

مطالعه جامعه شناختی سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان شهر کرمان

منصور حقیقتیان^۱، حمید محمودیان^۲، آمنه فیروزآبادی^۳

چکیده

در سال های اخیر، با توجه به گسترش فزاینده وسایل ارتباط جمعی جدید؛ افزایش مسافرت به خارج از کشور در قالب تورهای گوناگون و تعامل با دوستان و اقوام در کشورهای خارجی؛ و در نتیجه رواج یافتن مولفه های سبک زندگی خارجی (و عمدتاً غربی) از قبیل غذاهای سریع (فست فود)؛ لباس و وسایل خانگی؛ دکوراسیون داخلی منازل و ... توجه به هویت و سبک زندگی بومی و ایرانی بیشتر شده است. بنابراین هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان شهر کرمان می باشد، روش تحقیق، پیمایشی، از نظر هدف، جزء تحقیقات کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش را جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر کرمان تشکیل می دهند، بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۶۵۰ نفر تعیین گردید، شیوه نمونه گیری، خوشه ای چندمرحله ای می باشد. داده ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته، جمع آوری گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روشهای آمار توصیفی و استنباطی در نرم افزار آماری SPSS استفاده گردید، نتایج نشان داد: بین سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی افراد و هم چنین بین عوامل اجتماعی و فرهنگی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد. بین منزلت شغلی و هم چنین بین میزان آشنایی با فرهنگ غرب و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.

واژگان کلیدی: سبک زندگی ایرانی - اسلامی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، جوانان.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۹/۲۷

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۶/۱۰

Archive of SID

۱. دانشیار جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران (Email: haghghat@dehaghan.ac.ir)

۲. استادیار ادیان و عرفان تطبیقی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، فارس، ایران

۳. دانشجوی دکتری جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول) (Email: firoozabadiar8@gmail.com)

مقدمه

سبک زندگی واژه ای است که ابتدا در ادبیات فرهنگ مدرن متولد شد. حدود دو قرن پیش واژه ای تحت عنوان سبک زندگی وجود نداشت و اگر در خصوص سبک زندگی افراد، سئوالی از آنان پرسیده می شد احتمالاً سئوالی بی معنا و غیرقابل فهم بود، ولی از آنجا که در طول تاریخ و در تمامی جوامع، زندگی انسانها همواره بر اساس مجموعه ای از قواعد معین و منظم بوده است، پس به طور طبیعی می توان گفت که زندگی انسانها همواره با نوعی سبک همراه بوده است، ولی به تدریج در جوامع مدرن و غربی شرایطی ایجاد شد که توجه اندیشمندان علوم اجتماعی را بیش از پیش به موضوع الگوی زندگی جلب کرد و همین پیش زمینه، بستری شد برای تولد واژه سبک زندگی در ادبیات فرهنگ مدرن. (فاضل قانع، ۱۳۹۲: ۱۰) ناگفته پیداست که در زمینه سبک زندگی، تضاد جدی بین فرهنگ غرب و فرهنگ خودی و بومی وجود دارد و تعریفی که فرهنگ ما از زندگی و خوب و بد بودن آن بر اساس آخرت گرایی و نقش مزرعه بودن زندگی دنیوی برای زندگی اخروی، که هدف اصلی و زندگی واقعی است، برآیند دارد؛ درست در نقطه‌ی مقابل فرهنگ غربی است که بر مبنای مکتب اومانیسم و لذت گرایی و هدف غایی بودن زندگی دنیوی استوار است. این دو جهان بینی دقیقاً در نقطه‌ی مقابل هم قرار دارند و بی گمان این اختلاف دیدگاه در بررسی وضعیت سبک «زندگی» و خوب و بد بودن آن و برنامه ریزی برای اصلاح آن تأثیر تام و تمام خواهد گذارد؛ چه بسا بر اساس دیدگاه اسلامی در بررسی سبک «زندگی»، توجه به برخی رفتارها و مصارف مورد توجه باشد یا حتی در اولویت باشد که در دیدگاه غربی توجه به آن‌ها اصلاً بی مورد باشد و آن‌ها را اصولاً داخل در سبک زندگی نداند که به تبع این وضعیت، برنامه ریزی در خصوص اصلاح وضعیت سبک زندگی نیز کاملاً متفاوت خواهد بود. بنابراین پذیرش منفعلانه سبک زندگی غربی برای جوامع مسلمان که دارای پیشینه‌ی فرهنگی غنی می باشند شایسته نیست و طبیعی است که به اقتضای اسلامی بودن جامعه ایرانی، باید بر سبک زندگی ایرانی - اسلامی تأکید شود. سبک زندگی اسلامی، لازمه اصلی تمدن اسلامی است برای داشتن یک تمدن اسلامی پرداختن به سبک زندگی اسلامی یک ضرورت بزرگ است و باید به آن به صورت ویژه پرداخته شود.

پیشینه تحقیق

از آن جایی که مفهوم سبک زندگی ایرانی-اسلامی نسبتاً جدید است، تا جایی که نگارندگان اطلاع دارند، تحقیقات چندانی در ارتباط با آن انجام نشده است و بیشتر تحقیقات صورت گرفته درباره سبک زندگی مدرن یا غربی و تقابل آن با سبک زندگی سنتی می باشند بنابراین در زیر به برخی از آنها اشاره می شود. آزاد ارمکی و شالچی (۱۳۸۴) نیز در مقاله «دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ» با توجه به نظریه بوردیو به بررسی مقایسه ای دو سبک زندگی در میان جوانان منطقه ۳ شهر تهران می پردازند. سبک زندگی اصول گرایی انقلابی که متأثر از ارزش‌های انقلاب اسلامی است و اجتناب از روابط با نامحرم و دوری از مدگرایی و مصرف گرایی غربی و تأکید بر هویت اسلامی در مقابل هویت غربی از ویژگی‌های این سبک است و سبک زندگی پسامدرن که مد گرایی، مصرف گرایی و مصرف گرایی غربی و ارتباط با جنس مخالف از جمله ویژگی‌های این سبک است.

شرفی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان " سبک زندگی به عنوان شاخصی برای ارزیابی سطح ایمان" بیان می کند، سبک زندگی با رویکردهای گوناگونی تعریف شده است. به نظر می رسد، بهترین و جامع ترین آنها، رویکرد دین شناسانه است. بر اساس این رویکرد، سبک زندگی مجموعه ای از رفتارهای سازمان یافته است که متأثر از باورها و ارزش های پذیرفته شده، و همچنین متناسب با امیال و خواسته های فردی و شرایط اجتماعی، و وجهی غالب رفتاری یک فرد یا گروهی از افراد شده اند. سبک زندگی جنبه بیانگرانه و نمادین دارد. نمود خارجی به عنوان شاخصی برای سنجش کیفیت ایمان افراد و جوامع استفاده کرد. این حقیقت در آیات و روایات فراوانی مورد تأکید قرار گرفته است. ناهماهنگی میان ایمان و سبک زندگی افراد و یا تفاوت های سبک زندگی علی رغم باورها و ارزش ها، علل و عوامل مختلفی دارد: ذومراتب بودن ایمان، تنوع گرایش و امیال و تأثیرگذاری آنها در گزینش

های افراد، تأثیرپذیری سبک زندگی از شرایط اقلیمی و اجتماعی و یا فقدان نهادهای اجتماعی متناسب با باورها و ارزش‌ها، بخشی از این عوامل هستند. (شریفی، ۱۳۹۱: ۴۹)

کجباف و دیگران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان "رابطه سبک زندگی اسلامی با شادکامی در رضایت از زندگی دانشجویان شهر اصفهان" به این نتیجه رسیدند که: سبک زندگی اسلامی و شادکامی با رضایت از زندگی در سطح ($P < 0.001$)، و شادکامی با شش خرده‌مقیاس سبک زندگی اسلامی در سطح ($P < 0.001$) و خرده‌مقیاس سلامت با رضایت از زندگی در سطح ($P < 0.001$) همبستگی مثبت و معناداری دارد. (کجباف و دیگران، ۱۳۹۰: ۶۱)

مجددی و دیگران (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان "سبک زندگی جوانان ساکن شهر مشهد و رابطه آن با سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین" نشان دادند که: سبک زندگی دارای سه بعد رفتاری، نگرشی و ترجیحات، انگیزه مصرف است. بعد رفتاری سبک زندگی جوانان در پیمایشی از ۴۰۲ جوان ساکن شهر مشهد با هشت شاخص شامل: مصرف فرهنگی، اقلمدیریت بدن، رفتار سیاسی، رفتار انحرافی، توجه به آرایش و خودآرایی، مصرف لباس و کفش، مصرف خوراک و دین‌داری با ابزار پرسش‌نامه مورد سنجش قرار گرفت و با توجه به اینکه مساله اصلی مقاله سنجش رابطه سبک زندگی و سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین بود، این رابطه مورد تایید قرار گرفت لازم به ذکر است که بیشترین تمایز سبک زندگی بین قشر بالا (هم سرمایه فرهنگی و هم سرمایه اقتصادی زیاد) و قشر پایین (سرمایه فرهنگی و اقتصادی کم) مشاهده شد. (مجددی و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۳۱)

تنهایی و خرمی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه جامعه‌شناختی باورهای دینی و سبک زندگی بر اساس نظریه و روش گافمن، مطالعه موردی کرمانشاه" به این نتیجه رسیدند که، افراد در موقعیت جلوی صحنه، جنبه‌ای از خود را به نمایش می‌گذارند که مورد پذیرش دیگران و فرهنگ موجود جامعه باشد. در موقعیت پشت صحنه، افراد از آزادی عمل بیشتری برخوردارند، زیرا تحت نظارت هنجارها و قوانین جامعه نیستند و برای حفظ منزلت اجتماعی شان نقشی را ایفا نمی‌کنند و بنابراین به میزان بیشتری به خود واقعی شان نزدیک می‌شوند، در حالی که در موقعیت جلوی صحنه، افراد بیشتر خود اجتماعی شان را به نمایش می‌گذارند. با این حال با توجه به تحلیل مصاحبه‌های انجام شده با افراد شاخص گروه، میان باورهای دینی و سبک زندگی افراد چه در جلوی صحنه و چه در پشت صحنه ارتباط معناداری وجود دارد. (تنهایی و خرمی، ۱۳۸۸: ۱۹)

مبانی نظری

نظریه پیر بوردیو در خصوص سبک زندگی: پیر بوردیو بی‌گمان پرخواننده‌ترین جامعه‌شناسی است که درباره مصرف و سبک زندگی سخن گفته است کتاب تمایز وی را انجیل محققان در این زمینه می‌دانند. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۴) عمده‌ترین میراث اندیشه بوردیو برای جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قرایح و مصرف فرهنگی است. از سوی دیگر، تأکید بوردیو بر الگومند بودن اعمال مصرف که نتیجه الزامات منش است، الهام بخش تکنیک‌های پژوهش درباره الگوهای سبک زندگی نیز بوده است. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵-۴۶) در نظریه بوردیو سبک زندگی که شامل اعمال طبقه بندی شده و طبقه بندی کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت یافته و تجسم یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی‌ای است که دارای رتبه بندی‌های مختلفی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی است؛ اما چنانچه بوردیو در کتاب تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی نشان می‌دهد مصرف صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز است. (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶) ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت - که قبلاً توضیح دادیم - سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند. بنابراین «سبک زندگی محصول نظام مند منش است که از خلال رابطه دوجانبه خود با رویه‌های منش درک می‌شود و

تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ای جامعه‌ای مورد ارزیابی قرار گیرد. مثلاً به عنوان، قابل احترام، ننگ آور و...». (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۲) چنانچه بوردیو در عبارت فوق نیز اشاره می‌کند مصرف به منزله نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است که کارکردهایی چون تمایزگذاری اجتماعی دارد که البته به نظر بوردیو معنایش از همین تفاوت و تمایز ناشی می‌شود و چیزی جز آن نیست. در بحث بوردیو مصرف همانند پاسخ به نیازهای زیستی مطرح نمی‌شود، بلکه مصرف به منزله استفاده از نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۶۶) که البته خود این نشانه‌ها و نمادها از خلال فرایند مصرف تولید می‌شوند. از این رو، مصرف در اندیشه بوردیو، برخلاف مارکسیسم کلاسیک، صرفاً یک متغیر وابسته نیست. سبک زندگی متأثر از ذائقه، و ذائقه پیامد منش و منش نیز محصول جایگاه فرد در ساختارهای عینی اجتماعی است. جایگاه فرد در ساختار اجتماعی که مشخص‌کننده میزان بهره‌مندی وی از انواع سرمایه است، منش وی را شکل می‌دهد و منش نیز مولد دو نوع نظام است. یک نظامی از رویه‌های ادراک و ارزیابی، یعنی همان ذائقه و دیگری نظامی از رویه‌های ایجادکننده اعمال قابل طبقه‌بندی که تعامل این دو نظام سبک زندگی را ایجاد می‌کند. اما این یک طرف رابطه است؛ زیرا سبک زندگی و فرآیندهای مصرفی به منزله تجلی آن، هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی شده است و هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی‌کننده. از این رو است که فرآیندهای مصرفی خود به منزله متغیری مستقل در ایجاد سلسله مراتب اجتماعی مطرح‌اند. نکته مهمتر آنکه رابطه منش و ساختار اجتماعی یک سویه نیست، بلکه بوردیو از رابطه دیالکتیکی شرایط و منش سخن می‌گوید که سبب تغییر در توزیع سرمایه و توازن رابطه قدرت در جامعه می‌شود و سیستمی از تفاوت‌های ادراک شده و دارایی‌های متمایز ایجاد می‌کند که در واقع همان توزیع سرمایه نمادین و سرمایه مشروعی است که حقیقت عینی را تحریف می‌کند (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۲) سرمایه نمادین محصول شناخته شدن و به رسمیت شناخته شدن توسط دیگران است و لذا نیازمند آن است که مقوله‌های فهم و ادراک دیگران این اعمال و رویه‌های مصرفی را به عنوان برتر شناسایی کنند. دسته‌بندی‌های سبک زندگی که از طریق کاربست الگوهای بوردیویی به دست می‌آید صرفاً توصیف مجموعه‌ای از واقعیات نیست، بلکه از آن جهت که اجازه پیش‌بینی سایر اوصاف و خصایل را می‌دهد نقش تبیین‌گر دارد و می‌تواند قدرت پیش‌بینی برخوردارها، دوستی و امیال را به دست دهد. تحلیل بوردیویی در دو جنبه دارای جنبه تبیینی است. جنبه آشکارتر رابطه جایگاه اجتماعی، منش و سبک زندگی است و جنبه دوم طبقه‌بندی‌های سبک زندگی است که به سبب قدرت پیش‌بینی‌ای که دارد جنبه تبیینی دارد. تبیین بوردیو از سبک زندگی مناسب‌ترین تحلیل برای تحلیل سبک زندگی است. (بل و هالوز، ۲۰۰۶: ۶)

نظریه‌های سبک زندگی جرج زیمل: سبک زندگی، مطابق نظر زیمل، تجسم تلاش انسانی است برای یافتن ارزش‌های بنیادی یا به تعبیری، فردیت برتر خود در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران؛ به عبارت دیگر، انسان برای معنای مورد نظر خود "فردیت برتر"، شکل "صورت"‌های رفتاری را بر می‌گزیند. زیمل توان چنین‌گرینشی را، "سلیقه" و این اشکال مرتبط به هم را "سبک زندگی" می‌نامد. (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۳۱۴) همچنین زیمل در مقاله "مد" به انگیزه‌های درونی و عوامل فردی مؤثر بر شکل‌گیری الگوی مصرف می‌پردازد و دلایل تعدد تغییر مد - چه در پوشاک، چه هنر، چه معماری و حتی آشپزی، موسیقی و غیره - را در مظاهر فرهنگ مدرن جستجو می‌کند. او جهان مدرن را عصری "عصبی" ارزیابی می‌کند که در آن برخلاف گذشته، عرصه انتخاب برای مصرف، بسیار وسیع است و این تنوع انتخاب و تکثر گونه‌هاست که به افراد امکان می‌دهد خود را از دیگران متمایز سازند. به دنبال همین اندیشه امروز یکی از مؤلفه‌های بسیار مهم سبک زندگی را "قدرت انتخاب" می‌دانیم. (خادمیان، ۱۳۸۸: ۶۶). زیمل نخستین جامعه‌شناسی بود که به جهان فراغت و مصرف‌گرایی توجه کرد. وی، ماجراجویی را از گونه‌ی اجتماعی مدرن می‌داند. (فیروزی و دیگران، ۱۳۸۵: ۵) آنچه زیمل مطرح می‌کند یکی از جنبه‌های بسیار مهم و فراگیر زندگی مدرن است. جنبه‌ای که پیش از این در تحقیقات جامعه‌شناختی به کلی نادیده گرفته شده بود. مفهوم ماجراجویی، فعالیت‌های گوناگونی را در بر می‌گرفت که شامل سفر، رقابت‌های ورزشی، قمار و فعالیت‌های بیرون از خانه مانند قایقرانی و کوهنوردی می‌شود. به طور خلاصه، جامعه‌شناسی زیمل بر آن است که مدرنیته تنها در صورتی درک خواهد شد که بکوشیم

رابطه‌ی دیالکتیکی کار با بازی، قلمرو ضرورت با قلمرو فراغت را بفهمیم. (پورزارع، ۱۳۹۱: ۴۱) بنابراین در نظریه‌ی زیمل، اوقات فراغت به عنوان بخش جداناپذیر سبک زندگی مورد توجه قرار گرفته و به آن پرداخته می‌شود. از این رو فراغت به همراه امکانات در دسترس به عنوان بخشی از سبک زندگی می‌تواند ایجاد فرهنگ نموده و هویت افراد را آشکار سازد. بشر به طور طبیعی برای رفع خستگی از اعمال روزانه و برنامه‌های ثابت زندگی، اوقاتی را برای تفریح و تفریح اختصاص می‌دهد و در آن ساعات به ورزش‌ها، دیدار از دوستان، استفاده از رسانه‌ها و سایر فعالیت‌های تفریحی می‌پردازد. (فیروزی و دیگران، ۱۳۸۵: ۵) گئورگ زیمل، در کتاب «فلسفه‌ی پول»، سبک زندگی را مجموعه‌ای از سلیق فرد در زندگی می‌داند. در اینجا، سلیقه به معنای گزینش رضایت‌بخش است و مجموعه یعنی عناصر به هم مرتبطی است که معنایی را بازنمایی می‌کنند. وقتی کسی همواره در مورد مسائل مادی سخن می‌گوید، جلوه‌های مادی زندگی خود را پُرزرق و برق می‌کند، نشست و برخاست خود را به افراد ثروتمند محدود می‌کند، اخبار مربوط به اجناس گران‌بها را دنبال می‌کند و زندگی خود را با چنین اموری سامان می‌دهد، می‌گویم سبک زندگی او اشرافی است. در همین مثال، آشکارا می‌توان دید که برای هر کسی، انتخاب هر سبکی ممکن نیست. هر سبک زندگی، پیش‌زمینه‌هایی می‌طلبد. اگر کسی پول کافی نداشته باشد، چگونه ممکن است اشرافی زندگی کند؟ به همین ترتیب، هر سبک زندگی پیامدهایی دارد. کسی که اشرافی زندگی می‌کند، کمتر می‌تواند باخبر از حال حاشیه‌ها و فقرا باشد. در ضمن، درک فرد نیز دستخوش سبک زندگی اوست. فرهیختگان دانشگاهی چگونه مردم کم‌سواد و گزینش‌های عامیانه‌ی آنان را درک می‌کنند؟ سبک زندگی، پیش‌فرض‌های هستی‌شناختی ما را می‌سازد و گاهی دگرگون می‌کند. همه چیز را با پول مبادله کردن، این پیش‌فرض را برای ما ساخته است که پول همه چیز است. سرایت، ویژگی منطقی پنهان در سبک زندگی است. همان منطقی که ارتباط اجزای مجموعه را مشخص می‌کند یا به زبان زیمل، سلیقه‌های فرد در امور مختلف را به هم پیوند می‌زند. گاهی با پول می‌شود آبرو و شرافت خرید، فقط گاهی. اما آن قدر هر روز با پول چیزهای مختلف می‌خریم و به این منطقی که «اگر پول داری، می‌توانی بخری» عادت می‌کنیم که قید «گاهی» برای ما به «همیشه» تبدیل می‌شود. (فیروزی و دیگران، ۱۳۸۵: ۵)

نظریه‌های سبک زندگی ماکس وبر: شاید بتوان ماکس وبر را اولین جامعه‌شناسی دانست که به تبیین مفهوم سبک زندگی پرداخته است وی از مفهوم و اصطلاح سبک زندگی برای نشان دادن سلسله مراتب و قشر بندی اجتماعی استفاده کرده است. وبر قشر بندی اجتماعی را حاصل از سه قسمت طبقه، گروه منزلت و حزب می‌داند و مفهوم سبک زندگی حاصل بسط تأملات وبر درباره گروه‌های منزلت است. (آرین، ۱۳۹۲: ۲) یک گروه منزلتی گروهی است که به واسطه سبک زندگی معین، ادراکات قرار دادی و خاصش از احترام و فرصت‌های اقتصادی که به صورت قانونی به انحصار خود در آورده جامعه پذیر شده‌اند. وی دلیل اصلی برای اتخاذ نوعی خاص از سبک زندگی را به نیاز گروهی از جامعه برای تأیید اعتبار موجودیت خویشتن برای خود و دیگران می‌داند و به شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و... به عنوان عناصر سبک زندگی اشاره می‌کند. (آرین، ۱۳۹۲: ۲) وبر خصیصه اصلی سبک زندگی را انتخابی بودن می‌داند و به وجود محدودیت‌های اقتصادی و اجتماعی تأکید می‌کند؛ محدودیت‌هایی همچون عوامل ذهنی، سنتی-هنجاری، حقوقی و مذهبی که در محدود کردن سبک‌های زندگی نقش دارند. ماکس وبر، در بحث قشر بندی اجتماعی از طریق مفهوم "منزلت" به موضوع سبک زندگی اشاره کرده است. ماکس وبر در کارهایش درباره‌ی قشر بندی، اهمیت عامل طبقه را که مارکس بر آن تأکید داشت پذیرفته بود. اما به نظر او مفهوم قشر بندی اجتماعی را باید بسط داد تا قشر بندی بر مبنای منزلت، حیثیت و قدرت را نیز در بر گیرد. (ریترز، ۲۰۱۰: ۳۳) مطابق نظر وی، قشر بندی انسان‌ها در گروه‌های منزلتی، بیشتر بر الگوهای مصرف آنها مبتنی است تا جایگاه آن‌ها در بازار یا فراگرد تولید. بنابراین به گونه‌ای موضوع سبک زندگی را از طریق مفهوم منزلت و تأکید بر الگوهای مصرف مورد اشاره قرار داده است،

(فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۱) وبر واژه سبک زندگی را جهت اشاره به شیوه های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش هایی که مشخص کننده گروه های منزلتی متفاوت بودند، به کار گرفت و (تامین، ۱۳۸۵: ۴۳).

نظریه های سبک زندگی تورستین وبلن: اگر چه مفهوم سبک زندگی به وضوح در آثار وبلن، مشاهده نمی شود اما برخی از جنبه های بیانگرانه ی این مفهوم در ارتباط با نگاه نقادانه اش در نظریه ی طبقه تن آسا^۱ قابل درک است. وبلن در این اثر پس از آنکه "رفاه" و "مالکیت" را به عنوان عناصر ساختار اجتماعی - یا واقعیت های متداول زمان - مورد بحث قرار می دهد، فرآیندی را توضیح می دهد که تحت تأثیر فرهنگ یغماگری در دوره های مختلف تاریخی به شکل گیری و ظهور طبقه تن آسا در جامعه ی آمریکای نیمه ی دوم سده ی نوزدهم منجر شده است. طبقه ای که با ویژگی های مهمی مانند "تظاهر به تن آسایی" و "مصرف تظاهری" شناخت می شود. در این چشم انداز، "تظاهر" به مثابه ی نیروی محرکه ای به نظر می رسد که پتانسیل ثروت و قدرت را در ارتباط با سبک زندگی این طبقه به جریان می اندازد، برای به دست آوردن و حفظ اعتبار، فقط داشتن ثروت یا قدرت کافی نیست، ثروت یا قدرت باید "نشان داده شود"، زیرا اعتبار، فقط با آشکار کردن آنها به دست می آید. وبلن، متناسب با تکامل اقتصادی و تغییرات اجتماعی، مفاهیم کیلیدی "تن آسایی نیابتی" و "مصرف نیابتی" را برای توضیح روند شکل گیری یک طبقه ی تن آسای حاشیه ای یا بدلی به کار می گرد، آسایش نیابتی که به وسیله ی خانم خانه و خدمتکاران ایجاد می شود، گاهی اوقات به صورت کارهای پرزحمت در می آید، به ویژه هنگامی که رقابت سختی برای کسب اعتبار در میان باشد. در زندگی نوین هم این وضعیت، بسیار صادق است. از نظر وبلن، سیر تحول تن آسایی و مصرف تظاهری در جامعه ی کنونی که مرز جدایی طبقات اجتماعی در آن مبهم و متغیر به نظر می رسد نیز امتداد می یابد. در هر جامعه ای که از صنعت سازمان یافته ی بیشتری برخوردار است، توانایی مالی در نهایت، مهمترین زمینه ای است که پایه های شهرت و اعتبار بر آن استوار است و وسیله ای که می توان با آن، توانایی مالی را به نمایش گذاشت و شهرت و احترام به دست آورد، تن آسایی و مصرف تظاهری کالا است. در لایه های پایین تر ساختار اجتماعی هم تا جایی که ممکن است این دو روش رایج باقی می ماند اما این سیر تحولی به فایده هر دو رفتار از نظر کسب اعتبار نیز ناظر است: بنابراین در مراحل اولیه ی تکامل اجتماعی، تأثیر این دو روش یکسان بوده است، اما هنگامی که تفاوت گذاری بیشتر شده - که این مستلزم محیط اجتماعی گسترده تر است - مصرف، به عنوان وسیله متداول تجمل و آراستگی بر "تن آسایی" پیشی می گیرد. (وبلن، ۱۳۸۶: ۸۲) وبلن کتاب معروف خویش - نظریه طبقه مرفه یا تن آسا - را در ۱۸۹۹ برای تبیین همین مطلب نوشت که مصرف این طبقه نه از سر نیاز بلکه برای کسب اعتبار اجتماعی و در راستای جلب توجه صورت می گیرد. حتی در برخی موارد، آسایش و رفاه و تلذذ ایشان اقتضای مصرفی دیگرگون دارد اما انگیزه تمایزجویی و برتری طلبی، الگوی مصرف خاصی را پیش رویشان می گذارد. این نمایش پرتظاهر از مصرف، کارکرد زمینه سازی برای ستایش اجتماعی موقعیت و جایگاه آنان را دارد و حتی در نظر او دلیل اصلی خرید و مصرف انواع خاص اتومبیل و تزیینات منزل و لباس و غذا و ...، نمایش شیوه خاصی از سبک زندگی مشترک است. وبلن (۱۳۸۶) انگیزش های اجتماعی برای رفتار رقابت آمیز و چشم و هم چشمی را پایه و اساس تبیین پدیده مصرف مدرن قرار می دهد و با طرح مفهوم طبقه تن آسا، مفهوم تمایز طبقاتی که در مصرف تجلی پیدا کرده است را مطرح می کند و قدرت مالی و ثروت را مبنای افتخار، منزلت و جایگاه اجتماعی می داند. البته وی نقش ذخیره کردن ثروت در کسب افتخار را ضعیف تر از نمایش دادن آن می داند و معتقد است که برای به دست آوردن و حفظ اعتبار، فقط داشتن ثروت یا قدرت کافی نیست بلکه ثروت و قدرت باید نشان داده شود، زیرا اعتبار فقط با آشکار کردن آن ها به دست می آید. به نظر او افراد ثروتمند در جوامع کوچک از طریق فراغت خود نمایانه و در جوامع بزرگ و شهری از طریق مصرف خود نمایانه و نمایشی، ثروت خود را به نمایش می گذارند. وی به اصل و قانون ضایع کردن تظاهری در جریان مصرف نمایشی اشاره می کند که منظور مسابقه و رقابت بر سر هر چه بیشتر پول خرج کردن است. وی پدیده مد را مختص به طبقه بالایی می داند که می خواهند

نشان دهند که برای کسب درآمد مجبور به کار کردن نیستند. او یکی از بهترین زمینه‌های مصرف‌نمایشی و ضایع کردن تظاهری را مصرف لباس می‌داند. (مجدی و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۳۴)

نظریه‌های سبک زندگی آنتونی گیدنز: گیدنز از جمله‌ی نظریه پردازان معاصر در حوزه جامعه‌شناسی است. وی در خصوص ساختار طبقاتی در جوامع مدرن به شیوه‌ی جدیدی به طرح موضوع سبک زندگی می‌پردازد. مطابق نظر گیدنز در تجدّد و تشخیص، هر چه وضع و حال جامعه و محیطی که فرد در آن به سر می‌برد بیشتر به دنیای مابعد سنتی تعلق داشته باشد، شیوه‌ی زندگی او نیز بیشتر با هسته واقعی هویت شخصی‌اش، و با ساخت و نیز تجدّد ساخت آن سروکار خواهد داشت. از نظر وی، سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آنها را به کار می‌گیرد، چون نه فقط نیازهای جاری او را بر می‌آورد بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازد. (گیدنز، ۱۳۸۸: ۱۲۰) به زعم او سبک‌های زندگی، کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند. جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های کنش و محیط دلخواه برای ملاقات کردن دیگران، جلوه می‌کنند. اما وی یادآور می‌شود که چنین رفتارهایی، بازتاب‌کننده هویت‌های شخصی، گروهی و اجتماعی‌اند. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۹) به بیان گیدنز، بازاندیشی یکی از مؤلفه‌های دنیای مدرن است. بدین معنا که دنیای مدرن، یافته‌های حاصل از نظام‌های انتزاعی را مرتباً در سازماندهی مجدد خود به کار می‌برد. بازاندیشی عصر مدرن، پویایی و حرکت بی‌سابقه‌ای به آن داده به نحوی که در هیچ یک از فرهنگ‌های ماقبل مدرن وجود نداشته است. یکی از پیامدهای بازاندیشی در خویشتن، پیدایش سبک زندگی است. دنیای مدرن، سبک‌های بسیار متنوع و متفاوتی را پیش روی هر فرد می‌گذارد و او ناگزیر می‌شود تا از میان آنها برای عمل خود به گزینش پردازد. حتی اگر کسی بخواهد مطابق با فرهنگ سنتی زندگی کند، ناخواسته دست به گزینش خاص می‌زند. اما نکته مورد نظر این است که هر فرد برای انتخاب سبک زندگی خود کاملاً آزاد نیست و اسیر قیدوبندهایی خواهد بود. (گیدنز، ۱۳۸۸: ۲۲) سبک زندگی را باید از هویت فردی متمایز کرد. گیدنز استدلال می‌کند هویت فردی، شکل خاصی می‌گیرد و آن شکل، سبک زندگی شخص است، اگرچه این استدلال که سبک زندگی، بیان مادی هویت فرد است، به نظر معقول می‌رسد، باید خاطر نشان کرد سبک زندگی، تأثیری دوسویه بر هویت فرد دارد. تعقیب کردن یک جهت‌گیری خاص در زندگی فردی ممکن است یا به طور جزئی و یا به طور چشمگیر به تغییراتی در هویت شخصی فرد، منجر شود و مردم با هویت فردی مشابه، ممکن است سبک‌های زندگی کاملاً متفاوتی را دنبال کنند. این امر به دلیل این واقعیت است که سبک زندگی، بیانگر انتخاب، ولو با محدودیت‌ها است. این انتخابها و محدودیت‌ها را می‌توان به خوبی در چارچوب نظری "ساخت یابی" گیدنز بررسی نمود. نظریه‌ای که رابطه‌ی دیالکتیکی میان عاملیت و ساختار در آن توضیح داده می‌شود. در همین رابطه، گیدنز، تحلیلش را از عملکردهای انسانی آغاز می‌کند ولی بر این پافشاری می‌کند که این عملکردها را باید به گونه‌ای بازگشتی در نظر آورد. به این معنا که "فعالیت‌های انسانی را کنشگران اجتماعی به وجود نمی‌آورند بلکه این فعالیت‌ها از طریق همان راه‌هایی که انسان‌ها خودشان را به عنوان کنشگر مطرح می‌سازند، پیوسته بازایجاد می‌شود. عوامل انسانی از طریق فعالیت‌هایشان، شرایطی را به وجود می‌آورند که این فعالیت‌ها را امکان‌پذیر می‌سازد. (ریترز، ۲۰۱۰: ۶۶۰) گیدنز معتقد است اگرچه قدرت انتخاب، شاکله سبک زندگی است، اما "اغلب این قدرت انتخابی به وسیله عواملی محدود می‌شود که از محدوده انتخاب فرد بیرون است"، در جوامع نو، انتخاب‌های سبک زندگی، هم تشکیل‌دهنده زندگی روزانه هستند و هم تطبیق یافته با نظام‌های انتزاعی. وی بیشتر به سبک زندگی با آنچه خود "سیاست زندگی" می‌خواند اعتقاد دارد: سیاستی که از کشمکش‌ها درباره‌ی پاسخ سؤالی کلیدی حاصل می‌شود. (کاوایانی، ۱۳۹۱: ۴۵) عاملیت، مطابق نظر گیدنز، صرفاً به معنای نیات و مقاصدی نیست که افراد در انجام دادن کارها دارند، بلکه در درجه‌ی اول به معنای توانایی آنها برای انجام دادن این اعمال است، "عاملیت"، به رویدادهایی مربوط می‌شود که فرد، مسبب

آنهاست، به این معنا که فردی می‌توانست در هر مرحله از جریان کردار، به گونه‌ای دیگر عمل کند. (گیدنز، ۱۹۹۳ به نقل از ریتزر، ۲۰۱۰: ۴۷۸) وی که با تأکیدش بر عاملیت، به عوامل انسانی، قدرت بزرگی می‌بخشد، بی‌گمان تشخیص می‌دهد که الزام‌هایی بر کنشگران تحمیل می‌شود اما این به آن معنا نیست که کنشگران گزینش نمی‌کنند و تأثیری از خود باقی نمی‌گذارند. به طور کلی ملاحظه می‌شود گیدنز یکی از نشانه‌ها یا مؤلفه‌های دنیای مدرن را بازاندیشی می‌داند که موجب تحرک و پویایی جهان می‌گردد. همان‌طور که وی اشاره می‌کند سبک زندگی، حاصل بازاندیشی "سازماندهی مجدد نظام‌ها" است که به فرد قدرت گزینش «گیدنز» معنایی را در این روند باز می‌کند: در دنیای متجدد کنونی، همه‌ی ما هم از شیوه‌های معینی در زندگی پیروی می‌کنیم، هم ناچار به این پیروی هستیم، زیرا علاوه بر برآورده کردن نیازهای جاری مان، هویتی را که برگزیدیم نیز مشخص می‌شود و در پی آن دیگران رفتارهای خاصی را در کنش‌هایشان بر طبق این هویت آشکار شده، بروز می‌دهند. بدین ترتیب شیوه‌های زندگی به صورت عملکردهای روزمره در می‌آیند، عملکردهایی که در نوع "پوشش، خوراک، روش کار و محیط‌های مطلوب برای ملاقات با دیگران" جلوه می‌کند. «درباره‌ی انتخابی بودن و کثرت سبک زندگی، «گیدنز» این‌گونه استدلال می‌کند که: نباید تصور کرد، افراد قادرند به انتخاب همه‌ی الگوهای موجود بپردازند. زیرا تعدد الگوهای کلی شیوه‌ی زندگی کمتر از تعدد انتخاب‌های موجود در تصمیم‌گیری‌های راهبردی (استراتژیک) روزمره است.

نظریه‌های اسلامی سبک زندگی

بر اساس رویکرد دین‌شناسانه می‌توان سبک زندگی را به این صورت تعریف کرد: «مجموعه‌ای از رفتارهای سازمان‌یافته که متأثر از باورها و ارزش‌ها و نگرش‌های پذیرفته شده، و همچنین متناسب با امیال و خواسته‌های فردی و وضعیت محیطی، و جهت غالب رفتاری یک فرد یا گروهی از افراد شده‌اند.» دقت و تأمل در مؤلفه‌های گوناگون این تعریف، ابعاد مهمی از سبک زندگی را برای ما نشان می‌دهد و وجه تمایز این تعریف با تعاریف جامعه‌شناسانه و روان‌شناسانه و همچنین ارتباط آن را با اموری همچون دین، باورها، اخلاق، نگرش‌ها و امثال آن را روشن می‌کند. علاوه بر این، نقش نمادین و نمایشی بودن «سبک زندگی» را نیز در مقایسه با مطلق «رفتار» نشان خواهد داد. در اینجا به اهم الزامات و لوازم این تعریف اشاره می‌کنیم. (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۲)

۱. سبک زندگی محصول و معلول باورها و ارزش‌هاست. نوع نگاه انسان به جهان، خدا، انسان و حیات پس از مرگ و نوع ارزش‌های پذیرفته شده او، تأثیری مستقیم بر انتخاب‌ها و گزینش‌های او دارند. به همین دلیل، در نخستین نگاه و به‌روشنی می‌توان دو نوع کلی سبک زندگی را از یکدیگر متمایز ساخت: سبک‌های زندگی مؤمنانه و سبک‌های زندگی غیرمؤمنانه. (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۲)

۲. عوامل درونی از جمله امیال، غرایز و خواسته‌های فردی و محیط بیرونی از جمله وضعیت جغرافیایی و فضای اجتماعی در سبک زندگی تأثیر دارند. سبک زندگی جایی است که سلايق، غرایز و خواسته‌های فردی می‌توانند نقش آفرینی باشند. همان‌گونه که وضعیت جغرافیایی، فضای اجتماعی و محیطی خواه ناخواه سایه خود را بر انتخاب‌ها و گزینش‌های انسان می‌افکنند. بر این اساس، باید توجه داشت آن‌گاه که سخن از تأثیرپذیری سبک زندگی از باورها و ارزش‌های دینی به میان می‌آید، نباید چنین پنداشت که امیال و خواسته‌های فردی در این نوع سبک زندگی هیچ جایگاهی ندارند و یا نباید داشته باشند. اصولاً دین الهی و اصیل نمی‌خواهد غرایز و امیال فردی را سرکوب کرده و نابود سازد، بلکه می‌خواهد آنها را جهت‌دهی کرده و در مسیر درست و سعادت‌بخش هدایت نماید. همان‌طور که هرگز نباید تأثیر محیط اجتماعی، وضعیت جغرافیایی و آب و هوایی را در گزینش انواع خاصی از سبک زندگی نادیده گرفت. تأثیر جامعه و محیط بر گزینش‌ها و انتخاب‌های افراد تا آنجاست که حتی بعضی از جامعه‌شناسان و عالمان علوم تربیتی را به این توهم انداخته است که از جبر اجتماعی (دورکیم، ۱۳۶۰: ۱۱۵) و جبر محیطی و تربیتی سخن به میان آورند. (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۲)

۳. سبک زندگی ناظر به رفتارها و نمودهای ظاهری و بیرونی هویت انسانی است؛ به این معنا که خود باورها و ارزش‌ها و نگرش‌های افراد را جزء سبک زندگی نمی‌دانیم، بلکه آنها بنیان‌های شکل‌دهی به نوع خاصی از سبک زندگی هستند. به عبارت دیگر، باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و گرایش‌ها همگی در شکل‌دهی به هویت انسانی نقش‌آفرین هستند. سبک زندگی به آن بخش از هویت انسانی اطلاق می‌شود که جنبه «بیانگرانه» دارد. جنبه‌های نادیدنی هویت انسانی را در قالب رفتارها، انتخاب‌ها و اشیاء برای دیگران دیدنی می‌کند. بر این اساس، این نظریه را درست نمی‌دانیم که سبک زندگی را افزون بر رفتارهای بیرونی، شامل ادراک‌ها، باورها، گرایش‌ها، ارزش‌ها، تمایلات، ترجیحات و همه امور ذهنی و درونی نیز می‌داند (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۷۳-۷۴).

۴. گستره سبک زندگی، به وسعت همه رفتارهای نهادینه‌شده فردی و اجتماعی انسان است. از آرایش مو و آراستگی ظاهری گرفته تا انتخاب رنگ لباس و مدل کفش و چیدمان اسباب و اثاثیه منزل، تا نوع موسیقی و علاقه‌های هنری، شغلی و نحوه گذران اوقات فراغت و معماری و شهرسازی و امثال آن؛ (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۳)

۵. رفتارهای موقتی یا موردی یک فرد یا گروه را نمی‌توان سبک زندگی آنان تلقی کرد. به عنوان مثال، اگر کسی یک بار کراوات بزند، هرچند بر اساس آموزه‌های اسلامی ممکن است کار درستی نکرده باشد، اما نمی‌توان گفت این نوع پوشش، سبک زندگی او شده است، بلکه رفتارهایی را می‌توان به عنوان سبک زندگی در نظر گرفت که وجهه غالب رفتاری یک فرد یا گروهی از افراد شده باشند، به گونه‌ای که همچون ملکات نفسانی در اخلاق، تقریباً بدون ترویج و تأمل از فرد یا جامعه‌ای خاص صادر شوند. (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۳)

۶. سبک زندگی به تدریج حاصل می‌شود و به تدریج هم زایل می‌شود. نهادینه شدن یک رفتار یا عملکرد زمان‌بر است، صبوری و بردباری ویژه‌ای می‌طلبد. به عنوان مثال، پیدایش سبک معماری اسلامی بلافاصله پس از بیان تعالیم اسلام در مورد اهمیت مسجد، نماز جماعت، تکریم مهمان، همسایه‌داری، اخلاق اجتماعی و شهروندی نبود، بلکه این تعالیم و آموزه‌ها به تدریج سبک خاصی از معماری را در جهان اسلام پدید آوردند و یا زایل شدن سبک زندگی برده‌داری، امری زمان‌بر بود. نگاهی اجمالی به تعالیم اسلامی و معارف قرآنی این حقیقت را نشان می‌دهد که هیچ‌یک از اولیای الهی، برده‌داری را امری پسندیده نمی‌دانستند، بلکه در تلاش بودند تا این شیوه رفتاری و این نوع نظام اجتماعی را تغییر دهند. اما تغییر سریع آن نه امکان‌پذیر بود و نه مطلوب؛ زیرا تغییر سریع آن در صورت امکان، موجب فروپاشی نظام اجتماعی و اقتصادی جامعه آن روزگار می‌شد؛ زیرا همه نظام اقتصادی، تجاری، معیشتی و معاشرتی آن روزگار بر این اساس آن شکل گرفته بود. تغییر چنین وضعیت نامطلوبی، که در همه ابعاد زندگی فردی و اجتماعی مردمان آن روزگار رخنه کرده بود، کاری سترگ اما زمان‌بر بود. (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۳)

۷. سبک زندگی همچون ملکات نفسانی است: اقناعی و خودجوش و بی‌تکلف انجام می‌گیرد، تحمیلی و اجباری نیست. به همین دلیل، در هرگونه تلاشی برای تغییر سبک‌های نامطلوب زندگی باید توجه داشت که هرگز نباید از قوه قهریه استفاده کرد و هرگز نباید تصور کرد که سبک‌های مطلوب زندگی را می‌توان به صرف قانون‌گذاری و ابلاغ آیین‌نامه و امثال آن محقق ساخت. (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۴)

۸. بر اساس تعریف و تلقی ما از سبک زندگی، نه می‌توان آن را امری کاملاً فردی دانست و نه امری کاملاً اجتماعی، بلکه هم ابعاد فردی و سلیق و امیال و خواسته‌های فردی در آن لحاظ می‌شود و هم تأثیرات اجتماعی و محیطی و علایق جمعی در شکل‌گیری آن نقش ایفا می‌کند. برخی افراد، همچون آلفرد آدلر، گمان کرده‌اند سبک زندگی امری کاملاً فردی است. به

همین دلیل، معتقدند به تعداد انسان‌ها سبک‌های زندگی متفاوتی وجود دارد (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۱۲۲-۱۲۶)، این نظر درست نیست. ایشان تأثیرات محیط و جامعه را بر شکل‌دهی به علایق و امیال فردی نادیده گرفته‌اند. (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۴)

۹. سبک زندگی جنبه نمادین و نمایشی دارد. در سبک زندگی، محتوا از اولویت برخوردار نیست، سبک زندگی بیانگر، نماد و نمایشگر محتواسست. سبک زندگی، نماد باورها و ارزش‌های پذیرفته‌شده فرد است. نماد ابعاد ناآشکار و پنهان هویت فردی، اجتماعی و دینی اوست. به همین دلیل، ما برای سبک زندگی به خودی خود اصالتی قائل نیستیم، بلکه آن را یک معیار، شاخصه و نماد برای هویت دینی و اعتقادی و ارزشی فرد و جامعه می‌دانیم. با مطالعه نوع معماری، پوشش، اوقات فراغت، شادی، روابط خانوادگی و اجتماعی، موسیقی، ارتباطات شهروندی، دکوراسیون خانه، و امثال آن، می‌توان نوع و کیفیت باورها و ارزش‌های افراد را به دست آورد. به تعبیر زیبایی‌شناسانه مجلسی در بحارالانوار، «ظاهر عنوان و نمایشگر باطن است» (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۴)

دین و سبک زندگی

فرهنگ حاکم بر جامعه و شاخص‌های آن، بنیان‌الگوهای موجود در یک سبک زندگی خاص را تشکیل می‌دهد، ولی روشن است که خود فرهنگ نیز از عوامل متعددی سرچشمه می‌گیرد که مهم‌ترین عامل آن، دین و آموزه‌های وحیانی است. دین در مقام نوعی هدایت الهی که در چارچوب ارسال پیامبرانی برای جامعه‌ی انسانی صورت می‌گیرد، دگرگونی ژرف و گسترده‌ای در اندیشه و روح انسان‌ها پدید می‌آورد. در پرتو این دگرگونی که نظام شناخت‌ها و باورها، ارزش‌ها، گرایش‌ها، رفتارها و کردارهای انسان را در بر می‌گیرد، استعدادهای درونی و فطری بشر شکوفا و هدایت می‌شود و در مسیری خاص به تکامل می‌رسد. در این باره می‌توان گفت هر چه دین، جهان‌شمول‌تر باشد یا گرایش‌های جهانی بیشتری داشته باشد و بتواند معیارهای خود را بر شمار بیشتری از افراد دارای فرهنگ‌های گوناگون تطبیق دهد، فرهنگ سازتر خواهد بود. (فاضل قانع، ۱۳۹۲: ۳۳) از آنجا که جامعیت دین اسلام، بعدها اعتقادی، اخلاقی و عملی زندگی انسان را به یکدیگر پیوند می‌زند و ایمان و عمل را در کنار یکدیگر می‌طلبد، آموزه‌های این آیین به گونه‌ای ارائه شده است که همواره به جلوه‌های بیرونی و عینی اعتقاد و ایمان قلبی، توجه و چگونگی آن را تبیین می‌کند. قرآن کریم، این مهم‌ترین منبع آموزه‌های اسلامی، سرشار از الگوهایی است که شیوه زیست مؤمنانه و مورد نظر اسلام را معرفی می‌کند. در پرتو آیات نورانی قرآن، شیوه زیستن پیامبر گرامی اسلام که در قالب رفتار آن حضرت در تاریخ ثبت گردیده، اسوه و نمونه‌عالی زندگی است که به تمام مسلمانان معرفی شده است. همچنین سخنان و حکایت‌های فراوانی از اهل بیت (علیهم السلام) در اختیار جامعه مسلمانان قرار دارد که با الهام از آموزه‌های نورانی قرآن کریم، نمونه‌های عینی‌تر و ملموس‌تری از شیوه‌ها و الگوهای زندگی مبتنی بر آموزه‌های دینی را بیان می‌کند. از این رو، اندیشمندان مسلمان در طول سده‌های گذشته و با اثرپذیری ژرف از این گنجینه‌های ارزشمند، آثاری نگاشته‌اند و در آن، دیدگاه‌های استنباطی و اجتهادی خود را درباره‌ی الگوهای زندگی متناسب با آموزه‌های اسلامی بیان کرده‌اند. بدین ترتیب، می‌توانیم میراث گران قدری را که درباره معرفی سبک زندگی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی در اختیار داریم، در قالب چهار گروه اصلی، شامل قرآن کریم، سیره پیامبر گرامی اسلام (ص)، جوامع روایی و حدیثی و دستاوردهای علمی و فکری اندیشمندان مسلمان دسته‌بندی کنیم. (فاضل قانع، ۱۳۹۲: ۳۹-۳۸). در زمینه سبک زندگی اسلامی؛ محمد کاویانی (۱۳۹۰) بیان می‌دارد که سبک زندگی اسلامی دارای مؤلفه‌های زیر باشد:

۱. مؤلفه اجتماعی به وظایفی اشاره دارد که فرد در ارتباط با دیگران، فراتر از خود و خانواده هسته‌ای خود انجام می‌دهد. ۲. مؤلفه عبادی به وظایفی اشاره دارد که رابطه بین فرد و خداوند را به عنوان عبد و مولا نشان می‌دهد و اعم است از عبادات مشخص، مثل نماز، روزه، تلاوت قرآن، ذکرهای مستحبی، حج و ... و رفتارهایی که رسماً نام عبادت ندارند، اما فرد به نیت اطاعت از خداوند آن را انجام می‌دهد. ۳. مؤلفه باورها به مفاهیم هستی‌شناختی، انسان‌شناختی، خداشناختی، و ... اشاره دارد که در فرد درونی شده و

در لایه‌های زیرین عاطفی و شناختی او حضور دارند و به صورت خود آگاه یا ناخود آگاه، نقش تعیین کننده‌ای در رفتارها دارند. ۴. مؤلفه اخلاق به صفات و رفتارهای درونی شده‌ای از فرد گفته می‌شود که وظیفه رسمی و قانونی او شمرده نمی‌شود، و با ترک یا انجام آن کسی او را مؤاخذه یا تشویق نمی‌کند. در اینجا به بعد فردی و اجتماعی اخلاق نظر می‌شود (بعد الهی آن در شاخص باورها ملاحظه شده است). ۵. مؤلفه مالی به رفتارهایی از فرد اشاره دارد که مستقیم یا غیر مستقیم، به امور اقتصادی و مادی زندگی مربوط می‌شود. اموری، مثل شغل، املاک، کیفیت دخل و خرج و... را شامل است. ۶. مؤلفه خانواده به رفتارها و روابط فرد از این حیث که عضوی از یک خانواده هسته‌ای است، اشاره دارد؛ یعنی زن، شوهر و فرزندان. خانواده بزرگ، در شاخص اجتماعی ملاحظه شده است. ۷. مؤلفه سلامت به اموری نظر دارد که در سلامت جسمانی و روانی فرد ایفای نقش می‌کنند و تغذیه، بهداشت، فعالیت بدنی، تفریح، بازی، لذت‌های زندگی، سیاحت و زیارت، خواب و استراحت، دید و بازدید، ظاهر زشت یا زیبای فرد و... را شامل می‌شود. ۸. مؤلفه تفکر و علم به وظایف شناختی فرد اشاره دارد، اعم از شناخت‌های موجود در فرد، تلاش برای افزایش شناخت‌های خود، جایگاهی که فرد برای علم و تفکر قائل است. ۹. مؤلفه دفاعی-امنیتی به وظایفی اشاره دارد که به صورت فردی یا اجتماعی با امنیت افراد و جامعه مربوط می‌شود، مثل حفظ مرزها، انتظامات داخلی شهرها و روستاها، شناسایی و مجازات مجرمان در دعوای خصوصی افراد و... ۱۰. مؤلفه زمان‌شناسی به وظایف فرد در خصوص با استفاده بهینه از زمان مربوط می‌شود.

روش تحقیق

در پژوهش حاضر، روش تحقیق پیمایش و ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. جامعه آماری پژوهش را تمامی جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر کرمان تشکیل می‌دهند که از بین آن‌ها بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۶۵۰ نفر تعیین گردید، شیوه نمونه‌گیری، خوشه‌ای چندمرحله‌ای می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روشهای آمار توصیفی و استنباطی در نرم افزار آماری SPSS استفاده گردید، سبک زندگی ایرانی-اسلامی متغیر ملاک و عوامل اجتماعی و عوامل فرهنگی مؤثر بر آن، متغیرهای پیش بین می‌باشند. با توجه به متغیرهای این پژوهش و بررسی نظریه‌های مختلف در خصوص سبک زندگی می‌توان گفت، مناسب‌ترین نظریه‌ها برای تبیین متغیرهای این تحقیق، نظریه‌های سبک زندگی پیر بوردیو و ماکس وبر می‌باشند که فرضیه‌های زیر بر اساس آن‌ها تدوین شد:

- فرضیه شماره ۱: بین منزلت شغلی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۲: بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۳: بین سرمایه اجتماعی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۴: بین سرمایه اقتصادی افراد و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۵: بین میزان آشنایی با فرهنگ غرب و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.

نتایج پژوهش

فرضیه شماره ۱: بین منزلت شغلی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به مقدار معناداری (Sig) محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۳ می‌باشد و چون این عدد کوچکتر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر منزلت شغلی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰.۱۸ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر منزلت شغلی و گرایش به سبک زندگی ایرانی-اسلامی ارتباط وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه منزلت شغلی افراد بیشتر باشد میزان گرایش آنان به سبک زندگی ایرانی-اسلامی بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۱ ما تایید می‌شود.

جدول (۱): ضریب همبستگی بین منزلت شغلی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی

سبک زندگی ایرانی-اسلامی		
۰/۱۸	شدت رابطه	منزلت شغلی
۰/۰۰۳	سطح معناداری	
۶۵۰	تعداد	

فرضیه شماره ۲: بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به مقدار معناداری (Sig) محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۰ می باشد و چون این عدد کوچکتر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و سبک زندگی ایرانی - اسلامی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰.۲۵- است، لذا همبستگی منفی، با شدت متوسط و با جهت معکوس بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و گرایش به سبک زندگی ایرانی - اسلامی ارتباط وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه سرمایه فرهنگی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش آنان به سبک زندگی ایرانی - اسلامی کمتر می شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۲ ما تایید می شود.

جدول (۲): ضریب همبستگی بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی

سبک زندگی ایرانی-اسلامی		
-۰/۲۵	شدت رابطه	سرمایه فرهنگی
۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۶۵۰	تعداد	

فرضیه شماره ۳: بین سرمایه اجتماعی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به مقدار معناداری (Sig) محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۰ می باشد و چون این عدد کوچکتر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و سبک زندگی ایرانی - اسلامی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰.۳۶ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت متوسط و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و سبک زندگی ایرانی - اسلامی ارتباط وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه سرمایه اجتماعی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش آنان به سبک زندگی ایرانی - اسلامی بیشتر است. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۳ ما تایید می شود.

جدول (۳): ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی

سبک زندگی ایرانی-اسلامی		
۰/۳۶	شدت رابطه	سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۶۵۰	تعداد	

فرضیه شماره ۴: بین سرمایه اقتصادی افراد و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به مقدار معناداری (Sig) محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۱ می باشد و چون این عدد کوچکتر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر سرمایه اقتصادی و سبک زندگی ایرانی - اسلامی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰.۲۱ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت متوسط و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه اقتصادی و گرایش به سبک زندگی ایرانی - اسلامی ارتباط وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه سرمایه اقتصادی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش آنان به سبک زندگی ایرانی - اسلامی بیشتر است. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۴ ما تایید می شود.

جدول (۴): ضریب همبستگی بین سرمایه اقتصادی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی

سبک زندگی ایرانی-اسلامی		
۰/۲۱	شدت رابطه	سرمایه اقتصادی
۰/۰۰۱	سطح معناداری	
۶۵۰	تعداد	

فرضیه شماره ۵: بین میزان آشنایی با فرهنگ غرب و سبک زندگی ایرانی-اسلامی در بین جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به مقدار معناداری (Sig) محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰۰۰۰ می باشد و چون این عدد کوچکتر از ۰,۰۵ است، لذا بین دو متغیر میزان آشنایی با فرهنگ غرب و سبک زندگی ایرانی - اسلامی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰,۴۵- است، لذا همبستگی منفی، با شدت متوسط و با جهت معکوس بین دو متغیر میزان آشنایی با فرهنگ غرب و گرایش به سبک زندگی ایرانی - اسلامی ارتباط وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان آشنایی با فرهنگ غرب افراد بیشتر باشد میزان گرایش آنان به سبک زندگی ایرانی - اسلامی کمتر می شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۵ ما تایید می شود.

جدول (۵): ضریب همبستگی بین میزان آشنایی با فرهنگ غرب و سبک زندگی ایرانی-اسلامی

سبک زندگی ایرانی-اسلامی		
-۰/۴۵	شدت رابطه	میزان آشنایی با فرهنگ غرب
۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۶۵۰	تعداد	

آزمون رگرسیون: رگرسیون چند متغیره عوامل موثر بر سبک زندگی ایرانی اسلامی

تحلیل رگرسیون چندگانه، روش برای مطالعه سهم یک یا چند متغیر مستقل در پیش بینی متغیر وابسته است. متغیرهای مستقل را متغیرهای پیش بین و متغیر وابسته را متغیر ملاک نیز می گویند. (سرمد و دیگران، ۱۳۷۶: ۲۲۷) بر اساس اطلاعات ضریب همبستگی چندگانه R (۰,۷۱) نشان می دهد که بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (سبک زندگی ایرانی اسلامی) همبستگی نسبتاً قوی وجود دارد. مقدار ضریب تبیین واقعی (۰,۵۶) نشان می دهد که ۵۶ درصد از کل تغییرات میزان سبک زندگی ایرانی اسلامی در بین جوانان وابسته به متغیرهای مستقل ذکر شده در این مدل می باشد. به عبارت دیگر، مجموعه متغیرهای مستقل، بیش از نیمی از واریانس متغیر سبک زندگی ایرانی اسلامی را پیش بینی می کنند. با توجه به معناداری مقدار F (۱۴۸,۰۶۵۹) در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱، می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق - مرکب از ۵ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته (سبک زندگی ایرانی اسلامی) -، مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قادرند تغییرات سبک زندگی ایرانی اسلامی را تبیین کنند. تفسیر ضرایب رگرسیونی بر اساس ضریب اتای استاندارد شده صورت می گیرد. مقایسه متغیرها نشان می دهد که تاثیر هر ۵ متغیر مستقل بر سبک زندگی ایرانی اسلامی معنادار است زیرا سطح معناداری (Sig) آنها کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد. متغیرهای «آشنایی با فرهنگ غرب» با ضریب رگرسیونی ۰,۳۱ - و متغیر «سرمایه اجتماعی» با ضریب رگرسیونی ۰,۲۷ به ترتیب بالاترین تاثیر رگرسیونی را روی متغیر سبک زندگی ایرانی - اسلامی داشته اند. به عنوان مثال، در مورد متغیر «سرمایه اجتماعی»، نتیجه را می توان بدین شکل تفسیر نمود که به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر «سرمایه اجتماعی»، میزان سبک زندگی ایرانی اسلامی به میزان ۰,۲۷ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

جدول (۶): تحلیل رگرسیون چند متغیره «سبک زندگی ایرانی اسلامی»

ضریب همبستگی چند گانه R	ضریب تبیین	ضریب تبیین واقعی
۰/۷۱	۰/۵۵۹	۰/۵۶

جدول (۷): تحلیل واریانس چند متغیره " سبک زندگی ایرانی اسلامی "

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	میانگین مربعات	کمیت F	سطح معناداری F
اثر رگرسیونی	۶	۲۴۴۳,۰۲	۴۰۷,۱۷	۱۴۸,۰۶۵	۰,۰۰,۰
باقیمانده	۶۴۳	۱۷۰۲,۲۱	۲,۷۵		
کل	۶۴۹	۴۱۴۵,۲۳			

بر اساس نتایج بدست آمده، ضریب همبستگی چندگانه ($R = 0.71$) نشان می دهد که بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (سبک زندگی ایرانی اسلامی) همبستگی نسبتاً قوی وجود دارد. مقدار ضریب تبیین واقعی (۰,۵۶) نشان می دهد که ۵۶ درصد از کل تغییرات میزان سبک زندگی ایرانی اسلامی در بین جوانان وابسته به متغیرهای مستقل ذکر شده در این مدل می باشد. به عبارت دیگر، مجموعه متغیرهای مستقل، بیش از نیمی از واریانس متغیر سبک زندگی ایرانی اسلامی را پیش بینی می کنند.

همچنین با توجه به معناداری مقدار ($F = 148.0659$) در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱، می توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق - مرکب از ۵ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته (سبک زندگی ایرانی اسلامی)، مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قادرند تغییرات سبک زندگی ایرانی اسلامی را تبیین کنند.

مقایسه متغیرها نیز نشان می دهد که تأثیر هر ۵ متغیر مستقل بر سبک زندگی ایرانی اسلامی معنادار است زیرا سطح معناداری (sig) آنها کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد. متغیرهای « آشنایی با فرهنگ غرب » با ضریب رگرسیونی ۰,۳۱ - و متغیر « سرمایه اجتماعی » با ضریب رگرسیونی ۰,۲۷ به ترتیب بالاترین تأثیر رگرسیونی را روی متغیر سبک زندگی ایرانی - اسلامی داشته اند.

منابع

- آرین، حبیب الله، (۱۳۹۲)، سبک زندگی، سایت اینترنتی سبک زندگی.
- باکاک، روبرت، (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران: شیرازه.
- بورديو، پی، (۱۳۸۴)، شکل های سرمایه در سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان. تهران: نشر شیرازه.
- پورزراع، سعیده، (۱۳۹۱)، بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر نگرش جوانان به مصرف مشروبات الکلی در شهر بهبهان.
- تامین، ملوین، (۱۳۸۵)، جامعه شناسی قشر بندی و نابرابری های اجتماعی، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران: توتیا.
- خادمیان، طلیعه، (۱۳۸۷)، سبک زندگی و مصرف فرهنگی، جهان کتاب.
- دورکیم، امیل، (۱۳۶۰)، فلسفه و جامعه شناسی، ترجمه فرحناز خمسه ای، تهران: وزارت فرهنگ و آموزش عالی، مرکز ایرانی مطالعه فرهنگها.
- شریفی، احمدحسین، (۱۳۹۱)، سبک زندگی به عنوان شاخصی برای سطح ایمان، فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، سال سوم، شماره سوم.
- فاضلی، محمد، (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول.
- فاضل قانع، حمید، ۱۳۹۱، «نقش و جایگاه سبک زندگی در فرآیند شکل گیری تمدن نوین اسلامی». مجموعه مقالات پانزدهمین جشنواره بین المللی پژوهشی شیخ طوسی. قم: مرکز بین المللی ترجمه و نشر المصطفی. ۱۹۳-۱۷۳.
- فتحی، سروش و مهدی مختارپور (۱۳۹۳)، بررسی نقش و تاثیر رسانه های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران)، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران.

۱۲. فیروزی؛ محمدرضا، فردوسی نیک؛ شریف، سراج؛ سیدعلی، عدالتی نسب؛ (۱۳۸۵)، مقایسه سبک زندگی از نظر جامعه شناسان غربی و اندیشمندان اسلامی.
۱۳. کاویانی، محمد، (۱۳۹۰)، کمی سازی و سنجش سبک زندگی اسلامی، فصلنامه روانشناسی و دین، سال چهارم، شماره دوم.
۱۴. کجیاف؛ محمداقبر، سجادیان؛ پریناز، کاویانی؛ محمد، انوری؛ حسن، (۱۳۹۰)، رابطه سبک زندگی اسلامی با شادکامی در رضایت از زندگی دانشجویان شهر اصفهان، فصلنامه روانشناسی و دین، سال چهارم، شماره چهارم.
۱۵. گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۷)، تجدد و تشخص، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی .
۱۶. مجد؛ علی اکبر، صدرنوبی؛ رامپور، بهروان؛ حسین، هوشمند؛ محمد، (۱۳۸۸)، سبک زندگی جوانان ساکن شهر مشهد و رابطه آن با سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین.
۱۷. مهدوی کنی، محمدسعید، (۱۳۸۷)، مفهوم سبک زندگی و گستره ی آن در علوم اجتماعی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، بهار ۱۳۸۷، شماره اول.
۱۸. ویلن، تورستون، (۱۳۸۶)، نظریه طبقه تن آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد، چاپ دوم، تهران: نی.

19. Bell, David, and Joanne Hollows. (2006), *Historicizing Lifestyle: Mediating Taste, Consumption and Identity From 1990 to 1970s*, London: Ashgate.
20. Bourdieu, Pierre, (1984), *Distinction: A Social Critique of Judgment of Taste*, London: R.K.P.
21. Ritzer, George. (2010). *Sociological Theory*. 8th edition. New York: MacGraw Hill

Archive of SID