

**مطالعه تغییر سبک زندگی و اثرات و پیامدهای آن بر تولید و توسعه روستایی
(مطالعه موردی: روستاهای شهرستان اردبیل^۱)**

ارسطو یاری حصار^۲، وکیل حیدری^۳، ریحانه نارینی^۴

چکیده

امروزه مناسبات و تغییرات سبک زندگی به مقوله ای مهم بویژه در جوامع سنتی و نیز جوامع در حال گذار تبدیل شده است. نمود بارز این تحولات را شاید نه در شهرها که باید در نظام زیست روستاها جستجو کرد هدف این بررسی مطالعه و بررسی تغییرات شاخص های مرتبط با سبک زندگی و تاثیرات آن بر کیفیت زندگی و شیوه های تولید در روستاهای شهرستان اردبیل می باشد. این تحقیق از نوع پژوهش های علی همبستگی است و روش تجزیه و تحلیل در آن به شکل کمی و کیفی است. جامعه نمونه این تحقیق مشتمل بر ۱۶ روستا و ۳۲۰ خانوار است که روستاهای نمونه به روش خوشه ای و خانوارهای نمونه نیز به روش تصادفی سیستماتیک برای پرکردن پرسشنامه ها انتخاب شده اند. نتایج این تحقیق نشان می دهد که ارتباط مثبت قوی بین استفاده از رسانه ها و شبکه های اجتماعی با تغییر سبک زندگی در نواحی روستایی مورد مطالعه وجود دارد. همچنین میزان تغییرات اجتماعی و فرهنگی در زندگی روستاهای مورد مطالعه بسیار بیشتر از تغییرات به وجود آمده در بخش تولید است و با افزایش تغییرات در سبک زندگی کیفیت زندگی کاهش پیدا کرده است. در این راستا اقداماتی چون توسعه زیرساخت های دانش بویژه در بین کشاورزان و تولیدکنندگان، معرفی شیوه های جدید بازاریابی، تولید اطلاعات مرتبط با سبک زندگی روستایی در فضای مجازی و مانند آن می تواند مزایای تغییرات سبک زندگی را به سوی نقطه مطلوب هدایت نماید.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، کیفیت زندگی، شیوه تولید، اردبیل.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۹/۰۲

^۱ مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان "مطالعه تغییر سبک زندگی و اثرات و پیامدهای آن بر تولید و توسعه روستایی مطالعه موردی: روستاهای شهرستان اردبیل" می باشد.

^۲ استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول) (Email: arastoo252@yahoo.com)

^۳ دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (Email: vheidari56@gmail.com)

^۴ دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا روستایی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (Email: reyhanehnarini@gmail.com)

مقدمه

سبک زندگی در نگاهی کلی، به الگویی منحصر به فرد از ویژگی‌ها و عادت‌های رفتاری انسان در زندگی روزمره و موقعیت‌های اجتماعی اشاره دارد (ابراهیم آبادی، ۱۳۹۲، ۳) هر چند در سال‌های اخیر مفهوم سبک زندگی بیشتر توسط رویکردهای جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی و در حوزه‌ی الگوهای مصرف و کاربرد آن در میان گروه‌ها و طبقات گوناگون اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته است اما امروزه مطالعات سبک زندگی به حوزه‌ای بین‌رشته‌ای تبدیل شده و با نظرگاه‌های متفاوت مورد بررسی قرار می‌گیرد. به عنوان مثال سبک زندگی در حوزه سلامت (تغذیه، ورزش، کیفیت زندگی و...) و محیط‌زیست (آلودگی، استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی و...) از جمله حوزه‌هایی هستند که در این دهه مورد توجه قرار گرفتند (بندیکر، ۲۰۰۰: ۳). فارغ از خاستگاه روانشناختی، جامعه‌شناختی و یا میان‌رشته‌ای مفهوم سبک زندگی، این پدیده مقوله‌ای اساساً سیال، لغزنده، غیرقطعی و تا حدودی وابسته به زمینه‌های فرهنگی است که در اثر تحول در اندیشه و چرخش فرهنگی دنیای معاصر و اهمیت یافتن موضوعی به نام فرهنگ اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد. بسیاری از محققان ارزش‌ها را اصلی‌ترین منبع شکل‌گیری سبک زندگی دانسته و تأکید دارند که شناخت ساختار ارزش‌های فردی اصلی‌ترین وظیفه برای درک سبک زندگی افراد است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۷-۸۸). توجه به این نکته ضروریست که تحولات سبک زندگی الزاماً چالش‌زا و یا به عبارتی آسیب‌زا نیست؛ چه بسیار الگوها و رفتارها و روابط و ارزش‌ها که واجد ارزش بوده و ضروریست تا ترویج شده و مبنای زیست اجتماعی قرار بگیرند؛ آنچه که مهم است تشخیص ماهیت و سمت و سوی این تغییرات و مدیریت پیامدهای آن است. از نگاه جغرافیایی، سبک‌های مختلف زندگی فضاهای مختلف جغرافیایی خلق می‌کند و به همین نسبت تحول در سبک زندگی، بسترهای تحول در فضاهای زیستی را نیز فراهم می‌سازد؛ از این رو رابطه بین سبک‌های مختلف زندگی و سیمای اجتماعی و اقتصادی فضای جغرافیایی و مکان‌ها، رابطه‌ای متقابل و دو جانبه است. سابقه بررسی سبک‌های زندگی با رویکرد مکان‌محور به دهه ۱۹۶۰ باز می‌گردد. بعد از جنگ جهانی دوم، علاقه‌ی عده‌ی زیادی از مردم آمریکا به زندگی در حاشیه شهرها، محققان را به بررسی این شیوه زندگی، که متفاوت از زندگی در شهر و زندگی در روستاست، متمایل کرد. در سال‌های بعد، رویکرد مکان‌محور بررسی احتمال وابستگی برخی ویژگی‌های سبک زندگی به محل سکونت را بررسی کرد. یکی از مهمترین نتایج تحولات سبک زندگی معاصر از نگاه جغرافیایی؛ حذف هویت‌های محلی و تفاوت‌های مکانی و یکسان‌سازی آنها در نتیجه تکثیر و توسعه سبک زندگی مدرن است (Brajsa, 2011)؛ امروزه کشفیات نوین ارتباطی، اخبار و اطلاعات به سرعت به سراسر جهان منتقل می‌شوند. این روند فناوری ارتباطی، "دهکده جهانی" مک لوهان را از سازه‌ای ذهنی به واقعیتی عینی نزدیک ساخته است. کاربرد رایانه، ماهواره و اینترنت نظم ارتباطی جدیدی در جهان ترسیم کرده است که با آن ارزش‌ها و هنجارهای نوینی در جهان در حال شکل‌گیری است. اگر تا دو دهه قبل ارتباطات شبکه‌ای و کامپیوتری فقط در اختیار چند کشور محدود بود امروزه با فناوری ارتباطات ماهواره‌ای امکان ارسال و دریافت پیام و ارتباط سمعی و بصری به صورت همزمان در سراسر جهان تا حدودی برای تمامی مردم امکان‌پذیر شده است. (ویستر، ۱۳۸۴: ۵۶) به نقل از کاشانی (۱۳۹۲) امروزه، رسانه‌های اجتماعی و جمعی از طریق ارائه تجربه‌های مختلف از زندگی روزمره، در شکل‌دهی به هویت افراد و ترویج ارزش‌ها و سبک‌های گوناگون زندگی ایفای نقش می‌کنند. چه در عرصه کار و تولید و چه در عرصه مصرف، برای همه گروه‌هایی که از قید فعالیت‌های سنتی آزاد شده‌اند، انتخاب‌های گوناگون در زمینه سبک زندگی وجود دارد (رحمت‌آبادی و آقا بخشی، ۱۳۸۴). بررسی تحولات پیش‌رو در جهان نشان می‌دهد که مناسبات و تغییرات سبک زندگی به مقوله‌ای مهم بویژه در جوامع سنتی و نیز جوامع در حال گذار تبدیل شده است. بر این اساس نمود بارز این تحولات را شاید نه در شهرها که باید در نظام زیست روستاها جستجو کرد. تغییر در نحوه‌ی پوشش، الگوی مصرف، عادات غذایی، رفتارهای بهداشتی، شیوه‌ی گفتاری، الگوی گذران اوقات فراغت، شکل مسکن و بسیاری از موارد دیگر در روستاها در این زمره جای می‌گیرد. سرعت و شدت این تغییرات، با کمک رسانه‌های جمعی و توسعه شبکه‌های مجازی بیش از پیش افزایش یافته است. جای هیچ تردیدی نیست که با توجه به

جایگاه روستاها در نظام اجتماعی و اقتصادی کشور (۲۷ درصد کل جمعیت کشور و بیش از ۷۰ درصد تولید ناخالص داخلی) این تغییرات دارای پیامدهای مهم در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشور بوده و بر روندها و بروندهای آن تأثیر می‌گذارد. بدیهی است در صورتی که این تغییرات و مسیر و روند آن‌ها شناسایی، پیش‌بینی و مدیریت نشود، می‌تواند نتایج ناگواری به بار آورده و با ایجاد اختلال در برنامه‌ریزی‌های اجتماعی و فرهنگی، آسیب‌ها و هزینه‌های بسیاری را بر فضاها و روستایی و حتی شهری تحمیل کند. بنابراین اگرچه تحول لازمه توسعه و پیشرفت بسوی آینده‌ای بهتر است اما شناسایی عمق و گستره روند تحول و نیز عوامل موثر و پیامدهای آن در ابعاد مختلف ضروری می‌باشد. بویژه آنکه روستاها در ایران علاوه بر آنکه بخش قابل توجهی از جمعیت را در خود جای داده‌اند؛ درصد قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی و اشتغال را به خود اختصاص می‌دهند.

استان اردبیل در شمال غربی ایران بیش از آنکه استانی با پیشینه شهری باشد دارای ریشه‌های روستایی و عشایری است و هنوز هم درصد قابل توجهی از جمعیت آن در فضاها و روستایی و عشایری زیست می‌کنند. مطابق سرشماری سال ۱۳۹۰ از مجموع کل جمعیت استان که مشتمل بر ۱۲۴۸۴۸۸ نفر است ۳۷ درصد (۴۴۹۵۴۶ نفر) در روستاها و ۶ درصد (۷۴۹۰۹ نفر) در حوزه‌های عشایری زیست می‌کنند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). نزدیک به یک سوم تولیدات و فرآورده‌های لبنی کشور در بخشهای روستایی و عشایری استان اردبیل تأمین می‌شود و این به معنی جایگاه نظام تولید روستایی این استان در نظام تولید ملی است. نکته قابل توجه آنکه سیمای اجتماعی و اقتصادی و معیشتی روستاهای این استان در دهه‌های اخیر به طور ملموسی تغییر یافته است و نمود این تغییر را شاید بتوان در نرخ رشد منفی جمعیت روستایی و افزایش نرخ شهرنشینی استان مشاهده کرد. بخشی از این تغییر را میتوان مناسبات حاکم بر سبک زندگی و تولید روستاها فرض کرد.

هاشمی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "تغییر مناسبات سبک زندگی در روستاهای استان اردبیل" آمار استفاده از تلفن همراه را در روستاهای استان بالغ بر ۶۵ درصد و آمار استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را در میان جوانان روستایی استان اردبیل بالغ بر ۶۸٫۳ درصد در میان جوانان ذکر می‌کند؛ این آمار بسادگی نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی و فضاها و مجازی در کانون‌های اجتماعی روستایی نهادینه شده و به یکی از ابزارهای روزمره تعامل اجتماعی بدل گشته است. طبیعی است که در چنین بستری از زندگی اجتماعی، سبک زندگی و تولید نیز دچار دگرگونی شود. اما تا به امروز پژوهشی جامع پیرامون تغییر سبک زندگی روستایی و پیامدهای آن بر نظام معیشت و تولید در روستاهای اردبیل صورت نگرفته است؛ لذا دامنه تغییرات، عوامل موثر و پیامدهای آن بسادگی قابل تشخیص نیست. طبیعی است که نباید نسبت به تأثیرات و پیامدهای تغییر سبک زندگی در روستاها بر ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه روستایی و نظام تولید آن بی تفاوت بود؛ و ضروریست تا نسبت این تغییرات با هم مورد بررسی و مذاقه قرار گیرد. در این پژوهش تلاش شده تا با اتخاذ رویکردی نظام مند کیفیت تغییرات سبک زندگی روستاهای استان اردبیل و تأثیر آن بر کیفیت زندگی و نظام تولید روستایی مورد بررسی قرار گیرد.

سؤال‌های پژوهش

۱. چه ارتباطی بین مصرف رسانه‌های اجتماعی و تغییرات سبک زندگی در روستاهای مورد مطالعه وجود دارد؟
۲. مهم‌ترین تغییرات ایجاد شده در روستاهای مورد مطالعه در کدام حوزه‌های زیستی روی داده است؟
۳. آیا تغییر سبک زندگی به ارتقای سطح کیفیت زندگی منجر شده است؟

اهداف پژوهش

۱. بررسی ارتباط بین مصرف رسانه‌های جمعی و تغییرات به وجود آمده در سبک زندگی
۲. شناسایی تغییرات به وجود آمده در بخش‌های مختلف زندگی روستایی
۳. تعیین رابطه سبک زندگی با کیفیت زندگی روستایی به عنوان شاخص توسعه پایدار روستایی

ضرورت و اهمیت پژوهش

روستاهای ایران به دلیل در برداشتن بخش قابل توجهی از جمعیت (حدود ۳۰ درصد)، از نظر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارای اهمیت انکار ناپذیری هستند. بررسی و مطالعه تحولات اجتماعی و فرهنگی در روستاها این مکان را فراهم می‌کند تا در برنامه‌ریزی های کلان، با توجه به این تحولات تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات مناسب اتخاذ شوند. مطالعه تغییرات ایجاد شده در سبک زندگی روستایی برای شناخت عوامل مؤثر در شکل‌گیری آن و نیز ایجاد سبکی از زندگی روستایی که در آن هم‌چنان فعالیت‌های مولد (کشاورزی و صنایع دستی...) با جدیت و علاقه دنبال شود ضروری است چرا که کشور برای توسعه به روستاییانی نیاز دارد که تولید کنند و نه مصرف‌کننده‌ی صرف.

پیشینه پژوهش

فتیحی و مختارپور (۱۳۹۳) به مطالعه نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که استفاده از رسانه‌های نوین تصویری به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هر یک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان بینی متفاوتی ایجاد می‌کند که منجر به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد می‌شود و باعث می‌شود تا افراد در حوزه‌های مختلف زندگی خود از الگوهای متفاوتی پیروی کنند. ارجمند سیاه‌پوش و حیدری (۱۳۹۱) به مطالعه تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و عشایری (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان گیلان غرب) پرداختند که نتایج حاکی از ارتباط مثبت و مستقیم بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، سن و شیوه مصرف کالاهای فرهنگی است. از طرفی میانگین سبک زندگی بر حسب طبقه اجتماعی و جنسیت متفاوت از همدیگر بوده ما بر حسب میزان تحصیلات تفاوت معناداری را نشان نمی‌دهد. نجار زاده (۱۳۹۱) نیز در مطالعه‌ای با عنوان "بررسی تفاوت‌های سبک زندگی گروه‌های شهری و روستایی در ارتباط با جهانی‌شدن فرهنگی" در اصفهان به بررسی تفاوت‌های سبک زندگی شهری و روستایی در ارتباط با جهانی‌شدن پرداخته است. وی به این نتیجه رسیده است که شرایط کنونی در منطقه‌ی مورد مطالعه با نظریات جهانی‌شدن به معنای غربی شدن قابل توضیح نیست و می‌توان آن را به نوعی با نظریات پیوند زنی فرهنگی و جهان محلی به همراه نظریه صنعت- فرهنگ توضیح داد. مهدی زاده و خسروی (۱۳۸۸) به بررسی میزان تماشای میزبان ماهواره و تأثیر آن بر روی سبک زندگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران پرداخته‌اند. طبق یافته‌های تحقیق بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و سبک زندگی مادی و فرهنگی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین بین تحصیلات، درآمد و سن با سبک زندگی رابطه منفی معنادار وجود دارد. به این مفهوم که با افزایش متغیرهای نامبرده، گرایش به سبک زندگی فرهنگی نیز افزایش می‌یابد. صفا (۱۳۸۸) نیز به بررسی تأثیر گسترش باغات پسته بر سبک زندگی افراد در روستای خلیل‌آباد در میان نسل‌های سه‌گانه پرداخته و نشان داده است که هرچند سرمایه اقتصادی رابطه معنی‌داری با سبک زندگی دارد، اما بیشترین تأثیر مربوط به سن و سرمایه فرهنگی است. در واقع، این نه طبقه اقتصادی بلکه نسل است که تغییرات سبک زندگی را تعیین بخشیده و جهت می‌دهد. نسل‌های مختلف به دلیل تفاوت زمینه و جایگاه اجتماعی خاصشان در جامعه، ذهنیت متفاوتی دارند که بر نوع ذائقه و عملکرد آن‌ها تأثیر می‌گذارد. نسل سوم و دوم ساختمان ذهنی متفاوت و به تبع آن ذائقه‌ای متفاوت از نسل اول دارند و این تفاوت در جلوه‌های گوناگون سبک زندگی آن‌ها نمایان است. خاتم (۱۳۷۹) تحقیق خود را با عنوان «سبک زندگی و جایگاه آن در فرهنگ مصرف شهری» در شهر تهران انجام داده است. در این رساله هدف محقق این است که همبستگی سبک زندگی متجدد را با اقشار متوسط جدید در جامعه‌ی شهری بررسی کند. مؤلفه‌های سبک زندگی در این تحقیق شامل: استانداردهای بالای مصرف کالاها از جمله مسکن و لوازم زندگی بالا، نرخ اشتغال زنان در فعالیت‌های اقتصادی، پایین بودن تعداد فرزندان، اهمیت بیشتر کالا و خدمات تجاری و گذراندن اوقات فراغت پیش‌بینی شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که خانواده‌های متعلق به اقشار متوسط جدید به‌ویژه قشر بالای آن یعنی مدیران و متخصصان در شرایط درآمدی یکسان گرایش بیشتری به استفاده از سبک

زندگی فوق داشته‌اند (فتحی و مختاریور، ۱۳۹۳). دکتر مصطفی ازکیا "در مطالعه‌ای با عنوان بررسی تغییرات سبک زندگی در جامعه روستایی ایران" تغییرات سبک زندگی را در جامعه‌ی روستایی ایران مورد مطالعه قرار داده است. در این مطالعه تغییرات سبک زندگی در روستای مورد مطالعه از قبل از اصلاحات ارضی تا به امروز بررسی شده است. برای این منظور و بر اساس چارچوب نظری به کار گرفته در این تحقیق با تأکید بر دیدگاه بوردیو و اینگلهارت به تبیین تغییرات سبک زندگی در جامعه روستایی با تأکید بر نسل پرداخته شده است. که به این نتیجه رسیده است که متغیر نسل نقش مهمی در تغییرات ایجاد شده در سبک زندگی روستایی دارد. جایگزینی نسلی در روستا و افزایش تحصیلات نسل سوم جامعه روستایی را با تغییرات گسترده رو به رو کرده است (اینگلهارت، ۱۳۸۲ به نقل از مرادی، ۱۳۹۳).

بلاکستر (۲۰۰۰) با بررسی نقش طبقه اجتماعی در رفتارهای مخاطره آمیز نتیجه گرفت که شرایط اقتصادی و اجتماعی و محیط زندگی، زمینه را برای تجربه سبک های زندگی سلامت محور تعیین می کنند (شیری، ۱۳۹۲، ۷). ونیک رشینان و باج پایی (۱۹۹۶) در پژوهشی گسترده، تأثیر برنامه‌های تلویزیونی کشور هند به ویژه آگهی‌های تلویزیونی را بر الگوهای رفتاری نگرش‌ها و سبک زندگی کودکان هندی بررسی کرده‌اند. بر اساس یافته‌های بدست آمده ۷۵ درصد از کودکان ۸ تا ۱۵ ساله تمایل دارند آن چه را که در آگهی تبلیغ می‌شود داشته باشند. به طوریکه عواملی چون سن کودک، طبقه اجتماعی و اقتصادی خانواده، نحوه ارائه پیام، ساخت خانواده و روابط حاکم بر آن و از همه مهم تر مدت زمان تماشای تلویزیون می‌تواند بر آن مؤثر باشد (فتحی و مختاریور، ۱۳۹۳، ۱۰۸). آنتونی ویل (۲۰۰۱) به تحقیقی تحت عنوان «فراغت، فرهنگ و سبک زندگی» پرداخته است. ویل در این پژوهش به بررسی رابطه‌ی الگوی گذران اوقات فراغت، سطح فرهنگی کنشگران و در نهایت چگونگی شکل گیری سبک زندگی در انگلیس پرداخته است. نتایج به دست آمده در این پژوهش نشان می‌دهد که ساختارهای تأثیر گذاری از قبیل طبقه اجتماعی، امروزه تأثیرات خود را در شکل دهی به رفتارهای فراغتی حفظ کرده‌اند. از نظر او عمده ترین اختلاف‌ها در رفتارهای مربوط به گذران اوقات فراغت هنوز هم به وسیله‌ی سن، جنس، و یا طبقه اجتماعی تبیین می‌شود. سن و جنس و همچنین پارامترهای اقتصادی- اجتماعی در شکل دهی آشکار به سبک‌های زندگی افراد جامعه تأثیرات قابل توجهی دارند. این متغیرها علل اختلاف به وجود آمده در تنوعات سبک زندگی را توضیح می‌دهد (veal, 2001). ویلیام لیزر در سال ۱۹۶۴ مفهوم سبک زندگی را برای تحقیقات بازاریابی و مصرف و بر اساس الگوی خرید کالا مطرح کرد. بر طبق نظر لیزر، سبک زندگی تمایز یا شیوه مشخص زندگی است که به وسیله گروهی از افراد به کار می‌رود. به نظر وی، سبک زندگی دال بر شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی است، شیوه‌ای که بدان طریق کالاهای خرید شده مصرف می‌شوند. (مرادی، ۱۳۹۳).

ملاحظات نظری

مفهوم سبک زندگی که امروزه به یکی از مفاهیم بنیادین در تحلیل‌های اجتماعی تبدیل شده (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶؛ ربانی و شیری، ۱۳۸۸: ۲۱۰ - ۱۱)، یکی از حوزه‌های جدید و مهم مطالعاتی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر توجه عدّه قابل ملاحظه‌ای از محققان اجتماعی را به خود جلب کرده است (شکوری، ۱۳۸۵ به نقل از بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱). عبارت «سبک زندگی» در شکل نوین آن اولین بار توسط «آلفرد آدلر» در روانشناسی در سال ۱۹۲۹ میلادی ابداع شد (benson, 2014). سبک زندگی مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها در هر چیزی را در بر می‌گیرد (حسین زاده، ۱۳۹۲). روش نوعی زندگی فرد، گروه یا فرهنگ را سبک زندگی گویند؛ روشی که یک فرد یا گروهی از مردم براساس آن کار و زندگی می‌کنند. از نظر آسا برگر سبک زندگی مد یا حالت زندگی فرد می‌باشد (آسابرگر، ۱۳۸۳ به نقل از شکری و عباس زاده، ۱۳۹۲). سوئل «سبک زندگی را هر شیوه متمایز، اما قابل تشخیص زیستن» تعریف کرده است (Michael, 1981, 21). با در نظر داشتن این تعاریف، ما با واژه فراگیری روبرو هستیم که از سلیقه فرد در زمینه آرایش مو و لباس، سرگرمی و تفریح، کار و شغل، تاهنر و غیره، همگی را شامل می‌شود. سبک زندگی دال بر شیوه‌ی زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی است. عناصری

که زیمل، ویلن و وبر در آثار خود از آنها یاد کرده‌اند، عبارت است از: شیوه تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (دکوراسیون، معماری و اثاثیه)، نوع وسیله حمل و نقل، شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح، اطفار (رفتارهای حاکی از نجیب‌زادگی یا دست و دل بازی، کشیدن سیگار در محافل عمومی، تعداد مستخدمان و آرایش آنها) آن چنان که از تعریف آدلر از سبک زندگی معلوم است او سبک زندگی را شامل همه رفتار، افکار، احساسات فرد و حرکتش به سوی هدف می‌داند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶، ۲۱۱ به نقل از رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲)

جدول (۱): تعاریف و مولفه‌های مورد تأکید سبک زندگی از نگاه محققان

تعریف	مؤلفه‌های مورد تأکید
کلاکھون ^۱ : مجموعه‌ها یا الگوهای خودآگاه و دقیقاً توسعه یافته ترجیحات فردی در رفتار شخصی مصرف کننده (falco, 2007).	رفتارهای شخصی مصرفی حاکی از ترجیحات فردی مانند: نحوه استفاده از منابع فرهنگی، تفریحی، ورزشی و نحوه بازی کردن و لباس پوشیدن
رفتارهایی که با قشریندی حیثیتی و اعتباری مرتبط می‌باشند، سبک زندگی نامیده می‌شوند. سبک زندگی فقط آنچه یک فرد از آن موارد دارد، نیست، بلکه چگونگی نمایش آن‌ها از سوی فرد است. سبک زندگی هم الگوهای مصرف را شامل می‌شود و هم قدرتی که از این ناحیه کسب می‌شود و سلیقه، آداب معاشرت و مد به‌عنوان علائم داشتن جا در نردبان اجتماعی شناخته می‌شوند (leslie et al, 1994 به نقل از بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)	الگوهای مصرف اعم از لباس، طرز حرکات، سبک محاوره سلیقه (انتخاب نوشیدنی، تجهیز خانه، مواد خواندنی، گذران اوقات فراغت) و آداب معاشرت
سبک زندگی را تجسم تلاش انسان برای یافتن ارزش‌های بنیادی یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینی خود و شناساندن آن به دیگران می‌داند. (زیمل، ۱۹۰۸)	شیوه تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (دکوراسیون، معماری و اثاثیه)، نوع وسیله حمل و نقل، شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح، اطوار (رفتارهای ناشی از نجیب‌زادگی یا دست و دل بازی، کشیدن سیگار در محافل عمومی، تعداد مستخدمین و آرایش آن‌ها)
سبک‌های زندگی محصول نظام‌مند عادت واره‌ها هستند که روابط دوجانبه‌شان از خلال طرح‌های عادت- واره درک می‌شوند. این سبک‌ها نظام‌هایی نشانه‌ای هستند که به صورت اجتماعی دارای شرایط لازم شده‌اند، مانند «برجسته»، «مبتذل» و ... (Bourdieu, 1984)	(کالاهای تجملی یا فرهنگی مانند خانه، ویلا، قایق تفریحی، ماشین، اثاثیه، نقاشی‌ها، کتاب‌ها، نوشابه‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها). فعالیت‌های متمرکز کننده (مانند ورزش‌ها، بازی‌ها، تفریحات، لباس پوشیدن)، رسیدگی به ظاهر بدن خود، نحوه استفاده از زبان و بودجه‌بندی.
سبک زندگی به عنوان مبنای شکل‌گیری هویت افراد و جوامع از اهمیت زیادی برخوردار است (Bourdieu, 1984., Lash, S. & J. Urry, 1987., Featherstone, 1991)	هویت فردی، هویت اجتماعی

به طور کلی با وجود تعاریف مختلف از سبک زندگی، محورهای مشترکی را در میان اکثر تعاریف موجود می‌توان حس کرد. اول، تشابه و تمایز؛ در واقع سبک زندگی منظومه‌ی معناداری از یک سری عناصر مرتبط است که کلی را پدید می‌آورند که از کل‌های دیگر متمایز است. دوم، سبک زندگی هم به پدیده‌های عینی مثل رفتار و هم به ذهنیاتی مثل ارزش و نگرش ناظر است. سوم، سبک زندگی با وجود تبعیت از سلیقه‌های شخصی، ماهیت جمعی دارد و فرد از بین این الگوهای جمعی انتخاب می‌کند. چهارم، سبک زندگی به نظر بسیاری نمادین بوده و بازتاب فرآیندها و ماهیت‌هایی مثل فردیت، هویت و شخصیت اجتماعی است و دست‌آخر اینکه افراد در برابر سبک زندگی منفعل نیستند. سبک زندگی ماهیتی خلاقانه و انتخابی همانند پدیده‌هایی مثل فرهنگ یا پاره‌فرهنگ نیست (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۱۰).

¹ Kluckhohn

به اعتقاد اندیشمندان عرصه اجتماعی و روان‌شناسی، عوامل متعددی بر شکل‌گیری و چگونگی سبک زندگی اعضای جامعه تأثیر می‌گذارند. هریک از این عوامل، در وضعیت و موقعیت‌های گوناگون می‌تواند منجر به بروز و ظهور سبک‌های زندگی گوناگون در میان اقشار و گروه‌های متفاوت جامعه گردد. صاحب‌نظران، طبقه و عوامل اقتصادی، ارزش‌ها و تحول ارزشی، تحصیلات، جنسیت، سن و دوره عمر، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر سبک زندگی برشمرده‌اند. اولین مورد، «طبقه و عوامل اقتصادی» است که از دیرباز به‌عنوان اصلی‌ترین مرز تفکیک اقشار و سطوح مختلف نظام اجتماعی قلمداد شده و به‌تبع آن، اشکال متعدد سبک زندگی به وجود می‌آیند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۷-۸۸). ارزش‌ها و تحول ارزشی دومین عاملی است که مورد توجه پژوهشگران حوزه سبک زندگی قرار گرفته است. بسیاری از محققان ارزش‌ها را اصلی‌ترین منبع شکل‌گیری سبک زندگی دانسته و تأکید دارند که شناخت ساختار ارزش‌های فردی اصلی‌ترین وظیفه برای درک سبک زندگی افراد است. عامل دیگری که بر چگونگی سبک زندگی اعضای جامعه تأثیر می‌گذارد، تحصیلات است. «اوسیم» و همکارانش از میان سه متغیر درآمد، تحصیلات و شغل، تحصیلات را مهم‌ترین عامل ارتقای مصرف فرهنگی می‌دانند. (همان: ۱۰۱). علاوه بر سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی نیز بر چگونگی سبک زندگی اعضای جامعه نقش بسزایی دارد. تأثیر سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی بیشتر معطوف به مطالعه شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای این شبکه است. مقولاتی نظیر دین، عقلانیت صوری، سرمایه‌داری مدرن و نظام تبلیغات کالا، شهر مدرن، نظام‌های فرهنگی در کلی‌ترین سطح و رسانه نیز در زمره عوامل مؤثر بر انتخاب و کیفیت سبک زندگی اعضای جامعه به شمار می‌روند (الفت و سالمی، ۱۳۹۱). پژوهشگران و صاحب‌نظران مطالعات فرهنگی، تمرکز مطالعات سبک زندگی را از قدرت و ثروت، بر فرهنگ و تحولات فرهنگی - اجتماعی متمایل کردند. جنبش‌های فلسفی دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ بر مطالعات سبک زندگی نیز اثر گذاشت و ارتباط سبک‌های زندگی با ویژگی‌های اجتماعی (ساختارگرایی) و کارکردهای نمادین سبک زندگی در جامعه (پساساختارگرایی) مورد توجه قرار گرفت (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۱۵).

شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به کارکردهای متنوعشان برای ترویج سبک زندگی مورد استقبال فراوانی قرار گرفته‌اند. امروزه، شبکه‌های اجتماعی از طریق ارائه تجربه‌های مختلف از زندگی روزمره، در شکل‌دهی به هویت افراد و ترویج سبک‌های گوناگون زندگی ایفای نقش می‌کنند. در نتیجه رسانه‌ای شدن فرهنگ روستایی و تحولات ساختاری، دیگر ارزش‌های اجتماع گرایانه رو به افول نهاده و ارزش‌های فردگرایانه در آن توسعه یافته است.

سبک زندگی روستایی و تحولات آن

در ایران تغییر سبک زندگی بیش از آنکه تحت تاثیر عوامل درونی و زیسته‌های فرهنگی باشد؛ متأثر از عوامل بیرونی و به صورت دستوری بوده است. شاید مهم‌ترین تغییرات در سبک زندگی روستاییان ایرانی در دوران قبل از انقلاب و از دوره حکومت پهلوی آغاز شد. با روی کار آمدن دولت نوگرای رضاشاهی، پروژه نوسازی آغاز گردید و این وضعیت، منازعه میان فرآیند نوسازی و ارزش‌های سنتی، عرفی و دینی را در پی داشت. رضاشاه با جذب امکانات مالی، افزایش کادر آموزش‌دیده، ایجاد ارتش متحدالشکل و تاسیس دانشکده افسری به رشد طبقه متوسط جدید در شهرها یاری رساند. (زهیری، ۱۳۸۱ به نقل از علم و دیگران، ۱۳۹۳) و با اجرای اصلاحات ارضی، تخته قاپو کردن عشایر و مانند آن تلاش کرد تا سبک سنتی زندگی روستایی را متحول و مدرن نماید.

روستا‌های ایران طی نیم قرن گذشته از نظر شیوه زندگی و ارزش‌های بنیادی فرهنگی دستخوش تغییرات مهمی شده‌اند. از این رو دیگر نمی‌توان با رویکردهای کلاسیک که روستا را مقرر سنت می‌دید و شهر را مقرر مدرنیته فهم کرد. در روستاهای ایران به نوعی «مدرنیته روستایی ایرانی» بوجود آمده است. برای مثال ارزش‌های مبتنی بر مصرف یا ارزش‌های نمادین کالاها در روستاها نیز دیده می‌شود. آن تلقی سنتی که روستا زادبوم و زیستگاه «فولکلور» یا «فرهنگ قومی» بود اکنون از میان رفته است و در روستاها

نیز دیگر همانند شهرها به ندرت می توان شعر و زبان و موسیقی فولکلوریک را مشاهده کرد و بجای آن همان محصولات رسانه ای یا فرهنگ عامه پسند چایگزین شده است. حتی صنایع دستی سنتی روستایی مانند قالیبافی، گلیم بافی، سفالگری و امثال اینها در حال از بین رفتن هستند و دختران جوان روستایی دیگر ترجیح می دهند به یادگیری مهارت نوین بپردازند. در نتیجه رسانه ای شدن فرهنگ روستایی و تحولات ساختاری، دیگر ارزش های اجتماع گرایانه روبه افول نهاده و ارزش های فرد گرایانه در آن توسعه یافته است. این امر باعث تفاوت های اساسی بین نسل های بزرگسالان (پدربزرگ ها و مادربزرگ ها) با فرزندان و نوه های آنها شده است. این موضوع بیش از هر چیز در شیوه لباس پوشیدن، آرایش، شیوه های گفتار و رفتار نسل جوان روستایی تجلی و عینیت یافته است. دیگر به سهولت نمی توان تفاوت فرهنگی بارز بین جوان روستایی و شهری مشاهده کرد اگرچه همچنان این دو در زمینه های خاصی متفاوت هستند (صالحی امیری و دیگران، ۱۳۸۸)

روش شناسی

این تحقیق از نوع علی-همبستگی بوده و روش انجام پژوهش، توصیفی-تحلیلی است. روش گردآوری داده ها از دو طریق میدانی (پرسشنامه) و اسنادی (فیش برداری) می باشد. جامعه آماری این تحقیق مشتمل بر تمامی ساکنین روستاهای شهرستان اردبیل (۹۳ روستای دارای سکنه) است که طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ دارای ۷۹۲۱۲ نفر جمعیت و ۱۵۱۲۴ خانوار است.



شکل (۱): موقعیت منطقه مورد مطالعه و روستاهای نمونه در استان اردبیل (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰)

حجم جامعه نمونه که از طریق فرمول کوکران برآورد شده است مشتمل بر ۳۲۰ نفر در تعداد ۱۶ روستا است که به طریق تصادفی سیستماتیک انتخاب شده اند. پراکندگی نمونه ها در روستاهای مورد مطالعه به طور نسبی و تابعی از جمعیت روستاها بوده است. برآورد «اعتبار ۱» پرسشنامه ها با استفاده از «اعتبار صوری ۲» مورد سنجش ارزیابی گردید. برای برآورد پایایی پرسشنامه نیز از روش فرمول آلفای کورنباخ محاسبه شد که مقدار آن برابر ۰/۸۸۲ است و معنی دار است.

جدول (۲): مشخصات روستاها و تعداد نمونه های تحقیق

وضعیت	روستاها	تعداد جمعیت	سهم از نمونه	وضعیت	روستاها	تعداد جمعیت	سهم از نمونه
بخش شمالی	حسن باروق	۷۳۲	۱۹,۷	بخش شرقی	آقاباقر	۱۳۵۳	۳۶,۴
	چناقرود	۲۵۷۷	۶۹,۴		شیخ کلخوران	۲۴۸	۶,۷

^۱ Validity

^۲ Face validity

	شیشه گران	۲۲۰	۵,۹		سلطان آباد	۱۸۵۷	۵۰,۰
	گندیشمین	۸۵۶	۲۳,۱		گیلان ده	۹۰۳	۲۴,۳
بخش جنوبی	کمی آباد	۵۵۶	۱۵,۰	بخش غربی	بنفشه درق	۳۳۵	۹,۰
	ارالوی کوچک	۶۱۳	۱۶,۵		الماس	۱۳۴	۳,۶
	کرگان	۸۸۴	۲۳,۸		حکیم قشلاقی	۱۳۳۴	۳۵,۹
	شیلو	۵۳۷	۱۴,۵		روشنق	۲۲۹	۶,۲

در این تحقیق برای پاسخ به سوالات اول و سوم از آزمون پیرسون استفاده شده است. برای توصیف میزان همبستگی بین متغیرها نیز از الگوی معروف به قراردادهای DAVIS (۱۹۷۱) استفاده شد که براساس این الگو ضرایب همبستگی ۰/۰۹-۰/۰۱=جزیی، ۰/۲۹-۰/۱۰=ضعیف، ۰/۳۰-۰/۴۹=متوسط، ۰/۵۰-۰/۶۹=نسبتاً قوی و ۰/۷۰ و بالاتر=خیلی قوی توصیف می شود. همچنین برای مقایسه ی تغییرات به وجود آمده در بخش اجتماعی-فرهنگی و بخش تولید در سوال دوم تحقیق از آزمون تی زوجی یا وابسته استفاده شده است

متغیرها

چنان که در جدول زیر آمده است در سوال اول مصرف رسانه ای متغیر مستقل و سبک زندگی متغیر وابسته می باشد. در سوال دوم تولید و بخش اجتماعی-فرهنگی هر دو متغیرهای مستقل می باشند و در سوال سوم نیز سبک زندگی متغیر مستقل و کیفیت زندگی متغیر وابسته می باشد. انتخاب متغیرها و گویه های پژوهش به صورت ترکیبی و با استفاده از متغیرهای معرفی شده در تحقیقات پژوهشگران دیگر بوده است.

جدول (۳): متغیرهای مستقل و وابسته بتفکیک سوالات تحقیق

شاخص ها	مؤلفه ها	متغیرها	فرضیه ها
مصرف تلویزیون، ماهواره، اینترنت و فعالیت در شبکه های اجتماعی	مصرف رسانه ای	مستقل	۱-۲
اوقات فراغت، پوشش و مد، رفتار دینی، مصرف غذا، بهداشت	سبک زندگی	وابسته	
مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، تعامل اجتماعی	اجتماعی فرهنگی	مستقل	سوال دوم
شیوه های آبیاری، شیوه کشت، میزان نوآوری در تولید و استفاده از تجارب دیگران در تولید	بخش تولید	مستقل	
اوقات فراغت، پوشش و مد، رفتار دینی، مصرف غذا، بهداشت	سبک زندگی	مستقل	سوال سوم
کیفیت محیط زیست، کیفیت آموزش، کیفیت سلامت، کیفیت اوقات فراغت، امید به زندگی، احساس خوشبختی	کیفیت زندگی	وابسته	

در ادامه فهرست گویه های مورد سنجش بتفکیک مؤلفه های سه گانه سبک زندگی، کیفیت زندگی و تولید ارائه شده است.

جدول (۴): ابعاد متغیرها و گویه های مربوط به سبک زندگی

متغیر	شاخص	گویه ها
سبک زندگی	اوقات فراغت	خواندن کتاب، تماشای تلویزیون، دیدار بادوستان و آشنایان، رفتن به کلاس آموزشی، استفاده از اینترنت، قدم زدن در طبیعت، خواندن قران و کتب مذهبی، فعالیت در شبکه های اجتماعی
	پوشش و مد	استفاده از لباس های محلی و سنتی، استفاده از لوازم آرایشی و بهداشتی، استفاده از لباس های جدید، پیروی از مد، اهمیت دادن به تناسب اندام
	رفتار دینی	خواندن نماز، روزه گرفتن، خواندن قران و ادعیه مذهبی، رفتن به مسجد، نذر هنگام نیاز، پرداخت خمس و زکات، حفظ پوشش اسلامی، احساس مسئولیت نسبت به ارزش های اسلامی و حفظ آن
	الگوی مصرف غذا	مصرف غذای سنتی و ایرانی، استفاده از نوشیدنی های جدید، مصرف فست فودها، رفتن به رستوران
	بهداشت شخصی	مسواک زدن روزانه، پاکیزگی لباس ها، استحمام و شانه زدن مو، پاکیزگی محیط خانه

مشارکت در انتخابات، احساس خوب داشتن نسبت به مشارکت، رغبت به همکاری در نوسازی و بهسازی در روستا، همفکری و مشورت بانوان در امور، احساس عدم کنترل بر امور دیکته شده توسط سازمان ها، همکاری مردم با پروژه ها	مشارکت اجتماعی	
وجود دعوا و درگیری در روستا، کاهش روحیه کار گروهی در بین اهالی، ضامن مالی یکدیگر شدن مردم، کاهش همدلی و یکدلی در روستا، انحصاری و طایفه ای نبودن ازدواج، رعایت حال یکدیگر	انسجام اجتماعی	
رفت و آمد اهالی با یکدیگر، احساس راحتی مردم با هم، نادیده نگرفتن هم، پیش قدم شدن برای ارتباط با هم، بی احترامی نکردن به یکدیگر	تعامل اجتماعی	
رضایت از کیفیت محیط روستا، رضایت از معابر روستا، رضایت از کیفیت و زیبایی روستا، تبدیل کاربری های مفید به مسکونی، تبدیل اراضی کشاورزی به زمین لم یزرع	کیفیت محیط زیست	کیفیت محیط زیست
رضایت از تعداد آموزشگاه ها، رضایت از تجهیزات آموزشی، رضایت از نحوه دسترسی به آموزشگاه ها، رضایت از کیفیت آموزش	کیفیت آموزش	
رضایت از نحوه دسترسی به خدمات درمانی، رضایت از کیفیت خدمات درمانی، رضایت از امکانات و تسهیلات بهداشتی، رضایت از بهداشت عمومی روستا، رعایت بهداشت فردی	کیفیت سلامت	
رضایت از امکانات ورزشی، رضایت از تنوع اوقات فراغت در روستا، رضایت از امکانات فرهنگی و هنری در روستا، رضایت از اوقات فراغت خود	کیفیت اوقات فراغت	
یقین به آینده روشن در روستا، برنامه ریزی برای آینده، فکر کردن به جنبه های مثبت مشکلات، جستجوی امید به آینده در شهر، احساس بد نسبت به گفتگو با افراد ناامید	امید به آینده	
رضایت از روند زندگی، سال به سال بهتر شدن زندگی، زندگی بهتر در شهر، خوشبخت تر بودن در گذشته، از این خوشبخت تر نمیشود	احساس خوشبختی	
شیوه های آبیاری، شیوه کشت، میزان نوآوری در تولید و استفاده از تجارب دیگران در تولید، استفاده از فناوریهای جدید، تغییر در الگوی کشت، روش های نوین بازاریابی	-	توسعه

منبع: یافته های پژوهش: ۱۳۹۵

یافته ها

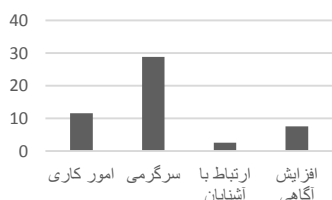
الف) یافته های توصیفی

یافته های جدول نشان می دهد که در روستاهای نمونه که مورد پرسشگری قرار گرفته اند، از مجموع ۳۲۰ نفر ۵۵/۳ (۱۷۷ نفر) درصد مرد و ۴۴/۷ درصد (۱۴۳ نفر) زن بودند. بیشترین افراد پاسخ دهنده در گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند که ۳۵/۹ درصد (۱۱۵ نفر) را تشکیل می دهند و پس از آن ۳۴/۴ درصد (۱۱۰ نفر) در گروه سنی ۳۰ تا ۵۵ سال و ۲۹/۷ درصد (۹۵ نفر) نیز در گروه سنی ۵۶ و بالاتر می باشند. در روستاهای نمونه ۳۲/۲ درصد پاسخگویان بی سواد بوده که بالاترین درصد را تشکیل می دهد و کمترین درصد مربوط به گروه فوق لیسانس و بالاتر (۵/۶ درصد) می باشد. ۲۰ درصد پاسخ گویان دارای مدرک زیر دیپلم و ۲۴/۱ درصد نیز دارای مدرک دیپلم می باشند. از مجموع ۳۲۰ نفر ۵۷/۵ درصد شاغل و ۴۲/۵ درصد بیکار بوده اند. لازم به ذکر است که افراد بیکار عمدتاً شامل زنان و افراد گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال می باشند. بیشترین تعداد به بخش کشاورزی اختصاص دارد. بدین ترتیب ۴۵ درصد در بخش کشاورزی، ۶/۹ درصد در بخش صنعت و ۴/۷ درصد در بخش خدمات فعالیت دارند. مطابق با داده های جدول ۵۹/۱ درصد پاسخگویان به زراعت اشتغال دارند. این نشان می دهد شغل اصلی بیشتر روستاییان پاسخ دهنده زراعت می باشد. پس از آن ۱۳/۳ درصد به زنبورداری اشتغال دارند و ۱۳/۳ درصد نیز کارگر می باشند. همچنین ۶۷/۵ درصد پاسخ دهندگان متأهل و ۳۲/۵ درصد نیز مجرد بوده اند.

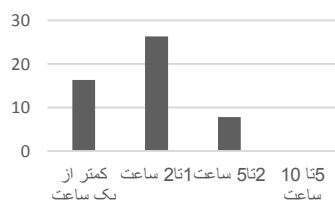
جدول (۵): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	کیفیت متغیر
استفاده از اینترنت	از بین ۳۲۰ نفر جامعه نمونه این تحقیق، ۵۰/۳ درصد از پاسخگویان اینترنت استفاده می کنند و ۴۹/۷ درصد باقی مانده از اینترنت استفاده نمی کنند.
میزان استفاده از اینترنت	حدود ۲۶/۳ درصد کاربران، روزانه ۱ تا ۲ ساعت از اینترنت استفاده می کنند که بیشترین فراوانی را در مقایسه با گزینه های دیگر دارد. ۱۶/۳ درصد کمتر از یک ساعت و ۷/۸ درصد نیز روزانه ۲ تا ۵ ساعت از اینترنت استفاده می کنند. از سویی هیچ یک از پاسخ گویان زمان ۵ تا ۱۰ ساعت را برای حضور در فضای اینترنت صرف نمی کنند.
هدف از فعالیت در شبکه های اجتماعی	بیشتر پاسخ گویان یعنی حدود ۲۸/۸ درصد از اینترنت بیشتر برای سرگرمی استفاده می کنند. ۱۱/۶ درصد برای امور کاری، ۲/۵ درصد برای ارتباط با دوستان و آشنایان و ۷/۵ درصد برای افزایش آگاهی وارد دنیای مجازی می شوند.
میزان استفاده از شبکه های اجتماعی	از میان ۵۰/۳ درصد پاسخگویانی که از اینترنت استفاده می کنند ۲۹/۴ درصد در شبکه های اجتماعی فعالیت دارند. که بیشترین فراوانی مربوط به تلگرام، وایبر، لاین و واتساپ با عدد ۱۳/۴ درصد می باشد و پس از آن گزینه ی مربوط به همه موارد و گزینه ی تلگرام، اینستاگرام و فیسبوک با عدد ۳/۱ بیشترین فراوانی را دارد.
میزان فعالیت در شبکه های اجتماعی	از مجموع ۲۹/۴ درصد کاربران شبکه های اجتماعی، ۱۱/۶ درصد بین ۲ تا ۵ ساعت در این شبکه ها فعالیت دارند که بیشترین فراوانی را در بین گزینه ها دارد. ۹/۷ درصد نیز بین ۱ تا ۲ ساعت و ۸/۱ درصد دیگر کمتر از ۱ ساعت در شبانه روز در این شبکه ها فعالیت می کنند.
نوع فعالیت در شبکه های اجتماعی	۱۲/۴ درصد کاربران گزینه ی همه موارد را انتخاب نموده اند. بیشترین فراوانی متعلق به این گزینه است که نشان می دهد کاربران شبکه های اجتماعی با اهداف گوناگونی وارد این شبکه ها می شوند که خود گویای این مطلب است که فعالیت در این شبکه ها در سید مصرفی کاربران آن جایگاه ویژه ای دارد و افراد با مقاصد گوناگونی وارد این شبکه ها می شوند. ۱۱/۶ درصد کاربران نیز صرفاً برای چت و گفتگو در این شبکه ها عضویت دارند.

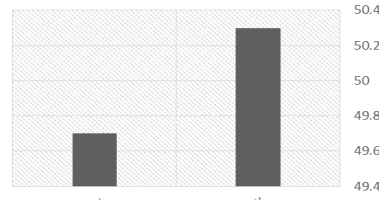
منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۵



شکل (۴): هدف از فعالیت در شبکه های اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه



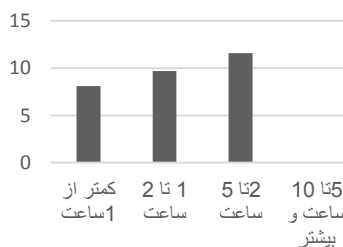
شکل (۳): میزان استفاده از اینترنت در روستاهای مورد مطالعه



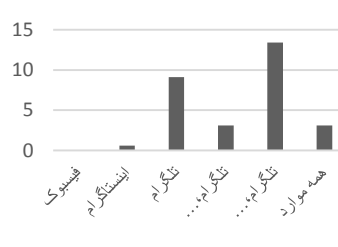
شکل (۲): استفاده از اینترنت در روستاهای مورد مطالعه



شکل (۷): نوع فعالیت در شبکه های اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه



شکل (۶): میزان فعالیت در شبکه های اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه



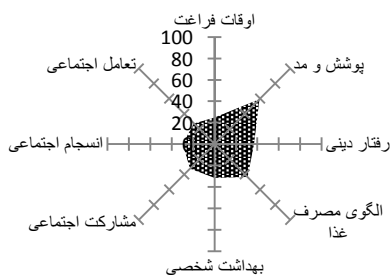
شکل (۵): شبکه های اجتماعی با بیشترین کاربرد در روستاهای مورد مطالعه

کیفیت شاخص‌های سبک زندگی در روستاهای مورد مطالعه

از میان شاخصهای مورد بررسی مرتبط با سبک زندگی، میزان تغییر در شاخص پوشش و مد با میانگین ۵۹/۲ بیش از سایر شاخص‌ها می‌باشد و پس از آن تغییر در الگوی مصرف غذا با میانگین ۴۳/۵ قرار دارد. کمترین میزان تغییر نیز در شاخص اوقات فراغت با میانگین ۲۴/۹ شکل گرفته است.

جدول (۶): میزان تغییرات شاخص‌های مرتبط با سبک زندگی در روستاهای مورد مطالعه

شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار
اوقات فراغت	۲۴/۹	۳/۵
پوشش و مد	۵۹/۲	۳/۷
رفتار دینی	۳۷	۹/۵
الگوی مصرف غذا	۴۳/۵	۳/۵
بهداشت شخصی	۳۱/۶	۴/۶
مشارکت اجتماعی	۳۲/۲۵	۲/۷
انسجام اجتماعی	۲۹/۷	۲/۰۶
تعامل اجتماعی	۲۷/۳	۲/۹



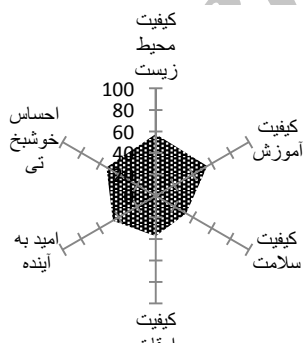
شکل (۸): نمودار سطح تغییر شاخصهای سبک زندگی در منطقه ورد مطالعه

کیفیت شاخص‌های کیفیت زندگی در روستاهای مورد بررسی

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میزان رضایت پاسخگویان از کیفیت محیط زیست روستای خود با میانگین ۵۷/۵ بیش از سایر شاخص‌ها می‌باشد. پس از آن کیفیت آموزش و احساس خوشبختی بالاترین میانگین را دارند و میزان رضایت پاسخگویان از کیفیت سلامت در پایین‌ترین سطح قرار گرفته است. به طور کلی در همه مواد میانگین کیفیت زندگی پایین می‌باشد و پاسخگویان به ویژه جوانان رضایت چندانی از زندگی روستایی ندارند.

جدول (۷): میزان تغییرات شاخصهای کیفیت زندگی در روستاهای مورد مطالعه

شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار
کیفیت محیط زیست	۵۷/۵	۳/۴
کیفیت آموزش	۵۵/۴	۸/۵
کیفیت سلامت	۳۲/۸	۵/۰۵
کیفیت اوقات فراغت	۳۷/۳	۴/۴
امید به آینده	۴۶/۲	۲/۵
احساس خوشبختی	۵۲/۹	۲/۹



شکل (۹): نمودار تغییرات شاخصهای کیفیت زندگی در منطقه مورد مطالعه

کیفیت شاخص تولید در روستاهای مورد بررسی

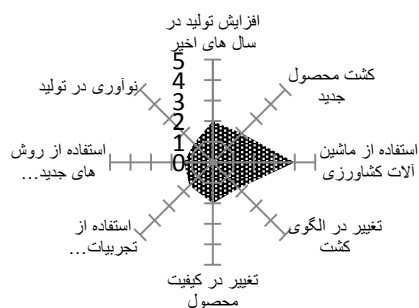
نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که از میان گویه‌های مرتبط با شاخص تولید روستایی، بیشترین تغییر مربوط به گویه‌ی استفاده و بکارگیری ماشین‌آلات کشاورزی (۴ درصد) است. گویه‌های نوآوری در تولید و استفاده از تجربیات دیگران به ترتیب با ۱،۴ و

۱,۶ نیز کمترین تغییرات را به خود دیده اند. در مجموع سطح تغییر در شیوه های تولید کم (۲) برآورد شده است که نشان می دهد تحولات قابل ملاحظه ای در زمینه شیوه های تولید در روستاهای مورد مطالعه اتفاق نیفتاده است.

جدول (۸): میزان تغییر گویه های مرتبط با شیوه تولید

گویه ها	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین
افزایش تولید	۰	۵۲	۶۱	۱۰۵	۱۰۲	۲
کشت محصول جدید	۰	۵۱	۲۸	۱۲۷	۱۱۴	۲
ماشین آلات کشاورزی جدید	۱۳۷	۱۱۴	۴۲	۲۷	۰	۴
تغییر الگوی کشت	۴۲	۰	۰	۱۱۰	۱۶۸	۱/۸
تغییر کیفیت محصول	۴۲	۰	۱۰	۱۳۷	۱۳۱	۲
استفاده از تجربیات دیگران	۰	۰	۵۳	۹۲	۱۷۵	۱/۶
روش های جدید بازار یابی	۰	۰	۴۲	۵۰	۲۲۸	۱/۴
نوآوری در تولید	۰	۰	۴۲	۳۳	۲۴۵	۱/۳
میانگین نهایی						۲

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۵

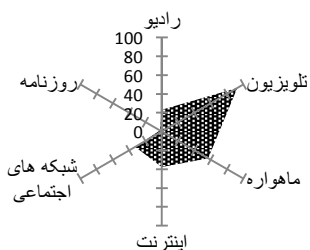


شکل (۱۰): نمودار میزان تغییر روشهای تولید در منطقه مورد مطالعه

متوسط کلی درصد شاخص مصرف رسانه ای در روستاهای مورد مطالعه

هرچند امروزه وجود تلویزیون و بعضاً رادیو در خانه های شهری و روستایی امری متداول است و کمتر کسی وجود دارد که از آن برای گذران اوقات فراغت استفاده نکند ولی استفاده از اینترنت و شبکه های مجازی در روستاها بیشتر به نسل جدید باز می گردد. چنان که در جدول (۴-۳۱) مشاهده می شود به طور میانگین ۲۳/۹ درصد از جامعه نمونه مورد مطالعه همه ی انواع رسانه های جمعی چون رادیو، تلویزیون، اینترنت و شبکه های اجتماعی را مورد استفاده قرار می دهند. اکثریت جوانان روستایی کاربران موقت یا دائمی اینترنت و شبکه های مجازی می باشند. میانگین تغییرات به وجود آمده در بخش تولید نیز ۱۶/۶ می باشد که نشان می دهد که تغییرات زیادی را در بخش تولید شکل نگرفته است.

جدول (۹): میزان تغییرات شاخص های مصرف رسانه و تولید در منطقه مورد مطالعه



شکل (۱۱): متوسط مصرف رسانه و تغییر تولید در منطقه مورد مطالعه

شاخص	میانگین
رادیو	۲۳,۱
تلویزیون	۹۲,۶
ماهواره	۵۶,۸
اینترنت	۳۷,۸
شبکه های اجتماعی	۳۲,۸
روزنامه	۲,۳
میانگین	۴۰,۹

یافته های تحلیلی (آمار استنباطی)

نتایج آمارهای مورد بررسی نشان می دهند با توجه به اینکه مقدار معیار تصمیم در متغیرهای بدست آمده، برای سطح اطمینان ۰/۹۵ بیش از ۵٪ است، بنابراین می توان گفت متغیرهای پژوهش از توزیع نرمال تبعیت می کنند و باید جهت تحلیل داده ها از آزمون های پارامتریک استفاده نمود

جدول (۱۰): نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف

متغیر	سبک زندگی	کیفیت زندگی	تولید	رسانه
نتیجه آزمون	۰/۹۳	۰/۸۵	۰/۹۵	۰/۵۷
آماره کلموگروف-اسمیرنوف	۰/۱۲	۰/۱۰	۰/۱۷	۰/۰۹
سطح معنی داری				

برای سنجش میزان همبستگی بین مصرف رسانه ای و سبک زندگی با توجه به سطح سنجش فاصله ای آن ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه ای و سبک زندگی برابر با ۰/۷۴۱ و سطح معنی داری آن ۰/۰۰۱ است. به دلیل اینکه سطح معناداری در ضریب همبستگی کمتر از ۰/۰۵ است، لذا رابطه معناداری بین دو متغیر وجود دارد. به عبارت دیگر می توان گفت که هر چه میزان استفاده از رسانه های جمعی بیشتر باشد، میزان تغییر سبک زندگی نیز بیشتر خواهد شد.

جدول (۱۱): ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه ای با سبک زندگی

ضریب همبستگی	مقدار ضریب	sig	نتیجه رابطه
پیرسون	۰/۷۴۱**	/۰۰۱	مثبت و قوی

همه زیر مؤلفه های سبک زندگی نیز (اوقات فراغت، پوشش و مد، الگوی مصرف غذا، بهداشت فردی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و تعامل اجتماعی) با مصرف رسانه دارای ارتباط معناداری می باشند. این ارتباط در همه موارد مثبت و هم جهت می باشد. در میان زیر مؤلفه های سبک زندگی بیشترین همبستگی مربوط به بهداشت فردی با ضریب ۰/۴۴۷ درصد می باشد.

جدول (۱۲): ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه ای با زیر مؤلفه های سبک زندگی

رسانه	ضریب همبستگی	اوقات فراغت	پوشش و مد	الگوی مصرف غذا	بهداشت فردی	مشارکت اجتماعی	انسجام اجتماعی	تعامل اجتماعی
	۰/۱۱۴	۰/۳۳۲	۰/۲۴۳	۰/۴۴۷	۰/۲۳۰	۰/۳۷۴	۰/۲۰۶	
Sig	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۴۶

منبع: یافته های پژوهش: ۱۳۹۵

برای دستیابی به نتیجه آزمون T برای متغیرهای مستقل به سنجش میزان تغییرات ایجاد شده در بخش تولید و بخش اجتماعی و فرهنگی زندگی روستایی در روستاهای مورد مطالعه پرداخته شده است. بدین ترتیب با عنایت به ویژگی های توصیفی فوق وضعیت جامعه نمونه در در این دو بخش به شکل ذیل آمده است.

جدول (۱۳): نتایج آزمون تی زوجی برای بخش اجتماعی- فرهنگی و بخش تولید در روستاهای نمونه

میانگین	انحراف معیار	Sig	آزمون برابری میانگین ها
۱۶/۶	۶/۶۰	۰/۰۰۱	T
۵۵/۳	۴/۲		۸۵/۲
			Sig
			۰/۰۰۰

طبق نتایج به دست آمده مشخص شد که میانگین نمره تولید ۱۶/۶ و بخش اجتماعی- فرهنگی ۵۵/۳ می باشد. نتایج آزمون T زوجی نیز نشان می دهد که بین میانگین تغییرات به وجود آمده در تولید و بخش اجتماعی- فرهنگی زندگی روستاهای مورد مطالعه تفاوت آماری وجود دارد و میزان تغییرات در جنبه های اجتماعی- فرهنگی سبک زندگی روستایی بیش از تولید می باشد.

برای سنجش همبستگی این دو متغیر نیز از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. ضریب همبستگی بین دو متغیر سبک زندگی و کیفیت زندگی ۰/۴۲ - و سطح معناداری آن ۰/۰۱ است. با توجه به اینکه سطح معناداری در ضریب همبستگی کمتر از ۰/۰۵ است، لذا رابطه معناداری بین دو متغیر وجود دارد و نشان دهنده‌ی این است که تغییر در سبک زندگی باعث کاهش کیفیت زندگی می‌شود به گونه‌ای که بیشتر پاسخ دهندگان از کیفیت محیط زیست، آموزش، سلامت و اوقات فراغت خود رضایت کمتری دارند و میزان امید به زندگی و احساس خوشبختی آنان در سطح پایینی می‌باشد.

جدول (۱۴): ضریب همبستگی پیرسون بین تغییر سبک زندگی با کیفیت زندگی

ضریب همبستگی	مقدار ضریب	Sig	جهت رابطه
پیرسون	-۰/۴۲	۰/۰۱	منفی

تمامی زیرمتغیرهای مرتبط با کیفیت زندگی نیز تفاوت معنی داری با سبک زندگی جامعه مورد مطالعه دارند؛ به طوری که سطح معنی داری بین این زیرمتغیرها با سطح اطمینان ۰,۹۵، کمتر از ۰,۰۵ بوده و معنی دار است.

جدول (۱۵): ضریب همبستگی پیرسون بین تغییر سبک زندگی با زیر مؤلفه‌های کیفیت زندگی

متغیرها	کیفیت آموزش	کیفیت سلامت	کیفیت فراغت	امید به زندگی	احساس خوشبختی	کیفیت محیط
ضریب همبستگی	-۰/۲۴۱	-۰/۰۸۳	-۰/۱۴۵	-۰/۷۵	-۰/۵۳	-۰/۳۱۱
Sig	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۴

نتیجه گیری و پیشنهادها

نتایج آزمون‌های آماری نشان می‌دهند که ارتباط مثبت قوی بین استفاده از رسانه‌های جمعی و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی با تغییر سبک زندگی در نواحی روستایی مورد مطالعه وجود دارد. ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد اشاره ۰/۷۴۱ درصد و سطح معناداری ۰/۰۰۱ می‌باشد. در سطح زیر مؤلفه‌ها نیز این ارتباط در بین همه‌ی زیر مؤلفه‌های سبک زندگی برقرار است. بر این اساس می‌توان گفت که با افزایش استفاده از رسانه‌ها جمعی سبک زندگی سنتی نیز دچار تغییر و تحولات اساسی می‌شود. در شاخص اوقات فراغت پاسخگویان بیشترین وقت خود را برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و تماشای تلویزیون و ماهواره صرف می‌کنند. در شاخص پوشش و مد استفاده از لباس‌های سنتی در میان همه اقشار روستا کاهش یافته است و میزان پیروی از مد در الگوی پوشش و آرایش سر و صورت نیز در سطح متوسطی قرار دارد. در شاخص رفتارهای دینی شاهد کم رنگ شدن باورهای دینی نسبت به گذشته هستیم و در شاخص الگوی مصرف غذا نیز انواع فست فودها و غذاهای جدید ترجیح داده شده است. در شاخص بهداشت نیز شاهد ارتقای بهداشت فردی روستاییان هستیم. مسواک زدن و استحمام و پاکیزه بودن لباس‌ها اهمیت بیشتری یافته است. در شاخص‌های مشارکت اجتماعی، پیوستگی و انسجام اجتماعی و تعامل اجتماعی اکثر پاسخگویان معتقدند میزان مشارکت و تعامل میان اهالی روستا نسبت به زمان‌های قبل کاهش یافته است.

اما در پاسخ به اینکه کدام حوزه‌های زیستی و اقتصادی در نتیجه تغییرات سبک زندگی تحولات بیشتری پیدا کرده است؛ نتایج قابل توجه است. با انجام آزمون تی زوجی و مقایسه میانگین تغییرات به وجود آمده در ابعاد مختلف زندگی روستایی از جمله بعد اجتماعی- فرهنگی و بخش تولید، مشخص شد که میزان تغییرات اجتماعی و فرهنگی در زندگی روستاهای مورد مطالعه بسیار بیشتر از تغییرات به وجود آمده در بخش تولید است. از سوی دیگر تغییرات به وجود آمده در بخش‌های اجتماعی و فرهنگی شامل نوع لباس پوشیدن، الگوی مصرف غذا، میزان تعامل اجتماعی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی و ... بسیار محسوس می‌باشد. این درحالیست که با وجود غالب بودن فعالیت‌های تولیدی (کشاورزی) بر سایر مشاغل در روستا تغییر چندانی در شیوه‌های تولید شکل نگرفته است.

در خصوص رابطه تغییر سبک زندگی و کیفیت زندگی نیز نتایج حاکی از وجود ارتباط معنادار بین این دو متغیر می‌باشد؛ به طوریکه از نظر جامعه مورد مطالعه با افزایش تغییرات در سبک زندگی کیفیت زندگی کاهش پیدا کرده است و این امر را باید در بالا رفتن سطح توقعات جامعه و نیز آشنایی با سبک های مختلف زندگی دانست. به عبارتی دیگر، از نتایج به دست آمده می‌توان استنباط نمود که کیفیت به مفهوم رضایت از زندگی در روستا، با تغییر سبک زندگی سنتی کاهش پیدا کرده است و می‌توان گفت با افزایش آگاهی در بین جوانان تحت تأثیر استفاده از رسانه های جمعی و شبکه های اجتماعی، دیگر جوان روستایی چون گذشتگان خود حاضر به زیستن در روستا با شرایط و امکانات کنونی نبوده و اگر شرایط مهیا گردد، به شهر مهاجرت کرده که این خود مانعی برای توسعه روستا خواهد بود.

با توجه به نتایج این پژوهش میزان امید به زندگی و احساس خوشبختی در بین کسانی که سبک زندگی نوین را تجربه می‌کنند، کمتر از کسانی است که همچنان زندگی سنتی دارند. نتایج این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که در بین کسانی که باورهای قوی دینی دارند شاخص های امید به زندگی و احساس خوشبختی بیشتری نیز وجود دارد و کسانی که باورهای دینی آن‌ها کم‌رنگ تر شده است، از زندگی رضایت کمتری دارند. از سویی با افزایش مصرف گرایی در روستاها و پایین بودن درآمد در روستاها فشار اقتصادی به خانواده ها افزایش یافته است. ویژگی هایی چون قناعت و صرفه جویی در میان روستاییان نسل های گذشته بیش از نسل های جوان است و شاید این خود یکی از دلایل پایین بودن احساس خوشبختی باشد. همچنین با وجود اینکه پاسخگویان به بهداشت خود بیشتر توجه می‌کنند اما میزان رضایت آن‌ها از شرایط بهداشتی و دسترسی به خدمات درمانی در روستا کمتر است. این موضوع در مورد سایر شاخص های کیفیت زندگی از جمله آموزش نیز صدق می‌کند. با وجود اینکه سطح تحصیلات در بین در پاسخگویان و به ویژه جوانان که عمده ترین کاربران شبکه های اجتماعی و مصرف کنندگان رسانه های جمعی هستند، افزایش یافته است اما میزان رضایت آن‌ها از کیفیت آموزش در روستاهایشان در سطح پایینی قرار دارد. در این راستا اولویت های اساسی در حوزه مدیریت و برنامه ریزی توسعه روستایی با عنایت به واقعیت های پیش رو شامل موارد زیر است:

توسعه زیرساخت های دانش بویژه در بین کشاورزان و تولیدکنندگان؛ این موضوع می‌تواند زمینه ارتقاء شیوه های تولید را فراهم نماید.

اطلاع رسانی های لازم در مورد ارزش های فرهنگ بومی (در پوشاک، آداب و رسوم و اعتقادات مذهبی و...)؛ در فرایند معرفی فرهنگ های شهری و مدرن، شبکه های اجتماعی کمتر مزایای سبک های سنتی زندگی را ترویج می‌نمایند و یا غالباً آن را به مثابه مانعی برای توسعه قلمداد می‌کنند؛ از این رو ضروریست تا گام های اساسی و اقدامات لازم برای تغییر دیدگاه رایج و حاکم بر مناسبات شبکه های اجتماعی فراهم شود. از سوی دیگر تولید اطلاعات مرتبط با سبک زندگی روستایی در فضای مجازی به نسبت سایر حوزه های اجتماعی و فرهنگی به شدت پایین است و از این رو تولید محتوی مناسب همزمان با ترویج سبک های مختلف تولید و معیشت و روش های نوی بازاریابی می‌تواند ضمن ارتقای کیفیت زندگی در نواحی روستایی مورد مطالعه زمینه های بهره مندی از مزایای اتصال به جهان مجازی را برای روستاییان فراهم نماید.

یکی از مهمترین نمودهای بارز سبک زندگی شیوه های جدید معیشت و درآمدزایی در روستاهاست که متأسفانه کمتر مورد توجه قرار گرفته است و باید در این زمینه زیرساخت های مناسب تدارک دیده شوند. رسانه های اجتماعی و شبکه های مجازی فرصت های بیشماری را برای ارتقا سطح آموزش های اجتماعی، بهداشتی، فرهنگی و تولیدی و معیشتی فراهم کرده اند؛ اما این بعد از این شبکه های مجازی کمتر مورد توجه قرار گرفته است و ضروریست تا تولید محتوی در این خصوص انجام شده و کارکردهای بالقوه آن به فعلیت برسد. در کنار آن راهکارها، موضوعاتی چون آموزش قشر جوان و نوجوان روستا با فرآیندهای جدید و آسیب ها و مزیت های آن، شناسایی پتانسیل ها و نقاط قوت فرهنگ روستایی برای عرضه فرامحلی، بهبود وضعیت بهداشت، آموزش، محیط زیست و... در روستا و ایجاد تمهیداتی جهت تنوع اوقات فراغت در روستاها برای افزایش رضایت روستاییان،

توجه به به اشتغال و درآمد روستاییان به ویژه قشر تحصیل کرده برای جلوگیری از مهاجرت های روستا - شهری که با افزایش سطح آگاهی و نیز نارضایتی از محیط روستا رو رشد است و نیز توجه و نگاه ویژه به بخش تولید روستایی که عمدتاً مبتنی بر تولید کشاورزی است و آموزش شیوه های نوین کشت و آبیاری میتواند پیامدهای چالش زای تغییر سبک زندگی را کنترب و کاهش دهد.

منابع

۱. ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۹۲). رویکردی میان رشته ای به سبک زندگی: با نگاهی به جامعه ایرانی. فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، ۵(۴)، ۵۳-۳۳.
۲. ارجمند سیاهپوش و حیدری (۱۳۹۱)، تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و عشایری شهرستان گیلان غرب، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران، وره ۴، شماره ۴، پاییز ۱۳۹۱، صفحه ۸۹-۱۰۳.
۳. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶)، زندگی روزمره در ایران؛ زندگی روزمره، قدرت و فرهنگ، جاد دانشگاهی دانشگاه تهران، تهران.
۴. آسبرگر، آ. (۱۳۸۳)، روشهای تحلیل رسانها. ترجمه پ، اجالی. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
۵. اینگلهارت، رونالد (۱۳۸۲)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه ی مریم وتر، انتشارات کویر.
۶. بشیر، حسن؛ افراسیابی، محمدحسن (۱۳۹۱)، شبکه های اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی: بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۱، صص ۶۲-۳۱.
۷. بوردیو، پیر (۱۳۸۴)، اشکال سرمایه، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، ویراسته کیان تاجبخش، ترجمه ی افشین خاکباز و حسن پویان، نشر شیرازه، چاپ اول.
۸. خاتم (۱۳۷۹)
۹. ربانی، رسول و شیرینی، حامد (۱۳۸۸)، اوقات فراغت و هویت اجتماعی، دوره ۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۸، صفحه ۲۰۹-۲۴۲.
۱۰. رحمت آبادی، الهام و آقا بخشی، حبیب (۱۳۸۴)، سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۲، صص ۲۵۲-۲۳۵.
۱۱. رستمی، احسان؛ اردشیرزاده، مرجان (۱۳۹۲)، نگاهی به نظریه های سبک زندگی، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال دوم، شماره ۳، بهار ۱۳۹۲، صص ۳۱-۹.
۱۲. زهیری، علیرضا (۱۳۸۱). انقلاب اسلامی و هویت ملی، تهران: انجمن معارف .
۱۳. شکری، مرسل؛ عباس زاده، محمد (۱۳۹۲)، بررسی مقایسه ای سبک زندگی مصرفی در میان دو گروه زنان شاغل و زنان خانه دار در شهر میانه، فصلنامه مطالعات جامعه شناسی، سال پنجم، شماره نوزدهم، تابستان ۱۳۹۲ صص ۷۰-۵۷.
۱۴. شیرینی، محمد (۱۳۹۲)، بررسی عوامل اجتماعی - جمعیتی مؤثر بر بازگشت به مصرف مواد مخدر (مطالعه موردی معتادان ورامینی)، فصلنامه دانش انتظامی شرق تهران (سال اول، شماره یک، بهار ۱۳۹۳، صص ۸۰-۶۳.
۱۵. صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۸)، الگوهای سبک زندگی ایرانیان، به اهتمام ابراهیم حاجیانی؛ تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، چاپ دوم، انتشاراتصفا.
۱۶. علم، محمدرضا و دیگران (۱۳۹۳)، برنامه تجدونوسازی ایران در عصر رضاشاه پهلوی، تحقیقات تاریخ اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی سال چهارم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۳، صص ۸۶-۶۱.
۱۷. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، انتشارات صبح صادق، چاپ اول.
۱۸. الفت، سعیده؛ سالمی، آزاده، مفهوم سبک زندگی. فصلنامه مطالعات سبک زندگی. سال اول، شماره ۱، پاییز ۱۳۹۱: صفحه ۳۶ تا ۳۹.
۱۹. فتحی، سروش؛ مختاریپور، مهدی (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، سال ششم، شماره دوم، بهار ۱۳۹۳، صص ۱۱۸-۱۰۱.
۲۰. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸)، تجلد و تشخص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان. نشر نی، تهران.
۲۱. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، چشم اندازهای جهانی، ترجمه محمد رضا جلایبی پور، تهران: طرح نو.
۲۲. مرادی، سجاد (۱۳۹۳)، تغییرات نسلی سبک زندگی روستایی (مطالعه ای میدانی در میان عشایر بختیاری)، منتشر شده در

۲۳. مرکز آمار ایران، سالنامه آماری استان اردبیل، ۱۳۹۰.
۲۴. مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۶). مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره یک.
۲۵. مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷). مفهوم سبک زندگی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره یک.
۲۶. مهدی زاده، حسین (۱۳۹۲)، سبک زندگی، ماهنامه سوره، سال سوم، شماره ۵۰.
۲۷. مهدی زاده، شراره؛ خسروی، وحیده (۱۳۸۸)، بررسی میزان تماشای ماهواره و تاثیر آن بر روی سبک زندگی، مجله جامعه‌شناسی معاصر، سال اول، شماره ۲، بهار ۱۳۸۸، صص ۸۷-۱۰۴.
۲۸. نجار زاده، محمد (۱۳۹۱)، بررسی تفاوت‌های سبک زندگی گروه‌های شهری و روستایی در ارتباط با جهانی‌شدن فرهنگی مطالعه موردی: اصفهان و روستاهای آن، دوره ۲۳، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۱، صفحه ۱۶۴-۱۴۳.
۲۹. نوغانی، محسن؛ اصغرپور ماسوله، احمدرضا؛ صفا، شفا، کرمانی، مهدی (۱۳۸۷)، کیفیت زندگی شهروندان و رابطه‌ی آن با سرمایه اجتماعی در شهر مشهد، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال پنجم، صص ۱۱۱-۱۴۰.
۳۰. ویل، آنتونی، جی (۲۰۰۱). فراغت، فرهنگ و سبک زندگی؛ ترجمه مصطفی قاسمی پاکرو، آسان نشر، تهران.
۳۱. هاشمی، سید مسعود (۱۳۹۳)، تغییر مناسبات سبک زندگی در روستاهای استان اردبیل، پایان نامه برای کسب درجه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه جغرافیا، اردبیل.

32. Benedikter, Roland & Anheier M.Juergen smeyer (2011). Life style, the sage encyclopedia of global studies: Illinois.
33. Bourdieu, David (1984), Distinction: A social critique of the judgment of taste, London and Newyork: Routledge.
34. Bourdieu, P. (1984). Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste. Rutledge. Cambridge Dictionary (2006).
35. Brajsa, Z. A., Merkas, M. and Sverko, I. (2011), Quality of life and leisure activities: How does leisure activities contribute to subjective well-being, Bute ?being-well subjective to Social Indicators Research, 102(1), 81-91
36. Calhoun, Craig (1993), habitus, field and capital: the question of historical specificity. In: Calhoun, C, Lipuma, E and Postone, M (eds), Bourdiéu, critical perspectives, polity press.
37. Falco, M. F., (2007), The Aesthetic & Lifestyle Significance of Mission Beach
38. Featherstone, M. (1991). Consumer Culture & Postmodernism. London: Sage Publication.
39. Focus on Research, Cairns, Australia.
40. Giddens, A (1991) Modernity and self- Identity, self and society a latemodern age, oxford: polity press.
41. Lash, S. & J. Urry (1987). The End of Organized Capitalism. Cambridge: Polity
42. Leslie, G. R., Larson, R. F., & Gorman, B.L (1994), introductory sociology, Oxford Un, Press.
43. Veal, Anthony.j. (2001), "Leisure, cultural and lifestyle ", society and Leisure, vol, 24, no, 2, pp.359-376.