فرهنگی جهانی(فیلم، رمان، موسیقی)، مدیریت بدن(استفاده از مدل‌های آرایشی جدید، اعمال جراحی و کلاس‌های زیبایی و پرورش اندام)، مصرف فست‌فودها و استفاده از سبک‌های جهانی در دکوراسیون‌ها نیز نشان‌دهنده‌ی این است که آن‌ها بیشتر از والدینشان با «هنجارهای جهانی مصرف» همنوایی دارند. در معیارهای انتخاب همسر از قبیل گزینش فردگرایانه، مقبولیت پیشنهاد ازدواج از سوی دختران، پذیرش ناهمسانی طبقاتی و فرهنگی، مدارا نسبت به روابط پیش از ازدواج و همچنین تمایل به استفاده از نام‌های خارجی و برگزاری مراسم و آئین‌ها به سبک‌های جهانی و غیربومی (به مثابه‌ی معرف‌های «رفتارهای خانوادگی») نیز این تمایز دیده می‌شود. در مولفه‌ی «تعلق زبانی»، تسلط به زبان‌های خارجی و یا علاقه به یادگیری زبان‌های خارجی در بین نسل فرزندان و بالعکس اعتقاد به ارجحیت زبان قومی و ملی در بین نسل والدین بیشتر است. نهایتاً در مؤلفه‌ی «اعتقاد به ارزش‌ها و باورهای جهانی» نسل فرزندان همگرایی بیشتری با ارزش‌های جهانی لیبرال مانند برابری زن و مرد، دموکراسی، جدایی دین از سیاست و مطلوبیت جامعه‌ی غربی و آمریکایی در مقایسه با والدینشان از خود بروز می‌دهند.

نتایج همبستگی جزئی به منظور کنترل اثر سایر متغیرها نیز در تحلیل نهایی نشان می‌دهد که سبک زندگی در بین نسل فرزندان و نسل والدین از الگوهای متفاوتی تبعیت می‌کند و فرض همبستگی واقعی و تفاوت بین گروه‌های نسلی در تأثیرپذیری از سبک زندگی جهانی با قطعیت تأئید می‌شود. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که جهانی‌شدن از متغیرهای کلیدی در دگرگونی و تفاوت نسلی در جامعه‌ی مورد مطالعه(سنندج) است. نسل جوان‌تر(فرزندان) با به‌کارگیری ابژه‌های برآمده از فضای جهانی‌شدن شیوه‌های رفتاری و ذهنی متفاوتی برای بازنمایی هویت خود به مثابه‌ی یک «نسل جدید» برمی‌گزینند و در کار شناساندن خود به مثابه‌ی یک نسل جدید هستند. این یافته تأئیدی است بر رویکرد نظری مقاله که مطابق «فرضیه‌ی دوره‌ای» اینگلهارت(۱۳۷۱) و نظریه‌ی هویت نسلی بالس(۱۳۸۰) نسل جوان‌تر یعنی نسل فرزندان در مسیر تحول ارزش‌های برآمده از جهانی‌شدن فرهنگی بیشتر از نسل قدیم‌تر(نسل والدین) این تغییرات را درک کرده و از آن به مثابه‌ی ابژه‌های نسل خود در تمایزیابی هویتی بهره می‌گیرند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

نتایج این مقاله همسو با مطالعاتی که به رابطه‌ی جهانی‌شدن و هویت اجتماعی می‌پردازند نقش انکارناپذیر جهانی‌شدن در تغییرات اجتماعی را تأئید می‌کند. نتایج پژوهش تحلیل گل‌محمدی(۱۳۸۱) در مورد تأثیرات جهانی‌شدن در همسان‌سازی فرهنگی و همچنین به چالش‌کشیدن هویت‌سازی‌های سنتی، مطالعه‌ی عاملی(۲۰۰۲) در باب تأثیرات متناقض جهان ـ محلی‌گرایی بر همگون‌شدن هویت در سطح محلی و در همان حال ناهمگون‌شدن هویت‌های خاص در سطح جهانی و پژوهش حبی و همکاران(۱۳۸۹) مبنی بر کمرنگ‌شدن هویت محلی در نتیجه‌ی تأثیرپذیری از هویت جهانی را در سطح و تجربه‌ای متفاوت تأئید می‌کند. در قیاس نتایج این پژوهش با مطالعات حوزه‌ی جامعه‌شناسی نسلی نیز می‌توان اشاره کرد که این مطالعه، همگرایی بیشتری با پژوهش‌هایی دارد که شکاف یا تفاوت نسلی(آزاد ارمکی، ۱۳۸۶؛ عبداللهیان، ۱۳۸۲؛ دانش و همکاران، ۱۳۹۳) در جامعه‌ی ایران را بیش از توافق یا گسست نسلی برجسته می‌کنند.

آنچه که از نتایج استنباط می‌شود این است که جهانی‌شدن فرهنگی به دگرگونی هویت سنتی منجر شده و نسل فرزندان بیش از آن که نظام فرهنگی و سبک زندگی والدین را ملکه‌ی ذهن و الگوی کردار خود سازند در نتیجه همنوایی با ابژهای فرهنگی جهانی، تفاوت نسلی خود را به نمایش می‌گذارند. این نتایج اگرچه دلالت بر تفاوت و شکاف نسلی دارد، اما میزان انعطاف‌پذیری و ظرفیت ساختار اجتماعی و تضادها و تنش‌های برآمده در سایر حوزه‌های واقعیت اجتماعی و نهایتاً نحوه‌ی مواجه با این دگرگونی و مدیریت بهینه آن تعیین خواهد کرد که آیا ما صرفاً با هویت نسلی متفاوت مواجه هستیم یا در مسیر گسست و تضاد نسلی و احتمالاً طرد متقابل و برخورد نسل‌ها پیش خواهیم رفت.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

منابع

۱. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶)«فرایند تغییر نسلی: بررسی فراتحلیلی در ایران»، **فصل‌نامه‌ی جوانان و مناسبات نسلی**، ۱(۱)، ۴۱-۶۸.

۲. اباذری، یوسف، چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)«از طبقه‌ی اجتماعی تا سبک زندگی»، **نامه‌ی علوم اجتماعی**، ۱(۲۰)، ۳-۲۷.

۳. امینی‌زاده، سینا، بوستانی، داریوش (۱۳۹۵)« همگرایی و واگرایی هویت‌های ملی، مذهبی و جهانی(مطالعه‌ی موردی: دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان)»، **فصل‌نامه‌ی توسعه‌ی اجتماعی ایران (توسعه‌ی انسانی سابق)**، ۱۰(۳)، ۱۱۱-۱۳۸.

۴. اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) **تحول فرهنگی در جامعه‌ی صنعتی**، ترجمه‌ی مریم وتر. تهران: کویر.

۵. باقری، خسرو (۱۳۸۲)«امکان و عوامل گسست نسل‌ها»، در مجموعه مقالات **نگاهی به پدیده‌ی گسست نسل‌ها**، علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

۶. باکاک، رابرت (۱۳۸۱) **مصرف**، ترجمه‌ی خسرو صبوری، تهران: انتشارات شیرازه.

۷. بالس، کریستوفر (۱۳۸۰) «ذهنیت نسلی(دیدگاهی روانکاوانه درباره نسل‌ها)»، ترجمه‌ی حسین پاینده، **ارغنون**، ۸(۱۹)، ۱-۳۰.

۸. برمن، مارشال (۱۳۷۹)**تجربه‌ی مدرنیته**، ترجمه‌ی مراد فرهاد پور، تهران: طرح نو.

۹. تاملینسون، جان(۱۳۸۱) **جهانی‌شدن و فرهنگ**، ترجمه‌ی محسن کریمی، تهران: پژوهش‌های فرهنگی.

۱۰. توکل، محمد، قاضی‌نژاد، مریم (۱۳۸۵)« شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی: بررسی و نقد رهیافت‌های نسل تاریخی و تضاد با تأکید بر نظرات مانهایم و بوردیو»، **نامه‌ی علوم اجتماعی**، دوره‌ی جدید(۲۷)، ۹۵-۱۲۴.

۱۱. توکلی، مهناز (۱۳۸۲) « بررسی ویژگی‌های دو نسل در چارچوب نظام ارزشی»، در مجموعه مقالات **نگاهی به پدیده‌ی گسست نسل‌ها**، علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۱۲. حبی، اکرم، فتحی آذر، اسکندر و محمدبخش، بهمن (۱۳۸۹) «جهانی‌شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان(مطالعه‌ی موردی: دانشگاه تبریز)»، **تحقیقات فرهنگی ایران**، ۳(۱۰)، ۱۰۱ – ۱۲۱.

۱۳. دانش، پروانه، ذاکری نصرآبادی، زهرا و سادات عبداللهی، عظیمه (۱۳۹۳)«تحلیل جامعه‌شناختی شکاف نسلی در ایران»، **جامعه‌پژوهی فرهنگی**، ۵(۳)، ۱-۳۰.

۱۴. رابرتسون، رونالد (۱۳۸۰) **جهانی شدن، تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی**. ترجمه‌ی کمال فولادی، تهران: ثالث.

۱۵. ساروخانی، باقر و صداقتی‌فرد، مجتبی (۱۳۸۸)« شکافِ نسلی در خانواده‌ی ایران، دیدگاه‌ها و بینش‌ها»، **پژوهش‌نامه‌ی علوم اجتماعی**، ۳(۴)، ۷-۳۱.

۱۶. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳) «جهانی‌شدن: مفاهیم و نظریه‌ها»، **ارغنون**، (۲۴)، ۱-۵۸.

۱۷. عبدالهی، عادل (۱۳۹۵) «دیالکتیک عام و خاص و تغییرات فرهنگی توسعه‌محور»، **مطالعات توسعه‌ی اجتماعی ایران**، ۹(۱)، ۷-۱۹.

۱۸. عبداللهیان، حمید (۱۳۸۲) «تغییرات فرهنگی و شکاف نسل‌ها در ایران»، در مجموعه مقالات **نگاهی به پدیده گسست نسل‌ها**،علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

۱۹. فاضلی، محمد (۱۳۸۲) **مصرف و سبک زندگی**، قم: انتشارات صبح صادق.

۲۰. فکوهی، ناصر (۱۳۷۹) **تعارض سنت و مدرنیته در عرصه‌ی اجتماعی ایران**، نخستین همایش طرح مسائل اجتماعی ایران، تهران: وزارت کشور، دفتر مطالعات اجتماعی، انجمن جامعه-شناسی ایران.

۲۱. فکوهی، ناصر (۱۳۸۰) **بررسی رابطه‌ی میان الگوهای جهانی، قومی و پیامدهای اجتماعی و راهکارهای مقابله با اثرات سوء آن در لرستان**، تهران: انجمن جامعه‌شناسی ایران

۲۲. قادری، حاتم (۱۳۸۲) «انقطاع نسل‌ها، انقلابی کامل»، در مجموعه مقالات **نگاهی به پدیده‌ی گسست نسل‌ها**، علی‌اکبر علیخانی، پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

۲۳. قلی‌پور، سیاوش (۱۳۸۴) «**جهانی‌شدن و هویت قومی**»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

۲۴. گل محمدی، احمد (۱۳۸۱) **جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت**، تهران: نشر نی.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۲۵. گوشبر، فرهاد (۱۳۸۴) «**طبقـــه‌ی اجتمـاعـی و سبـک زندگی**»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد در رشته‌ی جامعه‌شناسی،دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

۲۶. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) **تجدد و تشخص**، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

۲۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰) **مقدمه‌ای بر تحلیل نهادین مدرنیته، مدرنیته و پست مدرنیسم**، ترجمه و تدوین حسین علی نوذری، تهران: انتشارات نقش جهان.

۲۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹) **جهان رهاشده**، ترجمه‌ی علی اصغرسعیدی و حاجی عبدالوهاب یوسف، تهران: علم و ادب.

۲۹. نش، کیت (۱۳۸۲)، **جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی‌شدن، سیاست و قدرت**، ترجمه‌ی محمد تقی دلفروز، تهران: کویر.

۳۰. هیوود، لس و همکاران (۱۳۸۴) ، **اوقات فراغت**، ترجمه‌ی محمد احسانی، تهران: بامداد کتاب.

31. Ameli, S, R. (2002). **Globalization, Americanisation and British Moslim Identity**, London: ICAS Press.

32. Arab, N. & et al. (2011). The crises of identity: globalization and its impacts on socio- cultural and psychological identity among Pakhtuns of Khyber Pakhtunkhwa pakistan, **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, vol. 1(1), p. 1-11.

33. Bourdieu, p. (1984). **Distinction: A social critique of the judgments of taste** London: N.K,p

34. Coposescu, S. (2011). Aspects of identity construction in the context of globalization, bulletin of the transylvania university of brasov, **Series VII: Social Sciences, Law**, vol. 4(53), P. 19-24.

35. Cristina, A. (2008). Identity and the european union, **annals of faculty of economics**, Universitatea din Oradea, Vol. 1, issue 1.

36. Featherstone, M. & et al. (1995). **Global Cultures**, London, Sage.

37. Giddens , A. (1991). **modernity and self identity: self and society in the hate modern Age**, Cambridge: polity press.

38. Manhiem, K. (1952). **The Problem of Generation, in Eassay on the Sociology of Knowledge**, London: Routledge and Kengan poau Ltd.

39. Scott, J. & Shuman, H. (1995). Generation and collective memories, **American Sociological Review**, Vol. 54

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]