

بررسی رابطه سبک زندگی
با تعلقات قومی و ملی شهروندان شهر خرم‌آباد

Investigating the relationship between lifestyle
and ethnic and national belonging of citizens of
Khorramabad

Nouredin Alahdadi,¹ Mohammadjavad Zahedi
Mazandarani,² Houshang Nayeji,² Shahnaz
Sedaghatzadegan²

Introduction: In sociologists, point of view identifying is a process that is always being reconstructed and the reconstruction factors socially, historically and culturally are varied. Lifestyle is one of the important components which has a determinative impact on identity belonging. Lifestyle is defined by the choices in daily life. Thus, in spite of traditional society in contemporary society through emerging consuming society, lifestyle and its determination in the other fields including ethical and national belonging has become important.

Lifestyle by creating rethinking, reflective and selective power features for people, has transformed the coherent identities and relatively stable, traditional belonging and has created numerous and diverse resources for creating identity and belonging, obligations, as well as differences. The aim of this study is to investigate the relationship between lifestyle and ethical and national belonging of Khorramabad people.

Method: Data was collected applying

1. Ph.D. in Sociology, < nalahdadi@gmail.com >
2. Ph.D. in Sociology

نورالدین اله‌دادی،^{*} محمدجواد زاهدی مازندرانی،^{**}
هوشنگ نایبی،^{**} شهناز صداقت‌زادگان،^{**}

مقدمه: از دید جامعه‌شناسان هویت‌یابی فرایندی است که مدام در معرض بازسازی است و عوامل این بازسازی به لحاظ اجتماعی، تاریخی و فرهنگی متفاوت است. سبک زندگی از جمله عوامل مهمی است که تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر تعلقات هویتی دارد. سبک زندگی با انتخابی شدن زندگی روزمره معنا می‌یابد؛ بدین ترتیب برخلاف جامعه سنتی در جامعه معاصر به واسطه ظهور جامعه مصرفی، سبک زندگی و تعیین‌بخشی آن در حوزه‌های دیگر و از جمله تعلقات قومی و ملی اهمیت بیشتری یافته است. سبک زندگی با خاصیت بازاندیشانه و بازتابی و قدرت انتخابی که برای افراد ایجاد کرده است، هویت‌های منسجم و تعلقات نسبتاً پایدار سنتی را دچار استحاله کرده است و منابع متکثر و متعددی را برای هویت‌سازی و ایجاد تعلقات، تعهدات و همچنین تمایزات و تشخیص‌های هویتی ایجاد کرده است. هدف این مقاله بررسی رابطه سبک زندگی و تعلقات قومی و ملی شهروندان شهر خرم‌آباد است.

روش: در این تحقیق از تکنیک پیمایش و ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری شهروندان شهر خرم‌آباد است. همچنین با استفاده از فرمول کوکران ۶۱۵ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

* دکتر جامعه‌شناس، دانشگاه پیام نور، (نویسنده مسئول)،
<nalahdadi@gmail.com>

** دکتر جامعه‌شناس، دانشگاه پیام نور
*** دکتر جامعه‌شناس، دانشگاه تهران

survey method and questionnaires. 516 people were chosen as the sample using Cochran's formula.

Findings: Results show that modern style has 0/5 effect on national belonging and -0/21 impact on ethical belonging. Moreover, traditional style has 0/24 influence on national belonging and 0/31 effect on national belonging. Modern lifestyle has more effect on national belonging in comparison with ethical belonging. Also, the impact of traditional lifestyle on national belonging is more than ethical belonging. The structural equation model also showed the GFI fit index of 0/94 and the AGF, CFI and RMR indices also represent a good and acceptable fit of the model. Also, the RMSEA index, which represents the residual values, is 0/047, of which the low value indicates that the model has a relatively favorable fit.

Discussion: The changes caused by the interaction between traditional and modern systems and their conflicts in Khorramabad have led to the formation of various issues, including identity issues. In short, it can be said that the city of Khorramabad is experiencing a kind of transition that can be rethought and challenged by cultural and identity

یافته‌ها: نتایج تحقیق بیانگر این است، که سبک مدرن ۰/۵ بر تعلقات ملی و ۰/۱۲- بر تعلقات قومی اثرگذار است. همچنین سبک سنتی ۰/۲۴ بر تعلقات قومی و ۰/۱۳- بر تعلقات ملی تأثیرگذار است. سبک زندگی مدرن اثر بیشتری روی تعلقات ملی دارد تا تعلقات قومی. همچنین، اثر سبک زندگی سنتی بر تعلقات ملی بیشتر از تعلقات قومی است. مدل معادلات ساختاری نیز بیانگر شاخص برازش *GFI* برابر با ۰/۴۹ است و شاخصهای *AGF*، *CFI* و *RMR* نیز بیانگر برازش خوب و قابل قبول مدل است. همچنین شاخص *RMSEA* که مقادیر باقیمانده را نشان می‌دهد برابر با ۰/۰۴۷ است، که مقدار کم آن بیانگر این است که مدل دارای برازش نسبتاً مطلوبی است.

بحث: تغییرات ناشی از برهم‌کنش نظامهای سنتی و مدرن و تعارضهای ناشی از آن در شهر خرم‌آباد منجر به شکل‌گیری مسائل مختلف و از جمله مسائل هویتی شده است. به‌طور خلاصه می‌توان گفت شهر خرم‌آباد در حال تجربه‌نوعی گذار است که امکان بازاندیشی و به چالش کشیده شدن عناصر فرهنگی و هویت‌ساز در آن بسیار وجود دارد. در واقع می‌توان گفت تغییرات ناشی از سبک زندگی جدید ساختار سنتی حاکم بر این شهر را به چالش کشیده و پیامدهایی را از خود بر جای گذاشته است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، تعلقات قومی، تعلقات ملی، شهروند، خرم‌آباد

تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۶/۲/۳

مقدمه

factors. In fact, it can be said that the changes made by the new lifestyle challenged the traditional structure of this city and left its consequences.

Keywords: Lifestyle, ethnical belonging, national belonging, citizen, Khoramabad.

امروزه جنبه‌های گوناگون مسأله هویت از سوی اندیشمندان و نظریه پردازان اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. در جامعه سنتی تعلقات قومی از طریق سنت و با عضویت افراد در گروه یا اجتماعات قومی به افراد داده می‌شود و بدین ترتیب از بیرون و به دست نظام خویشاوندی تعیین می‌شود. در مقابل با پیدایش سبک زندگی مدرن، چارچوبهای سنتی هویت‌بخش کم رنگ شده و سبک زندگی مدرن باعث شکل‌گیری چالشهای هویتی شده است. پرسش از هویت در نظریه اجتماعی، چه در میان روان‌شناسان و چه در میان جامعه‌شناسان به شدت مورد بحث و مناقشه است. واژه هویت که به معنای آگاهی به خود و تعریف از خود است با مفهوم سوژه به معنای انسان فاعل، آزاده، آگاه و متفکر ارتباط نزدیکی دارد. محور اساسی بحثهای مربوط به هویت این است که هویت‌های منسجم و نسبتاً پایدار سنتی رو به افول گذاشته و در عوض تعدد و تکثر منابع هویتی و تعلقات گروهی انسان مدرن را دچار انشقاق و چندپارگی کرده است. در نتیجه بحران هویت یکی از نتایج تغییرات سریع و وسیعی است که در ساختارها و به‌ویژه در چشم‌اندازهای فرهنگی طبقه، جنسیت، روابط جنسی، قومیت، نژاد و ملیت پدید آمده است. بحران هویت یکی از نتایج تغییرات سریع و وسیعی است که در ساختارها و به‌ویژه در چشم‌اندازهای فرهنگی طبقه، جنسیت، روابط جنسی، قومیت، نژاد و ملیت پدید آمده است (رفعت‌جاه، ۱۳۸۷). بحران هویت پدیده‌ای عمومی در جامعه معاصر است و عمده‌تاً در غرب مطرح است و از آنجا به جوامع دیگر سرایت می‌کند. طی این بحران که از قرن نوزدهم آغاز شده است، به تدریج گروه‌های مانند قوم که قبلاً مهم‌ترین ارکان هویتی فرد را تشکیل می‌دادند و فرد از طریق انتساب به ارزشهای آنها هویت می‌یافت سست شده و

اهمیت خود را از دست می‌دهند. در مقابل ابتدا گروههای بزرگ‌تر در سطح شهر و کشور مثل شهروندی و ملیت که بیشتر از نوع گروههای ثانویه و قراردادی است به وجود آمده و رونق می‌گیرند و فرد از طریق انتساب به ارزشهای آنها هویت می‌یابد؛ اما این گروهها نیز بایستی به تدریج اعتبار خود را از دست داده و هویتی جهانی فراتر از مرزها، نژادها، زبانها، فرهنگها، اقوام و ملتها شکل گیرد. ظاهر این امر این است که ابعاد هویتی انسان دائم گسترش می‌یابد، ضمن آنکه انسان از قید همه آن گروههای پیشین هویت آزاد و رها می‌شود؛ اما آنچه که زمینه اصل این دگرذیسی هویتی است، نه ارزشهای انسانی، بلکه ویژگیها و اقتضانات ماشین است. این ماشین است که هر روز سیطره‌ای جهانی می‌یابد و به دنبال خود هویت‌های کوچک انسانی را ذایل کرده و برای انسانها هویت‌های مصنوعی، قراردادی و بهتر بگوییم ماشینی ایجاد می‌کند. نتیجه این فرایند از خودبیگانگی و انزوای شدید اجتماعی انسان است. درواقع انسان اگرچه هر روز در اجتماعات گسترده‌تر قرار می‌گیرد و به جامعه‌ای به مراتب بزرگ‌تر از پیش وابستگی می‌یابد، اما به دلیل زیرساخت ابزاری این گسترش، انسان از ارزشهای انسانی و عاطفی خود فاصله بیشتر گرفته و به پوچی، انزوا و بریدگی از هم‌نوعان، هم‌مسلمانان، هم‌ولایتیها و اقوام و خویشان نزدیک‌تر می‌شود (معیدفر، ۱۳۸۵). نباید تصور کرد که فرهنگ قومی لزوماً در برابر فرهنگ ملی جدید قرار می‌گیرد. از آنجا که ما فرهنگ ملی و جدید را به‌عنوان هدفی در نظر گرفته‌ایم که موقعیت آن در گرو اضمحلال هویت قومی است، به مقابله با فرهنگ قومی برخاسته‌ایم. شکی نیست که مقابله با فرهنگ قومی کار اشتباهی است و نتایج مطلوبی به بار نمی‌آورد. درواقع اورنگ قومیت می‌تواند حیات ملی را قوام و دوام بخشد. قومیت گنجینه‌ای است که می‌تواند باعث غنای فرهنگ نوین ما شود. این مسأله به قدری اهمیت دارد که بایستی به‌کند و کاو دقیق‌تر زوایای مختلف آن پرداخت (معیدفر، ۱۳۸۵). هویت یکی از مقوله‌های بسیار مهم و اساسی تلقی می‌شود، به گونه‌ای که در سالهای اخیر هم

در ادبیات سیاسی- اجتماعی و هم در سیاست‌گذاریهای فرهنگی به صورت جدی در همه جوامع مورد توجه قرار گرفته است. در ایران به دلیل وجود تنوع قومی، فرهنگی و رابطه متقابل میان هویت‌های قومی و محلی با هویت ملی، موضوع از جایگاه و اهمیت بیشتری برخوردار است و ناگزیریم کم و کیف هویت ملی را در کم و کیف تعاملات و مناسبات آن با هویت‌های قومی بررسی و جستجو کنیم (روح‌الامینی، ۱۳۸۳). فکوهی معتقد است ایران همانند سایر کشورهای جهان با مسأله هویت روبه‌رو است و در آینده شاید به مهم‌ترین مسأله جامعه ایران تبدیل شود (فکوهی، ۱۳۸۱). بشیریه نیز مسأله هویت را یکی از اساسی‌ترین بحران‌های حال حاضر کشور می‌داند (بشیریه، ۱۳۷۹). پیش از هرگونه صورت‌بندی مفهوم هویت اجتماعی، ابتدا باید به این پرسش پاسخ داد که هویت اجتماعی بر مبنای چه عامل یا عواملی شکل می‌گیرد. کلی‌ترین پاسخی که در جامعه‌شناسی به این پرسش داده می‌شود بر مبنای تمایز جامعه سنتی و مدرن استوار است. درباره جامعه سنتی همین اشاره کافی است که مبنای هویت اجتماعی افراد ویژگیهای انتسابی است. اما در جوامع مدرن دو رویکرد عمده در پاسخ به پرسش فوق وجود دارد: در رویکرد اول و قدیمی‌تر فعالیت تولیدی و جایگاه فرد در نظام تولید یا ساختار شغلی شالوده هویت اجتماعی اوست؛ و در رویکرد دوم، رفتارهای مصرفی مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی محسوب می‌شود. رویکرد اول عمده‌تاً بر اساس مفهوم طبقه‌بندی و رویکرد دوم بر اساس مفهوم سبک زندگی فرمول‌بندی می‌شود. جهت‌گیری همگرای جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرفتن اهمیت روز افزون مصرف در شکل‌دادن به هویت‌های اجتماعی اوست و در دهه‌های اخیر فعالیت‌های فراغتی و عادات مصرفی به صورتی فزاینده به منزله شالوده‌های هویت اجتماعی درک می‌شوند (بوردیو^۱، ۱۹۸۴؛ فدرستون^۲، ۱۹۸۷؛ گیدنز^۳، ۱۹۹۱ و ۱۹۹۴)؛

1. Bourdieu
2. Featherstone
3. Giddens

لش و اری، ۱۹۸۷، به نقل از اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سبک زندگی در علوم اجتماعی ظاهراً ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسیهای موجود نمی‌توانند تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح دهند. مفهوم طبقه که برای مدتی طولانی اصل طلائی تبیین بود، به تدریج سودمندی و کارایی خود را از دست داده است، به گونه‌ای که یافتن روابط قطعی و مطمئن میان تحصیلات، مشاغل، درآمد و نگرشهای افراد روز به روز دشوارتر می‌شود. برخی از نخبگان قدرت فاقد مالکیت و یقه آبیها مرفه‌تر از یقه‌سفیدان هستند. دیگر نمی‌توان خطوط تحرک اجتماعی و مقصد نهایی طبقاتی افراد را از خاستگاه طبقاتی آنها پیش‌بینی کرد. در یک کلام دیگر نمی‌توان به کمک مفهوم طبقه تصویری از جهان ترسیم کرد. در چنین وضعیتی مفهوم سبک زندگی انعطاف پذیرتر است، زیرا برخلاف مفهوم طبقه، محتوا و منطوق یا منشاء سبکهای زندگی را از پیش تعیین نمی‌کند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). سبک زندگی در زمره مفاهیم جدیدی است که تغییر و تحولات پدید آمده ضرورت به‌کارگیری آن را ایجاد کرده است. در واقع به سبب این تحولات، جهت‌گیری نظریه‌های اجتماعی در دهه‌های اخیر به سمت پذیرش اهمیت فزاینده سبک زندگی در شکل‌دهی به هویت شخصی و اجتماعی است و مقولاتی همچون ترکیب‌بندیهای هویتی، مرزبندیهای هویتی، تحول منظومه‌های ارزشی، مدیریت بدن، مصرف مد و الگوهای مصرفی و موضوعاتی از این قبیل به محورهای نظریه و پژوهش اجتماعی بدل شده‌اند. جامعه ایران در سالهای اخیر شاهد تغییرات فرهنگی ناشی از سبک زندگی بوده است. سبک زندگی مجموعه نسبتاً هماهنگی از رفتارها و فعالیت‌های افراد در جریان زندگی روزمره است. شیوه‌های عملکردی که افراد برمی‌گزینند تا روایت خاصی از زندگی و هویت‌شان را برای دیگران بیان کنند. تحولات تکنولوژیکی و گسترش استفاده از فناوریهای ارتباطی نظیر اینترنت، ماهواره، تعاملات با دنیای مدرن باعث شده است، افراد جامعه به دنبال ارزشها و الگوهای جدید برای زندگی‌شان باشند؛ به عبارتی

به دنبال تجربه سبکهای زندگی جدید باشند.

به طور خلاصه می توان گفت شهر خرم آباد در حال تجربه کردن نوعی گذار است که امکان بازاندیشی و به چالش کشیده شدن عناصر فرهنگی و هویت ساز در آن بسیار وجود دارد. در شهر خرم آباد با جامعه ای مواجه هستیم که تحت تأثیر سبک زندگی مدرن وضعیتی از نابسامانی و از هم گسیختگی ناشی از ضعف همبستگیهای سنتی و نظامهای سنتی هویت ساز، افراد در برابر الگوهای قومی، ملی و جهانی متفاوت و نسبتاً متعارضی قرار گرفته اند و با کنده شدن از نظامهای سنتی هویت ساز و هویت بخش و در شرایط ضعف اساسی و یا نبود ساختارهای نوین مدنی و عدم تشخیص الگوهای مناسب دچار تعارض، سردرگمی، بلا تکلیفی، نارضایتی و برون گرایی می شوند. اهمیت یافتن مصرف در منظومه ارزشی و هویتی در بین شهروندان خرم آباد و شکل گیری صورتهای جدیدی که افراد به واسطه آن هویت خویش را می سازند، از جمله تحولاتی به شمار می آیند که ضرورت بازاندیشی در مسأله سبک زندگی و تعلقات هویتی جامعه هدف مد نظر را پررنگ می سازد. به طور خلاصه می توان گفت تحت تأثیر سبک زندگی جدید تعلقات هویتی مردم این منطقه از ساختار ساده به ساختار پیچیده و ترکیبی تری تغییر حالت داده است. تغییرات فرهنگی نشأت گرفته از سبک زندگی مدرن زمینه ساز گسست همبستگی از نوع منسجم، ساده و مکانیکی به نوع شبه ارگانیک و پیچیده شده است که در نبود نهادهای مدرن و مدنی که بستر ساز انسجام و همبستگی ارگانیک به شمار می آیند، تغییرات ناشی از برهم کنش نظامهای سنتی و مدرن و تقابل و تعارضهای ناشی از آن منجر به شکل گیری مسائل مختلف و از جمله تغییرات هویتی و مسائل هویتی شده است. در شهر خرم آباد از یکسو سبک زندگی سنتی در زمینه زندگی نقش می آفریند و از سوی دیگر سبک زندگی مدرن، بازتابی کردن هویت را وارد فضای زندگی کرده است. بنابراین پاسخگویی به پرسشهایی در زمینه الگوهای سبک مدرن و سبک سنتی و بازتاب این

الگوها در تعهدات قومی و ملی می‌تواند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد. در واقع قدرت بازتابندگی سبک زندگی در حوزه هویت اجتماعی معین می‌گردد، مثلاً سبک زندگی افراد تعیین می‌کند که با چه کسانی رابطه داشته باشند، نوع نگاه به ملیت، مذهب، قومیت، حکومت، خانواده و فرهنگ چگونه باشد و بر این مبنای می‌توان گفت سبک زندگی در دوران جدید شکل‌دهنده هویت است. مسأله بودن این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که تغییراتی که در سبک زندگی افراد ایجاد می‌شود، موجب ازهم گسیختن انسجام اجتماعی، افزایش شکافهای اجتماعی، استحاله تعلقات و تعهدات هویتی، رواج مصرف‌گرایی، ازهم پاشیدگی شبکه‌های سنتی و در نهایت بحران هویت قومی و ملی افراد می‌شود. بر این مبنای در این پژوهش ما به دنبال پاسخگویی به این پرسش هستیم که در شهر خرم‌آباد سبک زندگی که بیش از همه تغییرات مدرنیته را نشان می‌دهد چه رابطه‌ای با تعلقات قومی و ملی دارد؟ در ارتباط با سبک زندگی و تعلقات هویتی به نظر می‌رسد که ارتباط دوسویه‌ای با هم دارند، به این معنا که هم سبک زندگی بر هویت اثر تعیین‌کننده‌ای دارد و هم تعلقات هویتی بر سبک زندگی اثرگذار است؛ اما آنچه در این پژوهش مد نظر است، تأثیرات سبک زندگی بر تعلقات قومی و ملی است.

تحقیقاتی مختلفی در زمینه سبک زندگی و تعلقات هویتی با رویکردهای متفاوت انجام شده است، که برای پشتوانه تحقیق، چند نمونه از آنها در ذیل توضیح داده می‌شود.

سبک زندگی جهانی در شرایط محلی: طبقه متوسط در اندونزی، مطالعه‌ای است که توسط سولوی گرک (۲۰۰۰) انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که با توسعه سریع اقتصاد سرمایه‌داری در اندونزی وجهه اجتماعی و منزلت عمدتاً بر مبنای مصرف و سبک زندگی در میان مردمان این کشور اهمیت قابل توجهی یافته و اهمیت سلسله مراتب و ارزشهای انتسابی سنتی در کسب منزلت و وجهه اجتماعی افراد کمتر شده است. در این

1. Solvay Gerke

فرایند عناصر فرهنگ محلی بخش بزرگی از کارکرد خود را از دست داده و جای خود را تا حدود زیادی به نمادهای مدرن غربی / مدرن جهانی شده واگذار نموده‌اند (گرک، ۲۰۰۰، به نقل از نایی، ۱۳۹۲).

چان و گلدتراپ^۱ (۲۰۰۷)، در تحقیق خود به عوامل مؤثر بر مشارکت و مصرف فرهنگ تأثیرگذار پرداخته‌اند. به نظر می‌رسد تکنولوژی همواره با سبک زندگی و عوامل دموگرافیک، تغییر مهمی را در فعالیتها، رخدادها و محصولات سنتی زندگی مردم به وجود آورده‌اند. ترکیب دموگرافیک عامل مهم دیگری در میزان مشارکت در فعالیتهای مختلف است. آنها بیان می‌دارند که جمعیت در آینده مسن‌تر، آموزش دیده‌تر و دارای حق انتخاب بیشتری است و این تغییرات بر میزان کالاهای مصرف فرهنگی تأثیرگذار هستند.

کوپسکو^۲ (۲۰۱۱)، در تحقیقی با عنوان «جنبه‌های ساخت هویت در درون موقعیت جهانی شدن» بر مشکلات ساختاری هویت اجتماعی و فردی در شرایطی که جهانی شدن روی داده است، تمرکز کرده است. نویسنده مقاله مفهوم هویت را از دیدگاه مدرن و پست‌مدرن تحلیل می‌کند. در نهایت در این تحقیق عنوان شده است که وجود یک رویکرد استراتژیک جدید برای تعریف و تفسیر هویت در عصر جهانی شدن، به منظور توضیح و فهم تغییرات اجتماعی در سطوح محلی، منطقه‌ای و جهانی ضروری است.

عرب‌ناز و همکاران^۳ (۲۰۱۱)، در تحقیقی با عنوان «بحرانهای هویت، جهانی شدن و اثرات آن بر هویت اجتماعی - فرهنگی و روان‌شناختی» نشان دادند که جهانی شدن موجب بحرانهای هویتی، روان‌شناختی، مذهبی و فرهنگی متنوعی شده است که شامل تکثرگرایی و استعمار فرهنگی، تغییر در ساختارهای اجتماعی سنتی، تقویت سکولاریسم، کاهش هویت اجتماعی و خلق پیچیدگی در روابط اجتماعی است.

1. Chan and Goldthrope
2. Coposescu

بحرانی و همکاران (۱۳۹۰)، با بررسی مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز به این نتیجه رسیدند که میانگین هویت دینی دختران بالاتر از پسران و هویت دینی دختران قوی‌تر از پسران بوده است. همچنین رابطه استفاده از رسانه‌های جمعی با هویت دینی برای دختران معنادار و منفی و برای پسران بی‌معنا بوده است. میانگین استفاده دختران از رسانه جمعی و رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید بیش از پسران است. میزان استفاده از رسانه‌های جمعی داخلی با هویت دینی دختران و پسران رابطه معناداری نداشتند، اما رابطه میزان استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید با هویت دینی پسران و دختران منفی و معنادار و مقدار این همبستگی منفی برای دختران بیشتر از پسران است.

نواح و سید مجتبی تقوی‌نسب (۱۳۸۶)، در مقاله‌ای به «تأثیر احساس محرومیت نسبی بر هویت قومی و هویت ملی: مطالعه موردی اعراب» خوزستان پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که با افزایش احساس محرومیت نسبی، هویت قومی در میان مردم عرب این استان تشدید شده و در پی آن برخی جنبه‌های هویت ملی آنها کاهش می‌یابد.

هوشنگ نایی و ستار محمدی (۱۳۹۲). تحقیقی با عنوان «تأثیر سبک زندگی و هویت اجتماعی: مطالعه تجربی شهر سندج» انجام داده‌اند. در این پژوهش مصرف فرهنگی و مدیریت بدن به‌عنوان متغیر مستقل و هویت اجتماعی به سه صورت قومی، مذهبی و جهان‌وطنی به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. نتایج به دست آمده با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که داده‌های تجربی مدل نظری مورد نظر را حمایت نمی‌کند.

آزادارمکی و شالچی (۱۳۸۴)، در مقاله‌ای با عنوان «دو جهان ایرانی مسجد و کافی شاپ» با استفاده از الگوی تبیینی بوردیو و روش پیمایش و مشاهده به بررسی تطبیقی دو سبک زندگی اصول‌گرای انقلابی و پسامدرن در میان جوانان منطقه ۳ تهران پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌های پژوهش سبک زندگی اصول‌گرایی انقلابی متأثر از ارزشهای انقلابی است. نفی مصرف‌گرایی غربی، تأکید بر ارزشهای اسلامی، اجتناب از روابط با نامحرم و دوری

از مدگرایی برخی ویژگیهای این سبک هستند. از سوی دیگر مدگرایی، گسترش ارتباط با جنس مخالف و تأثیرپذیری از جریانهای جهانی مصرف، از جمله خصوصیات سبک زندگی پسامدرنی هستند، که اقشاری از طبقات مرفه آن را الگوی خود قرار می دهند. به طور خلاصه می توان گفت در مورد بحث سبک زندگی و تعلقات قومی و ملی تحقیقات چندانی صورت نگرفته است. علی رغم اینکه در مورد تعلقات قومی و ملی با رویکردهای مردم شناسی و جامعه شناسی تحقیقات نسبتاً زیادی انجام گرفته است و همچنین در مورد سبک زندگی نیز تحقیقات نسبتاً محدودی انجام گرفته است، اما تحقیقاتی که بیانگر برهم کنش سبک زندگی و تعلقات قومی و ملی باشد، از زمینه هایی است که در جامعه شناسی ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته است. نکته ای که در این پژوهش کانون مفهومی دارد، تعیین بخشی سبک زندگی بر تعلقات قومی و ملی است.

چارچوب نظری تحقیق

وبلن^۱ به مد به عنوان نتیجه مصرفی نمایشی می نگرد. وی معتقد است که در جامعه افرادی که بیشتر از طبقات بالا هستند، به استفاده بی رویه از کالاها و خدمات می پردازند و با این کار خود می خواهند طبقه خود را بهتر از دیگر طبقات نشان دهند. طبقات پایین تر نیز که احساس می کنند شیوه طبقات بالاتر برتر است بسیار کوشش می کنند تا حداقل بتوانند جزئی از ویژگیهای طبقات بالا داشته باشند و به تبعیت از آنها می پردازند. به زعم وبلن پدیده مد به صورت مصرف نمایشی و اسراف آمیز در نظر گرفته شده است و این پدیده همانند مصرف نمایش از طبقات بالا شروع و به طبقات پایین کشانده می شود. در دیدگاه وبلن نیز همانند دیدگاه زیمل به نقش تقلید بسیار اهمیت داده شده است (وبلن، ۱۳۸۳).

وبلن معتقد است از آنجا که طبقه مرفه از لحاظ اعتبار در بالاترین مرتبه ساخت اجتماعی قرار

1. Veblen

دارد، عادت زندگی و معیارهای ارزشی این طبقه، هنجار اشتها و اعتبار را تعیین می‌کند. رعایت این معیارها با کمی تغییر، بر همه اعضای طبقات پایین تر سلسله مراتب ضروری است. در جوامع متمدن کنونی، مرز جدایی طبقات اجتماعی مبهم و متغیر است. در این گونه جوامع که هنجار اعتبار و آبرومندی از سوی طبقه بالایی وضع می‌شود، نفوذ تسلط‌آمیز خود را با مانعی اندک بر تمامی ساختار اجتماعی تا پایین ترین لایه گسترش می‌دهد. در نتیجه، اعضای هر لایه اجتماعی آرایش سبک زندگی متداول لایه بالاتری را تقلید می‌کنند و کوششهای خود را به سوی دسترسی به این آرمان جهت می‌دهند. اینها چون از شهرت و احترام لایه‌های بالاتر محروم هستند، می‌کوشند لاقط در ظاهر با قوانین و هنجارهای پذیرفته شده آنها هم‌نواپی کنند (وبلن، ۱۳۸۰).

به نظر وبلن مصرف چشمگیر، تن‌آسایی^۱ چشمگیر و نمایش چشمگیر نمادهای بلندپایگی و سالی هستند که انسانها می‌کوشند تا در چشم همسایگان‌شان برتر جلوه کنند و در ضمن، برای خودشان نیز ارزش بیشتری قایل شوند. آداب و شیوه‌های زندگی اشراف‌منشانه با ضابطه تن‌آسایی و مصرف چشمگیر سازگاری دارند. مصرف چشمگیر کالاهای گران‌قیمت، وسیله کسب آبرومندی برای نجیب‌زادگان تن‌آسای است. نجیب‌زادگان همراه با نجیب‌زادگی، تن‌آسایی الزامی را نیز به ارث می‌برند. مصرف و تن‌آسایی چشمگیر، لزوماً انحصار به کسانی ندارد که برای دستیابی به مقام بلند با دیگران رقابت می‌کنند. یک چنین سبک زندگی خاصی را اشخاص وابسته به رییسان خانواده، برای مثال، همسران و خدمت‌گزاران‌شان، نیز می‌توانند برای بالابردن منزلت سروران‌شان به نمایش گذارند. در جهان نوین، فشار مقتضیات اقتصادی سران، خاندانهای طبقه متوسط را واداشته است که با اشتغال در یک شغل، امرار معاش کنند، اما «همسران مردان طبقه متوسط به خاطر حسن اشتها خانواده و بزرگ خانواده، هنوز به نیابت از شوهران‌شان به تن‌آسایی ادامه می‌دهند». پیشخدمت ملبس به جامه مخصوص، بالا پوش چند رنگ پیشخدمتی‌اش را نه برای بهتر

1. Leisure

ساختن تصویر خویش، بلکه برای بالابردن نمادین شأن سرورش به نمایش می‌گذارد. در عصر اشراف‌سالاری، یعنی همان «عصر بربریت»، این سبکهای «اتلاف‌آمیز» نمایش و چشم‌هم‌چشمی، منحصر بودند به طبقه تن‌آسای واقع در رأس هرم اجتماعی، اما وبلن بر این نظر بود که آن نمایشها اکنون سراسر ساختار اجتماعی را فراگرفته‌اند. هر طبقه‌ای تا آنجایی که می‌تواند، سبک زندگی طبقه بالاتر از خودش را الگو قرار می‌دهد. در نتیجه اعضای هر قشری طرح زندگی قشر بالاتر از خودش را سرمشق نزاکت قرار می‌دهد و با همه توانش می‌کوشد تا برابر با این سرمشق زندگی کند (کوزر، ۱۳۸۲).

زیمل در زمینه سبک زندگی به مد اشاره می‌کند و معتقد است که پیروی از مد و نمادهای منزلتی دیگر دو کارکرد دارد؛ از سویی اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی است و از سوی مصرف‌گرایی جامعه مدرن بر مقوله مد تأکید دارد. به نظر زیمل مصرف کالاها و ایجاد سبکهای زندگی از سویی برای فرد هویت‌بخش بوده و از سوی دیگر متمایزکننده است. سبک زندگی از دیدگاه زیمل، یکی از شیوه‌هایی است که افراد برای تعریف هویت‌شان در ارتباط با جامعه توده‌ای جستجو می‌کنند. در حقیقت ارتباط پیچیده بین سبک زندگی مدرن به‌عنوان یک شکل اجتماعی و جستجوی افراد برای کسب هویت شالوده‌بحث وی را تشکیل می‌دهند (کاکرهام، ۱۹۹۷). زیمل با تشبیه زندگی اجتماعی در جامعه مدرن به میدانی برای مبارزه، مد را ابزاری می‌داند که تطابق افراد با پیچیدگیهای زندگی مدرن را تضمین می‌کند. از نظر او مد به منزله تمایز طبقاتی نه تنها فرد را به مثابه عضوی از یک طبقه خاص متمایز می‌کند، بلکه عدم عضویت او در گروههای دیگر را نیز برجسته می‌سازد. مد وسیله‌ای را فراهم می‌سازد که افراد از طریق آن هم جنبه‌هایی از هویت خویش ابراز می‌دارند و هم به کمک آن تمایلات اجتماعی خود را می‌سازند (ذکائی، ۱۳۸۶). زیمل نخستین جامعه‌شناسی

1. Coser
2. Cockerham

بود که به جهان فراغت و مصرف‌گرایی توجه کرد. این امر مثلاً در مقاله‌ای جالب با عنوان مد به خوبی آشکار است. او در این مقاله دلایل تعدد تغییر مد خواه مربوط به پوشاک، آشپزی، هنری، معماری و یا موسیقی باشد؛ خواه چیزهای دیگر، را در فرهنگ مدرن جستجو می‌کند. دلیل اصلی این امر به ادعای او این بود که دورهٔ مدرن عصر عصبی‌تری^۱ است، زیرا برخلاف گذشته چنانکه انواع گسترده‌ای از انتخاب برای مصرف‌کننده، را عرضه می‌کند، به افراد امکان می‌دهد خود را از دیگران متمایز سازند. به سخن دیگر، مردم به مدهای جدید و متفاوت با آهنگ پرشتاب‌تر جذب می‌شوند، چرا که می‌خواهند که هویت متمایز خود را شکل دهند (کیوستو، ۱۳۷۸). زیمل مصرف و مد را از خلال مفهوم تمایز اجتماعی تبیین می‌کند. وی بر این باور است که با ورود به عصر مدرنیته، فردیت انسان در عصر مدرن شکل گرفته است، اما این فردیت جدید تحت فشار ساختارهای جامعه مدرن است و مصرف و مدگرایی یکی از راههای رهایی از این فشارهاست (باکاک، ۱۳۸۱).

آراء گیدنز در زمینه سبک زندگی و هویت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از نظر گیدنز فرایند هویت‌یابی در دوران مدرن تغییر شکل داده است، در گذشته مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، چرا که افراد کمتر با دنیا خارج ارتباط داشتند و ارتباط رودررو با اطراف ایشان در یک محیط ثابت و نیز سنتهای بومی و محلی بخش اعظم هویت آنها را شکل می‌داد. به دنبال مدرنیته و بسط تکنولوژیهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند اینترنت، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کمرنگ شد، چرا که رسانه‌ها و تکنولوژیهای ارتباطی قادرند فرد را از مکان خودش جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی بی‌شماری روبه‌رو هستند و هویت‌یابی شکل غیرمحلی و جهانی پیدا می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۴). از دیدگاه گیدنز مدرنیته به شیوه‌هایی از زندگی یا

1. nervous
2. Kivisto
3. Bocock

سازمانی اجتماعی مربوط می‌شود که از سده هفدهم به بعد در اروپا پیدا شد و به تدریج نفوذ کم و بیش جهانی پیدا کرد (زاهدی، ۱۳۸۶).

بورديو نیز از نظریه‌پردازانی است که به فهم نظری مسأله سبک زندگی و هویت کمک شایانی می‌کند. از نظر بورديو تفاوت در رفتار، حالات و سکناات و ظواهری که بیانگر نوع رابطه با جهان اجتماعی هستند، تفاوت‌های صرفاً زیست‌شناختی را برجسته و به لحاظ نمادین پررنگ می‌کند. افزون بر اینها، همه دخیل و تصرف‌های عمدی در سیمای ظاهری، خصوصاً با استفاده از علائم و نشانه‌ها - آرایشها (مدل مو، آرایش صورت، ریش، سبیل و غیره) به منزله نشانگان اجتماعی عمل می‌کنند (بورديو، ۱۳۹۰). بورديو در رهیافت نظری خود و در تحلیل سبک‌های زندگی نشان می‌دهد که تمایزهای اجتماعی و ساختاری چگونه از رهگذر صورتهای فرهنگی قابل بیان است. در نظریه بورديو سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، وسایل و اثاثیه مورد استفاده و مسکن، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت یافته و تجسم یافته ترجیحات افراد است. چنانچه بورديو در کتاب تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی نشان می‌دهد مصرف صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه راهی برای ایجاد تمایزات نیز هست (باکاک، ۱۳۸۱). از نظر بورديو انسانها در طیفی از زمینه‌های فرهنگی به دنبال تشخیص می‌گردند - نوشابه‌هایی که می‌خورند (کولا یا یک نوشابه گرانقیمت)، اتوموبیل‌هایی که سوار می‌شوند (مرسدس بنز یا یک اتومبیل معمولی)، روزنامه‌هایی که می‌خوانند (نیویورک تایمز یا یک روزنامه عامه‌پسند)، استراحتگاه‌هایی که انتخاب می‌کنند (ریویرای فرانسه یا دیزنی‌لند). به نظر بورديو مجموع این زمینه‌ها امکانات تقریباً پایان‌ناپذیری را برای دنبال کردن تشخیص ارائه می‌دهد (ریتزر، ۱۳۷۴).

از جمله نظریه‌پردازان دیگری که به فهم نظری مسئله تحقیق کمک می‌کنند، ژان بودریار

1. Ritzer

است. بودریار^۱ متأثر از زبان‌شناسی است که او و دیگران را به آنجا کشاند که مصرف اشیاء (ایژه‌ها) را نوعی زبان تصور کنند. در محدوده این زبان، هر شیء مصرفی نشانه‌ای دارد که با آن مرتبط است. برای مثال در بازار اتومبیل امروزه خرید یک لکسوز نشانه ثروت است، در حالیکه خریدن یک کیا حاکی از وضعیت اقتصادی معمولی است. به همین قیاس، رفتن به کنسرت اشلی سیمپسن نشانه جوانی است، حال آنکه حضور در نمایش مادام باتر فلای نشانه میانسال، اگر نه پیری، است. به معنایی واقعی، هنگامی که ما بلیط می‌خریم به همان اندازه یا بیشتر از آن که قابلیت ماشین سواری یا حضور در نمایش را می‌خریم نشانه‌هایی را می‌خریم. از نظر بودریار مصرف مهم‌تر از هر چیز حاکی از نشانه‌هاست، نه کالاها. ولی چگونه می‌فهمیم که همه این نشانه‌ها چه معنایی دارد؟ بودریار می‌گوید که ما به این علت قادریم این نشانه‌ها را تفسیر کنیم که همگی کد را می‌فهمیم و تحت نظارت آن هستیم. کد در اصل نظامی از قواعد است که به ما امکان می‌دهد نشانه‌ها را بفهمیم و مهم‌تر از آن، بفهمیم چگونه به یکدیگر مربوط‌اند. ما در حین مصرف کردن اشیاء خودمان را تعریف می‌کنیم. مقوله‌های اشیاء مقوله‌های افراد را تعریف می‌کنند. یکی از راه‌های پیدا کردن جایگاه‌مان در نظم اجتماعی بر حسب آن چیزی است که مصرف می‌کنیم. روی هم رفته، به معنایی بسیار واقعی، مردم آن چیزی هستند که مصرف می‌کنند؛ آنها خود را، و دیگران نیز آنها را برآن مبنا تعریف می‌کنند (ریترز، ۱۳۸۹).

نظریه اینگلهارت نیز به فهم اثرگذاری سازه سبک زندگی بر تعلقات قومی و ملی کمک می‌کند. از دیدگاه اینگلهارت فرهنگ انسان‌گرا (با تأکید بر ارزشهای ابراز وجود) بر تمام جنبه‌های مهم زندگی پرتو افکنده و به شکل‌گیری مجدد هنجارهای جنسی، نقشهای جنسیتی، ارزشهای خانوادگی، دینداری، انگیزه کاری، ارتباط مردم با طبیعت، محیط و فعالیتهای عمومی و مشارکت سیاسی کمک می‌نماید. رشد تأکید بر استقلال انسان در تمام حوزه‌های فوق با دگرگونی ساختار جوامع معاصر آشکار می‌شود. امروزه افراد در تمام جنبه‌های زندگی خواهان انجام انتخابهای

1. Baudrillard

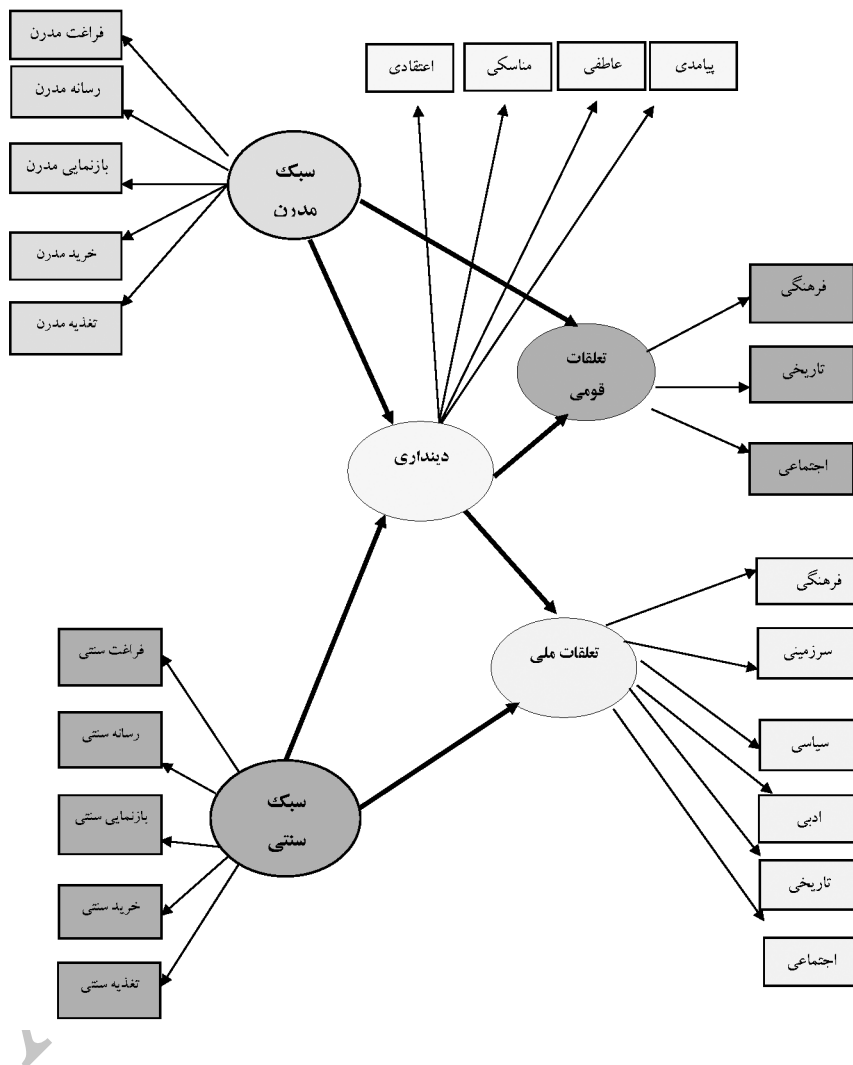
آزادانه‌تر هستند. نقشهای جنسیتی، نگرشهای مذهبی، الگوهای مصرف، عادت کاری و رفتار انتخاباتی، همگی به‌طور فزاینده‌ای موضوعات انتخاب افراد خواهند شد (اینگلهارت، ۱۳۸۹).

در زمینه متغیر دینداری به‌عنوان متغیر واسط می‌توان گفت دینداری لزوماً در پارادایم دوگانه سبک زندگی مدرن و سبک زندگی سنتی قرار نمی‌گیرد بلکه دینداری خود عاملی جداگانه است که می‌تواند بر سبک زندگی اثرگذار باشد یا به‌عنوان مقوله‌ای از سبک زندگی تأثیر بپذیرد. با توجه به اینکه بر اساس پایه‌های نظری در این تحقیق ادعا شده است که سبک زندگی عامل اثرگذار و متغیر مستقل است بنابراین در این تحقیق از این زاویه به دینداری نگاه شده است که این عامل چطور از سبک زندگی تأثیر می‌پذیرد. بر این اساس در زمینه دینداری به‌عنوان متغیر واسط بر مبنای نظریه اینگلهارت می‌توان استدلال کرد که سبک زندگی مدرن بر سایر جنبه‌های زندگی و از جمله دینداری افراد اثر می‌گذارد و جهان‌بینی دینی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و تغییر در جهان‌بینی و دینداری افراد نیز به نوبه خود تعلقات و دلبستگی‌های هویتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به‌طور خلاصه می‌توان گفت سبک زندگی هم به‌طور مستقیم بر هویت ملی اثر می‌گذارد و هم به‌طور غیر مستقیم و از طریق دینداری و تأثیری که بر باورها و نگرشهای دینی افراد دارد بر هویت ملی افراد تأثیر می‌گذارد. به‌طور خلاصه با اتکا به نظریه وبلن، زیمل، گیدنز، بوردیو، اینگلهارت و بودریار بازتابندگی سبک زندگی بر تعلقات قومی و ملی شالوده‌ اساس این پژوهش را تشکیل می‌دهد. خلاصه چارچوب نظری در جدول ۱- ارائه شده است:

جدول ۱- چارچوب نظری پژوهش و مستندسازی فرضیات

فرضیات	واژگان کلیدی	اشارات نظری	نظریه پرداز
الگوی فراغت	مصرف تظاهری	مصرف تظاهری و فراغت تظاهری راهی برای ایجاد تمایز و ایجاد تعلقات است.	وبلن
الگوی مصرف رسانه	سبک زندگی	سبک زندگی منبع هویت سازی و تأثیر گذار بر تعلقات هویتی است.	گیدنز
الگوی تغذیه -الگوی فراغت	تمایز	سبک زندگی برای نشان دادن تمایزات و تعلقات اجتماعی به کار گرفته می شود.	بورديو
دینداری	تغییر ارزشها	تغییرات فرهنگی بر ارزشها و باورهای دینی اثرگذار است.	اینگلهارت
الگوی خرید	مدگرایی	افراد به واسطه مد و خرید به دنبال تمایز اجتماعی هستند.	زیمل
الگوی خرید - بازنمایی بدن	مصرف نشانه‌ها	حاکمیت تصاویر و نشانه‌ها بر همه چیز - مصرف فقط مصرف کالایی نیست، بلکه مصرف نشانه‌ها، ایده‌ها و نمادها است.	بودریار

بر این اساس مؤلفه‌های مهم سبک زندگی که تأثیر تعیین کننده‌ای بر تعلقات قومی و ملی دارند در قالب دو مدل ساختاری نظری به شکل ذیل ارائه شده است:



شکل ۱- مدل نظری تحقیق: مستخرج از چارچوب نظری تحقیق

روش

منطق حاکم بر روش‌شناسی تحقیق حاضر مبتنی بر استراتژی قیاسی و روش تحقیق کمی است. طرح‌های قیاسی به‌طور کلی به طرح‌هایی اطلاق می‌شود که با اتخاذ رویکرد قیاسی - فرضیه‌ای و تعیین چارچوب نظری از پیش تعیین شده صورت می‌پذیرند. در این پژوهش هدف این است که عملکردها و رفتارهای شهروندان شهر خرم‌آباد که در قالب سازه سبک زندگی معنا پیدا می‌کند و همچنین تعلقات قومی و ملی آنها از طریق مصاحبه با پرسشنامه ساخت‌یافته مورد سنجش قرار گیرد. بنابراین با استفاده از تکنیک پیمایش و با ابزار پرسشنامه داده‌های کمی جمع‌آوری شد و با استفاده از نرم افزار لیزرل نتایج مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جامعه و نمونه آماری تحقیق

جامعه آماری در این پژوهش شهروندان ۶۴-۱۵ سال ساکن در شهر خرم‌آباد و با استفاده از فرمول کوکران ۵۱۶ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. انتخاب نمونه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی چند مرحله‌ای صورت گرفت.

روایی و پایایی تحقیق

ابزار پرسشنامه در این تحقیق دارای اعتبار یا روایی صوری و پایایی است. پرسشنامه دارای روایی صوری است، بدین معنا که تعدادی از متخصصان و صاحب‌نظران کلیت آن را در جهت پاسخگویی به هدف اصلی تحقیق تأیید نموده‌اند. به منظور سنجش پایایی قسمتهای مختلف پرسشنامه که هرکدام متغیری واحد را مورد سنجش قرار داده است از تکنیک ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج بدست آمده بر اساس جدول شماره ۲- نشان دهنده وجود پایایی در حد قابل قبول یا خوب برای قسمتهای مختلف پرسشنامه است.

جدول ۲- مقدار ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
سبک مدرن	۴	۰/۸۳
سبک سنتی	۴	۰/۷۸
تعلقات قومی	۴	۰/۷۹
تعلقات ملی	۴	۰/۹۰
دینداری	۴	۰/۷۹

تعریف سازه‌های تحقیق

سبک زندگی

سبک زندگی به مجموعه عملکردهایی گفته می‌شود که فرد آنها را به کار می‌گیرد که نه تنها نیازهای جاری او را برآورده می‌سازند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازد (کیدنز، ۱۳۷۸). در این تحقیق برای عملیاتی کردن سبک زندگی از شاخصهای الگوی گذران فراغت، الگوی بازنمایی بدن، الگوی مصرف رسانه، الگوی تغذیه و الگوی خرید استفاده شده است.

بازنمایی بدن

نمای ظاهری^۱ بدن مشتمل بر همه ویژگیهای سطحی پیکر ما است- از جمله طرز پوشش و آرایش که برای خود شخص و برای افراد دیگر قابل رؤیت است و به طور معمول آنها را به عنوان نشانه‌هایی برای تفسیر کنشها به کار می‌گیرند. منظور آن است که فرد از نمای

1. appearance

ظاهری خود چگونه در فعالیتهای روزمره استفاده می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۷). برای عملیاتی کردن بازنمایی بدن از این گویه‌ها استفاده شده است: آراستگی سر و صورت، پوشیدن لباس بر مبنای مد، استفاده از رژیم غذایی برای زیبایی اندام، پوشیدن لباس بر مبنای معیار دینی، ست کردن لباسها، ورزش کردن برای زیبایی اندام، انتخاب لباس بر مبنای نظر خانواده.

الگوی گذران فراغت

اوقات فراغت مجموعه‌ای از اشتغالات است که افراد آن را پس از آزاد شدن از الزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی به منظور استراحت، تفریح، توسعه اطلاعات، آموزش غیرانتفاعی و مشارکت اجتماعی به کار می‌برند (فکوهی، ۱۳۸۲). از گویه‌های زیر برای عملیاتی کردن الگوی گذران فراغت استفاده شده است: گذران فراغت در تفرجگاهها، پارکها و مکانهای تفریحی، رفتن به مکانهای زیارتی مانند امامزاده، مطالعه روزنامه، کتاب، مجله و فصلنامه، گذران فراغت با فامیل و خویشاوندان، تماشای فیلم و سریالهای تلویزیونی، مسافرت به شهرهای توریستی مانند شیراز، تبریز و اصفهان، مسافرت به شهرهای مذهبی مانند مشهد و قم.

الگوی خرید

شیوه خرید کردن انواع کالاهایی که خریداری می‌شوند شاخصی برای سبک زندگی است؛ البته این شاخص زمانی کارآمد است که در خصوص کالاهایی به کار برده می‌شود که انواع مختلف آن وجود دارد و به لحاظ قیمت برای بخش عمده جامعه در دسترس است (فاضلی، ۱۳۸۶). از گویه‌های زیر برای عملیاتی شدن الگوی خرید استفاده شده است: خرید بر مبنای شیک بودن، خرید بر مبنای نظر خانواده، خرید بر مبنای تمایز با دیگران، خرید کالاهای تجملاتی، خرید از فروشگاههای لوکس، خرید بر مبنای معیار مد.

مصرف رسانه‌ای

رسانه‌های جمعی به مجموعه وسایل ارتباط جمعی که در انتقال پیام به شکل‌های مکتوب، سمعی و بصری به مردم نزدیک و دوردست، با سرعت هرچه بیشتر نقش دارند اطلاق می‌گردد؛ خواه در سلطه دولت باشد یا نباشد. شاخص رسانه‌ها ارتباطاتشان با جمع است (آقابخشی، ۱۳۷۵). در تحقیق حاضر رسانه‌های جمعی به دوگروه رسانه‌های خارجی و رسانه‌های داخلی تقسیم شده‌اند. برای اندازه‌گیری آنها از مقیاس ساعت در هفته استفاده شده است. مصرف رسانه‌های داخلی شامل استفاده از رسانه‌های محلی و ملی مانند تلویزیون استانی، تلویزیون سراسری و برای مصرف رسانه خارجی از گویه‌هایی مانند تلویزیون ماهواره‌ای، اینترنت و... استفاده شده است.

دینداری

دینداری عبارت است از پذیرش تمام یا بخشی از عقاید، اخلاقیات و احکام دینی به نحوی که شخص دیندار خود را ملزم به تبعیت و رعایت از این مجموعه بداند (یغمایی، ۱۳۸۰). در این تحقیق از مدل گلارک و استارک استفاده شده و دینداری در ابعاد اعتقادی، عاطفی، پیامدی و مناسکی مورد سنجش قرار گرفته است.

تعلقات قومی و ملی

هویت دست کم از دو بخش تشکیل شده است؛ نخست اینکه ما خودمان را چطور می‌بینیم و دوم اینکه دیگران ما را چطور می‌بینند. در این معنا دوگانگی ما- آنها اساس هویت جمعی و شکل‌گیری تعلقات قومی و ملی است (خلیلی اردکانی و همکاران، ۱۳۹۲). در این تحقیق به منظور شاخص‌سازی تعلقات قومی مؤلفه‌های وفاداری قومی، تعلق قومی، وابستگی‌های قومی، تعهدات قومی، افتخار به نمادهای قومی و تمدنی و احساس غرور نسبت

به مفاخر فرهنگی و تاریخی مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین برای سنجش تعلقات ملی ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، تاریخی، ادبی و سرزمینی مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

یافته‌ها

در این قسمت توصیفی از پاسخگویان در رابطه با متغیرهای اصلی تحقیق ارائه شده است. نمونه آماری این تحقیق، ۵۱۶ نفر می‌باشد، که ۴۹ درصد از این جمعیت شامل زنان و ۵۱ درصد شامل مردان است. به لحاظ سنی نمونه آماری در ده گروه سنی طبقه‌بندی شده‌اند. ۱۵/۶ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۱۹-۱۵ سال قرار گرفتند، ۱۷/۱ درصد در گروه سنی ۲۴-۲۰ ساله، ۱۶/۳ درصد در گروه سنی ۲۹-۲۵ ساله، ۱۳/۸ درصد در گروه سنی ۳۴-۳۰ ساله، ۱۱/۳ درصد در گروه سنی ۳۹-۳۵ ساله، ۸/۲ درصد در گروه سنی ۴۴-۴۰ ساله، ۶/۳ درصد در گروه سنی ۴۹-۴۵ ساله، ۴/۹ درصد در گروه سنی ۵۴-۵۰ ساله، ۴/۲ درصد در گروه سنی ۵۹-۵۵ ساله و ۲/۳ درصد در گروه سنی ۶۴-۶۰ ساله قرار گرفتند. متغیرهای اصلی تحقیق شامل سبک مدرن، سبک سنتی، تعلقات قومی و تعلقات ملی هستند. در جداول زیر جهت توصیف داده‌ها رتبه‌بندی نمره پاسخگویان در زمینه متغیرهای اصلی تحقیق ارائه شده است:

جدول ۳- رتبه‌بندی نمره پاسخگویان در زمینه متغیرهای اصلی تحقیق

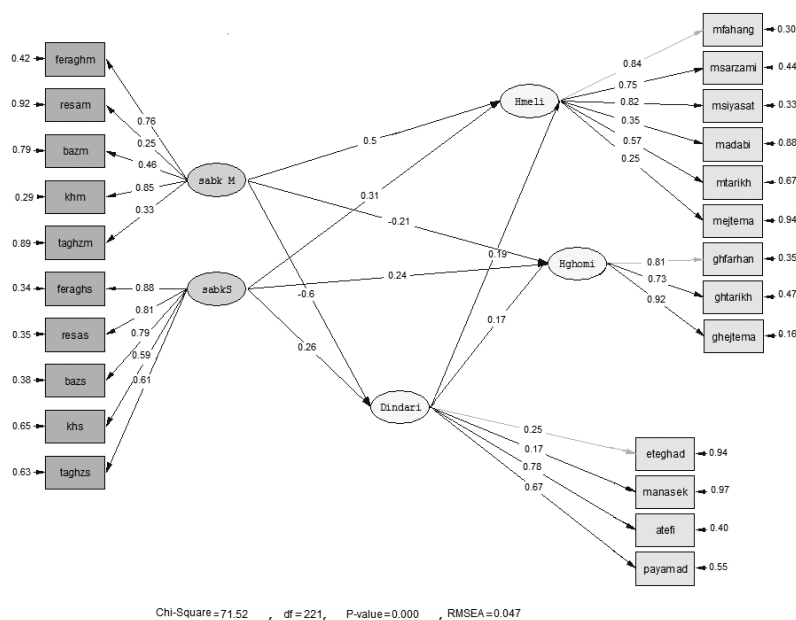
سطح	متغیر	سبک زندگی مدرن	سبک زندگی سنتی	دینداری	تعلقات قومی	تعلقات ملی
پایین	۰/۱۸	۰/۲۸	۰/۱۲	۰/۳۵	۰/۱۷	
متوسط	۰/۴۴	۰/۴۸	۰/۴۵	۰/۵۰	۰/۴۵	
بالا	۰/۳۸	۰/۲۴	۰/۴۳	۰/۱۵	۰/۳۸	

همانطوری که نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد ۱۸ درصد از پاسخگویان گرایش به سبک زندگی مدرن در حد کم دارند، ۴۴ درصد گرایش به سبک زندگی مدرن در حد متوسط دارند و ۳۸ درصد از پاسخگویان گرایش به سبک زندگی مدرن در حد بالا دارند. همچنین در زمینه سبک زندگی سنتی ۲۸ درصد از پاسخگویان گرایش به سبک زندگی سنتی با رتبه کم دارند، ۴۸ درصد از پاسخگویان گرایش به سبک زندگی سنتی در حد متوسط دارند و ۲۴ درصد از پاسخگویان گرایش به سبک زندگی سنتی در حد بالا دارند. در زمینه دینداری نتایج جدول نشان می‌دهد ۱۲ درصد از پاسخگویان، دینداری پایینی دارند، ۴۵ درصد دارای دینداری متوسط هستند و ۴۳ درصد افراد دینداری بالایی دارند. در ارتباط با تعلقات قومی نیز ۳۵ درصد از پاسخگویان، تعلقات قومی پایینی دارند، ۵۰ درصد دارای تعلقات قومی متوسط هستند و ۱۵ درصد افراد تعلقات قومی بالایی دارند. همچنین نتایج جدول نشان می‌دهد در زمینه تعلقات ملی ۱۷ درصد از پاسخگویان، تعلقات ملی پایینی دارند، ۴۵ درصد دارای تعلقات ملی متوسط هستند و ۳۸ درصد افراد تعلقات ملی بالایی دارند.

آزمون مدل معادلات ساختاری

در پژوهش حاضر مدل معادلات ساختاری بر مبنای چارچوب نظری و فرضیات مستخرج از آن طراحی و بر مبنای داده‌های تجربی برآورد و ارزیابی شده است. در این مدل سبک مدرن و سبک سنتی به عنوان متغیرهای پنهان بیرونی و تعلقات ملی به عنوان متغیر پنهان درونی لحاظ شده‌اند و هر یک از آنها در قالب چند متغیر مشاهده شده، اندازه‌گیری شده‌اند. همانطوری که در مدل ساختاری می‌توان دید، متغیر پنهان سبک مدرن با استفاده از نمره هر پاسخگو در متغیرهای مشاهده شده فراغت مدرن، رسانه مدرن، بازنمایی مدرن، الگوی خرید مدرن و تغذیه مدرن و متغیر پنهان سبک سنتی با استفاده از نمره پاسخگویان در متغیرهای مشاهده شده، فراغت سنتی، رسانه سنتی، بازنمایی سنتی، خرید سنتی و تغذیه

سستی اندازه‌گیری شده است. ابعاد فرهنگی، سرزمینی، ادبی، تاریخی، سیاسی و اجتماعی هویت نیز متغیرهای مشاهده شده‌ای هستند که متغیر پنهان درونی تعلقات ملی، بر اساس نمره هر پاسخگو در آنها اندازه‌گیری شده‌اند. در مدل مذکور برآورد استاندارد وزنه‌های رگرسیونی، شامل بارهای عاملی و ضرایب تأثیر مشاهده می‌شود. در این مدل پارامتر گاما که نشان‌دهنده اثر متغیرهای پنهان بیرونی بر متغیرهای پنهان درونی است، حکایت از ارتباط نسبتاً قوی میان متغیرهای سبک مدرن و سبک سنتی با تعلقات ملی دارد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بر اساس شاخصهای برازش، مدل برآورد شده از وضعیت قابل قبولی برخوردار است.



شکل ۲- مدل تجربی معادلات ساختاری: تبیین سبک زندگی و تعلقات قومی و ملی

جدول ۴- نتایج آزمون برازش کلی مدل

شاخصهای برازش (Fitness Measure)	مقدار محاسبه شده	دامنه مورد قبول	نتیجه
CFI	۰/۹۳	بالاتر از ۰/۹۰	تأیید
RMR	۰/۳۸	کمتر از ۰/۵۰	تأیید
GFI	۰/۹۴	بالاتر از ۰/۹۰	تأیید
AGFI	۰/۹۲	بالاتر از ۰/۹۰	تأیید
RMSEA	۰/۰۴۷	کمتر از ۰/۵۰	تأیید

نتایج جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که شاخص برازش GFI برابر با ۰/۹۴ است. شاخصهای AGF، RMR و CFI نیز بیانگر برازش خوب و قابل قبول مدل است. همچنین شاخص RMSEA که مقادیر باقیمانده را نشان می‌دهد برابر با ۰/۰۴۷ است، که مقدار کم آن بیانگر این است که مدل دارای برازش نسبتاً مطلوبی است.

بحث

سبک زندگی اشکال خاص تعلقات و تعهدات و از جمله تعلقات قومی و ملی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این مقاله در پی پاسخ به این سؤال است که آیا سبک زندگی بر تعلقات قومی و ملی شهروندان شهر خرم‌آباد اثرگذار است یا نه؟

نتایج حاصل از تحلیل چند متغیره با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری حاکی از آن است، که سبک زندگی مدرن ۰/۲۱- بر تعلقات قومی و ۰/۰۵ بر تعلقات ملی تأثیر می‌گذارد؛ و سبک سنتی ۰/۲۴ بر تعلقات قومی و ۰/۳۱ بر تعلقات ملی تأثیر می‌گذارد. همچنین سبک مدرن ۰/۰۶- و سبک سنتی ۰/۲۶ بر روی دینداری تأثیر می‌گذارد. علاوه بر آن دینداری ۰/۱۷ بر تعلقات قومی و ۰/۱۹ بر تعلقات ملی اثر می‌گذارد. یافته‌های این تحقیق همسو و سازگار با نظریه گیدنز، بوردیو و بودریار است.

در ارتباط با متغیر مصرف رسانه‌ای با اتکا به نظریه گیدنز می‌توان گفت، رسانه‌های نوین ارتباطی فرایند هویت‌یابی را در دوره مدرن تغییر داده‌اند، به این معنی که برخلاف جامعه سنتی که مکان نقشی کلیدی در هویت‌سازی افراد داشت، در جامعه مدرن، به واسطه رسانه‌های ارتباطی، هویت‌یابی شکلی غیرمحل و جهانی پیدا کرده است و افراد به واسطه رسانه‌ها قادرند خودشان را به جهان غیر از محل خودشان پیوند دهند و این فرایند می‌تواند با خود تغییرات هویتی به همراه آورد. بر این اساس می‌توان گفت، آنچه که باعث شکل‌گیری سبک زندگی مدرن و تضعیف تعلقات قومی در جامعه مورد مطالعه شده است، این است که به واسطه گسترش تکنولوژیهای ارتباطی، محدودیتهای مکان و زمان کم شده است و افراد دیگر در محیط محلی و بومی خود محصور نیستند، بلکه می‌توانند فراتر از مرزهای جغرافیایی و فرهنگی با جهان بزرگ‌تری تعامل داشته باشند و در معرض الگوهای غیر بومی و جهانی قرار گیرند. این فرایند باعث شکل‌گیری تدریجی سبک زندگی مدرن می‌شود و این سبک زندگی مدرن باعث می‌شود، افراد خود را با گروه‌ها و فرهنگهای دیگر هم هویت سازند و به تدریج تعلقات هویتی بومی و قومی آنها تضعیف شود و احتمالاً تعلقات هویتی غیر محلی یا جهانی پیدا کنند.

به‌طور خلاصه با اتکا به نظریه گیدنز می‌توان استدلال کرد که در شهر خرم‌آباد به واسطه تأثیر رسانه‌های مدرن شاهد گسستن از شالوده‌های ساختاری هویت‌یابی و تبدیل شدن آن به فرایندهای انعکاسی هستیم و در واقع سبک زندگی سازه‌ای اساسی در شکل دادن و انعکاس هویت در ابعاد متکثر آن و از جمله تعلقات قومی و ملی است. در زمینه مصرف رسانه‌ای می‌توان گفت افرادی که از رسانه‌های جهانی استفاده می‌کنند در جهان بزرگ‌تری به سیر و سیاحت می‌پردازند که محدودیتهای جهان واقعی را ندارد و این بستر اثرگذاری می‌شود که منجر به انعکاس تعلقات هویتی می‌شود و با الگوهای ویژه‌ای هم‌دات پنداری می‌کنند و به بازاندیشی در زندگی و هویت خود می‌پردازند. نتایج این تحقیق با نظریه بودریار نیز هم‌راستا و سازگار است. در ارتباط با متغیر بازنمایی بدن با اتکا به نظریه بودریار می‌توان

گفت، مصرف نشانه‌ها و نمادها که در سازه بازنمایی بدن خود را نشان می‌دهد، از جمله عواملی هست که باعث مرزبندی هویتی می‌شوند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، افرادی که از الگوی مدرن در بازنمایی بدن استفاده می‌کنند در واقع کد یا نظامی از نمادها یا نشانه‌ها را مصرف می‌کنند که هم خود به معنای آن واقفند و هم از این کد یا نظام نشانه‌ای استفاده می‌کنند، تا در تعامل با دیگران نظامهای معنایی و تعلقات خود را در معرض نمایش دیگران قرار دهند، به سخن دیگر این نظامهای کدی یا نشانه‌ای که شهروندان استفاده می‌کنند، بیانگر فاصله گرفتن از سبک سنتی زندگی و به تبع آن هویت‌های سنتی آنهاست و از سویی دیگر، انعکاس سبک زندگی مدرن و به تبع آن تعلقات جدید هویتی و خود ابرازی آنهاست.

در زمینه بازنمایی می‌توان گفت بدن به مثابه یک نظام معنایی در نظر گرفته می‌شود که معانی و هویتها توسط اجزای گوناگون آن بازنمایی می‌شود؛ بدن تنها یک عنصر فیزیکی و جسمی محسوب نمی‌شود، بلکه هم واجد ویژگیهای روانی، فرهنگی و اجتماعی است و هم می‌تواند برای بیان این ویژگیها به کار رود. در دنیای امروز بازنمایی بدن به نوعی تبدیل به رسانه‌ای برای هویت انسانها شده است؛ به طوری که بازنمایی بدن به عنوان یکی از مولفه‌های سبک زندگی در دوران مصرف متظاهرانه خاصیت بیانگرانه پیدا کرده، زیرا هویت اجتماعی با بازنمایی بدن مطابقت می‌کند یعنی مردم تلاش می‌کنند تا کیستی‌شان یا اینکه می‌خواهند چه کسانی باشد را از طریق نوع مدیریت ظاهرشان بیان کنند. در واقع بازنمایی بدن موضوعی فرهنگی است که به ارزشها و هنجارهای جامعه بستگی دارد. دگرگونی در این حوزه باعث دگرگونی در نگرشها، دلبستگیها، تعهدات و تعلقات می‌شود. بنابراین با استناد به نظریه بودریار و نتایج تحقیق می‌توان استدلال کرد که مصرف نشانه‌ها و نمادهای مدرن به واسطه بازنمایی بدن جهت ایجاد تمایزات جدید و تضعیف تعلقات قومی و ملی و تقویت هویت‌های غیربومی عمل کرده است. علاوه بر نظریه گیدنز و بودریار، همسویی و سازگاری نتایج تحقیق در نظریه بودریو نیز دیده می‌شود. از دیدگاه بودریو افراد در طیفی از زمینه‌های فرهنگی به دنبال تشخیص می‌گردند؛ از جمله این فعالیت‌های فرهنگی

می‌توان به ورزش، گذران فراغت، مسافرت، تغذیه خاص و غیره را اشاره کرد. از دیدگاه بوردیو نوع مصرف افراد امکان مرزبندیهای اجتماعی، تمایز و تعلقات افراد را فراهم می‌سازد. در بحث بوردیو مصرف صرفاً به‌عنوان پاسخ به نیازها مطرح نمی‌شود، بلکه مصرف به منزله نظامی از نمادها و نشانه‌هاست که این نمادها و نشانه‌ها باعث تمایزیابی، تشخیص و مرزبندیهای هویتی می‌شود با اتکا به نظریه بوردیو در مورد نتایج تحقیق می‌توان استدلال کرد، در شهر خرم‌آباد نشانگان سبک زندگی از جمله بازنمایی بدن، الگوی خرید و... که عناصری از فرهنگ جهانی هستند و از طریق رسانه‌ها در دسترس افراد قرار می‌گیرند، قدرت و آزادی شهروندان را در انتخاب گزینه‌های سبک زندگی بیشتر کرده و به تبع آن آزادی آنها را در گزینش عقاید، افکار، ارزشهای جهانی و فراملی باز می‌گذارد. در چنین وضعیتی تعلقات قومی شهروندان، تحت تأثیر سبک زندگی مدرن تضعیف و به تدریج دچار استحاله می‌شود و افراد از سبک زندگی مدرن و به‌واسطه نشانگان آن، برای بازنمایی هویت‌های جدید استفاده می‌کنند. در ارتباط با الگوی خرید با اتکا به نظریه زیمل می‌توان استدلال کرد سبک زندگی مدرن انواع گسترده‌ای از انتخاب را به مصرف‌کننده عرضه می‌کند و به افراد امکان می‌دهد خود را از دیگران متمایز سازند. این فرایند باعث آزادی فزاینده فرد از بندهای وابستگیهای شدید اجتماعی و تعلقات سنتی می‌شود و افراد به واسطه مد و الگوهای خرید مدرن تعلقات جدید هویتی کسب می‌کنند. با اتکا به نظریه زیمل می‌توان استدلال کرد که افراد به واسطه مصرف و مد به دنبال تمایز اجتماعی هستند و سعی می‌کنند هویت متمایز خود را شکل دهند و بسازند.

بنابراین در زمینه الگوی خرید مدرن شاهد تضعیف تعلقات قومی و ملی و در زمینه الگوی خرید سنتی تأثیر مثبت بر تعلقات قومی و ملی دیده می‌شود. در شهر خرم‌آباد تغییرات فرهنگی نشأت گرفته از سبک زندگی مدرن زمینه‌ساز گسست همبستگی از نوع ساده و مکانیکی به نوع شبه‌ارگانیک و پیچیده شده است که در نبود نهادهای مدرن و مدنی که بستر ساز انسجام و

همبستگی ارگانیک به‌شمار می‌آیند، تغییرات ناشی از برهم‌کنش نظام‌های سنتی و مدرن و تقابل و تعارضهای ناشی از آن منجر به شکل‌گیری مسائل مختلف و از جمله تغییرات هویتی و مسائل هویتی شده است. شهر خرم‌آباد در حال تجربه‌نوعی گذار است که امکان بازاندیشی و به چالش کشیده شدن عناصر فرهنگی و هویت‌ساز در آن بسیار وجود دارد. در چنین شرایطی با جامعه‌ای مواجه هستیم که تحت تأثیر سبک زندگی وضعیتی از نابسامانی و از هم‌گسیختگی ناشی از ضعف همبستگیهای سنتی و نظام‌های سنتی هویت‌ساز را به نمایش می‌گذارد. در واقع می‌توان گفت تغییرات ناشی از سبک زندگی جدید ساختار سنتی حاکم را به چالش کشیده است و پیامدهایی را از خود بر جای گذاشته است. جان کلام این است که بر مبنای نتایج تحقیق می‌توان تعیین‌بخشی سبک زندگی بر تعلقات قومی و ملی را نتیجه گرفت. با مروری بر یافته‌های تحقیق درمی‌یابیم که در شهر خرم‌آباد سبک زندگی به سمت گسست از شالوده‌های ساختاری و تبدیل شدن به فرایندهای انعکاسی پیش می‌رود. یکی از نکات قابل تأمل این است که شاخصهای بازنمایی بدن و الگوی خرید در زمینه سبک زندگی مدرن هم تعلقات قومی و هم تعلقات ملی افراد را تحت تأثیر منفی خود گذاشته است؛ و به‌نوعی همزیستی و هم‌افزایی هر دو در تضعیف تعلقات قومی و ملی به چشم می‌خورد و نقطه مقابل آن شاخصه‌های سبک سنتی است که هم باعث تقویت تعلقات قومی و هم تقویت تعلقات ملی است. بنابراین غنا بخشیدن به سبک زندگی بومی و ایرانی می‌تواند باعث غنا بخشیدن به تعلقات قومی و تعلقات ملی باشد که نه تنها در تناقض با هم نیستند بلکه می‌توانند رابطه‌ای هم‌افزا و هم‌راستا داشته باشند و در نهایت به تقویت تعلقات ملی منجر خواهد شد. بر این اساس برنامه‌ریزی و سیاست‌گزاریهای فرهنگی غیرخطی و همه‌جانبه با اتکا به اصل وحدت در عین کثرت می‌تواند، هم به تقویت شکل‌های متنوع سبک زندگی و احیاء و بازنمایی فرهنگ و حفظ فرهنگ قومی در این منطقه کمک نماید و هم به‌واسطه تقویت فرهنگ و تعلقات قومی، پایداری، پویایی، تداوم و غنای تعلقات ملی را تضمین نماید و به‌طور خلاصه می‌توان از پتانسیلهای قومی در راستای غنا بخشیدن و تقویت جامع‌تر هویت ملی استفاده کرد.

بنابراین پیشنهاد می‌شود به جای نگاه صرفاً امنیتی و سیاسی به مسائل قومی دیدگاه جامعه‌شناختی و ابعاد فرهنگی و اجتماعی آن مورد توجه و تأکید بیشتری قرار گیرد. سیاست‌سازان و برنامه‌ریزان فرهنگی در زمینه سبک زندگی و تعلقات قومی می‌توانند برنامه و سیاست‌هایی متناسب با بافتار جامعه ایرانی طراحی کنند که در آن تعلقات قومی و ملی با تعامل مناسب و در هم تنیدگی مثبت و فزاینده در جهت پررنگ‌تر شدن فرهنگ ایرانی با تمامی اشکال متنوع آن گام بردارند. نتیجه تحقیق در ارتباط با تعلقات قومی و ملی بیانگر این است که این دو متغیر در طول همدیگر قرار گرفته و مکمل همدیگر هستند. بنابراین می‌توان گفت برعکس جوامعی مانند آمریکا، کانادا و استرالیا، تعلقات قومی در این منطقه از پایه‌ها و عناصر هویت ایرانی به حساب می‌آید و نمی‌توان اینها را از هم جدا دانست. نتایج این تحقیق را می‌توان تأیید رویکرد غیرخطی دانست. رویکردی که تقویت هر یک از تعلقات قومی و ملی را به ضرر دیگری تفسیر نمی‌کند و در رابطه با این دو هویت احتمالات را در نظر می‌گیرد. چنین نتیجه‌ای علاوه بر پشتوانه تئوریک از پشتوانه تجربی داخلی و خارجی از جمله فیلی و همکاران (۲۰۰۱)، حاجیانی (۱۳۸۷)، مقدس‌جعفری و همکاران (۱۳۸۷) و فکوهی (۱۳۸۱) که در سایر اقوام انجام گرفته‌اند، نیز برخوردار است. این تحقیق نشان می‌دهد که تعلقات قومی و ملی پدیده‌ی دو قطبی نیستند. ارتباط مثبت میان تعلقات قومی و ملی در این تحقیق و پژوهش‌های مشابه نشان می‌دهد که هویت ایرانی ترکیبی و در حقیقت برابری دیاکتیکی حاصل از تعامل و کنش همه اقوام و فرهنگ‌های ایرانی است و تعارض و ناسازگاری میان ابعاد مختلف آن دیده نمی‌شود. بنابراین اعمال سیاست تکثر قومی و فرهنگی مبتنی بر اصل وحدت در کثرت یا انسجام جمعی عام مبتنی بر رعایت حقوق همه اقوام و احترام به هویت‌های قومی آنها واقعیتی انکارناپذیر است. بنابراین برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی غیرخطی و همه‌جانبه با اتکا به اصل وحدت در عین کثرت می‌تواند، هم به تقویت شکلهای متنوع سبک زندگی و احیاء و بازنمایی فرهنگ و حفظ فرهنگ قومی در این منطقه کمک کند و هم به واسطه تقویت فرهنگ و هویت قومی، پایداری، پویایی، تداوم و غنای هویت ملی را تضمین نماید.

- آزادارمکی، ت. و شالچی، و. (۱۳۸۴)، «دوجهان ایرانی؛ مسجد و کافی شاپ»، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۳، صص ۱۸۴-۱۶۳.
- اباذری، ی. و چاوشیان، ح. (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۱، صص ۲۷-۳.
- باکاک، ر. (۱۳۸۱)، *مصرف*، ترجمه خسرو صبوری، انتشارات شیراز.
- بحرانی، ش. و سروش، م. و حسینی، م. (۱۳۹۰)، مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شهر شیراز، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۳، صص ۱۲۰-۱۰۳.
- بشیریه، ح. (۱۳۷۹)، توسعه سیاسی و بحران هویت ملی، *فصلنامه هویت ملی*، سال دوم، شماره ۵، صص ۳۱۶-۲۸۷.
- بوردیو، پ. (۱۳۹۱)، *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، نشر ثالث.
- چاوشیان، ح. (۱۳۸۱)، *سبک زندگی و هویت اجتماعی» مصرف و انتخابهای ذوقی به‌عنوان شالوده‌تمایز و تشابه در مدرنیته متأخر*، پایان نامه دوره دکتری جامعه‌شناسی نظری فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- خلیلی اردکانی، م. و معید فر، س. و ساعی، ع. (۱۳۹۲)، جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت قومی و ملی مطالعه کردهای سنندج، *مسائل اجتماعی ایران*، سال چهارم شماره ۱، ۹۱-۱۱۲.
- ذکائی، م. (۱۳۸۶)، *فرهنگ مطالعات جوانان*، مؤسسه انتشارات آگاه.
- ریتزر، ج. (۱۳۷۴)، *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۹)، *مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*، ترجمه شهناز مسمی پرست، انتشارات ثالث.
- رفعت‌جاه، م. (۱۳۸۷)، *تأملی در هویت زن ایرانی*، انتشارات دانشگاه تهران.
- روح الامینی، م. (۱۳۸۳)، *مفهوم‌شناسی هویت ملی، گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران*، گردآوری و تدوین: داود میر محمدی، تهران، مؤسسه مطالعات ملی.
- زاهدی، م. (۱۳۸۶)، *توسعه و نابرابری*، انتشارات مازیار.
- زیمبل، گ. (۱۳۷۳)، پول در فرهنگ مدرن، ترجمه یوسف اباذری، *ارغنون*، شماره ۳، صص ۳۳۸-۳۲۵.
- زیمبل، گ. (۱۳۷۲)، کلان شهر و حیات ذهنی، ترجمه یوسف اباذری، *نامه علوم اجتماعی*، شماره سوم، صص ۶۶-۵۳.
- شالچی، و. (۱۳۸۶)، سبک زندگی جوانان کافی شاپ، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*،

- سال اول، شماره ۱، صص ۹۳-۱۱۵.
- فکوهی، ن. (۱۳۸۱)، شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی (مطالعه موردی استان لرستان)، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، شماره ۴، صص ۱۶۱-۱۲۷.
- فکوهی، ن. (۱۳۸۲)، اوقات فراغت و شکل‌گیری شخصیت فرهنگی، نامه انسان‌شناسی، شماره ۴، صص ۸۹-۶۱.
- فاضلی، م. (۱۳۸۶)، تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره ۱، صص ۱۹۸-۱۵۷.
- کوزر، ل. (۱۳۸۲)، *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۷)، *تجدد و تشخیص: جامعه و هیت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۴)، *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه حمیدرضا جلالی پور: انتشارات طرح نو.
- معیدفر، س. (۱۳۸۵)، *جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران*، همدان، انتشارات نور علم.
- نایی، ه. و محمدی، س. (۱۳۹۲)، تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه تجربی جوانان شهر سنندج)، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهاردهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۲، صص ۱۳۸-۱۵۹.
- نواح، ع. و تقوی نسب، م. (۱۳۸۶)، تأثیر احساس محرومیت نسبی بر هویت قومی و هویت ملی (مطالعه موردی اعراب استان خوزستان)، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، تابستان ۱۳۸۶، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۶۳-۱۴۲.
- وبلن، ت. (۱۳۸۳)، *طبقه تن‌آسا*، ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی.
- Arab Naz & et al (2011), «The Crises of identity: Golobalization and its Impacts and Socio-Cultural and Psychological identity among Pakhtuns of Khyber Pakhhtunkhwa Pakistan», *International Journal of academic Reserch In Business and Social Sciences*, Vol.1. No.1.
- Chan T, Goldthrope JH (2007), Social stratification and cultural Consumption, *The visual arts in England. Poetics*, 35: 168-190.
- Copesescu, S. (2011), «Aspects of Identity Construction in The Context of Golobalization», Bulletin of The Transilvania University of Brasov, Series VII: Social Sciences, *Low*, Vol 4(53), No.2.
- Cockerham, W. C (1997). "The Social Determinants of Decline of Life, Expectancy in Russia and Eastern Europe": A Life Style Explanation and Eastern Europe: A Life Style Explanation, *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 38, pp. 131- 148.