

“The Ship of my Life floats on the Sea of my Thoughts”: Phenomenological Analysis of the Fundamental Beliefs that Determine the Lifestyle in Iranian Culture

Mohammad Ali Fallah Nejad¹, Mohammad Naqi Farahani², Hamidreza Hassanabadi^{3,*}, Azizaleh Tajik Esmaili⁴, Morteza Manteqi²

¹ Phd student of psychology, Kharazmi University, Tehran, Iran

² Professor, Department of Psychology, Kharazmi University, Tehran, Iran

³ Associate Professor, Department of Educational Psychology, Kharazmi University, Tehran, Iran

⁴ Associate Professor, Department of Counseling, Kharazmi University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Article History

Received: 28 Feb 2024

Revised: 13 Aug 2024

Accepted: 24 Aug 2024

Available online: 16 May 2025

Article Type: Research Article

Keywords

Lifestyle; Iranian Culture; Fundamental Beliefs; Phenomenological Method

Corresponding Author*

Hamidreza Hassanabadi received his Ph.D. in Educational Psychology from the University of Tehran. He is currently an Associate Professor of Educational Psychology at Kharazmi University. His research interests are in multimedia learning, trusting, interventions for academic problems, and specifically the treatment of learning disorders. Correspondence concerning this article should be addressed to dr. Hassanabadi, Department of Educational Psychology, Faculty of Psychology and Education, Kharazmi University, No. 43, South Mofatteh Ave., Tehran Postal Code 15719-14911.

ORCID: 0000-0001-7076-9219

e-mail: dr_hassanabadi@khu.ac.ir

doi: 10.29252/bjcp.18.1.88

ABSTRACT

In all societies, the formation of lifestyle is largely dependent on the underlying cultural beliefs, meanings, and values. Considering the pivotal role of this concept and the profound impact of lifestyle on all aspects of human life, the purpose of this research was to identify the fundamental beliefs that shape lifestyle within the context of Iranian culture. In this study, a qualitative method of psychological phenomenology has been used, which is based on the description of the phenomenon from the perspective of the participants. The study involved a total of 12 participants, comprising psychologists, sociologists, and social psychologists. The data was collected through in-depth semi-structured interviews. The data has also been analysed using Creswell's qualitative data analysis steps. A qualitative analysis identified four principal categories of ontological and spiritual beliefs, social beliefs, family beliefs and teleological and purpose in life. The category of ontological and spiritual beliefs encompasses a number of subcategories, including belief in the hereafter or materialism, belief in God, spirituality, superstition and sanctism. The category of social beliefs includes the necessity of interpersonal communication and interaction, social emotions, social credibility, the importance of occupational issues, the ability to get along with others, and social values against individualism. The category of family beliefs includes family-oriented beliefs and beliefs related to life with a spouse. The category of vision and purpose in life also includes responsibility towards others, competition and growth, transformation in the context of profit - seeking and hedonism. The results obtained from this research have identified the beliefs that determine the lifestyle in the context of Iranian culture. These results can be used in planning, research, and education and help to improve the health of the individual, family and society.

Citation: Fallah Nejad, M. A., Farahani, M. N., Hassanabadi, H. R., Tajik Esmaili, A. & Manteqi, M. (2023/1402). “The Ship of my Life floats in the Sea of my Thoughts”: Phenomenological Analysis of the Fundamental Beliefs that Determine the Lifestyle in Iranian Culture. *Contemporary Psychology*, 18(1), 88-104. Doi: 10.29252/bjcp.18.1.88

"کشتی زندگی‌ام در دریای اندیشه‌هایم روان است": تحلیل پدیدارشناسانه از باورهای بنیادین تعیین‌کننده سبک زندگی در فرهنگ ایرانی

محمدعلی فلاح‌نژاد^۱، محمدنقی فراهانی^۲، حمیدرضا حسن‌آبادی^{۳*}، عزیزاله تاجیک اسماعیلی^۴، مرتضی منطقی^۲

^۱ دانشجوی دکتری روانشناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

^۲ استاد، گروه روانشناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

^۳ دانشیار، گروه روانشناسی تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

^۴ دانشیار، گروه مشاوره، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

اطلاعات مقاله

دریافت: ۹ اسفند ۱۴۰۲

اصلاح نهایی: ۲۳ مرداد ۱۴۰۳

پذیرش: ۳ شهریور ۱۴۰۳

انتشار آنلاین: ۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۴

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

کلیدواژه‌ها:

سبک زندگی؛ فرهنگ ایرانی؛ باورهای بنیادین؛ روش پدیدارشناسانه

نویسنده مسئول*

حمیدرضا حسن‌آبادی درجه دکتری روانشناسی تربیتی خود را از دانشگاه تهران دریافت کرد. در حال حاضر، او دانشیار روانشناسی تربیتی دانشگاه خوارزمی است. علایق پژوهشی ایشان یادگیری چندرسانه‌ای، آزمون-سازی، مداخله در مشکلات تحصیلی و به‌ویژه درمان اختلالات یادگیری است. در مورد این مقاله با دکتر حسن‌آبادی، گروه روانشناسی تربیتی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، خیابان مفتح، تقاطع خیابان سمیه و خیابان خاقانی، پلاک ۴۳، کد پستی ۱۵۷۱۹-۱۴۹۱۱ مکاتبه نمایید.

ارکید: ۹۲۱۹-۷۰۷۶-۰۰۰۱-۰۰۰۰

پست الکترونیکی: dr_hassanabadi@khu.ac.ir

چکیده

در همه جوامع، شکل‌گیری سبک زندگی تا حد زیادی تابع باورها، معناها و ارزش‌های زیربنایی فرهنگی است. با توجه به اهمیت این مفهوم و اثرات سبک زندگی بر تمامی حیطه‌های زندگی افراد، هدف این پژوهش شناسایی باورهای بنیادی تعیین‌کننده سبک زندگی در بافت فرهنگ ایرانی بود. در این پژوهش روش کیفی از نوع پدیدارشناسی روان‌شناختی استفاده شد که مبتنی بر توصیف پدیده‌ها از منظر مشارکت‌کنندگان است. مشارکت‌کنندگان شامل ۱۲ متخصص روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی بودند. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شدند. تحلیل داده‌ها نیز از طریق مراحل تحلیل داده‌های کیفی کرسول انجام شد. تحلیل کیفی داده‌ها، چهار مقوله اصلی باورهای هستی‌شناسی و معنوی، باورهای اجتماعی، باورهای خانوادگی و غایت‌نگری و هدف در زندگی را نمایان ساخت. مقوله باورهای هستی‌شناسی و معنوی شامل زیرمقوله‌های باور به آخرت یا مادی‌گرایی، خداپاوری، معنویت، خرافات و تقدس-گرایی بود. مقوله باورهای اجتماعی شامل ضرورت ارتباط و تعامل میان‌فردی، عواطف اجتماعی، اعتبار اجتماعی، اهمیت مسائل شغلی، همراه شدن با دیگران و ارزش‌های اجتماعی درمقابل فردگرایی بود. مقوله باورهای خانوادگی، باورهای خانواده‌محور و باورهای مرتبط به زندگی با همسر را دربرداشت و مقوله غایت‌نگری و هدف در زندگی نیز شامل مسئولیت‌پذیری نسبت به دیگران، رقابت‌جویی و رشد، تحول با زمینه منفعت-جویی و لذت‌جویی بود. یافته‌های این مطالعه باورهای تعیین‌کننده سبک زندگی در بافت فرهنگ ایرانی را شناسایی کرد. از این یافته‌ها می‌توان در برنامه‌ریزی‌ها، پژوهش‌ها، آموزش و کمک به ارتقای سلامت فرد، خانواده و جامعه استفاده کرد.

مقدمه

سبک زندگی^۱ از موضوعات بین‌رشته‌ای است که رشته‌هایی نظیر اخلاق، روان‌شناسی، علوم پزشکی و علوم اجتماعی هر کدام به به مطالعه بعدی از آن می‌پردازند که نمایانگر اهمیت و پیچیدگی سازه سبک زندگی است. سبک زندگی به‌عنوان یکی از اصطلاحات روان-شناسی، پیوند مستقیم و وسیعی با مجموعه‌ای از مفاهیم نظیر معنای زندگی، کیفیت زندگی و شخصیت دارد. بدین لحاظ، پژوهش در

این حیطه مستلزم ارائه معنایی دقیق از سبک‌زندگی است (مهدی‌زاده، ۲۰۱۷). سبک زندگی و بررسی ابعاد و وجوه آن، حیطه بسیار تخصصی و حرفه‌ای در مطالعات فرهنگی است. درواقع، با به کارگیری مفهوم سبک زندگی و ژرف‌اندیشی و تعمیق درباره مفهوم آن می‌توان از هنجارهای پنهانی^۲ آگاه شد که در اذهان، باورها و رفتارهای مردم یک جامعه قابل‌مشاهده است و از جهت‌گیری‌ها و الگوهای موجود یا

² hidden norms

¹ lifestyle

فرهنگ‌ها رهنمودهای متنوعی درباره چگونگی شکل‌گیری رفتار، افکار و سبک زندگی اعضای خود دارند. نتایج مطالعات بر روی گروه‌های مختلف نشان داده است که برخی ویژگی‌های شخصیتی ملی وجود دارند که به‌صورت مجموعه‌ای از صفات سیستم‌های اعتقادی، روش‌های تفکر، نگرش‌های هیجانی، احساساتی و عاطفی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (الیک و مک‌کر، ۲۰۰۴). ارزش‌ها و باورهایی که در فرهنگ‌ها وجود دارند، از طریق گفتگوهای اجتماعی و رفتارهای فردی بر تحول و رشد شخصیت تأثیر می‌گذارند. همچنین، ساختار پایه‌ای صفات شخصیتی ممکن است از فرهنگی به فرهنگ دیگر تنوع داشته باشد (هافستد و مک‌کر، ۲۰۰۴). برای مثال، نتایج پژوهش‌های فردگرایی - جمع‌گرایی^۳ نشان دادند فرهنگ‌های فردگرای غربی تحصیل‌کرده، صنعتی، ثروتمند و دموکرات هستند. این فرهنگ‌ها بیشتر مایل به تایید معیارهای اخلاقی هستند که بر حقوق و استقلال افراد تاکید می‌کنند؛ ولی فرهنگ‌های جمع‌گرا تمایل دارند که تعهدات جمعی مبتنی بر مسئولیت را از نظر اخلاقی تقویت کنند (گراهام و همکاران، ۲۰۱۱). یاماگوچی و همکاران (۱۹۹۵) نیز نشان دادند که دانشجویان آسیایی در مقایسه با دانشجویان آمریکایی احساس نیاز بیشتری به پیوندجویی و مهرورزی دارند و نسبت به طرد اجتماعی و پاسخ‌گویی به انتظارات دیگران مهم‌نظر خانواده و دوستان حساس‌تر هستند.

فرهنگ ایرانی، سازنده سبک زندگی ایرانی

سبک زندگی در جامعه ایرانی به لحاظ فرهنگی و اجتماعی بسیار متنوع است. این سبک زندگی از یک‌سو در دوره پس از وقوع انقلاب، و از سوی دیگر پس از پایان یافتن جنگ شاهد تأثیرپذیری بیشتر مردم از جریان‌های جهانی و تحولات جهانی بوده است و این امر به‌تدریج بر سبک زندگی مردم نفوذ داشته است و باعث ظهور جامعه‌ای مصرفی و شیوه‌های زندگی جدید شده است (آقاملایی و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین، با ظهور عصر فناوری‌های نوین ارتباطی و گسترش فراگیر آن در سطح جوامع، تغییر و تحولات بسیاری در عرصه زندگی بشر ایجاد شد و انسان‌ها را با جهان جدیدی مواجه ساخته است (یاراحمدی و همکاران، ۲۰۱۹).

گزینش خصیصه‌ها یا رفتارهایی که شاخص سبک زندگی باشند باید با توجه به زمینه اجتماعی صورت گیرد، زیرا با وقوع تغییرات اجتماعی و فرهنگی در سطح جامعه این مولفه‌ها و شاخصه‌های مرتبط با سبک زندگی نیز دستخوش تغییر و شدت و ضعف قرار می‌گیرند. جامعه‌ای که بیش از ماده به ماوراء ماده و عالم غیب تکیه کرده است، چگونه می‌تواند با شاخصه‌ها و مختصات سبک زندگی غربی، سبک

در حال شکل‌گیری آتی جامعه، به‌نحو واقع‌بینانه‌ای تفسیر به‌دست آورد (بهرامی، ۲۰۱۳).

سبک زندگی در حیطه مطالعات فرهنگی به مجموعه رفتارها، مدل‌ها و الگوهای کنشی^۱ هر فرد اطلاق می‌شود که معطوف به ابعاد هنجاری، رفتاری و معنایی زندگی اجتماعی وی است و نشان‌دهنده کم و کیف نظام باورها، کنش‌ها و واکنش‌های فرد و جامعه است. به عبارت دیگر، سبک زندگی دلالت بر ماهیت و محتوای روابط، تعاملات و کنش‌های افراد مختلف در هر جامعه دارد (فاضل قانع، ۲۰۱۲).

به نظر می‌رسد مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، باورها و معناها و فرد نسبت به پدیده‌های مختلف مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های سبک زندگی وی باشد. این نظام‌های ذهنی و معنایی در بستر فرهنگ جامعه شکل می‌گیرند و بر آن تأثیر می‌گذارند. در نتیجه، ساختار فرهنگ جوامع نقش زمینه‌ای و تعیین‌کننده‌ای در سازماندهی سبک زندگی افراد دارد. با توجه به اهمیت باورهای تعیین‌کننده سبک زندگی و همچنین، تعامل پیچیده و گسترده فرهنگ و سبک زندگی، در پژوهش حاضر به دنبال شناسایی باورهای تعیین‌کننده سبک زندگی در فرهنگ ایرانی بودیم. در ادامه به اختصار به بررسی ادبیات موضوع پرداخته شده است.

سبک زندگی، میراث ساختار فرهنگ و جامعه

سبک زندگی تا حدودی پایدار است، اما با تحول در زمینه‌ها و شرایط فرهنگی و اجتماعی، رجحان‌ها و نظام انتخاب و گزینش فردی تحت تأثیر قرار می‌گیرد و به‌تدریج تغییر می‌یابد. به عبارت دیگر، سبک زندگی از یک‌سو، ریشه در ذهن و نگرش فرد دارد و از دیگر سو تابع موقعیت است (ابراهیم‌آبادی، ۲۰۱۲). از این‌رو، سبک زندگی به‌عنوان الگوی کنش فرد نمی‌تواند جدای از نظام هنجاری و باورهای فرد باشد و آنچه مهم تلقی می‌شود عوامل سازنده این نظام باورها و هنجارها است (دهقانیان، ۲۰۱۲). یادگیری و تجربه فرهنگی^۲ نه‌تنها به تدوین روش‌های معمول انجام کارها کمک می‌کند، بلکه به شکل‌گیری فعالیت‌های ذهنی (شناختی و هیجانی) نیز کمک می‌کند (تسای، ۲۰۱۳). در این راستا، دانش و ویژگی‌های فرهنگی از نسلی به نسل دیگر به‌عنوان یک سیستم وراثتی منتقل می‌شود که بر محیط‌های اجتماعی و فیزیکی تأثیر می‌گذارد (ریچرسون و همکاران، ۲۰۱۰). علی‌رغم هماهنگی که بین ویژگی‌های شخصیتی فرهنگ‌های مختلف گزارش شده است، اما این هماهنگی‌ها دلیل بر جهان‌شمولی ویژگی‌های شخصیتی نیست (مارکوس، ۲۰۰۴). پژوهش‌های بین‌فرهنگی در تایید اثر محیط فرهنگی بر نظام‌های اجتماعی و جوامع نقش حائز اهمیتی دارند (پهلوان، ۲۰۱۱).

³ individualism - collectivism

¹ action patterns

² cultural experience

پژوهش که از اساتید و متخصصان دانشگاهی بودند، به صورت حضوری انجام شد. دفتر کاری آن‌ها واقع در دانشگاه یا کلینیک‌های خصوصی بود. جلسه صرفاً با حضور پژوهشگر و مشارکت‌کننده انجام شد. موقعیت دفتر کاری مشارکت‌کنندگان بدین صورت بود که استاد به طور رسمی پشت میز خودش و پژوهشگر نیز در مقابل وی نشسته بود و مصاحبه را پیش می‌برد. عوامل مزاحم بیرونی نظیر حضور نفر سوم یا رفت‌وآمد دانشجویها و کارمندان با هماهنگی قبلی کنترل شد. بنابراین، سعی شد حریم شخصی مصاحبه رعایت شود و جلسه مصاحبه به صورت خصوصی انجام شود. جلسات مصاحبه اکثراً در روز و در ساعات اداری برگزار شد. ولی سه جلسه نیز در عصر و در دفاتر کلینیک مشارکت‌کنندگان انجام شد.

مشارکت‌کنندگان

در پژوهش حاضر جهت انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته، خبرگان و متخصصان مشارکت داشتند. ملاک انتخاب شامل حداقل سابقه ده سال کار پژوهشی و آموزشی در حیطه‌های روان‌شناسی اجتماعی، روان‌شناسی فرهنگی یا روان‌شناسی شخصیت بود. این مصاحبه‌ها پس از انجام ۱۲ مصاحبه به اشباع رسید. تمامی مشارکت‌کنندگان از اساتید و متخصصان دانشگاهی بودند که در زمینه‌های نام‌برده تخصص و تجربه داشتند. در پژوهش حاضر از روش نمونه‌گیری هدفمند جهت گزینش مشارکت‌کنندگان در پژوهش استفاده شد. ابتدا جهت گزینش خبرگان مشارکت‌کننده در پژوهش، با اساتید راهنما مشورت صورت گرفت و لیستی از خبرگان جمع‌آوری شد. همچنین، پژوهشگر نیز جهت بررسی‌های تکمیلی به جست‌وجوی پیشینه پژوهشی برخی اساتید دانشگاه‌های معتبر شهر تهران برای گزینش آن‌ها پرداخت و لیستی از اساتید را تهیه کرد. در نهایت، با بررسی و تأیید صلاحیت لیست خبرگان توسط اساتید راهنما، مشارکت‌کنندگان در پژوهش برگزیده شدند. سپس، فرایند هماهنگی و جلب رضایت این گروه برای مشارکت در پژوهش توسط پژوهشگر انجام شد.

ابزار سنجش

جهت طراحی ابزار اولیه برای انجام مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، ابتدا ادبیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. با مطالعه نظریه‌های معتبر مرتبط با موضوع پژوهش و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن‌ها، چارچوبی مفهومی از ملاک‌های مورد نیاز برای جمع‌آوری داده‌ها تدوین شد. سپس، ملاک‌های به دست آمده توسط چهار متخصص روان‌شناسی ارزیابی شدند و بر مبنای دانش نظری و تجربه زیسته‌شان نظرات و نقدها را ارائه کردند. با توجه به نظرات

زندگی خودش را تعریف کند. از این‌رو، باید شاخصه‌های ملموسی برای این سطح از سبک زندگی شناسایی شود. شاخصه‌هایی که با جهان‌بینی و سبک زندگی جامعه اسلامی ایرانی همخوانی داشته باشند (زرگوشی، ۲۰۱۵). نوع نگاه انسان نسبت به پدیده‌ها، در درجه اول، متأثر از نوع جهان‌بینی^۱ است که مکتب و آیین شخص نسبت به آن چیز ارائه می‌دهد (در صورت وجود)، و در وهله دوم، ناشی از شناختی است که انسان از کارکردها، ویژگی‌ها، شاخص‌های بررسی، فلسفه وجودی^۲ و اهداف مورد انتظار از پرداختن به مقوله موردنظر دارد. بدیهی است که در همه موارد، نوع شناخت ما نسبت به سازه سبک زندگی، متفاوت از نوع شناخت سایر جوامع است (ولی‌زاده، ۲۰۱۲).

با توجه به این‌که در طی سال‌های اخیر با گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی سرعت تحولات ساختاری و فرهنگی افزایش یافته است. همچنین، چگونگی شکل‌گیری سبک زندگی تحت تأثیر ساختارها، باورها و معانی فرهنگی است و رهنمودهای زمینه‌ای زندگی اجتماعی در جهت‌دهی و سازماندهی آن نقش دارند. از این‌رو، با عنایت به اهمیت نقش فرهنگ، در مطالعه حاضر به شناسایی مولفه‌های باورهای بنیادین سبک زندگی در بافت فرهنگ ایرانی پرداختیم.

روش

طرح پژوهش

با توجه به موضوع پژوهش که وابسته به فرهنگ بود، از روش کیفی پدیدارشناسی روان‌شناختی استفاده شد. روش پدیدار-شناسی روان‌شناختی یا استعلایی مبتنی بر توصیف پدیده از منظر مشارکت‌کنندگان است، کمتر بر تفاسیر پژوهشگر تأکید دارد و به دنبال کسب نگاهی نو به پدیده موردنظر است (موسستاکاس، ۱۹۹۴). در این راستا، در پژوهش حاضر نیز پژوهشگر فرضیه‌ها و تجارب شخصی خود را کنار گذاشته است تا بتواند مولفه‌ها و مفاهیم سبک زندگی را از دیدگاه مشارکت‌کنندگان بهتر درک کند. رویکرد کیفی روشی مطمئن برای شناسایی عوامل عمیق و نهفته فراهم می‌کند و بر شناخت کلیت پدیده‌های انسانی و نمایان ساختن نقش شرایط فرهنگی تأکید دارد، از این‌رو، برای بررسی موضوعات مبهم و مبتنی بر بافت نظیر پژوهش حاضر مناسب و دارای اولویت است (تشکری و تدلی، ۲۰۰۳؛ هاتون و همکاران، ۲۰۱۰).

بافت مطالعه

پس از هماهنگی‌های اولیه با خبرگان و ارائه اطلاعات درباره موضوع پژوهش و هدف مصاحبه قرار جلسه مصاحبه تعیین شد. انجام مصاحبه‌ها و جمع‌آوری داده‌ها در دفتر کاری مشارکت‌کنندگان

² existential philosophy

¹ world view

کد اخلاق و ملاحظات اخلاقی

ملاحظات اخلاقی در پژوهش حاضر برطبق دستورالعمل‌های راهنمای حقوق انسانی در پژوهش‌های بالینی مدنظر قرار گرفته است. ملاحظات اخلاقی در پژوهش شامل این موارد بود: دریافت رضایت‌نامه از مشارکت‌کنندگان برای قدرت انتخاب آزادانه جهت مشارکت در پژوهش، تفاهم بین پژوهشگر و مشارکت‌کنندگان برای این‌که افراد اطلاعات کافی در زمینه موضوع پژوهش داشته باشند و قادر به درک اطلاعات باشند، ضمانت گمنامی به مشارکت‌کنندگان و محرمانه بودن داده‌های به‌دست آمده، ضمانت عدم هرگونه آسیب و ضرر و زیان در حین مشارکت در پژوهش و تاکید بر این‌که افراد هر زمانی که بخواهند می‌توانند از مشارکت در پژوهش انصراف دهند. در ضمن، پژوهش حاضر از کمیته اخلاق دانشگاه خوارزمی دارای شناسه اخلاق IR.KHU.REC.1401.063 است. نسخه آنلاین مصوبه کد اخلاق در معرض دید عموم است.^۱

فرایند تحلیل داده‌ها

با توجه به نوع پژوهش که پدیدارشناسی بود، برای تحلیل داده‌ها از روش مراحل و رویه‌های تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی کرسول (۲۰۱۲) استفاده شد. این روش شامل شش مرحله است که عبارت‌اند از: (۱) جمع‌آوری و سازماندهی داده‌های کیفی، (۲) کاوش در داده‌ها و اختصاص کد به آن‌ها، (۳) تدوین مقوله‌ها، (۴) بازنمایی و گزارش یافته‌ها، (۵) تفسیر یافته‌ها و (۶) اعتباریابی یافته‌ها. مطابق با مراحل نام‌برده، در مرحله اول بعد از انجام هر جلسه مصاحبه با خبرگان پیاده‌سازی محتوای مصاحبه صورت گرفت. سپس، محتوا وارد نرم‌افزار مکس کیودی‌ای^۲ شد و پس از تحلیل، از ساختار محتوای آن جلسه، برای انجام مصاحبه‌های بعدی در کنار پرسش‌های اولیه استفاده شد. در مرحله دوم، هر مصاحبه مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. با مرور محتوای مصاحبه‌ها، کلمات یا عبارات خاص مشخص شدند و معانی مختلف آن‌ها مد نظر قرار گرفت. مجدد متن بررسی شد و کلمات و عباراتی که به‌معنای استخراج‌شده اشاره داشتند، پیگیری شدند. درنهایت، کدگذاری صورت گرفت و کدهای مشابه و مرتبط تحت عنوان کد باز مشخص شدند.

در مرحله سوم، کدهای به‌دست آمده مورد بررسی و تبیین مجدد قرار گرفتند. از کدهای مرتبط به هم، مفاهیم و از مفاهیم مرتبط به هم، زیرمقوله‌ها و در آخر، مقوله‌ها ایجاد شدند. در مرحله چهارم و پس از به اشباع رسیدن داده‌های مصاحبه‌ها، جدول‌های مقوله‌بندی تنظیم شد. در مرحله پنجم نیز مجموعه مقوله‌ها، زیرمقوله‌ها و مفاهیم استخراج‌شده، مورد بازبینی، تبیین و تفسیر مجدد قرار گرفتند. در

متخصصان و با هماهنگی اساتید راهنما و انجام اصلاحات لازم، فرم اصلی مصاحبه نیمه‌ساختاریافته تدوین شد. علت گزینش این نوع مصاحبه این بود که باورهای تعیین‌کننده سبک زندگی مفهومی عمیق و با بار فرهنگی است. بنابراین، برای واکاوی و شناخت آن باید به مشارکت‌کننده آزادی نسبی داد تا سطوح عمیق‌تر افکار خود را ارائه کند و همچنین، باید ملاک‌های چهارچوب مفهومی تعیین‌شده مورد کاوش و بررسی قرار بگیرد. از این‌رو، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد.

شیوه اجرا

بعد از طی نمودن مراحل اولیه پژوهش، خبرگان مشارکت‌کننده در پژوهش شناسایی شدند و هماهنگی‌های لازم برای اجرای مصاحبه حضوری با آن‌ها انجام شد. قبل از اجرای مصاحبه، کلیات روند مصاحبه و توضیحات مقدماتی درباره اهداف پژوهش ارائه شد و قرار انجام مصاحبه هماهنگ شد. مدت زمان اجرای جلسات مصاحبه متفاوت بود. کمترین مدت زمان مصاحبه ۴۵ دقیقه و بیشترین مدت مصاحبه ۸۰ دقیقه به طول انجامید. تمامی مصاحبه‌ها به‌صورت تک‌جلسه‌ای برگزار شدند، به‌جز یک مصاحبه که در دو جلسه برگزار شد. ملاک تعداد جلسات نیز در درجه‌ی اول، چگونگی روند اجرای مصاحبه بود؛ بدین صورت که، مشارکت‌کننده دیگر نظر و نگرش جدیدی درباره موضوع و سوال‌ها نداشت و هر آن‌چه را در ذهن داشت ارائه کرده بود. در درجه دوم، همکاری و رضایت مشارکت‌کننده برای برگزاری جلسات بعدی بود.

درنهایت، با تعداد ۱۲ مشارکت‌کننده مصاحبه‌ها به پایان رسید. فرایند شروع و اتمام مصاحبه‌ها، حدود ۱۲۰ روز به‌طول انجامید. طولانی شدن انجام مصاحبه‌ها به این دلیل بود که پس از انجام هر مصاحبه مراحل پیاده‌سازی و تحلیل انجام می‌شد تا چهارچوب مصاحبه بعدی شناسایی شود. همچنین، فرایند هماهنگی با اساتید مشارکت‌کننده زمان‌بر بود که زمان شروع اولیه هماهنگی تا پایان انجام مصاحبه از یک هفته تا یک ماه برای هر استاد متغیر بود. تمامی جلسات مصاحبه نیز توسط پژوهشگر انجام شد و شخص دیگری در این امر دخالت نداشت. ثبت روند مصاحبه نیز از طریق ضبط صدا با استفاده از نرم‌افزار ضبط صدای تلفن همراه پژوهشگر انجام شد. قبل از انجام مصاحبه هماهنگی لازم جهت ضبط صدا انجام می‌شد؛ به‌گونه‌ای که مزاحمتی برای مشارکت‌کننده ایجاد نشود و تداخلی در روند مصاحبه به وجود نیارد. گوشی تلفن همراه بین پژوهشگر و مشارکت‌کننده روی میز قرار می‌گرفت.

¹ <https://ethics.research.ac.ir/IR.KHU.REC.1401.063>

² Maxqda

باورهای خانوادگی و ۸ مفهوم به غایت‌نگری و هدف در زندگی اختصاص داده شد. از مفاهیم به‌دست آمده، ۱۴ زیرمقوله شکل گرفت. تعداد ۴ زیرمقوله برای باورهای هستی‌شناسی و معنوی، ۵ زیرمقوله برای باورهای اجتماعی، ۲ زیرمقوله برای باورهای خانوادگی و ۳ زیرمقوله برای غایت‌نگری و هدف در زندگی تعریف شد. درنهایت، زیرمقوله‌ها بر مبنای ویژگی‌ها و شباهت‌ها دسته‌بندی شدند و ۴ مقوله اصلی را شکل دادند. زیرمقوله‌ها و مفاهیم استخراج‌شده برای ۴ مقوله اصلی در جدول ۱ شرح داده شده‌اند.

۱. مقوله باورهای هستی‌شناسی و معنوی

در پژوهش حاضر، از طریق تحلیل داده‌های مشارکت‌کنندگان باورهای هستی‌شناسی و معنوی^۱ به‌عنوان یکی از مقوله‌های اصلی شناسایی شد. این مقوله شامل چهار زیرمقوله است.

۱-۱ زیرمقوله باور به آخرت^۲ یا مادی‌گرایی^۳: شامل دو مفهوم هدمندی آخرت و نگرش مادی یا این‌دنیایی است.

باور به آخرت: برخی مشارکت‌کنندگان تاکید داشتند که روند جهت‌گیری زندگی افراد در فرهنگ ایرانی تا حد زیادی بر مبنای باورها و ارزش‌هایی تعیین می‌شود که هدف‌محوری زندگی را جایگاه اخروی انسان می‌داند. این که پس از زندگی در این دنیا، حیات در جهان دیگری نیز وجود دارد که در این دنیا مسئول ساختن و آباد کردن زندگی اخرویمان هستیم. مشارکت‌کننده ۳: "ما در این دنیا زندگی می‌کنیم، می‌خوریم و می‌آشامیم، ارتباطات اجتماعی برقرار می‌کنیم و پول درمیاریم. همه این‌ها می‌تونن در یه مسیر باشه. اون هم اینه که ما خدا و آخرت را مدنظر قرار میدیم".

نگرش مادی یا این‌دنیایی: داده‌های به‌دست آمده نشان داد در فرهنگ ایرانی موجی از باورها و ارزش‌هایی شکل گرفته است که بر مبنای جهان‌بینی مادی استوار است. به عبارت دیگر، مقصد و مقصود زندگی صرفاً دنیای مادی است و باور به زندگی پس از مرگ وجود ندارد. مشارکت‌کننده ۸: "خیلی از مردم به‌ویژه جوان‌ترها معتقدن اون چیزی که در زندگی انجام میدیم در همین دنیا به خودمون برمی‌گرده و جزا یا پاداش اخروی دیگه در اولویت ارزشی قرار نداره و حتی اعتقادات غیرمادی هم ندارن".

۲-۱ زیرمقوله خدا باوری^۴: این زیرمقوله شامل سه مفهوم توجه به خداوند در امور زندگی، کمک‌خواهی از خداوند و خداوند را مسئول سرنوشت دانستن است.

توجه به خداوند در امور زندگی: باور به حقیقت حضور خداوند در ابعاد مختلف زندگی به‌عنوان یکی از باورهای زیربنایی تعیین‌کننده سبک زندگی در مقوله باورهای هستی‌شناسی و معنوی شناسایی شد.

مرحله نهایی نیز جدول‌های مقوله‌بندی و داده‌های کسب‌شده به داوران و متخصص‌های خارج از پژوهش ارائه شد و با اعلام نظرات آن‌ها و انجام اصلاحات نهایی فرایند اعتباریابی کیفی انجام شد.

ارزیابی کیفیت

پس از جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط پژوهشگر، به‌منظور اطمینان از اعتبار و کیفیت مقوله‌بندی‌ها از نظرات داورهای بیرونی استفاده شد. در این راستا، مصاحبه‌ها به داورهای بیرونی که شامل اعضای هیات علمی و متخصصان پژوهش کیفی بودند، ارجاع داده شد. بار دیگر تک‌تک مصاحبه‌های مکتوب‌شده توسط تیم داوری وارد نرم‌افزار مکس کیودی‌ای شدند و مورد بازبینی و کدگذاری قرار گرفتند. در حین انجام این مرحله متخصصان مفروضات و نظرات خود را با پژوهشگر درمیان گذاشتند و نکات آن‌ها توسط پژوهشگر و اساتید راهنما مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

درپایان، کدگذاری‌ها و مقوله‌بندی‌های داوران با کدگذاری‌های انجام‌شده توسط پژوهشگر مقایسه و بررسی شد. نتایج این مقایسه نشان داد که نزدیک به هفتاد درصد مقوله‌ها و زیرمقوله‌های به‌دست آمده مشترک بود و از اعتبار قابل‌قبولی برخوردار است. علاوه بر این، وجوه افتراقی مقوله‌بندی‌های انجام‌شده توسط تیم داوران و پژوهشگر شناسایی شدند. سپس، با نظر اساتید راهنما و پژوهشگر برخی از مفاهیم و زیرمقوله‌ها حذف شدند، یا با مفاهیم مشابه ترکیب شدند و یا تغییراتی در مفهوم‌پردازی‌ها و نام‌گذاری‌ها صورت گرفت. اصلاحات با هدف همسویی با نظرات داوران انجام شد.

نتایج

از طریق تحلیل کیفی داده‌ها ۴ مقوله اصلی شناسایی شد. نتایج این تحلیل چهار مقوله اصلی باورهای هستی‌شناسی و معنوی، باورهای اجتماعی، باورهای خانوادگی و غایت‌نگری و هدف در زندگی را نمایان ساخت.

فرایند استخراج و تعیین مقوله‌ها بدین گونه بود که بعد از انجام مصاحبه با خبرگان و پیاده‌سازی محتوا، در مرحله اول کدگذاری، ۱۷۴ کد شناسایی شد. با بررسی و تبیین بیشتر و ادغام مفاهیم مشترک و حذف یا اصلاح برخی مفاهیم در مرحله بعد ۱۰۰ کد به‌دست آمد. از این تعداد کد، ۲۵ کد به باورهای هستی‌شناسی و معنوی، ۳۳ کد به باورهای اجتماعی، ۲۶ کد به باورهای خانوادگی و ۱۶ کد به غایت‌نگری و هدف در زندگی اختصاص یافت. کدهای نهایی براساس شباهت مفهومی به ۴۰ مفهوم تقلیل داده شدند. تعداد ۱۰ مفهوم به باورهای هستی‌شناسی و معنوی، ۱۵ مفهوم به باورهای اجتماعی، ۷ مفهوم به

³ materialism

⁴ deism

¹ ontological and spiritual beliefs

² Hereafter

جمع‌آوری شده از خبرگان پژوهش در سبک زندگی ایرانی، تفاسیر فرامادی و معنوی پدیده‌ها و امور مختلف زندگی جایگاه ویژه‌ای دارد. مشارکت‌کننده ۳: "ما خوشبختانه تو فرهنگ‌مون از این آموزه‌ها زیاد داریم که اون باورهای بنیادی رو برای زیرساخت‌های فکر و تحلیل میسازه. اون خوشه‌های نگرشی به این معنای؛ وقتی شما در هستی یک نگرش با شعور و معنا پیدا میکنی مثل خروجی‌های این تلسکوپ جیمز وب که الان عکسایی که میفرسته هرکی فکر میکنه میگه: معرکست، محشره ... خب بالاخره این هستی یک شعوری توش هست یا نه. دیگه لازم نیست شما تبلیغ دین بکنی. چرا؟! چون دین یک پوسته‌ایه در درون معنویت".

۱-۴ زیرمقوله تقدس‌گرایی^۲ و خرافات^۳: شامل سه مفهوم خرافات مبتنی بر تقدس‌گرایی، غیرقابل تغییر بودن باورها و معصوم پنداشتن افراد است.

خرافات مبتنی بر تقدس‌گرایی: مقدس پنداشتن برخی پدیده‌ها و افکار تقدس‌گرایانه به عنوان یکی از زیرمقوله‌های باورهای هستی-شناسی و معنوی شناسایی شده است. در این راستا، بر مبنای داده‌های به دست آمده از مشارکت‌کنندگان تقدس‌گرایی زمینه ایجاد افکار خرافی و باورهای انعطاف‌ناپذیر را نیز در افراد ایجاد می‌کند که در تعیین سبک زندگی نقش زیادی ایفا می‌کند و به عنوان یکی از مفاهیم اصلی شناسایی شده است. مشارکت‌کننده ۲: "... هنگامی که به موضوعات مختلف زندگی به راحتی با عینک تقدس نگاه می‌کنیم بدور از واقعیت‌های موجود یا شناخت این واقعیت‌ها، اون موقع هست که زمینه افتادن در دام خرافات آماده میشه ...".

غیرقابل تغییر بودن باورها: یکی دیگر از مفاهیم شناسایی شده مرتبط با تقدس‌گرایی در فرهنگ ایرانی، غیرقابل تغییر بودن و ثبات همیشگی برخی باورها است. برخی باورها در مقابل هر استدلال یا توجیهی مقاومت می‌کنند و به شدت در پذیرش دیدگاه مخالف مقاوم هستند. چنین باورهای زیربنایی در فرایند زندگی ایرانی مشاهده می‌شود و در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی و حتی ساختار حاکمیتی خود را نشان می‌دهد. مشارکت‌کننده ۳: "... اینا به چیزاییه که به هر حال پشتشو نگاه میکنی یک ساختار نظری خوابیده ... هنگامی که ما میگیم اصل اسلامی بودن قانون اساسی تا ابد غیرقابل تغییره، یعنی این باور را در قانون‌مون هم میذاریم. اینا یک چیزاییه که در الگوهای فرهنگی‌مون هم داریم و سبک زندگی‌مون رو هم جهت می‌ده".

معصوم پنداشتن افراد: یکی دیگر از دستاوردهای باورهای مبتنی بر تقدس‌گرایی معصوم پنداشتن افراد از هر نوع خطا یا گناهی است. این که ما در فرهنگ‌مان برخی افراد را فراتر از واقعیت، قدرتمند و عاری از خطا می‌پنداریم. این که برخی افراد را در جایگاه‌های مختلف مقدس و خاص می‌پنداریم تا حدی

مشارکت‌کننده ۹: "برای عروسی، برای عزا، برای ختنه کردن، برای بسیاری از مناسکی که ما داریم هر کدومش تعاریفی وجود داره؛ یعنی حتی عنوان این رو داریم که آقا مثلاً شما ولیمه بدین. ولیمه یعنی چی؟ معنا داره. ولیمه دادن برای اینکه به بچه به دنیا اومده، یعنی یک نوع سبکه دیگه. توی این سبک زندگی میگه با این ولیمه دادنه تو سلامتی و امن و امان این بچه را از یک منبع ازلی به نام خداوند درخواست میکنی".

کمک‌خواهی/از خداوند: این مفهوم بر این باور افراد در فرهنگ ایرانی اشاره دارد که در روند زندگی و مواجهه با چالش‌ها و موقعیت‌های مختلف از یک نیروی معنوی بی‌همتا به نام خداوند طلب کمک و یاری می‌کنند. مشارکت‌کننده ۴: "... این به باور عمیق و گسترده هست که در امور مهم زندگی مثل شروع روز کاری، تربیت فرزند، آزمون‌های مهم زندگی و ... از خداوند طلب کمک می‌کنی".

خداوند را مسئول سرنوشت دانستن: برخی مشارکت‌کنندگان تاکید داشتند که در فرهنگ ایرانی در راستای خداباوری، رخدادها و وقایع زندگی را حاصل خواست خداوند و قسمت الهی می‌دانند. این باور که سرنوشت ما به دست خداوند و خواست او شکل گرفته است و وقایع مختلف در زندگی به اراده خداوند استناد می‌شود. مشارکت‌کننده ۶: "من کسایی رو دیدم که خدا رو مقصر امور زندگیشون میدونن. آقا خدا دیگه چرا؟ میگه: خب، اگه اون منو اینجا به دنیا نیورده بود، اونجا به دنیا آورده بود من به این بدبختی دچار نمیشدم. به خدا هم ممکنه ناسزا بگه، یا اصلاً تو زندگی شخصیش دچار مشکل میشه. میگه: من دعا کردم که خدا برام فلان کارو کنه نکرد، اصلاً دوست داره آدم رو اذیت کنه ...".

۱-۳ زیرمقوله معنویت: شامل دو مفهوم هدفمندی معنویت^۱ در زندگی و تفسیر فرامادی امور زندگی است.

هدفمندی معنویت در زندگی: مشارکت‌کنندگان در پژوهش تاکید داشتند که در فرهنگ ایرانی در موقعیت‌های مختلف زندگی هدف اصلی در انجام اعمال دستیابی به مفاهیم ارزشمند معنوی است. برای مثال، عوض خیر اشاره به این اصل دارد که چنانچه ما هزینه‌ای می‌دهیم یا اعمالی انجام می‌دهیم، به دنبال منافع مادی سریع‌الوصول نیست و ارزشمندی معنای آن اعمال هدف اصلی است که در نهایت ممکن است منجر به دستیابی به منافع مادی و معنوی نیز شود. مشارکت‌کننده ۱۱: "برخی از مردم ممکنه خیلی مذهبی نباشن و بیشتر باور به جهان عادل دارن. اعتقاد به این که از هر دست بدی، از اون دست پس می‌گیری. من از هر دستی یک کاری را برای مردم انجام بدم. یک کار نوع‌دوستانه و جامعه‌پسندانه انجام بدم، عوضش را در دنیا می‌گیرم".

تفسیر فرامادی امور زندگی: وجود معنایی مقدس و ارزشمند و تفسیر پدیده‌های مختلف زندگی بر مبنای این معناها به عنوان یکی از مفاهیم زیرمقوله معنویت در نظر گرفته شده است. براساس داده‌های

³ superstitions¹ spirituality² holiness

...، خب این ریشه فرهنگی داره دیگه. ماییم که همچین ساختاری رو تقویت می‌کنیم و می‌پذیریم."

که زمینه ایجاد خرافات و دوری از دیدگاه واقع‌بینانه را نیز ممکن است پدیدار سازد. مشارکت‌کننده ۵: "...یه سری عناصر منفیه ما اینه که به هر قدرتی رنگ تقدس می‌دیم. خب آزادیه فکر کجاست مگه

جدول ۱. خلاصه مقوله‌ها، زیرمقوله‌ها و مفاهیم باورهای بنیادین تعیین‌کننده سبک زندگی در بافت فرهنگ ایرانی

مفاهیم	زیرمقوله	مقوله
باور به آخرت، نگرش مادی یا این دنیایی	باور به آخرت یا مادی‌گرایی	باورهای هستی‌شناسی و معنوی
توجه به خداوند، کمک‌خواهی از خداوند و خداوند را مسئول سرنوشت دانستن	خداآوایی	
هدفمندی معنویت در زندگی و تفسیر فرامادی امور زندگی	معنویت	
خرافات مبتنی بر تقدس‌گرایی، غیرقابل تغییر بودن باورها و معصوم پنداشتن افراد	تقدس‌گرایی و خرافات	
سهمیم شدن با دیگران در حیطه‌های زندگی، تلاش برای شریک شدن در فعالیت‌های دوفره و باور به ضرورت ارتباط اجتماعی برای دستیابی به منافع فردی	ضرورت ارتباط و مشارکت میان فردی	باورهای اجتماعی
فاصله‌گزینی عاطفی در زندگی اجتماعی، احساس عضویت در جامعه و نوع دوستی	عواطف اجتماعی	
اهمیت تشخیص اجتماعی و اهمیت تایید اجتماعی	اعتبار اجتماعی	
جایگاه اجتماعی شغل و حرفه، پیشرفت شغلی و وظیفه‌شناسی در محیط کاری	اهمیت مسائل شغلی	
بخشنده‌گی، یاری‌رسانی، احترام به بزرگ‌ترها و دخالت در امور اجتماعی	ارزش‌های اجتماعی درمقابل فردگرایی	
احترام به خانواده، درهم آمیختگی ابعاد زندگی با خانواده، احساس امنیت در خانواده، مسئولیت‌پذیری	باورهای خانواده‌محور	باورهای خانوادگی
نگرش به روابط عاشقانه و رمانتیک، فداکاری و مسئولیت در زندگی زناشویی و نگرش به جنس مخالف	باورهای مرتبط با زندگی با همسر	
مسئولیت‌پذیری و خودپنداره، سودمندی اجتماعی و تلاش برای احقاق حقوق دیگران	مسئولیت‌پذیری نسبت به دیگران یا محیط بیرونی	غایت‌نگری و هدف در زندگی
رقابت‌جویی آسیب‌زا و پیشرفت فردی (هدف شایستگی)	رقابت‌جویی و رشد	
رشد ولع و حرص در زندگی، هدفمندی رفاه در زندگی و هدفمندی لذت در دنیا	منفعت‌طلبی و لذت‌جویی	

۲. مقوله باورهای اجتماعی

در پژوهش حاضر، از طریق تحلیل داده‌های به‌دست آمده از مشارکت‌کنندگان باورهای اجتماعی^۱ به‌عنوان یکی از مقوله‌های اصلی شناسایی شد. این مقوله شامل پنج زیرمقوله است.

۱-۲ زیرمقوله ضرورت ارتباط و مشارکت میان فردی^۲: شامل مفاهیم سهمیم شدن با دیگران در حیطه‌های زندگی، تلاش برای شریک شدن در فعالیت‌های دوفره و باور به ضرورت ارتباط اجتماعی برای دستیابی به منافع فردی است که در ادامه هریک از مفاهیم با ذکر مثال شرح داده شده است.

سهمیم شدن با دیگران در حیطه‌های زندگی: باور به شریک کردن دیگران در امور مختلف زندگی حائز اهمیت است. به عبارت دیگر، اعتقاد و تلاش برای سهم دادن به دیگران در موضوعات مختلف زندگی به‌عنوان یکی از مفاهیم مرتبط با باورهای اجتماعی شناسایی شده است. مشارکت‌کننده ۸: "سهمیم شدن افراد در شادی‌ها، غم‌ها،

داشتن‌ها و نداشتن‌هاست که باعث‌شده سبکی را برای زندگی انتخاب کنه، در عین‌حالی‌که تلاش و کوشش می‌کنن، دیگران هم بی‌نصیب نمونن".
تلاش برای شریک شدن در فعالیت‌های دوفره: یکی دیگر از باورهای اجتماعی که در تعیین سبک زندگی در فرهنگ ایرانی نقش دارد، وجود انگیزه و تلاش برای شرکت در فعالیت‌های دوفره است. نتایج نشان داد افراد علاقه‌مند هستند که در تفریحات و سرگرمی‌ها، مسافرت، مهمانی و موقعیت‌های دیگر، دوست نزدیک، همسر یا آشنایانشان را با خودشان همراه کنند. مشارکت‌کننده ۶: "من از (واژه) غرب و شرق خیلی خوشم نمیاد. حالا می‌گیم به جامعه‌ای اروپایی؛ برای مثال، زن و شوهر میتونن فعالیت‌های مختص به خودشون رو کاملاً داشته باشن. یعنی فعالیت‌ها و اوقات فراغت‌شون با همدیگر نباشه. در حالی‌که در خیلی از اقشار جامعه‌ی ما این اصرار هستش در روابط به اصطلاح دوفره خودشون رو درگیر کنن، مگر در شرایطی که قانون یا جامعه این اجازه رو نمیده".

باور به ضرورت ارتباط اجتماعی برای دستیابی به منافع فردی: یکی دیگر از مفاهیم شناسایی شده در پژوهش این باور است که روابط اجتماعی از این منظر ضرورت و اهمیت دارد که زمینه و راهی برای

^۱ social beliefs

^۲ the necessity of interpersonal communication and participation

رو دوست دارم، تو منو دوست داری، من قدر تو رو می‌دونم. مرا به هیچ دادی و من هنوز برآنم که از وجود تو مویی به عالم نفروشم ... این اوج اون ارتباطه".

۳-۲ زیرمقوله اعتبار اجتماعی^۴: شامل مفاهیم اهمیت تشخیص اجتماعی و اهمیت تایید اجتماعی است.

اهمیت تشخیص/اجتماعی: باور به اهمیت جایگاه و وجه اجتماعی در تعیین سبک زندگی ایرانی را نشان می‌دهد. این که در زندگی افراد دیدگاه دیگران نسبت آن‌ها چگونه است. مشارکت‌کننده ۵: "... در جامعه خود ایده‌آل تا حد زیادی براساس عزت نفس اجتماعی می‌تونه رویه زندگی فرد رو تعیین کنه تا عزت نفس فردی ...".

اهمیت تایید/اجتماعی^۵: مشارکت‌کنندگان در پژوهش تاکید کردند که مورد پذیرش قرار گرفتن در جامعه و عقیده به مقبولیت اجتماعی در تعیین سبک زندگی ایرانی نقش ایفا می‌کند. باور به تایید اجتماعی و اهمیت این مفهوم در حیطه‌های زندگی اجتماعی نظیر زندگی همسایگی، محله، محیط شغلی و ... قابل شناسایی است. مشارکت‌کننده ۵: "این عقیده که آبروی من در بین همکاران یا همسایه‌ها نره یا مقبولیت و اعتماد عمومی رو حفظ کنم در فرهنگ ایرانی نقش مهمی داره؛ به‌ویژه در نسل‌های قبل تر ...".

۴-۲ زیرمقوله اهمیت مسائل شغلی^۶: این زیرمقوله شامل مفاهیم جایگاه اجتماعی شغل و حرفه، پیشرفت شغلی و وظیفه‌شناسی در محیط کاری است.

جایگاه/اجتماعی شغل و حرفه: باور به اهمیت وجه و تشخیص اجتماعی شغلی به‌عنوان یکی از مفاهیم مرتبط با مسائل شغلی شناسایی شده است. نگرش‌ها به جایگاه اجتماعی شغل یا حرفه زمینه‌ساز جهت‌گیری‌ها و رفتارها برای زندگی شغلی افراد در جامعه است. مشارکت‌کننده ۵: "یک نکته‌ی دیگه که سبک زندگی افراد را معین می‌کنه، بحث درحقیقت آبرومندی و قبول داشته شدن کار و حرفه‌ایه که من دارم انجام میدم از طرف جامعه و خانواده هست".

پیشرفت شغلی: یکی دیگر از مفاهیم مرتبط با باورهای شغلی پیشرفت در حرفه یا شغل است. این باور که پیشرفت شغلی چه تاثیری می‌تواند بر زندگی من داشته باشد و چه کارهایی بایستی انجام دهم تا پیشرفت شغلی حاصل شود، به سبک زندگی در فرهنگ ایرانی جهت می‌دهد. مشارکت‌کننده ۵: "یکی دیگه از شاخص‌هایی که سبک زندگی را تعیین می‌کنه احتمال موفقیت یا پیشرفت در حوزه کاری و شغلی هست. این که مثلاً می‌خوام من به کجا برسم و از چه مزایایی در آینده شغلی‌ام برخوردار بشم ...".

برآورده شدن نیازهای ما هستند و برای دستیابی به منافع فردی ضرورت دارند. مشارکت‌کننده ۴: "خیلی از مردم ممکنه شعارهای اجتماعی دگرخواهی سربدن، ولی در عمل و پشت‌پرده به‌طور خودآگاه یا ناخودآگاه منافع و دستاوردهای فردی به‌دست می‌آورن. اینجا فرد درحقیقت داره منافع شخصی خودش رو در بافت‌ها و ایدئولوژی اجتماعی میاره".

۲-۲ زیرمقوله عواطف اجتماعی^۷: این زیرمقوله شامل مفاهیم فاصله‌گزینی عاطفی در زندگی اجتماعی، احساس عضویت در جامعه و نوع‌دوستی است.

فاصله‌گزینی عاطفی در زندگی/اجتماعی: این مفهوم به‌طور ویژه به تحولات سال‌های اخیر در زندگی اجتماعی تاکید دارد. این مفهوم بیان می‌کند که در زندگی (به‌ویژه شهری) عواطف اجتماعی و احساس یکی بودن با سایر افراد جامعه تضعیف شده است. مشارکت‌کننده ۲: "... در حالی که الان اگر بخوایم از اوضاع و احوال همسایه باخبر بشیم این نگاه وجود داره که نکنه ما داریم در کار این‌ها فضولی می‌کنیم یا در کار این‌ها دخالت می‌کنیم. به این‌ها چه ربطی داره که من چی می‌خورم، چی می‌پوشم، نماز می‌خوانم یا نه و این‌ها را در قالب فضولی در کار دیگران نگاه می‌کنن. در حالی که در فرهنگ ما به این شکل نبوده. معمولاً رفت‌وآمدها و خبردار شدن از اوضاع و احوال مهم بوده. اگر فردی بیمار میشد، همدلی و همدردی بود. کمک بود".

احساس عضویت در جامعه: یکی از مفاهیمی که مشارکت‌کنندگان در پژوهش بر روی آن تاکید داشتند، احساس عضویت در جامعه است. این که افراد به چه میزان باور و احساس تعلق و حضور در یک خانواده بزرگ اجتماعی دارند. البته در قدرتمند یا ضعیف بودن این احساس در اعضای فرهنگ ایرانی تفاوت دیدگاه وجود داشت. برخی از خبرگان پژوهش تاکید داشتند که در جامعه ایرانی احساس عضویت در جامعه قوی است و برخی اشاره کردند که این احساس در جامعه ما ضعیف شده است. مشارکت‌کننده ۶: "مثلاً بزرگ‌ترین مشکل اجتماعی ما اینه که ما علاقه اجتماعی نداریم، اجتماع رو جزء خودمون نمی‌بینیم و مردم رو جزء مردم نمی‌بینیم و خودمون رو در خدمت اونا احساس نمی‌کنیم و لطف کردن به دیگران، محبت کردن به دیگران رو جزء وظایف خودمون نمی‌دونیم".

نوع‌دوستی^۸: این مفهوم در فرهنگ ایرانی به علاقه‌مندی و محبت به سایر افراد جامعه اشاره دارد. این مفهوم بر میزان احساس محبتی تاکید دارد که افراد نسبت به همنوع خود در جامعه نشان می‌دهند. برخی مشارکت‌کنندگان معتقد بودند که در فرهنگ ایرانی زمینه‌ها و ریشه‌های عمیق ارزشی و اعتقادی وجود دارد که افکار و رفتار نوع‌دوستانه را تقویت کرده است. مشارکت‌کننده ۵: "ما تمام تبلیغات‌مون بخش عمده‌اش روی مناسبات میان فردی و بین جنسیه. من تو

⁴ social approval
⁵ the importance of job issues

¹ social emotions
² altruism
³ social credibility

ما از همسایه‌های خود خبر نداریم، ولی در فرهنگ ما بوده و هست که از اوضاع همسایه باخبر بشیم. در حالی که الان اگر بخوایم از اوضاع و احوال همسایه باخبر بشیم، این نگاه وجود دارد که نکنه ما داریم در کار این‌ها فضولی می‌کنیم یا در کار این‌ها دخالت می‌کنیم. به این‌ها چه ربطی دارد که من چی میخورم، چی میپوشم، نماز میخونم یا نه و این‌ها رو در قالب فضولی در کار دیگران نگاه می‌کنن. در حالی که در فرهنگ ما به این شکل نبوده."

۳. مقوله باورهای خانوادگی

در پژوهش حاضر از طریق تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده با مشارکت‌کنندگان باورهای خانوادگی^۲ به‌عنوان یکی از مقوله‌های اصلی شناسایی شد. این مقوله شامل دو زیرمقوله اصلی است.

۳-۱ زیرمقوله باورهای خانواده‌محور^۳: این مقوله شامل مفاهیم احترام به خانواده، درهم‌آمیختگی ابعاد زندگی با خانواده، احساس امنیت در خانواده و مسئولیت‌پذیری است.

احترام به خانواده: مشارکت‌کنندگان در پژوهش اظهار داشتند که باور به ارزشمند بودن خانواده و احترام به خانواده یکی از باورهای مهم اثرگذار بر سبک زندگی در فرهنگ ایرانی است. مشارکت‌کننده ۲: "در فرهنگ ما یکی از منابع مهم وجود تقوا در افراد هست. فردی که تقوا دارد با خانواده، با زنش، با فرزندانش با احترام برخورد می‌کنه ...". (احترام به خانواده به‌عنوان یک باور ارزشمند شناخته شده است).

درهم‌آمیختگی ابعاد زندگی با خانواده^۴: نتایج پژوهش نشان داد که در فرهنگ ایرانی ابعاد مختلف زندگی افراد با خانواده آن‌ها درهم‌آمیخته است. افراد در موقعیت‌های گوناگون نظیر فرزندپروری، زندگی زناشویی، زندگی شغلی و غیره تحت تاثیر خانواده خود به‌ویژه پدر و مادر یا خواهر و برادر هستند. خانواده به‌عنوان یک نهاد مهم فردی - اجتماعی در تعیین سبک زندگی افراد نقش بسیار مهمی دارد و به‌طور پیچیده‌ای بر سایر ارکان زندگی فرد اثر می‌گذارد. مشارکت‌کننده ۴: "عضویت در خانواده‌ها در فرهنگ‌های غربی تا حدودی مستقل و استقلال پیدا کرده، ولی افراد در خانواده‌های ما هنوز در سیطره خانواده‌های گسترده هستن. در کیس‌های خودمون به‌عینه کسانی که مشکلات و مسائل زناشویی دارن و رجوع می‌کنن به مشاور برای حل مشکلاتشون رو می‌بینیم. البته این دوطرفه هست، یعنی هم خانواده‌ها روی خانواده‌ای که جدیداً شکل گرفته که ما بهش می‌گیم خانواده هسته‌ای تاثیر می‌ذارن، و هم خانواده‌ها خودشون مستقل نیستن. یعنی برای مشکلات رجوع می‌کنن و گاهی وقت‌ها اصلاً تصمیمات جمعی گرفته میشه".

احساس امنیت در خانواده: مفهوم احساس امنیت در خانواده اشاره به این اصل دارد که نگرش و باور افراد به خانواده به‌عنوان یک پایگاه امن و ایمن است. در فرهنگ ایرانی افراد به خانواده همچون

وظیفه‌شناسی در محیط کاری: یکی دیگر از باورهایی که در حوزه شغلی شناسایی شده وظیفه‌شناسی است. مشارکت‌کننده ۱۱: "سبک زندگی در محیط کاری تا حد زیادی متأثر از اون نگرش و باور بنیادی فرد نسبت به ضرورت مسئولیت‌پذیری و وظیفه‌شناسی هستش. این که من در کارم تا چه حد تعهد دارم ...".

۵-۲ زیرمقوله ارزش‌های اجتماعی درمقابل فردگرایی^۱: شامل مفاهیم بخشندگی، یاری‌رسانی، احترام به بزرگ‌ترها و دخالت در امور اجتماعی است.

بخشنندگی: نتایج نشان داد که بخشندگی یکی از مفاهیمی است که ریشه در ارزش‌های اجتماعی فرهنگ ایرانی دارد. مشارکت‌کننده ۵: "یه فرهنگ خیلی خوبی که ما داشتیم که تا حدی مانده و هنوز هم رخت برنسته، فرهنگ بخشش و بخشندگی است".

یاری‌رسانی: یاری‌رسانی ازجمله مفاهیم اجتماعی مورد تایید مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر بود. در فرهنگ ایرانی کمک و یاری رساندن به دیگران ازجمله ارزش‌های اجتماعی است که نقش مهمی در سبک زندگی و روابط اجتماعی افراد دارد. مشارکت‌کننده ۱۰: "شرکت در امور خیریه، مشارکت در ان‌جی‌و‌ها، حل مشکلات و انجام کارهای محلی در افرادی که سبک زندگی‌شون با علاقه اجتماعی بالاتری است بیشتر وجود داره. با این حال چنین رویکردهایی سبک زندگی ما رو تعیین می‌کنه".

احترام به بزرگ‌ترها: یکی دیگر از مفاهیمی که با ارزش‌های اجتماعی در فرهنگ ایرانی آمیخته شده است، احترام به بزرگ‌ترها است. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان در پژوهش احترام به بزرگ‌ترها در فرهنگ ایرانی جایگاه مهمی دارد، ولی در سال‌های اخیر دست‌خوش تغییراتی نیز شده است. جایگاه بزرگ‌ترها در گذشته بسیار مهم و والا بوده است. البته این مفهوم ارزشی در سال‌های اخیر به‌ویژه در نسل‌های جدید کمی تضعیف شده است. مشارکت‌کننده ۹: "... میگی که آقا جان شما باید چطور باشی؟ خب میشه بزرگ‌تر کوچک‌تری، اون چیزی که الان تو جامعه ما کم‌رنگ شده. مثال شما دهه‌های قدیم‌تر دانش‌آموز و دانشجو و فرزندان و خانواده‌ها احترام‌شون به بزرگ‌ترهاشون خیلی بیشتر بود. الان می‌گن آقا نه شکلت عوض شده، نه، بی‌احترامی هم زیاد شده ...".

دخالت در امور اجتماعی: این مفهوم بر این موضوع اشاره دارد که موضوع مداخله در امور اجتماعی مانند مشارکت در حل مسائل سایرین از اهمیت بسیاری برخوردار است و در تعیین سبک زندگی افراد نقش دارد. با این حال این مفهوم به‌صورت دو قطب مقابل هم عمل می‌کند. برخی افراد با تاکید بر ارزش‌های سنتی‌تر دخالت در امور اجتماعی را وظیفه خودشان می‌دانند و برخی نیز دخالت در کار سایرین را فضولی و خارج از اختیارات افراد می‌دانند. مشارکت‌کننده ۲: "الان

³ family oriented beliefs

⁴ intertwining the dimensions of life with family

¹ social values versus individualism

² family beliefs

نگرش به جنس مخالف: از جمله مفاهیم دیگری که بر سبک زندگی با همسر موثر به نظر می‌رسد، نگرش به جنس مخالف است. برای مثال، این که افراد باور به برابری جنسیتی داشته باشند یا خیر تاثیر مستقیمی بر نگرش و رفتار با جنس مخالف به‌ویژه همسرشان دارد. مشارکت‌کننده ۳: "افرادی که تمایلات اجتماعی قوی‌تری دارند، نگاه جنسیتی این فرد هم ممکنه به این شکل باشه که خیلی تمایز بین دو جنس زن و مرد قائل نشه که در زندگی با همسر و ارتباط با جنس مخالف خودش رو نشان میده".

۴. مقوله غایت‌نگری و هدف در زندگی

در پژوهش حاضر، از طریق تحلیل مصاحبه‌ها با مشارکت‌کنندگان مقوله غایت‌نگری و هدف در زندگی^۳ به‌عنوان یکی از مقوله‌های اصلی شناسایی شد. این مقوله شامل سه زیرمقوله اصلی است.

۴-۱ زیرمقوله مسئولیت‌پذیری نسبت به دیگران یا محیط بیرونی^۴: شامل مفاهیم مسئولیت‌پذیری و خودپنداره، سودمندی اجتماعی و تلاش برای احقاق حقوق دیگران است.

مسئولیت‌پذیری و خودپنداره: در رابطه با اهداف بنیادین زندگی مسئولیت‌پذیری یکی از مفاهیم شناخته شده. در تعیین سبک زندگی در فرهنگ ایرانی تعهد به مسئولیت‌ها و نقش‌هایی که در برابر محیط پیرامون بر عهده فرد است و انجام وظایف در قبال دیگران به‌عنوان یک مفهوم تعیین شد. باور به اهمیت مسئولیت‌پذیری در زندگی از موضوعات مهم تعیین‌کننده سبک زندگی محسوب می‌شود که نقش کلیدی در ارزش‌گذاری‌های اجتماعی درباره شخصیت افراد دارد. با این حال نتایج نشان داد که در نسل‌های جوان‌تر این باور تضعیف شده است که جای ارزیابی و بررسی بیشتر دارد. مشارکت‌کننده ۵: "معضل مهم ما اینه که مسئولیت در برابر جامعه را به بچه‌های خود آموزش نمی‌دیم و فقط رشد فردی را می‌بینیم. تو رشد کن، تو پیشرفت کن و ...".

سودمندی / اجتماعی: از مفاهیم شناسایی‌شده مرتبط با مسئولیت‌پذیری، سودمندی اجتماعی است. این باور که یکی از اهداف زندگی ما سودمند بودن برای دیگران و جامعه است در شکل‌گیری سبک زندگی می‌تواند نقش مهمی ایفا کند. مشارکت‌کننده ۵: "... این که به هر حال من در شغلی که هستم تا چه اندازه این شغل من داره به جامعه سود میرسونه، تا چه اندازه مورد قبول جامعه هست، کمک می‌کنه به این که جامعه درحقیقت به من به‌عنوان یه شخص یا یه فرد سودمند نگاه میکنه. این میتونه در زندگی ما تبدیل به یه هدف مهم بشه".

تلاش برای احقاق حقوق دیگران: باور به اصل کمک و اقدام برای رسیدن دیگران به حقوق‌شان و جلوگیری از ضایع شدن حقوق دیگران، به‌عنوان یک هدف ارزشمند در زندگی شناسایی شد. مشارکت‌کننده ۸: "در زندگی خیلی‌ها برای گرفتن حق آدم‌ا ارزش قائلن.

محل امنی می‌نگرند. در مفهوم مسئولیت‌پذیری مثالی برای این مورد ذکر شده است.

مسئولیت‌پذیری: علاوه بر احساس امنیت، مسئولیت‌پذیری در خانواده نیز یک باور مهم خانواده‌محور به‌شمار می‌رود. افراد در جامعه ما در قبال خانواده خود احساس مسئولیت می‌کنند و باور دارند که بایستی وظایف و نقش‌هایی را در قبال خانواده خود ایفا کنند. مشارکت‌کننده ۵: "یکی از چالش‌هایی که ما تو زوج‌درمانی داریم همین نکته‌ست. یعنی، افراد میان توی زندگی از یه جامعه‌ای که به هیچ‌عنوان ایده‌آل نیست، در یه خانواده‌ای که به هیچ‌عنوان ایده‌آل نیست، اینا به همدیگه میرسن. از یه طرف از تنش و آزار گریزان هستن، از یه طرف دیگه هم به هر حال علاقه‌ای هست. احساس مسئولیتی وجود داره که این خانواده نه تنها فقط باقی بمونه، بلکه به‌خوبی و مستحکم باقی بمونه. درنتیجه، شاخص‌هایی این وسط میاد به میدان که من فکر میکنم در سطح کلان جامعه هم مطرحه و برای سلامت روان انسان، برای احساس نیک‌زبستی در افراد شکل می‌گیره. اینا سه چهار تا هست که به نظر من خیلی مهمه. یکیش امنیت، یعنی شما در موقعیتی می‌تونی احساس سلامتی بکنی که احساس کنی امن هست، ایمن هستی و امنیت شما وجود داره".

۳-۲ زیرمقوله باورهای مرتبط به زندگی با همسر^۱: شامل مفاهیم نگرش به روابط عاشقانه و رمانتیک، فداکاری و مسئولیت در زندگی زناشویی و نگرش به جنس مخالف است.

نگرش به روابط عاشقانه و رمانتیک^۲: یکی از مفاهیمی که در سبک زندگی زناشویی نقش ایفا می‌کند نگرش به روابط عاشقانه است. نگرش به رفتارهای رمانتیک و روابط عاشقانه در زندگی زناشویی موضوعی است که در زندگی بسیاری از زوجها مطرح است. برای مثال، باور به ضرورت رفتارهای عاشقانه یا رابطه عاشقانه در افراد متفاوت است. برخی ممکن است چنین حالتی را برای رابطه زوجی ضروری بدانند و برخی کمتر به آن اهمیت دهند. این باوری است که بر سبک زندگی رابطه زوجی و زندگی با همسر نقش ایفا می‌کند. مشارکت‌کننده ۷: "اون پنج تا حوزه‌ای که به نظر من سبک زندگی ما را تبیین می‌کنن که سوم روابط عاشقانه و رمانتیک هستش که حالا یا با همسر یا پارتنره یا با نامزده یا با ... به هر حال روابط رمانتیک هست".

فداکاری و مسئولیت در زندگی زناشویی: مشارکت‌کنندگان در پژوهش تاکید داشتند که باور به فداکاری در زندگی با همسر به‌عنوان یکی از باورهای تعیین‌کننده سبک زندگی به‌شمار می‌رود. مشارکت‌کننده ۳: "افراد در جامعه انتظار دارن که همسرشون برای اون‌ها فداکاری کنه. خودشون هم ممکنه به‌خاطر همسرشون فداکاری کنن. درمجموع، باور به فداکاری در زندگی زناشویی موجب جهت‌دهی میشه".

³ vision and purpose in life

⁴ responsibility towards others or the external environment

¹ beliefs related to life with spouse

² love and romantic relationships

هم وجود دارد که بعد از انقلاب فکر میکنم تشدید شده. همین باعث شده که بیشتر مردم محتاط بشن و احساس کنن که باید گلیم خودشون رو از آب بیرون بکشن به هر شکلی. این مشکل اساسیه ...".

هدفمندی رفاه در زندگی: باور به این که دستیابی به رفاه در زندگی هدف در نظر گرفته شود و این عقیده که هدف تلاش‌ها و آرزوی من این است که به آسودگی و آسایش در این دنیا برسم. مشارکت‌کننده ۲: "... خب این‌ها بیشتر جنبه مادی قضیه را نگاه می‌کنن. یعنی سبکی را انتخاب می‌کنن که بتونن رفتار و حرکتی داشته باشن، رفاه داشته باشن، به رفاه در زندگی برسن".

هدفمندی لذت در دنیا: این باور که من در این دنیا زندگی می‌کنم و بایستی لذت ببرم به عنوان مفهوم هدفمندی لذت در دنیا شناسایی شد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش بیان کردند که در سبک زندگی فرهنگ ایرانی این باور به گونه‌ای است که رفتار افراد را در مواجهه با موقعیت‌ها و پدیده‌های مختلف زندگی به سمت لذت‌جویی سوق می‌دهد. مشارکت‌کننده ۲: "بعضی از افراد دیدگاه این دنیایی دارن و معتقدن که ما باید در این دنیا لذت ببریم".

بحث

هدف مطالعه حاضر شناسایی مولفه‌های باورهای بنیادین تعیین‌کننده سبک زندگی در بافت فرهنگ ایرانی بود. نتایج چهار مقوله اصلی را نمایان ساخت. این چهار مقوله عبارت‌اند از: باورهای هستی-شناسی و معنوی، باورهای اجتماعی، باورهای خانوادگی و غایت‌نگری و هدف در زندگی. پس از تحلیل نتایج حاصل از مصاحبه با خبرگان این چهار مولفه اصلی به عنوان باورهای بنیادین تعیین‌کننده سبک زندگی در بافت فرهنگ ایرانی شناسایی شدند. در این راستا، متخصصان بر نقش ساختار ارزشی و اعتقادی بر تعیین سبک زندگی تاکید داشتند. این ساختار ارزشی^۳ که، تحت عنوان باورهای بنیادین نامیده می‌شود، زیربنای سبک زندگی در نظر گرفته می‌شود. درواقع، این باورهای بنیادین هستند که سبک زندگی فرد را شکل می‌دهند (موساک و مانیچی، ۱۹۹۹). با این وجود، فرهنگ درماتابه یک عامل زمینه‌ای در بروز و جهت‌دهی ارزش‌ها و اخلاقیات نقش دارد، که از این طریق بر نوع سبک زندگی تاثیر می‌گذارد (واکلاپر و فیشر، ۲۰۱۱). در ادامه هر یک از مقوله‌های شناسایی‌شده بررسی و تبیین شده‌اند.

فلسفه و معناهایم، هدایتگر من در سفر زندگی

نتایج نشان داد که مقوله باورهای هستی‌شناسی و معنوی شامل زیرمقوله‌های باور به آخرت یا مادی‌گرایی، خداآواری، معنویت و

مثلا در محیط شغلی پیگیر حق و حقوق انسان‌ها هستن؛ وقتی جویا بشی میبینی اصلا چنین رفتاری رو هدف از خلقت‌شون میدونن".

۲-۴ زیرمقوله رقابت‌جویی و رشد^۱: این زیرمقوله مفاهیم رقابت‌جویی آسیب‌زا و پیشرفت فردی (هدف شایستگی) را دربرمی‌گیرد.

رقابت‌جویی آسیب‌زا: رقابت‌جویی می‌تواند یکی از مفاهیم مرتبط با اهداف جهت‌دهنده سبک زندگی تلقی شود. نتایج نشان داد این باور، که من بایستی تلاش کنم و بجنگم تا در زندگی موفق باشم، محدوده وسیعی از انگیزه‌ها و اقدامات ما را دربرمی‌گیرد. این انگیزه پیروزی و موفقیت می‌تواند آن قدر قدرتمند شود که موجب آسیب‌هایی در فرد و جامعه و رقابت‌جویی زیاد با دیگران شود. چنین باور افراطی برای موفقیت و رقابت با دنیای پیرامون با عنوان رقابت‌جویی آسیب‌زا شناخته می‌شود. مشارکت‌کننده ۶: "ما به بحثی به اسم رقابت داریم که معنای آن بسیار سخیف شده. بسیار آسیب‌زا شده. برای مثال، ما در یه مدرسه ان قدر این را تشدید می‌کنیم که یه بچه آرزو کنه که بچه دیگری که بالاتر از خودش هست، بمیره یا تصادف کنه، پاش بشکنه و مدرسه نیاد".

پیشرفت فردی (هدف شایستگی): این مفهوم بر این باور تاکید دارد که من به عنوان یک انسان بایستی پیشرفت و رشد فردی را در راستای یکی از محوری‌ترین اهداف زندگی‌ام پیگیری کنم. انگیزه‌ها، اهداف و رفتارهای من تا حد زیادی در حیطه‌های مختلف زندگی تحت تاثیر این باور بنیادی قرار می‌گیرد که در شکل‌گیری سبک زندگی بسیار تاثیر دارد. مشارکت‌کننده ۱۱: "ما در مدارسمون، در رسانه‌هامون، در دانشگاه‌مون، همه جا تاکید می‌کنیم بر پیشرفت. در جامعه هم می‌بینیم همه به‌ویژه جوون‌ترها می‌خوان به رشد شایستگی‌شون برسن. همه می‌خوان بهترین نمره رو داشته باشن. طرف این‌جا کار می‌کنه، درآمد داره، ولی میزازه میره خارج. چون بره تو فلان شرکت طراحی یا برنامه‌نویسی کار کنه. می‌خواود پیشرفت کنه، احساس شایستگی بیشتری داشته باشه".

۳-۴ زیرمقوله منفعت‌طلبی و لذت‌جویی^۲: شامل مفاهیم رشد ولع و حرص در زندگی، هدفمندی رفاه در زندگی و هدفمندی لذت در دنیا است.

رشد ولع و حرص در زندگی: یکی از مفاهیم مرتبط با منفعت‌طلبی در زندگی رشد حرص و ولع است. نتایج نشان داد که باور شدید مبتنی بر به‌دست آوردن منافع و اموال در فرهنگ جامعه گسترش پیدا کرده است و حتی یکی از مفاهیم جهت‌دهنده به سبک زندگی شناسایی شده است. این باور که، من هرطوری شده بایستی گلیم را از آب بکشم، در حال گسترش است. مشارکت‌کننده ۱۲: "هنگامی که شما با دیگران نزدیکی احساس کنی، آرامش احساس کنی و بهشون احساسی بدی که اونم مثل توهه و فرقی نمیکنه، تو جامعه‌مون ما این احساس رو نداریم دیگه ... این یه مشکله. مشکل تاریخی ماست و هنوز

³ value structure

¹ competitiveness and growth

² self-interest and hedonism

همکاران، ۲۰۱۵). برای مثال، پروتستان‌ها، کاتولیک‌ها و یهودیان، که همگی در بسیاری از جوامع در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند، ولی از نظر میزان اهمیت اخلاقی که به افکار ناپاک در برابر اعمال ناپاک می‌دهند، متفاوت هستند. پروتستان‌ها به شدت آن را محکوم می‌کنند و این افکار را حرام می‌دانند. آن‌ها فکر کردن در مورد داشتن رابطه را ناپاک (حرام) می‌دانند (کوهن، ۲۰۱۵).

همچنین، در زیرمقوله نهایی مقوله خداآوری مشارکت‌کنندگان اشاره داشتند که باورهای تقدس‌گرایانه می‌تواند زمینه ایجاد برخی نگرش‌ها و باورهای خرافی را فراهم و ایجاد کند. بدین صورت که وجود باورهای کلیشه‌ای و انعطاف‌ناپذیر می‌تواند مانع عدم درک دقیق واقعیت شود و ذهنیت افراد را با تبیین‌های خرافی آمیخته کند.

همراهی با همسفرانم در مسیر زندگی‌ام

مقوله بعدی شناسایی شده باورهای اجتماعی بود. این مقوله نیز شامل زیرمقوله‌های ضرورت ارتباط و تعامل میان فردی، عواطف اجتماعی، اعتبار اجتماعی، اهمیت مسائل شغلی و ارزش‌های اجتماعی در مقابل فردگرایی است. آدلر برای اولین بار اصطلاح سبک زندگی را به کار برد و به‌طور مفصل به آن پرداخته است (منستر، ۲۰۱۲). یکی از وجوه تمایز مولفه‌های به‌دست آمده در این مطالعه با مدل سبک زندگی نظریه آدلر مقوله باورهای اجتماعی است. خبرگان مشارکت‌کننده در این مطالعه بر باورهای اجتماعی در بافت فرهنگ ایرانی به‌عنوان یکی از مقوله‌های اصلی تاکید داشتند. در حالی که در مدل سبک زندگی آدلر مفاهیم مرتبط با امور اجتماعی و نگرش‌های اجتماعی در زیرمجموعه جهان‌بینی قرار دارد. در این مدل جهان‌بینی شامل نگرش به زندگی، جهان، طبیعت و دیدگاه‌های مرتبط به پدیده‌های دنیای بیرونی است. برای مثال، "مردم این گونه هستند، دنیا امن است"، یا نگرش به مردانگی و زنانگی، برای مثال، "مرد واقعی نباید سوگند بخورد"؛ با نگرش به معنویت و خدا (ریچمن، ۲۰۰۱).

زیرمقوله‌های ضرورت ارتباط و تعامل میان فردی و عواطف اجتماعی بر ابعاد رفتاری و عاطفی روابط میان فردی تاکید دارد. نتایج پژوهش در این زیرمقوله‌ها نشان داد باورهای مرتبط با روابط اجتماعی و تعاملات با مردم نظیر سهیم کردن دیگران در امور مختلف زندگی یا اهمیت شرکت در فعالیت‌های دونفره نقش تعیین‌کننده‌ای در سبک زندگی و عملکرد اجتماعی افراد دارد. همچنین، عواطف اجتماعی نیز شامل نگرش و احساس فرد نسبت به حضور و عضویت در جامعه است. این نگرش که فرد خود را متعلق به جامعه بداند، به‌عنوان یکی از مفاهیم تعیین‌کننده سبک زندگی اجتماعی گزارش شد. زیرمقوله بعدی اعتبار اجتماعی است که در بافت فرهنگ ایرانی در تعیین سبک زندگی اجتماعی نقش بازی می‌کند. این زیرمقوله شامل مفاهیم

تقدس‌گرایی و خرافات است. همسو با این نتایج که با جهان‌بینی افراد مرتبط است، آدلر نیز معتقد بود که "سبک زندگی" در افراد دیدگاهی از جهان را ایجاد می‌کند (هایلند و همکاران، ۲۰۱۰). ساختار این مقوله و زیرمقوله‌های آن در مطالعه حاضر متعلق به بافت فرهنگ ایرانی است که تحت تاثیر باورها و ارزش‌های دینی و مذهبی هستند و مفاهیمی همچون باور به جهان آخرت، خداآوری و معناگرایی را شامل می‌شوند.

زیرمقوله باور به جهان آخرت یا مادی‌گرایی شامل دو باور بنیادی است؛ اولی به این موضوع اشاره دارد که پس از مرگ زندگی انسان در عالمی دیگر ادامه خواهد یافت. روح انسان از جسم خارج می‌شود و در عالم ماوراء ادامه حیات می‌دهد. نتایج نشان داد که چنین باوری همچون یک معنای کلی بر گستره وسیعی از رفتار فرد تاثیر دارد و به سبک زندگی جهت می‌دهد. چنین افرادی کیفیت زندگی و وضعیت روح انسان در عالم دیگر را بازنمودی از چگونگی زندگی در این دنیا (دنیای مادی) می‌پندارند. بدین معنا که بر این جمله معروف باور دارند "دنیا مزرعه آخرت است" و هرچه در این دنیا بکارند در عالمی دیگر درو می‌کنند. درمقابل این باور، باور به دنیای مادی گزارش شد. مطابق با این دیدگاه زندگی انسان پس از مرگ پایان می‌پذیرد و عالم ماوراء یا حیات روحانی وجود ندارد. این باور نیز بر گستره وسیعی از رفتارها و سبک زندگی افراد نقش دارد.

نتایج بیانگر این بود که مجموعه‌ای از عقاید و باورها تعیین‌کننده زیرمقوله خداآوری هستند. باور به حضور خداوند و این که خداوند را ناظر بر اعمال خود بدانیم باور به اینکه خداوند در زندگی به فرد کمک می‌کند و می‌توان در امور مختلف از خداوند یاری خواست، ازجمله مفاهیم خداآوری محسوب می‌شوند. نتایج نشان داد که افراد باور دارند امدادها و کمک‌های الهی ممکن است شامل حال آن‌ها در زندگی شود. مفهوم دیگری که بیانگر خداآوری افراد بود، مسئول دانستن خداوند نسبت به سرنوشت است. باور به وجود پروردگاری که در تقدیر و سرنوشت انسان نقشی تعیین‌کننده دارد. لازم به ذکر است که زیرمقوله‌ها و مفاهیم استخراج‌شده در مقوله باورهای هستی‌شناسی و معنوی تا حد زیادی تحت تاثیر جهان‌بینی و ارزش‌های دینی و مذهبی در فرهنگ ایرانی بودند؛ برخی همسو با باورهای دینی و برخی متفاوت از باورهای دینی.

متناسب با نتایج حاصل شده در این مقوله، مطالعات نیز نشان دادند که ارزش‌های دینی^۱ از قدرتمندترین تاثیرات فرهنگی بر ارزش‌ها و اخلاقیات در نظر گرفته می‌شوند (گراهام و همکاران، ۲۰۱۰). در یکی از مطالعات گسترده بین‌المللی نتایج بیانگر آن بود که ارزش‌های دینی بین ملت‌ها بیش از هر عامل دیگری متفاوت هستند (سوسیر و

^۱ religious values

۲۰۱۳). در این راستا، شریفی (۲۰۱۴) برخی از مولفه‌های سبک زندگی ایرانی را گزارش کرد و مستحکم بودن بنیان خانواده، اهمیت دادن به صله ارحام، احترام به والدین و بزرگسالان و همسایه‌داری را از نقاط قوت سبک زندگی ایرانی عنوان کرد.

نتایج مطالعه‌ی یاماگوچی و همکاران (۱۹۹۵) نیز نشان داد که دانشجویان آسیایی در مقایسه با دانشجویان آمریکایی به پیوندجویی و مهرورزی بیشتر احساس نیاز می‌کنند و نسبت به طرد اجتماعی و پاسخ‌گویی به انتظارات دیگران مهم، نظیر خانواده و دوستان حساس‌تر هستند. یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان داد که در فرهنگ ایرانی باورهای خانوادگی تأثیر گسترده و پیچیده‌ای بر ابعاد مختلف سبک زندگی دارد. برای مثال، مفهوم درهم‌آمیختگی ابعاد مختلف زندگی با خانواده بر این واقعیت اشاره دارد که باورها و ارزش‌های مرتبط با خانواده به گونه‌ای در فرهنگ ایرانی عمل می‌کند که خانواده می‌تواند در زندگی زناشویی، زندگی تحصیلی، شغلی و سایر ابعاد سبک زندگی افراد نقش داشته باشد. همان‌طور که مداخله‌های والدین بر روند زندگی زناشویی افراد می‌تواند تأثیر مهمی داشته باشد.

باورهای مرتبط به زندگی با همسر، محور دیگر باورهای خانوادگی است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که در فرهنگ ایرانی مفاهیم ویژه‌ای همچون نگرش به روابط عاشقانه و رمانتیک، فداکاری و مسئولیت در زندگی زناشویی و نگرش به جنس مخالف به سبک زندگی با همسر جهت می‌دهد.

می‌اندیشیم، حرکت می‌کنیم و آن‌گاه می‌رسیم به آنچه می‌خواهیم
مقوله چهارم نیز غایت‌نگری و هدف در زندگی است. این مقوله، زیرمقوله‌های مسئولیت‌پذیری نسبت به دیگران، رقابت‌جویی و رشد، تحول با زمینه منفعت‌جویی و لذت‌جویی را شامل می‌شود. حرکت استوار فرد به سوی هدف شخصی و تلاش برای امنیت و رفاه، از عناصر مفهوم باورهای مرتبط با غایت‌نگری و هدف در زندگی محسوب می‌شود. سبک زندگی روش یکتای فرد و پلی برای رسیدن به اهداف شخصی است (اکستین و کرن، ۲۰۰۲). مقوله غایت‌نگری و هدف در زندگی نیز به‌طور ویژه در مولفه‌های سبک زندگی ایرانی به عنوان یک مقوله اصلی شناسایی شد. از داده‌های حاصل شده می‌توان نتیجه گرفت که تحولات فرهنگی و تنوع و گستردگی اهداف فرهنگ در حال گذار جامعه ایرانی، تغییرات زندگی سنتی به مدرن و بی‌ثباتی اقتصادی به‌عنوان عوامل مهمی بر شناسایی مفاهیم این مقوله اصلی نقش داشتند. بنابراین، پژوهش‌های سال‌های اخیر نشان دادند که عناصر نظام ارزشی جامعه به اولویت و غلبه عناصر مادی و در نتیجه، انتظارات مصرفی میل کرده است (پویافر و داوری‌مقدم، ۲۰۱۴). این فرایند می‌تواند توجیه‌کننده زیرمقوله‌های رقابت‌جویی و رشد، تحول با

ضرورت تشخیص و تأیید اجتماعی است که هر دوی این مفاهیم بر اهمیت دیدگاه‌ها و نگرش‌های دیگران و جامعه درباره فرد تأکید دارد. نتایج کسب‌شده در زیرمقوله‌های نام‌برده بیانگر جایگاه مهم دیگران و افراد پیرامون فرد در تعیین سبک زندگی اجتماعی است که از خصیصه‌های فرهنگ‌های جمع‌گرا محسوب می‌شود.

این یافته‌ها با نتایج برخی پژوهش‌های بین‌فرهنگی هماهنگ است. برای مثال، افراد در فرهنگ‌های فردگرا اسنادهای درونی^۱ بیشتری انجام می‌دهند و عوامل درون فردی در هدایت رفتارشان نقش بیشتری دارد؛ در حالی که در فرهنگ‌های جمع‌گرا، رفتار و شخصیت به‌وسیله دیگران مهم نظیر خانواده و دوستان و اشخاص ذی‌نفوذ و قدرتمند جامعه شکل می‌گیرد و علایق فردی در ذیل خواسته‌های دیگران و جامعه قرار دارند (لیو و همکاران، ۲۰۱۱؛ میاموتو و همکاران، ۲۰۱۰). همچنین، مردم در فرهنگ‌های جمع‌گرا، وقتی خود را با شاخص‌های منفی می‌سنجند، تلاش حداکثری آن‌ها بر این است تصویری که بیشتر مورد تأیید جامعه است، از خود نشان دهند تا جامعه نسبت به آن‌ها ارزش‌گذاری مثبت داشته باشد (فراهانی و همکاران، ۲۰۱۴). این فرایند بیانگر نقش و جایگاه مهم اطرافیان و دیگران در زندگی اجتماعی است.

مفاهیم مرتبط با زیرمقوله اهمیت مسائل شغلی نظیر جایگاه اجتماعی شغل و حرفه، پیشرفت شغلی و وظیفه‌شناسی در محیط کاری همگی به‌عنوان یکی از محورهای باورهای اجتماعی گزارش شد. این مفاهیم نیز بیانگر اهمیت دیدگاه‌های اجتماعی حتی در زندگی شغلی فرد است. برای مثال، در باور افراد مشارکت‌کننده در پژوهش جذابیت و تمایل به یک شغل تا حد زیادی تحت تأثیر جایگاه اجتماعی آن شغل است. حتی وظیفه‌شناسی در شغل نیز مفهومی است که از دیدگاه مشتریان یا نظاره‌گران بیرونی مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرد. از این‌رو، به نظر می‌رسد وظیفه‌شناسی یک ارزش مطلوب در تعیین سبک زندگی شغلی فرد در نظر گرفته می‌شود.

باورهای خانوادگی ام، سازمان‌دهنده اصول زندگی من

مقوله سوم باورهای خانوادگی است که دو زیرمقوله باورهای خانواده‌محور و باورهای مرتبط به زندگی با همسر را دربرمی‌گیرد. در پژوهش حاضر باورهای خانوادگی به‌عنوان یک مقوله مجزا شناسایی شد، این امر نشان‌دهنده اهمیت موضوع خانواده در فرهنگ ایرانی است. مفاهیم استخراج‌شده در زیرمقوله باورهای خانواده‌محور نشان می‌دهد که احترام به خانواده، درهم‌آمیختگی با خانواده، احساس امنیت و حتی مسئولیت‌پذیری نسبت به خانواده از جمله مهمترین باورهای تعیین‌کننده سبک زندگی در بافت فرهنگ ایرانی هستند. در فرهنگ ایرانی، واحد بنیادی شبکه‌های اجتماعی، خانواده است (نیکوگفتار،

¹ internal attribution

خودی محصور می‌شوند. در نتیجه، در این فرهنگ‌ها بر وظیفه و تعهدات فرد در برابر گروه، وابستگی متقابل با افراد دیگر در گروه و انجام نقش‌های اجتماعی تأکید می‌شود (شکری و همکاران، ۲۰۱۵). باورها و مفاهیم تعیین‌کننده مقوله غایت‌نگری شامل هر دو موضع فردگرایانه و جمع‌گرایانه بودند.

محدودیت‌ها

مهمترین محدودیت مطالعه حاضر کیفی بودن روش پژوهش و جمع‌آوری داده‌ها از نمونه با تعداد محدود است. محدودیت دیگر این مطالعه ضعف در تعمیم‌پذیری نتایج است؛ البته این مورد از محدودیت‌های رایج روش‌های کیفی و متناسب با هدف پژوهش است. به دلیل این که پژوهشگر در زمان تحلیل به جای معنای عام و جهانی به دنبال معنای بافتی و محلی است. پیشنهاد می‌شود که جهت دستیابی به ابزار معتبر ارزیابی باورهای بنیادین سبک زندگی در فرهنگ ایرانی، نتایج به دست آمده از این پژوهش به صورت پرسشنامه ساختاریافته تنظیم شود و به صورت گسترده اجرا و به روش کمی اعتباریابی گردد. نتایج کسب شده از این پژوهش تنوع و گستردگی باورها و مولفه‌های ارزشی تعیین‌کننده سبک زندگی در فرهنگ ایرانی را نشان می‌دهد و از آن‌ها می‌توان در برنامه‌ریزی‌ها، پژوهش‌ها، آموزش و کمک به ارتقای سلامت فرد، خانواده و جامعه استفاده کرد.

زمینه منفعت‌جویی و لذت‌جویی در پژوهش حاضر باشد. نتایج این مقوله نشان می‌دهد ارزش‌ها و باورهایی که تعیین‌کننده اهداف زندگی افراد در فرهنگ ایرانی هستند، به سمت مفاهیمی همچون پیشرفت فردی (در شغل یا تحصیل و غیره)، کسب موفقیت فردی، رسیدن به لذت‌های بیشتر در زندگی و کسب رفاه بیشتر سوق پیدا کرده است. نتایج نشان دادند که مقوله غایت‌نگری در زندگی شامل مفاهیم مرتبط با مسئولیت‌پذیری نسبت به دیگران نیز می‌شود. مسئولیت‌پذیری، سودمندی اجتماعی و احقاق حقوق دیگران همگی نشان‌دهنده اهمیت ارزش‌ها و مفاهیم اجتماعی و دگرخواهانه در زندگی است. این نتایج نشان می‌دهد که باورهای غایت‌نگری در زندگی از یک سو شامل اهداف و منافع فردی و از سوی دیگر اهداف و ارزش‌های اجتماعی است. به نظر می‌رسد این تضاد مفهومی به دلیل تحولات فرهنگی از یک زندگی سنتی جمع‌گرا به یک زندگی جدید فردگرا است. افراد از یک سو تحت تاثیر تحولات فرهنگی هستند و از سوی دیگر برخی ارزش‌های سنتی فرهنگ جمع‌گرای ایرانی را نیز حفظ کرده‌اند. در فرهنگ‌هایی که جهت‌گیری فردگرا دارند، «خود» واحد اصلی جامعه تلقی می‌شود؛ در نتیجه، در بافت فرهنگی فردگرا بر حقوق فردی، استقلال شخصی و خودشکوفایی تأکید می‌شود. در مقابل، در فرهنگ‌هایی که جهت‌گیری جمع‌گرا دارند، «گروه خودی»^۱ واحد اصلی جامعه را تشکیل می‌دهد و افراد در چارچوب نیازها، اهداف و تقدیر گروه

قدردانی: از تمام اساتید و مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر جهت همکاری برای انجام مصاحبه تشکر و قدردانی می‌کنیم.

تعارض منافع: برحسب مدارک در این مقاله هیچ تعارض منافی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

حامی مالی: این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول است.

Reference

- Agha Mollaei, S., Nikkhah, H., & Maghsoodi, S. (2020). Modernity, consumer culture and lifestyle One sociological study in Kerman. *Culture - Communication Studies*, 21, 193 – 228. <https://doi.org/10.22083/jccs.2020.152920.2592> [In Persian]
- Allik, J., McCrae, R. R. (2004). Toward a geography of personality traits patterns of profiles across 36 cultures. *J Cross- Cultural Psychology*, 35(1), 13-28. <https://doi.org/10.1177/0022022103260382>
- Bahrami, F., Khajeh, A. H., Fatehizadeh, M., Abedi, M., Sajjadian, P. (2013). The Effect of Happiness Training Based on Cognitive Behavioral Approach on Quality of Marital Life in Married Males and Females. *Knowledge & Research in Applied Psychology*, 14(3), 11-21. [In Persian]
- Cohen, A. B. (2015). Religion's profound influences on psychology morality, intergroup relations, self-construal, and enculturation. *Curr Direct Psychol Sci*, 24, 77-82. <https://doi.org/10.1177/0963721414553265>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (3rd ed.)*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452230153>
- Creswell, J. w. (2012). *Educational research: planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research (Fourth edition)*. Pearson.

¹ insider group

- Dehghanian, H. (2012). Iranian Islamic lifestyle. *Proceedings of the Pioneers of Progress Congress, 4*, 666-674. [In Persian]
- Ebrahim Abadi, H. (2012). An interdisciplinary approach to lifestyle: looking at Iranian society. *Interdisciplinary studies in humanities, 5*(4), 33-53. [In Persian]
- Farahani, M. N., De Raad, B., Farzad, V., & Fotoohie, M. (2014). Taxonomy and structure of Persian personality-descriptive trait terms. *International Journal of Psychology, 10*, 1-11. <https://doi.org/10.1002/ijop.12133> [In Persian]
- Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., & Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *J Pers Soc Psychol, 101*(2), 366-385. <https://doi.org/10.1037/a0021847>
- Okstin, D., & Kron, R. (2002). *Lifestyle assessment and treatment*. Translated by Hamid Alikzadeh, Mohsen Seifi & Forozan Karami. (2009). Rasesh [In Persian]
- Fazel Ghane, H. (2012). *Lifestyle based on Islamic teachings*. Center for Islamic Research of Radio and Television [In Persian]
- Hatonen, H., Suhonen, R., Warro, H., Pitkanen, A., Valimaki, M. (2010). Patient perception of patient education on psychiatric inpatient wards: a qualitative study. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing, 17*(4), 335 - 41. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2850.2009.01530.x>
- Hofstede, G., & McCrae, R. R. (2004). Personality and culture revisited: linking traits and dimensions of culture. *Cross-Cultural Research, 38*(1), 52-88. <https://doi.org/10.1177/1069397103259443>
- Highland, R. A., Kern, R. M., & Curlette, W. L. (2010). Murderers and nonviolent offenders: A test of Alfred Adler's theory of crime. *The Journal of Individual Psychology, 66*(4), 435-458.
- Leu, J., Wang, J., & Koo, K. (2011). Are positive emotions just as "positive" across cultures? *Emotion, 11*, 994-999. <https://doi.org/10.1037/a0021332>
- Markus, H. R. (2004). Culture and personality: Brief for an arranged marriage. *Journal of Research in Personality, 38*(1), 75-83. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2003.09.008>
- Manaster, G. (2012). Adler, Alfred (1870-1937). In: Seel, N. M. (eds) *Encyclopedia of the Sciences of Learning*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6_1853
- Mehdizadeh, H. (2017). Reinterpretation of lifestyle in the field of psychology, sociology and Islam. *Basic humanities research, 13*, 91-124. [In Persian]
- Miyamoto, Y., Uchida, Y., & Ellsworth, P.C. (2010). Culture and mixed emotions: Co-occurrence of positive and negative emotions in Japan and the United States. *Emotion, 10*(3), 404-415. <https://doi.org/10.1037/a0018430>
- Mosak, H. H., & Maniacci, M. (1999). *A Primer of Adlerian Psychology: The Analytic-behavioral-cognitive Psychology of Alfred Adler*. Routledge.
- Moustakas, C. E. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage Publications
- Nikou Goftar, M. (2013). An interdisciplinary approach to social health, studying the antecedent role of individualism and collectivism. *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities, 6*(2), 57 - 70. [In Persian]
- Pahlavan, C. H. (2011). *Ethnography (speeches reported in the field of culture and civilization)*. Ghatreh. [In Persian]
- Poyafar, M. R., & Davari Moghadam, S. (2014). Examining the relationship between the trend towards a modern lifestyle and becoming conventional; An empirical study in Iran after the Islamic Revolution. *Jarfa Pajouh, 4*, 29-51. [In Persian]
- Richerson, P. J., Boyd, R., & Henrich, J. (2010). Gene-culture coevolution in the age of genomics. *Proc Natl Acad Sci, 107*, 8985-8992. <https://doi.org/10.1073/pnas.0914631107>
- Richman, J. (2001). Humor and creative lifestyles. *American Journal of Psychotherapy, 55*(3), 420-428. <https://doi.org/10.1176/appi.psychotherapy.2001.55.3.420>
- Sharifi, A. H. (2014). *Iranian Islamic lifestyle*. Aftab Tosee. [In Persian]
- Saucier, G., Kenner, J., Iurino, K., Malham, P.B., Chen, Z., Thalmayer, A. G., & Shen-Miller, S. (2015). Cross-cultural differences in a global "survey of world views". *J Cross-Cult Psychol, 46*, 53-70. <https://doi.org/10.1177/0022022114551791>

- Shokri, O., Kormi Nouri, R., Farahani, M. N., Moradi, A. (2015). Cross-cultural validation of the multidimensional scale of perceived social support in Iranian and Swedish students. *Iranian Cultural Research Quarterly*, 9, 75 – 100. [In Persian]
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003). *Handbook of Mixed Methods in social and behavioral research*. Sage.
- Tsai, J. L. (2013). Dynamics of ideal affect. In D. Hermans, B. Rimé, & B. Mesquita (Eds.), *Changing emotions* (pp. 120–126). Psychology Press.
- Vauclair, C. M., & Fischer, R. (2011). Do cultural values predict individuals' moral attitudes? A cross-cultural multilevel approach. *European Journal of Social Psychology*, 41, 645-657. <https://doi.org/10.1002/ejsp.794>
- Walizadeh, M. J. (2012). The necessity of providing a native definition (Iranian Islamic) of lifestyle. *Cultural Engineering*, 8, 30-55. [In Persian]
- Yamaguchi, S., Kuhlman, D. M., & Sugimori, S. (1995). Personality correlates of allocentric tendencies in individualist and collectivist cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26(6), 658- 672. <https://doi.org/10.1177/002202219502600609>
- Yar Ahmadi, S., Zarei F., & Jafari, F. (2019). Consequences of Online Social Networks on the Life of Couples: A Qualitative Study Social Online Network Consequences. *Iran J Health Educ Health Promot*, 17 (1), 30-45. <https://doi.org/10.30699/ijhehp.7.1.30> [In Persian]
- Zargoushi, A. (2015). The concept, characteristics, and coordinates of Islamic-Iranian lifestyle. *Proceedings of Congress of Progress Pioneers*, 10, 536-541. [In Persian]

