

فراتحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه
زنان و جوانان

محسن نیازی^۱
میلاذ نوروزی^۲
اسماء عسگری کویری^۳

تاریخ وصول: ۹۳/۰۷/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۲/۲۰

چکیده

این پژوهش با هدف فراتحلیل مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر زنان و جوانان انجام شده است. با توجه به نقش مهم زنان و جوانان به عنوان دو نیروی تحول‌خواه و اثرگذار در جامعه ایران تحلیل جامعه‌شناسانه گرایش آن‌ها نسبت به سبک زندگی مدرن یکی از مهم‌ترین کلیدهای فهم واقعیت‌های جامعه‌ی ایرانی است. این مقاله کوشیده است تا از ورای پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص سبک زندگی زنان و جوانان در ایران، به دسته‌بندی و تحلیل مؤلفه‌هایی تبیین‌کننده و اثرگذار بر سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی بپردازد.

مؤلفه‌های سازنده‌ی سبک زندگی درگستره‌ی میدان‌های متعدد و متنوعی پراکنده است. اما به نظر می‌رسد پژوهشگر ایرانی به نیت یافتن آنچه که در متن واقعیت‌های جامعه‌ی ایرانی و زندگی روزمره انسان ایرانی (زنان و جوانان) وجود دارد، به مؤلفه‌های تقلیل‌گرایانه‌ای چون (اوقات فراغت، هنجارهای مصرف، الگوهای خرید و مدیریت بدن (اغلب نوع پوشش) پرداخته است. این در حالی است که ضعف در انجام پژوهش‌های انگشت شمار کیفی و ترکیبی نسبت به پژوهش‌های کمی، تأکید بر ابعاد

^۱ - استاد جامعه‌شناسی گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان
niazim@kashanu.ac.ir

^۲ - دانشجوی دکتری بررسی مسایل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان
noruzi@grad.kashanu.ac.ir

^۳ - دانشجوی دکتری بررسی مسایل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان
asma.asghari@yahoo.com

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

خاصی از زندگی جوانان و زنان، خلأ کار جامعه شناسانه در حوزه سبک زندگی مردان به طور خاص از موارد برجسته در پژوهش‌های مورد مطالعه است. تبیین کنندگی بالای متغیر سرمایه فرهنگی نسبت به سایر متغیرهای اثرگذار بر سبک زندگی از موارد مشترک در اغلب پژوهش‌هایی است که به مطالعه سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، زنان، جوانان، فراتحلیل

مقدمه و بیان مسأله

مفهوم پردازی سبک زندگی به عنوان مسأله‌ای پژوهشی به دوران کلاسیک این رشته در قرن ۱۹ میلادی بازمی‌گردد. در این زمان تمرکز اصلی پیشگامان جامعه‌شناسی در کنار توضیح تفاوت‌های جامعه و اجتماع بررسی اشکال و الگوهای سبک زندگی انسان‌ها در جامعه جدید بود (صمیم، ۱۳۹۳).

«امروزه مفهوم سبک در زبان انگلیسی در معانی مختلفی مانند نوع، روش، سبک اثاثیه، شکل دادن یا طراحی چیزی، کیفیت برتر در ظاهر، طراحی یا رفتار، تطابق با معیار شناخته شده، شیوه‌ای که برآورده و مناسب پنداشته می‌شود، خصوصاً در رفتار اجتماعی، زیبایی، ظرافت یا سهولت، شیوه یا تکنیک (وبستر، ۲۰۰۴: ۵۴۸)، نحوه‌ی عرضه، خصوصاً در موسیقی یا یکی از هنرهای زیبا، ترکیب طرح‌های مشخص ادبی یا فرضیه‌های هنری (وبستر، ۱۹۹۶: ۹۸)، شیوه‌ای که در آن چیزی گفته یا انجام می‌شود مثل سبک سخنرانی یا نوشتن (آمریکن هریتیج، ۲۰۰۰: ۶۲۴) و طریقه‌ی نوشتار و یا گفتار که در مقابل محتوا قرار دارد، طریقه‌ی انجام چیزی به خصوص زمانی که ویژگی یک هنرمند یا دوره‌ی هنری باشد (آکسفورد، ۱۹۸۷: ۲۳۵) به کار می‌رود. علاوه بر آن، شیوه و روش انجام چیزی خصوصاً شیوه‌ای که برای فرد یا گروهی از مردم، تمایز دهنده فرد یا گروه یا سطح خاصی باشد (وبستر، ۱۹۹۶: ۴۵۲). طرز نگرش خاص فردی و

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

سلیقه که بیانگر و ممیز راه زندگی است (وبستر، ۲۰۰۴: ۲۱۴) و شیوه‌ی انجام چیزی، خصوصاً راهی که نشان دهنده تأکید بر نگرش خاص یا مشخصه‌ی دوره‌ی معینی باشد (ام. اس. ان. انکارتا، ۲۰۰۴: ۲۳۶) تحت عنوان سبک زندگی بیان می‌شود» (نیازی، ۱۳۹۰).

در دهه‌های اخیر، کاربرد مفهوم سبک زندگی مطابق با تحولات فرهنگی و اجتماعی تغییر کرده است، تا پیش از جنگ جهانی دوم مفهوم سبک زندگی چندان اهمیتی نداشت و اصولاً با این نام از آن یاد نمی‌شد. پس از جنگ جهانی دوم با گسترش پایه‌های اجتماعی دولت رفاه و به وجود آمدن امکان عملی تولید و مصرف انبوه کالاها، به ویژه کالاهای فرهنگی سبب گردید که شیوه‌های زندگی تنوع بسیار بالایی بیابند. همچنین رشد اقتصادی، ماشینی شدن کار، افزایش دستمزدها و گسترش وسایل تفریح و فراغت، جامعه‌ای را پدید آورد که تمایزات سنتی در آن تا اندازه‌ای محو شدند. بدین معنا که هر فرد و گروه اجتماعی تنها می‌توانست از طریق تنوعی که در انتخاب شغل، محل زندگی، آرایش و پوشاک خود، سلیقه‌های هنری و زیباشناختی، انتخاب سرگرمی‌ها و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و حتی شیوه‌های عملی و اخلاقی و دینی خویش در جامعه پیش می‌گرفت، خود را از دیگران متمایز کند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۲). بنابراین نیاز به مفاهیمی جدید برای تحلیل جامعه که بتوانند تحول پدید آمده را در خود بروز داده باشند و برنامه‌ی پژوهشی جدیدی را نیز پیش روی علوم اجتماعی قرار دهند به وجود آمد. در این ارتباط مفهوم سبک زندگی به کار برده شد (ازکیا و حسینی، ۱۳۸۷: ۲۱). سبک زندگی از مفاهیمی است که با وجود این که به طور ضمنی در اندیشه و آرای ماکس وبر و تورستن وبلن وجود دارد، ولی حیات آن متعلق به دو دهه اخیر متأثر از کارهای پیر بوردیو و تحول در نظام طبقاتی و شکل‌گیری زندگی شهری با جوانان و نسل جدید است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۲۱). سبک زندگی مفهومی متفاوت از روش زندگی است. اگر فرد در مقام راوی نگریسته شود، آنگاه روایت وی تا حد زیادی به خود وی به مثابه عامل بستگی خواهد داشت و از همین

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

جاست که مفهوم شیوهی زندگی از مفهوم روش زندگی متمایز می‌شود؛ زیرا روش زندگی بیانگر شیوه‌های رفتاری و الگوهای نگرشی و کنشی رایج در یک خرده فرهنگ یا قوم است. حال آن‌که مفهوم شیوهی زندگی تأکید بیشتری بر خلاقیت و آزادی کنشگر در ساختن هویت خود از طریق انتخاب‌های مصرفی دارد (آزادارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱).

بررسی پیشینه‌های تجربی در زمینه سبک زندگی در ایران نشان می‌دهد که سابقه پژوهش در این زمینه به کمتر از ۲۰ سال می‌رسد. البته مطالعاتی که به این مهم در ایران پرداخته‌اند در طول یک دهه‌ی اخیر رشد چشمگیری داشته‌اند. از پژوهش‌هایی که به بررسی ابعاد نظری جامعه‌شناسانه‌ی این مفهوم پرداخته‌اند (اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱)، مهدوی کنی (۱۳۸۶)) تا پژوهش‌هایی که بررسی مؤلفه‌های متفاوت سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی در میان مردم، جوانان و زنان پرداخته‌اند، تا پژوهش‌هایی که به بررسی رابطه‌ی سبک زندگی با هویت ملی، هویت اجتماعی، مدیریت بدن، نوع پوشش و دینداری و ... پرداخته‌اند، گستره‌ی بلند مطالعاتی این مفهوم را در ایران تشکیل می‌دهند.

فرا تحلیل در پاسخ به یک بحران روش‌شناختی که در دهه‌ی ۸۰ میلادی به اوج خود رسیده بود به وجود آمد و توسعه یافت، در عین حال بستر لازم برای اجرای آن نیز وجود داشت، این بستر چیزی نبود جز انباشت پژوهش‌ها با نتایج متناقض (مهری، ۱۳۹۰). این روش در زمره‌ی مهم‌ترین و روزآمدترین رویکردها و روش‌های علمی است که به شکل متمایزی از روش‌های سنتی امکان تلخیص، ادغام، ترکیب (سنتز) و تفسیر داده‌ها، شواهد و نتایج پژوهش‌های کمی و کیفی و حتی بسط و گسترش نظریه‌ها و مدل‌های مفهومی را در بسیاری از حوزه‌های مطالعاتی از جمله علوم اجتماعی و رفتاری فراهم می‌کند.

از بین ۵۰ مقاله‌ی یافت شده که به مطالعه‌ی سبک زندگی پرداخته‌اند، ۱۲ مقاله که به بررسی سبک

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند به شکل عمیق مطالعه و مرور شده است. زنان و جوانان در دنیای امروز به عنوان نیروهای تغییر و اثرگذار در جامعه شناخته می‌شوند. با توجه به اهمیت هرچه بیشتر نقش اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... زنان و جوانان در ساختن و بازآفرینی الگوها و رفتارهای مصرفی (سبک زندگی)، تأکید ما در این مقاله معطوف به زنان و جوانان است. این مقاله می‌کوشد ضمن مروری نظری بر مفهوم سبک زندگی، به مطالعه‌ای فراتر از آنچه تا به حال در این حوزه انجام شده است بپردازد. هدف اساسی این مقاله بررسی این نکته است که کدام یک از مؤلفه‌های سبک زندگی که به مطالعه‌ی زنان و جوانان در ایران پرداخته‌اند برای پژوهشگر ایرانی از اهمیت بیشتری برخوردار بوده است. به همین منظور از روش فراتحلیل برای دستیابی به این نکته اساسی استفاده شده است.

ادبیات نظری

در حوزه علوم اجتماعی، برخی مفاهیم و اصطلاحات وجود دارد که بررسی ادبیات نظری مرتبط با آن‌ها کار دشواری نیست و محقق می‌تواند نظریه‌های مرتبط را به راحتی دسته‌بندی و تشریح نماید. اما مفهوم سبک زندگی این خصوصیت را ندارد و تنوع و فراوانی آرای و اندیشه‌ها در آن به حدی گسترده است که محقق دچار دلزدگی و سردرگمی می‌شود. نخستین بار لیزر در سال ۱۹۶۳ سبک زندگی را بر اساس الگوهای خرید کالا تعریف کرد (فاضلی، ۱۳۸۶). در بدنه دانش و پیشینه‌ی جامعه‌شناسی، از مقوله‌ی سبک زندگی دو نوع مفهوم پردازی متفاوت به عمل آمده است. در مفهوم پردازی نخست که سابقه آن به دهه ۱۹۲۰ بازمی‌گردد، سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی است؛ اما در فرمول بندی دوم سبک زندگی، نه راهی برای شناسایی طبقه اجتماعی، بلکه صورت بندی اجتماعی نویی دانسته می‌شود که فقط در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۲۲). از نظر شماری از محققان دیگر این اصطلاح را می‌توان ذیل دو تعریف

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

کلی دسته‌بندی کرد: دسته‌ی اول، مجموعه تعاریفی است که سبک زندگی را از جنس رفتار می‌دانند و ارزش‌ها، نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های ذهنی افراد را از دایره این مفهوم بیرون می‌گذارند. جهت‌گیری دوم، ارزش‌ها و نگرش‌ها را نیز بخشی از سبک زندگی می‌داند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۷). در ذیل دیدگاه‌های جامعه‌شناسانی که به این حوزه پرداخته‌اند مرور گردیده است.

زیمل سبک زندگی را مجموعه‌ای از واکنش‌های عینی انسان مدرن به تحریکات عصبی نهفته‌ای می‌داند که در ذات تحولات و تغییرات سریع و بدون وقفه‌ی محرک‌های بیرونی و درونی جامعه جدید وجود دارد. به اعتقاد او سبک زندگی، تجسم تلاش انسان برای یافتن ارزش‌های بنیادین یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران است. به عبارت دیگر انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت برتر)، شکل (صورت)‌های رفتاری‌ای را برمی‌گزیند. زیمل توان چنین‌گزینشی را «سلیقه» و این اشکال به هم مرتبط را «سبک زندگی» می‌نامد (زیمل، ۱۹۰۸: ۳۱۴؛ به نقل از مهدوی کنی). او هم‌چنین سبک زندگی را، عینیت بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته شده‌ی اجتماعی تعریف می‌کند، نوعی بیان فردیت برتر و یکتایی در قالبی است که دیگری (یا دیگران) این یکتایی را درک کنند (زیمل، ۱۹۹۰: ۴۶۳). اگر بخواهیم با برداشت از عبارت‌های متعدد زیمل، تعریفی را پیشنهاد کنیم این تعریف عبارت است از: «سبک زندگی، کل به هم پیوسته‌ی صورت‌هایی است که افراد یک جامعه، مطابق انگیزه‌های درونی و سلیق خودشان و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازنی میان شخصیت ذهنی و زیست محیط عینی و انسانی‌شان به انجام می‌رسانند، برای زندگی خود برمی‌گزینند» (مهدوی کنی، ۱۳۸۶). به عبارت دیگر شیوه تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (معماری و اثاثیه)، شیوه‌های گذران اوقات

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

فراغت و تفریح، فضای مفهومی سبک زندگی را در دیدگاه زیمل شکل می‌بخشد.

وبلن در کتاب نظریه طبقه تن آسا، طبقه‌ای را ترسیم می‌کند که در آن افراد تن‌آسایی و رفاه خود را نمایش می‌دهند و مصرف را نه برای رفع نیاز، بلکه برای کسب اعتبار اجتماعی و جلب توجه انجام می‌دهند. او ثروت را عامل اساسی تمایز بین افراد و رسیدن به جایگاه‌های برتر اجتماعی می‌داند که باید نمود بیرونی داشته باشد. به بیانی دیگر مالکیت ثروت می‌تواند پول اجتماعی غیرنقدی بسیار ارزشمندتری نسبت به دلارهای نقدی به ما اعطاء کند (کاریگن، ۲۰۰۴: ۲۱). وبلن سبک زندگی را الگوی رفتارهای جمعی از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری می‌داند. در جای دیگر سبک زندگی فرد را تجلی رفتاری مکانیسم روحی، عادات فکری و معرفت قلمداد می‌کند (وبلن، ۱۹۲۵: ۱۰۵). بر این اساس وبلن از مصرف متظاهرانه و نمایشی طبقه تن آسا بحث می‌کند که افراد آن سعی دارند با مصرف اموری متفاوت، خویش و طبقه‌شان را از دیگران متمایز سازند. طبق نظریه وبلن می‌توان گفت که سبک زندگی افراد از خلال اعمال و کردارها (فعالیت‌های فراغتی)، خودآرایی (نوع پوشش و پیروی از مد)، شیوه‌های تغذیه و ... قابل درک و شناسایی است.

وبر مفهوم سبک زندگی را برای تبیین و تشریح قشربندی و نابرابری اجتماعی به کار می‌گیرد. او در مطالعات گسترده تاریخی خود روشن ساخت که نمی‌توان کنش‌های اجتماعی را صرفاً با اتکاء به مفاهیم اقتصادی درک کرد، چرا که حتی در ارزیابی منافع اقتصادی نیز اندیشه‌های ناشی از خرده فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی موثرند (بندیکس، ۱۳۸۲: ۹۸). او بی‌آن‌که بخواهد اهمیت شرایط اقتصادی را انکار کند، تحلیل پیچیده‌تری از جامعه و قشربندی‌ها و شکاف‌های آن عرضه می‌کند. به اعتقاد او تعاریف اقتصادی نمی‌تواند به تنهایی شرایط شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی را توضیح دهد. از همین رو جهت توضیح چگونگی تأثیر نفوذ ایده‌ها بر شکل‌گیری گروه‌ها مفهوم «موقعیت منزلتی» را مطرح می‌سازد. «موقعیت منزلتی» به هر

جز از سرنوشت انسان‌ها که از طریق ارزیابی مثبت یا منفی از حیثیت اجتماعی تعیین می‌شود اشاره دارد (وبر، ۱۳۸۲: ۲۱۴). دنیس رانگ^۱ در مقاله‌ای در مورد اندیشه‌های وبر می‌گوید: «منظور وبر از «سبک زندگی» ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه احساس هویت جمعی می‌بخشد و نه آن‌طور که در حال حاضر، معمولاً این اصطلاح به کار می‌رود. یعنی به منزله روش یا راه زندگی که به سبب سازگاری‌اش با نیازهای روان‌شناختی افراد، آزادانه انتخاب می‌شود» (توسلی، ۱۳۷۳: ۱۲). مککی در مورد دیدگاه وبر می‌گوید: «آن‌چه وبر سبک زندگی می‌نامد به روش‌هایی بازمی‌گردد که طبقات و گروه‌های هم‌رتبه از نوعی زندگی پدید می‌آورند، به عبارتی الگوی فرهنگی رفتار و مجموعه‌ای از باورها. هر یک از طبقات اجتماعی، سبک زندگی خود را پرورش می‌دهند و «جهان‌بینی» متمایزی را به نمایش می‌گذارند. روشی از نگاه به زندگی که تجربیات اجتماعی ویژه خود و روابطش را با دیگر گروه‌های اجتماعی بیان می‌کند.» (مککی، ۱۹۹۶: ۲۷۵). بنابراین وبر سبک زندگی را معادل قشر بندی نمی‌داند بلکه معرف آن می‌شناسد. به بیان دیگر آن را چیزی معرفی می‌کند که مرزهای نامشخص موقعیت و قشر اجتماعی را تعیین می‌کند (یو، ۱۹۹۰: ۵). وبر سبک زندگی را از جنس رفتار می‌داند که تمایلات، آن را هدایت می‌کند و فرصت‌های زندگی بستر بروز آن را فراهم می‌کند (هندری و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۳۱ و ۲۳۲). مؤلفه‌های سبک زندگی مورد نظر وبر، شیوه‌های کردار و عمل، طرز لباس پوشیدن و سخن گفتن، در کل اندیشه‌ها و رفتارهای نشان‌دهنده گروه منزلتی متمایز هستند. «تمایز» مهم‌ترین اثر بوردیو در زمینه سبک زندگی است که در بردارنده‌ی پیمایش اجتماعی در این حوزه است. از نظر او آشنایی با مفهوم سبک زندگی از طریق بررسی مفهوم طبقه اجتماعی به دست می‌آید. از نظر او طبقات از یک منظر عینی، گروه‌بندی‌هایی از افراد هستند که از طریق اولویت بندی، شبیه و

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

یا نزدیک به هم هستند و جایگاه‌هایی را اشغال می‌کنند. اما جدا از اشغال جایگاه‌های مشترک که به نحو عینی در نظر گرفته می‌شود، افراد باید به یک سبک شناخت جمعی از هویت خود به عنوان عامل تمایز از سایر گروه‌ها و طبقات نیز دست یابند تا بتوانند به عنوان طبقه اجتماعی شناخته و پذیرفته شوند و همچنین از یک منش مشترک برخوردار باشند (جنکینز، ۱۹۹۶: ۸۸). خلاصه دیدگاه بورديو این است که افراد و گروه‌ها در یک جامعه دارای موقعیت‌های متفاوت و متمایزی هستند. فرد یا گروه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن یک نظام طبقه‌بندی اجتماعی را در ذهن خود پدید می‌آورند این نظام مجموعه‌ای از ترجیحات و انتخاب‌ها (سلیقه) را در ذهن فرد یا افراد تولید می‌کند که معنا (ارزش)‌هایشان از خلال روابط و تضادها درک می‌شود. به عبارت دیگر معنایشان ذاتی نیست بلکه رابطه‌ای است. این ترجیحات و انتخاب‌ها وقتی در محدوده توانایی‌های (سرمایه‌های) اقتصادی و نمادین در قالب کنش‌ها و دارایی بروز می‌یابد، سبک‌های زندگی متمایزی پدید می‌آورد و به بیان دیگر نظام اجتماعی بازتولید می‌شود. بورديو این تفاوت‌ها و تمایزها را در قالب نظام طبقاتی و نزاع بر سر فرهنگ مشروع قابل فهم می‌داند. به این ترتیب سبک زندگی اولاً فرصتی است برای تجربه یا اثبات موقعیت فرد در فضای اجتماعی که معمولاً در قالب فاصله‌هایی که در مورد فرد و شئوون او محفوظ داشته است یا رتبه او که تأیید می‌شود خود را نشان می‌دهد و ثانیاً سبک زندگی حاصل نظام طبقه‌بندی اجتماعی است. نظامی که به طور مستمر ضرورت‌ها را به راهبردها تغییر شکل می‌دهد و آن‌ها را به ترجیحاتی بدل می‌کند که فرد بدون آن که تحمیلی حس کند آن‌ها را به عنوان گزینه‌هایی پیش‌روی خود تلقی می‌کند. این‌گزینه‌ها همان سبک‌های زندگی هستند (نوابخش، ۱۳۹۳).

به باور گیدنز سبک‌های زندگی امکانات مختلفی هستند که افراد برای تولید و بازتولید هویت خود از آن استفاده می‌کنند. انسان‌ها به مثابه عاملانی

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

اجتماعی قدرت بازاندیشی دارند. بازاندیشی یعنی اینکه افراد یافته‌های حاصل از نظام‌های انتزاعی را مرتباً در سازماندهی مجدد خویش به کار می‌گیرند و خصلتشان را دگرگون می‌سازند. یکی از پیامدهای این بازاندیشی در دنیای مدرن، پیدایش سبک‌های زندگی است. «به علت بازبودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعداد مراجع مقتدر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد» (گیدنز، ۱۳۸۸: ۷). سبک زندگی مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردهاست که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد، زیرا نه فقط نیازهای جاری و روزمره او را برآورده می‌سازد، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت خود برگزیده است، در برابر دیگران مجسم می‌سازد. در دوره مدرن به دلیل تنوع انتخاب و سبک‌های گوناگون زندگی، افراد به ناچار سبکی را اتخاذ می‌کنند تا از معضل تصمیم‌گیری در هر موقعیت خاصی رهایی یابند. اما این کار بر تغییر هویت شخص و بازتعریف آن تأثیر بسزایی می‌گذارد (همان: ۱۱۹). عادات لباس پوشیدن، خوردن، محیط‌های مورد پسند برای تعامل با دیگران، کار و حرفه افراد، رژیم غذایی و... از جمله مؤلفه‌های سبک زندگی مورد نظر گیدنز هستند.

چانی سبک زندگی را شکل اجتماعی جدیدی می‌داند که نشانگر اولیه هویت هر فرد است. او بر این باور است که سبک‌های زندگی حساسیت‌هایی هستند که در اهمیت‌های اخلاقی، معنوی و زیبایی شناختی نفوذ می‌کنند. از نگاه او مردم سبک‌های زندگی را در زندگی روزمره برای مشخص کردن و تبیین پیچیدگی‌های وسیع‌تر هویت و پیوستگی به کار می‌برند (چانی، ۱۹۹۶: ۱۱ و ۱۲). سبک زندگی زبان هویت اجتماعی در فرهنگ فرد است، روشی نمایشی که فقط خودش را مشخص می‌کند (چانی، ۱۹۹۴: ۱۹۱). از دید او، سبک‌های زندگی جز لاینفک زندگی اجتماعی روزمره در جهان مدرن هستند و نقشی اساسی در تعاملات بین افراد دارند.

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

به همین دلیل، سبک‌های زندگی را باید در بافت محسوس زندگی روزمره افراد شناسایی کرد. سلیقه‌ها و قریحه‌ها و ذایقه‌ها، که در پیوندی تنگاتنگ با سبک زندگی شکل می‌گیرند و نقشی اساسی در نحوه‌ی مصرف کالاهای فرهنگی و در برساختن هویت‌ها دارند، دروازه‌هایی برای ورود به متن زندگی روزمره افراد در جامعه مدرن از نگاه او هستند.

آسا برگر در تعریف سبک زندگی بیشتر به موضوع مد توجه کرده و می‌گوید: «سبک زندگی فراگردی است که از سلیقه فرد در زمینه آرایش مو و لباس تا سرگرمی و تفریح و ادبیات موضوعات مربوط دیگر را شامل می‌شود. کلمه سبک، مد را تداعی می‌کند. پس سبک زندگی در واقع مد یا حالت زندگی یک فرد است. سبک زندگی معمولاً با طبقه اقتصادی - اجتماعی پیوند دارد و در تصویری که از فرد ساخته می‌شود، بازتاب می‌یابد (آسابرگر، ۱۳۷۹: ۱۴۱).

از نگاه سو بل سبک زندگی پدیده‌ای ملموس، قابل مشاهده و یا قابل استنتاج از مشاهده است. پدیده‌ای که به بارزترین وجه در الگوهای مصرف خود را نشان می‌دهد (سو بل، ۱۹۸۱: ۲۸).

میچلن شیز از دریچه‌ی مفاهیمی مثل «کسب پرستیژ»، «سازوکارهای تایید» و «قدرت فرهنگی»، پدیده سبک زندگی را بررسی کرده است. در رویکرد او سبک زندگی مجموعه‌ای از نمادهاست که نقش فعالی در فرایند کسب پرستیژ ایفا می‌کند (شیلز، ۱۹۸۷: ۲۵۳).

پیشینه پژوهش

در میان همه‌ی مقالات علمی-پژوهشی که تمرکزشان بر روی مطالعه سبک زندگی بوده است مطالعه‌ی جامعه شناختی تعداد اندکی را به خود اختصاص داده است (صمیم، ۱۳۹۳). اگر به لحاظ آماری به مقایسه تعداد مقالات چاپ شده در زمینه‌ی پزشکی و روان‌شناسی با جامعه‌شناسی بپردازیم، با این که به نظر می‌رسد سبک زندگی بیش از هر چیز مسأله‌ای جامعه‌شناختی باشد، تعداد مقالاتی که در آن‌ها به مطالعه‌ی پزشکی سبک زندگی پرداخته شده بسیار بیشتر از مقالاتی است که به انعکاس یافته‌های جامعه‌شناختی در این حوزه

پرداخته‌اند. در ایران پژوهشگران زیادی با توجه به نظریه بوردیو و تحقیق تجربی وی با محدود ساختن کانون توجه خود به بعضی از ابعاد سبک زندگی به تحقیق و پژوهش پرداخته‌اند (کرمی قهی و زادسر، ۱۳۹۲). از میان پژوهش‌های فارسی که به این مفهوم پرداخته‌اند می‌توان به آثار زیر اشاره کرد: پایان‌نامه چاووشیان تبریزی (۱۳۸۱) با عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره اخیر مدرنیته» به برآمدن سبک‌های زندگی در راستای تضعیف بنیان‌های مدرنیته و تار و مبهم کردن مرز میان حوزه خصوصی و عمومی پرداخته است. سازگارا (۱۳۸۲) در بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی، سبک مناسب‌گرایانه بازاریان را در مقابل مصرف نوآوران فرهنگی قشر دانشگاهی مورد شناسایی قرار داده است. خانی (۱۳۸۶) با بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان دینداری بر سبک زندگی دانشجویان دانشگاه تربیت معلم، به رابطه بیشتر متغیر دینداری با سبک زندگی دانشجویان در مقایسه با پایگاه اجتماعی-اقتصادی آنان اشاره کرده است. رضوی‌زاده (۱۳۸۳) در بررسی تأثیر ارتباطات در تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی، به گسترش استفاده از تلویزیون و ویدیو و تأثیر آن در تغییر نگرش روستاییان به زندگی شهری، تمایل به مهاجرت و تغییر سبک زندگی پرداخته است. هم‌چنین رضوی‌زاده (۱۳۸۳) در سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان، به مطالعه جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله طبقه متوسط شهری در شهرهای بزرگ پرداخته است. نتایج نشان‌دهنده میزان بالای مصرف فرهنگی است. آنان به‌جای دنباله‌روی صرف از سبک‌های زندگی از پیش تعیین شده، تا حدودی خود دست به تعیین انتخاب‌ها و موقعیت‌ها می‌زنند. هم‌چنین می‌توان از فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی، شماره یک، بهار ۱۳۸۷، ویژه سبک زندگی نام برد که شامل مقالاتی با عنوان خانه، سبک زندگی روستایی و تحولات امروزی (فاضلی، ۱۳۸۷: ۶۴-

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

(۲۵)، سبک زندگی جوانان کافی شاپ (شالچی، ۱۳۸۷: ۱۱۶-۹۳)، جوانان، بدن و فرهنگ تناسب اندام (ذکایی، ۱۳۸۷: ۱۴۲-۱۱۷)، خرده فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی، روندها و چشم‌اندازها در ایران (فکوهی، ۱۳۸۷: ۱۴۳-۱۷۴)، تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی (فاضلی، ۱۳۸۷: ۱۹۸-۱۷۵)، مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۳۰-۱۹۹) و پیامدهای سیاسی مصرف‌گرایی (علیخواه، ۲۵۶: ۱۳۸۷-۲۳۱) می‌باشد. با توجه به مباحث فوق در این مقاله با مطالعه دوازده پژوهش پیرامون سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی، متغیرهای مختلف و مؤثر بر سبک زندگی در پژوهش‌های ایرانی که به مطالعه سبک زندگی زنان و جوانان پرداخته‌اند مورد بررسی قرار گرفته است.

روش تحقیق

این پژوهش با روش فرا تحلیلی انجام شده است. در فرا تحلیلی مورد مطالعه، پژوهش و یا مطالعه‌ای انجام شده‌ی قبلی است. فرا تحلیلی مقید به رویکرد، روش، مسیر و یا فن آماری و ترکیبی خاصی نیست. از رویکرد پراگماتیستی یا عمل‌گرایانه بسیار انعطاف پذیر استفاده کرده و همیشه در پی انجام ترکیب‌ها، تفاسیر و قضاوت‌های عینی و کارآمد در عمل است (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹: ۳۹). فرا تحلیلی به پژوهش‌گران این امکان را می‌دهد که در مقایسه با یک مطالعه و یا مداخله‌ی واحد یا منفرد به شناختی بیشتر از پدیده‌های مورد نظر برسند. معیار اساسی برای انتخاب مقالات این پژوهش برگزیدن مقالاتی است که به سبک زندگی زنان و جوانان در ایران پرداخته‌اند. از آن جا که از بین مقالات برگزیده شده تعدادی به روش کیفی و توصیفی و تعدادی به روش کمی انجام شده‌اند؛ در این پژوهش از هر دو روش کمی و کیفی برای فرا تحلیلی مقالات برگزیده استفاده شده است. از دوازده مقاله‌ی بررسی شده از بین ۸ مقاله‌ای که به روش کمی انجام شده بود. تنها در ۷ مقاله (که ضریب همبستگی در آن‌ها گزارش شده بود و یا امکان محاسبه آن برای ما وجود داشت) امکان فرا تحلیلی به روش کمی و اندازه گیری اندازه‌ی اثر

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

متغیرهای مؤثر بر سبک زندگی برای نویسندگان پژوهش
امکان پذیر بود. مشخصات مربوط به هر کدام در جدول
یک گزارش شده است.

جدول شماره ۱ : مشخصات و متغیرهای مورد بررسی در مقالات مرور شده

کد مقاله	عنوان مقاله	نویسنده	سال انتش ا ر	متغیرهای مرتبط	نوع پژوهش
۱	زنان و بازتعریف هویت اجتماعی	ساروخانی و رفعت‌جابه	۸۳	هویت اجتماعی، سبک زندگی (اوقات فراغت، مشارکت مردان در کارهای خانگی، شیوه‌ی خرید و مصرف)، موقعیت ساختاری	کمی (پیمایشی)
۲	دو جهان ایرانی، مسجد و کافی شاپ	آزاد ارمکی و شالچی	۸۴	سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، گرایش دینی و سیاسی، اعتقاد به نگرش پدرسالارانه، زمینه‌ای (تاهل، تحصیلات، بعدخانوار)، سبک زندگی (اوقات فراغت، منجرهای مصرف، مدیریت بدن)	کمی (پیمایشی) و کیفی (مشاهده مشارکتی)
۳	تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی	فاصلی	۸۶	مصرف فرهنگی (زمان فراغت، فعالیت‌های فراغت)	تحلیل ثانویه
۴	سبک زندگی و پوشش زنان در تهران	حمیدی و فرجی	۸۶	نوع پوشش در چهار فضای اجتماعی (خانه، فضای رسمی، فضای غیررسمی، مجالس و میهمانی‌ها)	کیفی (مصاحبه شبه ساختار یافته)
۵	بررسی تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه موردی جوانان شهر بابل)	کفاشی و همکاران	۸۹	سبک زندگی (مصرف فرهنگی، فعالیت فراغت، مدیریت بدن، الگوی تغذیه، الگوی خرید)، هویت اجتماعی، زمینه‌ای (سن، جنسیت، تحصیلات)	کمی (پیمایشی)
۶	سبک زندگی جوانان (بررسی جامعه شناختی سبک زندگی و مولفه‌های آن در بین دختران و پسران شهر بایلسر)	ابراهیمی و بهنونی	۸۹	سبک زندگی (مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فراغت، مدیریت بدن، الگوی خرید)، سرمایه فرهنگی، زمینه‌ای (جنس، سن، زبان، پایگاه اقتصادی-اجتماعی)	کمی (پیمایشی)
۷	شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان	بشیر و افراسیابی	۹۱	سبک زندگی (نوع پوشش، شیوه‌ی معاووه، ارتباط با جنس مخالف)، زمینه‌ای (سن، تحصیلات، جنس)	اسنادی و کمی (پیمایش اینترنتی)
۸	بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر	زارع و فلاح	۹۱	سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سبک زندگی (مصرف فرهنگی، مصرف مادی، فعالیت‌های فراغت)، زمینه‌ای (جنس، سن، تحصیلات)	کمی (پیمایشی)

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

	بر آن		
۹ مناسبات بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی	محمدی و مکاران	۹۱	، تاهل، پایگاه اقتصادی- اجتماعی) سرمایه فرهنگی، سبک زندگی (الگوهای روابط اجتماعی، فعالیت فراغت، الگوی خرید، مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، مد و سلیقه)، متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنسیت، تحصیلات)
۱۰ بررسی رابطه سبک زندگی و دین داری (مطالعه موردی زنان بیست ساله و بیشتر شهر تهران)	کرمی قهی و زادسر	۹۲	سبک زندگی (مدیریت بدن، روابط بین شخصی، هنجارهای مصرف)، انواع دین‌داری، زمینه‌ای (سن، وضعیت تاهل، با- یگاه اقتصادی- اجتماعی)
۱۱ مطالعه کیفی سنخ شناسی سبک‌های زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد	قادرزاده و ایراندوست	۹۳	سبک زندگی (مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فراغتی، هنجارهای مصرف، شاخص‌های اعتقادی و دینی)
۱۲ تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز	ایمان و مرحمتی	۹۴	سرمایه فرهنگی، سبک زندگی (فعالیت‌های فراغتی، مدیریت بدن، ترجیحات غذایی، ترجیحات موسیقیایی، الگوی انتخاب لباس)، زمینه‌ای (سن، جنس، تاهل، وضعیت اشتغال فرد و والدینش، هویت‌طبقاتی، گرایش‌دینی)

یافته‌های تحقیق

در این بخش ابتدا به توصیف مقالات مورد بررسی پرداخته و پس از آن متغیرهای تحقیق مورد تحلیل قرار گرفته است.

(الف) یافته‌های توصیفی

در این قسمت یافته‌های توصیفی تحقیق ارائه می‌شود. ابتدا دسته‌بندی پژوهش‌های مورد بررسی طبق ملاک‌های مختلف از جمله روش مورد مطالعه، جنس، میدان انجام تحقیق، تکنیک تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات، شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه پژوهش‌ها و ضرایب همبستگی متغیرهای مختلف موثر بر سبک زندگی ارائه می‌گردد.

۱- توصیف تحقیقات بر حسب روش مطالعه

از میان ۱۲ مقاله‌ی مطالعه شده در این پژوهش، نزدیک به ۷۰ درصد پژوهش‌ها با روش کمی و با ابزار پرسشنامه انجام شده‌اند. این در حالی است که سهم پژوهش‌های ترکیبی و کیفی در میان پژوهش‌های انجام شده در این حوزه بسیار اندک است. گستردگی ابعاد و مؤلفه‌های سبک زندگی باعث شده است که پژوهشگر ایرانی ناگزیر به استفاده از شیوه‌های کمی شود. با این وجود نباید از نظر دور داشت که بررسی عمیق و دقیق مؤلفه‌های سبک زندگی در بین پاسخگویان

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

و نوع و شدت ارتباط آن‌ها با متغیرهای دیگر زمانی
قابل اعتنا تر است که استفاده از رویکردهای کیفی و
ترکیبی در این حوزه با اقبال بیشتری از سوی
پژوهشگران روبه‌رو شود.

جدول شماره ۲: توزیع تحقیقات بر حسب روش مطالعه

ردیف	نوع روش	فراوانی	درصد
۱	کمی- پرسشنامه	۸	۶۶.۶۶
۲	کیفی- مصاحبه	۲	۱۶.۶۶
۳	ترکیبی	۲	۱۶.۶۶
۴	جمع	۱۵	۱۰۰

۲- توصیف تحقیقات بر حسب جنس
تأکید پژوهش‌های مطالعه شده بر مطالعه سبک
زندگی زنان یا جوانان، نشان می‌دهد که جای مطالعه
سبک زندگی مردان به طور خاص در پژوهش‌های مربوط به
این حیطة خالی است. بیش از ۹۰ درصد پژوهش‌ها به
مطالعه‌ی سبک زندگی هر دو جنس زن و مرد و یا زنان
به طور خاص پرداخته‌اند. در حالی که سهم پژوهش‌های
اختصاص یافته به مطالعه مردان در مطالعات مورد
بررسی تنها یک مورد (کمتر از ۹ درصد) بوده است. از
بین ۵۰ چکیده‌ی مرور شده نیز تنها همین یک مورد به
بررسی سبک زندگی مردان توجه کرده است. در صورتی
که توجه به بررسی سبک زندگی زنان به طور خاص
بسیار بیشتر است.

جدول شماره ۳: توزیع تحقیقات بر حسب جنس

ردیف	جنس	فراوانی	درصد
۱	فقط زنان	۳	۲۵
۲	فقط مردان	۱	۸.۳۳
۳	هر دو	۸	۶۶.۶۶
۴	جمع	۱۵	۱۰۰

۳- توصیف تحقیقات بر حسب شهر مورد مطالعه
تهران به دلیل جمعیت زیاد، مهاجرین فراوان،
و تنوع شیوه‌های زیستی که در آن وجود دارد همواره

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

برای پژوهشگر ایرانی جذاب بوده است. از بین پژوهش‌های مرور شده بیشترین تعداد مطالعات انجام شده در حوزه سبک زندگی اختصاص به شهر تهران دارد. به شکلی که جامعه آماری نزدیک به نیمی از پژوهش‌ها شهروندان تهرانی بوده اند.

جدول شماره ی ۴ : توزیع تحقیقات بر حسب شهر مورد مطالعه

ردیف	میدان تحقیق	فراوانی	درصد
۱	تهران	۵	۴۱.۶۶
۲	شیراز	۱	۸.۳۳
۳	سندج	۱	۸.۳۳
۴	بابلسر	۱	۸.۳۳
۵	بابل	۱	۸.۳۳
۶	مهاباد	۱	۸.۳۳
۷	سایر	۲	۱۶.۶۶
۸	جمع	۱۲	۱۰۰

۴- توصیف تحقیقات بر حسب تکنیک جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات در جدول زیر مقالات مورد بررسی بر حسب تکنیک تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات و شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه ارائه شده است.

جدول شماره ی ۵ : توزیع متون تحقیقاتی مورد بررسی بر حسب تکنیک تجزیه تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات و شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه

کد مقاله	تکنیک تجزیه و تحلیل	تکنیک جمع‌آوری اطلاعات	شیوه نمونه‌گیری	حجم نمونه
۵				
۱	توصیفی، تحلیل عاملی، رگرسیون، تحلیل مسیر	پرسشنامه	چندمرحله‌ای تصادفی	۳۸۴
۲	توصیفی	پرسشنامه، مشاهده مشارکتی	خوشه‌ای	تعداد دقیق ذکر نشده
۳	توصیفی	تحلیل ثانویه	ذکر نشده	۳۹۲
۴	تحلیل کیفی	مصاحبه شبه ساختاریافته	گلوله برفی	۴۰
۵	رگرسیون، تحلیل مسیر	پرسشنامه	خوشه‌ای	۲۵۰
۶	توصیفی، آزمون t، تحلیل واریانس، همبستگی پیرسون	پرسشنامه	تصادفی ساده	۱۹۱
۷	توصیفی	پرسشنامه	غیراحتمالی راحت	۲۲۸
۸	توصیفی، همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس، تحلیل رگرسیون	پرسشنامه	خوشه‌ای	۳۹۸

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

۲۲۰	خوشه ای	برسنامه	توصیفی، آزمون t، همبستگی	۹
۳۶۱	خوشه ای	برسنامه	توصیفی، همبستگی d سامرز، تحلیل رگرسیون	۱۰
۲۵	نمونه‌گیری نظری	مصاحبه عمیق	تحلیل کیفی	۱۱
۴۵۱	چندمرحله‌ای تصادفی	برسنامه	توصیفی، ضریب همبستگی پیرسون، کای اسکور	۱۲

۵- اندازه اثر همبستگی متغیرهای مستقل تأیید شده در مقالات با سبک زندگی
جدول زیر ضریب همبستگی متغیرهای مستقل مختلف را با سبک زندگی که از نظر نویسندگان مقالات بررسی شده معنادار بوده‌اند نشان می‌دهد. متغیر سرمایه فرهنگی با ۴ بار تکرار بیشترین میزان تکرار را در پژوهش‌های مطالعه شده داراست. متغیرهای زمینه‌ای (سن، تحصیلات، جنسیت، پایگاه اقتصادی- اجتماعی)، هویت اجتماعی و میزان دینداری با مقدار تکرار کمتر پس از آن قرار دارند.

جدول شماره ۶: همبستگی متغیرهای مختلف با سبک زندگی

ردیف	کدمقاله	متغیر	ضریب همبستگی
۱	۸	سرمایه فرهنگی	۰.۱۷۰
۲	۱۲	سرمایه فرهنگی	۰.۳۹۰
۳	۶	سرمایه فرهنگی	۰.۴۷۰
۴	۹	سرمایه فرهنگی	۰.۳۷۱
۵	۱۲	سن	-۰.۱۵۳
۶	۱۰	سن	۰.۱۳۹
۷	۹	سن	-۰.۲۶۵
۸	۹	تحصیلات	۰.۳۱۱
۹	۱۲	تحصیلات	۰.۱۲۷

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

۰.۱۱۰	هویت اجتماعی	۱	۱۰
۰.۲۸۵	هویت اجتماعی	۵	۱۱
-۰.۰۰۲	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۶	آنتی بادی ۱۳
۰.۱۱۲	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۸	
-۰.۱۶۲	دینداری	۱۰	۱۴
-۰.۲۳۱	دینداری	۱۲	۱۵
۰.۱۲۱	جنسیت	۶	۱۶
۰.۹۲۰	جنسیت	۹	۱۷
۰.۲۳۸	زبان مادری	۶	۱۸
۰.۱۱۲	سرمایه اجتماعی	۸	۱۹
۰.۳۱۱	سرمایه اقتصادی	۸	۲۰
۰.۹۹۰	تأهل	۹	۲۱

ب) فرا تحلیل و تلفیق اندازه اثر عوامل موثر بر سبک زندگی در این بخش مقالات مربوط به سبک زندگی زنان و جوانان که با روش کمی انجام شده است تحلیل گردیده است. در این ارتباط همبستگی بین متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، هویت اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، میزان دینداری و متغیرهای زمینه‌ای با سبک زندگی زنان و جوانان در مقالات مورد بررسی ارائه گردیده است. یکی از روش‌های بسیار ساده ترکیب اندازه اثر متغیرها محاسبه میانگین آنهاست که تنها در صورتی که توزیع نمونه‌ها نرمال باشند کاربرد دارد. بنابراین می‌بایست برای ترکیب اندازه اثر متغیرها ابتدا با استفاده از

فرمول فیشر $(Z = \frac{1}{2} \log \frac{1+r}{1-r})$ ، اندازه اثر را به اندازه Z استاندارد تبدیل نموده و سپس با استفاده از

$$\sigma^2(z_+) = \frac{1}{\sum_{i=1}^k (n_i - 3)}$$

فرمول $(\sum_{i=1}^k (n_i - 3))$ می‌توان اندازه اثرهای استاندارد شده را تلفیق نمود (انتظاری و مهری، ۱۳۹۱: ۵۲-۵۵). تمامی مراحل فوق به کمک نرم افزار cma انجام شده و نتایج ذیل به دست آمدند. اندازه اثر کلیه متغیرها در شکل شماره یک گزارش شده است.

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

در جدول شماره ۷ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰.۲۸۸ و ۰.۳۸۳ قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد؛ بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۹۹ تأیید می گردد.

جدول شماره ۷ : همبستگی میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۸	۰.۱۷۰	۰.۱۷۲	۳۹۸	۰.۰۷۳	۰.۲۶۴	۰.۰۰۱
۲	آنتی بادی	۰.۳۹۰	۰.۴۱۲	۴۵۱	۰.۳۰۹	۰.۴۶۶	۰.۰۰۰
۳	۶	۰.۴۷۰	۰.۵۱۰	۱۹۱	۰.۳۵۱	۰.۵۷۴	۰.۰۰۰
۴	۹	۰.۳۷۱	۰.۳۹۰	۳۲۰	۰.۲۷۲	۰.۴۶۲	۰.۰۰۰
	ترکیب	۰.۳۳۶			۰.۲۸۸	۰.۳۸۳	۰.۰۰۰

در جدول شماره ۸ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان سن و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰.۱۵۱- و ۰.۰۳۵- قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد؛ بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۹۹ تأیید می گردد.

جدول شماره ۸ : همبستگی میان سن و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۱۲	-۰.۱۵۳	-۰.۱۵۴	۴۵۱	-۰.۲۴۲	-۰.۰۶۲	۰.۰۰۱
۲	۱۰	-۰.۱۳۹	۰.۱۴۰	۳۶۱	۰.۰۳۶	۰.۲۳۹	۰.۰۰۸
۳	۹	-۰.۲۶۵	-۰.۲۷۱	۳۲۰	-۰.۳۶۴	-۰.۱۶۰	۰.۰۰۰
	ترکیب	-۰.۰۹۳			-۰.۱۵۱	-۰.۰۳۵	۰.۰۰۲

در جدول شماره ۹ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان تحصیلات و سبک

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰.۱۳۶ و ۰.۲۷۲ قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد؛ بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۹۹ تأیید می گردد.

جدول شماره ۹: همبستگی میان تحصیلات و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۹	۰.۳۱۱	۰.۳۲۲	۳۲۰	۰.۲۰۸	۰.۴۰۷	۰.۰۰۰
۲	۱۲	۰.۱۲۷	۰.۱۲۸	۴۵۱	۰.۰۳۵	۰.۲۱۷	۰.۰۰۰۷
ترکیب		۰.۲۰۵			۰.۱۳۶	۰.۲۷۲	۰.۰۰۰

در جدول شماره ۱۰ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان هویت اجتماعی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰.۱۰۴ و ۰.۲۵۵ قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد؛ بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۹۹ تأیید می گردد.

جدول شماره ۱۰: همبستگی میان هویت اجتماعی و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۱	۰.۱۱۰	۰.۱۱۰	۲۸۴	۰.۰۱۰	۰.۲۰۸	۰.۰۲۱
۲	۵	۰.۲۸۵	۰.۲۹۳	۲۵۰	۰.۱۶۷	۰.۳۹۵	۰.۰۰۰
ترکیب		۰.۱۸۰			۰.۱۰۴	۰.۲۵۵	۰.۰۰۰

در جدول شماره ۱۱ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰.۰۲۹ و ۰.۱۸۹ قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد؛ بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۹۹ تأیید می گردد.

جدول شماره ۱۱: همبستگی میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
------	----------	------------	----------------------	-----------	----------	---------	------------

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

۰.۰۰۰۷	۰.۱۳۹	-۰.۱۴۵	۱۹۱	۰.۲۲۲	-۰.۰۰۰۳	۶	۱
۰.۰۰۰۱	۰.۲۵۶	۰.۰۶۵	۳۹۸	۰.۱۲۸	۰.۱۶۳	۸	۲
۰.۰۰۰۸	۰.۱۸۹	۰.۰۲۹			۰.۱۰۹		ترکیب

در جدول شماره ۱۲ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان سرمایه اجتماعی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰.۰۶۵ و ۰.۲۵۶ قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد؛ بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۹۹ تأیید می گردد.

جدول شماره ۱۲: همبستگی میان سرمایه اجتماعی و سبک زندگی

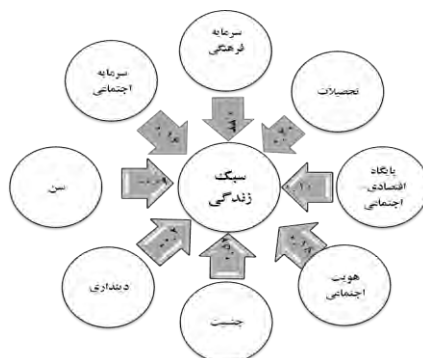
ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۸	۰.۱۶۲	۰.۱۶۳	۳۹۸	۰.۰۶۵	۰.۲۵۶	۰.۰۰۰۱
		۰.۱۶۲			۰.۰۶۵	۰.۲۵۶	۰.۰۰۰۱
							ترکیب

در جدول شماره ۱۳ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان دین داری و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد -۰.۲۶۶ و -۰.۱۳۴ قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد؛ بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰.۹۹ تأیید می گردد.

جدول شماره ۱۳: همبستگی میان دینداری و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۱۰	-۰.۱۶۲	-۰.۱۶۳	۳۱۱	-۰.۲۶۱	-۰.۰۶۰	۰.۰۰۰۲
۲	۱۲	-۰.۲۳۱	-۰.۲۳۵	۴۵۱	-۰.۳۱۷	-۰.۱۴۲	۰.۰۰۰۰
		-۰.۲۰۱			-۰.۲۶۶	-۰.۱۳۴	۰.۰۰۰۰
							ترکیب

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان



شکل شماره ۱ : اندازه اثر متغیرهای مختلف بر سبک زندگی

بحث و نتیجه‌گیری

افراد هر جامعه، دارای نوع خاصی از رفتار و کنش و طرز فکر و اعتقاد هستند که سبک زندگی و شیوه‌ی زیست آنان را تشکیل می‌دهد. هر فرد ممکن است در برهه‌های زمانی مختلف دارای سبک‌های زیست مختلفی باشد، اما چیزی که مشخص است آن است که می‌توان این سبک‌های زندگی را به وسیله‌ی معیارها و مؤلفه‌هایی شاخصه‌بندی کرد و افراد را به وسیله‌ی آن‌ها گروه‌بندی نمود. به بیانی دیگر علی‌رغم اینکه افراد ممکن است دارای انواع مختلفی از سبک زندگی باشند، می‌توان آن‌ها را بر اساس یک سری الگوهای مشخص دسته‌بندی کرد. پژوهش حاضر با هدف تحلیل مطالعات مبتنی بر سبک زندگی در ایران انجام شده است. از بین ۵۰ مقاله‌ی جستجو شده در تارنماهای فارسی نمایه‌کننده مقالات علمی-پژوهشی ۱۲ مقاله به شکل عمیق مرور و مطالعه شده است. معیار انتخاب مقالات تمرکز آن‌ها بر روی سبک زندگی زنان و جوانان بوده است. همچنین تلاش شده است مقالاتی برگزیده شود که سبک زندگی در آن‌ها به عنوان متغیر وابسته مطالعه شده باشد. سبک زندگی از مفاهیم نسبتاً نو و جوان در پژوهش‌های جامعه‌شناسانه ایرانی است. مؤید این مطلب تعداد اندک پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه نسبت به سایر حوزه‌هایی است که جامعه‌شناسی در ایران به آن پرداخته است. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که در اغلب پژوهش‌ها سبک زندگی به عنوان

یکی از متغیرهای مستقل سنجیده شده است. کمتر پژوهشی است که محقق در آن سبک زندگی را به عنوان متغیر وابسته بررسی کرده باشد و تأثیر سایر متغیرهای مختلف بر آن راسنجیده باشد. پژوهش‌هایی که به مطالعه ابعاد و مؤلفه‌های سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند اغلب ابعاد خاصی از سبک زندگی آنان را مورد مطالعه قرار داده‌اند. عمده‌ی نویسندگان مقالات و پژوهش‌گران از سه مؤلفه‌ی اوقات فراغت، مصرف و مدیریت بدن برای توضیح و توصیف سبک زندگی جامعه‌ی آماری خود استفاده کرده‌اند. این در حالی است که به قول یکی از منتقدان بوردیو (جنکینز، ۱۳۸۵) کردوکارهای سازنده‌ی سبک زندگی درگستره‌ی میدان‌های متعدد و متنوعی پراکنده‌اند. در نتیجه پیوستگی و انسجام آن‌ها و «واقعیت» وجود داشتن آن‌ها، مستور و پنهان است (جنکینز، ۱۳۸۵: ۲۲۴).

فقدان یک مطالعه همه‌جانبه و عمیق باعث شده است تا تفاوت اندکی در بین نتایج مطالعات صورت گرفته مشاهده شود. شاید یکی از دلایل بروز این امر تمرکز تحقیقات صورت گرفته بر روی شهروندان تهرانی بوده باشد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نزدیک به نیمی از پژوهش‌های صورت گرفته بر روی شهروندان تهرانی بوده است. البته جذابیت فضای اجتماعی تهران را برای پژوهشگران ایرانی نباید نادیده گرفت. کمتر پژوهشی سبک زندگی مردان به طور خاص را سوژه‌ی مطالعه‌ی تحقیق خود قرار داده است. از بین متغیرهای بررسی شده متغیر سرمایه فرهنگی با ۴ بار تکرار و اندازه اثر ۰.۳۳ بیشترین تأثیر را بر سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی داشته است. مطالعه تحقیقات کیفی مرور شده در این حوزه نیز از تبیین‌کنندگی بالای متغیر سرمایه فرهنگی، به عنوان یکی از متغیرهای اثرگذار بر سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی حکایت می‌کند. همه‌ی پژوهش‌های کمی و کیفی مرور شده که به بررسی میزان اثرگذاری تحصیلات بر سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند،

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

تأثیر مثبت تحصیلات در گرایش زنان و جوانان به سبک زندگی مدرن را گزارش می‌کنند. اندازه‌ی اثر گزارش شده ۰.۲ در فرا تحلیل برای این متغیر مؤید همین امر است. متغیر دین‌داری و سن در پژوهش‌های مرور شده که به بررسی میزان همبستگی این دو متغیر با سبک زندگی پرداخته‌اند نشان می‌دهد که این دو متغیر رابطه ضعیف و منفی با گرایش زنان و جوانان به سبک زندگی مدرن دارند. به عبارتی با افزایش سن میزان گرایش افراد به سبک زندگی مدرن کمتر می‌شود. همچنین افرادی که از نظر اندازه‌گیری شاخص‌های دینداری نمره‌ی بالاتری در پژوهش‌ها کسب کرده‌اند گرایش کمتری به سبک زندگی مدرن دارند. اندازه‌ی اثر گزارش شده در فرا تحلیل برای این دو متغیر این موضوع را تأیید می‌کند. بیشتر پژوهش‌ها به غیر از پژوهش (زارع و فلاح، ۱۳۹۱) که تأثیرگذاری بالای متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سرمایه اقتصادی نسبت به سایر متغیرهای تبیین کننده سبک زندگی زنان و جوانان را گزارش می‌دهد، سایر پژوهش‌های کمی و کیفی مطالعه شده میزان همبستگی پایین این دو متغیر را در تبیین سبک زندگی این دو قشر ایرانی گزارش می‌دهند. به عبارتی می‌توان نتیجه گرفت سبک زندگی برای زنان و جوانان ایرانی یک امر وابسته به اقتصاد و طبقه نیست.

یافته‌های این پژوهش با مباحث نظری صاحب نظران و نتایج مطالعات صورت گرفته توسط پژوهشگران ایرانی قرابت و همخوانی دارد. نتایج پژوهش آزاد و شالچی (۱۳۸۴)؛ فاضلی (۱۳۸۶)؛ ایمان و مرحمتی (۱۳۹۳) نیز بیانگر این است که با افزایش سرمایه فرهنگی احتمال گزینش سبک زندگی مدرن افزایش می‌یابد. نتایج تحقیق ابراهیمی و بهنوئی (۱۳۸۹) نیز یافته‌های این پژوهش که متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سرمایه اجتماعی نیست که سبب ایجاد منش‌های خاص برای سوق دادن جوانان به سبک زندگی خاص می‌شود؛ بلکه سرمایه فرهنگی جوانان است که بیش از هر چیز تعیین کننده سبک زندگی آنان خواهد بود تأیید می‌کند.

پدیده‌ها و هستارهای اجتماعی، رفتاری و فرهنگی به خودی خود پیچیده‌تر و بغرنج‌تر از آن هستند که با اجرای یک یا چند مطالعه ترکیبی، بازنگری و فراتحلیل تردیده‌ها، سؤال‌ها، چالش‌ها و یا بحران‌های پارادایمی، خلأها و حفره‌های شناختی و مشکلات روش شناختی آن زدوده شوند. بنابراین انجام یک فراتحلیل پایان راه نیست و در بسیاری از شرایط سرانجام یک مطالعه ترکیبی یا فراتحلیل خود سرانجام یک راه یا مسیر جدید است.

در مجموع می‌توان گفت در بین پژوهش‌های انجام شده در حوزه سبک زندگی اغلب سبک زندگی به عنوان یکی از متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده است و میزان همبستگی مؤلفه‌های مختلف آن با متغیر وابسته دیگر سنجیده شده است. همین مسأله دسترسی به مطالعاتی راکه در آن سبک زندگی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده باشد برای ما مشکل کرده است. سبک زندگی یک مفهوم گسترده و پیچیده است. پژوهش‌های بررسی شده هر کدام به مطالعه ابعاد خاصی از این مفهوم پرداخته‌اند. لذا با قطعیت نمی‌توان گفت که مثلاً سبک زندگی مدرن در مطالعه «الف» دقیقاً همان سبک زندگی مدرن گزارش شده در مطالعه «ب» است. هم‌چنین می‌توان تنها به دلیل تعداد گزارش بیشتر، سرمایه فرهنگی یا سایر متغیرهای استخراج شده مانند سن و تحصیلات را با قطعیت زیاد در اولویت عوامل مؤثر بر سبک زندگی قرار داد چراکه ممکن است اولویت تنها به این دلیل باشد که دیدگاه‌های نظری و یا مفاهیم عملیاتی دیگر به این گستردگی مورد کاربرد و آزمون قرار نگرفته‌اند و این نمی‌تواند نشان دهنده قدرت پایین سایر متغیرها در تبیین سبک زندگی باشد. هم‌چنین این پژوهش به ناچار متغیرها و عواملی را در فراتحلیل وارد کرده است که ضرایب همبستگی آنها با متغیر سبک زندگی گزارش شده است، چه بسا اگر تمامی مطالعات انجام شده ضرایب اثر تمامی موارد آزمون خود را گزارش می‌کردند نتایج این تحقیق به شکل دیگری بود.

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر
مطالعه زنان و جوانان

منابع و مآخذ

- ۱- اباذری، ی، چاوشیان، ح (۱۳۸۱)؛ از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی (رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی)، نامه‌ی علوم اجتماعی، شماره ۲۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۱، صص ۲۷-۳
- ۲- ابراهیمی، ق، بهنوئی گنده، ع (۱۳۸۹)؛ سبک زندگی جوانان (بررسی جامعه شناختی سبک زندگی و مؤلفه‌های آن در بین دختران و پسران شهر بابلسر)، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ششم، شماره ۱۸، بهار ۱۳۸۹.
- ۳- آزادارمکی، ت (۱۳۸۶)؛ زندگی روزمره در ایران؛ زندگی روزمره، قدرت و فرهنگ، جهاد دانشگاهی تهران.
- ۴- آزادارمکی، ت، چاوشیان، ح (۱۳۸۱)؛ بدن به مثابه رسانه هویت، مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، دوره‌ی چهارم، شماره‌ی ۴، ۱۳۸۱، صص ۷-۵۷.
- ۵- آزادارمکی، ت، شالچی، و (۱۳۸۴)؛ دوجهان ایرانی: مسجد و کافی‌شاپ، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره سوم.
- ۶- آزادارمکی، ت، غفاری، غ (۱۳۸۳)؛ جامعه‌شناسی نسلی در ایران، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- ۷- ازکیا، م، حسینی رودبارکی، س (۱۳۸۷)؛ تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال دهم، شماره ۳۷.
- ۸- آسا برگر، آ (۱۳۷۹)؛ روش‌های تحلیل رسانه‌ها، ترجمه‌ی پرویز اجلالی، مؤسسه‌ی تحقیقات و پژوهش رسانه.
- ۹- انتظاری، ع و مهری، ن (۱۳۹۱)؛ درآمدی بر فراتحلیل (بانیم نگاهی به قابلیت فراتحلیل در پژوهش‌های علوم اجتماعی در ایران، تهران، جامعه‌شناسان).

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

- ۱۰- ایمان، م، مرحمتی، ن (۱۳۹۳)؛ تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و پنجم، شماره پیاپی ۵۵، شماره سوم، تابستان ۱۳۹۳، صص ۲۰-۱.
- ۱۱- بشیر، ح، افراسیابی، م (۱۳۹۱)؛ شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان)، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره یک، بهار ۱۳۹۱، صص ۶۲-۳۱.
- ۱۲- بندیکس، ر (۱۳۸۵)؛ سیمای فکری ماکس وبر، ترجمه محمود رامبد، تهران، انتشارات هرمس.
- ۱۳- توسلی، غ (۱۳۷۳)؛ نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، انتشارات سمت، چاپ چهارم.
- ۱۴- جنکینز، ر (۱۳۸۵)؛ پی‌یر بوردیو، ترجمه‌ی لیلا جو افشانی و حسن چاوشیان، نشر نی، چاپ اول، ۱۳۸۵.
- ۱۵- حمیدی، ن، فرجی، م (۱۳۸۶)؛ سبک زندگی و پوشش زنان در تهران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره اول، پاییز ۱۳۸۶، صص ۹۲-۶۵.
- ۱۶- زارع، ب، فلاح، م (۱۳۹۱)؛ بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره چهار، زمستان ۱۳۹۱، صص ۱۰۵-۷۵.
- ۱۷- ساروخانی، ب، رفعت‌جاه، م (۱۳۸۳)؛ زنان و بازتعریف هویت اجتماعی، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم، شماره دوم، ۱۳۸۳، صص ۱۶۰-۱۳۳.
- ۱۸- شالچی، و (۱۳۸۶)؛ سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره اول، پاییز ۱۳۸۶، صص ۱۱۵-۹۳.
- ۱۹- صمیم، رضا (۱۳۹۳)؛ نگاهی انتقادی به پیشینه‌ی داخلی مطالعات جامعه‌شناختی بر روی

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر
مطالعه زنان و جوانان

سبک زندگی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران،
دوره هفتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۳، صص ۱۶۶-۱۴۵

۲۰- فاضلی، م (۱۳۸۶): تصویری از سبک زندگی
فرهنگی جامعه دانشجویی، فصلنامه تحقیقات
فرهنگی، سال اول، شماره اول، پاییز ۱۳۸۶،
صص ۱۷۵-۱۹۸.

۲۱- فاضلی، م (۱۳۸۲): مصرف و سبک زندگی، قم،
انتشارات صبح صادق.

۲۲- قاضی طباطبایی، م، وداد هیر، ا :
فرا تحلیل در پژوهش های اجتماعی و رفتاری،
جامعه شناسان، چاپ اول، ۱۳۸۹.

۲۳- قادرزاده، ا، ایران دوست، س (۱۳۹۳):
مطالعه کیفی سنخ شناسی سبک های زندگی: مطالعه
جوانان شهر مهاباد، جامعه شناسی کاربردی، سال
بیست و پنجم، شماره پیاپی ۵۵، شماره سوم،
پاییز ۱۳۹۳، صص ۱۶۱-۱۳۵.

۲۴- کرمی قهی، م، زادسر، ز (۱۳۹۲): بررسی
رابطه سبک زندگی و دین داری (مطالعه موردی
زنان ۲۰ ساله و بیشتر شهر تهران)، زن در
فرهنگ و هنر، دوره ی پنجم، شماره اول،
بهار ۱۳۹۲، صص ۸۵-۱۰۱.

۲۵- گیدنز، آ (۱۳۸۸): تجدد و تشخص؛ جامعه و
هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ی ناصر
موفقیان، چاپ ششم، تهران، نشر نی.

۲۶- محمدی، ج و همکاران (۱۳۹۱): مناسبات بین
سرمایه فرهنگی و سبک زندگی: پیمایشی در میان
شهروندان طبقه متوسط شهر سنندج، مجله ی جامعه
شناسی ایران، دوره ی سیزدهم، شماره ۴،
زمستان ۱۳۹۱، صص ۲۳-۱.

۲۷- مهدوی کنی، م (۱۳۸۶): مفهوم «سبک زندگی» و
گستره آن در علوم اجتماعی، فصلنامه تحقیقات
فرهنگی، سال اول، شماره اول، پاییز ۱۳۸۶، صص
۱۹۹-۲۳۰.

۲۸- مهری، ن (۱۳۹۰): فقر فرا تحلیل در
پژوهش های علوم اجتماعی در ایران، فصلنامه

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره
چهل و هفتم، زمستان ۱۳۹۴

- پژوهش اجتماعی، دوره چهارم، شماره ۱۱،
تابستان ۱۳۹۰، صص ۱۷۰-۱۴۹.
- ۲۹- نوابخش، ف (۱۳۹۳)؛ تغییرات سبک زندگی در
فرایند توسعه ابزارهای نوین فناوری، مجله
مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم،
شماره دوم، بهار ۱۳۹۳.
- ۳۰- نیازی، م (۱۳۹۱)؛ رابطه‌ی بین سبک زندگی
و میزان هویت ملی (مطالعه موردی: شهروندان
شهر کاشان در سال ۱۳۸۹)، فصلنامه انجمن
ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال
هفتم، شماره ۲۴، پاییز ۱۳۹۰.
- ۳۱- وبر، م (۱۳۸۲)؛ دین، قدرت، جامعه،
ترجمه‌ی احمد تدین، انتشارات هرمس.
- ۳۲- هندری، ال.بی و دیگران (۱۳۸۳)؛ اوقات
فراغت و سبک‌های زندگی جوانان، ترجمه‌ی فرامرز
ککولی دزفولی و مرتضی ملانظر، سازمان ملی
جوانان، تهران: نسل سوم.

۳۳- Chaney, D (۱۹۹۴), *the cultural turn*, newyork: routledge.

۳۴- Chaney, D (۱۹۹۶), *lifestyle*, London, routledge.

۳۵- Corrigan, Peter. (۲۰۰۴), *The Sociology of Consumption*. London: Sage.

۳۶- Jenkins, Richard (۱۹۹۶), *pierre bourdieu*. London: routledge.

۳۷- Mckee, j, b (۱۹۶۹), *introduction to sociology*, holt richart & Winston inc.

۳۸- Msn.Encarta Dic, www.msn.com. (۲۰۰۴)

۳۹- Scheys, micheline (۱۹۸۷), *the power of lifestyle, and leisir* ۱۰, no. ۲.

۴۰- Simmel, G. (۱۹۹۰), *The philosophy of money*, Tom Bohomer & Pavid
Frisby (Trans), Second enlarged Ed, New York: Routledge.

۴۱- Sobel, Michael (۱۹۸۱), *lifestyle and social structure: concepts, and analyses*,
academic press.

۴۲- Uth, T. (۱۹۹۰), *Definitions of Life Style And Its Application to Travel Behavior*,
<http://www.iε.auc.dk/td/papers۹۶/trog-ad/uth/uth.pdf>

۴۳- Veblen, T. (۱۹۲۵), *The Theory of the Leisure Class*, New York: Viking.

۴۴- Webster online, dic. (۲۰۰۴)

فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر
مطالعه زنان و جوانان

