

## رابطه بین سبک زندگی و میزان هویت ملی مطالعه موردی: شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹

محسن نیازی<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۹۰/۵/۱۲ تاریخ تایید: ۹۰/۸/۱۱

### چکیده

بسیاری از متفکران اجتماعی مانند: وبر، آدلر، گیدنز و بوردیو بر رابطه بین سبک زندگی و هویت و نقش سبک زندگی بر شکل‌گیری هویت پرداخته‌اند. با توجه به موارد فوق، هدف اساسی این مطالعه، تبیین مفاهیم سبک زندگی و هویت ملی و چگونگی پیوند آن‌ها در جامعه مورد مطالعه می‌باشد. بر این مبنا، مطالعه حاضر به بررسی رابطه سبک زندگی و هویت ملی پرداخته است.

این مطالعه از نوع پیمایش اجتماعی<sup>۲</sup> بوده و داده‌های تحقیق با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه توأم با مصاحبه جمع‌آوری گردیده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹ می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین و به صورت تصادفی ساده انتخاب گردیده‌اند. برای سنجش متغیر سبک زندگی از پرسش‌نامه سبک زندگی کریستین مایرز (۲۰۰۴) پژوهش رسولی (۱۳۸۳) و برای سنجش هویت ملی از شاخص‌های پرسش‌نامه آزاد و غفاری (۱۳۸۳) و علیخواه (۱۳۸۳) استفاده شده است. اعتبار و روایی مقیاس‌های سنجش دو متغیر سبک زندگی و هویت ملی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بررسی و با توجه به نتایج آزمون (سبک زندگی  $a=0/941$ ) و (هویت ملی  $a=0/780$ ) مورد تأیید قرار گرفته است. یافته‌های تحقیق و نتایج آزمون‌های آماری مربوطه، همبستگی معنادار بین دو متغیر سبک زندگی و هویت ملی ( $r=0/383$ ) در سطح ۹۹ درصد اطمینان را مورد تأیید قرار می‌دهد. همچنین، نتایج رگرسیون چندگانه و با توجه به بتای استاندارد شده در ارتباط با رابطه هر یک از مؤلفه‌های سبک زندگی بر متغیر هویت ملی بیانگر بیشترین رابطه مؤلفه‌های قانون‌گرایی و پایبندی به ارزش‌ها، شرایط محل زندگی و نحوه گذران اوقات فراغت بر متغیر هویت ملی می‌باشد. میزان تأثیرگذاری متغیرهای فوق بر میزان هویت ملی به ترتیب ۰/۱۸، ۰/۲۱ و ۰/۱۹ - درصد نشان داده شده است.

**واژگان کلیدی:** سبک زندگی، هویت ملی، سبک فراغتی، نمادهای منزلتی، نقش‌های خانوادگی، پایبندی به ارزش‌ها، شرایط محل زندگی.

niazim@kashanu.ac.ir

2- social survey

۱. دانشیار علوم اجتماعی دانشکده علوم انسانی دانشگاه کاشان.

## مقدمه

"سبک زندگی" از مفاهیم بسیار مهم علوم اجتماعی است که اغلب برای بیان "روش زندگی مردم" به کار می‌رود و منعکس کننده طیف کاملی از ارزش‌ها، عقاید و فعالیت‌های اجتماعی است. می‌توان گفت سبک زندگی از الگوهای فرهنگی، رفتاری و عاداتی شکل می‌گیرد که افراد به طور روزمره آن‌ها را در زندگی فردی و اجتماعی خود به کار می‌گیرند. در واقع، سبک‌های زندگی الگوهایی برای کنش هستند که مردم را از هم متمایز می‌کنند، بنابراین سبک‌های زندگی کمک می‌کنند تا آن چه را مردم انجام می‌دهند و چرایی آن و معنایی را که برای آن‌ها و دیگران دارد، درک کنیم (چینی، بی تا: ۱۱). به عبارت دیگر، سبک زندگی بخشی از زندگی است که عملاً تحقق می‌یابد و در بردارنده طیف کامل فعالیت‌هایی است که افراد در زندگی روزمره خود انجام می‌دهند (رضوی زاده، ۱۳۸۶: ۱۶۷). سبک زندگی ترکیبی از الگوهای رفتاری و عادات فردی در سراسر زندگی است که در پی فرایند اجتماعی شدن به وجود آمده است (استاجی و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۳۴). شیوه زندگی مهم‌ترین عاملی است که هر کسی زندگی‌اش را بر اساس آن تنظیم می‌کند. بر این اساس، شیوه زندگی، مجموعه عقاید، طرح‌ها و نمونه‌های عاداتی رفتار، هوی و هوس‌ها، تبیین شرایط اجتماعی یا شخصی است که تعیین کننده نوع خاص واکنش فرد می‌باشد (میرزمانی و پورا اعتماد، ۱۳۸۳: ۴۴۵).

از دیدگاه ولمن، سبک زندگی رفتار و منش نیست، بلکه امری است که همه رفتارها و تجربیات انسانی را برای واحد هدایت می‌کند و خود به واسطه خوبی‌ها و منش فردی شکل می‌گیرد (ولمن، ۱۹۸۱: ۱۷۵). از نظر کلاکھون<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) سبک زندگی مجموعه‌ها یا الگوهای خودآگاه و دقیقاً توسعه یافته ترجیحات فردی در رفتار شخصی مصرف کننده است (ای.اس.اس، ۱۹۹۱: ۳۴۹). ولبن سبک زندگی را الگوی رفتار جمعی می‌داند. این رفتارها از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری‌اند (ولبن، ۱۸۹۹: ۱۰۵؛ به نقل از مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۵). ویلیام لیزر<sup>۲</sup> (۱۹۶۴)، سبک زندگی را طرز مشخص یا متمایز زندگی کردن گروهی از مردم معرفی می‌کند؛ وی همچنین، سبک زندگی را الگوی رفتاری گروهی می‌داند که در خریدهای مصرف کننده انبوه و روش‌های مصرف انعکاس یافته است. مک‌کی سبک زندگی را الگویی برآمده از ارزش‌ها و باورهای مشترک یک گروه یا جامعه می‌داند که به صورت رفتارهای مشترک ظاهر می‌شود (مک‌کی، ۱۹۶۹: ۸۱).

1. clockhon  
2. lazer

ثیر (۱۹۹۶) سبک زندگی را شیوه زندگی یا به نحو دقیق‌تر، الگوها و شیوه‌های زندگی روزمره تعریف نموده است که نه تنها شامل الگوهای فردی مطلوب از زندگی، بلکه شامل تمام عادات و روش‌هایی که فرد یا اعضای یک گروه به آن‌ها خو کرده، یا عملاً با آن‌ها سر و کار دارد، می‌شود. بنابراین سبک زندگی به خانه و اثاثیه محدود نمی‌شود و تمام چیزها مانند الگوهای روابط اجتماعی، سرگرمی، مصرف و لباس را در بر می‌گیرد و نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان بینی فرد و گروهی که فرد عضو آن است را منعکس می‌کند.

از سوی دیگر، هویت به ویژه در بعد اجتماعی و ملی آن در دهه‌های اخیر به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های کلیدی علوم انسانی و اجتماعی مورد توجه صاحب‌نظران و دانشمندان قرار گرفته است. جایگاه اصلی هویت به گونه‌ای است که «اگر اصل هویت از فکر بشر خارج شود، آنگاه بشر نسبت به هیچ چیز تصویری نخواهد داشت» (طباطبایی، بی‌تا: ۱۱۷). استوارت هال<sup>۱</sup>، با چشم‌اندازی هگلی، هویت را روندی در حال شدن می‌داند که به عنوان شناسنامه و نیز عاملی برای شناخته شدن محسوب می‌شود (هال، ۱۹۹۱: ۳۶). هویت فرایند پاسخ‌گویی آگاهانه هر فرد به یک دسته سؤالات در مورد خودش می‌باشد (باوند، ۱۳۷۷). «هویت مبین مجموعه خصایصی است که امکان تعریف صریح یک شیء یا یک شخص را فراهم می‌آورد» (شیخاوندی، ۱۳۸۰). برخی هویت را معناداری جامعه دانسته‌اند (رجایی، ۱۳۷۳). برخی دیگر از جامعه‌شناسان، هویت را به معنی هستی و وجود، چیزی که وسیله شناسایی فرد باشد تا او را از دیگران متمایز کند، تعریف نموده‌اند (تاجیک، ۱۳۷۹). اریکسون معتقد است تلاش برای رسیدن به هویت، فرایندی دائمی است و حتی در بزرگسالی نیز ذهن ما را به خود مشغول می‌کند (احمدی و محسنی، ۱۳۸۰: ۱۳۸-۱۴۰). جاکوبسن معتقد است هویت به معنای احساس تمایز، تداوم و استقلال فردی است که طی آن شخص دریابد همانی است که بوده و دیگران نیستند (جاکوبسن<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸: ۹). بر این اساس، هویت ملی مجموعه‌ای از گرایش‌ها و نگرش‌های مثبت نسبت به عوامل، عناصر و الگوهای هویت بخش و یکپارچه کننده در سطح یک کشور به عنوان یک واحد سیاسی است. بر اساس این تعریف هویت ملی به عنوان مفهومی مرکب و چند رکنی در نظر گرفته شده است که در سطح ذهنیت و رفتار یکایک شهروندان قابل بررسی و جست و جو است (حاجیان، ۱۳۷۹: ۱۹۷).

هویت افراد در یک جامعه از طریق سبک زندگی انتخابی آن‌ها تولید و بازتولید می‌شود. این سازوکار بیش و پیش از هر چیز، از خلال درونی کردن رفتارها و باورها، در ظرف روزمرگی

1. S. Hal  
2. Jacobson

عمل می‌کند و هر اندازه این سازوکارها درونی‌تر شود، سیستم تضمین بیشتری برای تداوم خود دارد.

بسیاری از صاحب‌نظران بر رابطه متقابل بین سبک زندگی و هویت ملی تأکید نموده‌اند. در این میان، سبک زندگی به عنوان الگویی از کنش اجتماعی است که تمیز دهنده افراد و گروه‌های اجتماعی از یکدیگر است (ذکائی، ۱۳۸۶: ۲۳). والت (۲۰۰۲) معتقد است سبک زندگی راه و روش زندگی است که بیان‌کننده ایستارها و ارزش‌های یک فرد یا یک گروه است. از دیدگاه آلفرد آدلر (۱۹۵۶: ۱۹۱) سبک زندگی، کلیت بی‌همتا و فردی زندگی است که همه‌ی فرایندهای عمومی زندگی، ذیل آن قرار دارند. همچنین، چنی سبک زندگی را به عنوان مهم‌ترین منبع هویت قلمداد نموده است (فاضلی، ۱۳۸۲). از دیدگاه آزاد ارمکی، سبک زندگی مفهومی است که برای فهم شرایط جدید پیش آمده در زندگی افراد در شهرهای بزرگ به کار برده می‌شود. بر این مبنا، فرد معاصر با وجود اینکه می‌داند مصرف کالاهای ارائه شده برای او کار بیشتری را می‌طلبد، ولی احساس می‌کند که هویت او در خرید این کالا و مصرف آنی آن می‌باشد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۱۲۴).

با توجه به موارد فوق و نقش تعیین‌کننده سبک زندگی در هویت ملی، در این مطالعه رابطه بین سبک زندگی و هویت ملی افراد مورد تحلیل قرار گرفته است. بر این مبنا، هدف اساسی این مطالعه بررسی نقش سبک زندگی در هویت ملی شهروندان در جامعه آماری مورد مطالعه می‌باشد.

## الف) مباحث نظری

در این بخش، ابتدا مفهوم سبک زندگی و دیدگاه‌های نظری مربوط به آن مورد بحث قرار گرفته و پس از آن، موضوع هویت ملی طرح گردیده است. همچنین، مباحث مربوط به ارتباط دو مفهوم سبک زندگی و هویت ملی توضیح داده شده است.

### ۱. سبک زندگی

سبک زندگی یکی از کلیدی‌ترین مفاهیم علوم اجتماعی نوین است و در بررسی‌های اجتماعی فرهنگی معاصر به تدریج جایگاه خاصی یافته است.

امروزه مفهوم سبک در زبان انگلیسی در معانی مختلفی مانند: نوع، روش، سبک اثاثیه، شکل دادن یا طراحی چیزی، کیفیت برتر در ظاهر، طراحی یا رفتار. تطابق با معیار شناخته شده، شیوه‌ای که برازنده و مناسب پنداشته می‌شود، خصوصاً در رفتار اجتماعی؛ زیبایی، ظرافت یا سهولت؛ شیوه یا تکنیک (وبستر، ۲۰۰۴: ۵۴۸)، نحوه عرضه، خصوصاً در موسیقی یا یکی از هنرهای زیبا، ترکیب طرح‌های مشخص ادبی یا فرضیه‌های هنری (وبستر، ۱۹۹۶: ۹۸)، شیوه‌ای

که در آن چیزی گفته یا انجام می‌شود، مثل سبک سخنرانی یا نوشتن (آمریکن هریتیج، ۲۰۰۰:۶۲۴) و طریقه‌ی نوشتار و یا گفتار که در مقابل محتوا قرار دارد، طریقه‌ی انجام چیزی به خصوص زمانی که ویژگی یک هنرمند یا دوره هنری باشد (آکسفورد، ۱۹۸۷:۲۳۵) به کار می‌رود. علاوه بر آن، شیوه و روش انجام چیزی خصوصاً شیوه‌ای که برای فرد، گروهی از مردم، مکان یا دوره‌ای نوعی باشد و اجرا یا انجام اموری که تمایز دهنده فرد یا گروه یا سطح خاصی باشد (وبستر، ۱۹۹۶:۴۵۲)، طرز نگرش خاص فردی و سلیقه که بیانگر و ممیز راه زندگی است (وبستر، ۲۰۰۴:۲۱۴) و شیوه‌ی انجام چیزی، خصوصاً راهی که نشان دهنده تأکید بر طرز نگرش خاص یا مشخصه‌ی دوره معینی باشد (ام. اس. ان. انکارتا، ۲۰۰۴:۲۳۶) تحت عنوان سبک زندگی بیان می‌شود.

مفهوم سبک به عنوان یک اصطلاح در طبقه‌بندی متون ادبی، اولین بار توسط ژرژ لوبیل کلرک دو بوفن، نویسنده و طبیعی‌دان فرانسوی (۱۷۸۸-۱۷۰۷) به کار برده شد (مهدوی کنی، ۱۳۸۶:۲۰۰). در دهه‌های اخیر، کاربرد مفهوم سبک زندگی مطابق با تحولات فرهنگی و اجتماعی تغییر کرده است. تا پیش از جنگ جهانی دوم مفهوم سبک زندگی چندان اهمیتی نداشت و اصولاً با این نام از آن یاد نمی‌شد. پس از جنگ جهانی دوم با گسترش پایه‌های اجتماعی دولت رفاه و به وجود آوردن امکان عملی تولید و مصرف انبوه کالاها، به ویژه کالاهای فرهنگی سبب گردید که شیوه‌های زندگی تنوع بسیار بالایی بیابند. همچنین رشد اقتصادی، ماشینی شدن کار، افزایش دستمزدها و گسترش وسایل تفریح و فراغت، جامعه‌ای را پدید آورد که تمایزات سنتی در آن تا اندازه‌ای محو شدند، بدین معنا که هر فرد و گروه اجتماعی تنها می‌توانست از طریق تنوعی که در انتخاب شغل، محل زندگی، آرایش و پوشاک خود، سلیقه‌های هنری و زیباشناختی، انتخاب سرگرمی‌ها و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و حتی شیوه‌های عملی و اخلاقی و دینی خویش در جامعه پیش می‌گرفت، خود را از دیگران متمایز کند (فاضلی، ۱۳۸۲:۶۲). بنابراین نیاز به مفاهیمی جدید برای تحلیل جامعه که بتوانند تحول پدید آمده را در خود بروز داده و برنامه‌ی پژوهشی جدیدی را نیز پیش روی علوم اجتماعی قرار دهند به وجود آمد. در این ارتباط، مفهوم سبک زندگی به کار برده شد (ازکیا و حسینی، ۱۳۸۷:۲۱). به طور کلی، سبک زندگی از مفاهیمی است که با وجود این‌که به طور ضمنی در اندیشه و آراء ماکس وبر و تورستین وبلن وجود دارد، ولی حیات آن متعلق به دو دهه اخیر متأثر از کارهای پیر بوردیو و تحول در نظام طبقاتی و شکل‌گیری زندگی شهری با جوانان و نسل جدید است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶:۲۱).

### نظریه‌های سبک زندگی

در جریان رواج مصرف‌گرایی و امکان انتخاب و گزینش کالاها، افراد صاحب سبک زندگی شدند. نشانه‌های گسترش سبک زندگی حاصل از جامعه‌ی مصرفی را جامعه‌شناسانی چون وبلن، وبر و زیمل در اوایل قرن بیستم به تصویر کشیدند. وبلن و زیمل سبک زندگی طبقه متوسط کلان شهر را تحلیل کردند، سبکی که در آن مصرف لباس، زیورآلات و انواع کالاهای لوکس نقشی محوری داشت (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶: ۷۵). از دیدگاه تورشتاین وبلن<sup>۱</sup> داشتن سبکی خاص به معنای چیزی بیشتر از علایق خاص فراغت است. داشتن سبک زندگی خاص و خودنمایی برای نشان دادن تعلق به گروهی خاص در جامعه به برجسته کردن تمایزهای گروه‌های دیگر منجر شده است (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۱: ۱۲۴). به نظر وی، ثروت مهم‌ترین عامل کسب منزلت است که باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمود آن مصرف تظاهری و نمایشی است. برای نمونه، افراد با نوع پوشش، آرایش و زیورآلات، خود و طبقه‌ی خود را از سایرین متمایز می‌کنند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶: ۷۹). در یک فرهنگ رقابتی که انسان‌ها ارزش‌شان را در مقایسه با ارزش دیگران می‌سنجند، هر کسی پیوسته در تکاپوی آن است که از همسایگانش پیشی گیرد و تب چشم و هم چشمی همگان را فرا می‌گیرد (وبلن، ۱۳۸۳: ۱۱۵).

وبر در مطالعات تاریخی گسترده‌ی خود روشن ساخت که نمی‌توان کنش‌های اجتماعی (جامعه‌ای) را صرفاً با اتکاء به مفاهیم اقتصادی درک کرد؛ چرا که حتی در ارزیابی منافع اقتصادی نیز اندیشه‌های ناشی از خرده فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی مؤثرند (بندیکس، ۱۳۸۵: ۹۸). در مفهوم گروه‌های منزلتی وبر در هر طبقه نیز می‌توان سبک‌های زندگی متفاوتی را مشاهده کرد. وبر سبک زندگی را شامل شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص کننده گروه‌های منزلتی متفاوت است، می‌داند (سوبل، ۱۹۸۱؛ به نقل از فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸).

بورديو جامعه معاصر را جامعه متمایز بر اساس وجود انواع سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی دانسته و راز و رمز بقا و توسعه جامعه جدید را بر تمایزات اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی تا صرفاً تمایزات اقتصادی می‌داند. وی برای بیان این معنی از نظام مفهومی جدیدی شامل ذائقه، میدان، انواع سرمایه و به طور خاص سرمایه فرهنگی، ذائقه، مصرف و سبک زندگی استفاده کرده است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۲۳۱).

بورديو با مفهوم «فضای اجتماعی» سبک‌های زندگی مختلف را نشان می‌دهد. فضای اجتماعی به این ترتیب ساخته می‌شود که عاملان و گروه‌های اجتماعی بر اساس حجم و میزان سرمایه‌ی

1. Thorstein Veblen - (1929\_1857)

2. Social space

اقتصادی و سرمایه فرهنگی با برخی افراد اشتراکاتی می‌یابند و با برخی دیگر فاصله پیدا می‌کنند. بورديو استدلال می‌کند مردمی که به طور نزدیک در یک فضای اجتماعی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند؛ حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. به عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های مشابه و سبک‌های زندگی مشابه دارند (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۱: ۱۱۶). در واقع، به ازای هر سطحی از موقعیت‌ها، سطحی از سبک زندگی‌ها و ذائقه‌ها وجود دارد که بر اثر شرایط اجتماعی مناسب با آن به وجود می‌آیند و به وسیله این سلیقه‌ها و ظرفیت تکثیرکننده آن‌ها، مجموعه‌ی انتظام یافته‌ای از ثروت‌ها و خصلت‌ها به وجود می‌آید که در درون خود از نوعی وحدت سیره‌ها برخوردارند (بورديو، ۱۳۸۰: ۳۵). بورديو در کتاب تمایز (۱۹۸۴) نشان می‌دهد که چگونه گروه‌های خاص، به ویژه طبقات اجتماعی - اقتصادی، از میان انواع کالاهای مصرفی، روش‌های لباس پوشیدن، غذا خوردن، آرایش کردن، میلمان و تزئین داخلی منزل و... انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند.

#### شاخص‌های سبک زندگی

در دو دهه‌ی اخیر، دانشمندان علوم اجتماعی شاخص‌های متعددی را برای سبک زندگی ارایه نموده‌اند. عناصری که زیمل، وبلن و وبر در آثار خود از آن‌ها یاد کرده‌اند، عبارت از شیوه‌ی تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (دکوراسیون، معماری و اثاثیه)، نوع وسیله‌ی حمل و نقل، شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح، اطوار (رفتارهای حاکی از نجیب‌زادگی یا دست و دل بازی، کشیدن سیگار در محافل عمومی، تعداد مستخدمان و آرایش آن‌ها) می‌باشند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۱۱). در مهم‌ترین تحقیقات میدانی اولیه مبتنی بر سبک زندگی، می‌توان به کارهای چاپین<sup>۱</sup> (۱۹۳۵) و اسول<sup>۲</sup> (۱۹۴۰) اشاره نمود که در آن‌ها تکیه اصلی بر بررسی محل سکونت، نوع خانه، وسایل اتاق نشیمن و دیگر جلوه‌های عینی شأن و منزلت بوده است (ای. اس. اس، ۱۹۹۱: ۲۲-۳۲).

کلاکهورن (۱۹۵۸) در یک جمع‌بندی در مورد شاخصه‌های مورد مطالعه سبک زندگی در دهه‌ی پنجاه، به رفتارهای شخصی مصرفی که حاکی از ترجیحات فردی مانند مواردی چون نحوه‌ی استفاده از صنایع فرهنگی، تفریحی و ورزشی، نحوه‌ی بازی کردن و لباس پوشیدن اشاره می‌کند (اس. ای. اس، ۱۹۸۵: ۳۳۰). گرژن، چند عامل مهم را در مطالعه سبک زندگی شامل الگوهای مصرف، نوع لباس، نحوه‌ی صحبت، نگرش‌ها و الگوهای مربوط به نقاط تمرکز علاقه‌مندی در فرهنگ مانند امور جنسی، عقلانیت، دین، خانواده، میهن پرستی، آموزش،

1. Chapin  
2. Swell

هنرها و ورزش‌ها برمی‌شمرد (گردن، ۱۹۶۳: ۱۹). پارسونز در کتاب مشهور خود (نظام اجتماعی)، سبک زندگی افراد (به خصوص خانواده‌ها) را در مواردی مانند خودروهای خانواده، یخچال، ماشین لباسشویی و تلویزیون نشان داده است (پارسونز، ۱۹۶۴: ۵۱۵). برلسون و استینر مؤلفه‌های سبک زندگی را در اوقات فراغت و ذوقیات و نحوه‌ی مصرف مناسب پول و در مواردی مثل رسیدگی به وضع ظاهری و لباس، آداب معاشرت، سلیقه زیبا شناختی، سرگرمی‌ها و خوردنی‌ها جستجو نموده‌اند (برلسون و استینر، ۱۹۶۴: ۴۸۸).

لوید وارنر، افزون بر نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و تفریحات و سلیقه‌های ورزشی، به تفاوت‌های دینی و چشم اندازه‌های اخلاقی، ارزش‌های سیاسی، الگوهای زندگی خانوادگی، روابط زناشویی و تربیت کودک در تحقیقات خود اشاره کرده است (مک‌کی، ۱۹۶۹: ۲۷۵). ابرین و دیگران، معتقدند سبک زندگی در شهرنشینی آمریکای اواخر دهه ۱۹۶۰ در مواردی مانند محل زندگی، مشارکت‌های محلی، نوع منزل و نوع مدرسه محل تحصیل فرزندان تجسم می‌یافت (ابرین و دیگران، ۱۹۶۹: ۳۲). ون هوتن عناصر سبک زندگی را در خانواده شامل اثاثیه، اشیاء هنری، انواع لباس پوشیدن‌ها، مواد خواندنی، آلات موسیقی، سلیقه در غذا و مشروبات، روش پخت، نوع صحبت کردن در خانه، نوع گذران اوقات فراغت، بودجه‌بندی، روابط با فرزندان، ضوابط و روش‌های تربیت کودک، تراکم جمعیت ساکن در خانه و محل، نوع و ویژگی‌های اشتغال توصیف نموده است (ون هوتن، ۱۹۷۰: ۷۳۴). بورديو بررسی سبک زندگی را شامل دارایی (کالاهای تجملی یا فرهنگی‌ای) می‌داند که افراد دور خود جمع کرده‌اند؛ مانند: خانه، ویلا، قایق تفریحی، ماشین، اثاثیه، نقاشی‌ها، کتاب‌ها، نوشابه‌ها، سیگارها، عطر، لباس‌ها. علاوه بر آن، فعالیت‌هایی که با آن خود را متمایز نشان می‌دهد؛ ورزش‌ها، بازی‌ها، تفریحات (بیاده‌روی یا کوه‌پیمایی، اسکی یا سوارکاری، گلف یا تنیس)، لباس پوشیدن، رسیدگی به ظاهر بدن خود، نحوه‌ی استفاده از زبان و بودجه‌بندی در زمره شاخص‌های سبک زندگی قرار می‌گیرد (بورديو، ۱۳۷۴: ۴-۱۷۳ و ۲۸۳).

مارتین سگالن، جامعه‌شناس فرانسوی، در جمع‌بندی خود از تحقیقات در مورد سبک زندگی در محدوده‌ی مسائل زناشویی سه محور شامل مسکن (فضای داخلی خانه و تقسیم‌بندی فضاهای خصوصی و فضاهای عمومی و تفریحی داخلی و خارجی)؛ معاشرت و شبکه‌ی روابط خویشاوندی و اتکاء در امور و حوادث و تأثیر این روابط بر نوع گذران اوقات فراغت؛ سوم، نوع نگاه و رفتار در مورد اشتغال زنان و تقسیم کار در زندگی زناشویی ارائه نموده است (سگالن، ۱۳۷۰: ۸۴ و ۲۵۹). جی. ای. ویل (۱۹۸۹)، معتقد است سبک زندگی علاوه بر مصرف، ارزش‌ها، نگرش‌های مسائل جمعیت شناختی، تفاوت‌های جنسی، موقعیت اقتصادی، شغل، طبقه‌بندی اجتماعی، مشارکت در فعالیت‌های اوقات فراغت را نیز در بر می‌گیرد



(ویل، ۱۹۸۹: ۲۱۵). جرال لسل و دیگران، به تحقیق قابل توجهی اشاره می‌کنند که در آن، بیشتر شهرنشینان مورد سؤال، شناخت خود را از موقعیت اجتماعی دیگران با توجه به عوامل سبک زندگی ایشان و در رأس آن لباس و سپس طرز حرکات و سبک محاوره به دست می‌آورند. لسل و دیگران، از جمله عوامل سبک زندگی را سلیقه (مثل سلیقه در انتخاب نوشیدنی، تجهیزخانه، مواد خواندنی و گذران وقت) و آداب معاشرت و در یک بیان کلی الگوهای مصرف می‌دانند (لسل و دیگران، ۱۹۹۴: ۳۷۰). فرن، در بحث از شاخص‌های سبک زندگی، مؤلفه‌های آن را شامل فعالیت‌ها (مانند کار، سرگرمی و تفریحات)، علاقه‌مندی‌ها (مانند خانواده و رسانه) و عقاید (مانند موضوعات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی) برشمرده است (فرن، ۲۰۰۱: ۱۷۵). سوئل تأکید می‌کند که الگوی مصرف مشاهده شونده‌ترین و بهترین شاخص سبک زندگی است (سوئل، ۱۹۸۱: ۱۲۱). لامونت و همکارانش نیز ضمن تأکید بر شیوه‌ی سازمان دادن زندگی شخصی، الگوی تفریح و مصرف را بهترین شاخص سبک زندگی می‌دانند (لامونت و همکاران، ۱۹۹۶: ۳۲).

## ۲. هویت

فرهنگ انگلیسی آکسفورد، هویت<sup>۱</sup> را به معنی شخصیت یا وجود عینی افراد یا اشخاص آورده است (آکسفورد، ۲۰۰۱: ۶۴۳). در منطق، در بررسی مفهوم هویت، پرسش از کیستی و چیستی فرد به میان می‌آید (مظفر، ۱۳۶۶: ۸۹). در خصوص معنی و ریشه واژه هویت، نیکلسون معتقد است که هویت در اصل واژه‌ای عربی است و از مصدر جعلی «هو» که ضمیر مفرد غایب است، گرفته شده است (نیکلسون، ۱۳۷۴: ۷). الطایی هویت را به معنی «یکی بودن با ذات» یا «یکی بودن موصوف با صفات اصلی و جوهری مورد نظر» می‌داند (الطایی، ۱۳۷۸: ۳۳). اریکسون معتقد است «هویت» فرد را در فرایند معنا بخشی به خود و نیز پیدا کردن جایگاه خود در جهان نامحدود، آن هم در میان گستره‌ی وسیعی از ممکنات<sup>۲</sup>، یاری می‌کند (شوارت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵: ۳). در قرائت جامعه‌شناختی، هویت با فرایند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد. در روند کسب «هویت-من» انسان دارای آن دسته از مهارت‌هایی می‌شود که برای کنش مستقل در جامعه ضروری است (شفرز، ۱۳۸۴: ۱۱۳). به نظر مید، مجموعه‌ی ویژگی‌هایی که فرد برای خود برمی‌شمارد در تعامل با دیگران و در سطح جامعه شکل می‌گیرد. با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او درباره خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود (ریترز، ۱۳۷۷: ۲۷۹). از نظر کوهن (۱۹۸۵) هویت گروهی نوعاً در تعامل با دیگران و در عرض

1. Identity  
2. Possibility  
3. Schwart

میان حدود و ثغور گروه ساخته می‌شود. در واقع، «هویت اجتماعی یک بازی است که در آن رو در رو بازی می‌شود» (بون، ۱۹۸۲: ۲۶؛ به نقل از جنکینز، ۱۳۸۱: ۷). مقایسه میان خود با دیگران موجب می‌شود که به تفاوت‌های میان خود و آن‌ها یا تفاوت‌های گروه اجتماعی خویش و گروه اجتماعی دیگری واقف شده و هویتی منحصر به فرد و متمایز برای خویشتن قایل گردیم (مرشدی‌زاده، ۱۳۷۹: ۹).

کاستلز معتقد است «اصطلاح هویت در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد عبارت است از فرایند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ی به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲). هویت اجتماعی مهم‌ترین ویژگی هر ملت، فرهنگ، تاریخ و سرزمین مشترک است. کاربرد هویت اصولاً هنگامی خود را نشان می‌دهد که منافع، موقعیت، آبرو و اعتبار و به طور کلی، جزئی از متعلقات و وابستگی‌های فرد، تهدید شده باشد (مهمی‌منی، ۱۳۷۹: ۳۰۶). کروکن و لوتانن (۱۹۹۲) عقیده دارند که «احساس عزت نفس جمعی همگانی، عامل بسیار مهمی در نحوه شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی مردم هر کشور است» (بارت، ۱۳۸۱: ۱۶). بر اساس نظریه‌ی تاجفل<sup>۱</sup>، هویت اجتماعی افراد به وسیله‌ی گروهی که به آن تعلق دارد تعیین می‌شود و این هویت تابعی که ویژگی‌های فرهنگی آن گروه است، مبتنی بر تفسیر درون گروه و برون گروه می‌باشد (اسمیت<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳: ۷۷).

همچنین، هویت ملی مجموعه‌ای از گرایش‌ها و نگرش‌های مثبت نسبت به عوامل، عناصر و الگوهای هویت‌بخش و یکپارچه کننده در سطح یک کشور به عنوان یک واحد سیاسی است (صنیع اجلال، ۱۳۸۴: ۱۰۴). از دیدگاه چلبی «احساس تعلق خاطر مشترک و احساس تعهد افراد به اجتماع ملی یا ملی به افراد هویت جمعی می‌بخشد» (چلبی، ۱۳۷۸: ۳۱). به عبارت دیگر، هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است. مهم‌ترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند، عبارت از: «سرزمین، دین و آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات، مردم و دولت» می‌باشند (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۷). هویت ملی هر فرد هم به صورت بخشی از کل هویت‌اش در رابطه با جامعه‌ای که بدان تعلق دارد و یا احساس می‌کند که تعلق دارد، شکل می‌گیرد (رواسانی، ۱۳۸۵: ۱۹). در مجموع می‌توان گفت هویت ملی مجموعه‌ای از ارزش‌های متعالی است که یک ملت در جریان تاریخ هستی خود، در سرزمین مشخص به جا گذاشته‌اند. بنابراین، هویت ملی آیین تمام نمای چهره یک ملت است که از بودن، زیستن و ماندن آن در جغرافیای مشخص تاریخی بحث می‌کند (لک، ۱۳۸۵: ۱۱۳).

1. Tajfel  
2. Smith

## ۲. چارچوب نظری

در دوران جدید، با ظهور مدرنیته و خلق تمایزات اجتماعی از طریق مصرف، الگوهای مصرف متفاوت و به تبع آن سبک‌های گوناگون زندگی، منبعی برای تعریف و بازتعریف هویت‌های جدید در افراد شده‌اند (خواجه نوری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵۱). از سوی دیگر، انتخاب نوع خاصی از سبک زندگی منجر به شکل دادن حوزه فردی و عمومی هر فردی می‌شود (خواجه نوری و مقدس، ۱۳۸۸: ۱). در بسیاری از دیدگاه‌ها بر کارکرد تمایز بخشی به مثابه‌ی یکی از ویژگی‌های سبک زندگی، تکیه شده است. تمایز بخشی، به این معنا است که سبک زندگی، افزون بر ایجاد وحدت درونی و جداسازی الگوها از هم و جنبه‌ی نمادین آن برای فرد یا گروهی که از یک سبک پیروی می‌کنند، برای اثبات هویت‌شان، این الگو و پیروان آن را در میان الگوها و قشرهای اجتماعی رتبه بندی می‌کند؛ به عبارت دیگر، این امر حاکی از منزلت اجتماعی آنان است.

از سوی دیگر، در هر جامعه‌ای، سنتی یا مدرن و با هر درجه‌ای از پیچیدگی، امکانات و لوازمی برای متمایز شدن اقشار و گروه‌های اجتماعی از یکدیگر وجود دارد. این تمایز موجب خلق معانی و هویت‌هایی می‌شود که افراد عضو هر جامعه به سادگی آن را درک نموده و از طریق درک معانی ذهنی مترتب بر این تمایزات، روابط انسانی و اجتماعی خود را سامان می‌دهند. با مدرن شدن جوامع شاهد ظهور سبک‌های جدیدی از زندگی هستیم و تعداد بسیار زیادی از اقشار و گروه‌های اجتماعی ظاهر می‌شوند که به نحوی خود را از دیگران متمایز می‌کنند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶: ۶۵).

از دیدگاه وبر، هر گروه منزلتی از اعضاء خود انتظار دارد تا «سبک زندگی» خاصی را دنبال کنند (گرب، ۱۳۷۳: ۷۸). از نظر وبر، نقش تعیین کننده سبک زندگی چنان است که هرگونه سبک بخشیدن به زندگی یا از درون گروه‌های منزلتی آغاز می‌شود و یا به وسیله‌ی آن‌ها تداوم می‌یابد (وبر، ۱۳۸۲: ۲۱۵-۲۲۱). دنیس رانگ در تحلیل سبک زندگی از دیدگاه وبر می‌گوید منظور وبر از سبک زندگی، ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه احساس هویت جمعی می‌بخشد (توسلی، ۱۳۷۳: ۶۲). جمیز مک‌کی در مورد دیدگاه وبر می‌گوید هر یک از طبقات اجتماعی، سبک زندگی متمایزی چون روش نگاه به زندگی که جهان‌بینی را پرورش می‌دهد و تجربیات اجتماعی ویژه خود و روابطش را با دیگر گروه‌های اجتماعی به نمایش می‌گذارند (مک‌کی، ۱۹۶۹: ۲۴۵).

بوردیو سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی می‌داند که به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. از نظر وی، سبک زندگی دارایی‌هایی است که به وسیله‌ی آن اشغال کنندگان موقعیت‌های مختلف، خودشان را با قصد

تمایز یا بدون قصد آن از دیگران تمایز می‌بخشند (بورديو، ۱۹۸۴: ۲۸۵). از دیدگاه آدلر سبک زندگی نوعی هویت تلقی می‌گردد. همچنین سبک زندگی به عنوان یک کل منظم، نماد وحدت و کثرت است. در واقع، سبک زندگی مرزهای یک هویت را تجسم می‌بخشد (مهردوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۹).

آنتونی گیدنز، سیاست زندگی، را به عنوان سبک زندگی مطرح نموده است (گیدنز، ۱۹۹۶: ۲۳۱). به نظر وی سبک زندگی روش الگومند مصرف، درک و ارزش‌گذاری محصولات فرهنگ مادی است که استقرار معیارهای هویتی را در چارچوب زمان و مکان ممکن می‌سازد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۰). از نظر گیدنز، جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرش اهمیت رو به افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل‌دادن به هویت شخصی و جمعی است (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۱۹). همچنین، به دلیل پویایی جوامع امروزی و همچنین، به علت تکثریابی زمینه‌های عمل و تنوع «مراجع»، انتخاب سبک زندگی بیش از پیش در ساخت هویت شخصی و فعالیت روزمره اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۱). گیدنز معتقد است به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعداد مراجع مقتدرتر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۸۰: ۸۸). از نظر گیدنز، یکی از پیامدهای بازاندیشی در خویشستن، پیدایش سبک زندگی است. در فرهنگ‌های پیشامدرن هم شاهد وجود انتخاب‌هایی برای افراد هستیم؛ اما گزینه‌های گوناگون به هم شباهت دارند و دامنه و تعداد آن‌ها چنان محدود است که سبب می‌شود تنها سبک مشخصی برای زندگی در هر فرهنگی تعریف شده باشد و همه افراد متعلق به فرهنگ‌های یکسان به سبک تقریباً مشابهی زندگی کنند. اما در دنیای مدرن، هر فرد به ناچار دارای نوعی سبک زندگی است که سبک ویژه خود او به شمار می‌رود. بدیهی است، گزینش‌ها تأثیر عمیقی بر هویت فرد داشته و هویت او را ویژه و منحصر به فرد خواهد کرد. بنابراین، سبک زندگی هر فرد سهم بسزایی در ساختن روایت زندگی او خواهد داشت (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶: ۹۲).

می‌توان سبک زندگی را روش الگومند مصرف، درک و ارزش‌گذاری محصولات فرهنگ مادی دانست که استقرار معیارهای هویتی را در چارچوب زمان و مکان ممکن می‌سازد. سبک زندگی اساساً به معانی نمادین محصولات توجه دارد؛ یعنی آنچه در ورای هویت آشکار این محصولات نهفته است (رحمت آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵: ۲۳۹). سبک‌های زندگی عمدتاً در قالب چیزهای ملموسی هستند که آن‌ها را به اموری نمادین بدل می‌کنند؛ نمادهایی که انعطاف‌پذیرند و دارای معانی گوناگونی هستند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۲). از دیدگاه بورديو، کلیه اعمال مصرف، یعنی استحصال و دخل و تصرف باید به منزله نمایشی از تسلط بر یک رمز ارتباطی به

منزله یک گرایش زیبا شناختی درک شود (بورديو، ۱۹۸۴: ۸). بر این مبنا، سبک و سیاق استفاده از کالا بخصوص آن دسته از کالاها که ممتاز قلمداد می‌شوند، تشکیل دهنده یکی از نشانه‌های کلیدی هویت به شمار می‌آید.

در مجموع، زیمل، سبک زندگی را نماد فردیت برتر، وبلن، آن را نماد سازوکار روحی و عادات فکری، و بر این مفهوم را نماد منزلت اجتماعی، بورديو، گیدنز و جمعی از اندیشمندان متأخرتر، سبک زندگی را نماد هویت فردی و اجتماعی می‌دانند. افراد به مدد این سبک‌ها، هویت خویش را ابراز داشته و اظهاراتی را در مورد فضای اجتماعی و فرهنگی خود بیان می‌دارند (هندری و دیگران، ۱۳۸۳: ۲۲۷).

زیمل در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه مدرن، بر مقوله‌ای همچون مد تأکید نموده است. به نظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی از سویی برای فرد هویت‌بخش بوده و از سویی دیگر متمایزکننده است. زیمل در مقاله «مد<sup>۱</sup>» دلایل تعدد تغییر مد (همچون پوشاک، آشپزی، هنر، معماری و موسیقی) در فرهنگ مدرن را بررسی نموده و نتیجه می‌گیرد مردم سریع‌تر به مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند؛ زیرا می‌خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند. به نظر زیمل، در جوامع اولیه، افراد هویت خود را از گروه می‌گرفتند، از این رو، بسیار همگن بودند؛ اما در جوامع مدرن فرایند هویتی فردی شده است. به نظر زیمل در شهرهای بزرگ، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد برای خود بسازد (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶). به نظر وی، اگرچه دنیای مدرن منجر به آزادی فرد از اسارت شده، اما خود محدودیت‌هایی را برای فرد ایجاد کرده است؛ به نحوی که افراد برای حفظ آزادی خود به پدیده‌هایی چون مد پناه می‌برند تا به واسطه آن هویت خود را تعریف کنند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶: ۵۶).

از جمله رویکردهای نظری که در ارتباط با رابطه سبک زندگی و هویت قابل استفاده است «نظریه تصدیق» است که می‌تواند ما را به درک ساز و کار تأثیرگذاری سبک زندگی بر هویت، رهنمون سازد. در این نظریه بیان می‌شود که افراد تصویرهای خودشان را از طریق بازخورد دریافت شده از رفتار خود و دیگران شکل می‌دهند (کمپیل، ۲۰۰۷: ۲۱؛ به نقل از خواجه نوری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵۷). همچنان که هاگارد و ویلیامز (۱۹۹۱: ۱۰۳؛ ۱۹۹۲: ۱) بیان می‌کنند از طریق مشارکت در اوقات فراغت، افراد قادر می‌شوند که هویت خود را تأیید و تصدیق کنند و توانایی نشان دادن هویت خود به دیگران را پیدا می‌کنند (باربر و دیگران، ۲۰۰۵: ۱۸۵؛ هاگارد و ویلیامز، ۱۹۹۲: ۱). در ادامه این فرایند، بر طبق نظریه تصویر ذهنی، انسان بیش از آنکه با واقعیات سر و کار داشته باشد، با برداشتی که از واقعیت دارد، سر و کار دارد و در نهایت بر اساس این برداشت‌ها و تصاویر تصمیم‌گیری می‌کند (ماه‌پیشانیان، ۱۳۹۰: ۴۲).

### ب) پیشینه تحقیق

علاوه بر رویکردهای نظری تبیین رابطه سبک زندگی و هویت، مجموعه‌ای از پژوهش‌ها در ارتباط با رابطه دو متغیر فوق صورت گرفته است. در دهه‌ی اخیر موضوع سبک زندگی در علوم اجتماعی مورد توجه قرار گرفته و محققان اجتماعی با شیوه‌ای تجربی این موضوع را بررسی و به شیوه دقیق‌تری به گردآوری اطلاعات در مورد تجارب دیگر افراد پرداختند.

تحقیق کانتور و لنگستون (۱۹۸۹) نشان داده است که سه مفهوم طرح‌واره، وظایف زندگی و راهبردهای شناختی سه حیطه مختلف عاطفی، شناختی و رفتاری سبک زندگی فرد را تشکیل می‌دهند. برخی از این سبک‌ها عبارت از: کسب هویت، دوست‌یابی، برنامه‌آینده و تنظیم وقت می‌باشد. بسیاری از پژوهشگران رابطه بین مشارکت در اوقات فراغت و هویت را در طول دوره نوجوانی مورد مطالعه قرار داده‌اند (کیول و کلیبر، ۲۰۰۰: ۲۱۵؛ مانسون و ویدمر، ۱۹۹۷: ۱۹۰؛ شاو و همکاران، ۱۹۹۵: ۲۴۵). بسیاری از پژوهشگران پذیرفته‌اند که اوقات فراغت و به‌طور کلی‌تر سبک‌های زندگی نقش مهمی در شکل‌گیری هویت، بازی می‌کنند (باربر و دیگران، ۲۰۰۵: ۱۸۵؛ دورکین و دیگران، ۲۰۰۳: ۱۷؛ هاگارد و ویلیامز، ۱۹۹۱: ۱۰۳؛ ۱۹۹۲: ۱؛ کیول و کلیبر، ۱۹۹۹: ۲۱۵؛ خواجه نوری، ۱۳۸۵؛ هلد، ۳۸۲: ۵۹؛ یونگلسون و دیگران، ۲۰۰۱: ۳۱؛ هونگلا داروم، ۲۰۰۲: ۲۴۱).

وحید شالچی (۱۳۸۶) به بررسی سبک زندگی جوانان کافی شاپ منطقه ۳ تهران پرداخته و تلاش نموده است ویژگی‌های سبک زندگی این گروه از جوانان را مشخص کند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در این فضای اجتماعی ویژگی‌های سبک زندگی پسامدرن از قبیل مد و سلیقه‌ی التقاطی، تعامل امر محلی و جهانی، اهمیت سرگرمی و مصرف و نقش حیاتی لذت دیده می‌شود. نفیسه حمیدی و مهدی فرجی (۱۳۸۶) در تحقیق خود به بررسی سبک زندگی و پوشش زنان در تهران پرداخته‌اند. هدف این مطالعه یافتن سبک‌های زندگی متفاوتی که در پوشش زنان در تهران به چشم می‌خورد، بوده است. پرسش اصلی در این مطالعه این است که در جامعه ما چه سبک پوشش‌هایی وجود دارد و منطق پوشش زنان چیست؟ آیا زنان با سبک پوشش خود، بیشتر نمایش هویت خود را دارند؟ در این مطالعه برای رسیدن به این هدف با چهل تن از زنان ساکن تهران، مصاحبه و نوع پوشش و وضعیت اجتماعی آنان بررسی شده است. الهام رحمت‌آبادی و حبیب‌آقابخشی (۱۳۸۵) در مطالعه سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان به تحلیل هویت اجتماعی در جامعه سنتی و مدرن پرداخته‌اند. در جوامع سنتی مبنای هویت اجتماعی افراد، ویژگی‌های انتسابی آن‌هاست. اما جوامع مدرن در این باره عمدتاً دو پاسخ متفاوت دارند. در رویکرد اول، فعالیت مولد و جایگاه فرد در نظام تولید‌سازنده هویت اجتماعی است و رویکرد دوم رفتارهای مصرفی فرد را مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی محسوب می‌کند. رویکرد اول مرتبط با مفهوم طبقه اجتماعی و رویکرد دوم در مفهوم سبک

زندگی خلاصه می‌شود. این مطالعه به روش دلفی بر روی جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال طبقه متوسط شهری متمرکز بوده است. همچنین، خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان «سبک زندگی و هویت ملی» به بررسی رابطه سبک زندگی به عنوان پدیده‌ای مدرن و مرتبط با فرایند جهانی شدن با هویت ملی پرداخته است. اطلاعات مورد نیاز با شیوه نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند از یک نمونه ۴۳۵ نفری از دختران و پسران دبیرستانی شهر شیراز بدست آمده است. نتایج تحقیق نشان دهنده‌ی آن است که متغیرهای سبک‌های مذهبی و هویت بدن بر روی هم نزدیک به ۱۹ درصد تغییرات هویت ملی را تبیین می‌کند. علاوه بر آن، یافته‌های مربوط به تحقیق کفافی و همکاران (۱۳۸۹) تحت عنوان "بررسی تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی" همبستگی بین دو متغیر سبک زندگی و هویت اجتماعی در بین جوانان شهر بابل را نشان می‌دهد. همچنین، یافته‌های مربوط به مؤلفه‌های سبک زندگی با هویت ملی در بین جوانان رابطه قوی را نشان می‌دهد.

با توجه به مباحث نظری فوق، فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل تدوین و مورد بررسی قرار گرفته است:

- ۱- بین نوع سبک فراغتی افراد با میزان هویت ملی آنان رابطه وجود دارد.
- ۲- بین نوع نقش‌های خانوادگی و خویشاوندی افراد با میزان هویت ملی آنان رابطه وجود دارد.
- ۳- بین نوع مصرف‌گرایی افراد و نمادهای منزلتی آنان با میزان هویت ملی آنان رابطه وجود دارد.
- ۴- بین نوع ارزش‌های افراد و میزان پایبندی آنها به ارزش‌ها و میزان هویت ملی آنان رابطه وجود دارد.
- ۵- بین نوع شرایط محل زندگی افراد و میزان هویت ملی آنان رابطه وجود دارد.
- ۶- بین نوع سبک زندگی و میزان هویت ملی شهروندان رابطه وجود دارد.

### روش تحقیق

این مطالعه از نوع پیمایش اجتماعی<sup>۱</sup> بوده و اطلاعات تحقیق با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه توأم با مصاحبه جمع‌آوری گردیده است. در این پژوهش، برای سنجش هر یک از متغیرهای اصلی پژوهش از گویه‌های مربوط در قالب طیف لیکرت استفاده شده است. اعتبار و روایی‌گویه‌های طیف در آزمون مقدماتی مورد تأیید قرار گرفته است. پس از جمع‌آوری داده‌های تحقیق، با استفاده از برنامه کامپیوتری SPSS و فعالیت‌های آماری مربوطه، تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق صورت گرفته است.

### تعریف مفاهیم

سبک زندگی: سبک زندگی شیوه زندگی مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردهاست که فرد

آن‌ها را به کار می‌گیرد چون، نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌سازند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران متجسم می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰). در این تحقیق، متغیر سبک زندگی از پرسش‌نامه (کریستین مایرز، ۲۰۰۴) و پژوهش رسولی (۱۳۸۳) شامل شاخص‌های طرز گذران اوقات فراغت، نقش‌های خانوادگی و خویشاوندی، شرایط محل زندگی، قانون‌گرایی و پایبندی به ارزش‌ها، مصرف‌گرایی و نمادهای منزلتی و نقش‌های شغلی و مالی با استفاده از ۲۵ گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شده است. نتایج آزمون کرونباخ در مورد مقیاس سبک زندگی ( $a=0/94$ ) روایی گویه‌های طیف را مورد تأیید قرار داده است.

**هویت ملی:** هویت ملی فرایند پاسخ‌گویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی پیرامون خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خاستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی خود است (باوند، ۱۳۷۷). در این تحقیق برای سنجش میزان هویت ملی پاسخ‌گویان با استفاده از پژوهش آزادارمکی و غفاری (۱۳۸۳: ۹۴) و همچنین علیخواه (۱۳۸۳: ۱۲۰) از ۶ گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شده است. نتایج آزمون کرونباخ در مورد مقیاس هویت ملی ( $a=0/78$ ) روایی گویه‌های دو طیف را مورد تأیید قرار داده است.

#### جامعه آماری، نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری پژوهش عبارت از کلیه شهروندان شهرستان کاشان در سال ۱۳۸۹ می‌باشند. جمعیت شهرستان کاشان بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۸۵) برابر با ۲۷۷۹۵۴ نفر بوده است. با توجه به فرمول حجم نمونه و واریانس محاسبه شده متغیرهای مورد بررسی، حجم نمونه برابر ۳۰۰ نفر برآورد شده است. پس از تعیین حجم نمونه، افراد مورد بررسی به روش تصادفی انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

#### یافته‌های تحقیق

در این بخش، ابتدا یافته‌های تحقیق توصیف و پس از آن رابطه بین متغیرهای تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

#### الف) توصیف داده‌ها

در این بخش، داده‌های تحقیق در سه بخش مشخصات فردی، نوع سبک زندگی و میزان هویت ملی پاسخ‌گویان ارائه و توصیف گردیده است.

#### ۱. مشخصات فردی

یافته‌های تحقیق در ارتباط با مشخصات فردی پاسخ‌گویان بیانگر این امر است که از مجموع ۳۰۰ پاسخ‌گو، ۵۶ درصد از آنان زن و ۴۴ درصد مرد می‌باشند. ۱۵ درصد از پاسخ‌گویان در گروه سنی



۲۰ سال و کمتر، ۴۷/۳ درصد ۲۱-۳۰ سال، ۱۸ درصد گروه سنی ۳۱-۴۰ سال و ۱۹/۷ درصد بالای ۴۱ سال داشته‌اند. همچنین، ۴۲/۳ درصد پاسخ‌گویان مجرد و ۵۷/۷ درصد متأهل بوده‌اند. شغل ۱۶/۷ درصد کارمند و فرهنگی، ۳۰ درصد محصل و دانشجو، ۱۸/۷ درصد خانه‌دار، ۲۰ درصد آزاد و ۳ درصد از پاسخ‌گویان کارگرساختمانی و کشاورز می‌باشد. همچنین، ۸/۳ درصد از آنان نیز بیکار و یا بازنشسته بوده‌اند. علاوه بر آن، سطح تحصیلات ۲۲/۷ درصد از پاسخ‌گویان کمتر از دیپلم، ۲۶ درصد دیپلم، ۱۱/۳ درصد فوق دیپلم و ۴۰ درصد لیسانس و بالاتر می‌باشد.

## ۲. سبک زندگی

سبک زندگی، اغلب با مؤلفه‌هایی چون نمادهای منزلتی، الگوهای رفتاری، نمادهای فرهنگی، نقش‌های اجتماعی و ارزش‌های اجتماعی، شناخته می‌شود. در این مطالعه، سبک زندگی افراد به عنوان متغیر مستقل تحقیق، با استفاده از شاخص‌هایی نظیر نوع سبک فراغتی و طرز گذران فراغت، نقش‌های خانوادگی و خویشاوندی، نحوه زندگی و شرایط محل زندگی، نوع ارزش‌ها و پایبندی افراد به ارزش‌ها و مسائل مالی بررسی شده است. در ذیل، داده‌های مربوط به هر یک از شاخص‌های سبک زندگی ارائه گردیده است.

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی و درصدی میزان هر یک از مؤلفه‌های سبک زندگی در بین

### پاسخ‌گویان

مؤلفه‌ها		سنتی		نیمه سنتی		مدرن		جمع	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
نحوه گذران اوقات فراغت		۸۰	۲۶/۷	۱۵۷	۶۲/۳	۳۳	۱۱	۳۰۰	۱۰۰
نقش‌های خانوادگی و خویشاوندی		۱۲۸	۴۲/۷	۱۳۲	۴۴	۴۰	۱۳/۳	۳۰۰	۱۰۰
شرایط محل زندگی		۶۵	۲۵/۴	۱۹۹	۶۶/۳	۲۵	۸/۳	۳۰۰	۱۰۰
نوع ارزش‌ها و پایبندی به آنها		۱۸	۶	۱۸۴	۶۱/۳	۹۸	۳۲/۷	۳۰۰	۱۰۰
مصرف‌گرایی و نمادهای منزلتی		۷۱	۲۳/۷	۱۶۴	۵۴/۷	۶۵	۲۱/۷	۳۰۰	۱۰۰
نقش‌های شغلی و مالی		۵۹	۱۹/۷	۱۱۲	۳۷/۳	۱۲۹	۴۳	۳۰۰	۱۰۰

با توجه به شاخص‌های شش‌گانه طرز گذران فراغت، نقش‌های خانوادگی و خویشاوندی، شرایط محل زندگی، نوع ارزش‌ها و پایبندی به آنها، مصرف‌گرایی و نمادهای منزلتی و نقش‌های شغلی و مالی، سبک زندگی پاسخ‌گویان بدست آمده است. با توجه به مجموع مؤلفه‌های سبک زندگی، کرانه بالای

نمرات در جامعه مورد بررسی ۱۳۵، کرانه پایین آن ۸۱ و دامنه تغییر آن ۱۸ می‌باشد. پس از تقسیم دامنه تغییر به عدد سه با فواصل برابر، داده‌های جدول زیر حاصل گردیده است.

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی و درصدی نوع سبک زندگی پاسخ‌گویان

موارد	فراوانی	درصد
سنتی	۱۰۵	۳۵
نیمه سنتی	۱۶۳	۵۴,۳
مدرن	۳۲	۱۰,۷
جمع	۳۰۰	۱۰۰,۰

یافته‌های جدول فوق بیانگر این امر است که نوع سبک زندگی ۳۵ درصد پاسخ‌گویان به شیوه‌ی سنتی، ۵۴/۳ درصد نیمه سنتی و ۱۰/۷ درصد غیر سنتی و یا مدرن می‌باشد.

### ۳. هویت ملی

در این تحقیق برای سنجش هویت ملی پاسخ‌گویان با استفاده از پژوهش آزاد ارمکی و غفاری (۱۳۸۳: ۹۴) و علیخواه (۱۳۸۶: ۱۲۰)، از ۶ گویه در قالب طیف لیکرت استفاده شده است. در جدول زیر توزیع فراوانی و درصدی پاسخ‌های پاسخ‌گویان نسبت به هر یک از گویه‌های طیف هویت ملی ارائه گردیده است.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی و درصدی پاسخ‌های پاسخ‌گویان به گویه‌های طیف میزان

### هویت ملی

میانگین	واریانس	جمع		زیاد		متوسط		کم		گویه
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۸,۵۵	۱,۶۳	۱۰۰	۳۰۰	۵۶	۱۶۸	۳۵,۷	۱۰۷	۸,۳	۲۵	پایبندی و علاقه زیاد به زبان فارسی
۸,۶۷	۲,۱۹	۱۰۰	۳۰۰	۸۲,۳	۲۴۷	۱۷	۵۱	۰,۷	۲	میزان احترام به پرچم ملی
۸,۷۰	۱,۸۴	۱۰۰	۳۰۰	۸۴,۳	۲۵۳	۱۲	۳۶	۳,۷	۱۱	پایبندی به دفاع از وطن
۵۶,۴۹	۱۰۵,۷	۱۰۰	۳۰۰	۷۰	۲۱۰	۲۳	۶۹	۷	۲۱	افتخار کردن نسبت به ایرانی بودن
۴,۴۰	۰,۶۲	۱۰۰	۳۰۰	۸۶	۲۵۸	۱۲	۳۶	۲	۶	افتخار به کسب مقام ایرانی‌ها در المپیادهای جهانی و میادین ورزشی
۱۹,۱۲	۹,۲۱	۱۰۰	۳۰۰	۶۲	۱۸۶	۳۳,۷	۱۰۱	۴,۳	۱۳	افتخار کردن به تاریخ سرزمین ایران

با توجه به مجموع گویه‌های طیف هویت ملی، کرانه بالای نمرات در این طیف برابر با ۱۸، کرانه پایین نمره ۹ و دامنه تغییرات آن در جامعه مورد مطالعه، ۹ می‌باشد. پس از تقسیم مجموع نمره‌های هر پاسخ‌گو به تعداد گویه‌ها و تقسیم آن به سه مقوله با فواصل برابر، داده‌های جدول زیر حاصل گردیده است.

**جدول شماره ۴: توزیع فراوانی و درصدی میزان هویت اجتماعی پاسخ‌گویان .**

درصد	فراوانی	موارد
۲۳,۳	۷۰	کم
۳۰	۹۰	متوسط
۴۶,۶	۱۴۰	زیاد
۱۰۰	۳۰۰	جمع

یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد ۲۳/۳ درصد پاسخ‌گویان دارای هویت ملی در حد پایین، ۳۰ درصد در حد متوسط و ۴۶/۶ درصد از هویت ملی در حد بالا برخوردار بوده‌اند.

**(ب) تجزیه و تحلیل**

در این بخش، رابطه بین متغیرهای تحقیق در دو سطح تجزیه و تحلیل دو متغیره و چندگانه ارایه گردیده است.

**۱- تجزیه و تحلیل دو متغیره**

در این بخش، رابطه بین نوع سبک زندگی و هویت ملی مورد بررسی قرار گرفته است. در جدول زیر رابطه متغیرهای فوق نشان داده شده است.

**جدول شماره ۵: رابطه بین نوع سبک زندگی و هویت ملی پاسخ‌گویان**

جمع	زیاد	متوسط	کم	میزان هویت ملی	
				نوع سبک زندگی	
۳۲	۲۰	۷	۵	فراوانی	مدرن
				درصد	
۱۰۰	۶۲,۵	۲۱,۹	۱۵,۶	فراوانی	نیمه سنتی
				درصد	
۱۰۵	۳۳	۳۷	۳۵	فراوانی	سنتی
				درصد	
۳۰۰	۱۴۰	۹۰	۷۰	فراوانی	جمع
				درصد	
۱۰۰	۴۶,۶	۳۰	۲۳,۳	فراوانی	جمع
				درصد	

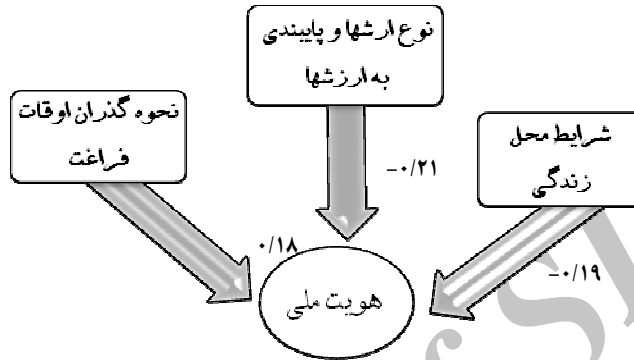
یافته‌های تحقیق در جدول فوق نشان می‌دهد میزان هویت ملی در بین افراد با نوع سبک زندگی سنتی، ۳۳/۳ درصد در حد کم، ۳۵/۲ درصد متوسط و ۳۱/۴ درصد در حد زیاد بوده است. همچنین، میزان هویت ملی افراد با سبک زندگی نیمه سنتی به میزان ۱۸/۴ درصد در حد کم، ۲۸/۲ درصد متوسط و ۵۳/۳ درصد در حد زیاد می‌باشد. علاوه بر آن، میزان هویت ملی افراد با سبک زندگی غیر سنتی یا مدرن به میزان ۱۵/۶ درصد در حد کم، ۲۱/۹ درصد متوسط و ۶۲/۵ درصد زیاد بوده است. با مقایسه میزان هویت ملی در بین افراد با انواع سبک‌های زندگی مختلف، بالاترین میزان هویت ملی در حد پایین در بین افراد با سبک زندگی سنتی (۳۳/۳) مشاهده می‌شود. در حالی که، میزان هویت ملی در حد پایین در بین افراد با سبک زندگی نیمه سنتی و غیر سنتی به ترتیب به ۱۸/۴ و ۱۵/۶ درصد کاهش یافته است. متقابلاً، مقایسه میزان هویت ملی در حد زیاد در بین افراد با انواع سبک زندگی بیان‌گر این امر است که بالاترین میزان هویت ملی در بین افراد با سبک زندگی غیر سنتی (۶۲/۵ درصد) مشاهده می‌شود و این میزان در بین افراد با سبک زندگی نیمه سنتی و سنتی به ترتیب به ۵۳/۳ و ۳۱/۴ درصد کاهش یافته است.

در مجموع، یافته‌های پژوهش ارتباط بین دو متغیر سبک زندگی و هویت ملی را نشان می‌دهد. همبستگی بین دو متغیر با توجه به رتبه‌ای بودن متغیرهای فوق با استفاده از آزمون اسپیرمن مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج آزمون فوق ( $r_s = .283$ ) وجود همبستگی بین دو متغیر فوق را در سطح اطمینان ۹۹ درصد مورد تأیید قرار داده است. بر این اساس، در جامعه آماری مورد مطالعه با توجه به تغییرات زندگی اجتماعی از سبک زندگی سنتی به سوی زندگی نیمه سنتی و غیر سنتی، شاهد تحول در میزان هویت ملی و به عبارتی کاهش هویت‌های محلی و قومی و افزایش احساس تعلق افراد به جامعه ملی و هویت ملی می‌باشیم.

## ۲- تجزیه و تحلیل چندگانه

در این بخش، از رگرسیون چندگانه به منظور تبیین مجموعه عوامل استفاده شده است. رگرسیون چندگانه روشی آماری است که در آن حضور متغیرها در تبیین متغیر وابسته در کنار هم سنجیده می‌شود. برای رسیدن به چنین هدفی از روش رگرسیونی گام به گام<sup>۱</sup> استفاده گردیده است. در انجام تحلیل رگرسیون چندگانه در این تحقیق، در مجموع، ۶ بعد متغیر سبک زندگی وارد معادله گردیدند. از میان ۶ بعد وارد شده در معادله، ۳ بعد در سطح آلفای ۰/۰۵ معنادار تشخیص داده شده و در معادله باقی مانده‌اند و سایر ابعاد از معادله خارج و حذف گردیده‌اند.

در مجموع، اثر نوع ارزش‌های افراد و پایبندی آنان به ارزش‌ها به میزان ۲۱- درصد، شرایط محل زندگی ۱۹- درصد و نحوه گذران اوقات فراغت ۱۸ درصد می‌باشد. بنابراین، براساس مدل زیر، مؤلفه‌های سبک زندگی مؤثر بر هویت ملی پاسخ‌گویان عبارت از موارد زیر می‌باشد.



نمودار شماره ۱: مؤلفه‌های سبک زندگی مؤثر بر هویت ملی

### نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه وجود رابطه و همبستگی معنی‌دار بین دو متغیر سبک زندگی و هویت ملی را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج رگرسیون چند متغیره، هر یک از مؤلفه‌های سبک فراغتی، نوع ارزش‌های افراد و پایبندی به ارزش‌ها و شرایط محل زندگی به ترتیب به میزان ۲۱-، ۱۸- و ۱۹- درصد بر میزان هویت ملی افراد تأثیرگذار بوده است. همچنین، نتایج فعالیت آماری مربوطه با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن ( $r_s = 0/283$ ) در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود همبستگی معنادار بین دو متغیر نوع سبک زندگی و میزان هویت ملی افراد را مورد تأیید قرار داده است. در مجموع، نتایج تحقیق با مباحث نظری و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و یافته‌های محققین پیرامون رابطه بین سبک زندگی و هویت اجتماعی و ملی قرابت و همخوانی دارد. همان‌گونه که در مباحث نظری اشاره شد، زیمل (۱۹۰۸) سبک زندگی را تلاش انسان برای یافتن هویت تعبیر نموده است. زیمل با طرح شاخص مصرف به عنوان مهمترین مؤلفه سبک زندگی، معتقد است در شهرهای بزرگ، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد برای خود بسازد. از دیدگاه زیمل، سبک‌های زندگی از سویی برای افراد هویت بخش بوده و از سویی دیگر متمایز کننده است. زیمل به فرایند کسب هویت از گروه در جوامع اولیه اشاره نموده و متقابلاً، توجه به انواع مدهای جدید در جامعه را ناشی از گرایش افراد به شکل‌دهی هویت شخصی متمایز خود تبیین نموده است (باکاک، ۱۳۸۱). بر این مبنا، در دنیای مدرن، افراد

برای حفظ آزادی خود به پدیده‌هایی چون مد پناه می‌برند تا به واسطه‌ی آن هویت خود را تعریف کنند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶). آدلر (۱۹۵۶) سبک زندگی را به مفهوم کلیت بی‌همتا و فردی زندگی قلمداد نموده است. از دیدگاه آدلر، سبک زندگی راه دستیابی به هدف و در واقع نوعی هویت قلمداد شده است. بدین ترتیب، سبک زندگی مرزهای یک هویت را تجسم می‌بخشد (مهدوی کنی، ۱۳۸۶). تیر (۱۹۸۱) سبک زندگی را به عنوان، الگوها و شیوه‌های زندگی روزمره تعریف نموده که نگرش‌ها، ارزش‌ها، جهان بینی و هویت افراد را منعکس می‌کند. از دیدگاه وبر، هر گروه منزلتی از اعضاء خود انتظار دارد تا به شیوه‌ای خاص رفتار کند (گرب، ۱۳۷۳). در این ارتباط، رانگ در تحلیل مفهوم سبک زندگی از دیدگاه وبر بیان نموده است که منظور وبر از سبک زندگی، ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه احساس هویت جمعی می‌بخشد (توسلی، ۱۳۷۳). بوردیو و گیدنز سبک زندگی را نماد هویت فردی و اجتماعی قلمداد نموده‌اند. بوردیو، سبک زندگی را فعالیت‌های نظام مندی قلمداد می‌کند که به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند (بوردیو، ۱۹۸۴). همچنین، بوردیو (۱۹۸۴) معتقد است گروه‌های خاص و به ویژه طبقات اجتماعی و اقتصادی از میان انواع کالاهای مصرفی، انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند تا روش زندگی مجزای خود را از دیگران متمایز کنند.

از دیدگاه گیدنز، به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروز انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت به طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است (گیدنز، ۱۳۸۰: ۸۸). گیدنز معتقد است سبک زندگی روش الگومند مصرف، درک و ارزش‌گذاری محصولات فرهنگ مادی است که استقرار معیارهای هویتی را در چهارچوب زمان و مکان ممکن می‌سازد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۰). همچنین، هندری و دیگران معتقدند افراد به مدد انواع سبک‌های زندگی، هویت خویش را ابراز داشته و اظهارات را در مورد فضای اجتماعی و فرهنگی خود بیان می‌دارند (هندری و دیگران، ۱۳۸۳: ۲۲۷). از دیدگاه هندری و همکاران (۱۳۸۳)، افراد با بهره‌گیری از سبک‌های زندگی، به ابراز هویت خود می‌پردازند. وال (۲۰۰۲) سبک زندگی را به عنوان راه و روش زندگی و بیان‌کننده ایستارها، ارزش‌ها و هویت یک فرد یا گروه بیان نموده است. در واقع، سبک زندگی به عنوان الگویی از کنش اجتماعی که تمیز دهنده افراد و گروه‌های اجتماعی از یکدیگر است، قلمداد می‌شود (زکایی، ۱۳۸۶). همچنین، لیزر (۱۹۶۴) سبک زندگی را عبارت از طرز مشخص و متمایز زندگی کردن گروهی از مردم معرفی نموده است.

آزاد ارمکی مفهوم سبک زندگی را برای فهم شرایط جدید زندگی اجتماعی در شهرهای بزرگ قابل کاربرد دانسته و معتقد است فرد معاصر با مصرف کالاهای آرایه شده، احساس می‌کند که هویت او در خرید این کالا و مصرف آن می‌باشد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۱۲۴). از دیدگاه فکوهی، امروزه شهرها به مثابه‌ی پهنه‌ی اصلی تبلور یافتن هویت و روز مرگی و سبک زندگی در فضای

شهری هستند (فکوهی، ۱۳۸۶: ۱۷). از دیدگاه مهدوی کنی، سبک زندگی مرزهای یک هویت را تجسم می‌بخشد. در واقع، سبک زندگی نوعی هویت قلمداد می‌شود (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۹). علاوه بر مباحث نظری فوق، کانتور و لنگستون (۱۹۸۹) در مطالعه سبک زندگی، کسب هویت را به عنوان پیامد سبک زندگی بیان نموده است. پژوهش حمیدی و فرجی (۱۳۸۶: ۹۲) نشان می‌دهد در جامعه‌ی مدرن، سبک زندگی تأثیر عمیقی بر هویت فرد و ساختن روایت زندگی وی خواهد داشت. همچنین نتایج پژوهش خواجه نوری و دیگران (۱۳۸۹) پیرامون سبک زندگی و هویت ملی همبستگی بین دو متغیر سبک زندگی و هویت ملی را تأیید نموده است. علاوه بر آن، رحمت آبادی و آقابخشی در پژوهش خود (۱۳۸۵)، با تأکید بر شکل‌گیری هویت اجتماعی افراد با توجه به ویژگی‌های انتسابی در جامعه سنتی، شکل‌گیری هویت اجتماعی در جامعه معاصر را از کارکردهای اساسی سبک زندگی و رفتارهای مصرفی افراد قلمداد نموده‌اند. بر اساس نتایج پژوهش حاضر، رابطه مثبت و معنادار سبک فراغتی پاسخ‌گویان و نحوه گذران اوقات فراغت با میزان هویت ملی تأیید گردیده است. میزان تأثیر متغیر سبک فراغتی بر میزان هویت ملی ۱۸ درصد به دست آمده است. در مجموع یافته‌های تحقیق در ارتباط با رابطه‌ی سبک فراغتی به عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی سبک زندگی و هویت ملی نیز با نتایج پژوهش‌های پژوهشگران قرابت و همخوانی دارد (مانسون و ویدمر، ۱۹۹۷: ۱۹۰؛ کیول کلیبر، ۲۰۰۰: ۲۱۵؛ باربر و همکاران، ۲۰۰۵: ۱۸۵).

## منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶) *زندگی روزمره در ایران؛ زندگی روزمره، قدرت، و فرهنگ*، جهاد دانشگاهی تهران.
- آزاد ارمکی، تقی، غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳) *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- ابادری، یوسف؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱) "از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی"، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۰.
- ابوالحسن تنهایی، حسین؛ خرمی، شمسی (۱۳۸۹) "بررسی رابطه جامعه‌شناختی باورهای دینی و سبک زندگی بر اساس نظریه و روش گافمن"، پژوهش اجتماعی، دوره سوم، شماره ۶.
- احدی، حسن، محسنی، نیک‌چهر (۱۳۸۲) *روانشناسی رشد*، تهران: نشر بنیاد.
- ازکیا، مصطفی و حسینی رودبارکی، سکینه (۱۳۸۷) "تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی"، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال دهم، شماره ۳۷.
- استاجی، زهرا و دیگران (۱۳۸۵) "بررسی سبک زندگی در ساکنین شهر سبزوار"، مجله دانشکده علوم پزشکی و خدمات درمانی سبزوار، دوره ۱۳، شماره ۳.
- الطایی، علی (۱۳۷۸) *بحران هویت قومی در ایران*، تهران: نشر شادگان.
- بارت، مارتین (۱۳۸۱) "شکل‌گیری هویت ملی در کودکی و نوجوانی"، ترجمه محمود شهابی، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره ۲.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱) *مصرف*، ترجمه خسرو صبوری، تهران: نشر شیرازه، چاپ اول.
- باوند، کیوس (۱۳۷۷) *تاریخ تطبیقی باستانی ایران تا خاتمه شاهنشاهی داریوش سوم*، تهران: انتشارات گوتنبرگ.
- بندیکس، ر (۱۳۸۵) *سیمای فکری ماکس وبر*، ترجمه محمود رامبد، تهران: انتشارات هرم.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۰) *نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۹) "روشنفکر ایرانی و معماری هویت ملی"، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۷۳) *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران: سمت، چاپ چهارم.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱) *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر و پژوهش



شیراز.

- چلبی، مسعود (۱۳۷۸) "میزگرد وفاق اجتماعی (۲)"، فصلنامه مطالعات ملی، سال نخست، شماره ۱.

- چینی، د (منتشر نشده)، *سبک زندگی*، ترجمه حسن چاوشیان.

- حاجیانی، ا (۱۳۷۹) "تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه"، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۵.

- حمیدی، نفیسه؛ فرجی، مهدی (۱۳۸۶) "سبک زندگی و پوشش زنان در تهران"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.

- خواجه نوری، بیژن (۱۳۸۵) "بررسی رابطه مؤلفه‌های جهانی شدن و مشارکت اجتماعی زنان"، مطالعه موردی تهران، شیراز و استهبان، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز.

- خواجه‌نوری، بیژن؛ هاشمی، سمیه، روحانی، علی (۱۳۸۹) "سبک زندگی و هویت ملی"، مطالعات ملی، دوره ۱۱، شماره ۴ پایانی ۴۴.

- ذکائی، محمدسعید (۱۳۸۶) *فرهنگ مطالعات جوانان*، تهران: مؤسسه انتشارات آگاه.

- رجائی، فرهنگ (۱۳۷۳) "هویت و بحران هویت ایرانی"، مجله جامعه سالم، شماره ۲۴.

- رحمت‌آبادی، الهام و آقابخشی، حبیب (۱۳۸۵) "سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان"، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۲۰.

- رسولی، محمدرضا (۱۳۸۳) "بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در تبلیغات تجاری تلویزیون"، فصلنامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره اول.

- رضوی زاده، ن. ال (۱۳۸۶) *بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران*، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- رواسانی، شاپور (۱۳۸۵) *زمینه‌های اجتماعی هویت ملی*، تهران: مرکز بازشناسایی اسلام و ایران (انتشارات باز)، چاپ دوم.

- ریترز، جورج (۱۳۷۷) *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دنیای معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.

- سگالن، م. (۱۳۷۰) *جامعه‌شناسی تاریخی خانواده*، ترجمه مجید الیاسی، تهران: مرکز.

- شالچی، وحید (۱۳۸۷) "سبک زندگی جوانان کافی شاپ"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.

- شفرز، برنهارد (۱۳۸۴) *مبانی جامعه‌شناسی جوانان*، ترجمه کرامت‌الله راسخ، تهران: نشر نی.

- شیخاوندی، داور (۱۳۸۰) **ناسیونالیسم و هویت ایرانی**، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- صنیع اجلال، مریم (۱۳۸۴) **درآمدی بر فرهنگ و هویت ایرانی**، تهران: مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- طباطبایی، محمدحسین (بی‌تا)، **اصول فلسفه و روش رئالیسم**، مقدمه و پاورقی استاد شهید مطهری، تهران: شرکت افست، سهامی عام.
- علیخواه، فردین (۱۳۸۳) **سنجش مفاهیم اساسی علوم اجتماعی**، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر طرح‌های ملی، جلد اول.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲) **مصرف و سبک زندگی**، انتشارات صبح صادق.
- ----- (۱۳۸۶) **"تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی"**، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱، پاییز ۱۳۸۶.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۶) **"خرده فرهنگ اقلیتی و سبک زندگی"**، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) **جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات**، جلد دوم: قدرت هویت، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات طرح نو.
- کفاشی، مجید؛ پهلوان، منوچهر؛ عباس‌نژاد عربی (۱۳۸۹) **"بررسی تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی"**، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال سوم، شماره ۱۱۷.
- گرب، ا. (۱۳۷۳) **نابرابری اجتماعی**، ترجمه سیاهپوش و غروی زاد، تهران: نشر معاصر.
- گیبینز، ج. آ. و بوریمر (۱۳۸۱) **سیاست پست مدرنیته**، ترجمه منصور انصاری، تهران: انتشارات گام نو.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) **تجدد و تشخص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰)، **پیامدهای مدرنیته**، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز، چاپ دوم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲) **تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید)**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ دوم.
- لک، منوچهر (۱۳۸۵) **رویکردی به گونه‌شناسی شعر ملی در عصر مشروطه**، در: گودرزی، حسین (۱۳۸۵)، **گفتارهایی درباره انقلاب مشروطه و هویت ملی**، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.

- ماه پیشانیان، مهسا (۱۳۹۰) "بسترهای فرهنگی و اجتماعی در جنگ نرم"، فصلنامه مطالعات بسیج، سال چهاردهم، شماره ۵۰.
- مرشدی‌زاده، علی (۱۳۷۹) "نگرش نخبگان آذری نسبت به هویت ملی و منطقه‌ای"، پایان‌نامه دکتری علوم سیاسی، دانشگاه تهران.
- مظفر، محمدرضا (۱۳۶۶) **منطق**، ترجمه منوچهر صانعی دره‌بیدی، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- مهدوی‌کنی، سعید (۱۳۸۶) "مفهوم سبک زندگی و گستره‌ی آن در علوم اجتماعی"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.
- مهیمنی، محمدعلی (۱۳۷۹) **گفتگوی تمدن‌ها**، تهران: نشر ثالث.
- میرزمانی، محمود و پوراعتماد، حمیدرضا (۱۳۸۳) "سبک زندگی کارکنان نظامی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی"، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش ج.ا.ا، سال ۲، شماره ۴.
- نیکلسون، رینولد (۱۳۷۴) **تصوف انسانی و رابطه انسان و خدا**، ترجمه محمدرضا شفیعی کدکنی، تهران: نشر سخن.
- وبر، ماکس (۱۳۸۲) **دین، قدرت، جامعه**، ترجمه احمد تدّین، تهران: انتشارات هرمس.
- وبلن، تورستن (۱۳۸۳) **نظریه طبقه تن آسا**، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.
- هلد، د؛ مک گرو، آنتونی (۱۳۸۲) **جهانی شدن و مخالفان آن**، ترجمه عرفان ثابتی، تهران: نشر ققنوس.
- هندری، ل. بی و دیگران (۱۳۸۳) **اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان**، ترجمه فرامرز ککولی دزفولی و مرتضی ملانظر، سازمان ملی جوانان، تهران: نسل سوم.
- یوسفی، علی (۱۳۸۰) "روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران"، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۸، سال دوم.
- Adler, A. (1956), *The individual psychology of Alfred adler*, New york: Basic BOOKS Inc. American heritage Dic (2000)
- Barber, B. L, Stone, M. R. Hunt, j. e & Eccles, J. S. (2005), Benefits of activity participation: The roles of identity affirmation and peer group norm sharing, In J. L. Mahoney, R. W. Larson & J. S. Eccles (ED). *Organized activities as contexts of development*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. Pp 185-210.
- Berelson, B and Steiner, G. A. (1964), *Human Behaviour*, Harourt Brace & World Pub.
- Boon, J. A (1982), *Other Tribes, Other Scribes: Symbolic Anthropology in the Cornparative Study of Cultures*, Histories, Religions and Texts, Cambridge,

Cambridge University Press.

- Bourdieu, P., (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of taste*, Routledge.
- Bourdieu, P., (1993), *La Misère du Monde*, Paris, Seuil.
- Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction*, A Social Critique of the Judgement of taste, Routledge,
- Cohen, A.P (1985), *The Symbolic Construction of Community*, London, Tavistock.
- Dworkin, J. B, Larson, R & Hansen, D (2003), Adolescents accounts of growth experiences in youth activities, *Journal of Youth and Adolescence*, 32, pp 17-26.
- Fern, E. F. (2001), *A dvanced Focus Group Research* , London: Sage.
- Giddens, A. (1996), *In Defence of Sociology* , Combridge, NewYork: Polity Press.
- Haggard, L. M & Williams, D. R (1991), Self- identity benefits of leisure activities, In: B. L Driver, P. J. Brown & G. L. Peterson (Eds), *Benefits of Leisure*, Stat College, PA: Venture Publishing. Inç pp 103-120.
- Haggard, L. M & Williams, D. R (1992), Identity affirmation through Leisure activities: Leisure symbols of the self, *Journal of Leisure Research*, 24, pp 1-18.
- Hall, S., Jefferson, T., (199۱), *Resistance Through Rituals, Youth Subcultures*, in Post-War
- Hongladarom, S (2002), The Web of time and the dilemma of globalization, *The Information Society*, 18, pp 241-249.
- Jacobson, J. (1998), *Islam in Transition*. London: Rutledge.
- Kival, B. D & Kleiber, D. A (2000), Leisure in identity formation of lesbian/gay youth: Personal, but not social. *Leisure Sciences*, 22, pp 215-232.
- Laamont, M. et al (1996), *Cultural and Moral Boundries in the United States: Structura Position geographic location, and lifestyle explanations*, Poetics, Vol. 2.4, 31-56.
- Leslie, G. R. & Larson, R. F. & Gorman, B. L. (1994), *Introductory Sociology*, Oxford Un. Press.
- Mayers Christine (2004), *The Mayers' Life- Style Questionnaire (2)*, School of Professional Health Studies, York St. John College with thanks to Colette Cook and Emily Proctor.
- Mckee, J. B. (1969), *I ntroduction to Sociology* , Holt Rinehart & Winston Inc .
- *Msn. Encarta Dic*, [www.Msn.com](http://www.Msn.com) (2004).
- Munson, W. W & Widmer M. A (1997), Leisure behavior and occupational identity in university students, *The Career Development Quarterly*, 46, pp 190-198.
- O'Brien & Schrag & Martin, (1969), *R eading in General Sociology* , Houghton, Mifflin Co.
- Oxford Advanced Learner's Dic, (1987).
- Parsons, T (1964), *The Social System* , Newyork: A Free Press Paper Back & Macmillan. Pub.
- Schwartz, Seth J. (2005), A New Identity for Identity Research: Recommendation for Expanding and Refocusing the Identity Literature, *Journal of Adolescent Research* (20), Sage Publication.
- Shaw, S. M, Kleiber, D. A & Caldwell, L. L (1995), Leisure and identity

formation in mal and femal adolescents: A preliminary examination, *Journal of Leisure Research*, 27, 245- 263.

- Smith, Peter B & Bond Michel, H. (1993), *Social Psychology across Centuries*, London: Oxford University Press.
- Sobel, M. (1981), *Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses*
- Van Houten D. R. Thmpspn, J. D. (1970) *The Behaviorial Sciences*, Addison-Wesley Pub.
- *Webster Online, Dic.*, (1996).
- *Webster Online, Dic.*, (2004).
- Wolman, B. (1981), *Contemporary Theories & System in Psychology*, Plenum Press.
- Youngelson, H, Arthur G Neal, Jacob Fried (2001), Global and local culture in the 21<sup>st</sup> century, *Journal of American & Comarative Cultures*, 24, No. 3/4, pp 31-36.

Archive of SID