

طراحی مدل سبک زندگی ایرانی - اسلامی با رویکرد جامعه‌شناختی

محمد اسماعیلی جوشقانی ۱

چکیده

سیر تحولات ساختاری تولید و عرضه محصولات و خدمات در دنیا باعث پیچیدگی در نوع رفتار مصرف‌کنندگان شده که به طبع سبک زندگی و فرهنگ جوامع را دستخوش تغییر کرده است. در این مقاله تلاش شده است با رویکرد جامعه‌شناختی سبک زندگی براساس فرهنگ غربی و ایرانی مورد بررسی قرار گیرد و مدل سبک زندگی ایرانی در سه قومیت پارسی، آذری و عربی از طریق نرم افزار ایویوز و دیتا پنل آزمون و تفاوت مدل در این سه قوم بررسی شود. واکاوی نظریات جامعه‌شناسانی چون ماکس وبر، آلفرد آدلر، توریستن ویلن، جرج زیمل، پیربوردیو جهت شناخت بهتر مفهوم سبک زندگی و سوق‌دهی این مطالعات به رابطه دین و سبک زندگی و تشریح آن براساس مدل‌های وبر و ویلن، محقق را بر این باور که جامعه می‌تواند نقش اصلی و اساسی در ایجاد سبک زندگی ایفا نماید را رسانده است. در کشور ایران که دین بر سایر جنبه‌های فرهنگی غالب است ضرورت تدوین یک سبک زندگی ایرانی - اسلامی را نشان خواهد داد. هدف از انجام این تحقیق بهره‌گیری از نظریات جامعه‌شناسی در طراحی سبک زندگی ایرانی اسلامی بوده است. در این تحقیق با استفاده از روش تئوری زمینه‌ای و با انجام مصاحبه‌های عمیق، تعداد ۹۰۴ داده‌ی بدست آمد. داده‌ها با نرم افزار مکس کیودا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و با روش کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی مدل سبک زندگی ایرانی ترسیم شد. سپس این مدل با ۶۲ شاخص در سه قوم پارسی، آذری و عربی از طریق نرم افزار ایویوز و دیتا پنل مورد آزمون قرار گرفت که نتایج آن چهار مقوله محوری روابط انسانی و اجتماعی با ۱۰ مولفه و مقوله نگرشها و ارزشها با ۵ مولفه و عوامل محیطی با سه مولفه و عوامل فردی با ۱۰ مولفه تاثیر گذارترین عوامل در تبیین مدل سبک زندگی ایرانی - اسلامی به شمار می آیند. با آزمون این مدل در قومیت‌های گوناگون تفاوت‌هایی در مدل سبک زندگی اقوام ایرانی مشاهده شد.

واژگان کلیدی: سبک، قوم، سبک زندگی ایرانی - اسلامی، روابط اجتماعی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۰۱

مقدمه

۱ عضو هیات علمی تمام وقت گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق، استان مرکزی، ایران. Mesmailiy49@ut.ac.ir

در جوامع غربی و توسعه یافته دگرگونی‌های اجتماعی و اقتصادی و فرایند مدرن‌سازی به ویژه در محیط‌های شهری و گسترش فرهنگ مدرن در میان لایه‌های مختلف جامعه ساختار خانواده را تحت تاثیر قرار داده است. شاید اولین اثرات مدرنیته بر خانواده در ایران تغییر ساختار گسترده آن به خانواده هسته‌ای بوده است (امجدی و همکاران: ۱۳۹۹).

از طرفی مهم‌ترین مباحث پدیدآمده تغییر در سبک زندگی افراد، تغییر در خانواده‌هاست، حساسیت‌هایی که نسبت به خانواده وجود دارد کاملاً به جاست زیرا خانواده نخستین کانون یادگیری است و باید یادآور شد که نخستین آموزه‌های اخلاقی فرهنگی و انسانی بوسیله نخستین آموزگاران یعنی پدر و مادر آموخته می‌شود. در نتیجه هرگونه دگرگونی در خانواده موجب تحول و دگرگونی در مسیر زندگی و تجربه زیستی یکایک انسان‌ها می‌شود که با تغییرات در سبک زندگی، خود را نشان می‌دهد. از طرف دیگر پیامدهای دگرگونی خانواده، دامن‌گیر تمامی ارکان جامعه، از جمله اقتصاد، فرهنگ و سیاست نیز می‌گردد. در عین حال جامعه‌ای ظهور می‌کند که تمایزات سنتی در آن تا اندازه‌ای محو می‌شدند. کلان‌شهرها موجب گمنامی آدم‌ها در شهر بودند و از همین رو شناخت افراد بر مبنای شاخص‌های منزلتی گذشته ناممکن می‌شد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۳).

مفهوم سبک زندگی، ابتدا به عنوان شاخصی برای سنجش طبقه‌ی اجتماعی وارد جامعه‌شناسی شد. یکی از قدیمی‌ترین تکنیک‌های مطالعه‌ی طبقه، روش مرسوم به مقیاس اتاق نشیمن است. این مقیاس بر مبنای این واقعیت ساخته شد که عموماً سبک زندگی و خصوصاً اشیای تحت تملک مردم، در طبقه‌های مختلف تفاوت دارد، راهی که به ساختن این مقیاس منتهی شد با فرمولی که چاپین در ۱۹۲۶-۱۹۲۷ ارائه داد گشوده شد. به نظر چاپین اثرات اجتماعی موقعیتی است که فرد یا خانواده با توجه به سطح میانگین استاندارد دارایی‌های فرهنگی به درآمد، دارایی‌های عادی و مشارکت در فعالیت‌های گروهی اجتماع اشغال می‌کند (چاپین، ۱۹۲۵، ۱۲۷).

به نظر می‌رسد حال که مهم‌ترین تحول پدیدآمده در قرن اخیر گسترش تاریخی مصرف بوده است به مفاهیم جدیدی برای تحلیل جامعه نیازمندیم. مفهوم یا مفاهیمی که بتواند تحول پدیدآمده را در خود بروز داده و برنامه پژوهشی جدیدی را نیز پیش روی علوم اجتماعی قرار دهند. وقتی دنیای اجتماعی متحول می‌شود، به مفاهیمی نو برای درک کردن آن نیازمندیم و ظاهراً مفهوم سبک زندگی چنین

خصایصی را دارد(همان: ۶۱). سبک زندگی را می‌توان الگوهایی از کنش دانست که تمیزدهنده افراد جامعه است. به قول توریستین وبلن جامعه ایرانی به سمت رفتارهای طبقه تن‌آسا می‌رود و این گرایش در فرهنگ ایرانی روز به روز نهادینه‌تر می‌گردد.

در حالیکه از نظر کار تولیدی اقتصاد ایرانی محتاج تلاش مضاعف است و این تناقض بین تولید و مصرف در جامعه سرگردانی را برای مصرف‌کننده‌ها ایجاد نموده است که می‌بایست با برنامه‌ای مدوّن سبکی ایرانی اسلامی را تدوین و با هماهنگی همه نهادها به اجرا گذاشته شود. بنابراین چه خواهیم چه نخواهیم نمی‌توانیم مانند گذشتگان خود رفتار کنیم و نباید انتظار داشته باشیم که فرزندانمان هم به شیوه ما رفتار کنند چرا که نوع محصولات و خدمات شکل سبک‌های زندگی را دگرگون می‌سازد. لذا ما به دنبال پاسخ به این سؤال بودیم که آیا ایرانیان سبک زندگی خاصی دارند؟ آیا سبک زندگی در اقوام ایرانی متفاوت است؟

از نظر جامعه‌شناسی، گروه قومی عبارت است از: مردمی که در نتیجه میراث فرهنگی مشترک خود، از نظر اجتماعی متمایز محسوب می‌شوند. هیچ گروه قومی دارای ویژگی‌های ذاتی و فطری نیست، بلکه این ویژگی‌ها را از طریق جامعه‌پذیری در محیط خاص خود به دست می‌آورد.

در مجموع، هشت شاخص را می‌توان به عنوان معیار تعیین گروه قومی ذکر کرد که عبارتند از: نیاکان واقعی مشترک یا باور به نیاکان اسطوره‌ای، پیشینه تاریخی مشترک، سرزمین مشترک، زبان و مذهب مشترک، فضاهای زیست مشترک، آداب و رسوم مشترک، ارزش‌های مشترک، احساس تعلق به یک گروه واحد. البته برای اینکه یک گروه قومی، خود را قومیتی متمایز و مشخص بداند، لازم نیست همه شاخص‌های مذکور را داشته باشد؛ (کریمی، ۱۳۸۸: ۲۰).

تنوع و گوناگونی در ایران در زمینه‌های مختلف اقلیمی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، دینی و جمعیتی به سادگی مشهود است. طبیعی است تنوع در ساختار فرهنگی، سیاسی و قومی کشور، عقاید و سلاقی، گرایش‌ها و مطالبات متنوع را به ارمغان می‌آورد. اهمیت توجه به اقوام از آنجا ناشی می‌شود که کشور ایران از تنوع فرهنگی برخوردار است و در این برهه از زمان، با توجه به تحولات و شرایط خاص حاکم بر نظام بین‌الملل، توجه مسئولان به مسائل قومی به صورت علمی و منطقی و به دور از احساسات و

تعصبات خاص، امری مهم و ضروری می‌نماید؛ زیرا مسئله قومیت در جهان، منطقه و ایران، واقعیتی مهم و اساسی به شمار می‌رود.

نکته دیگری که باعث می‌شود موضوع سیاست‌های قومی اهمیت بیشتری پیدا کند، این است که امروزه اقوام مختلف در کشور ما به آگاهی قومی رسیده‌اند و طبیعی است که خودآگاهی قومی بسترساز سازماندهی و انسجام قومی می‌شود و ساخت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ایران را در آینده‌ای نه چندان دور با سازمان‌ها، تشکله‌ها، کانون‌ها و مجامع فراوان قومی مواجه می‌سازد. در عین حال، ساکنان مناطق مرزی کشورمان در مجاورت کشورها یا قومیت‌های هم‌زبان خودشان واقع شده‌اند و این وضعیت خاص جغرافیایی، اهمیت توجه به موضوع قومیت‌ها و به خصوص سیاست‌های قومی را دو چندان می‌کند.

اگر این موضوع مهم مورد غفلت و بی‌توجهی قرار گیرد، عواقب بدی را به دنبال خواهد داشت که جبران آن غیر ممکن خواهد بود و این احتمال برای کشور ما قابل تصور است که در آینده، ما نیز همانند سایر کشورهای چند قومی شاهد کشمکش‌ها و تنش‌های شدید قومی باشیم (کریمی، ۱۳۷۸). مانند آنچه امروزه در اکثر کشورهای آفریقایی، عراق، افغانستان، سوریه، ترکیه، میانمار و سایر مناطقی که دارای تنوع قومی، فرهنگی و مذهبی می‌باشند، شاهد هستیم (مرادی، ۱۳۹۴)..

فردی بمانت ۲ ایران‌شناس معاصر فرانسوی، اقوام ایرانی را بر حسب نام و توزیع جغرافیایی به کردها در مغرب، بختیاری‌ها در مرکز، لرها در منطقه لرستان، قبایل عرب در خوزستان، قشقایی‌ها در فارس، بلوچ‌ها و براهویی‌ها در بلوچستان، ترکمن‌ها در شمال و قزلباش‌ها در آذربایجان تقسیم کرده است (صالحی امیری، ۱۳۸۸). مؤلفه‌های فرهنگی یک از مهم‌ترین مؤلفه‌های هویت قومی است. آداب و رسوم و زبان، دو وجه فرهنگی هویت قومی را تشکیل می‌دهند؛ (نساج، ۱۳۸۸: ۱۴۴).

در یک تقسیم‌بندی کلی، هویت فرهنگی ایرانیان را می‌توان در پنج حوزه با لحاظ کردن زیرمؤلفه‌های آنها بدین شرح تقسیم‌بندی کرد: زبان (نوشتاری و گفتاری)، دیانت (دین و مذهب)، جغرافیای فرهنگی، تاریخ و حافظه تاریخی (میراث مادی و میراث معنوی)، نظام اجتماعی (نظام آموزشی، نظام خانواده، نظام اقتصادی، نظام فرهنگی، نظام سیاسی و حقوقی) (آشنا و روحانی، ۱۵۹).

بر اساس مطالعاتی که در حوزه‌های جامعه‌شناسی و رفتارگرایی انجام پذیرفته است میتوان مفاهیمی را در رابطه با سبک زندگی دسته‌بندی نمود که این موارد در تبیین مدل سبک زندگی ایرانی کمک زیادی را نموده است اگرچه بسیاری از نظریه پردازان در این حوزه‌ها در کشورهای غربی بوده اند اما بر اساس نوع رفتار انسان‌ها در بستر جامعه خود قابل تعمیم و تفسیر می‌باشد و خط فکری محقق را برای یافتن یک مدل ترسیم می‌نماید.

در تحقیق اسداللهی و همکاران (۱۳۹۲) نیز نوعی تلفیق نظری میان دیدگاههای موجود در بحث از مشارکت اجتماعی و نظریات پیرامون سبک زندگی صورت گرفته است. شاخصهای سبک زندگی در این تحقیق با آنچه سابقه مطالعات جامعه‌شناختی پیرامون این مفهوم نشان داد متفاوت است. به نظر میرسد سبک زندگی در این نوشتار به عنوان اصطلاحی جامعه‌شناختی به کار رفته است. بیشتر تحلیلها نیز متأثر از دیدگاههای موجود در مطالعات شهری است کمتر از تخیل جامعه‌شناختی بهره دارد.

در پژوهش هاشمیانفر و هاشمی (۱۳۹۲) طرح مسئله مبتنی بر تاثیر دین بر شکلگیری سبک زندگی صورت گرفته است. از این منظر مقاله مذکور سعی کرده در تبیین مسئله مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی به سراغ متغیری بومی و تاثیرگذار رود. دادهها از میدانی برگزیده شده است که میتواند نماینده مسئله طرح شده باشد لیکن نتایج هرچند از دادههای کمی مستخرج شده، به کل جامعه ایرانی قابل تعمیم نیست.

در تحقیق کفاشی و همکاران (۱۳۸۹) نیز طرح مسئله مبتنی بر وضعیت خاص جامعه جوان ایران صورت گرفته لیکن یافته‌ها مستخرج از داده‌هایی کمی از جوانان یک شهر خاص است که نمیتواند نماینده تمامی جوانان و الگوهای سبک زندگی آنها باشد. در تحقیق ازکیا و رودبارکی (۱۳۸۹) هم به مسئله تغییرات نسلی با تمرکز بر هویت جوانان تاکید شده است. البته این تحقیق معطوف به ارائه الگوهای سبک زندگی روستایی است و سعی شده نظریات توسعه روستایی و دیدگاههای مربوط به سبک زندگی با یکدیگر تلفیق شود.

البته سبک زندگی همانگونه که پیشتر آمد در اروپا به عنوان مسئله ای شهری رخ نمود. هرچند شهری شدن فزاینده فضای فرهنگی روستاها میتواند سبک زندگی را به مثابه مسئله ای در آن اجتماع نیز طرح

نماید. متأسفانه در مقاله مذکور در مورد نسبت میان روستا و مسئله مندی سبک زندگی توجیهی نظری ارائه نشده است.

در تحقیق شالچی (۱۳۸۶) طرح مسئله مبتنی بر وضعیت خاص جوانان ایرانی صورت گرفته و ادعا شده است که فهم پیچیدگی‌های این وضعیت خاص به مدد تحقیق پیرامون سبک زندگی این قشر امکانپذیر است. برای سامان دادن به تحقیق، پژوهشگر از نظریات وبر و بوردیو استفاده کرده است. البته در انتها بیشتر بر نحوه گذران اوقات فراغت و تاثیر آن در هویتبخشی به جوانان مورد مطالعه تاکید شده است و الگوی سبک زندگی مشخصی ارائه نشده است.

به نظر میرسد پژوهشهای انجام شده در ایران به لحاظ کمی منطبق با واقعیت مسئله سبک زندگی در جامعه ایرانی نیست. آنچه بیش از همه در مسئله مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی است یعنی خصوصیات ویژه این جامعه کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. در میان همه مقالات علمی-پژوهشی که تمرکزشان بر روی مطالعه سبک زندگی بوده است مطالعه جامعه‌شناختی تعداد اندکی را به خود اختصاص داده است. لذا در این تحقیق تلاش شده است تا کاستی‌های مطالعات پیشین را به بهره‌گیری از روش‌های کمی و کیفی مدلی را برای سبک زندگی ایرانی طراحی و در قومیت‌های متفاوت ایرانی آزمون نماید.

در مطالعات خارجی هم توماس تان تسنو (۲۰۰۷) پنج بُعد کسب زندگی جوانان در سنگاپور را شناسایی کرده که این نتایج را داشته است: خوشحالی ۸۲٪، تحصیلات خوب ۷۹٪، پرداختن به سلامتی ۷۹٪، برنامه موفقیت ۷۱٪، بدست آوردن و خرج کردن پول ۶۴٪ در پژوهش دیگری که توسط هسو و چانگ زوب که چگونگی الگوهای ارتباطی و سبک زندگی را بر خرید کفش‌های ورزشی و لباس در بزرگسالان بررسی می‌کند.

یافته‌های این تحقیق: بخش‌هایی که در این تحقیق شرکت کرده بودند در دو دسته گروه‌بندی شدند: عملگرها و ادراک‌گراها. در مطالعه دیگری که توسط شیمن و کانوکزل و زوگ (۲۰۰۸) انجام شد فاکتورهای مورد مطالعه برای سبک زندگی سالم مورد مطالعه قرار گرفت که مقوله‌های زیر به دست آمده‌اند: تعادل روحی و روانی، ورزش و تناسب اندام، زیبایی و حفظ ظاهر، فعالیت‌های مذهبی، حفظ سلامتی و جلوگیری از ناخوشی و مدیریت استرس به نظر آدلر هر کسی برای رسیدن به برتری، راه و

روش مخصوص به خود را دارد که از فردی به فرد دیگر متفاوت است. آدلر این راه و روش‌های منحصر به فرد را شیوه زندگی می‌نامد، شیوه زندگی عبارتست از مجموعه‌ای از هدف‌ها، طرح‌ها و عادت‌های رفتاری، اعتقادات و نگرش‌ها و تمایلات فرد که شخص در زندگی براساس آنها عمل می‌کند. شیوه زندگی انسان در شش سال اول زندگی پایه گذاری می‌شود و عوامل جسمانی، روانی و اجتماعی در شکل گیری آن تاثیر بسزایی دارد.

به همین دلیل آدلر برای تجارب اولیه‌ی اجتماعی کودک در زمینه‌ی مفهوم خود نسبت به موقعیتش در جهان اهمیت زیادی قائل می‌شود و معتقد است که کودک به اقتضای نیازها و شرایط خاص محیط خانوادگی خود، روش‌هایی خاص را برای رسیدن به اهدافش اتخاذ می‌کند که به تدریج جزء صفات ثانوی او می‌شوند. آدلر معتقد است که سبک زندگی عمدتاً در سال‌های اولیه زندگی تا حدود پنج سالگی در انسان بنیاد نهاده می‌شود. سال‌هایی که کودک با توانایی و محدودیت‌های وراثتی خود، قدرت خلاقه و محیط پیرامونش آشنا می‌شود و با پیدایش احساس کهنتری به فرایند جبران پا می‌نهد. به این ترتیب نظر آدلر پیرامون سبک زندگی نه موروثی است و نه کاملاً وابسته به محیط.

وبلن سبک زندگی را پدیده‌ای گروهی می‌داند، چیزی که محصول تعلق طبقاتی بوده و ماهیت مستقلی نیز ندارد و نمونه‌ای از وجود طبقاتی است. وبلن در جایی سبک زندگی فرد را الگوی رفتار جمعی می‌داند. این رفتارها از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری اند. او در جای دیگر سبک زندگی فرد را تجلی رفتاری مکانیسم روحی و عادات فکری و معرفت او قلمداد می‌کند (مهدوی کنی ، ۱۳۸۴).

از نظر زیمل از سبک زندگی عبارتست از: سبک زندگی کل بهم پیوسته صورت‌هایی است که افراد یک جامعه، مطابق انگیزه‌های درونی و سلايق خودشان و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازن میان شخصیت ذهنی و زیست محیطی عینی و انسانی شدن به انجام می‌رسانند، برای زندگی بر می‌گزینند. از نظر وبر سبک زندگی در قالب پایگاه و گروه منزلتی معنی می‌یابد. به این ترتیب یک سبک زندگی یعنی بر همه اعضای یک گروه منطبق است و نه فقط بر یک فرد.

به عبارت دیگر از نظر وبر «دلیل اصلی برای نوعی خاص از سبک زندگی به نیاز گروهی از جامعه برای تأیید اعتبار موجودیت (جداگانه) خویشتن برای خود و دیگران باز می‌گردد.» زیرا سبک‌های زندگی مشخص، تقسیمات موجود در نظم اجتماعی را مشروعیت می‌بخشد (گیدنز ۱۹۹۱).

بورديو، همچون وبر از سبک زندگی به عنوان شاخصه و نماد و یا حتی فرصت‌های جلوه‌گری یا اثبات منزلت اجتماعی گروه‌های منزلتی و طبقات اجتماعی بهره می‌گیرد. اما در توضیح و تشریح رابطه سبک زندگی و طبقه بسیار فراتر از وبر قدم بر می‌دارد و آن را در چارچوب نظریه عمل خود قرار می‌دهد (بورديو ۱۹۸۴).

در ادبیات جامعه‌شناسی، از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و در گونه مفهوم سازی متفاوت بعمل آمده است. در فرمول بندی نخست که سابقه ی آن به دهه ۱۹۲۰ باز می‌گردد سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً بعنوان شاخصی برای تعیین طبقه ی اجتماعی بکار رفته است.

(چاپین، ۱۹۵۵، چاپمن، ۱۹۳۵) از فرمول بندی لازم سبک زندگی نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد. (گیدنز ۱۹۹۱ و ۱۹۹۴، بورديو ۱۹۸۴، فدرستون ۱۹۸۷ و ۱۹۹۱ کش و یوری ۱۹۸۷).

از نظر گیدنز نکته کلیدی آن است که حیات اجتماعی نه مجموعه ای از کنش‌های فردی و نه مجموعه ای از ساختار اجتماعی است بلکه به مثابه فرایندی در نظر گرفته شده است که مفهوم کلیدی آن عمل اجتماعی به شمار می‌آید و دارای دو جنبه عاملانه و ساختاری است. این رویکرد فرایندوار به زندگی اجتماعی نقشی اساسی در کل نظریه اجتماعی گیدنز دارد. او می‌خواهد نگرش فرایند وار به زندگی را جایگزین اراده‌گرایی و تعیین‌گرایی ساختاری اکثر جامعه‌شناسان کند (سیدمن، ۱۳۹۶: ۱۹۲).

روش‌شناسی

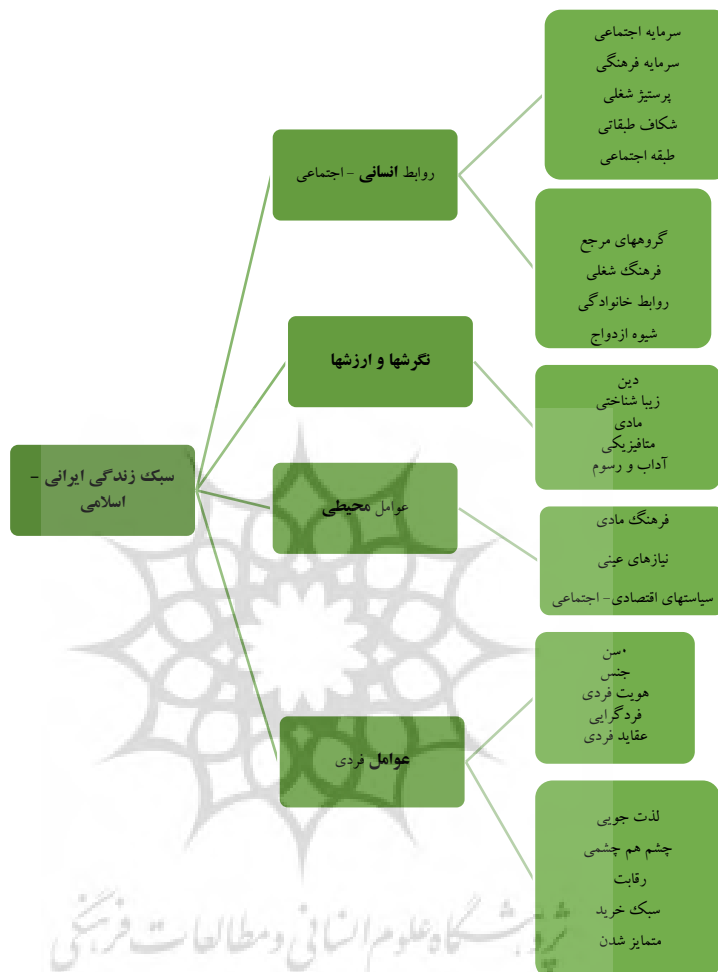
در این پژوهش چون بر شکل‌دهی چهارچوب مفهومی یا تدوین تئوری تأکید و نیاز به آشکارسازی دانش ضمنی خبرگان در این حوزه دارد از روش نظریه داده‌بنیاد بهره می‌برد. جامعه مورد بررسی احاد جامعه ایرانی را در بر می‌گیرد که برای حصول نتایج بهتر و درک مفاهیم برای استخراج عوامل از افراد تحصیلکرده و دانشگاهی استفاده شده است.

انتخاب افراد به کمک روش نمونه گیری نظری انجام شده است و با کمک روش مصاحبه عمیق گردآوری اطلاعات از جامعه مورد نظر انجام پذیرفته است. داده های هر مصاحبه در روش نظریه داده بنیاد با کمک سه روش کد گذاری نظری، کد گذاری محوری و کد گذاری انتخابی مورد واکاوی قرار گرفته است که برای سهولت در انجام کار از نرم افزار مکس کیودا/ نسخه دوازدهم استفاده شده است. و فرایند نمونه گیری و جمع آوری داده ها در این روش تا دستیابی به یک اشباع داده ها ادامه پیدا می کند که در این پژوهش تا نمونه هفدهم این فرایند ادامه داشته است. پژوهش حاضر از نظر فلسفه پژوهش، پژوهشی کیفی با رویکرد استقرایی بوده و از نظر جهت گیری، چون به دنبال شناسایی و تبیین مدل است، پژوهشی بنیادی محسوب می شود.

در این پژوهش با استفاده از گروه های کانون سعی شده تا مؤلفه هایی برای سبک زندگی تبیین گردد و در ادامه با استفاده از روش گراندد تئوری سعی در مقوله سازی و یافتن مدل شده است. پس از تبیین مقوله ها با استفاده از پرسشنامه ایی که بر اساس مدل بدست آمده بود در سه فرهنگ پارسی و آذری و عربی در ایران با ۳۸۴ نمونه مورد آزمون قرار گرفت که با استفاده از نرم افزار ایویوز ۱۰ و دیتا پنل در هر فرهنگ ۱۲۸ پرسشنامه توزیع و نتایج آن مورد بررسی قرار گرفت.

یافته های تحقیق

شکل ۱ حاوی مدل و مقوله های اصلی مدل سبک زندگی ایرانی- اسلامی را نمایش می دهد .



شکل ۱ نمودار سبک زندگی ایرانی- اسلامی و مؤلفه های آن

نتایج بدست آمده در جدول شماره ۱ میزان تأثیر عوامل چهارگانه بدست آمده از مدل سبک زندگی را نشان می‌دهد که هر چهار مورد عوامل فردی، نگرشها و ارزشها، عوامل محیطی و عوامل انسانی-اجتماعی بر سبک زندگی تأثیر مثبت و معناداری دارند. این تأثیرات در عوامل انسانی اجتماعی از سایر عوامل بیشتر است.

میزان t استودنت در هر چهار عامل بزرگتر از ۱.۹۶ بوده که بیانگر رابطه مثبت بین متغیرهای وابسته با متغیر مستقل است.

سطح معناداری عوامل کمتر از ۰.۵ است که می‌توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان یا اعتماد این تأثیر و رابطه مثبت و معنادار می‌باشد.

ضریب تشخیص که با نشانگر R^2 میزانش مشخص شده است، مقدار ۵۷ درصد را نشان می‌دهد و به این معنا است که متغیرهای چهارگانه چقدر توانسته‌اند تغییرات متغیر سبک زندگی را توجیه نمایند. البته در روش پنل چون داده‌ها در سه طبقه توزیع می‌شوند این عدد پایین‌تر نشان داده می‌شود و مقدار ۵۷ درصد معادل ۹۵ درصد در سایر روشها مثل OLS است.

مقدار F هم مقدار ۶۵ درصد را نشان می‌دهد که آزمون اهمیت کل رگرسیون است و مقدار قابل قبولی است.

آزمون دوربین و اتسون برای این که بدانیم الگوی رگرسیون ما دچار مشکل هم بستگی یا هم خطی نیست انجام شده است که مقدار آماره این آزمون باید در محدوده ۱.۵ تا ۲.۵ باشد که برای الگوی ما عدد ۱.۹۷ است و بدین مفهوم است که متغیرهای مدل هم خط نیستند و مستقل در الگو تأثیر گذار هستند. لذا چهار عامل مورد مطالعه تأثیرشان بر سبک زندگی تایید می‌گردد.

جدول شماره ۱

نام متغیر: سبک زندگی
تعداد کل نمونه در پنل: ۳۸۴

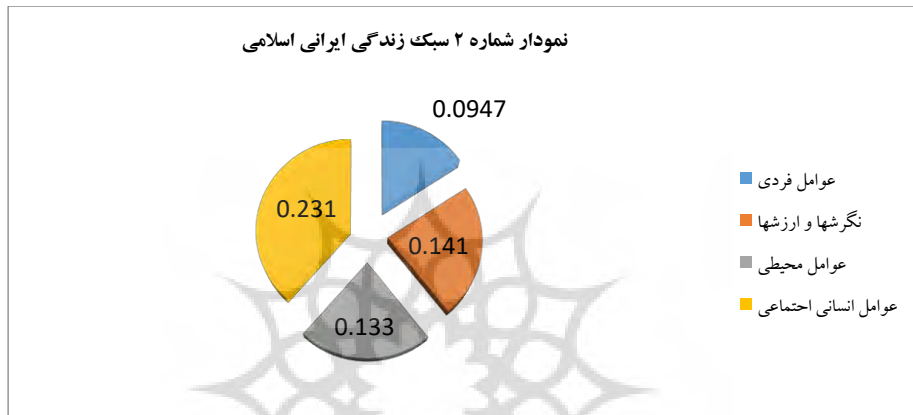
متغیرها	ضریب تأثیر	Std. Error	t-Statistic	احتمال
فردی	۰.۹۴۷۶۳	۰.۰۳۸۹۰۱	۲.۴۳۵۹۹۷	۰.۰۱۵۳
نگرشها و ارزشها	۰.۱۴۱۹۳۱	۰.۰۴۰۵۵۰	۳.۵۰۰۱۸۱	۰.۰۰۰۵
عوامل محیطی	۰.۱۳۳۹۷۶	۰.۰۳۵۹۴۳	۳.۷۲۷۴۷۲	۰.۰۰۰۲
انسانی-اجتماعی	۰.۲۳۱۸۰۹	۰.۰۳۷۴۴۰	۶.۱۹۱۴۲۳	۰.۰۰۰۰
کل	۰.۷۷۹۰۶۶	۰.۲۰۴۹۲۰	۳.۸۰۱۸۰۳	۰.۰۰۰۲
F-statistic	۶۵.۲۶۳۴۷		دوربین واتسون	۱.۹۷۲۴۹۵
Prob(F-statistic)	۰.۰۰۰۰۰۰			

نتایج بدست آمده در جدول شماره ۲ میزان تأثیر سه جامعه متفاوت را بر مدل سبک زندگی را نشان می‌دهد که هر سه جامعه با این مدل سبک زندگی همخوانی دارند البته جوامع آذری با بیشترین ضریب می‌توان گفت سازگاری بیشتری با مدل دارد و بر سبک زندگی تأثیر مثبت و معناداری را دارند. میزان t استودنت در هر سه جامعه بزرگتر از ۱.۹۶ است که بیانگر رابطه مثبت بین متغیرهای وابسته با متغیر مستقل می‌باشد.

سطح معناداری عوامل کمتر از ۰.۵ است که می‌توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان یا اعتماد این تأثیر و رابطه مثبت و معنادار می‌باشد. ضریب تشخیص که با نشانگر R2 می‌زانش مشخص شده است مقدار ۸۰ درصد را نشان می‌دهد و به این معنا است که این جوامع چقدر توانسته‌اند تغییرات متغیر سبک زندگی را توجیه نمایند. البته در روش پنل چون داده‌ها در سه طبقه توزیع می‌شوند این عدد پایین‌تر نشان داده می‌شود و مقدار ۸۰ درصد معادل ۹۹ درصد در سایر روشها مثل OLS می‌باشد.

مقدار F هم مقدار ۵۰ درصد را نشان می‌دهد که آزمون اهمیت کل رگرسیون است و مقدار قابل قبولی است. البته چون قومیت‌ها کاملاً مستقل هستند این اماره به این مقدار نشان داده شده است.

آزمون دوربین واتسون برای این که بدانیم الگوی رگرسیون ما دچار مشکل هم بستگی یا هم خطی نیست انجام شده است که مقدار اماره این آزمون باید در محدوده ۱.۵ تا ۲.۵ باشد که برای الگوی ما عدد ۱.۹۶ است و بدین مفهوم است که متغیرهای مدل هم خط نیستند و به صورت مستقل در الگو تأثیر گذار هستند. لذا هر سه قومیت فارس و آذری و عرب مورد مطالعه مطابقت شان با مدل سبک زندگی تایید می گردد.



جدول شماره ۲ سبک زندگی در جوامع متفاوت

نام متغیر: سبک زندگی
تعداد نمونه کل پنل: ۳۸۴

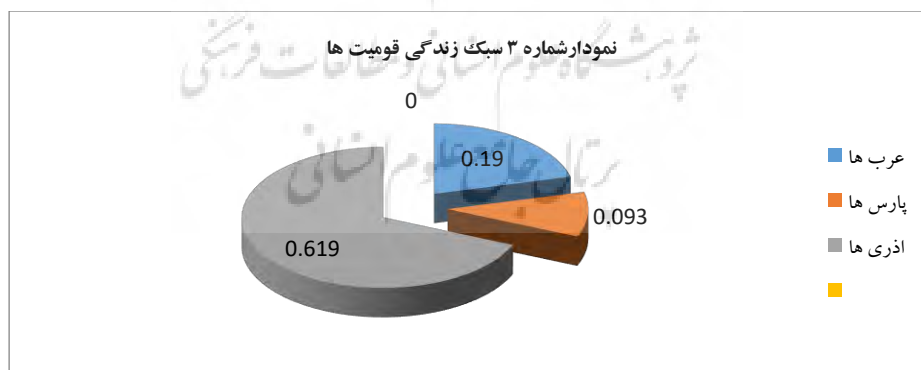
احتمال	t-Statistic	Std. Error	ضریب تأثیر	متغیرها
۰.۰۰۰۰	۴.۴۴۷۴۴۹	۰.۰۴۲۸۳۸	۰.۱۹۰۵۱۸	جامعه عرب زبان
۰.۰۰۰۰	۱۸.۰۸۲۳۱	۰.۰۰۵۱۶۳	۰.۰۹۳۳۵۹	جامعه پارسی
۰.۰۰۰۰	۲۹.۵۳۳۲۳	۰.۰۲۰۹۷۰	۰.۶۱۹۳۰۴	جامعه آذری
۰.۰۰۰۰	۷.۲۱۴۹۱۴	۰.۱۱۰۴۳۳	۰.۷۹۶۷۶۷	کل
۱.۹۶۰۸۷۸	دوربین واتسون		۵۰۹.۴۹۶	F-statistic
			۰.۰۰۰۰۰۰	Prob(F-statistic)

در جدول شماره ۳ نتایج داده‌های مرتبط با چهار عامل اصلی بدست آمده در مدل سبک زندگی در جوامع آذری مورد مطالعه قرار گرفته و نتایج نمایانگر این است که از چهار عامل سه عامل دارای ضریب و میزان تأثیر قابل قبولی هستند که نگرش‌ها و ارزشها بالاترین میزان تأثیر را در این قومیت به خود اختصاص داده و عوامل محیطی کمترین تأثیر را داشته است. میزان t استودنت در سه عامل بزرگتر از ۱.۹۶ است که بیانگر رابطه مثبت بین متغیرهای وابسته با متغیر مستقل می‌باشد.

متغیر عوامل محیطی عدد ۱.۸۱ شده که بیانگر عدم رابطه مثبت با متغیر وابسته است. سطح معناداری سه عامل کمتر از ۰.۵ است که می‌توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان یا اعتماد این تأثیر و رابطه مثبت و معنادار می‌باشد. و عامل محیطی مقدار ۰.۷ است که میتوان با ۹۳ درصد اطمینان آن را بیان کرد.

ضریب تشخیص که با نشانگر R^2 میزانش مشخص شده است مقدار ۴۲ درصد را نشان می‌دهد که به این معنا است که عوامل چهارگانه سبک زندگی در قومیت آذری چقدر توانسته‌اند تغییرات متغیر سبک زندگی را توجیه نمایند. البته در روش پنل چون داده‌ها در چهار طبقه توزیع می‌شوند این عدد پایین تر نشان داده می‌شود و مقدار ۴۲ درصد معادل ۷۵ درصد در سایر روشها مثل OLS می‌باشد.

آزمون دوربین واتسون برای این که بدانیم الگوی رگرسیون ما دچار مشکل هم بستگی یا هم خطی نیست انجام شده است که مقدار اماره این آزمون باید در محدوده ۱.۵ تا ۲.۵ باشد که برای الگوی ما عدد ۱.۹۳ است و بدین مفهوم است که متغیرهای مدل هم خط نیستند و به صورت مستقل در الگو تأثیر گذار هستند. لذا سه عامل مورد مطالعه تأثیرشان بر سبک زندگی آذری‌ها تایید می‌گردد.



جدول شماره ۳ فرهنگ آذری

نام قومیت: آذری

تعداد نمونه: ۱۲۸

تعداد نمونه کل در پل: ۳۸۴

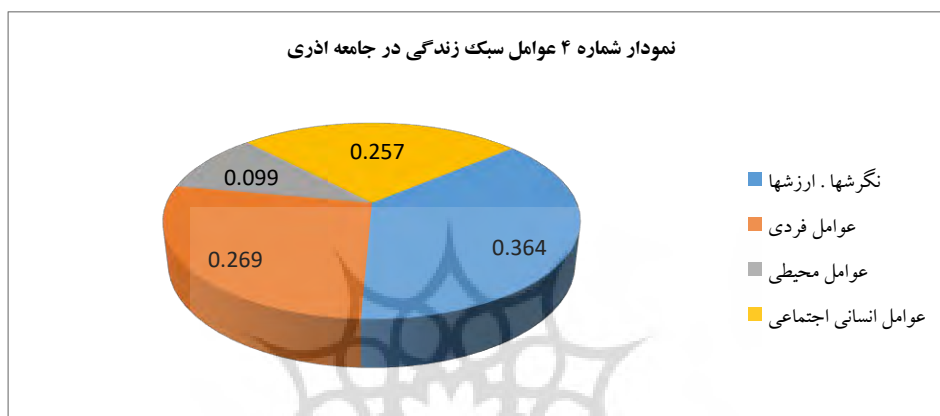
متغیرها	ضریب تأثیر	Std. Error	t-Statistic	احتمال
نگرشها و ارزشها	۰.۳۶۴۸۳۵	۰.۰۴۵۸۱۱	۷.۹۶۳۹۶۵	۰.۰۰۰۰
عوامل فردی	۰.۲۶۹۱۳۵	۰.۰۵۰۵۲۵	۵.۳۲۶۸۱۴	۰.۰۰۰۰
عوامل محیطی	۰.۰۹۹۱۳۸	۰.۰۵۴۷۲۰	۱.۸۱۱۷۱۵	۰.۰۷۰۸
انسانی- اجتماعی	۰.۲۵۷۱۲۶	۰.۰۳۷۵۳۲	۶.۸۵۰۸۴۷	۰.۰۰۰۰
کل	۰.۶۷۲۴۰۵	۰.۱۵۰۸۶۲	۴.۴۵۷۰۹۵	۰.۰۰۰۰
F-statistic	۱۸۴.۴۸۵۸		دوربین واتسون	۱.۹۳۹۵۰۰
Prob(F-statistic)	۰.۰۰۰۰۰۰			

در جدول شماره ۴ نتایج داده‌های مرتبط با چهار عامل اصلی بدست آمده در مدل سبک زندگی در جوامع عربی مورد مطالعه قرار گرفته است و نتایج نمایانگر این است که از چهار عامل، سه عامل دارای ضریب و میزان تأثیر قابل قبولی هستند که نگرشها و ارزشها بالاترین میزان تأثیر را در این قومیت به خود اختصاص داده است و عوامل فردی کمترین تأثیر را داشته است.

میزان t استودنت در سه عامل بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد که بیانگر رابطه مثبت بین متغیرهای وابسته با متغیر مستقل می باشد. و متغیر عوامل فردی عدد ۰.۸۷ شده که بیانگر عدم رابطه مثبت با متغیر وابسته است. سطح معنا داری سه عامل کمتر از ۰.۵ است که می توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان یا اعتماد این تأثیر و رابطه مثبت و معنا دار می باشد.

ضریب تشخیص که با نشانگر R2 میزانش مشخص شده است مقدار ۱۷ درصد را نشان می دهد که به این معنا است که عوامل چهار گانه سبک زندگی در قومیت آذری چقدر توانسته اند تغییرات متغیر سبک زندگی را توجیه نمایند. البته در روش پل چون داده‌ها در چهار طبقه توزیع می شوند این عدد پایین تر نشان داده می شود و مقدار ۱۷ درصد عدد پایینی است و می توان گفت که این مدل با قومیت عرب سازگاری ندارد. آزمون دوربین واتسون برای این که بدانیم الگوی رگرسیون ما دچار مشکل هم بستگی

یا هم خطی نیست انجام شده است که مقدار اماره این آزمون باید در محدوده ۱.۵ تا ۲.۵ باشد که برای الگوی ما عدد ۱.۹۶ است و بدین مفهوم است که متغیرهای مدل هم خط نیستند و به صورت مستقل در الگو تأثیر گذار هستند. لذا سه عامل مورد مطالعه تأثیرشان بر سبک زندگی اعراب تأیید می‌گردد.



جدول شماره ۴ جامعه عرب

نام قومیت: عرب

تعداد نمونه: ۱۲۸ : تعداد کل نمونه پتل: ۳۸۴

متغیرها	ضریب تأثیر	Std. Error	t-Statistic	Prob
عوامل فردی	۰.۰۴۱۳۲۶	۰.۰۴۷۰۰۹	۰.۸۷۹۱۰۳	۰.۳۷۹۹
عوامل محیطی	۰.۰۱۸۳۷۰	۰.۰۴۲۲۵۲	۲.۵۶۴۸۵۶	۰.۰۱۰۷
نگرشها و ارزشها	۰.۱۶۰۸۴۱	۰.۰۴۳۴۸۳	۳.۶۹۸۸۹۶	۰.۰۰۰۲
انسانی-اجتماعی	۰.۱۳۴۸۷۵	۰.۰۵۲۷۴۶	۲.۵۵۷۰۶۹	۰.۰۱۰۹
کل	۰.۸۰۷۴۱۲	۰.۲۴۷۷۵۰	۳.۲۵۸۹۸۰	۰.۰۰۱۲
F-statistic	۱۷۴.۴۷۶۵		دوربین واتسون	۱.۹۶۹۵۰۰
Prob(F-statistic)	۰.۰۰۰۰۰۰			

در جدول شماره ۵ نتایج داده‌های مرتبط با چهار عامل اصلی بدست آمده در مدل سبک زندگی در جوامع پارسی مورد مطالعه قرار گرفته است و نتایج نمایانگر این است که هر چهار عامل دارای ضریب

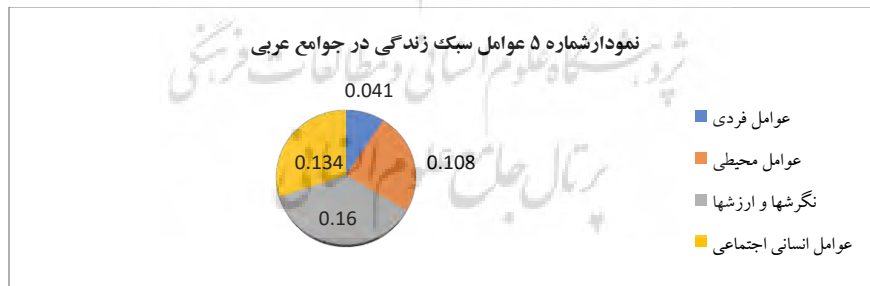
و میزان تأثیر قابل قبولی هستند که عامل انسانی اجتماعی با ۸۲ درصد بالاترین میزان تأثیر را در این قومیت به خود اختصاص داده است و عوامل محیطی با ۱۷ درصد کمترین تأثیر را داشته است.

میزان t استودنت در چهار عامل بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد که بیانگر رابطه مثبت بین متغیرهای وابسته با و تغییر مستقل می باشد.

سطح معناداری چهار عامل کمتر از ۰.۵ است که می توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان یا اعتماد این تأثیر و رابطه مثبت و معنادار می باشد.

ضریب تشخیص که با نشانگر R^2 میزانش مشخص شده است مقدار ۲۷ درصد را نشان می دهد که به این معنا است که عوامل چهارگانه سبک زندگی در قومیت پارسی چقدر توانسته اند تغییرات متغیر سبک زندگی را توجیه نمایند. البته در روش پنل چون داده ها در چهار طبقه توزیع می شوند این عدد پایین تر نشان داده می شود و مقدار ۲۷ درصد عدد پائینی است که البته در مقایسه با سایر روشها معادل ۵۰ درصد می باشد.

آزمون دوربین واتسون برای این که بدانیم الگوی رگرسیون ما دچار مشکل هم بستگی یا هم خطی نیست انجام شده است که مقدار اماره این آزمون باید در محدوده ۱.۵ تا ۲.۵ باشد که برای الگوی ما عدد ۲.۷ است و بدین مفهوم است که متغیرهای مدل هم خط نیستند و به صورت مستقل در الگو تأثیر گذار هستند. لذا چهار عامل مورد مطالعه تأثیرشان بر سبک زندگی قومیت پارسی تایید می گردد.



جدول شماره ۵ جوامع پاریسی

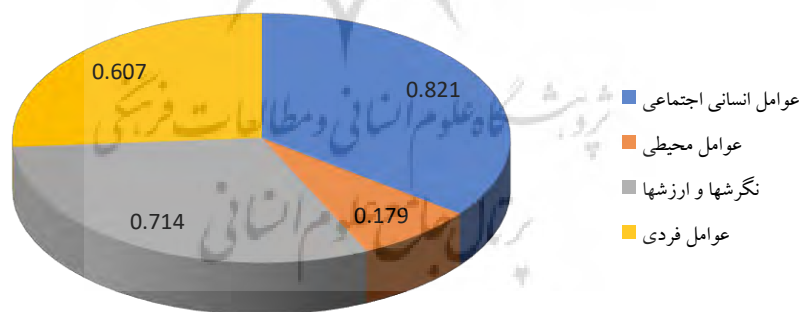
نام قومیت: پاریسی

تعداد نمونه: ۱۲۸:

تعداد کل نمونه پتل: ۳۸۴:

متغیرها	ضریب تأثیر	Std. Error	t-Statistic	احتمال
انسانی - اجتماعی	۰.۸۲۱۳۵۸	۰.۰۶۸۳۴۰	۱۲.۱۸۷۳	۰.۰۰۰۰
عوامل محیطی	۰.۰۱۷۹۱۴۸	۰.۰۴۲۶۱۲	۴.۲۰۴۱۴۳	۰.۰۰۰۰
نگرشها و ارزشها	۰.۷۱۴۱۹۴	۰.۰۵۰۷۷۱۰	۱۴.۰۸۳۸۷	۰.۰۰۰۰
عوامل فردی	۰.۶۰۷۰۲۹	۰.۰۵۸۱۲۱	۱۰.۴۴۴۱۹	۰.۰۰۰۰
کل	۰.۶۱۰۳۹۶	۰.۲۶۵۵۷۰	۲.۲۹۸۴۴۲	۰.۰۲۲۱
F-statistic	۱۴۴.۴۴۹۸		دوربین واتسون	۲.۰۸۷۶۸۴
Prob(F-statistic)	۰.۰۰۰۰۰			

نمودار شماره ۶ عوامل سبک زندگی در جوامع پاریسی



بحث و نتیجه گیری

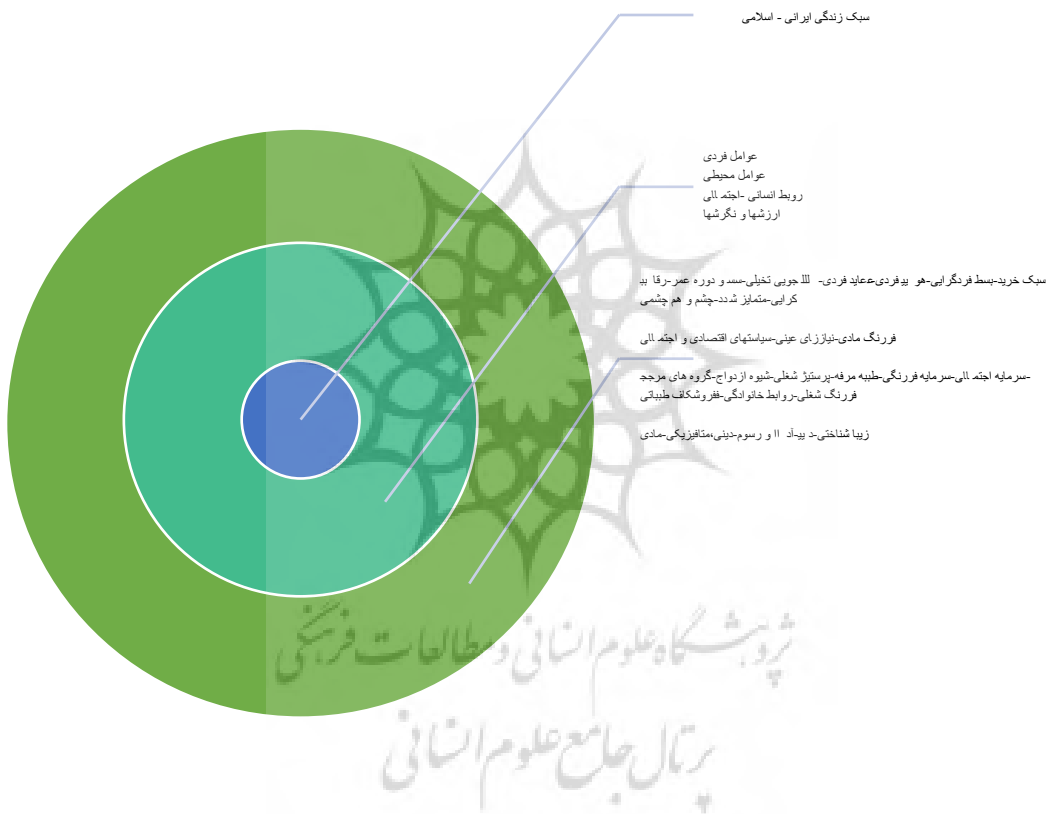
برای پاسخ به سوال اول پژوهش محقق با استفاده از روش گرندد تئوری و با روش انجام مصاحبه عمیق از مصرف کنندگان ایرانی در هفده مصاحبه به اشباع نظری رسید که نتایج آن در جدول زیر نمایش داده شده است:

	اسلامی ایرانی زندگی سبک	SUM
1 شماره مصاحبه	74	74
2 شماره مصاحبه	48	48
3 شماره مصاحبه	32	32
4 شماره مصاحبه	31	31
5 شماره مصاحبه	52	52
6 شماره مصاحبه	42	42
7 شماره مصاحبه	31	31
8 شماره مصاحبه	35	35
9 شماره مصاحبه	30	30
10 شماره مصاحبه	60	60
11 شماره مصاحبه	71	71
12 شماره مصاحبه	55	55
13 شماره مصاحبه	31	31
14 شماره مصاحبه	64	64
15 شماره مصاحبه	70	70
16 شماره مصاحبه	80	80
17 شماره مصاحبه	98	98
SUM	904	904

سپس در مرحله بعدی در گزند تئوری این تعداد داده را بر اساس مولفه‌های اصلی در ۲۷ مولفه خلاصه کرده که در نهایت به چهار مقوله اصلی که بنیان تئوری را شکل می‌دهند ختم شده است:

جمع	سبک زندگی ایرانی اسلامی اعوامل فردی	سبک زندگی ایرانی اسلامی روابط انسانی بین فردی تا اجتماعی	سبک زندگی ایرانی اسلامی/ نگرش‌ها و ارزشها و تحول ارزشی	سبک زندگی ایرانی اسلامی طبقه و عوامل محیطی	سبک زندگی ایرانی اسلامی
74	6	24	17	27	0
48	5	9	10	24	0
32	1	2	8	21	0
31	5	13	1	12	0
52	4	3	14	31	0
42	4	14	6	18	0
31	1	1	6	23	0
35	6	2	6	21	0
30	2	2	9	17	0
60	6	17	16	21	0
71	13	17	13	28	0
55	11	10	14	20	0
31	3	5	4	19	0
64	5	19	18	22	0
70	6	17	22	25	0
80	11	25	16	28	0
98	20	29	24	25	0
904	109	209	204	382	0

و بر این اساس مدل را بصورت زیر در آورده ایم :



این مدل متشکل از چهار مقوله اصلی و بیست و هفت مولفه می‌باشد که منتهی به مدل سبک زندگی ایرانی - اسلامی شده است و میزان اثر هر مقوله را در نشان دادیم و مدل را میتوان به صورت زیر هم نشان داد:

با نگاهی به پژوهشی که توسط شالچی در سال ۸۶ انجام پذیرفت تلاش برای کمی سازی شاخص های سنجش سبک زندگی صورت داده ست اما این شاخص ها قابلیت تعمیم به جمعیت جوان کشورمان را ندارد. کفاش در سال ۱۳۹۳ با بهره گیری از مدل سبک زندگی پیر بردیو و هنری تاجون مدلی را ارائه نمود که بر پنج مولفه اصلی استوار بود .

در این پژوهش ۲۷ مولفه اصلی پدیدار شد که در قالب چهار محور چارچوب سبک زندگی ایرانی را شکل میدهند. حمیدرضا فرجی در سال ۸۶ برای دستیابی به تاثیر جنسیت در شکل گیری سبک زندگی مطالعه ایی را انجام داد که با روش مصاحبه عمیق انجام شد اما به دلیل عدم استفاده از یک روش علمی کارآمد در تحقیق کیفی نتایج قابل تعمیمی را نمی توان از ان استخراج کرد.

مطالعه فاضلی هم در سال ۸۶ مانند فرجی به دلیل یک سو نگری و تمرکز بر مصرف به عنوان تنها بعد سنجش سبک زندگی مورد نقد قرار گرفت. به همین ترتیب مطالعه سعید مهدوی کنی در سال ۸۶ برای بررسی نظری مولفه های سبک زندگی با روش اسنادی به دلیل عدم ازمون مولفه ها توسط داده های میدانی نتوانست به طراحی یک مدل کمک نماید.

مطالعه از کیا و رودبارکی در سال ۸۹ با یک روش ترکیبی تلاش نمود تا نظریات توسعه و سبک زندگی را تلفیق نماید که این مطالعه هم به دلیل عدم توجه به تفاوت های نظری میان شهر و روستا از پایایی بالایی برخوردار نشد. اما مدل این پژوهش به صورتی جامع و با کاربرد در قومیت های ایرانی از مصاحبه های عمیق بدست آمده است .

در مقایسه با مدل های خارجی هم با توجه به مدل طراحی شده برای سبک زندگی ایرانی چهار عامل اصلی در آن بیشترین تاثیر را دارند که با مقایسه مدل هایی که در کشورهای دیگر طراحی شده است مثل مدل بردیو سه که عامل دارند در این مدل ایرانی عامل فردی را اضافه تر داریم و در نتایج پرسشنامه ها هم این عامل بیشتر از سایر عوامل تاثیر گذار است لذا پیشنهاد میگردد:

سیاست گذاران این حوزه به جای سرمایه گذاری در حوزه های جمعی و رسانه ایی روی آموزشهای فردی سرمایه گذاری نمایند.

با نگاهی به امارهای موجود در هر سه قومیت ایرانی بیشترین سهم در شاکله سبک زندگی مربوط به نگرشها و ارزشها می باشد که نمایانگر تاثیر دین بر سبک زندگی می باشد و هر سه قومیت در بیشتر مقوله ها شبیه به همدیگر رفتار میکنند به جز تاثیر پذیری از محیط و فرد گرایی که بسته به غنای فرهنگی اقوام دارد.

اگرچه کشور ایران با تمدن و سابقه دیرینه مدنیت در دنیا از دیرباز الگوی رفتاری بسیاری از کشورها شناخته شده است و شیوه حکومت داری و سبک زندگی ایرانی جزو آرزوهای سایر ملل به حساب می آمده است بعد از فتح ایران به دست اعراب و تداخل فرهنگ ایرانی-عربی این روشها و سبکها یا تخریب و یا بدست فراموشی سپرده شده است.

حتی در ارائه یک روش و سبک زندگی اسلامی نیز متاسفانه ناکام بوده است. شاید کتاب مفاتیح الحیاء آیت الله جوادی آملی را بتوان اولین مرجع در حوزه سبک زندگی اسلامی دانست که با بهره گیری از آیات و روایات دینی به وظایف و رفتارهای اجتماعی انسان پرداخته شده است.

با نگاهی به آمارهای موجود در هر سه فرهنگ ایرانی بیشترین سهم در شاکله سبک زندگی مربوط به نگرشها و ارزشها می باشد که نمایانگر تاثیر دین بر سبک زندگی می باشد و هر سه فرهنگ در بیشتر مقوله ها شبیه به همدیگر رفتار می کنند به جز تأثیر پذیری از محیط و فرد گرایی که بسته به غنای فرهنگی اقوام دارد.

مردم ایران روش و سبک زندگی خاص خود را دارند که بخشی از مذهب و بخشی فرهنگ ایرانی بهم آمیخته است. و بدلیل تنوع فرهنگی در کشور که بیشتر به یک منبت کاری فرهنگی شبیه است سبکهای زندگی متنوعی را شاهد هستیم که در اموری مانند پوشاک، علم آموزی، نظافت، اوقات فراغت، مسکن و امکانات زندگی بروز می کنند. و البته انگونه که تورستن و بلن بیان می کند .

نتایج این تحقیق نشان می دهد جامعه ما به سمت رفتارهای طبقه تن اسای پیش می رود که این موضوع با توجه به نتایج تحقیق در مقوله روابط انسانی و اجتماعی و مولفه طبقه مرفه نشان داده شد که برای کشوری

که در حال توسعه است مناسب نیست و لذا پیشنهاد می‌گردد که فرهنگ سازی برای جابجایی ارزشها از مصرف گرایی به تولید گرایی برنامه ریزی گردد.

منابع

- آدلر، آلفرد. (۱۳۷۰). روانشناسی فردی، ترجمه حسن زمانی شرفشاهی، انتشارات تصویر، چاپ سوم
- آشنا، حسام‌الدین و محمد رضا روحانی. (۱۳۸۹). هویت فرهنگی ایرانیان: از رویکردهای نظری تا مولفه‌های بنیادی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۳(۴): ۱۵۷-۱۸۵.
- اردکانی فرد، زهرا و همکاران. (۱۳۹۶). گونه‌شناسی بازنمایی سبک زندگی جوانان ایرانی در شبکه‌های اجتماعی فیس بوک، فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ، شماره ۴۰، ۱۵۸-۱۲۹
- امجدی، فرزانه و عالیه شکر بیگی و سعید معدنی (۱۳۹۹) برساخت اجتماعی ازدواج سفید، پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال چهاردهم، شماره اول و دوم، بهار و تابستان ۹۸-۹۷
- باکاک، رابرت. (۱۳۸۲). مصرف، ترجمه خسرو صبری، انتشارات شیرازه، چاپ اول
- بورديو، پي. (۱۳۹۵). تمایز، ترجمه حسن چاوشیان، نشر ثالث، چاپ چهارم
- بودریار، ژان (۱۳۹۴). جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، چاپ پنجم، انتشارات ثالث
- جلایی پور، حمیدرضا و جمال محمدی، ۱۳۸۷، نظریه‌های مناظر جامعه‌شناسی، تهران، نشر نی
- چنی، دیوید. (۱۳۷۶). سبک زندگی ترجمه حسن پادشیان، فصلنامه فرهنگ عمومی، (۱۱ و ۱۰) بهار و تابستان
- خواجه نوری؛ بیژن، علی روحانی و سمیه هاشمی. (۱۳۹۰). "سبک زندگی و مدیریت بدن، فصلنامه عملی" پژوهش زنان، ۲(۴): ۴۸-۲۱
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۱) خرده فرهنگ، سبک زندگی و هویت، مجموعه رشد آموزشی علوم اجتماعی (۲۰-۲۱).
- ریتزر، جورج. (۱۳۹۶). نظریه‌ی جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر علم
- شریفی، احمد حسین. (۱۳۹۴). سبک زندگی اسلامی-ایرانی، چاپ سوم، انتشارات آفتاب توسعه
- سیدمن، استیون. (۱۳۹۶) کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی
- شارف، ریچارد اس. (۱۳۸۱). نظریه‌های روان‌آرمانی و مشاوره، ترجمه مهرداد فیروز بخت، تهران موسسه خدمات فرهنگی رسا
- شفیع آبادی، عبدالله و ناصری غلامرضا. (۱۳۸۷). نظریه‌های مشاوره و روان‌امامی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی
- شولتز، دوان و شولتز ف الن. (۱۳۸۷). نظریه‌های شخصیت، ترجمه یوسف کریمی، تهران: نشر ارسباران
- صالح، فروغ. (۱۳۸۸). هویت ملی، هویت قومی و وفاق ملی، پژوهشنامه هویت اجتماعی، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، (۴۹) شش: ۱۴۲-۱۲۱.
- فراهانی، عاطفه (۱۳۸۶). مطالعات قومی: مفاهیم و نظریات. پژوهشنامه تنوع فرهنگی و همبستگی ملی، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، (۸) ۸۷-۱۱۸.

- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، نشر صبح صادق، چاپ اول
- فریدان، بتی. (۱۳۹۲). رازوری زنانه، فاطمه صادقی و هما مداح، نشر نگاه معاصر، چاپ اول
- مرادی، علیرضا. (۱۳۹۴). هویت اقوام ایرانی و تأثیر آن بر هویت ملی و انسجام ایرانیان، ۹(۸۴).
- مهدوی کنی، سعید. (۱۳۹۰). دین و سبک زندگی، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ سوم
- ویلن، تورستین. (۱۳۹۴). نظریه طبقه تن آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی، چاپ چهارم
- Ansbacher, H. L. (2001) Lifestyle: a Historical and systematic Review Journal of Individual psychology.
- Bocock R. (1992). Consumption and lifestyle. In Robert Bocock & Kenneth Thompson (Eds). Social and cultural forms of modernity. Open University press.
- Berzano L. Genova C (2015) "lifestyle and subcultures history and a new perspective", Routledge. London
- Evans D. & T. Jackson (2007) towards a sociology Sustainable lifestyle. University of surrey.
- Gust L. (2004) strategic to promote sustainable con summer behavior the use of the life style Approach, hand university International masters programmed / in environmental science.
- Pont here G (2011)" mortality and lifestyle" journal of family and economies Issues. 32
- Parnell, j & H. Al. (2006) Strategy through the Eyes of consumer: An Exploratory study across emerging economies Universidad de Talca, Chile
- Paterson, M. (2006) consumption and everyday life. Rutledge
- Sioberg, L. & E. Engelbert (2005). Lifestyle and consumer Behavior. Center for Risk Research.
- Sparagaren G. and B. Vanvliet: Lifestyle, Consumption and environment "The Tomlinson, M. (1998). "Lifestyle and social classes. Center for research on Innovation and competition. The University of Manchester.
- Veal, A. J (2002) Leisure, culture and lifestyle. Sydney: university of technology