

## مطالعه جامعه‌شناختی سبک زندگی قوم بلوچ ایرانی\*

پیمان علی محمدی

### چکیده

کشور ایران از لحاظ قومی دارای وضعیت ناهمگن است و هر یک از این اقوام با فرهنگ و آداب و رسوم و هویتی خاص که امروزه «سبک زندگی» خوانده می‌شود، از یکدیگر شناخته می‌شوند. شناخت سبک زندگی هر قوم با شرایط و ویژگی‌های خاص آن قوم، مجموعه تصمیم‌گیران کلان کشوری را در تدوین سیاست‌های کلان مدیریتی یاری می‌کند. به همین دلیل سبک زندگی قوم بلوچ ایرانی به‌عنوان یکی از کهن‌ترین اقوام ایرانی به‌ویژه در دوره پس از وقوع انقلاب اسلامی، مورد مطالعه قرار گرفته است تا با شناسایی دقیق گرایش‌های مردم بلوچ در زمینه انتخاب نوع سبک زندگی خود نسبت به عوامل مؤثر در آن آگاهی کافی کسب شود. ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش پیش‌رو، پرسش‌نامه است و پس از انتخاب جامعه آماری با استفاده از روش تصادفی ساده، بین پاسخ‌دهندگان توزیع و نتایج حاصله از آن با نرم‌افزارهای تحلیل آماری مورد ارزیابی قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق به سه گروه اصلی تقسیم شده است که گروه اول از بین افراد بلوچ دارای تحصیلات دانشگاهی، گروه دوم از بین افراد دارای بلوچ تحصیلات حوزوی اهل تسنن و گروه سوم نیز از بین نمایندگان بلوچ شوراهای شهر و روستا انتخاب شده است. بر اساس نتایج کسب‌شده از پژوهش حاضر، بین انواع احساس از خود و نوع سبک زندگی انتخابی کنشگران جامعه قومی بلوچ، رابطه وجود دارد؛ زیرا افراد بر اساس میزان تعلق به یکی از سه نوع احساس از خود آرمانی، وانمودی و وجودی به ترتیب دارای سبک زندگی مدرن، نیمه‌مدرن نیمه‌سنتی و سنتی هستند. یافته‌های پژوهش اثبات می‌کند نوع آرمانی احساس از خود در بین گروه افراد دارای تحصیلات دانشگاهی، نوع وانمودی

---

\* مقاله پیش‌رو برگرفته از پایان دوره کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان است.  
(farang2006@hotmail.com)

احساس از خود در بین گروه نمایندگان شوراهای شهر و روستا و نوع وجودی احساس از خود در بین گروه تحصیل‌کردگان حوزوی و طیف مذهبی قوت دارد؛ لذا اثبات می‌شود هرچه کنشگران جامعه قومی بلوچ، دارای تحصیلات دانشگاهی بالاتری باشند، نسبت به نهادهای فرهنگی مدرن گرایش بیشتری از خود نشان داده و دارای سبک زندگی مدرن‌تر و گرایش‌های قومی و مذهبی ضعیف‌تری هستند، لیکن هرچه تحصیلات به سمت حوزوی رفته و میزان گرایش‌های قومی و مذهبی افراد تقویت می‌شود، سبک زندگی سنتی انتخاب می‌شود البته متغیرهای زمینه‌ای دیگری نیز از جمله جنسیت، سن، سطح تحصیلات، میزان درآمد، شغل، نوع مسکن و جغرافیای محل زندگی نیز در نوع انتخابی سبک زندگی مؤثر است.

**واژگان کلیدی:** انواع احساس از خود، خود آرمانی، خود وانمودی، خود وجودی، قوم بلوچ، سبک زندگی، هویت ملی، هویت قومی، فاصله نقش.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی ♦ سال هفتم ♦ شماره بیست‌وهفتم ♦ تابستان ۹۷ ♦ صص ۱۶۳-۱۹۹

تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۱۲/۱۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۷/۳/۲۱

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مقدمه

در سال‌های اخیر، هویت و سبک زندگی به یکی از چارچوب‌های مهم و تأثیرگذار در مباحث جامعه‌شناختی تبدیل شده است و بسیاری از نظریه‌پردازان علوم اجتماعی، روانشناسی و حتی علوم سیاسی در خصوص آن مطالبی ارائه کرده‌اند، اما در واقع علاقه عمومی نسبت به مسئله هویت و خروجی عینی آن در سبک زندگی افراد، ممکن است به‌طور عمده، بازتابی از بلا تکلیفی ناشی از دگرگونی سریع و تماس‌های فرهنگی باشد.

فهم چیستی و چگونگی «احساس از خود» در برابر دیگری که مشخصه اصلی هویت و انتخاب سبک زندگی است، نه تنها در ساختار روانی فرد، بلکه در تکاپوهای جامعه انسانی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. در جامعه امروزی، عوامل گوناگونی به‌طور مستقیم بر این مفاهیم افراد تأثیر می‌گذارند. در حالی که در جوامع سنتی، چنین وضعیتی وجود نداشت؛ در واقع در جوامع پیشین، هویت و سبک زندگی، به‌عنوان مسئله و موضوعی مهم، مورد بحث و تعمق قرار نمی‌گرفت، اما امروزه انسان مدرن دیگر نمی‌تواند بر اساس معیارهای گذشته نسبت به وقایع پیرامونی خود کنشگری کرده و هویت خود را همان هویت گذشته بپندارد. دگرگونی‌های ساختاری جوامع مدرن در پایان قرن بیستم، درک و برداشت افراد را از هویت خود تحت تأثیر قرار داده و دگرگون ساخته است. همان‌طور که گیدنز نیز بیان می‌کند: «در متن نظم مابعد سنتی، ضمیر نفس (نوع احساس از خود) به برنامه‌ای تأملی تبدیل می‌شود» (کسل، ۱۳۸۴: ۴۲۴). در واقع نهادهای اجتماعی مدرن، تأثیر عمیقی بر هویت افراد دارند؛ به‌طوری که هیچ فردی هویت یگانه و واحدی ندارد و این همچنین به این معناست که قابلیت انعطاف هویت و سبک زندگی در چارچوب مدرنیته به نحو چشم‌گیری افزایش یافته که گویای ظهور بسترهای تازه جهت تکوین هویت است. از آنجا که مدرنیته دگرگونی‌های بنیادینی در جوامع به وجود آورده، پایه‌ها و فرآیندهای تکوین هویت را نیز دچار دگرگونی‌های شدیدی کرده است، لذا نهادهای سنتی تکوین هویت و سبک زندگی با پیدایش ساخت‌های جدید عصر مدرن از جمله مصرف و

مصرف گرایی، اوقات فراغت و ظهور ابزارها و شیوه‌های تازه تعیین سبک زندگی به دست رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی و دیگر فناوری‌های باز تولید، به شدت تهدید شده‌اند، اما در این میان نقش مصرف، به عنوان یکی از مباحث محوری سبک زندگی، آشکارتر از سایر موارد است. زیرا فرهنگ مصرف، امکانات بالقوه وسیعی برای بسط و توسعه انواع جدید تعیین هویت به وجود آورده است. فرهنگ مصرفی و ابعاد آن از طرق گوناگون، سبک زندگی را متکثر کرده و در حوزه‌های جنسیت، نژاد و قومیت، هویت‌های اجتماعی و فرهنگی نوین را مطرح و از یکدیگر متمایز ساخته است (دان، ۱۳۸۴: ۱۵۰).

مطمئن نظر مقاله حاضر، مطالعه عوامل شکل‌گیری هویت و سبک زندگی خاصی است که تحت تأثیر تنوع نژادی، فرهنگی، اقلیمی و مذهبی شکل گرفته است. یکی از سبک‌های زندگی خاصی که در نتیجه این تنوع و تعدد نژادی شکل گرفته سبک زندگی قوم بلوچ مستقر در جنوب شرق ایران است. مقاله حاضر درصدد مطالعه جامعه‌شناختی سبک زندگی قوم بلوچ است و به دنبال تعیین مؤلفه‌هایی از هویت مدرن در این سبک زندگی قومی است؛ به عبارت دیگر، به نظر می‌رسد گسترش سبک‌های زندگی جدید و تقابل آن با سبک زندگی سنتی قوم بلوچ، باعث شکل‌گیری بحران‌های هویت قومی شده است. زیرا یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های تعیین هویت افراد در عصر حاضر، در چارچوب مفهوم سبک زندگی قرار دارد که شامل الگوهای مصرفی مادی و فرهنگی، تغذیه، میزان اقتدار متون و رهبران مذهبی، رفتار سیاسی و زبان می‌شود.

## مروری بر تحقیقات پیشین

با وجود تحقیقات متعددی که در خصوص سبک زندگی و ابعاد آن انجام شده، رابطه میان سبک زندگی و هویت اجتماعی، امری است که تا به حال مورد توجه قرار نگرفته و علاوه بر آن، مسائل مربوط به قوم بلوچ نیز یکی از کم‌کارترین حوزه‌های مطالعات اقوام در سطح کشور است، البته در خصوص انواع هویت و سبک زندگی، به صورت جداگانه تحقیقاتی صورت پذیرفته است که در این میان تنها پژوهشی که به بررسی رابطه بین هویت با سبک زندگی پرداخته است، با عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی» توسط حسن چاووشیان به رشته تحریر درآمده که مطالب آن به شرح زیر است.

- حسن چاووشیان تبریزی (۱۳۸۱) در پژوهشی با عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی» که در دانشگاه تهران انجام داده است، با تأکید بر مصرف و انتخاب‌های ذوقی

به عنوان شالوده و تمایز و یا تشابه اجتماعی، به بررسی رابطه دو متغیر سبک زندگی و هویت اجتماعی پرداخته شده است؛ پژوهش مذکور با ناکافی دانستن مقوله‌های سنتی ناظر بر هویت‌های ساختاری مانند شغل، جنسیت، قومیت و نژاد، به تفاوت‌های اجتماعی ناشی از روش‌های مصرفی به جای روش‌های تولید تأکید می‌کند. محقق در این پژوهش، حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت‌های شخصی و جمعی را جزو صور نوین هویت اجتماعی مبتنی بر مصرف به شمار می‌آورد. وی عواملی چون دگرگونی رابطه کار و فراغت، پیدایش طبقه متوسط جدید و نیز رشد مصرف‌گرایی و توسعه فرهنگ مصرف را از عواملی به شمار می‌آورد که در شکل دادن به صور نوین هویت اجتماعی در مدرنیته اخیر نقش اساسی به عهده داشته و می‌تواند به عنوان شاخص‌هایی به شمار آیند که با تأثیر بر سبک زندگی افراد، ساختار طبقاتی و به تبع آن، ملاک‌های تعیین هویت را دگرگون سازند.

### چارچوب نظری

در میان نظریه‌پردازان معاصر جامعه‌شناسی، بیش از همه آنتونی گیدنز، بر کارکرد هویت‌بخش سبک زندگی تأکید می‌کند. به اعتقاد گیدنز، در زندگی اجتماعی مدرن، سبک زندگی اهمیت خاصی دارد. سنت، معنای خود را از دست می‌دهد و زندگی روزانه بیشتر بر اساس بازی دیالکتیکی میان امر محلی و امر جهانی شکل می‌گیرد و بیشتر افراد مجبور می‌شوند از میان مجموعه انتخاب‌ها، مفاهیمی را گزینش کنند. در تعبیری که او از دگرگونی اجتماعی دارد، سبک‌های زندگی از نشانه‌های مهم روابط در حال تغییر فردیت و اجتماع به شمار می‌رود. به نظر گیدنز، یکی از ویژگی‌های متمایز دنیای متجدد امروزی، تأثیر متقابل و فزاینده بین آثار جهانی و گرایش‌های درونی کنشگر در انتخاب سبک زندگی است. «خود» مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تأثیر عوامل بیرونی شکل گرفته باشد و کنشگران صرف نظر از کیفیت محلی و یا عوامل بیرونی، فرآیند ساخت و پرداخت هویت شخصی خویش را دنبال می‌کنند. از سوی دیگر تجدد، ویژگی متمایز دیگری دارد و تغییراتی عمیق در کیفیت روزمره ایجاد می‌کند که بر اختصاصی‌ترین وجوه تجربیات ما مؤثر است. با این وصف، تأثیرات حاصل از نهادهای امروزی به‌طور مستقیم با زندگی فردی و اجتماعی و بنابراین با «خود» ما درهم می‌آمیزد (ذکایی، ۱۶: ۱۳۸۱). از نظر گیدنز، هویت شخصی به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه مؤثر بر سبک زندگی، نوعی خصیصه متمایز یا

حتی مجموعه‌ای از آن نیست که در اختیار فرد قرار گرفته باشد؛ در حقیقت احساس هویت شخصی و یا سبک زندگی انتخابی، همان «خود» است که شخص آن را به‌عنوان بازتابی از زندگی می‌پذیرد. هویت در اینجا به معنای تداوم فرد در زمان و مکان است؛ در واقع احساس هویت شخصی یا سبک زندگی، چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد؛ بلکه مفهومی است که کنشگر آن را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد کرده و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار می‌دهد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۲-۸۱). از نظر گیدنز سبک زندگی، پروژه‌ای بازاندیشانه یا بازتابی است؛ منظور این است که در جامعه مدرن، انسان‌ها دائماً سبک زندگی خود را خلق و تصحیح می‌کنند و اینکه «که هستند» و «چگونه این‌گونه شدند» را مدام مرور می‌نمایند، البته احساس هویت شخصی، نمی‌تواند به راحتی تغییر کرده و پیوستگی دارد، ولی نکته مهم، پیوستگی ناشی از باورهای بازاندیشانه فرد درباره زندگی خود است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۵).

گیدنز معتقد است که هویت اجتماعی هم به‌مانند هویت شخصی در روند ساخت‌یابی و با توجه به موقعیت‌ها، شرایط، اوضاع و احوال اجتماعی، اقتصادی و نیز خودآگاهی شکل می‌گیرد. بیان «من» و دیگر الفاظ دال بر ذهنیت فرد، شرط لازم برای ظهور خودآگاهی است، ولی موقعیت‌ها نیز در این میان موجب بروز هویت و سبک زندگی می‌شوند. از طرفی همین آگاهی بر «خود» و هویت شخصی، زمینه بروز هویت و سبک زندگی است. بدین ترتیب بین خودآگاهی فردی و سبک زندگی، با هویت اجتماعی ارتباط وجود دارد. وی معتقد است اعتماد به دیگران، از اطمینان‌های انفرادی سرچشمه می‌گیرد. ابتدا نوعی آگاهی به وجود چهره‌هایی (اطمینان) به‌عنوان شخص حاصل می‌شود و بعدها رفته‌رفته ماهیت میان‌ذهنیتی سبک زندگی اجتماعی و به تبع آن هویت اجتماعی شکل می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۰). از آنجا که هویت قومی نیز یکی از انواع هویت‌های اجتماعی است، پس روند شکل‌گیری هویت و سبک زندگی قومی نیز به همین صورت است. همان‌طور که بیان شد، از نظر گیدنز دنیای تجدد، دنیایی متفاوت است که وجود نظام‌های بازاندیشانه تخصصی در زندگی روزمره، یکی از ویژگی‌های اصلی آن به شمار می‌رود. لذا گیدنز معتقد است که در جهان مدرن، سنت‌ها نیز بازاندیشی می‌شوند؛ به عبارت دیگر، آن عناصری از زندگی انسان مدرن که سنتی به نظر می‌آیند، نیز مورد بازاندیشی قرار گرفته و از این صافی رد شده‌اند؛ به بیانی سنت‌ها در جهان جدید یا مضمحل می‌شوند و یا مورد بازاندیشی قرار گرفته و دوباره در جریان زندگی فرد قرار می‌گیرند. گسترش نظام‌های

تخصصی، علمی و فناورانه این روند، بازاندیشی سنت‌ها را از طریق رسانه‌های سیال جهانی و وسایل سریع حمل‌ونقل در تمامی جوامع تسریع کرده و به تدریج جامعه را به جامعه پسااستی تبدیل می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۶). گیدنز در پاسخ به این سؤال که مردم چگونه وضعیت مدرن را تجربه می‌کنند، بیان می‌کند که در عصر مدرن «خود»، پروژه‌ای است که باید طراحی شود و دیگر همچون گذشته، سنت‌ها و عادات آن را شکل نمی‌دهند. این مسئله، زمینه را برای احساس پوچی و ایجاد شک و تردیدهای جدی فراهم‌تر می‌سازد، ولی درعین حال امکان برنامه‌ریزی و انتخاب سبک زندگی را نیز مهیا می‌کند (همان: ۲۷).

گیدنز معتقد است که «خود»، یک امر منفعل نیست که فقط از طریق تأثیرات درونی شکل بگیرد؛ افراد ضمن اینکه اقدام به ساختن و پرداختن هویت شخصی و سبک زندگی خویش می‌کنند، در ایجاد بعضی از تأثیرات اجتماعی دنیای اطراف خود نیز مشارکت دارند. در نتیجه افراد با انتخاب‌های متعددی روبرو می‌شوند که جوامع امروزی در پیش روی آن‌ها قرار داده است و این وضعیت سبب می‌شود که افراد در تشکیل هویت خود دارای تنوع و گوناگونی مراجع هویت‌ساز باشند. گیدنز بر این باور است که تغییر شکل سبک زندگی و پدیده جهانی شدن در دوران متأخر، دو قطب دیالکتیک محلی و جهانی را تشکیل می‌دهند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۵۶).

علاوه بر گیدنز، جنکینز در کتاب هویت اجتماعی خود تصریح می‌نماید: «خود»، ترکیبی است جاری و پویا که حاصل تعریف خود (درونی) و تعاریفی است که دیگران از خود عرضه می‌کنند (بیرونی). جنکینز روی الگوی واحدی از خویشی تأکید می‌گذارد که ترکیبی دیالکتیکی از تعریف‌های درونی و بیرونی است؛ اما خودآگاهی یا شناخت زمانی حاصل می‌شود که فرد خود را در جای یک دیگری تعمیم یافته اجتماعی بگذارد. معمولاً در سپهر اجتماعی تعریف کسانی (دیگرانی) بر کرسی می‌نشیند که واجد قدرت باشند؛ به بیان جنکینز ماندگارترین مضمون در نظریه اجتماعی، تلاش در پل زدن بر شکاف تحلیلی میان فرد و جامعه (کنش و ساختار) است و سبک زندگی منشعب از هویت اجتماعی به چند دلیل مفهومی راهبردی در جهت رفع این شکاف است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۳).

«خود» از دیدگاه جنکینز، تجربه خصوصی فرد از خودش است و شخص (person)، آن وجه از وجود کنشگر است که در جهان خارج به جلوه درآمده و در حقیقت همان سبک زندگی فرد است، لذا همیشه آنچه ما در خود می‌بینیم با آنچه دیگران در ما می‌بینند

منطبق نیست، اما خویشتن و سبک زندگی به طور کامل و عمیقاً در یکدیگر دخیل اند. دلیل دشواری تمایز خود از سبک زندگی، در تنیدگی امر درونی و امر بیرونی است، لذا ما در گفت و گوهای روزمره میان «خود» و «شخص» فرق نمی گذاریم. در هر حال «خود» یک احساس هویت و سبک زندگی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه هویت‌ها و سبک‌های زندگی بعدی و چارچوبی مبنایی برای پیوند زدن آن هویت‌ها است (همان، ۱۳۸۱: ۷۲).

بر اساس جمع‌بندی دیدگاه‌های گیدنز و جنکینز و نسبتی که بین هویت و سبک زندگی ترسیم می‌کنند، هر کنشگر اجتماعی دارای یک نوع احساس و برداشت خاصی از خود است که این برداشت از خود به سه دسته کلی تقسیم می‌گردد: برداشت آرمانی از خود یا خود آرمانی، برداشت وانمودی از خود یا خود وانمودی، برداشت وجودی (واقعی) از خود یا خود وجودی، سه نوع احساس از خود است که هر کنشگر اجتماعی واجد یکی از آنها است.

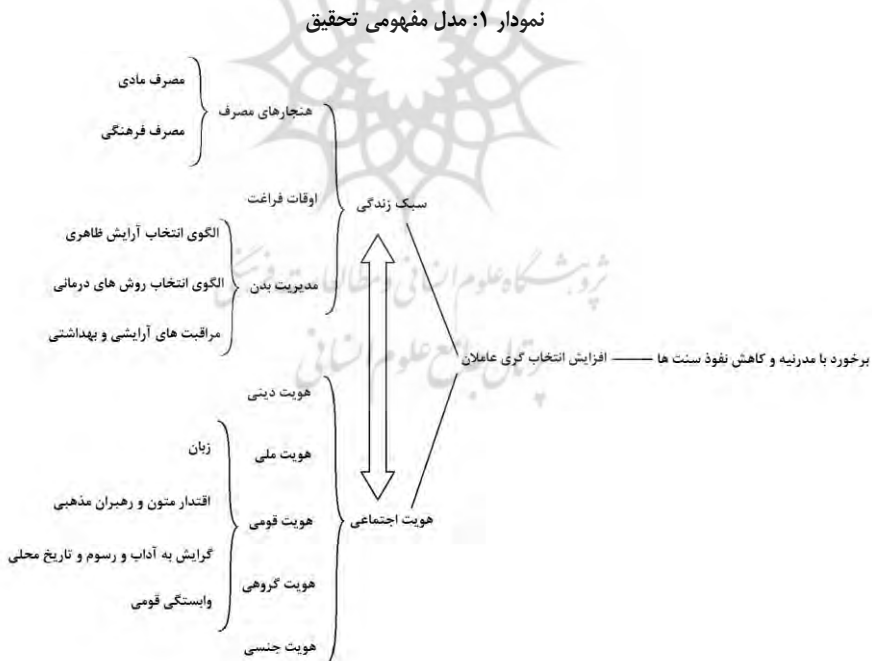
کنشگر واجد خود آرمانی، همواره خواهان دستیابی به سبک زندگی بهتر از وضع موجود است و سعی در تغییر شرایط داشته و برای ناخوشایندی‌های سبک زندگی خود، دلایلی صحیح و دقیق برمی‌شمرد. کنشگر واجد خود وانمودی به سبک زندگی متفاوت با واقعیت‌های موجود تمایل دارد، لذا همواره می‌کوشد تا دلایلی نادرست برای اتفاقات و حوادث اطراف خود برشمرد و به نوعی کمبودهای خود را در پشت این دلایل نادرست مخفی نماید و کنشگر دارای برداشت واقعی یا وجودی از خود نسبت به سبک زندگی فعلی خود رضایت کامل دارد و نیازی به تغییر آن نمی‌بیند، لذا کاملاً دارای احساس واقعی از خود است و با رضایت کامل بر واقعیات صحنه می‌گذارد. سبک‌های زندگی از نظر گیدنز، کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند؛ جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن، الگوهای کنش و محیط دلخواه برای ملاقات کردن دیگران جلوه می‌کنند. چنین رفتارهایی بازتاب‌دهنده هویت‌های شخصی، گروهی و اجتماعی‌اند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۳). از نظر گیدنز، هر چه نفوذ و کشش سنت کمتر می‌شود و هر چه زندگی روزمره بیشتر بر حسب تأثیر متقابل عوامل محلی و جهانی بازسازی می‌شود، افراد بیشتر ناچار می‌شوند که سبک زندگی خود را از میان گزینه‌های مختلف انتخاب کنند. با این وصف به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروزی و همچنین به علت تکثریابی زمینه‌های عمل و تنوع «مراجع»، انتخاب سبک زندگی بیش از پیش در ساخت هویت



شخصی و فعالیت روزمره اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۱). با توجه به نظریات گیدنز، می‌توان گفت تغییر در هویت افراد در نتیجه تغییراتی است که در درون جامعه و توسط نهادهای امروزی شکل گرفته است و این امر بستگی به آن دارد که افراد تا چه حد می‌توانند از اطلاعات فنی و غیرفنی، از تکنسین‌ها، مشاورها و... الگوبرداری کنند و از طریق تبلیغات سازمان‌ها و یا از طریق مطالعه و موارد دیگر، اطلاعات موردنظر خود را به دست بیاورند و آن را در زندگی فردی خود به کار گیرند و در هویت شخصی و سبک زندگی خویش تغییر ایجاد کنند. در واقع هویت ما توسط شیوه و سبک زندگی ما شکل می‌گیرد و به همین جهت هم همیشه هویت ما بر اساس سبک زندگی، تغییر می‌کند و یا هویت شخصی خود را در معرض تجدیدنظر قرار می‌دهیم؛ در واقع هویت در جریان زندگی، پیوسته تغییر می‌کند.

مدل مفهومی این پژوهش را با توجه به دیدگاه گیدنز می‌توان به صورت نمودار (۱)

ترسیم کرد.



## فرضیات پژوهش

### فرضیه اصلی

پژوهش حاضر با این پیش زمینه که ساختار اجتماعی فرهنگی ایران مبتنی بر تنوع اقوام تحت هویت ملی و هویت ایرانی شکل گرفته، به مطالعه سبک زندگی قوم بلوچ خواهد پرداخت. فرضیه اصلی این تحقیق، بررسی نقش انواع «احساس خود» افراد قوم بلوچ ایرانی "با سه مؤلفه آرمانی، وانمودی و وجودی" و رابطه آن با سبک زندگی قوم بلوچ را مدنظر قرار می دهد. با توجه به سؤال اصلی پژوهش، محقق معتقد است هرچه سطح تحصیل، آگاهی اجتماعی و نهادهای روشنفکری در بین کنشگران جامعه قومی بلوچ افزایش یابد، میزان گرایش به سبک زندگی ملی و یا به تعبیر دیگر، سبک زندگی مدرن افزایش یافته (خود آرمانی) و بالعکس آن، هرچه نهادهای مذهبی و سنتی و عوامل وابسته به آن در جامعه بلوچ تقویت شود، میزان گرایش به سبک زندگی قومی و سنتی به دوراز هویت ملی نیز افزایش می یابد (خود وجودی) و به تبع آن، کنشگران دارای احساس آرمانی از خود همواره گرایش به بهبود اوضاع و ارتقا وضع موجود داشته و کنشگران دارای احساس وجودی از خود، از وضع موجود کاملاً رضایت داشته و تمایلی به تغییر آن ندارند.

### فرضیات فرعی

- میان سبک زندگی قوم بلوچ و فاصله نقشی در بین آنان، رابطه وجود دارد.
- بین سبک زندگی قوم بلوچ و متغیرهای زمینه‌ای، رابطه وجود دارد.

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از روش تحقیق پیمایشی که یکی از مناسب‌ترین روش‌های تحقیق در مطالعات کمی است، پیروی کرده است. در این پروژه به دلیل نیازمندی به تحلیل داده‌ها و آرای تعداد زیادی از افراد، برای معنادار شدن فرضیه، ناگزیر به استفاده از روش پیمایش بودیم. پیمایش به عنوان روش به کار گرفته شده در این تحقیق، مجموعه ساختاری و منظمی از داده‌ها است که آن را «ماتریس متغیر برحسب داده‌های موردی» می‌نامند؛ بدین معنا که اطلاعاتی درباره متغیرها یا خصوصیات یکسان دو مورد جمع‌آوری می‌کنیم و به یک ماتریس داده‌ها می‌رسیم. ماتریس متغیر برحسب مورد، برای تحلیل پیمایش که مبتنی بر

مقایسه موارد است، جنب بنیادی دارد. در حقیقت ویژگی‌های بارز پیمایش، عبارت‌اند از شیوه گردآوری داده‌ها و روش تحلیل آن‌ها؛ به عبارت دیگر در این روش، صفت یا ویژگی هر مورد را برحسب هر متغیر گردآوری می‌کنیم. با کنار هم گذاشتن این اطلاعات به مجموعه ساختاری یا مستطیلی از داده‌ها می‌رسیم. از آنجا که پرسشنامه، ساده‌ترین راه تهیه این ماتریس داده‌های ساختاری است، تبدیل به رایج‌ترین تکنیک مورد استفاده در تحقیق پیمایشی شده است و ما نیز در اینجا از همین تکنیک استفاده کردیم. هر چند نقدهایی بر روش پیمایش وارد شده، لیکن در شرایط پژوهش پیش رو مناسب‌ترین روش گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه است، البته باید در نظر داشت همان‌گونه که دواس هم معتقد است، پیمایش و مشاهده بدون چارچوب نظری و تبیین امکان‌پذیر نیست، لذا در این پژوهش نیز از بنیان نظری و چارچوب نظری مناسب استفاده کرده و آن را در پرسشنامه و مدل تحلیلی جای دادیم. در حقیقت سعی شده هم مشاهدات بر اساس چارچوب نظری باشد و هم نظریه‌های مورد استفاده، قابل آزمون باشند؛ زیرا در این تحقیق روابط علت و معلولی از بنیان‌های پیمایش است، لذا به متغیرهای وابسته و مستقل نیازمند بودیم. علت مفروض، «متغیر مستقل» و معلول، «متغیر وابسته» خوانده می‌شوند. متغیر، ویژگی و خصیصه‌هایی است که بیش از یک طبقه دارد و افراد را از یکدیگر متمایز می‌کند (دواس، ۱۳۷۶: ۶۰). در این تحقیق تلاش شده تا میزان گرایش افراد نسبت به دو متغیر مستقل و وابسته مفروض تهیه و سپس رابطه میان آنان بررسی و کشف گردد. باید توجه داشته باشیم که تحقیقات تبیینی در جستجوی علل یا نتایج پدیده‌ها هستند و در این تحقیق که یک تحقیق تبیینی به شمار می‌رود نیز ما به دنبال بررسی تأثیر «انواع احساس از خود در بین کنشگران قوم بلوچ و رابطه آن به سه نوع سبک زندگی مدرن، بینابینی و سنتی» هستیم؛ یعنی درصدد آگاهی از نتیجه تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته و در عین حال در پی تدقیق مسئله و مشخص کردن الگوها و همچنین مقایسه هستیم؛ به تحقیق توصیفی نیز پرداخته‌ایم.

ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه و سپس فیش‌نامه است. برای تهیه پرسشنامه حاضر، شاخص‌های مربوط به هر کدام از متغیرهای مستقل و وابسته استخراج و در قالب مقیاس‌های اسمی و فاصله‌ای موردسنجش قرار گرفته‌اند. جامعه آماری پژوهش حاضر از سه دسته کلی افراد بلوچ دارای تحصیلات عالی دانشگاهی به‌عنوان نمایندگان طبقات دارای سبک زندگی مدرن و نزدیک به هویت و سبک زندگی ملی، افراد بلوچ دارای تحصیلات حوزوی اهل سنت به‌عنوان نمایندگان طبقات سنتی و دارای

گرایش به سبک زندگی قومی، افراد بلوچ عضو شوراهای اسلامی شهر و روستا به عنوان طبقه بینایی و دارای سبک زندگی تلفیقی از مدرن و سنتی تشکیل شده و حدوداً ۵۰۰۰ نفر می‌باشند. در این تحقیق با توجه به جامعه آماری و نوع روش تحقیق از شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای سهمیه‌ای استفاده شده است. حجم نمونه تحقیق حاضر با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده و طبق این فرمول، حجم نمونه برابر با ۵۰۰ نفر است.

## تعریف مفاهیم

### متغیر وابسته: هویت قومی

هویت قومی، مجموعه‌ای خاص از عوامل عینی، ذهنی، فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی و نفسانی است که در یک گروه انسانی متجلی می‌شود و آن را نسبت به سایر گروه‌ها متمایز می‌سازد (الطایی، ۱۳۸۲: ۱۳۹). ایساجو<sup>۱</sup>، هویت را پدیده‌ای اجتماعی- روان‌شناختی می‌داند که از عضویت در یک گروه قومی برمی‌خیزد. چاتارامان<sup>۲</sup> و همکارانش، هویت قومی را به عنوان هویت مشترک گروهی از مردم بر اساس یک زمینه تاریخی مشترک، دودمان و تبار مشترک و آگاهی از عناصر نمادین هویت از قبیل ملیت، وابستگی مذهبی و زبانی تعریف کرده‌اند (چاتارامان، ۲۰۰۸: ۵۲۰). ویدا<sup>۳</sup> و همکارانش، قومیت را مشتمل بر ساختار عینی و ذهنی می‌دانند. از منظر نگرش عینی، قومیت را شامل خصوصیات فرهنگی- اجتماعی از قبیل زبان، شبکه‌های ارتباطی اجتماعی، وابستگی‌های مذهبی، آداب و رسوم روزانه و حتی خصوصیات زیست‌شناختی افراد می‌دانند. در مقابل در نگرش ذهنی، قومیت شامل یک فرایند شناسایی و تعریف از خود است که افراد بر اساس آن، خود و دیگران را به خرد گروه‌های خاص با استفاده از برجسب‌های قومی طبقه‌بندی می‌کنند (ویدا، ۲۰۰۸: ۳۳۲). برتون و روزنتال<sup>۴</sup> نیز سه ویژگی را برای توسعه هویت قومی افراد بیان کرده‌اند که عبارت‌اند از: درجه‌ای از تمامیت نهادی، تراکمی از گروه قومی و قدرت و وضعیت گروه قومی. منظور از تمامیت این است که کلیساها، مدارس، رسانه‌ها و دیگر نهادهای موجود در جامعه تا چه اندازه در پیام‌های فرهنگی‌شان، هویت قومی اعضای گروه قومی را تقویت

- 
1. Isajiw
  2. Chattaraman
  3. Vida
  4. Rosenthal

و حمایت می‌کنند. منظور از تراکم گروه قومی، تعداد جمعیت گروه قومی در جامعه و اهمیت این تعداد برای توسعه هویت قومی فرد است و در نهایت قدرت و وضعیت گروه قومی عبارت از این است که آیا گروه قومی از نظر سیاسی و نهادی در جامعه قابل رؤیت است؟ برای نمونه، وسعت و اندازه‌ای که گروه قومی برای اداره سیاسی در دست دارد چه مقدار است؟ (جوانگ، ۲۰۰۶: ۵۴۶). به‌طور کلی هویت قومی از ترکیب متنوع مؤلفه‌های قومیت به وجود می‌آید و حتی در بسیاری موارد، تنها یک مؤلفه متفاوت باعث ایجاد نوعی هویت قومی می‌شود. در این تحقیق، مفهوم قومیت با شاخص‌هایی سنجیده شده است که عمده‌ترین آن عبارت است از: زبان، وطن (سرزمین مشترک)، گرایش به آداب و رسوم و تاریخ قومی و وابستگی قومی. برای سنجش شاخص زبان از معرف‌هایی چون میزان عشق به زبان مادری، لزوم تقویت و حفظ زبان مادری، تأکید به آموزش زبان محلی و میزان علاقه به مطالعه آثار ادبی سود جسته‌ایم. عملیاتی کردن شاخص وطن با استفاده از معرف‌هایی چون ترجیح سکونت در سرزمین (شهر) خود و علاقه به داشتن زادگاهی دیگر صورت گرفته است. شاخص گرایش به آداب و رسوم و تاریخ ملی با استفاده از معرف‌هایی چون میزان پابندی به آداب و رسوم محلی در نزد شخص، میزان علاقه به شناخت تاریخ محلی و ترجیح لباس محلی به لباس رسمی صورت گرفته است و در نهایت برای سنجش شاخص وابستگی قومی از معرف‌هایی چون تأکید فرد به انتخاب دوست، همسایه و همکار از بین هم قوم خود، اعتقاد به داشتن زندگی بهتر در کنار هم قوم خود و ترجیح اسامی قومی برای نام‌گذاری فرزندان استفاده شده است.

### متغیرهای مستقل

سبک زندگی: گیدنز سبک زندگی را مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره می‌داند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۳۲۵). به‌طور کلی سبک زندگی را می‌توان مجموعه‌ای تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد تا نه فقط نیازهای جاری او را برآوردند، بلکه روایت خاصی را که وی برای هویت خود برگزیده است، در برابر دیگران مجسم سازد. این انتخاب‌گری به معنای باز بودن کامل دست فرد نیست و همین امر تفاوت‌های سبک زندگی را معنادار می‌کند. همان‌گونه که بورديو تأکید دارد، سبک‌های متفاوت زندگی شکل‌های ساختاری مقدماتی برای گروه‌بندی‌های اجتماعی هستند (رحمت‌آبادی، ۱۳۸۵: ۲۳۶)؛ در واقع، رشد و شکل‌گیری

سبک‌های زندگی با رواج مصرف‌گرایی به‌عنوان مشخصه جامعه مدرن رابطه مستقیمی دارند. در جامعه نو ساختن هویت اجتماعی، فرایندی یک‌سویه و منحصرأوابسته به نهادهای اجتماعی و عوامل ساختی نیست. فرایندهای موازی و متعددی چون: مصرف تفاضلی فرهنگ، تخصیص تفاضلی فرهنگ، تولید تفاضلی فرهنگ و بازتولید فعالیت فرهنگی، مراحل تکامل هویت اجتماعی را تعیین می‌کنند (وین و وایت، ۱۹۹۷: ۸۶). شکل‌گیری فرهنگی هویت که سبک‌های زندگی، ابزار و رسانه آن هستند، تا حد زیادی تابع الگوهای مصرف است. در جامعه جدید امروز مصرف همیشه نوعی مصرف معطوف به هویت است. فرهنگی مصرفی باعث می‌شود تا فرد به‌جای اینکه از طریق روابط اقتصادی (طبقه) یا پیوندهای سیاسی (ملیت) هویت پیدا کند، با خوردن، نوشیدن، پوشیدن، نحوه گذران اوقات فراغت یا به عبارتی شیوه و سبک زندگی هویت یابد (فریدمن، ۱۹۹۴: ۱۰۷). در این میان مصرف کالاها، واجد معنایی فرهنگی و منزلتی برای افراد به‌ویژه جوانان دارد؛ بنابراین سبک زندگی طیف وسیعی از نگرش‌ها، بینش‌ها، عملکردها، سلاقی و ترجیحات و فعالیت‌ها را در برمی‌گیرد. در این پژوهش، سبک زندگی به‌منزله یک نوع رفتاری موردبررسی قرار می‌گیرد که با توجه به مجموعه‌ای از انتخاب‌ها به‌منزله نمادی در فرآیند کسب هویت نقش فعالی ایفا می‌کنند؛ این شاخص‌ها عبارت‌اند از: هنجارهای مصرف، اوقات فراغت و مدیریت بدن.

منظور از هنجارهای مصرف، معیارها و موازینی هستند که فرد بر مبنای آن‌ها، انتخاب‌ها و تصمیم‌های خود را در زمینه مصرف کالا، زمان و مکان سازمان می‌دهد. برای عملیاتی کردن مفهوم هنجارهای مصرف مادی از معرف‌هایی چون ترجیحات انتخاب پوشاک و غذا و اولویت‌های هزینه‌ای غیر از مایحتاج زندگی استفاده کردیم و برای عملیاتی کردن مفهوم مصرف فرهنگی از معرف‌هایی چون سلیقه هنری (فیلم، کتاب، موسیقی) و میزان استفاده از رسانه‌های جمعی (راديو، تلویزیون، ماهواره و اینترنت) سود جستیم. ازلحاظ زمانی و مکانی اوقات فراغت نیز به فضایی اطلاق می‌شود که فرد از محیط و محل کار جداشده و فعالیت‌های غیرحرفه‌ای خود را در این فضا تجربه می‌کند (سازگارا، ۱۳۸۲: ۱۷۵). شاخص‌های اندازه‌گیری این متغیر عبارت‌اند از: گوش دادن به موسیقی، بیرون رفتن با دوستان، استفاده از کامپیوتر، رفتن به باشگاه ورزشی، رفتن به سینما، رفتن به مسافرت‌های زیارتی و تفریحی. مدیریت بدن نیز مجموعه‌ای از اعمال و رفتار و مراقبت‌هایی است که افراد در رابطه با بدن خود در زندگی روزمره لحاظ می‌کنند.

این مفهوم نیز از طریق سه شاخص میزان مراقبت‌های آرایشی و بهداشتی (آرایش مو و اصلاح مو، آرایش صورت و اصلاح صورت، آرایش ناخن، استفاده از عینک آفتابی، استفاده از عطر) و میزان توجه به سلامت بدن (مصرف شیر، میوه و سبزی‌ها، کنترل وزن از طریق رژیم‌های غذایی و ورزش، مراجعه به پزشک و دندان‌پزشک) عملیاتی شده است. هر کدام از این شاخص‌ها به شکلی موردسنجش قرار گرفته‌اند که در نهایت سبک زندگی اغلب افراد بر اساس سنتی یا مدرن بودن مشخص گردد.

### اعتبار و پایایی ابزار سنجش

یکی از لوازم کسب نتایج معتبر، جمع‌آوری و در اختیار داشتن داده‌های معتبر و مناسب است. در پژوهش علمی، یک امر مسلم آن است که بدون داشتن داده‌های خوب نمی‌توان نتایج خوبی به دست آورد. شرط کسب داده‌های مطلوب، استفاده از روش اندازه‌گیری با پایایی کافی است. ضریب آلفای کرونباخ شاخص هماهنگی و ثبات درونی گویه‌ها مقیاسی است که یک ویژگی مشترک را می‌سنجد و اگرچند بار اجرا شود، نتیجه‌ای که به دست می‌آید، به یکدیگر نزدیک است. معمولاً پرسشنامه‌ای که پایایی دارد، از اعتبار هم برخوردار است؛ بنابراین می‌توان از پایایی برای اعتبار پرسشنامه نیز استفاده کرد.

در محاسبه آلفا کرونباخ و بقیه محاسبات آماری این تحقیق از نرم‌افزار Spss، ورژن ۱۸ استفاده شده است. اندازه آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر با ۰/۹۵۸ شده است که نشان‌دهنده پایایی بالایی در پاسخ‌گویی به پرسشنامه است. چرا که دواس بر اساس مقدار آلفای کرونباخ پایین‌تر از ۰,۳، بین ۰,۳ تا ۰,۶ و بالای ۰,۶ پایایی را به ترتیب پایین، متوسط و زیاد معرفی می‌کند. آلفای هر یک از شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش نیز محاسبه شده که در جدول زیر دیده می‌شود. مقادیر کسب‌شده همگی از ۰,۶ است که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول پرسشنامه و یافته‌های تحقیق است.

ردیف	طیف	تعداد گویه	ضریب آلفا
۱	خود آرمانی	۱۵	0.944
۲	خود وانمودی	۹	0.938
۳	خود وجودی	۱۰	0.891
۴	فاصله نقش	۶	0.716
۵	داغ نقش	۲	0.799
۶	الگوی انتخاب رژیم غذایی	۳	0.824
۷	پذیرش اقتدار متون و رهبران دینی	۱۰	0.796
۸	الگوی انتخاب روش‌های درمانی	۲	0.788
۹	الگوی آرایش ظاهری	۳	0.708
۱۰	الگوی روش پذیرایی از میهمان	۴	0.824
۱۱	الگوی ترجیحات موسیقایی سینمایی	۲	0.680

### فرضیه اول

فرضیه اول، چنین بیان شده است: بین انواع سبک زندگی قوم بلوچ و انواع احساس از خود آنان، رابطه وجود دارد. برای بررسی این فرضیه رابطه بین متغیر سبک زندگی و همچنین انواع احساس از خود بررسی می‌شود. قبل از بررسی این رابطه آمار توصیفی مربوط به شاخص‌هایی سبک زندگی و همچنین نتیجه تفکیک پاسخ افراد به انواع احساس از خود را بررسی می‌شود. پاسخگویان بر اساس نمره‌ای که از هر یک از شاخص‌های احساس از خود به دست آورده‌اند، به یکی از انواع خود تعلق بیشتری داشتند و در واقع نمره آن شاخص در فرد بیشتر بوده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، خود وانمودی در بیش از نیمی از افراد (۵۸ درصد) قوی‌تر است. در ۷,۳ درصد از پاسخگویان خود وجودی و در ۳۴,۷ درصد از افراد باقی‌مانده نیز خود آرمانی قدرت بیشتری داشته است.

جدول ۱: تعلق افراد پاسخگو به انواع احساس از خود (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

انواع خود	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خود آرمانی	52	34.7	34.7	34.7
خود وجودی	11	7.3	7.3	42.0
خود وانمودی	87	58.0	58.0	100.0
کل	150	100.0	100.0	



جدول زیر قرار گرفتن افراد در انواع احساس از خود را به تفکیک گروه‌های اجتماعی پژوهش نشان می‌دهد. همان‌طور که دیده می‌شود، ۴ درصد از افراد شورایاری‌ها، احساس آرمانی از خود داشتند، ۸ درصد خود وجودی و ۸۸ درصد باقیمانده نیز احساس وانمودی از خود داشتند. هیچ‌کدام از تحصیل‌کردگان مذهبی یا مولوی‌هایی که مورد پرسش قرار گرفتند، احساس خود آرمانی نداشتند، ۱۴ درصد احساس خود وجودی و ۸۶ درصد احساس خود وانمودی داشته‌اند. ۱۰۰ درصد جامعه تحصیل‌کردگان دانشگاهی که به سؤالات تحقیق پاسخ دادند نیز احساس آرمانی از خود داشتند.

جدول ۲: تعلق افراد پاسخگو به انواع احساس از خود (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

کل	گروه			انواع خود	
	تحصیل‌کرده	مولوی	شورا		
52	50	0	2	فراوانی	خود آرمانی
34.7%	100.0%	.0%	4.0%	درصد	
11	0	7	4	فراوانی	خود وجودی
7.3%	.0%	14.0%	8.0%	درصد	
87	0	43	44	فراوانی	خود وانمودی
58.0%	.0%	86.0%	88.0%	درصد	
150	50	50	50	فراوانی	کل
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	درصد	

به‌منظور بررسی دقیق‌تر این موضوع میانگین نمره سبک زندگی پاسخگویان به تفکیک انواع احساس از خود محاسبه شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، متوسط سبک زندگی در افرادی که احساس خود آن‌ها آرمانی بوده ۳,۶۲۰، وجودی ۲,۳۲ و وانمودی ۲,۳۷ بوده است؛ بنابراین کسانی که احساس خود آن‌ها آرمانی بوده است، نمره بیشتر در سبک زندگی آورده‌اند؛ به این معنی که سبک زندگی آن‌ها اختلاف و فاصله بیشتری با سبک زندگی سنتی قوم بلوچ دارد.

جدول ۳: میانگین نمره سبک زندگی بر اساس انواع خود (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

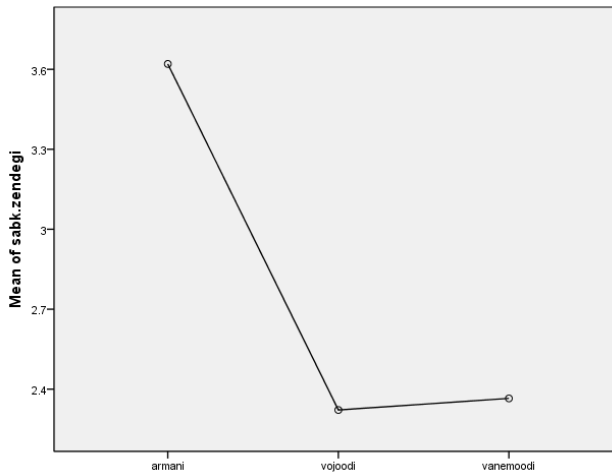
احساس خود	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		حداقل	حداکثر
				حد بالا	حد پایین		
آرمانی	52	3.62	.240	3.55	3.69	3	4
وجودی	11	2.32	.190	2.19	2.45	2	3
وانمودی	87	2.37	.278	2.31	2.42	2	3
کل	150	2.80	.655	2.69	2.90	2	4

جدول ذیل، زیرگروه‌های به‌دست آمده از آزمون شفه را نشان می‌دهد و بر اساس نمره‌های سبک زندگی، افراد دارای احساس آرمانی از خود در یک گروه و افراد دارای احساس وجودی و وانمودی از خود نیز در یک گروه قرار گرفته‌اند، لذا سبک زندگی در این افرادی که احساس خود آن‌ها وانمودی و وجودی است، به یکدیگر نزدیک است و اختلاف معناداری ندارد و اما سبک زندگی افراد آرمانی، تفاوت قابل توجهی با بقیه دارد.

جدول ۴: زیرگروه‌های شفه (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

انواع خود	فراوانی	زیرگروه‌ها در سطح معناداری ۰,۰۵+	
		1	2
وجودی	11	2.32	
وانمودی	87	2.37	
آرمانی	52	3.62	
سطح معناداری		.842	1.000

نمودار زیر، میانگین سبک زندگی را در انواع احساس از خود نشان می‌دهد. همان‌طور که دیده می‌شود، میانگین سبک زندگی افراد با خود آرمانی نسبت به بقیه بیشتر است؛ به این معنی که با سبک زندگی قوم بلوچ فاصله دارد. در مقابل، نمره سبک زندگی افراد با احساس خود وجودی از همه کمتر است که نشان می‌دهد این افراد سبک زندگی نزدیک‌تری به سبک زندگی قوم بلوچ دارند.



جمع‌بندی نتایج آزمون‌های آماری گویای اثبات کامل فرضیه اول تحقیق است.

### فرضیه دوم

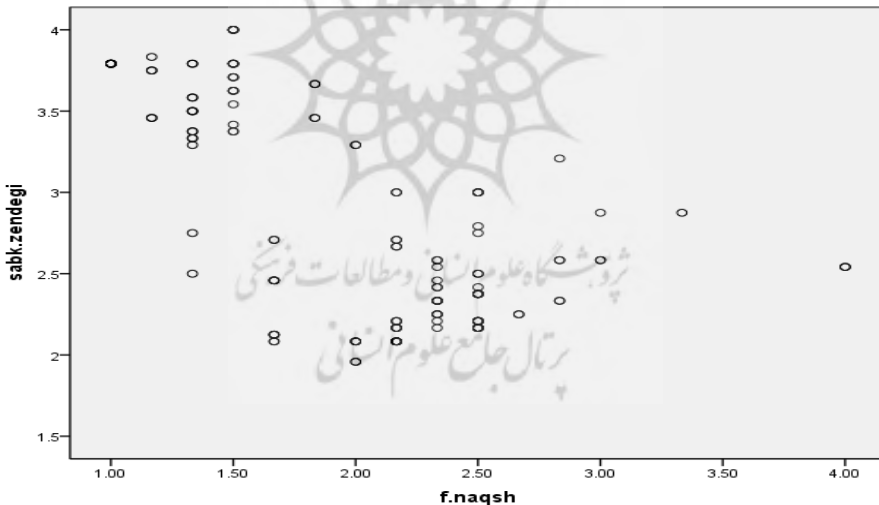
بین سبک زندگی قوم بلوچ و فاصله نقشی در بین آنان، رابطه وجود دارد. هر دو متغیر موجود در این دو فرضیه، شاخص‌هایی هستند که از جمع‌گویه‌های پرسشنامه به‌دست آمده‌اند و می‌توان آن‌ها را تلویحاً متغیر فاصله‌ای به حساب آورد؛ بنابراین برای بررسی رابطه بین این دو متغیر می‌توان از ضریب همبستگی پیرسون و همچنین برای سنجش معناداری این رابطه از آزمون آماری کای دو استفاده کرد. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، مقدار همبستگی بین سبک زندگی و فاصله نقشی ۰٫۶۴۵- به‌دست آمده است. این ضریب نشان می‌دهد که با افزایش نمره فاصله نقشی آن‌ها نمره شاخص سبک زندگی در افراد کاهش پیدا می‌کند. سطح معناداری مشاهده‌شده برای این ضریب همبستگی ۰٫۰۰۰ به‌دست آمده است، لذا مقدار همبستگی مشاهده‌شده در نمونه معنادار است و قابل تعمیم به جامعه است. به این ترتیب فرضیه دوم تحقیق، تأیید می‌شود که بین سبک زندگی قوم بلوچ و فاصله نقشی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۵: همبستگی بین فاصله نقشی و سبک زندگی (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

فاصله نقشی	سبک زندگی		
-۰.۶۴۵**	1	همبستگی پیرسون	سبک زندگی
.000		سطح معناداری	
150	150	فراوانی	
1	-۰.۶۴۵**	همبستگی پیرسون	فاصله نقشی
	.000	سطح معناداری	
150	150	فراوانی	

نمودار زیر، پراکنش داده را نشان می‌دهد؛ همان‌طور که دیده می‌شود، روال تغییرات داده‌ها برحسب دو متغیر مورد بررسی به نحوی است که با افزایش نمره فاصله نقشی آن‌ها، نمره شاخص سبک زندگی در آن‌ها کاهش پیدا می‌کند، لذا هرچه افراد، فاصله نقشی بیشتری داشته باشند، سبک زندگی آن‌ها به سبک زندگی قوم بلوچ نزدیک‌تر است.

نمودار ۲: پراکندگی نمره شاخص سبک زندگی بر اساس فاصله نقشی



در این قسمت رابطه بین سبک زندگی و داغ نقش نیز بررسی شده است. از آنجا که هر دو این متغیرها فاصله‌ای هستند برای بررسی رابطه بین دو متغیر از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون آماری کای دو استفاده شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، مقدار همبستگی بین سبک زندگی و داغ نقش ۰,۱۱۸- به دست آمده است. این ضریب نشان

می‌دهد که با افزایش نمره شاخص داغ نقش، نمره شاخص سبک زندگی در افراد کاهش پیدا می‌کند. به این معنی که افرادی که با نقصان امکانات فرهنگی و کمبود امکانات تفریحی و همچنین وجود مشکلات عدیده در جامعه مخالف بودند و از شرایط موجود رضایت دارند، به سبک زندگی قوم بلوچ نزدیک‌تر هستند. برای بررسی معناداری ضریب همبستگی مشاهده‌شده، از آزمون کای دو استفاده شد و سطح معناداری مشاهده‌شده برای این ضریب همبستگی ۰,۰۱۵ به دست آمده است؛ به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که مقدار همبستگی مشاهده‌شده در نمونه معنادار و قابل‌تعمیم به جامعه است. به این ترتیب وجود رابطه بین سبک زندگی قوم بلوچ و داغ نقشی نیز تأیید می‌شود.

جدول ۶: همبستگی بین داغ نقش و سبک زندگی (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

داغ نقش	سبک زندگی		
۰,۱۱۸	1	همبستگی پیرسون	سبک زندگی
0.015		سطح معناداری	
150	150	فراوانی	
1	۰,۱۱۸	همبستگی پیرسون	داغ نقش
	0.015	سطح معناداری	
150	150	فراوانی	

در مرحله بعدی، رابطه بین سبک زندگی و نارضایتی بررسی می‌شود؛ از آنجا که نارضایتی با استفاده از یک گویه ترتیبی سنجیده شده است و شاخص سبک زندگی، شاخصی فاصله‌ای در نظر گرفته شده است، این فرضیه به دنبال بررسی رابطه بین دو متغیر اسمی فاصله‌ای است؛ بنابراین از ضریب همبستگی اتا برای سنجش رابطه و آزمون آماری کای دو برای آزمون معناداری این رابطه استفاده می‌شود. جدول زیر، نتایج این آزمون را نشان می‌دهد. همان‌طور که دیده می‌شود، مقدار ضریب همبستگی مشاهده‌شده بین دو متغیر، ۰,۱۱۱ به دست آمده است. سطح معناداری به دست آمده از آزمون کای دو نیز ۰,۰۰۰ محاسبه شده است که این مقدار، کوچک‌تر از ۰,۰۵ است؛ رابطه مشاهده‌شده در نمونه پژوهش، معنادار و قابل‌تعمیم به جامعه است؛ به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که مقدار همبستگی مشاهده‌شده در جامعه پژوهش، معنادار است و رابطه معناداری بین سبک زندگی و نارضایتی وجود دارد و هرچه میزان نارضایتی در افراد افزایش پیدا می‌کند، نمره شاخص زندگی نیز در آن‌ها افزایش می‌یابد و در واقع سبک زندگی آن‌ها از سبک زندگی سنتی قوم بلوچ فاصله می‌گیرد.

جدول ۷: نتیجه آزمون کای دو و ضریب همبستگی اتا بین سبک زندگی و نارضایتی (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

سطح معناداری	مقدار آماره	ضریب همبستگی	
		اسمی - فاصله‌ای	اتا
۰,۰۰۰	۰,۱۱۱		
	۱۵۰	فراوانی پاسخ‌ها	

در آخرین قسمت بررسی، رابطه بین عوامل نقشی سبک زندگی، رابطه بین کتمان نقش و سبک زندگی بررسی می‌شود؛ از آنجا که کتمان نقش نیز همچون نارضایتی با استفاده از یک گویه ترتیبی سنجیده شده است و شاخص سبک زندگی شاخصی فاصله‌ای است، از ضریب همبستگی اتا و آزمون آماری کای دو استفاده می‌شود. جدول زیر، نتایج این آزمون را نشان می‌دهد؛ مقدار ضریب همبستگی مشاهده شده بین دو متغیر ۰,۸۴۷ به دست آمده است. سطح معناداری از آزمون کای دو نیز ۰,۰۰۰ محاسبه شده است که این مقدار کوچک‌تر از ۰,۰۵ است. به این ترتیب رابطه مشاهده شده در نمونه پژوهش معنادار و قابل تعمیم به جامعه است، لذا مقدار همبستگی مشاهده شده در جامعه پژوهش معنادار است و رابطه معناداری بین سبک زندگی و کتمان نقش وجود دارد و هرچه میزان کتمان نقش در افراد افزایش پیدا می‌کند، نمره شاخص زندگی نیز در آن‌ها افزایش می‌یابد. بررسی مقدار ضریب همبستگی کتمان نقش با سبک زندگی و نارضایتی با سبک زندگی نشان می‌دهد که شدت رابطه کتمان نقش و سبک زندگی قوی‌تر از نارضایتی و سبک زندگی است.

جدول ۸: نتیجه آزمون کای دو و ضریب همبستگی اتا بین سبک زندگی و کتمان نقش (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

سطح معناداری	مقدار آماره	ضریب همبستگی	
		اسمی - فاصله‌ای	اتا
۰,۰۰۰	۰,۸۴۷		
	۱۵۰	فراوانی پاسخ‌ها	

### فرضیه سوم

فرضیه سوم به بررسی رابطه بین سبک زندگی قوم بلوچ و متغیرهای زمینه‌ای می‌پردازد و چنین بیان می‌کند که بین سبک زندگی قوم بلوچ و متغیرهای زمینه‌ای، رابطه وجود دارد. متغیرهای زمینه‌ای بررسی شده در این تحقیق، عبارت‌اند از: جنسیت، مذهب، سن، تحصیلات، میزان درآمد، شغل، مسکن، محل زندگی و جغرافیای محل زندگی. از آنجا که

این متغیرها معمولاً دو شقی یا سه شقی بوده‌اند، از آزمون آماری تی‌استیودنت برای متغیرهای دو شقی و تحلیل آنالیز واریانس یک‌طرفه برای متغیرهای که بیش از دو سطح استفاده شده است. نتایج به دست آمده به این ترتیب است:

### سبک زندگی قوم بلوچ و جنسیت

جدول زیر، متوسط نمره سبک زندگی افراد پاسخگو را به تفکیک جنس آن‌ها را نشان می‌دهد. همان‌طور که دیده می‌شود، میانگین شاخص سبک زندگی در پاسخگویان زن ۳,۰۷ و در مردان، ۲,۷۰ به دست آمده است که نشان می‌دهد نمره شاخص سبک زندگی در زنان، بالاتر است؛ به این ترتیب، سبک زندگی زنان به سبک زندگی سستی قوم بلوچ نزدیک‌تر است.

جدول ۹: میانگین شاخص سبک زندگی به تفکیک جنس (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

گروه‌های پاسخگو	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد
زن	38	3.07	.722
مرد	112	2.70	.606

### سبک زندگی و تحصیلات

تحصیلات افراد پاسخگو در سه سطح ابتدایی تا دیپلم، دیپلم تا لیسانس و تحصیلات تکمیلی بوده است. میانگین نمره سبک زندگی پاسخگویان به تفکیک تحصیلات محاسبه شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، متوسط سبک زندگی در افراد ابتدایی تا دیپلم ۲,۵۶، دیپلم تا لیسانس ۲,۳۶ و تکمیلی ۳,۲۱ بوده است.

جدول ۱۰: میانگین نمره سبک زندگی بر اساس تحصیلات (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

تحصیلات	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		حداقل	حداکثر
				حد پایین	حد بالا		
ابتدای تا دیپلم	14	2.56	.276	2.40	2.72	2	3
دیپلم تا لیسانس	62	2.36	.277	2.29	2.43	2	3
تکمیلی	74	3.21	.675	3.05	3.36	2	4
کل	150	2.80	.655	2.69	2.90	2	4

برای بررسی معناداری اختلاف مشاهده‌شده بین میانگین سبک زندگی بر اساس تحصیلات، از آزمون آماری تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، سطح معناداری آزمون، ۰,۰۰۰ به دست آمده که کوچک‌تر از ۰,۰۵ است. به این ترتیب اختلاف مشاهده‌شده در میانگین سبک زندگی افراد با تحصیلات مختلف معنادار است؛ به این معنی که حداقل میانگین سبک زندگی یکی از گروه‌ها با بقیه متفاوت است.

جدول ۱۱: آزمون تحلیل واریانس یک طرفه سبک زندگی و تحصیلات (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

مجموع مربع‌ها	درجه آزادی	میانگین مربع‌ها	مقدار آماره فیشر	سطح معناداری
24.997	2	12.499	47.247	.000
38.887	147	.265		
63.884	149			
				<b>اختلاف بین گروه‌ها</b>
				<b>اختلاف درون گروهی</b>
				<b>کل</b>

جدول زیر، زیر گروه‌های به دست آمده از آزمون شفه را نشان می‌دهد؛ همان‌طور که دیده می‌شود، بر اساس نمره‌های سبک زندگی، افراد با تحصیلات ابتدایی تا لیسانس، در یک گروه قرار گرفته‌اند؛ به این معنی که سبک زندگی در این دو سطح از تحصیلات، با هم یکسان است و اختلاف معناداری ندارد و اما سبک زندگی افراد با سواد بالاتر از لیسانس و یا حوزوی سطح عالی تفاوت قابل توجهی دارد.

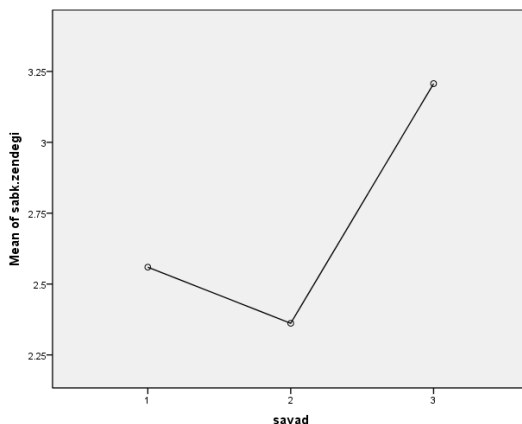
جدول ۱۲: زیر گروه‌های شفه (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

انواع خود	فراوانی	زیر گروه‌ها در سطح معناداری ۰,۰۵	
		1	2
دیپلم تا لیسانس	62	2.36	
ابتدای - دیپلم	14	2.56	
تکمیلی	74		3.21
سطح معناداری		.336	1.000

نمودار زیر میانگین سبک زندگی را در سطوح مختلف سواد نشان می‌دهد. همان‌طور که دیده می‌شود، میانگین سبک زندگی سطح زیر دیپلم و دیپلم تا لیسانس، به هم نزدیک است اما سطح عالی، اختلاف قابل توجهی دارد.



نمودار ۳: میانگین سبک زندگی بر اساس سطح سواد (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)



### سبک زندگی و میزان درآمد

میزان درآمد در سه سطح متوسط رو به پایین، متوسط رو به بالا و خوب ارزیابی شده است. میانگین نمره سبک زندگی پاسخگویان به تفکیک سطوح درآمد، محاسبه شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، متوسط سبک زندگی در افراد با درآمد متوسط رو به پایین، ۲٫۶۹، متوسط رو به بالا ۳٫۰۸ و خوب ۲٫۹۲ بوده است.

جدول ۱۳: میانگین نمره سبک زندگی بر اساس درآمد (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

حداکثر	حداقل	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	درآمد
		حد بالا	حد پایین				
4	2	2.81	2.57	.614	2.69	102	متوسط رو به پایین
4	2	3.31	2.84	.650	3.08	31	متوسط رو به بالا
4	2	3.32	2.53	.765	2.92	17	خوب
4	2	2.90	2.69	.655	2.80	150	کل

برای بررسی معناداری اختلاف مشاهده شده بین میانگین سبک زندگی بر اساس درآمد از آزمون آماری تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. سطح معناداری آزمون ۰٫۰۶۱ به دست آمده که بزرگ‌تر از ۰٫۰۵ است. به این ترتیب اختلاف مشاهده شده در میانگین

سبک زندگی افراد با درآمد مختلف معنادار ندارد. به این ترتیب نمی‌توان رابطه معناداری بین سبک زندگی و درآمد افراد با توجه به این یافته‌ها به دست آورد.

جدول ۱۴: آزمون تحلیل واریانس یک طرفه سبک زندگی و درآمد (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

مجموع مربع‌ها	درجه آزادی	میانگین مربع‌ها	مقدار آماره فیشر	سطح معناداری
3.808	2	1.904	4.659	0.061
60.076	147	.409		
63.884	149			

### سبک زندگی و شغل

میانگین نمره سبک زندگی پاسخگویان به تفکیک انواع شغل آن‌ها در سه گروه دولتی کارمند، دولتی دارای مسئولیت و آزاد محاسبه شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، متوسط سبک زندگی در افراد با شغل دولتی ۳،۱۹، دولتی دارای مسئولیت ۳،۲۴ و آزاد ۲،۳۰ بوده است. به این ترتیب نمره سبک زندگی افراد دولتی دارای مسئولیت از دو گروه دیگر بیشتر بوده است و از سبک زندگی قوم بلوچ فاصله بیشتری داشته است. در مقابل افرادی که دارای شغل آزاد هستند، دارای نمره سبک زندگی کمتری هستند؛ به این ترتیب این افراد دارای سبک زندگی نزدیک‌تری به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ هستند.

جدول ۱۵: میانگین نمره سبک زندگی بر اساس شغل (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

شغل	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		حداقل	حداکثر
				حد پایین	حد بالا		
دولتی - کارمند	66	3.19	.597	3.04	3.33	2	4
دولتی - دارای مسئولیت	17	3.24	.575	2.94	3.53	2	4
آزاد	67	2.30	.298	2.23	2.38	2	4
کل	150	2.80	.655	2.69	2.90	2	4

جدول ذیل، زیر گروه‌های شغل را نشان می‌دهد و افراد دارای شغل دولتی، سبک زندگی شبیه به هم دارند و افرادی که دارای شغل آزاد هستند، سبک زندگی متفاوتی با افراد

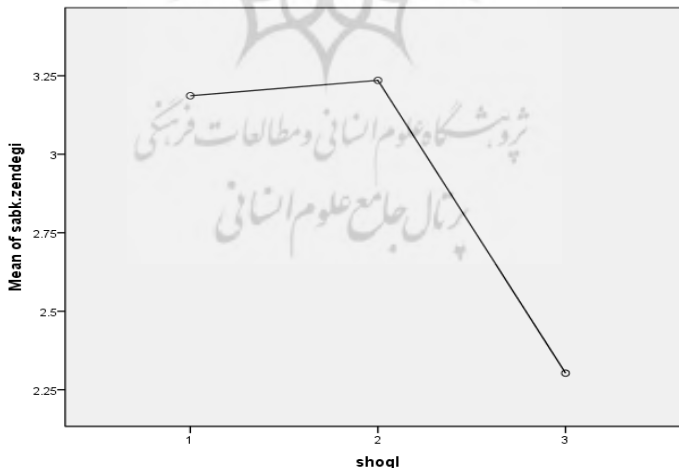
دارای شغل دولتی دارند و سبک زندگی مشاغل آزاد به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ نزدیک‌تر است.

جدول ۱۶: زیرگروه‌های شفه (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

زیرگروه‌ها در سطح معناداری ۰,۰۵		فراوانی	شغل
2	1		
	2.30	67	آزاد
3.19		66	دولتی-کارمند
3.24		17	دولتی - دارای مسئولیت
.917	1.00		سطح معناداری

نمودار زیر، تغییرات نمره سبک زندگی افراد را برحسب شغل آنها نشان می‌دهد؛ به این ترتیب باید گفت سبک زندگی افراد دارای شغل آزاد، به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ، نزدیک‌تر است و افراد دولتی، سبک زندگی متفاوت‌تری با قوم بلوچ دارند و هر چه افراد مسئولیت بیشتری در سمت دولتی داشته باشند، سبک زندگی آنها از قوم بلوچ فاصله گرفته است.

نمودار ۴: میانگین سبک زندگی بر اساس شغل (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)



## سبک زندگی و مسکن

میانگین نمره سبک زندگی پاسخگویان به تفکیک نوع مسکن آن‌ها در سه گروه آپارتمان، ویلایی تا ۲۰۰ متر و ویلایی بیش از ۲۰۰ متر محاسبه شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، متوسط سبک زندگی در افراد با خانه آپارتمانی ۳,۴، ویلایی تا ۲۰۰ متر ۳,۰۸ و ویلایی بیش از ۲۰۰ متر ۲,۳۵ بوده است. به این ترتیب نمره سبک زندگی افراد با ویلایی شدن و بزرگ شدن مسکن افراد، کاهش پیدا می‌کند؛ در واقع افرادی که دارای خانه‌های ویلایی بزرگ هستند، دارای نمره سبک زندگی کمتری بوده و سبک زندگی نزدیک‌تری به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ دارند.

جدول شماره ۱۷: میانگین نمره سبک زندگی بر اساس نوع مسکن (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

حد اکثر	حداقل	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	مسکن
		حد پایین	حد بالا				
4	2	3.09	3.70	.611	3.40	18	آپارتمان
4	2	2.93	3.23	.603	3.08	66	ویلایی تا ۲۰۰ متر
4	2	2.26	2.44	.374	2.35	66	ویلایی بیش از ۲۰۰ متر
4	2	2.69	2.90	.655	2.80	150	کل

برای بررسی معناداری اختلاف مشاهده شده بین میانگین سبک زندگی بر اساس مسکن، از آزمون آماری فیشر در تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است. همان‌طور که در جدول زیر دیده می‌شود، سطح معناداری آزمون ۰,۰۰۰ به دست آمده که کوچک‌تر از ۰,۰۵ است؛ به این ترتیب، اختلاف مشاهده شده در میانگین سبک زندگی افراد با مسکن‌های مختلف معنادار است.

جدول ۱۸: آزمون تحلیل واریانس یک طرفه سبک زندگی و مسکن (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

سطح معناداری	مقدار آماره فیشر	میانگین مربع‌ها	درجه آزادی	مجموع مربع‌ها	اختلاف بین گروه‌ها
.000	46.577	12.390	2	24.780	اختلاف درون گروهی
		.266	147	39.104	کل
			149	63.884	

زیر گروه‌های شفه در جدول زیر دیده می‌شود. بر این اساس افراد، بر حسب مسکن خود به

سه زیرگروه تقسیم شده‌اند و نمره سبک زندگی افراد آپارتمان‌نشین با هیچ‌یک از دو گروه دیگر مشابه نیست؛ در واقع این گروه بیشترین اختلاف را با سبک زندگی سنتی قوم بلوچ دارند.

جدول ۱۹: زیرگروه‌های شفه (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

فرآوانی	زیرگروه‌ها در سطح معناداری ۰,۰۵			مسکن
	۱	۲	۳	
66	2.35			ویلايي بیش از ۲۰۰
66		3.08		ویلايي تا ۲۰۰
18			3.40	آپارتمان
	1.000	1.000	1.000	سطح معناداری

نمودار زیر، تغییرات نمره سبک زندگی افراد را برحسب مسکن آن‌ها نشان می‌دهد؛ به این ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت سبک زندگی افراد با بزرگ‌تر شدن مسکن، به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ، نزدیک‌تر می‌شود.

نمودار ۵: میانگین سبک زندگی بر اساس نوع مسکن (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)



### سبک زندگی و محل زندگی

میانگین نمره سبک زندگی پاسخگویان به تفکیک محل زندگی آن‌ها در سه گروه شهر، روستا و شهرستان محاسبه شده است. متوسط سبک زندگی در افراد در شهرهای بزرگ ۳,۰۱، روستا ۲,۴۳ و شهرهای کوچک ۳,۰۵ بوده است؛ به این ترتیب نمره سبک زندگی

افراد که در شهرها چه شهر کوچک و چه شهرهای بزرگ زندگی می کنند، از افراد ساکن در روستاها، بالاتر است. همچنین افرادی که در روستاها هستند، سبک زندگی نزدیک تری به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ دارند و افرادی که در شهرها هستند، به نسبت سبک زندگی متفاوتی دارند.

جدول ۲۰: میانگین نمره سبک زندگی بر اساس محل زندگی (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

محل زندگی	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		حداقل	حداکثر
				حد پایین	حد بالا		
شهر (کلان شهر)	26	3.01	.745	2.71	3.31	2	4
روستا	60	2.43	.295	2.35	2.51	2	3
شهرستان	64	3.05	.706	2.88	3.23	2	4
کل	150	2.80	.655	2.69	2.90	2	4

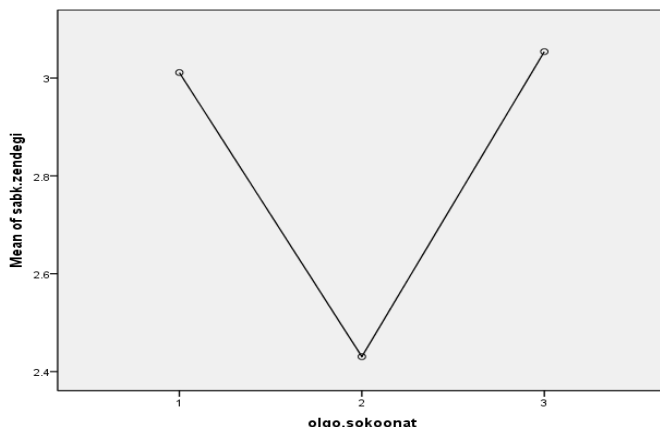
آزمون زوجی شفه که نتایج آن در جدول زیر قابل مشاهده است، زیرگروه‌های نمره سبک زندگی افراد را بر اساس محل زندگی نشان می دهد؛ افراد ساکن در شهرها و شهرستانها دارای نمره سبک زندگی شبیه به هم هستند و افرادی که در روستا ساکن هستند، سبک زندگی متفاوتی با افراد شهری دارند و سبک زندگی آنها به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ نزدیک تر است.

جدول ۲۱: زیرگروه‌های شفه (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

انواع خود	فراوانی	زیرگروه‌ها در سطح معناداری ۰,۰۵	
		۱	۲
روستا	60	2.43	
شهر	26		3.01
شهرستان	64		3.05
سطح معناداری		1.000	.945

نمودار زیر، تغییرات نمره سبک زندگی افراد را بر حسب محل زندگی آنها نشان می دهد؛ به این ترتیب باید گفت سبک زندگی افراد گروه اول، کلان شهر و گروه آخر، شهرستان به هم نزدیک و مشابه یکدیگر است که اختلاف بیشتری با سبک زندگی قوم بلوچ دارد و در مقابل، افراد ساکن در روستاها دارای نمره سبک زندگی کمتری هستند.

نمودار ۶: میانگین سبک زندگی بر اساس محل زندگی (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)



### سبک زندگی و جغرافیایی محل زندگی

میانگین نمره سبک زندگی پاسخگویان به تفکیک جغرافیای محل زندگی آن‌ها در سه گروه سرحد، مکران و جنوب استان محاسبه شده است. متوسط سبک زندگی در افراد به ترتیب ۲،۷۶، ۲،۷۹ و ۲،۸۴ بوده است. به این ترتیب، نمره سبک زندگی افراد در جغرافیاهای مختلف، اختلاف اندکی باهم دیگر دارند. افرادی که در سرحدات زندگی می‌کنند، در مقایسه با دو گروه دیگر، سبک زندگی نزدیک‌تری به سبک زندگی سنتی قوم بلوچ دارند و افرادی که در جنوب استان زندگی می‌کنند در مقایسه با دیگر نقاط استان سبک زندگی متفاوت‌تری با سبک زندگی سنتی قوم بلوچ دارند.

جدول ۲۲: میانگین نمره سبک زندگی بر اساس جغرافیایی محل زندگی (مأخذ: یافته‌های پیمایشی پژوهش)

حداکثر	حداقل	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	جغرافیایی محل زندگی
		حد بالا	حد پایین				
4	2	2.94	2.59	.629	2.76	53	سرحد
4	2	2.98	2.61	.663	2.79	53	مکران
4	2	3.05	2.63	.688	2.84	44	جنوب استان
4	2	2.90	2.69	.655	2.80	150	کل

## جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

همان‌طور که گیدنز معتقد است، هیچ فردی قادر نیست خود را به‌طور کامل از درگیر شدن با تغییر و تحولات عصر جدید دور نگه دارد. امروزه در عصر جدید ما با مجموعه‌ای از انتخاب‌ها روبه‌رو هستیم که هر فردی در زندگی روزمره خود با آن‌ها سروکار دارد؛ انتخاب‌هایی که گاه در آن‌ها موضوع رویارویی روش‌های سنتی و روش‌های مدرن مطرح است؛ انتخاب‌هایی که بیش از همه در شیوه و نوع سبک زندگی افراد، قابل‌رؤیت و ملموس‌تر است. افراد در جوامع جدید در جست‌وجوی آن هستند که هویت خود را در پرتو شیوه و سبک زندگی‌شان پیدا کنند. این موضوع از یک‌سو، نشانگر کاهش تأثیر شیوه‌ها و روش‌های سنتی در فرآیند هویت‌سازی و از سوی دیگر، بیانگر تحول کیفی مؤلفه‌های هویت‌یابی در عصر جدید است که با خارج از کنترل مراجع سنتی و غیررسمی (همچون خانواده، قومیت، دین) و ساختارهای رسمی قرار دارد.

خاصیت جامعه جدید، آن است که نیازهای فرد به استقلال شخصی، هویت معین، زندگی واقعی و کمال‌طلبی به نیازمندی‌های پایان‌ناپذیری به داشتن و مصرف کردن کالاهایی که هرروز وارد بازار می‌شود و عرضه می‌گردد، مبدل می‌شود تا فرد از طریق آن، انواع هویت‌هایی را که موردپسند خود و جامعه جدید است را کسب و احراز کند. آنچه مسلم است، اینکه در این روند، ارزش‌های پیشین (هویت‌های قومی، مذهبی و ...) کمرنگ و کمرنگ‌تر می‌شوند؛ همان‌طور که نتایج پژوهش حاضر نیز مؤید این مطلب است که گسترش سبک‌های زندگی مدرن و جدید در بین کنشگران جامعه قومی بلوچ دارای گرایش به این نوع از سبک زندگی از میزان گرایش به هویت و سبک زندگی قومی کاسته است اما آنچه مهم است و باید بدان پرداخته شود، اینکه همان‌طور که گیدنز در توضیح مفهوم سبک زندگی معتقد است، «خود و هویت فردی» را باید ایجاد و بازایجاد کرد، هویت‌های قومی را نیز باید بازایجاد کرد، چون این هویت‌ها به‌نوعی دارای اصالت بوده و لزوماً در تعارض با هویت‌های جدید قرار نمی‌گیرند و ممکن است تنها به‌صورت موقتی در برهه‌ای از زمان با انواع دیگری از هویت‌ها چالش موقتی داشته باشند. درواقع در چارچوب جوامع غیرسنتی و جدید، هویت فردی و اجتماعی را باید از طریق کاوش‌های شخصی و اجتماعی به‌عنوان بخشی از فرآیند تماس متقابل بین تغییرات شخصی و اجتماعی به‌صورت بازتابی ساخت. این همان مفهوم سبک زندگی گیدنز به معنای



ارتقای خودشکوفایی فردی و پیامدهایی است که بر روابط میان فردی دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، کنشگران بلوچ دارای تحصیلات دانشگاهی که نوع برداشت آنان از خود، آرمانی است، دارای مدرن‌ترین سبک زندگی هستند که می‌توان آن را نزدیک‌ترین شیوه زندگی به سبک زندگی ملی دانست. همچنین کنشگران بلوچ دارای تحصیلات مذهبی که نوع برداشت آنان از خود، وجودی و واقعی است، دارای سنتی‌ترین سبک زندگی هستند که می‌توان آن را دورترین شیوه زندگی از سبک زندگی ملی دانست. شورایاران محلی شهر و روستا نیز دارای برداشت وانمودی از خود بوده و دارای سبک زندگی بینابینی می‌باشند، لیکن نکته قابل توجه، فاصله و تفاوت زیاد سبک زندگی افراد گروه‌های خود وجودی و خود وانمودی از گروه افراد خود آرمانی است.

لذا هویت قومی بلوچ دارای مؤلفه‌هایی است که با هویت ملی یا به صورت تلویحی هویت مدرن در تضاد است. همچنین این هویت قومی، مؤلفه‌هایی را نیز داراست که دارای هم‌خوانی با هویت ملی می‌باشد، لذا سبک زندگی قوم بلوچ که به طور طبیعی برآمده از هویت این قوم است نیز به همین شکل دارای مؤلفه‌هایی متضاد یا همسان با سبک زندگی مدرن است. حرکت کلی جامعه قومی بلوچ به سمت فاصله گرفتن از سبک زندگی سنتی و نزدیک شدن به سبک زندگی مدرن است البته برخی مؤلفه‌هایی که دارای تضاد چندانی با سبک زندگی ملی نباشند، توانایی حفظ خود را داشته و حتی تقویت می‌شوند، لیکن بخش بزرگ‌تر آن که دارای تفاوت‌هایی با سبک زندگی ملی است، رفته‌رفته به دست فراموشی سپرده می‌شود؛ عواملی در سرعت این حرکت کلی، مؤثر است؛ برخی عوامل کندکننده و برخی عوامل، سرعت بخش‌اند که بر اساس یافته‌های پژوهش، مهم‌ترین عامل سرعت‌دهنده، تحصیلات دانشگاهی است. چراکه جامعه آماری دارای تحصیلات دانشگاهی، دارای نزدیک‌ترین نوع سبک زندگی به سبک زندگی ملی بودند. همچنین عواملی کندکننده این حرکت هستند که از جمله مهم‌ترین آنها، می‌توان به هرگونه تعصبات تند مذهبی و نهادهای اشاعه‌دهنده این مسئله اشاره کرد، لذا هرچه مصادیق و نهادهای اشاعه‌دهنده سبک زندگی مدرن در جامعه قومی بلوچ توسعه یابد، سرعت حرکت به سمت هویت ملی و سبک زندگی مدرن افزایش یافته و هر آنچه به رشد نهادهای اشاعه‌دهنده تعصبات تند مذهبی دامن زده شود، از سرعت حرکت به سمت سبک زندگی مدرن کاسته شده و در مسیر دور شدن از هویت و سبک زندگی ملی قرار می‌گیرد.

یافته‌های تحقیق پیش رو و آزمون فرضیات آن، نشان می‌دهد: در صورتی که خواستار تغییر سبک زندگی قوم بلوچ و گذار آن از سنتی به مدرن هستیم، باید نهادهای فرهنگی سطح استان سیستان و بلوچستان را تقویت کرده و سیاست‌های اتخاذی مدیریت فرهنگی سطح استان را هر چه بیشتر به سمت افزایش پایگاه‌های تقویت‌کننده سبک زندگی مدرن سوق دهیم. از جمله نهادهای ارائه‌دهنده و تقویت‌کننده سبک زندگی مدرن، می‌توان به سینما، تئاتر، فرهنگسرا، خانه فرهنگ، سرای محله، کتابخانه‌های عمومی و ... اشاره نمود که متأسفانه آمار این نهادهای فرهنگی در سطح استان سیستان و بلوچستان شدیداً پایین است.

## منابع

### الف) فارسی

۱. آسابرگر، آرتور (۱۳۷۹)، *روش تحلیل رسانه‌ها*، ترجمه پرویز جلالی، تهران: مرکز مطالعات رسانه‌ها.
۲. ادگار، اندرو و پیترو سجویک (۱۳۸۷)، *مفاهیم بنیادی نظریه‌ی فرهنگی*، ترجمه مهران مهاجر و محمد نبوی، تهران: آگه.
۳. استوری، جان (۱۳۸۶)، *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه*، مترجم حسین پاینده، تهران: آگه.
۴. اشرفی، ابوالفضل (۱۳۷۷)، *بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر نوجوانان به گرایش الگوهای فرهنگ غربی* (رپ و هوی متال) در تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
۵. آزادارمکی، تقی، وحید شالچی (۱۳۸۴)، «دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال اول، شماره ۴.
۶. الطائی، علی (۱۳۸۲)، *بحران هویت قومی در ایران*، تهران: شادگان.
۷. برگر، پیترو، بریگیت برگر و هانس فریدکلنر (۱۳۷۷)، «تجدد و ناخرسندی‌های آن»، ترجمه محمدرضا پورجعفری، *ارغنون*، شماره ۱۳.
۸. پورطاعی، علی (۱۳۵۲)، *چگونگی گذران اوقات فراغت نزد نوجوانان و جوانان مشهد*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
۹. بوردیو، پیر (۱۳۸۱)، *نظریه کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: نقش و نگار.
۱۰. تاجیک، محمدرضا (۱۳۹۰)، *پاساسیاست نظریه و روش*، تهران: نی.
۱۱. ترنر، براین (۱۳۸۷)، *مصاحبه دین و مدرنیته*، ترجمه هادی نیلی، سایت نشریه علمی

- اجتماعی، جامعه‌شناسی ایران.
۱۲. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳)، «تحلیلی از اندیشه بوردیو»، **نامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۳.
  ۱۳. جلیلی، هادی (۱۳۸۵)، **تأملاتی درباره سکولار شدن**، تهران: طرح نو.
  ۱۴. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
  ۱۵. جنکینز، ریچارد (۱۳۹۶)، **پی‌یر بوردیو**، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نی.
  ۱۶. جهانگلکو، رامین (۱۳۷۹)، **ایران و مدرنیته**، تهران: گفتار.
  ۱۷. چنی، د (۱۳۸۲)، **سبک زندگی**، ترجمه حسن چاوشیان، نسخه چاپ‌نشده.
  ۱۸. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۹)، «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه»، **مطالعات ملی**، سال دوم، شماره ۵: ۲۸۸-۱۹۳.
  ۱۹. حقیقی، شاهرخ (۱۳۸۳)، **گذار از مدرنیته**، تهران: آگاه.
  ۲۰. دان، رابرت (۱۳۸۴)، **نقد اجتماعی پست‌مدرنیته: بحران‌های هویت**، ترجمه صالح نجفی، تهران: پردیس دانش.
  ۲۱. دواس، د. ا (۱۳۷۶)، **پیمایش در تحقیقات اجتماعی**، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نی.
  ۲۲. دورکیم، امیل (۱۳۶۹)، **درباره تقسیم‌کار اجتماعی**، ترجمه باقر پرهام، تهران: کتاب‌سرای بابل.
  ۲۳. دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰)، «جهانی‌شدن و هویت ملی»، **مطالعات ملی**، سال دوم، شماره ۴، ۲۷-۵.
  ۲۴. ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۱)، «آموزش شهروندی»، **رشد آموزش علوم اجتماعی**، شماره ۱۹.
  ۲۵. راسخی‌نژاد، منیره (۱۳۹۱)، «اوقات فراغت، فرهنگ و سبک زندگی»، **علوم اجتماعی**، شماره ۶۰.
  ۲۶. رحمت‌آبادی، الهام و حبیب آقابخشی (۱۳۸۵)، «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان»، **رفاه اجتماعی**، سال پنجم، شماره ۲۰.
  ۲۷. ریتزر، جورج (۱۳۸۰)، **نظری جامعه‌شناسی در دوران معاصر**، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
  ۲۸. زیمل، گنورگ (۱۳۷۲)، «کلان‌شهر و حیات ذهنی»، ترجمه یوسف اباذری، **نامه علوم اجتماعی**، شماره ۳.
  ۲۹. ساروخانی، باقر (۱۳۷۸)، **روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی** جلد اول و جلد دوم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
  ۳۰. سازگارا، پروین (۱۳۸۲). «بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی (طبقه متوسط جدید و قدیم)»، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
  ۳۱. سرایی، حسن (۱۳۷۲)، **مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در تحقیق**، تهران: سمت.
  ۳۲. گروه نویسندگان (۱۳۷۷)، **دین؛ اینجا، اکنون**، ترجمه مجید محمدی، تهران: قطره.
  ۳۳. شویره، کریستی‌ین و اولویه فونتن (۱۳۸۵)، **واژگان بوردیو**، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نی.

۳۴. عالم، عبدالرحمان (۱۳۷۷)، *بنیادهای علم سیاست*، چاپ چهارم، تهران: نی.
۳۵. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، *مصرف و سبک زندگی*، قم: صبح صادق.
۳۶. فورناس، یوهانس و همکاران (۱۳۸۱)، *فرهنگ جوانان در مدرنیته متأخر*، تهران: سازمان ملی جوانان.
۳۷. گودرزی، حمید (۱۳۸۷)، «کارکرد هویت‌بخش مذهب شیعه در دوره صفویه»، *مطالعات ملی*، سال نهم، شماره ۴.
۳۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
۳۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱)، *چکیده آثار*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ققنوس.
۴۰. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمدرضا جلالی‌پور، تهران: طرح نو.
۴۱. مجتهدزاده، پیروز (۱۳۷۷)، «جغرافیا و سیاست در فرآیندی نوین»، *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، سال چهل و دو.
۴۲. محمدرضا پور، احمد (۱۳۹۱)، *ضد روش: مراحل و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی*، چاپ دوم، تهران: جامعه‌شناسان.
۴۳. مردیها، مرتضی (۱۳۸۰)، «کنکاش در آرای بوردیو»، *کتاب هفته*، شماره ۴۷.
۴۴. منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۷)، «رسانه‌های جمعی و هویت»، *مطالعات ملی*، سال دوم، شماره ۴.
۴۵. مهدوی کنی، محمدمسعود (۱۳۸۷)، *دین و سبک زندگی*، تهران: دانشگاه امام صادق.
۴۶. وبر، ماکس (۱۳۸۴)، *دین، قدرت و جامعه*، ترجمه احمد تدین، تهران: هرمس.
۴۷. وبلن، تورستین (۱۳۸۶)، *نظریه طبقه تن‌آسا*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نی.
۴۸. ویلیامز، ژان. پل (۱۳۷۷)، *جامعه‌شناسی ادیان*، ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران: علم.
۴۹. هندری، ل. ب و دیگران (۱۳۸۱)، *اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان*، ترجمه فرامرز ککولی دزفولی و مرتضی ملانظر، سازمان ملی جوانان، تهران: نسل سوم.
۵۰. هوور، استوارت ام (۱۳۸۲)، *بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.

## (ب) لاتین

- Allard, C. (2005), "Capitalizing on Bourdieu", *Theory and Research in Education*, Vol.3, No.1: 79-63.
- Bourdieu, P. (1984), *Distinction, Distinction: a social critique of the judgement of taste*, translated by Richard Nicem, Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts.
- Burke, P. (1991), "Identity Processes and Social Stress", in *American Sociological Review*, Vol.59, Vol.9: 836-849.
- Dillon, M. (2001), "Pierre Bourdieu, Religion, and Cultural Production", *Cultural*

- Studies Critical Methodologies*, Vol.1, No.4: 429-411.
- Heise David, R. (1998), “*oo ddttoos fo Empat ooddattty*”, in Patrick Doreian and Thomas Fararo, *The roblem of Solidarity, Theories and Models*, Amsterdam: Gordon and Breach publishers.
- Riis, O. (1993), “The Study of Religion in Modern Society”, *Acta Sociologica*, Vol.36: 371-383.
- Stebbins, R. A. (1997), “Lifestyle as a generic concept in ethnographic research”, *Kluwer Academic*, Vol.31: 360-347.
- Strikers, S. Burke, P. (2000), “The Past, Present and Future of Social Identity Theory”, in *Social Psychology Quarterly*, Vol.63, No. 4: 284-297
- Turner, B. and Edmunds, T. (2002)iii The Distate of Taste, Bourdieu, cultural capital and Australian”, *Journal of Consumer Culture*, Vol.2: 219-244.
- Turner, C. & Haslem, S. (2001), *Social Identity, Organization and Leadership*, London Lwwnnee Erbhuum Assoooooos Pubsshrs.

