

مختصات راهبردی الگوی سبک زندگی اسلامی

کریم ابراهیمی^۱
حسین پرکان^۲
کمال برزگر بفرویی^۳

چکیده

سبک زندگی طی یک قرن اخیر، به صورت فزاینده‌ای مورد توجه محققان و اندیشمندان قرار گرفته است. از جمله دلایل اهمیت یافتن سبک زندگی می‌توان به تأثیر فراوان فرهنگ مدرنیته بر زندگی افراد اشاره کرد. مدرنیته مباحثی همچون تنوع‌طلبی، مصرف‌گرایی، و فور امکانات و وسایل رفاهی، تمایز داشتن نسبت به دیگران را بیش از پیش در دید عموم مردم بزرگ کرد و در واقع، جوامع را به سمت توجه به این موارد سوق داد. این مقاله با شناسایی ابعاد مدیریتی - راهبردی سبک زندگی و تعیین میزان تأثیر آنها بر سبک زندگی بر اساس نظر نخبگان فرهنگی با روش ترکیبی دلفی و آنتروپی شانون، در حکم یک راهنمای عمل برای مدیران فرهنگی ایفای نقش کرده و مدیران قادر خواهند بود از این طریق، اثربخشی فعالیت‌های خود را فزونی بخشند. در نهایت، بُعد «اشتغال و کسب و کار» بیشترین اهمیت را در سبک زندگی اسلامی دارد و پس از آن، به ترتیب، دسته‌های «ارتباطات و تعاملات»، «نظم و انضباط»، «معماری و شهرسازی»، «سلامت و بهداشت»، «پوشش و آرایش»، «تعلیم و تعلم»، «تغذیه»، «الگوی مصرف محصولات»، «اوقات فراغت» و «سنت‌ها و مراسمات، آیین‌ها و شعائر» قرار دارند. **واژگان کلیدی:** سبک زندگی اسلامی، مختصات راهبردی، روش دلفی، آنتروپی شانون

۱. دانشجوی دکترای مدیریت صنعتی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۲. دکترای سیاست‌گذاری فرهنگی، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران.

۳. دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

۱. مقدمه و بیان مسئله

مدیریت فرهنگ پیوسته از مهم‌ترین چالش‌های همه‌ی حاکمان در اغلب جوامع بوده است، اما جوامعی که در معرض تهاجم‌ها و حملات سایر فرهنگ‌ها بوده؛ این مهم دشوارتر و پیچیده‌تر انجام می‌پذیرد. میزان پابندی به الزامات مدیریت فرهنگی جامعه، سطح دشواری مدیریت فرهنگ را تعیین می‌کند؛ از جمله مهم‌ترین الزامات مدیریت فرهنگی جامعه، سبک زندگی افراد جامعه است.

از منظر علوم اجتماعی و در میان مفاهیمی که در این حوزه رایج است، سبک زندگی طی حدود یک قرن اخیر که از کاربرد آن می‌گذرد، به صورت فزاینده‌ای مورد توجه محققان و اندیشمندان قرار گرفته است. سبک زندگی هر فرد، موقعیت او را در جامعه برای دیگران آشکار می‌سازد. سبک زندگی به دلیل گستره‌ی نفوذ تحلیلش درباره عقاید، عادات، انتخاب‌های مردم از یک سو و قدرت هنجارآفرینی‌اش از سوی دیگر، اهمیت زیادی دارد.

شرایط و اقتضانات مدرنیته شرایطی را برای جوامع پدید آورد که مدیران فرهنگی از یک سو و دانشمندان و محققان علم اجتماعی از سوی دیگر، بیش از پیش به سمت شناسایی و مدیریت الگوهای خاص زیستن متمایل شدند. این شرایط از قبیل تنوع طلبی، وفور امکانات و وسایل رفاهی، فراهم شدن اوقات فراغت، پیشرفت چشمگیر تکنولوژی، انباشت کالاهای مصرفی و الگوهای خاصی از کار در دوره‌ی مدرن، ناگزیر عطف توجه بیشتری را به سمت سبک زندگی گسیل داشت. شاید به جرأت بتوان ادعا کرد؛ یکی از موفقیت‌های بزرگ مدرنیته، ایجاد تحول در سبک زندگی افراد و جوامع بوده است؛ اینکه افراد چگونه امرار معاش کنند، یا اینکه چگونه لباس بپوشند، تغذیه آنها چگونه باشد، جایگزین‌سازی اصالت لذت آنی و محدود به لذایذ حسی و حیوانی، سبک ارتباط با دیگران چگونه باشد و از این دست مسائل، اموری است که مدرنیته به شدت تحت مدیریت خود گرفت.

لذا مفهوم سبک زندگی را باید بر اساس ارکان اعتقادی و ارزشی ایرانی اسلامی بنا کرد تا هم از نگاه التقاطی ایمن باشد و هم نه تنها از حیث نمادها و شعائر ساخته و پرداخته بومی اعتقادی باشد و هم از حیث مبانی و اصول. چرا که پذیرش منفعلانه‌ی سبک زندگی از سوی هر جامعه‌ای می‌تواند، تحول فرهنگی آن جامعه را رقم بزند و منجر به حاکمیت فرهنگی شود که از اصالت واقعی برخوردار نبوده و هویت و استقلال اصلی جامعه را مخدوش کند؛ موضوعی که

رهبر انقلاب اسلامی سالهاست در خصوص تهاجم فرهنگی، شبیخون فرهنگی و ناتوی فرهنگی تبیین ساخته و فعالان فرهنگی را نسبت به هشپاری در مقابل فرهنگ بیگانه تذکر می دهند، در حد زیادی از طریق سبک زندگی بیگانه اتفاق می افتد.

در عصر حاضر با وجود تغییر و تحولات گسترده و جهان شمولی که همه‌ی حوزه‌های زندگی انسان را تحت تأثیر قرار داده است، می توان سبک‌های زندگی را به منزله‌ی دستگاه مفهومی مناسبی در نظر گرفت که به واسطه‌ی آنها می توان تغییر اجتماعی و الگوهای قابل تأمل مدیریت فرهنگ جامعه را کشف کرد. شناخت نقاط حساسیت و نقاط تجلی‌گر سبک زندگی و اشراف بر ابعاد این نقاط، لازمه‌ی اساسی مدیریت سبک زندگی است.

۲. اهداف پژوهش

با توجه به انتزاعی بودن تعاریف موجود در سبک زندگی، در این مقاله تلاش شده تا برخلاف بسیاری از پژوهش‌های انجام شده، به جای تعریف سبک زندگی، به منظور شناخت بهتر و در نتیجه مدیریت بهتر، دیدگاهی انضمامی به سبک زندگی داشته باشیم، در این صورت هم سبک زندگی شفاف شده و هم مدیریت عینی و عملیاتی آن ممکن می شود. تعریف سبک زندگی به خودی خود نمی تواند نشانگر تمایز بین افراد، خانواده‌ها و جوامع باشد بلکه ابعاد سبک زندگی است که این مهم را محقق می کند.

۳. ملاحظات مفهومی و نظری پژوهش

۱-۳. مفهوم شناسی سبک زندگی

سبک زندگی به خودی خود، یک مفهوم نسبتاً، خنثی و بدون جهت‌گیری است که با توجه به فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و اصول هر فرد و جامعه قابل تعریف و بومی‌سازی است. بنابراین می توان ادعا کرد هر ایدئولوژی و جهان بینی نوعی سبک زندگی را برای یک فرد و یک جامعه رقم می زند. اما قبل از تطابق سبک زندگی با جهان بینی و نوع نگاه فرد به هستی، ابتدا باید نسبت به چارچوب شناختی مفهوم سبک زندگی اشراف پیدا کرد؛ به عبارت دیگر، ابتدا باید مفهوم سبک زندگی را شفاف و سپس نسبت به جهت دهی آن براساس جهان بینی اقدام نمود.

برای سبک زندگی، تعاریف متعددی ارائه شده است و شاید قابل توجه‌ترین ویژگی نوشته‌های

سبک زندگی، عدم وجود اتفاق نظر درباره‌ی معنای این اصطلاح، با حداقل ۳۰ تعریف ارائه شده، است (آنتونی، ۱۳۹۵). هر محققی از یک منظر نسبت به سبک زندگی نگریسته و در نتیجه تعریف متفاوتی را ارائه داده است. در زیر به مفهوم شناسی سبک زندگی از منظر محققان مختلف پرداخته و مفاهیم محوری توضیح‌دهنده‌ی سبک زندگی معرفی می‌شود:

- تجلی عینی فرهنگ ذهنی، اندیشه‌ها و باورهای درونی افراد

سبک زندگی عینیت یافته‌ی منش، خلق و خو، اعتقادات، ارزش‌ها، باورها و درونیات افراد است. سبک زندگی ظهوردهنده درونیات است و تنها از ظاهر افراد می‌توان، نسبت به سبک زندگی آنها قضاوت نمود (جانی پور و ستوده نیا، ۱۳۹۲؛ اشتری فر و صالحی امیری، ۱۳۹۵؛ باینگانی، ایران دوست و احمدی، ۱۳۹۲).

زیمل که می‌توان رویکرد او را رویکردی جامعه‌شناسانه به سبک زندگی دانست؛ بیشتر روی ارزش‌ها، هنجارها، ریشه و منشأ رفتارها تمرکز می‌کند (کاو یانی، ۱۳۹۶). او معتقد است؛ سبک زندگی مجموعه‌ای از صورت‌هایی است که انسان از میان فرهنگ عینی خود برای پاسخ‌گویی به دو نیاز هنجارپیش، فردیت و عمومیت (معانی وابسته به فرهنگ ذهنی) برمی‌گزیند. او معتقد است در هر دوره‌ی زمانی می‌توان شکل خاصی از زندگی (و تبعاً سبک‌های مرتبط با آن) را مشاهده کرد. این شکل ریشه در ایده‌ی خاصی دارد که بنیان تمامی جنبش‌های فکری عصر خود است و در عین حال آرمان و هدف نهایی این جنبش است (تابعی، ۱۳۹۳).

- عنصر تمایزبخش

ویر^۱ معتقد است تقسیمات جامعه فقط حاصل طبقه، که مبنای آن ارتباطات اقتصادی است، نبوده بلکه ناشی از منزلت که بر عزت و احترام بنا شده، نیز است. وجه تمایز «گروه منزلت»، عزتی است که بقیه‌ی جامعه برای آن قائل هستند. لذا گفته شده که درک وبر از سبک زندگی، مستقل از طبقه نبوده، بلکه صرفاً، جلوه‌ای از عضویت در طبقه است. شیز^۲ (۱۹۸۶) با بحث از اینکه سبک زندگی، ذاتاً نمادی از مجموعه‌ی نمادها، رفتارها یا افعال نمادین است که با گروه‌های منزلتی (پرستیژی) مختلف جامعه همبسته هستند، مفهوم وبر را بسط بیشتری می‌دهد. منظومه‌ای از ارزش‌ها که معیار داور دربار‌ی سطح پرستیژ هستند، توسط افرادی از جامعه تعیین می‌شوند که قدرت

1. Weberian

2. Scheys

فرهنگی دارند. بنابراین به اعتقاد شیز، موضوع سبک زندگی صرفاً الگوهای رفتاری ای که بازتاب دیگر فرآیندهای اجتماعی هستند نبوده، بلکه خود مکانیسمی است که قدرت متمایز در جامعه توسط آن در اختیار گرفته می‌شود (آنتونی، ۱۳۹۵). چینی^۱ (۲۰۰۲) نیز سبک‌های زندگی را الگوهایی از کنش که تمییزدهنده افراد جامعه از یکدیگرند (باینگانی، ایراندوست و احمدی، ۱۳۹۲). سبک زندگی، در واقع معیاری است که منجر به ایجاد تمایز بین زندگی‌ها، جوامع، نسل‌ها و فرهنگ‌های گوناگون می‌شود (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶؛ مهدوی کنی، ۱۳۹۳: ۵۴).

- مؤلفه‌ی هویت بخش به فرد، خانواده و جامعه

این تعریف ناشی از رویکرد روان‌شناسانه به سبک زندگی است، در این رویکرد مفاهیمی چون شخصیت، منش و هویت خودنمایی می‌کند (کاوایانی، ۱۳۹۶). فقیهی بر این اساس، سبک زندگی را چنین تعریف می‌کند؛ سبک زندگی نظام‌واره‌ی خاص زندگی است که به یک فرد، خانواده یا جامعه با هویت خاص اختصاص دارد. به عبارت دیگر، شیوه‌ای به نسبت ثابت است که فرد، اهداف خود را به آن طریق دنبال و مشکلات خود را حل می‌کند (فقیهی، ۱۳۹۳ و کاوایانی، ۱۳۹۶).

- هدایتگر نظام ترجیحات در رفتار انسان

آدلر^۲ (۱۹۵۶) در مورد سبک زندگی تعابیر متعددی دارد. او می‌گوید: سبک زندگی یعنی کلیت بی‌همتا و فردی زندگی که همه‌ی فرایندهای عمومی زندگی، ذیل آن قرار دارند. سبک زندگی طرح و دریافتی اجمالی است از جهان، فرآیند در حال گذار و راه است؛ سبک زندگی رفتار و منش نیست؛ بلکه امریست که همه‌ی رفتارها و تجربیات انسانی را براه واحد هدایت می‌کند و خود به واسطه‌ی خوی‌ها و منش فردی شکل می‌گیرد (مهدوی کنی، ۱۳۹۳: ۵۳).

کلاکھون^۳ (۱۹۵۸) نیز سبک زندگی را مجموعه‌ها یا الگوهای خودآگاه و دقیقاً توسعه‌یافته‌ی ترجیحات فردی در رفتار شخصی مصرف‌کننده می‌داند (مهدوی کنی، ۱۳۹۳: ۵۳).

بوردیو برحسب اینکه انسان‌ها و گروه‌ها چگونه و چقدر زمان، صرف رفتارهای مصرفی می‌کنند، سبک‌های زندگی را مورد مطالعه قرار می‌دهد که بدین ترتیب است تا بین گروه‌ها،

1. Chaney

2. Adler

3. Clockhon

مرزهای نمادین ایجاد می‌شود. بوردیو در تحلیل سبک زندگی به مفاهیم میدان، سرمایه، منش یا ریختار و سلیقه اشاره می‌کند. میدان به عنوان محل رقابت بر سر منافع و منابع معین است. ریختار در بردارنده‌ی خلق و خواهی خاصی است که تعامل آنها با محیط رفتار را شکل می‌دهد (رضایی، جعفری، علیا، ۱۳۹۴).

گیدنز^۱ سبک زندگی را اینگونه تعریف می‌کند؛ سبک زندگی، مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین، برخوردار از نوعی وحدت است (باینگانی، ایراندوست و احمدی، ۱۳۹۲). مهم‌ترین ویژگی سبک زندگی، شکل‌گیری آن بر محور گرایش‌هاست؛ از این‌رو، الگوی مجموعه‌ای که در آن ترجیح و تمایلی مطرح نباشد، بحث از سبک زندگی درباره‌ی آن معنا ندارد (مهدوی کنی، ۱۳۹۳).

- سلیقه و ذائقه

از مفاهیم دیگری که به نظر بوردیو در سبک زندگی محوریت دارد، سلیقه است. سلیقه به طور دائم ضرورت‌ها را به استراتژی‌ها یا اولویت‌ها تبدیل می‌کند و بدون هیچ‌گونه جبر مکانیکی، مجموع انتخاب‌های سازنده سبک‌های زندگی را به بار می‌آورد. از نظر بوردیو سلیقه (قریحه) فرمول مولد سبک زندگی است که باعث تمایزبخشی افراد از یکدیگر می‌شود؛ بوردیو از چهار نوع سرمایه سخن می‌گوید؛ اقتصادی، فرهنگی، نمادین و اجتماعی. در بحث سبک زندگی، سرمایه‌ی فرهنگی را مهم‌تر از دیگر اشکال سرمایه می‌داند. او سرمایه‌ی فرهنگی را شامل سلیقه‌های خوب، شیوه و راه و رسم پس‌سنندیده، پیچیدگی شناختی، شناختن و توانایی پذیرش محصولات فرهنگی مشروع از قبیل هنر، موسیقی کلاسیک، تئاتر، ادبیات و... و تسلط یافتن بر هر نوع از نظام‌های نمادین است (رضایی، جعفری و علیا، ۱۳۹۴). در شکل‌گیری سبک زندگی، ذائقه مفهومی محوری است. به عبارت دیگر، سبک زندگی بر مبنای یک تمایل و ترجیح یا مجموعه‌ای همگرا از ترجیح‌ها و تمایلات شکل می‌گیرد (باینگانی، ایراندوست و احمدی، ۱۳۹۲).

۳-۲. عوامل موثر بر سبک زندگی

- جهان بینی، نظام باورها و نظام اعتقادات

سبک زندگی به شدت موضوعی اقتصادی است؛ فرهنگ، ارزش‌ها، باورها و مفروضات افراد است که سبک زندگی و ابعاد آن را رقم می‌زند، لذا سبک زندگی نیازمند به یک قید است؛ مثلاً غربی، ایرانی، اسلامی و... به عبارت دیگر، اگرچه سبک زندگی در مجموعه‌ای از رفتارها و گفتارهای نهادینه شده در حوزه‌های فردی، خانوادگی، ملی، بین‌المللی، محیط زیستی و... و در ابعاد عبادی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، علمی حقوقی، رفاهی، بهداشتی و... ظهور پیدا می‌کند، اما منفک از زیربناهای ایدئولوژیک انسان شناختی، هستی‌شناختی و معرفت شناختی نبوده و با تفاوت این مبانی، سبک زندگی جوامع نیز متفاوت می‌شود (کاوایانی، ۱۳۹۶).

- حکمرانان و کارگزاران

کارگزار نظام شامل حاکم و نماینده‌ی حاکم است که مسئولیت‌هایی را از طرف وی در امور اجتماعی، سیاسی و نظامی عهده‌دار می‌شود. رفتار و سبک زندگی رهبران و کارگزاران یک جامعه می‌تواند، بیانگر سبک زندگی جامعه خود نیز باشد (امانلو و برزگر، ۱۳۹۵).

پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله می‌فرمایند: «هر گاه دو دسته از امت من فاسد شوند همه فاسد می‌شوند و اگر صالح شوند همه صالح می‌شوند؛ پرسیدند آن دو دسته کدامند؟ ایشان فرمود: دانشمندان و حاکمان^۱». امام علی علیه‌السلام نیز در حدیثی پرمایه می‌فرماید: «مردم به مسئولان و امیرانشان شبیه‌تر هستند تا به پدرانشان^۲». این سخن پرده از این واقعیت برمی‌دارد که تمام اقدامات، تصمیم‌ها، گفته‌ها و نوشته‌های مدیران و کارگزاران جامعه زیر ذره‌بین دقیق مردم قرار دارد و مردم در زندگی روزمره، طبعاً تاسی چشمگیری به رفتارهای امیران خود دارند. ایشان در حدیثی مشابه می‌فرمایند: «مردم بر دین و آیین حاکمان خود هستند^۳»؛ این سخن نیز بدین معناست که مسئولان و حکام جامعه نه تنها در چگونگی و سلوک زندگی دنیوی جامعه مؤثرند، بلکه در دینداری افراد جامعه نیز تأثیر فراوانی دارند.

۱. صنفان من امتی اذا صلحا صلحت امتی و اذا فسدا فسدت امتی؛ الفقهاء و الامراء؛ بحارالانوار، ج ۲، ص ۴۹
<http://www.gharaati.ir>

۲. الناس بامرائهم أشبه منهم بآبائهم؛ تحف العقول، ص ۲۰۸، <http://www.gharaati.ir>

۳. الناس علی دین ملوکهم؛ كشف الغمّه، ج ۲، ص ۲۱، <http://www.gharaati.ir>

- گروه‌های مرجع جامعه

عبارت گروه مرجع، منطبق با نظر هربرت هایمن در آرشیوهای روانشناسی (۱۹۴۲) است که برای گروهی به کار رفته است که در مقابل یک فرد موقعیت یا عملکرد خودش را ارزیابی می‌نماید. هایمن، تمایزی را بین یک گروه عضویت که افراد به آن تعلق دارند و یک گروه مرجع که به عنوان پایه‌ای برای مقایسه بوده، به کار برده است. در جریان تصمیم‌گیری‌ها، شکل‌گیری نگرش‌ها و کنش‌های انسانها در جامعه، عواملی چند نقش آفرینی دارند که از جمله‌ی مهم‌ترین آنها شامل افراد، گروه‌ها و نهادهایی هستند که مبنای معیار قضاوت و ارزشیابی کنشگران اجتماعی قرار می‌گیرند (آذرخش، ۱۳۹۶).

نخبگان، ستاره‌های اجتماعی، گروه‌های اجتماعی مرجع و تأثیرگذار در تحمیل و یا انتخاب سبک زندگی توسط مردم نقش آفرینی چشمگیری دارند. طرف دیگر، این موضوع تأثیر سبک زندگی مقبول بر ستاره و اسوه شدن افراد دارد؛ به عبارت دیگر، سبک زندگی نماد نظام منزلتی است (مرجع پروری) (آنتونی، ۱۳۹۵)؛ در جامعه‌ای که دینداری ارزش تلقی شود، علمای دین منزلت اجتماعی دارند، در جامعه‌ای که جهاد ارزش است، خانواده‌های ایثارگر الگو خواهند شد؛ در جامعه‌ای که همه توجهات به سمت تفریح و سرگرمی است از بازیگران و ورزشکاران سرمشق گرفته می‌شود.

به عبارت دیگر در عصر حاضر، فرآیند انتقال و تغییر فرهنگی، توسط چهره‌های مشهور جامعه و با ابزار رسانه‌ها و تولیدات رسانه‌ای اعم از فیلم‌های تلویزیونی و سینمایی انجام می‌شود. در این فرایند، گروه‌ها و افراد با فرهنگ‌های مختلف روبرو شده و از عناصر فرهنگی جوامع مختلف برخی را اخذ می‌کنند و برخی را رها می‌کنند. این انتخاب که تحت تأثیر فشار گروه‌ها و الگوهای رفتاری آنها و هم‌چنین زیر نفوذ اوضاع و احوال اجتماعی (طبقه‌ی اجتماعی، نوع اشتغال، سن، منطقه محل سکونت، ...) و اقتصادی است، در بیشتر مواقع آگاهانه است و البته در برخی موارد نیز بطور ناآگاهانه رخ می‌دهد (آذرخش، ۱۳۹۶).

- فرهنگ جامعه

فرهنگ یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده رفتار انسان هاست. بنابراین، یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر سبک و سلوک زندگی افراد، فرهنگ است. یکی از نزدیک‌ترین الگوهایی که می‌تواند تأثیر و تأثر سبک زندگی و فرهنگ را بر یکدیگر شناسایی و ارزیابی کند؛ ابعادی است

که هافستد برای سبک زندگی بیان می‌دارد؛ یکی از مزیت‌های این ابعاد، این است که نتیجه‌ی قضاوت بوسیله آنها، می‌تواند سبک زندگی جامعه را هم نشان دهد. بالا یا پایین بودن هر کدام از این ابعاد، نوعی سبک زندگی را رقم می‌زند؛ این ابعاد عبارتند از: فردگرایی یا گروه‌گرایی، ابهام‌گریزی یا ابهام‌پذیری، فاصله‌ی قدرت در بین طبقات اجتماعی، مردگرایی یا زن‌گرایی (جعفری و امیرنژاد، ۱۳۹۶ و فیروزی، ۱۳۹۵).

۳-۳. مختصات راهبردی الگوی سبک زندگی اسلامی

اگرچه برای شناسایی سبک زندگی، اکتفا به تعریف و مفهوم‌شناسی این اصطلاح می‌تواند کارساز باشد؛ اما هدایت و مدیریت سبک زندگی، بسنده نمودن به این سطح از شناخت سبک زندگی طبعاً کفایت نمی‌کند؛ بلکه نگاه همه‌جانبه و انضمامی به سبک زندگی ضرورت تمرکز بر مفهوم سبک زندگی از یک منظر راهبردی و مدیریتی را ایجاب می‌کند. به عبارت دیگر سبک زندگی را در دو ساحت می‌توان بررسی نمود؛ ساحت نظریه و ساحت عمل. در ساحت نظریه صرفاً به شناسایی محتوای این مفهوم پرداخته می‌شود؛ اگرچه در این ساحت ممکن است، نظریه‌پرداز تلاش زیادی را برای انطباق با حوزه‌ی عملیاتی سبک زندگی و جهه‌ی همت خود قرار دهد، اما آنچه سبک زندگی را به صورت واقعی در مظان قضاوت قرار می‌دهد، پیاده‌سازی عملیاتی این مفهوم در عرصه‌ی جامعه است. در مدل هدایت راهبردی سبک زندگی، محقق بر آن است تا با نگاهی راهبردی-مدیریتی به گونه‌ای به مفهوم سبک زندگی بپردازد که از یک سو این مفهوم از لایه‌ی صرفاً محتوایی خارج و در عرصه‌ی زندگی روزمره‌ی افراد جامعه وارد ساخته و از سوی دیگر به عنوان یک راهنمای عمل در اختیار مدیران فرهنگی جامعه، جهت هدایت، مدیریت فرهنگ و سبک زندگی مردم قرار گیرد. نکته‌ی قابل ملاحظه‌ی دیگری که در خصوص این ابعاد باید مدنظر داشت، این است که هر تقسیم‌بندی از امور زندگی، مبتنی بر نگاه خاصی به هستی، تعریف خاصی از انسان، تلقی خاصی از زندگی، اعتقاد خاصی به مبدأ و معاد و نگرش‌های بنیادین دیگری است که تقسیم‌بندی براساس آن انجام می‌شود. لذا در این بخش مقاله به شناسایی ابعاد این راهنمای عمل و طراحی مدلی بدین منظور پرداخته می‌شود.

- اوقات فراغت

امروزه و فور امکانات و تجهیزات زندگی، سبب ایجاد زمان‌های بی‌استفاده قابل توجهی برای خانواده‌ها و افراد شده است؛ این زمان‌ها، دغدغه‌مندی خانواده‌ها جهت پرکردن و غنی کردن این اوقات را به همراه داشته است. از سوی دیگر گزینه‌های بسیار فراوانی برای پرکردن هر چه بیشتر این زمان‌ها و اوقات از سوی خودی و بیگانه به سمت افراد و خانواده‌ها گسیل داشته شده و سعی در جلب توجه حداکثری خانواده‌ها بویژه در اوقات فراغت داشته و دارند. مطالعه‌ی غیردرسی، تماشای فیلم، ماهواره و تلویزیون، انجام فعالیت‌های مهارتی، شنیدن موسیقی، اینترنت، انجام فعالیت‌های هنری، انجام فعالیت ورزشی و رفتن به کلاس‌های زبان خارجه از جدی‌ترین گزینه‌های پرکردن اوقات فراغت افراد در عصر حاضر شده است (رحمتی و بخشی، ۱۳۹۴). اصرار بر مواجهه نشدن انسان با خود، از بین بردن امکان هرگونه خلوت و ضرورت مشغولیت دائمی با چیزی از جمله دستاوردهای پرشدن اوقات فراغت با مقولات مذکور است. بنابراین، یکی از مهم‌ترین ابعادی که جهت و سبک زندگی افراد جامعه را تحت تأثیر خود قرار داده، اوقات فراغت و اموری که به دنبال پرکردن این اوقات است می‌باشد.

چینی (۱۹۸۷) در خصوص اهمیت توجه به اوقات فراغت در سبک زندگی بر این اعتقاد است که اگر قرار باشد در بازکردن گره معنای فرهنگی، اشکال متفاوت فراغت به جایی برسیم؛ باید بروی ساختار جهان‌های زندگی و سبک‌های زندگی کار کنیم (آنتونی، ۱۳۹۵). زیمل، وبلن و وبر نیز در آثار خود اوقات فراغت و تفریح را جزئی از عناصر اصلی سبک زندگی می‌دانند؛ سگالن جامعه‌شناس فرانسوی در جمع‌بندی خود از تحقیقات در مورد سبک زندگی، نوع گذران اوقات فراغت خانواده‌ها در محدوده مسائل اصلی سبک زندگی می‌داند (تابعی، ۱۳۹۳).

- الگوی مصرف

مصرف، یکی از رفتارهای فراگیر و گسترده‌ی انسان است که در همه‌ی دوره‌های زندگی آدمی و در غالب شئون حیات او جریان دارد. شناخت الگوی مصرف که یکی از تجلی‌های عمومی رفتار آدمی است، اهمیت به‌سزایی دارد. در واقع مصرف، قابل مشاهده‌ترین و ملموس‌ترین رفتار انسان مدرن است که می‌توان با آن به فهم جامعه مدرن دست یافت (عیوضی، ۱۳۸۸).

تنوع طلبی و تکثرگرایی از اصلی ترین مقولاتی است که موجب تأثیر فراوان رفتار و الگوی مصرفی انسان‌ها در سبک زندگی آنها شده است. ارضای نیازهای گوناگون زیستی و روانی، انسان‌ها را به سوی مصرف سوق می‌دهد و فرهنگ جوامع از عوامل اصلی تعیین کننده کمیت و کیفیت آن است. الگوی مصرف به معنای چیرستی، چرایی و چگونگی امکانات و منابع موجود است. مصرف و الگوی مصرف در معنای کلی شامل همه انواع فعالیت‌های غیرکاری و غیرتولیدی است و به فرایندی اشاره دارد که در آن کالاهای مادی و خدمات برای ارضای نیازها به کار گرفته می‌شوند. صحبت کردن از الگو نیز به معنای جستجوی نوعی نظم در پدیده‌های پراکنده و منفرد است. بنابراین، منظور از الگوهای مصرف این است که آیا بر حسب نوع کالاها و فعالیت‌های مورد استفاده افراد، شیوهی مصرف آنها و معیارها و موازین انتخاب آن کالاها، تفاوت‌هایی معنادار در میان افراد مورد مطالعه دیده می‌شود یا نه؟ (ملاسعیدی، ۱۳۹۶).

لذا، برخی از محققان سبک زندگی را شدیداً تحت تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی و غیرفهرنگی می‌دانند و معتقدند سبک زندگی بر حول محور مصرف سامان می‌یابد. فاضلی (۱۳۸۲) در تعریف سبک زندگی چنین می‌نویسد: «مراد از سبک زندگی مجموعه رفتارهای مربوط به حوزه مصرف فرهنگی و مادی زندگی افراد است که در عرصه عمل محقق شده و قابل مشاهده است. اینکه مردم به چه نحوی و چگونه مصرف می‌کنند در شکل دهی سبک زندگی آنها بسیار تعیین کننده است؛ زیرا مصرف تا حد زیادی انتخاب‌های افراد و دلایل آن را آشکار می‌سازد. مطالعه کیفیت مصرف، این امکان را فراهم می‌آورد که حتی به ارزش‌ها و نگرش‌های افراد نیز راه یابیم. به عبارت دیگر مصرف، نمود خارجی انگاره‌های درونی است که در شکل دهی به سایر رفتارها تأثیر دارد» (رفعت‌جاه و وفادار، ۱۳۹۳).

بنابراین، الگوی مصرف یکی از ابعاد اصلی در شناخت سبک زندگی و یکی از نقاط محوری در مدیریت و هدایت آن است. چگونگی راهبری الگوی مصرف افراد جامعه، از یک سو مدیریت منابع را تحت تأثیر قرار می‌دهد و اگر الگوی صحیح و منطقی مصرف سرلوحه قرار گیرد، از اتلاف و اسراف منابع جلوگیری می‌شود؛ از سوی دیگر سبک زندگی جوامع بر اساس این الگو (مثبت یا منفی) هدایت می‌شود. الگوی مصرف صحیح براساس آموزه‌های اسلامی مصرف براساس ضرورت و با تمرکز بر قناعت است. مصرف بیش از حد کفاف، علیرغم وجود افراد نیازمند در جامعه‌ی مصرفی توصیه شده نیست، بلکه مصرف مدنظر اسلام مصرفی است

که برای انجام واجبات عبادی و اجتماعی ضرورت داشته باشد.

- ارتباطات و تعاملات

ارتباطات یکی از گسترده‌ترین، مهم‌ترین و پیچیده‌ترین جنبه‌های زندگی انسانی است. از مؤلفه‌های اصلی سبک زندگی به شمار می‌رود (جباران، ۱۳۹۴). توانایی ایجاد ارتباط در سطحی عالی، انسان را از دیگر حیوانات متمایز می‌سازد. زندگی روزمره‌ی ما کاملاً، تحت تأثیر ارتباطات ما با دیگران و دریافت پیام‌های افراد ناشناس از گذشته و از دیگر نقاط دنیا قرار دارد. برای شناخت سبک زندگی جامعه، مطمئناً مقوله‌ی ارتباطات را باید دقیقاً مورد توجه قرار دهیم (نوربخش، ۱۳۹۲: ۱۶). اگرچه، ارتباطات از زمان باستان مورد مطالعه قرار گرفته است؛ اما در قرن بیستم مشخصاً به عنوان یک موضوع بسیار مهم مطرح گردیده است. یکی از مؤلفین این تحول را به عنوان «کشف انقلابی» توصیف می‌کند که عمدتاً به خاطر رشد فن‌آوری ارتباطات چون رادیو، تلویزیون، تلفن، ماهواره، شبکه رایانه و صنعتی شدن، تجارت‌های بزرگ و سیاست‌های جهانی همراهی بوده است. به طور قطع در حال حاضر، ارتباطات اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار است (نوربخش، ۱۳۹۲: ۱۵-۱۶).

از نگاه شهید مطهری، جهان یکپارچه است و انسان جزئی از کلیت جهان به شمار می‌آید، از این رو، وقتی از «ارتباط» انسان بحث می‌شود، همواره ارتباط انسان با خدا، ارتباط انسان با خلق خدا (یعنی طبیعت و...)، ارتباط انسان با انسان‌های دیگر و سرانجام ارتباط انسان با خویشتن به مثابه انسان، مطرح است. مطالعه‌ی ارتباط انسان با انسان، بدون در نظر گرفتن سایر ابعاد کامل نیست (مطهری، ۱۳۸۹: ۳۰۵-۳۱۰، ج ۲۱).

سبک زندگی مطلوب، سبک زندگی‌ای است که در آن، فرد به تمام روابط چهارگانه (ارتباط با خدا، خود، دیگران و طبیعت) توجه داشته و اهمیت هر یک از این تعاملات را در چارچوبی که دستورات اسلامی مشخص کرده‌اند، مدنظر داشته و نسبت به آنها غفلت نرزد.

- ارتباط با خداوند

ادیان آسمانی و به طور خاص دین اسلام، رشد انسان را متوقف بر تنظیم ارتباط فرد با خداوند در صورت‌ها و سازوکارهایی که دین مشخص کرده می‌داند. اصولاً دین اسلام، اصلاح رابطه‌ی

اجتماعی فرد با دیگران را منوط به اصلاح رابطه‌ی وی با خداوند تلقی می‌کند (معتمدی، ۱۳۹۲). در قرآن کریم، خداوند موجودی یگانه، بی‌همتا، ازلی، ابدی و منزله از هرگونه شائبه تشبیه و تمثیل و تجسد است. به عبارتی، اگرچه هیچ موجودی قادر به درک کنه ذات حق تعالی نیست، ولی انسان قادر است به خوبی او را بشناسد و با وی ارتباط صمیمانه برقرار سازد؛ چراکه او حتی از رگ گردن به بندگانش نزدیک‌تر است. بالاتر از آن، انسان کامل به عنوان خلیفه‌ی الهی در زمین می‌تواند، مظهر تجلی اسما و صفات الهی و آینه حق باشد.

- ارتباط با خود

ارتباط با خویشتن که همانا خودشناسی نام دارد، فرایند مواجهه فرد با خویش است و می‌تواند به نحو مستمر، لحظه‌ای یا به صورت تأخیری باشد. این فرآیند می‌تواند معطوف به شناخت توان، کمال، امکانات، احساسات، آفت‌ها و عیب‌های خویش باشد. خودشناسی حاصل تمرکز فرد بر خود و توانایی اخذ بازخورد از بیرون خود به منظور شناخت هرچه بیشتر توانایی‌ها و ناتوانی‌های خود است (معتمدی، ۱۳۹۲).

ارتباط با خود، یکی از پیچیده‌ترین انواع ارتباطاتی است که نه تنها در سبک زندگی بلکه در مجموع شئون افراد خودنمایی می‌کند. این نوع ارتباط، موضوعی است که امروزه آماج حملات روانی قرار گرفته تا به هیچ وجه برقراری این ارتباط برای فرد مهیا نشود. مشغولیت‌های دائمی که امکانات و تجهیزات اعم از رسانه و اینترنت و... برای انسان‌ها ایجاد کرده، ارتباط انسان با خویشتن را به شدت دشوار ساخته است. چرا که اهمیت این ارتباط به اندازه‌ای است که از نظر شهید مطهری، تا انسان از درون خودش و از حیوانیت خودش رهایی پیدا نکرده باشد، امکان ندارد که در رابطه‌اش با انسان‌های دیگر حسن رابطه داشته باشد، یعنی بتواند از اسارت انسان‌های دیگر رهایی یابد یا خودش انسان دیگر را به اسارت خود در نیآورد (مطهری، ۱۳۷۷: ۵۲۱، ج ۲۵). به عبارت دیگر، تا انسان خودش را اصلاح نکرده و در مسیر فطرت قرار ندهد، نگاهش به خویشتن نگاه من‌عالی در مقابل من دانی نشود، ارتباط سازنده‌ای با خود برقرار نکرده است.

- ارتباط با دیگران (جامعه)

بر اساس این که انسان موجودی اجتماعی است و در بقای زندگی اجتماعی خود، ناگزیر

۱. قال علی بن ابی طالب علیه السلام: مَنْ أَصْلَحَ فِيمَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ اللَّهِ أَصْلَحَ اللَّهُ تَعَالَى فِيمَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ النَّاسِ مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، ج ۱۱، ص ۳۲۲، hadith.inoor.ir

از تعامل با دیگر افراد جامعه است؛ نیاز به برنامه‌ها و دستورات خاص اجتماعی دارد تا بر پایه آن، بتواند رابطه خود با دیگران را سامان دهد و به زندگی دلخواه، دست یابد. نحوه‌ی تعامل و معاشرت فرد با دیگران که در واقع اخلاق اجتماعی فرد را بروز می‌دهد، نشانگر منطق و سبک زندگی وی است. خدمت به دیگران، مهرورزی و محبت نسبت به آنها، ازدواج و تشکیل خانواده و... از مصادیق ارتباط فرد با جامعه است (رفعت‌جاه و وفادار، ۱۳۹۳).

ارتباطات اجتماعی سالم آن است که افراد قوانین و حدود و حقوق یکدیگر را محترم شمارند، عدالت را امری مقدّس به حساب آورند، به یکدیگر مهر بورزند، هر یک برای دیگری آن را دوست بدارد که برای خود دوست می‌دارد و آن را نپسندد که برای خویش نمی‌پسندد، به یکدیگر اعتماد و اطمینان داشته باشند، ضامن اعتماد متقابل آنها کیفیات روحی آنها باشد، هر فردی خود را متعهد و مسئول اجتماع خویش بشمارد، در سَرّی‌ترین نهانخانه‌ها همان تقوا و عفاف از آنها بروز کند که در ملاء عام، در نهایت بی‌طمعی به یکدیگر نیکی کنند، در مقابل ظلم و ستم بپاخیزند و به ستمگر و فسادگر مجال ستمگری و افساد ندهند، ارزشهای اخلاقی را محترم بشمارند، با یکدیگر مانند اعضای یک پیکر متحد و متفق بوده باشند (مطهری، ۱۳۹۰: ۴۸، ج ۲). در کنار ارتباط با هم‌نوع، ارتباط با دولت و دولتمردان نیز مصداقی از ارتباط با دیگران است که در سبک زندگی خودنمایی می‌کند؛ تعامل مردم و دولت یکی از محمل‌های بروزدهنده سبک زندگی افراد است که براساس نحوه‌ی رفتار بین مردم و دولتمردان، احترام به قانون اساسی و پاسخگویی دولت در قبال مشکلات مردم در سبک زندگی تأثیر می‌گذارد.

- ارتباط با طبیعت

با نگرش به خلقت انسان و زندگی او، ناگزیر و ناچار بودن او از ارتباط با طبیعت، بلکه عجین بودن زندگی طبیعی با هستی او به گونه‌ای که بدون آن، امکان خلقت و ادامه حیات برای او نیست، روشن می‌شود. وابستگی انسان به این جهان مادی یک واقعیت غیر قابل انکار بوده و بدیهی است که هیچ نقشی در اصل این وابستگی ندارد. ساختمان وجودی و ادامه حیات و رشد او چنین اقتضایی دارد. بر این اساس، یک بعد وجودی انسان عبارت از بعد مادی و طبیعی است. به لحاظ جبری بودن این پیوند و ارتباط، از آن سخن نمی‌گوییم، زیرا بحث از آن در محدوده علوم طبیعی و تجربی است. آنچه مورد نظر ماست، جنبه اخلاقی مسأله می‌باشد، و توجه‌مان به رابطه‌ای است که در حوزه‌ی اراده‌ی آگاهانه و اختیار انسان باشد. هر چند اصل این

رابطه ضروری بوده و ما قادر به تغییر آن نیستیم، ولی نحوه و چگونگی رابطه در حیطه اختیار ماست (معمدی، ۱۳۹۲).

- سنت‌ها، مراسمات، آداب و رسوم محلی و منطقه‌ای یکی از مهم‌ترین نقاطی که برای شناخت و مدیریت سبک زندگی قطعاً باید مدنظر قرار گیرد؛ آداب و رسوم مردم جامعه است، در واقع سبک زندگی هم به نحو مفهومی و هم به نحو عملیاتی ارتباط وثیق و غیرقابل انکاری با سنت‌ها و شعائر محلی و منطقه‌ای مردم دارد. به عبارت دیگر، در شناخت عرصه‌های زندگی و سبک زندگی، نحوه‌ی حضور انسان در حیات اجتماعی یعنی نوع روابط اجتماعی، آداب و رسوم اجتماعی و سازمانی، الگوها و ضوابط اجتماعی در همه عرصه‌های اجتماعی نمایان‌گر سبک زندگی اجتماعی می‌باشد (جمالی، ۱۳۹۵).

از مهم‌ترین سنت‌هایی که در جمهوری اسلامی ایران به عنوان سنت‌های اجتماعی در جامعه رایج و نهادینه شده است می‌توان به سنت چهارشنبه سوری، روز طبیعت، بزرگداشت اعیاد و وفیات، نامگذاری فرزند و عید نوروز اشاره کرد.

- نظام آموزش و پرورش (تعلیم و تربیت) تعلیم و به ویژه تربیت به عنوان فرآیندی که نتیجه‌ی آن تا حد زیادی عینی و عملی در جامعه متبلور می‌شود، سبک زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در واقع، شاید بتوان مدعی شد؛ تعلیم و تربیت افراد در نوع و سبک زندگی ایشان عمیق‌ترین و پایدارترین تأثیر را دارد. اینکه تعلیم و تربیت افراد یک جامعه از بدو تولد تا پایان عمر بر چه اصولی استوار بوده و با چه سازوکارهایی انجام می‌پذیرد، مبحثی است که عطف توجه عموم جوامع را به همراه داشته است. مربی، متربی، روش، ماهیت و محتوای تربیت ارکان تربیت را شکل می‌دهند و این نظام تعلیم و تربیت است که بایست این ارکان را در سیستمی منسجم و متعادل معماری نماید.

تربیت، همانا کشاندن آدمی است به سوی ارزشهای والای انسانی، چنانکه آن ارزشها را بفهمد و بپذیرد، دوست بدارد و به کار آورد. انسانی که به این مقام دست یابد، چه بسا که به گزینش ارزشها خواهد پرداخت و راهنما و تربیت‌کننده خویش خواهد شد و این برترین معنای تربیت است که همانا روکردن آزادانه و آگاهانه به ارزشها است و اینجاست که انتخاب ارزش‌ها که از طریق تربیت رخ می‌دهد اتصال و ارتباط سبک زندگی با تعلیم و تربیت رخ می‌دهد (آرمند، ۱۳۹۰).

- نظام بهداشت و سلامت

بهداشت و سلامت جسمی و روانی یکی از ارکان سبک زندگی افراد است؛ سلامتی افراد جامعه، نقش مؤثری در پویایی و نشاط زندگی افراد آن جامعه ایفا می‌کند؛ زندگی مضطرب و ناامیدانه خطری است که همه‌ی کشورهای جهان را تهدید کرده و بار سنگینی را بر دوش جامعه می‌گذارد؛ پیش بینی ۱۵ درصدی مشکلات سلامت روانی جهان در سال ۲۰۲۰ توسط سازمان بهداشت جهانی، نشانگر این است که اجتماع جهانی برای بهبود زندگی فردی و اجتماعی کارها و راه‌های ناپیموده فراوانی را در مبحث سلامت روان افراد پیش رو دارد (نورمحمدی و صدیقی، ۱۳۹۳).

تنش‌های ذهنی و جسمی، کیفیت زندگی و موقعیت شغلی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی هستند که در بهداشت و سلامت زندگی افراد مؤثرند؛ ارتباط مثبت بین کیفیت زندگی و معنویت، مصونیت روحی و روانی بالاتر در زندگی‌های مذهبی، وجود امید و نگرش مثبت در سبک‌های زندگی عابدانه از جمله‌ی مهم‌ترین مصادیق ارتباط بین سبک زندگی و سلامت روان افراد است (نورمحمدی و صدیقی، ۱۳۹۳).

- اقتصاد، تولید، اشتغال و کسب و کار

یکی از مهم‌ترین عرصه‌هایی که زندگی بشر با آن گره خورده، صنعت، بازار و تجارتی است که افراد جامعه در محل آن امرار معاش می‌کنند، نیازهای مرتبط را بوسیله آن مرتفع می‌نمایند و کالاهایی را تولید و مصرف می‌کنند. به عبارت دیگر، اینکه افراد جامعه به شغلی روی می‌آورند و از چه شغلی تنفر دارند؟ نوع نگاهشان به انواع مشاغلی که خود و دیگران در آن مشغولند چیست؟ به چه محصولاتی بیشتر اقبال می‌کنند؟ نوع نگاهشان به تولیدات بومی و غیربومی چگونه است؟ رویکرد کلی حکومت و مردم نسبت به صنعت، تولیدات و تولیدکنندگان داخلی، واردات، صادرات چیست؟ و به همین طریق در خصوص اتکای اقتصاد به نفت، زودبازده یا دیربازده بودن کسب و کار، کیفیت تولید، ساعت کاری مفید، سرمایه‌گذاری داخلی یا خارجی، اصالت سود یا اصالت منفعت و مصلحت کشور در کسب و کار، اقبال به مشاغل کم‌دردسر و پرسود مثل دلالی و یا مشاغل تولیدی، تشریفات و قوانین اداری برای راه اندازی کسب و کار، بانکداری، میزان تسهیلات و مزایای جهت خودکفاسازی تولید، قاچاق، نوع نگاه به بازار سنتی و بازارهای مدرن، میزان کنشگری فعالانه و مثبت مردم در اقتصاد و تولید، اقتصاد مقاومتی

و یا ریاضتی، اقتصاد دانش بنیان جامعه چه واکنش‌هایی از خود نشان می‌دهد؟ این موارد از جمله، مهمترین عرصه‌های اقتصادی است که با سبک زندگی افراد جامعه ارتباط تنگاتنگی دارد (سالار و خراسانی، ۱۳۹۶).

بنابراین، اگرچه مباحث تولید، اشتغال و کسب و کار به ظاهر در زمره مباحث اقتصادی قرار می‌گیرند؛ اما بخش عظیمی از آن مانند حمایت از تولید داخلی، نوع نگاه جامعه به اقسام مشاغل، وابستگی و یا خودباوری در خودکفاسازی صنعت از جمله مقولاتی است که در فرهنگ و سبک زندگی مردم نهفته شده است؛ به عبارت دیگر چرخه‌ی اقتصاد تا حد زیادی بر مبنای نقش آفرینی که مردم در زندگی روزمره خود اعم از نوع نگاه آنها به کار و مشاغلی که در آن مشغولند به حرکت در می‌آید (برهان، ۱۳۹۷).

- تغذیه

اکنون بر بسیاری روشن شده است که انبوهی از مشکلات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، به سبک و شیوه زندگی برمی‌گردد و تغذیه در این میان نقشی محوری دارد. مصداق بارز و حداقلی این ارتباط در مشکلات پزشکی عیان است. گسترش بیماری و همه‌ی تبعات اجتماعی و اقتصادی آن، بی‌تردید یک ریشه‌ی عمیق در سبک زندگی و به‌طور خاص در تغذیه دارد. از این‌رو می‌توان بخش بزرگی از الزامات گسترش بیماری هم‌چون نیاز به صرف هزینه‌های فراوان برای واردات دارو و تجهیزات پزشکی تا ساخت بیمارستان و... را به تغذیه نسبت داد (ایمانی، ۱۳۹۱). نوع خوراکی که خانواده‌ها مصرف می‌کنند، برای پذیرایی از مهمان تهیه می‌بینند، یکی از راه‌های پی بردن به سبک زندگی آنهاست. مدیریت تغذیه که در واقع مؤلفه‌ای از سبک زندگی است، به یکی از اساسی‌ترین دغدغه‌های مردم امروز جوامع تبدیل شده است. حرمت و حلیت غذا، خواص و ارزش غذایی خوراکی‌ها، موادی که برای تهیه غذا به کار می‌رود گرفته، تا نوع نشستن در هنگام تناول، میزان زمانی که برای طبخ غذا و خوردن آن صرف می‌شود، هدف از غذاخوردن؛ درمان، عبادت، کار یا تلدذ، محل سرو غذا؛ خانه یا رستوران، میزان تنوع غذای مصرفی، نوع غذایی که در مراسم‌های رسمی تناول می‌شود و حجم غذاخوردن، توجه به کارکردهای روانی غذا در کنار کارکردهای جسمی، ملاک انتخاب و ارزیابی غذا، هر کدام معنایی را بروز داده و سبکی از زندگی را تداعی می‌نماید (نیکجو، ۱۳۹۱ یا ناظمی، ۱۳۹۱).

- پوشش و آرایش (خودآرایی)

یکی از ظاهرترین نمادهای مبین سبک زندگی نوع پوششی است که افراد جامعه آن را برمی‌گزینند، استفاده کرده و به یکدیگر توصیه می‌کنند. در واقع پوشش و آرایش مؤلفه‌ای است که در اولین مواجهه با افراد در نظر می‌آید؛ از شکل آرایش مو تا مدل پوشیدن لباس و...؛ این نمای ظاهری را از دو منظر می‌توانیم، بررسی کنیم؛ بخشی از آن به برداشت مخاطب از پوشش طرف مقابل برمی‌گردد و بخش دیگر به شخصی برمی‌گردد که این پوشش را برای خود انتخاب کرده است و با این ظاهر زندگی می‌کند و علاقمند است اینگونه دیده شود (زائری، ۱۳۹۳: ۱۶۹). بنابراین نوع پوشاک و لباس افراد خصوصاً در جامعه‌ی مدرن، به صورت یکی از ابزارهای معرفی شیوه‌ی زندگی درآمده است. بر مبنای دیدگاه بوردیو، نوع پوشش افراد می‌تواند، بیانگر سبک زندگی و ذائقه‌ای خاص باشد که منجر به متمایز شدن افراد از دیگران شود. علاوه بر ایجاد تمایز، افراد در زندگی خود با نوع پوشششان، انتخابی را اعلام می‌کنند و نشان می‌دهند به چه جریان فکری و ارزش‌ها و اصولی گرایش دارند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶؛ زائری، ۱۳۹۳: ۱۷۰).

- مسکن، معماری و شهرسازی

معماری و شهرسازی از رویی‌ترین و روشن‌ترین نمادها و مؤلفه‌های سبک زندگی است (بیگدلی، ۱۳۹۲). میان معماری و سبک زندگی افراد هم در گذشته و هم امروز تناظری قابل توجه وجود دارد؛ از خصوصیات و رفتارهای عادی روزانه افراد گرفته تا روابط خصوصی میان افراد یک خانواده، میزان تمکن مالی خانواده‌ها، میزان حضور کودک و مادر در خانه، نحوه دکوراسیون و چیدمان اثاثیه منزل و سایر مؤلفه‌هایی که در ساختار داخلی خانه دخالت دارند تا نحوه رفت و آمد در شهر، اقبال افراد به بناهای تاریخی، نمادهای بکاررفته در شهر و سایر مؤلفه‌هایی که در ساختار محله‌ها و شهرها نمود پیدا می‌کند، سبک زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. علاوه بر این اهمیت مسکن از جایی نشأت می‌گیرد که بسیاری از نیازهای اولیه هر فرد همانند غذا خوردن، گذرانیدن اوقات فراغت، استراحت و... در آن تأمین می‌شود. مفهوم مسکن علاوه بر مکان فیزیکی، کل محیط مسکونی را نیز در بر می‌گیرد که شامل کلیه خدمات و تسهیلات ضروری مورد نیاز برای بهزیستن خانواده و مکان‌های اشتغال، آموزش و بهداشت افراد است. مسکن، محیط زندگی است و مبرهن است که سبک زندگی مفهومی است که ارتباط

تنگاتنگ با محیط زندگی دارد (نصر، ۱۳۹۴) و استحکام، توجه به مبانی زیبایی شناختی مسکن و معماری و رعایت نمادها و شعائر منطبق بر مبانی فکری و اعتقادی از مهم‌ترین مؤلفه‌های معماری خانه و شهر تلقی می‌شود.

- نظم و انضباط

مقوله‌ی نظم و انضباط دو بعد فردی و اجتماعی دارد که در سبک زندگی هر دو بعد نقش آفرینی قابل توجهی دارند. لغت‌شناسان، «نظم» را به معنای آراستگی، هماهنگی، پیوستگی، ترتیب زمانی یا عددی یا مکانی، رشته مروارید، میزان کردن، قاعده، قانون و... دانسته‌اند. «انضباط» نیز در لغت، به معنای استوار شدن، نگاه داشتن، رعایت قوانین و مقررات و نیز وفای به نظم است. کلمه‌هایی مانند «صف»، «حد و حدود»، «تدبیر»، «اقتصاد و میانه‌روی» و «اتقان»، بیان‌کننده‌ی جلوه‌های نظمند. برخی، درباره‌ی «انضباط» بر آن رفته‌اند که انضباط هدایت و راهنمایی تمایلات و غرایز فطری به سوی هدفی ویژه است. انضباط، قانون زندگی است و از گذر آن، فعالیتها و رفتارها در ضابطه‌ای خاص درمی‌آید و هرکس درمی‌یابد که چگونه باید زندگی کند و چگونه از اوقات خود به گونه شایسته بهره‌جوید (مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما، ۱۳۸۶: ۷). بنابراین انضباط بیشتر در بعد فردی سبک زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نظم در بعد اجتماعی؛ در بعد فردی برنامه‌ریزی‌های شخصی، تقسیم‌بندی زمان بین امور و فعالیتها، اولویت‌بندی اقدامات و از این قبیل مقولات به سبک زندگی برمی‌گردد؛ در بعد اجتماعی نیز اهتمام به رعایت قوانین مدنی اجتماعی و قوانین حاکمیتی بویژه قوانین راهنمایی و رانندگی به دلیل عینیت داشتن زیاد این قوانین در عرصه‌ی اجتماع و رفتارهای عیان افراد سبک زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۴. روش پژوهش

روش دلفی^۱ یکی از روش‌های تحقیق کیفی است که از آن برای دستیابی به اجماع در تصمیم‌گیری‌های گروهی استفاده می‌شود. در عمل، روش دلفی یک سری از پرسشنامه‌ها یا دوره‌های متوالی به همراه بازخورد کنترل‌شده‌ای است که تلاش دارد به اتفاق نظر میان یک

گروه از افراد متخصص درباره‌ی یک موضوع خاص دست یابد (درویش و همکاران، ۱۳۹۳: ۴). انتخاب حلقه‌ی صاحب‌نظران، بخش بسیار مهمی از روش دلفی است. آگاهی این گروه از موضوع مورد نظر، تضمین خوبی برای کیفیت بالای نتایج دلفی است. بنابراین، حلقه‌ی اعضای دلفی در یک پژوهش، براساس تخصص و نه براساس فرآیند انتخاب تصادفی انتخاب می‌شوند. پژوهشگر، حلقه دلفی را براساس آگاهی‌شان از موضوع مورد نظر انتخاب می‌کند (لینستون^۱ و توروف^۲، ۲۰۰۲).

در این پژوهش، ۱۰ نفر متخصص که در زمینه‌ی سبک زندگی، به‌طور کلی، و سبک زندگی اسلامی، به‌طور خاص، صاحب‌نظر بودند، انتخاب شدند.

در مرحله‌ی اول، مصاحبه‌ای نیمه‌ساختاریافته با گروه متخصصان ترتیب داده شد. در این مصاحبه‌ها، سعی پژوهشگران بر آن بود که ابتدا نگاه و رویکرد متخصصان به موضوع «سبک زندگی اسلامی» و مؤلفه‌های آن را مورد کنکاش قرار داده و سپس، با مطرح کردن مؤلفه‌های سبک زندگی که از مرور منابع احصا شده بود، نظر آنها جویا شود. آنچه که در این گفتگوها مورد توجه و تأکید قرار گرفت، نگاه به سبک زندگی با رویکردی اسلامی بود. پس از انجام مرحله‌ی اول و تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی استخراج شدند. این مؤلفه‌ها در تناظر با مؤلفه‌هایی که از مرور منابع به دست آمده بودند، قرار گرفتند و پس از حذف موارد تکراری در مصاحبه‌ها، درنهایت، ۸۱ مؤلفه به عنوان مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی تعیین شدند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

-
1. Linstone
 2. Turoff

مؤلفه‌های برآمده از مصاحبه‌ها

ارتباط با خویشتن، اصل اصلاح خویشتن، رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی، انتخاب همسر هم‌شان و تعامل منطقی با وی، الگوی مصرف محصولات غیرفرهنگی، الگوی مصرف محصولات فرهنگی، تقوا معیار ارتباط با دیگران، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی دولت، روز طبیعت، تعامل با همنوع، چهارشنبه‌سوری، رفتار منطقی و مؤدبانه بین مردم و دولت، مدیریت هیجان، اضطراب و تنش‌های ذهنی، توجه به ارزش کار و کارگر، عدم استفاده از لباس‌های تقلیدی از سبک و مدل‌های غربی، حفظ حدود اخلاقی معاشرت، توجه متعادل به زیبایی ظاهری و آرایش متعادل سر و صورت، مطالعه تاریخ و عبرت‌گیری در مسافرت، توسعه دید در مسافرت، بازیابی انرژی در مسافرت، ورزش و بازی حلال، افزایش و بازیابی انرژی در ورزش و بازی، آماده بودن در مقابل دشمن (اعم از مادی و غیرمادی)، تفریح و سرگرمی حلال، افزایش و بازیابی انرژی در تفریح و سرگرمی، توجه به مبانی زیبایی‌شناختی و خلاقیت در طراحی و ساخت بناها، هدفمند بودن فعالیت‌ها، قانون‌گرایی، تغذیه حلال، کمیت تغذیه، کیفیت تغذیه، رضایت کامل از موقعیت شغلی، توجه به استحکام و پایداری بناها، رضایت کامل از کیفیت زندگی، سلامت و بهداشت، تولید و نشر علم، نامگذاری فرزند، توجه به میراث فرهنگی و تمدنی، تعامل مردم و دولت، پوشاندن و بازگو نکردن عیوب دیگران، فرزندپروری، خدمت بی‌منت، ورزش و بازی، تعامل مردم با یکدیگر، خودرادر محضر خداوند دیدن، ارتباط با طبیعت، سنت‌ها و مراسمات، آیین‌ها و شعائر، کارآفرینی و تولید داخلی و تفریح و سرگرمی.

مؤلفه‌های برآمده از مرور منابع

حفظ محیط زیست، سازگاری با محیط زیست، مهرورزی به همنوع، احترام به قانون اساسی، احترام به قوانین زندگی اجتماعی، تفریح و سرگرمی سالم، ورزش و بازی سالم، نوع وسیله حمل و نقل، مدیریت زمان، تغذیه، سلامت و بهداشت جسمی، سلامت و بهداشت روانی، نظام آموزش و پرورش مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی، پایبندی به شعائر و مناسک مذهبی، نوع نگاه به انسان، صلح‌حرم، رضایت کامل از کیفیت زندگی، برنامه‌ریزی، رعایت نمادها و شعائر معماری ایرانی اسلامی، الگوی مصرف محصولات، اوقات فراغت، معماری و شهرسازی، مسافرت، نظم و انضباط، پوشش و آرایش، تعلیم و تعلم، احترام به آداب و رسوم، ارتباطات و تعاملات، ارتباط با خداوند، اعیاد و وفیات، اشتغال و کسب و کار، نحوه استفاده از زبان.

نمودار ۱. پالایش مؤلفه‌های برآمده از مرور منابع و مصاحبه با متخصصان و استخراج مؤلفه‌های نهایی

این ۸۱ مؤلفه، بنا به نظر پژوهشگران مقاله و اساتید خبره، در ۱۱ دسته موضوعی دسته‌بندی شدند. این دسته‌ها عبارت‌اند از: ۱. ارتباطات و تعاملات: ارتباط با خداوند - ارتباط با خویشتن - ارتباط با طبیعت - تعامل با همنوع (تعامل مردم با یکدیگر؛ تعامل مردم و دولت)؛ ۲. سنت‌ها و مراسمات، آیین‌ها و شعائر: توجه به میراث فرهنگی و تمدنی (روز طبیعت، چهارشنبه‌سوری، اعیاد و وفیات، نامگذاری فرزند) - احترام به آداب و رسوم - نحوه استفاده از زبان؛ ۳. تعلیم و تعلم: تولید و نشر علم - نظام آموزش و پرورش مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی؛ ۴. سلامت و

بهداشت: سلامت و بهداشت جسمی؛ سلامت و بهداشت روانی (مدیریت هیجان، اضطراب و تنش‌های ذهنی، رضایت کامل از کیفیت زندگی، رضایت کامل از موقعیت شغلی)؛ ۵. اشتغال و کسب و کار: کارآفرینی و تولید داخلی - توجه به ارزش کار و کارگر؛ ۶. تغذیه: کیفیت تغذیه - کمیت تغذیه - تغذیه حلال؛ ۷. پوشش و آرایش: عدم استفاده از لباس‌های تقلیدی از سبک و مدل‌های غربی - توجه متعادل به زیبایی ظاهری و آرایش متعادل سر و صورت؛ ۸. نظم و انضباط: قانون‌گرایی (احترام به قوانین زندگی اجتماعی؛ رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی) - برنامه‌ریزی (مدیریت زمان؛ هدفمند بودن فعالیت‌ها)؛ ۹. معماری و شهرسازی: توجه به استحکام و پایداری بناها - توجه به مبانی زیبایی‌شناختی و خلاقیت در طراحی و ساخت بناها - رعایت نمادها و شعائر معماری ایرانی اسلامی؛ ۱۰. الگوی مصرف محصولات: الگوی مصرف محصولات غیرفرهنگی - الگوی مصرف محصولات فرهنگی؛ ۱۱. اوقات فراغت: مسافرت (مطالعه تاریخ و عبرت‌گیری در مسافرت؛ توسعه دید در مسافرت؛ نوع وسیله حمل و نقل؛ بازیابی انرژی در مسافرت) - تفریح و سرگرمی (تفریح و سرگرمی حلال؛ تفریح و سرگرمی سالم؛ افزایش بازیابی انرژی در تفریح و سرگرمی) - ورزش و بازی (ورزش و بازی حلال؛ ورزش و بازی سالم؛ افزایش بازیابی انرژی در ورزش و بازی).

سپس ۸۱ مؤلفه، به صورت پرسشنامه بسته با پاسخ‌های پنج‌درجه‌ای طیف لیکرت از معرض نظر کارگروه ۱۰ نفره گذشت. داده‌های حاصل از این مرحله نیز به صورت نمره‌دهی به هر مؤلفه در جدول شماره ۱ دیده می‌شود. در این جدول، به منظور انجام محاسبات، نمره ۵ برای موافقت کامل و نمره ۱ برای مخالفت کامل از سوی هر متخصص (الف تا دال) در نظر گرفته شده است. در ابتدای این پرسشنامه همچنین پیشنهاد دسته‌بندی این ۸۱ مؤلفه در پنج دسته یادشده از نگاه متخصصان گذشت. برخی نظر خاصی در موافقت یا مخالفت با این دسته‌بندی اعلام نکردند و تعدادی نیز موافقت خود را با کلیت این دسته‌بندی، به منظور حصول مدل نهایی، اعلام کردند.

جدول ۱. نمرات متخصصان به هر مؤلفه در پرسشنامه‌ی مرحله دوم روش دلفی

متخصص	مؤلفه									
	الف	ب	پ	ت	ث	ج	چ	ح	خ	د
خود را در محضر خداوند دیدن	۴	۵	۴	۴	۵	۵	۴	۵	۵	۵

متخصص	مؤلفه	الف	ب	پ	ت	ث	ج	چ	ح	خ	د
	پایبندی به شعائر و مناسک مذهبی	۴	۵	۵	۴	۵	۵	۴	۵	۴	۴
	اصل اصلاح خویشتن	۳	۵	۳	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۴
	نوع نگاه به انسان	۳	۵	۳	۲	۵	۵	۵	۵	۴	۴
	حفظ محیط زیست	۵	۴	۵	۴	۳	۵	۴	۴	۴	۲
	سازگاری با محیط زیست	۵	۳	۵	۴	۴	۵	۴	۴	۳	۲
	تقوا معیار ارتباط با دیگران	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴
	حفظ حدود اخلاقی معاشرت	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۲
	خدمت بی منت	۵	۵	۴	۴	۵	۴	۵	۵	۴	۳
	مهرورزی به هممنوع	۴	۵	۴	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۴
	صله رحم	۵	۵	۵	۴	۵	۴	۲	۵	۴	۳
	پوشاندن و بازگو نکردن عیوب دیگران	۴	۵	۴	۳	۵	۵	۴	۲	۵	۲
	آماده بودن در مقابل دشمن (اعم از مادی و غیرمادی)	۳	۵	۲	۲	۵	۵	۴	۲	۴	۴
	انتخاب همسر هم‌شان و تعامل منطقی با وی	۴	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۲	۴	۳
	فرزندپروری	۳	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۴	۲
	رفتار منطقی و مؤدبانه بین مردم و دولت	۵	۴	۵	۳	۵	۵	۲	۲	۴	۳
	احترام به قانون اساسی	۴	۴	۳	۲	۴	۵	۳	۳	۴	۳
	مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی دولت	۴	۵	۵	۴	۳	۵	۴	۲	۴	۳
	روز طبیعت	۵	۳	۵	۳	۲	۲	۲	۲	۱	۱
	چهارشنبه‌سوری	۳	۱	۵	۳	۲	۱	۱	۲	۱	۱
	اعیاد و وفیات	۴	۴	۵	۴	۵	۳	۳	۳	۳	۳
	نامگذاری فرزند	۳	۳	۵	۴	۵	۳	۵	۲	۴	۳
	احترام به آداب و رسوم	۴	۳	۵	۴	۳	۳	۲	۴	۴	۲
	نحوه استفاده از زبان	۲	۳	۴	۴	۴	۲	۱	۳	۴	۲
	تولید و نشر علم	۴	۴	۳	۳	۲	۵	۳	۴	۴	۴
	نظام آموزش و پرورش مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی	۳	۳	۵	۵	۵	۵	۳	۵	۴	۴

متخصص	مؤلفه	الف	ب	پ	ت	ث	ج	ح	خ	د
سلامت و بهداشت جسمی		۴	۵	۴	۳	۵	۵	۳	۴	۳
مدیریت هیجان، اضطراب و تنش‌های ذهنی		۴	۵	۵	۴	۵	۵	۴	۴	۳
رضایت کامل از کیفیت زندگی		۵	۳	۴	۴	۵	۴	۲	۴	۴
رضایت کامل از موقعیت شغلی		۴	۳	۵	۴	۴	۴	۲	۳	۳
کارآفرینی و تولید داخلی		۴	۳	۴	۴	۳	۵	۴	۳	۳
توجه به ارزش کار و کارگر		۳	۴	۵	۴	۳	۵	۴	۴	۴
کیفیت تغذیه		۵	۳	۵	۵	۵	۵	۳	۴	۳
کمیت تغذیه		۴	۳	۵	۵	۵	۵	۳	۲	۲
تغذیه حلال		۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴
عدم استفاده از لباس‌های تقلیدی از سبک و مدل‌های غربی		۳	۳	۵	۴	۴	۴	۳	۳	۳
توجه متعادل به زیبایی ظاهری و آرایش متعادل سر و صورت		۳	۳	۴	۴	۴	۴	۳	۳	۳
احترام به قوانین زندگی اجتماعی		۵	۴	۵	۳	۴	۵	۲	۴	۳
رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی		۴	۳	۵	۴	۳	۵	۳	۳	۴
مدیریت زمان		۳	۴	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۴
هدفمند بودن فعالیت‌ها		۴	۵	۴	۴	۴	۵	۴	۳	۳
توجه به استحکام و پایداری بناها		۳	۳	۳	۳	۴	۴	۳	۴	۲
توجه به مبانی زیبایی‌شناختی و خلاقیت در طراحی و ساخت بناها		۴	۳	۵	۳	۴	۳	۴	۳	۲
رعایت نمادها و شعار معماری ایرانی اسلامی		۵	۳	۵	۴	۴	۴	۴	۳	۳
الگوی مصرف محصولات غیرفرهنگی		۵	۳	۵	۴	۵	۵	۳	۳	۲
الگوی مصرف محصولات فرهنگی		۴	۳	۵	۴	۵	۵	۴	۳	۳
مطالعه تاریخ و عبرت‌گیری در مسافرت		۳	۴	۳	۳	۳	۴	۳	۳	۲
توسعه دید در مسافرت		۳	۴	۳	۳	۳	۲	۳	۲	۲

متخصص	مؤلفه	الف	ب	پ	ت	ث	ج	چ	ح	خ	د
نوع وسیله حمل و نقل	۴	۱	۵	۳	۳	۳	۲	۳	۲	۲	۱
بازیابی انرژی در مسافرت	۴	۳	۳	۳	۳	۴	۲	۴	۲	۲	۱
تفریح و سرگرمی حلال	۵	۳	۵	۴	۴	۴	۴	۵	۴	۴	۳
تفریح و سرگرمی سالم	۴	۳	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۳
افزایش و بازیابی انرژی در تفریح و سرگرمی	۳	۳	۳	۳	۳	۴	۲	۴	۲	۴	۳
ورزش و بازی حلال	۵	۳	۵	۴	۴	۴	۳	۵	۴	۴	۳
ورزش و بازی سالم	۴	۳	۵	۴	۴	۴	۳	۳	۴	۴	۴
افزایش و بازیابی انرژی در ورزش و بازی	۴	۳	۳	۳	۳	۴	۲	۴	۲	۴	۳

۵. یافته‌های پژوهش

پس از گردآوری داده‌ها در مرحله دوم روش دلفی، به منظور یافتن میزان موافقت متخصصان با هر مؤلفه، ابتدا از ساده‌ترین روش، یعنی حاصل جمع نمرات و میانگین آنها استفاده شد. جدول شماره ۲، حاصل جمع و میانگین نمرات هر مؤلفه و هر دسته را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول شماره ۲ آمده، دسته‌های «ارتباطات و تعاملات» و «تغذیه» دارای بیشترین میانگین هستند و پس از آن به ترتیب، دسته‌های «سلامت و بهداشت»، «الگوی مصرف محصولات»، «تعلیم و تعلم»، «نظم و انضباط»، «اشتغال و کسب و کار»، «پوشش و آرایش»، «معماری و شهرسازی»، «اوقات فراغت» و «سنت‌ها و مراسمات، آیین‌ها و شعائر» در سبک زندگی اسلامی از سوی متخصصان دارای اهمیت شناخته شده‌اند.

پس از آن یک‌بار دیگر، داده‌ها از طریق روش «آنتروپی شانون» مورد تحلیل قرار گرفتند و با استفاده از این روش که دقت بالاتری نسبت به فراوانی داده‌ها دارد، می‌توان بار اطلاعاتی هر مؤلفه و سپس وزن آن را محاسبه کرد (آذر، ۱۳۹۱).

به منظور استفاده از این تکنیک، ابتدا داده‌های جدول فراوانی از طریق رابطه (۱) بهنجار می‌شود. در این رابطه، P_{ij} نمره بهنجار شده و F_{ij} نمره هر پاسخگو به مؤلفه مورد نظر است. پس از آن، بار اطلاعاتی هر مؤلفه (E_j) از طریق رابطه (۲) محاسبه می‌شود. در این رابطه، m تعداد

پاسخگویان و n نیز تعداد مؤلفه‌هاست. سپس وزن هر مؤلفه (W_j) از طریق رابطه (۳) به دست می‌آید (آذر، ۲۰۰۱).

رابطه (۱)

$$P_{ij} = \frac{F_{ij}}{\sum_{i=1}^m F_{ij}}, \quad (i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n)$$

رابطه (۲)

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m [P_{ij} \ln(P_{ij})], \quad (k = \frac{1}{\ln(m)})$$

رابطه (۳)

$$W_j = \frac{E_j}{\sum_{j=1}^n E_j}$$

جدول ۲. یافته‌های حاصل از پرسشنامه مرحله دوم روش دلفی

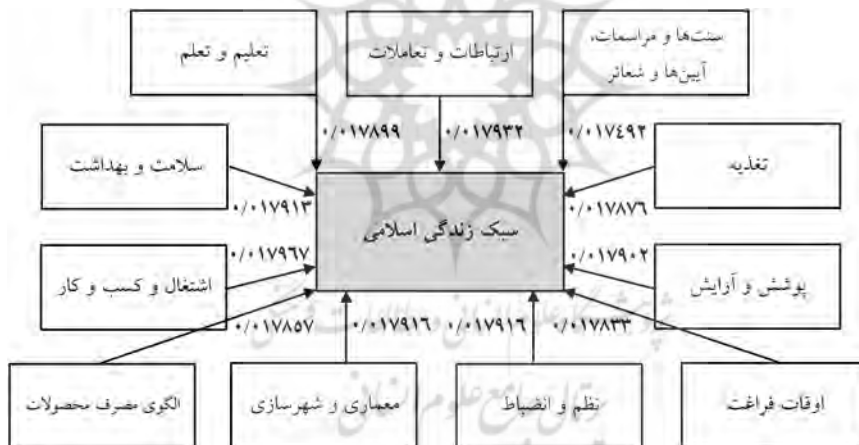
میانگین وزن دسته	وزن مؤلفه (روش شانون)	بار اطلاعاتی مؤلفه	میانگین دسته	میانگین	جمع نمره	مؤلفه فرعی	مؤلفه اصلی	مؤلفه کلان	دسته
۰/۰۱۷۹۳۲	۰/۰۱۸۰۴۳	۰/۹۹۷۴۹	۴/۲	۴/۶	۴۶		خود را در محضر خداوند دیدن	ارتباط با خداوند	ارتباطات و تعاملات
	۰/۰۱۸۰۴۰	۰/۹۹۷۳۱		۴/۵	۴۵		پایبندی به شعائر و مناسک مذهبی		
	۰/۰۱۷۹۵۰	۰/۹۹۲۳۵		۴/۴	۴۴		اصل اصلاح خویشتن	ارتباط با خویشتن	
	۰/۰۱۷۹۱۳	۰/۹۹۰۲۸		۴/۲	۴۲		نوع نگاه به انسان	ارتباط با طبیعت	
	۰/۰۱۷۸۷۳	۰/۹۸۸۰۸		۴/۰	۴۰		حفظ محیط زیست		
	۰/۰۱۷۸۴۲	۰/۹۸۶۳۹		۳/۹	۳۹		سازگاری با محیط زیست		
	۰/۰۱۸۰۷۳	۰/۹۹۹۱۴		۴/۹	۴۹		تقوا معیار ارتباط با دیگران	تعامل با هم‌نوع	
	۰/۰۱۸۰۰۰	۰/۹۹۵۱۱		۴/۶	۴۶		حفظ حدود اخلاقی معاشرت		
	۰/۰۱۷۹۹۵	۰/۹۹۴۸۵		۴/۴	۴۴		خدمت بی‌منت		
	۰/۰۱۸۰۴۳	۰/۹۹۷۴۹		۴/۶	۴۶		مهرورزی به هم‌نوع		

میانگین وزن دسته	وزن مؤلفه (روش شافون)	بار اطلاعاتی مؤلفه	میانگین دسته	میانگین	جمع نمره	مؤلفه فرعی	مؤلفه اصلی	مؤلفه کلان	دسته
	۰/۰۱۷۹۵۳	۰/۹۹۲۵۰	۳/۸	۴/۳	۴۳	صله رحم	تعامل مردم با یکدیگر	تعامل با هممنوع	ارتباطات و تعاملات
	۰/۰۱۷۸۲۳	۰/۹۸۵۳۴		۴/۰	۴۰	پوشاندن و بازگو نکردن عیوب دیگران			
	۰/۰۱۷۸۱۵	۰/۹۸۴۹۰		۳/۸	۳۸	آماده بودن در مقابل دشمن (اعم از مادی و غیر مادی)			
	۰/۰۱۷۹۵۳	۰/۹۹۲۵۰		۴/۳	۴۳	انتخاب همسر هم‌شأن و تعامل منطقی با وی			
	۰/۰۱۷۹۵۰	۰/۹۹۲۳۵		۴/۴	۴۴	فرزندپروری	تعامل مردم و دولت		
	۰/۰۱۷۶۹۳	۰/۹۷۸۱۳		۳/۸	۳۸	رفتار منطقی و مؤدبانه بین مردم و دولت			
	۰/۰۱۷۸۷۵	۰/۹۸۸۲۰		۳/۵	۳۵	احترام به قانون اساسی			
	۰/۰۱۷۹۴۰	۰/۹۹۱۷۷		۴/۰	۴۰	مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی دولت			
۰/۰۱۷۴۹۲	۰/۰۱۷۰۶۵	۰/۹۴۳۴۱	۳/۱	۲/۶	۲۶	روز طبیعت	توجه به میراث فرهنگی و تمدنی	سنن‌ها و مراسمات، آیین‌ها و شعائر	
	۰/۰۱۶۷۹۱	۰/۹۲۸۲۵		۲/۳	۲۳	چهارشنبه‌سوری			
	۰/۰۱۷۹۱۸	۰/۹۹۰۶۰		۳/۷	۳۷	اعیاد و وفیات			
	۰/۰۱۷۷۹۳	۰/۹۸۳۶۵		۳/۷	۳۷	نامگذاری فرزند			
	۰/۰۱۷۷۹۳	۰/۹۸۳۶۵		۳/۴	۳۴	احترام به آداب و رسوم	تولید و نشر علم		
	۰/۰۱۷۵۹۶	۰/۹۷۲۷۵		۳/۰	۳۰	نحوه استفاده از زبان			
۰/۰۱۷۸۹۹	۰/۰۱۷۸۸۵	۰/۹۸۸۷۴	۳/۹	۳/۶	۳۶	نظام آموزش و پرورش مبتنی بر الگوی ایرانی اسلامی	تعلیم و تعلم		
	۰/۰۱۷۹۱۳	۰/۹۹۰۲۸		۴/۲	۴۲				

میانگین وزن دسته	وزن مؤلفه (روش شانون)	بار اطلاعاتی مؤلفه	میانگین دسته	میانگین	جمع نمره	مؤلفه فرعی	مؤلفه اصلی	مؤلفه کلان	دسته
۰/۰۱۷۹۱۳	۰/۰۱۷۹۴۰	۰/۹۹۱۷۷	۴/۰	۴/۰	۴۰			سلامت و بهداشت جسمی	سلامت و بهداشت
	۰/۰۱۷۹۹۵	۰/۹۹۴۸۵		۴/۴	۴۴		مدیریت هیجان، اضطراب و تنش‌های ذهنی	سلامت و بهداشت روانی	
	۰/۰۱۷۸۷۳	۰/۹۸۸۰۸		۴/۰	۴۰		رضایت کامل از کیفیت زندگی		
	۰/۰۱۷۸۴۶	۰/۹۸۶۶۱		۳/۷	۳۷		رضایت کامل از موقعیت شغلی		
۰/۰۱۷۹۶۷	۰/۰۱۷۹۷۲	۰/۹۹۳۵۷	۳/۸	۳/۷	۳۷		کارآفرینی و تولید داخلی	اشتغال و کسب و کار	
	۰/۰۱۷۹۶۲	۰/۹۹۲۹۹		۳/۹	۳۹		توجه به ارزش کار و کارگر		
۰/۰۱۷۸۷۶	۰/۰۱۷۸۷۵	۰/۹۸۸۲۰	۴/۲	۴/۱	۴۱		کیفیت تغذیه	تغذیه	
	۰/۰۱۷۶۹۳	۰/۹۷۸۱۳		۳/۸	۳۸		کمیت تغذیه		
	۰/۰۱۸۰۶۰	۰/۹۹۸۴۲		۴/۸	۴۸		تغذیه حلال		
۰/۰۱۷۹۰۲	۰/۰۱۷۸۸۶	۰/۹۸۸۷۹	۳/۷	۳/۸	۳۸		عدم استفاده از لباس‌های تقلیدی از سبک و مدل‌های غربی	پوشش و آرایش	
	۰/۰۱۷۹۱۸	۰/۹۹۰۶۰		۳/۷	۳۷		توجه متعادل به زیبایی ظاهری و آرایش متعادل سر و صورت		
۰/۰۱۷۹۱۶	۰/۰۱۷۸۴۲	۰/۹۸۶۳۹	۳/۹	۳/۹	۳۹		احترام به قوانین زندگی اجتماعی	قانون‌گرایی	
	۰/۰۱۷۸۳۰	۰/۹۸۵۶۹		۳/۶	۳۶		رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی		
	۰/۰۱۸۰۲۱	۰/۹۹۶۲۹		۴/۱	۴۱		مدیریت زمان	برنامه‌ریزی	
	۰/۰۱۷۹۷۲	۰/۹۹۳۵۵		۴/۱	۴۱		هدفمند بودن فعالیت‌ها		

میانگین وزن دسته	وزن مؤلفه (روش شانون)	بار اطلاعاتی مؤلفه	میانگین دسته	میانگین	جمع نمره	مؤلفه فرعی	مؤلفه اصلی	مؤلفه کلان	دسته	
۰/۰۱۷۹۱۶	۰/۰۱۷۹۳۵	۰/۹۹۱۴۹	۳/۶	۳/۳	۳۳			توجه به استحکام و پایداری بناها	معماری و شهرسازی	
	۰/۰۱۷۸۷۵	۰/۹۸۸۲۰		۳/۵	۳۵			توجه به مبانی زیبایی‌شناختی و خلاقیت در طراحی و ساخت بناها		
	۰/۰۱۷۹۴۰	۰/۹۹۱۷۷		۴/۰	۴۰			رعایت نمادها و شعار معماری ایرانی اسلامی		
۰/۰۱۷۸۵۷	۰/۰۱۷۷۹۱	۰/۹۸۳۵۸	۴/۰	۳/۹	۳۹			الگوی مصرف محصولات غیر فرهنگی	الگوی مصرف محصولات	
	۰/۰۱۷۹۲۳	۰/۹۹۰۸۸		۴/۱	۴۱			الگوی مصرف محصولات فرهنگی		
۰/۰۱۷۸۳۳	۰/۰۱۷۹۴۷	۰/۹۹۲۱۸	۳/۳	۳/۲	۳۲		مطالعه تاریخ و عبرت‌گیری در مسافرت	مسافرت	اوقات فراغت	
	۰/۰۱۷۹۰۶	۰/۹۸۹۹۲		۲/۸	۲۸		توسعه دید در مسافرت			
	۰/۰۱۷۲۴۴	۰/۹۵۳۳۰		۲/۶	۲۶		نوع وسیله حمل و نقل			
	۰/۰۱۷۵۶۹	۰/۹۷۱۲۶		۲/۸	۲۸		بازیابی انرژی در مسافرت	تفریح و سرگرمی		
	۰/۰۱۷۹۷۲	۰/۹۹۳۵۵		۴/۱	۴۱		تفریح و سرگرمی حلال			
	۰/۰۱۸۰۱۲	۰/۹۹۵۸۰		۳/۹	۳۹		تفریح و سرگرمی سالم			
	۰/۰۱۷۸۸۲	۰/۹۸۸۶۰		۳/۳	۳/۱	۳۱		افزایش و بازیابی انرژی در تفریح و سرگرمی		ورزش و بازی
	۰/۰۱۷۹۴۰	۰/۹۹۱۷۷			۴/۰	۴۰		ورزش و بازی حلال		
	۰/۰۱۷۹۹۰	۰/۹۹۴۵۶			۳/۸	۳۸		ورزش و بازی سالم		
۰/۰۱۷۸۶۴	۰/۹۸۷۵۷		۳/۲	۳۲		افزایش و بازیابی انرژی در ورزش و بازی				

همان‌گونه که انتظار می‌رفت و در جدول شماره ۲ نیز مشاهده می‌شود، یافته‌های حاصل از فراوانی، با یافته‌های حاصل از روش آنتروپی شانون، رتبه‌بندی و اهمیت مؤلفه‌ها را به گونه‌ای متفاوت نشان می‌دهد؛ چراکه تکنیک شانون برای وزن‌دهی به مؤلفه‌ها دقت بیشتری دارد (آذر، ۲۰۰۱)؛ بنابراین، وزن مؤلفه‌ها براساس روش آنتروپی شانون مبنای نتیجه‌گیری در این پژوهش قرار گرفته است. براساس وزن میانگین هر دسته، دسته «اشتغال و کسب و کار» بیشترین اهمیت را در سبک زندگی اسلامی دارد و پس از آن به ترتیب، دسته‌های «ارتباطات و تعاملات»، «نظم و انضباط»، «معماری و شهرسازی»، «سلامت و بهداشت»، «پوشش و آرایش»، «تعلیم و تعلم»، «تغذیه»، «الگوی مصرف محصولات»، «اوقات فراغت» و «سنت‌ها و مراسمات» آیین‌ها و شعائر قرار دارند. در مجموع، مدل سبک زندگی اسلامی با ۸۱ مؤلفه و در ۱۱ دسته موضوعی، به شکلی که در نمودار شماره ۲ مشاهده می‌شود، قابل تبیین است. در این نمودار، تأثیر هر دسته بر سبک زندگی اسلامی نیز مشخص شده است.



نمودار ۲. مدل نهایی مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی

۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

از جمله، مهم‌ترین الزامات مدیریت فرهنگی جامعه و در نتیجه یکی از معیارهای موفقیت مدیریت فرهنگی مدیران، سبک زندگی افراد جامعه است. بدین معنا که اساس موفقیت در سیاست‌ورزی و اداره‌ی امور در هر جامعه‌ای، مبتنی بر سبک زندگی مردمان آن جامعه است. به

تعبیری، اگر قرار است که سیاست‌ورزی در یک جامعه به کسب فضایل، پیشرفت، آزادی، رفاه و... منتج شود، این مسائل باید به دغدغه مردم آن جامعه تبدیل شده و آنها در سبک زندگی خود برای این مسائل اهمیت قائل شوند

هر چند در این مقاله تلاش بر این شد که مؤلفه‌های سبک زندگی با تمرکز بر الگوی بومی و اعتقادی طراحی و تدوین شود، اما نمی‌توان ادعا کرد که این مهم به طور کامل محقق شده است؛ بلکه مؤلفه‌های راهبردی-مدیریتی ذکرشده در این پژوهش، گام اولی برای مدیریت سبک زندگی و هدایت آن به سمت سبک زندگی مطلوب اسلامی-ایرانی است. ابعادی که در این پژوهش، شناسایی و کشف شد؛ س نه تنها بعد مفهومی سبک زندگی را تبیین می‌کرد، بلکه تلاش پژوهش بر این بود که در یک ساحت مدیریتی و اجرایی ترجمان مفهوم سبک زندگی را در عمل محقق نماید.

ابعادی که در این پژوهش از ادبیات استخراج شد و میزان تأثیر این ابعاد بر سبک زندگی توسط نخبگان سیاست‌گذاری فرهنگی، سبک زندگی اسلامی و صاحب‌نظران این حوزه شناسایی گشت عبارتند از: «اشتغال و کسب و کار»، «ارتباطات و تعاملات»، «نظم و انضباط»، «معماری و شهرسازی»، «سلامت و بهداشت»، «پوشش و آرایش»، «تعلیم و تعلم»، «تغذیه»، «الگوی مصرف محصولات»، «اوقات فراغت» و «سنت‌ها و مراسمات، آیین‌ها و شعائر».

قوت و ضعف هر کدام از این ابعاد در نظام مدیریتی سبک زندگی مبین نظام ترجیحات و تمایزات افراد یک جامعه است؛ اهمیت اشتغال و کسب و کار در سبک زندگی بدین معناست که مدیران فرهنگی و حتی حکمرانان جامعه برای مدیریت سبک زندگی بایست در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی اهتمام ویژه‌ای به بحث اشتغال افراد جامعه داشته باشند، در واقع اقتصاد خانوارها به شدت سبک زندگی جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. توجه به کالاهای داخلی هم از این جهت که باید مورد استقبال مصرف‌کنندگان قرار گیرد و هم از این جهت که باید تولیدکنندگان نسبت به ارتقای کیفیت این کالاها اقدامات اساسی را در دستور کار قرار دهند از سایر نکات قابل توجه تأثیر بعد اشتغال و کسب و کار بر سبک زندگی است. از سایر ابعادی که مهم است مدیران فرهنگی و سیاست‌گذاران این عرصه مدنظر قرار دهند؛ نظام ارتباطی افراد در بعد ارتباط با خود، ارتباط با یکدیگر، ارتباط با خداوند، ارتباط با طبیعت و در نهایت ارتباط با مأموران دولت است، در واقع هر مقدار این ارتباطات در مسیری که فرهنگ بومی و اعتقادی

تعیین کرده حرکت کند، تداوم و کیفیت بیشتری خواهد داشت. احترام به قوانین اعم از قوانین دولتی و قراردادهای اجتماعی، الگوی معماری و شهرسازی، الگوی بهداشت فردی و اجتماعی، نحوه پوشش، نظام تعلیم و تربیت، نظام تغذیه، الگوی مصرف، چگونگی گذراندن اوقات فراغت و در نهایت نحوه برخورد با سنت‌ها و مراسمات در رتبه‌های بعدی تأثیرگذاری بر سبک زندگی است.

شایان ذکر است، این پژوهش با نگاهی راهبردی در پی تمهید طراحی الگوی مطلوب اسلامی ایرانی سبک زندگی بوده و مدعی است طراحی الگوی مطلوب اسلامی ایرانی سبک زندگی بدون توجه به بعد مدیریتی راهبردی سبک زندگی چندان توفیق نخواهد داشت. بنابراین، گام بعدی این پژوهش ترجمه دقیق‌تر ابعاد سبک زندگی براساس مبانی اسلامی و بومی می‌باشد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. اشتری فر، حسین؛ صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۹۵). «طراحی الگوی رابطه مدیریت فرهنگی با سبک زندگی ایرانی-اسلامی»، مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال ۴، شماره ۳.
۲. ایمانی، سیاوش (۱۳۹۱). «نهاد فرهنگی غذا»، سوره اندیشه، ش ۶۰ و ۶۱، صص ۵۶-۵۹.
۳. آذرخش، اردشیر؛ سرایی، حسن؛ ساروخانی، باقر (۱۳۹۶). «نقش سبک زندگی در نوع گروه مرجع دانشجویان دانشگاه رازی کرمانشاه»، پژوهش در علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، شماره ۱.
۴. آرمند، محمد (۱۳۹۰). «از education تا تعلیم و تربیت؛ تحلیلی بر مفهوم تعلیم و تربیت»، سوره، شماره ۵۲-۵۳، صص ۶۲-۶۵.
۵. باینگانی، بهمن؛ ایراندوست، سیدفهم؛ احمدی، سینا (۱۳۹۲). «سبک زندگی از منظر جامعه‌شناسی: مقدمه‌ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبک زندگی»، مهندسی فرهنگی، شماره ۷۷، صص ۷۴-۵۶.
۶. برزگر، ابراهیم؛ امانلو، حسین (۱۳۹۵). «شاخص‌های مطلوب سبک زندگی کارکنان نظام مردم سالار دینی ایران»، پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال ۴، شماره ۱۶، صص ۹-۳۸.
۷. بیگدلی، عطاءالله (۱۳۹۲). «تهران بی سبک»، سوره اندیشه، شماره ۶۸-۶۹، صص ۲۵-۳۰.
۸. تابعی، حمیده (۱۳۹۳). «بررسی پدیدارشناسانه سبک زندگی خانوادگی معاصر با سبک زندگی مطلوب خانواده مسلمان»، اولین کنگره بین‌المللی فرهنگ و اندیشه دینی، قم، صص ۲۰۶-۲۳۲.
۹. جانی پور، محمد؛ ستوده نیا، محمدرضا (۱۳۹۲). «جهاد؛ مقوله‌ای فرهنگی-اعتقادی در چارچوب سبک زندگی اسلامی»، پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآن کریم، سال ۴، شماره ۱، صص ۷۵-۹۲.
۱۰. جباران، محمدرضا (۱۳۹۴). «تحلیل مفهومی سبک زندگی»، قبسات، شماره ۷۵، صص ۱۷۳-۱۸۷.
۱۱. جعفری، محمدباقر؛ امیرنژاد، قنبر (۱۳۹۶). «بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی (براساس مدل

۱۲. هافستد) بر خلاقیت»، رسالت مدیریت دولتی، سال ۸، شماره ۲۶، صص ۷۹-۹۰.
۱۳. جمالی، مصطفی (۱۳۹۵). «نقش اربعین در مهندسی تمدن اسلامی»، مسجد و مهدویت، شماره ۲.
۱۴. آنتونی، جی. ویل، (۱۳۹۵)، «بررسی مفهوم سبک زندگی»، ترجمه معصومه آتشین صدف، علوم اجتماعی: طعم زندگی، شماره ۱، صص ۳۵-۶۸.
۱۵. حمیدی، نفیسه؛ فرجی، مهدی (۱۳۸۶). «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، تحقیقات فرهنگی، سال ۱، شماره ۱، صص ۶۵-۹۲.
۱۶. درویش، حسن؛ کولیوند، پیرحسین؛ رسولی، رضا و مبارکی، حسن (۱۳۹۳). «طراحی مدل برنامه ریزی استراتژیک بیمارستان‌های خصوصی به کمک روش دلفی: یک مورد مطالعه در بیمارستان خاتم الانبیاء»، شفای خاتم، دوره دوم، شماره ۳، ضمیمه دوم، صص ۱-۱۰.
۱۷. رحمتی، محمد مهدی؛ بخشی، سعادت (۱۳۹۴). «سبک زندگی و الگوی مصرف؛ مورد مطالعه: تلفن همراه»، تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۸، شماره ۴، صص ۱۱۹-۱۴۲.
۱۸. رضایی، ابراهیم؛ جعفری، احمد؛ صادقی نقدعلی علیا، محمد (۱۳۹۴). «زمینه‌شناسی سبک زندگی ایرانی-اسلامی»، چهارمین الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
۱۹. رفعت‌جاه، مریم و وفادار، زینب (۱۳۹۳). «سبک زندگی و نسبت آن با هویت دینی»، مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، دوره ۳، شماره ۲، صص ۱۱۳-۱۳۷.
۲۰. زائری، محمدرضا (۱۳۹۳). «سبک زندگی؛ نگاهی به زندگی دینی مسلمانان ایرانی»، اصفهان: نشر آرما.
۲۱. سالار، حبیب‌الله؛ خراسانی، فاطمه (۱۳۹۶). س «بررسی راهبردها و راهکارهای مناسب جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد سبک زندگی»، مجله اقتصادی، شماره ۳ و ۴، صص ۷۹-۱۰۶.
۲۲. عیوضی، غلامحسین (۱۳۸۸). «سبک زندگی تلویزیونی و مصرف»، زنان و خانواده، سال ۵، شماره ۱۶، صص ۱۴۳-۱۶۷.
۲۳. فقیهی، علی نقی (۱۳۹۳). «پنج اصل مهم پرورش سبک زندگی اسلامی از منظر اهل بیت علیهم السلام»، مجموعه مقالات برگزیده همایش علمی پژوهشی سبک زندگی اهل بیت علیهم السلام، صص ۴۱-۶۶.

۲۳. فیروزی، مهدی (۱۳۹۵). مدل فرهنگی هافستد و اهمیت شناخت آن در کسب‌وکارهای جهانی، از: www.chetor.com.
۲۴. کاویانی، محمد (۱۳۹۱). «سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن»، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۲۵. کاویانی، محمد (۱۳۹۶). «سبک زندگی خانوادگی از دیدگاه قرآن و مدرنیته»، تربیت اسلامی، سال ۱۲، شماره ۲۴، صص ۴۹-۷۲.
۲۶. مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما (۱۳۸۶). «نظم و انضباط»، قم: بوستان کتاب (دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم).
۲۷. مطهری، مرتضی (۱۳۷۷). مجموعه آثار، ج ۲۵: جلد دوم از بخش اجتماعی و سیاسی، تهران: انتشارات صدرا.
۲۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹). مجموعه آثار، ج ۲۱: اسلام و نیازهای زمان، بخشی از ۱۵ گفتار، تهران: انتشارات صدرا.
۲۹. مطهری، مرتضی (۱۳۹۰). مجموعه آثار، ج ۲: مقدمه‌ای بر جهان بینی اسلامی، تهران: انتشارات صدرا.
۳۰. معتمدی، عبدالله (۱۳۹۲). «سبک زندگی مطلوب براساس دیدگاه ارتباطی (ارتباط انسان با خود، خداوند، دیگران و طبیعت)»، فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، سال ۴، شماره ۱۳، صص ۱۲۵-۱۴۲.
۳۱. ملاسعیدی، سارا (۱۳۹۶). «پیش‌بینی الگوی مصرف براساس مولفه‌های سبک زندگی»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال ۱۱، شماره ۱، صص ۲۴۹-۲۷۲.
۳۲. مهدوی کنی، سعید (۱۳۹۳). «دین و سبک زندگی»، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۳۳. میرکمالی، سیدمحمد (۱۳۸۲). «اخلاق و مسئولیت اجتماعی در مدیریت آموزشی»، روان‌شناسی و علوم تربیتی، سال ۳۳، شماره ۱، صص ۲۰۱-۲۲۱.
۳۴. نصر، طاهره (۱۳۹۴). «جایگاه پارادایم معماری مسکن در سیمای امروز شهر ایرانی - اسلامی»، مطالعات شهر ایرانی - اسلامی، شماره ۲۲، صص ۶۷-۷۸.
۳۵. نوربخش، سیدمرتضی (۱۳۹۲). «مفاهیم اساسی دانش و ارتباطات»، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۳۶. نیکجو، مهدی (۱۳۹۱). «نهاد فرهنگی غذا»، سوره اندیشه، شماره ۶۰ و ۶۱، صص ۷۸-۸۱.
37. Azar, A. (2001), "Extending and Developing the Shannon Entropy for Data Process in Content Analysis", *Journal of Humanities*, vol.11, n.37-38, pp.1-18.
38. Linstone, H. A. & Turoff, M. (2002), *The Delphi Method, Techniques and Applications*, Melbourne: Addison Wesley Publishing Company.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی