

فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی، سال اول، شماره سوم، پاییز ۹۴، صفحات ۲۰۷-۲۴۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۰۲ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۰۸/۱۰

## فرا تحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان

محسن نیازی<sup>۱</sup>

میلاذ نوروزی<sup>۲</sup>

اسماء عسگری کویری<sup>۳</sup>

### چکیده

این پژوهش با هدف فراتحلیل مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر زنان و جوانان انجام شده است. مفهوم بسیط سبک زندگی ابزار توانمندی جهت تحلیل الگوهای مصرف و تعیین مرزهای تشابه و تمایز در میان گروه‌های مختلف اجتماعی است. با توجه به نقش مهم زنان و جوانان به عنوان نیروهای تحول‌خواه و اثرگذار در جامعه ایران، تحلیل جامعه‌شناسانه گرایش آن‌ها نسبت به سبک زندگی مدرن یکی از مهم‌ترین کلیدهای فهم واقعیت‌های جامعه ایرانی است. این مقاله با استفاده از روش فراتحلیل به بررسی پژوهش‌های انجام شده در مورد سبک زندگی زنان و جوانان در ایران می‌پردازد و مؤلفه‌های تبیین‌کننده و اثرگذار بر سبک زندگی آنان را تحلیل می‌کند.

مؤلفه‌های سازنده سبک زندگی در گستره میدان‌های متنوعی پراکنده‌اند. اما پژوهشگر

Niazim@kashanu.ac.ir

۱ - استاد جامعه‌شناسی گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان

۲ - دبیر آموزش و پرورش و دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان

noruzi@grad.kashanu.ac.ir

asma.asghari@yahoo.com

۳ - دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان

ایرانی به نیت یافتن آن‌چه که در متن واقعیت‌های جامعه ایرانی و زندگی روزمره انسان ایرانی وجود دارد، به مؤلفه‌های تقلیل‌گرایانه‌ای چون اوقات فراغت، هنجارهای مصرف، الگوهای خرید و مدیریت بدن (اغلب نوع پوشش) پرداخته است. همچنین ضعف در انجام پژوهش‌های انگشت‌شمار کیفی و ترکیبی نسبت به پژوهش‌های کمی، تأکید بر ابعاد خاصی از زندگی جوانان و زنان، خلأ کار جامعه‌شناسانه در حوزه سبک زندگی مردان به طور خاص از موارد برجسته در پژوهش‌های مورد مطالعه است. تبیین‌کنندگی بالای متغیر سرمایه فرهنگی نسبت به سایر متغیرهای اثرگذار بر سبک زندگی از موارد مشترک در اغلب پژوهش‌هایی است که به مطالعه سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد پس از سرمایه فرهنگی به ترتیب متغیر تحصیلات و سرمایه اجتماعی تبیین‌کنندگی بالاتری را نسبت به سایر متغیرهای اثرگذار بر سبک زندگی زنان و جوانان نشان می‌دهند.

**واژگان کلیدی:** سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، زنان، جوانان، فراتحلیل.

## مقدمه

مفهوم پردازی سبک زندگی<sup>۱</sup> به عنوان مسأله‌ای پژوهشی به دوران کلاسیک این رشته در قرن ۱۹ میلادی بازمی‌گردد. در این زمان تمرکز اصلی پیشگامان جامعه‌شناسی در کنار توضیح تفاوت‌های جامعه و اجتماع، بررسی اشکال و الگوهای سبک زندگی انسان‌ها در جامعه جدید بود (صمیم، ۱۳۹۳).

«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 (Webster, 2004: 548)، نحوه‌ی عرضه، خصوصاً در موسیقی یا یکی از هنرهای زیبا، ترکیب طرح‌های مشخص ادبی یا فرضیه‌های هنری (Webster, 1996: 98)، شیوه‌ای که در آن چیزی گفته یا انجام می‌شود مثل سبک سخنرانی یا نوشتن (American Heritage, 2000: 624) و طریقه‌ی نوشتار و یا گفتار که در مقابل محتوا قرار دارد، طریقه‌ی انجام چیزی به خصوص زمانی که ویژگی یک هنرمند یا دوره‌ی هنری باشد (Oxford, 1987: 235) به کار می‌رود. علاوه بر آن، شیوه و روش انجام چیزی خصوصاً شیوه‌ای که برای فرد یا گروهی از مردم، تمایزدهنده‌ی فرد یا گروه یا سطح خاصی باشد (Webster, 1996: 452). طرز نگرش خاص فردی و سلیقه که بیانگر و ممیز راه زندگی است (Webster, 2004: 214) و شیوه‌ی انجام چیزی، خصوصاً راهی که نشان‌دهنده‌ی تأکید بر نگرش خاص یا مشخصه‌ی دوره‌ی معینی باشد (M. S. N. Encarta, 2004: 236) تحت عنوان سبک زندگی بیان می‌شود» (نیازی، ۱۳۹۰).

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 آمدن 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 نحوه 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 پدیدآمده را در خود بروز داده و برنامه 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). سبک زندگی از مفاهیمی است که با وجود این که به طور ضمنی در اندیشه و آراء ماکس وبر<sup>۱</sup> و تورستن ویلن<sup>۲</sup> وجود دارد، ولی حیاط آن متعلق به دو دهه اخیر متأثر از کارهای پیر بوردیو<sup>۳</sup> و تحول در نظام طبقاتی و شکل‌گیری زندگی شهری با جوانان و نسل جدید است (آزادارمکی، ۱۳۸۶: ۲۱). سبک زندگی مفهومی متفاوت از روش زندگی است. اگر فرد در مقام راوی نگرسته شود، آن‌گاه روایت وی تا حد زیادی به خود وی به مثابه عامل بستگی خواهد داشت و از همین جاست که مفهوم شیوه زندگی از مفهوم روش زندگی متمایز می‌شود؛ زیرا روش زندگی بیانگر شیوه‌های رفتاری و الگوهای نگرشی و کنشی رایج در یک خرده فرهنگ یا قوم است. حال آن‌که مفهوم شیوه زندگی تأکید بیشتری بر خلاقیت و آزادی کنشگر در ساختن هویت خود از طریق انتخاب‌های مصرفی دارد (آزادارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱).

---

1 - Max Weber

3 - Thorstein Veblen

4 - Pierre Bourdieu

بررسی پیشینه‌های تجربی در زمینه سبک زندگی در ایران نشان می‌دهد که سابقه پژوهش در این زمینه به کمتر از ۲۰ سال می‌رسد. البته مطالعاتی که به این مهم در ایران پرداخته‌اند در طول یک دهه اخیر رشد چشمگیری داشته‌اند. از پژوهش‌هایی که به بررسی ابعاد نظری جامعه‌شناسانه این مفهوم پرداخته‌اند (اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱)، مهدوی کنی (۱۳۸۶)) تا پژوهش‌هایی که بررسی مؤلفه‌های متفاوت سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی در میان مردم، جوانان و زنان پرداخته‌اند، تا پژوهش‌هایی که به بررسی رابطه سبک زندگی با هویت ملی، هویت اجتماعی، مدیریت بدن، نوع پوشش و دینداری و... گستره بلند مطالعاتی این مفهوم در ایران را تشکیل می‌دهند.

فرا تحلیل<sup>۱</sup> در پاسخ به یک بحران روش‌شناختی که در دهه ۸۰ میلادی به اوج خود رسیده بود به وجود آمد و توسعه یافت، در عین حال بستر لازم برای اجرای آن نیز وجود داشت، این بستر چیزی نبود جز انباشت پژوهش‌ها با نتایج متناقض (مهری، ۱۳۹۰). این روش در زمره مهم‌ترین و روزآمدترین رویکردها و روش‌های علمی است که به شکل متمایزی از روش‌های سنتی، امکان تلخیص، ادغام، ترکیب (سنتز) و تفسیر داده‌ها، شواهد و نتایج پژوهش‌های کمی و کیفی و حتی بسط و گسترش نظریه‌ها و مدل‌های مفهومی را در بسیاری از حوزه‌های مطالعاتی از جمله علوم اجتماعی و رفتاری فراهم می‌کند.

از بین ۵۰ مقاله یافت شده که به مطالعه سبک زندگی پرداخته‌اند، ۱۲ مقاله که به بررسی سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند به شکل عمیق مطالعه و مرور

شده است. زنان و جوانان در دنیای امروز به عنوان نیروهای تغییر و اثرگذار در جامعه شناخته می‌شوند. با توجه به اهمیت هر چه بیشتر نقش اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... زنان و جوانان در ساختن و بازآفرینی الگوها و رفتارهای مصرفی (سبک زندگی)، تأکید ما در این مقاله معطوف به زنان و جوانان است. این مقاله می‌کوشد ضمن مروری نظری بر مفهوم سبک زندگی، به مطالعه‌ای فراتر از آنچه تا به حال در این حوزه انجام شده است بپردازد. هدف اساسی این مقاله، بررسی این نکته است که کدام یک از مؤلفه‌های سبک زندگی که به مطالعه‌ی زنان و جوانان در ایران پرداخته‌اند برای پژوهشگر ایرانی از اهمیت بیشتری برخوردار بوده است. به همین منظور از روش فراتحلیل برای دستیابی به این نکته اساسی استفاده شده است.

### پیشینه تجربی

در حوزه علوم اجتماعی، برخی مفاهیم و اصطلاحات وجود دارند که بررسی ادبیات نظری مرتبط با آنها کار دشواری نیست و محقق می‌تواند نظریه‌های مربوطه را به راحتی دسته‌بندی و تشریح نماید. اما مفهوم سبک زندگی این خصوصیت را ندارد و تنوع و فراوانی آراء و اندیشه‌ها در آن به حدی گسترده است که محقق دچار دلزدگی و سردرگمی می‌شود. نخستین بار لیزر<sup>۱</sup> در سال ۱۹۶۳ سبک زندگی را بر اساس الگوهای خرید کالا تعریف کرد (فاضلی، ۱۳۸۶). در بدنه دانش و پیشینه جامعه‌شناسی، از مقوله سبک زندگی دو نوع مفهوم‌پردازی متفاوت به عمل آمده است. در مفهوم‌پردازی نخست که سابقه آن به دهه ۱۹۲۰ بازمی‌گردد، سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی

است؛ اما در فرمول‌بندی دوم، سبک زندگی، نه راهی برای شناسایی طبقه اجتماعی، بلکه صورت‌بندی اجتماعی نوی دانسته می‌شود که فقط در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۲۲). از نظر شماری از محققان دیگر، این اصطلاح را می‌توان ذیل دو تعریف کلی دسته‌بندی کرد: دسته‌ی اول، مجموعه تعاریفی هستند که سبک زندگی را از جنس رفتار می‌دانند و ارزش‌ها، نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های ذهنی افراد را از دایره این مفهوم بیرون می‌گذارند. جهت‌گیری دوم، ارزش‌ها و نگرش‌ها را نیز بخشی از سبک زندگی می‌داند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۷). در ذیل، دیدگاه‌های جامعه‌شناسانی که به این حوزه پرداخته‌اند مرور گردیده است.

بحث اساسی ویلن در مورد سبک زندگی، رابطه سبک زندگی و مصرف خودنمایانه است. دیدگاه اساسی ویلن حول محور رقابت قرار گرفته است. ویلن پایگاه (شأن و منزلت) فرد را در ابعاد اقتصادی، تعیین‌کننده عادات فکری و رفتاریش می‌دانست. از این رو، از نظر او در یک فرهنگ رقابتی، افراد تلاش می‌کنند به مراتب بالاتری از این شأن و منزلت دست یابند. ویلن در کتاب نظریه طبقه‌تن‌آسا، طبقه‌ای را ترسیم می‌کند که در آن افراد تن‌آسایی و رفاه خود را نمایش می‌دهند و مصرف را نه برای رفع نیاز، بلکه برای کسب اعتبار اجتماعی و جلب توجه انجام می‌دهند. او ثروت را عامل اساسی تمایز بین افراد و رسیدن به جایگاه‌های برتر اجتماعی می‌داند که باید نمود بیرونی داشته باشد (Corrigan, 2004: 21). ویلن سبک زندگی را الگوی رفتارهای جمعی از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری و همچنین تجلی رفتاری مکانیسم روحی، عادات فکری و معرفتی فرد قلمداد می‌کند (Veblen, )

(1925: 105).

اگر ویلن چشم و همچشمی و رفتارهای تظاهری را در مصرف می‌دید، زیمل<sup>۱</sup> در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه مدرن، بر مقوله‌ای همچون مد تأکید دارد. به نظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی از سوی فرد هویت‌بخش بوده و از سوی دیگر متمایزکننده است. به اعتقاد زیمل، سبک زندگی تجسم تلاش انسان برای یافتن ارزش‌های بنیادین یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران است. انسان‌ها برای معنای مورد نظر خود (فردیت برتر)، شکل‌های رفتاری‌ای را برمی‌گزینند. زیمل توان چنین گزینشی را «سلیقه» و این اشکال به هم مرتبط را «سبک زندگی» می‌نامد (زیمل، ۱۹۰۸: ۳۱۴؛ به نقل از مهدوی کنی، ۱۳۸۶). او هم‌چنین سبک زندگی را، عینیت بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته‌شده اجتماعی تعریف می‌کند (Simmel, 1990: 463). زیمل در مقاله «مد» دلایل تعدد تغییر مد (همچون پوشاک، آشپزی، هنر، معماری و موسیقی) در فرهنگ مدرن را بررسی می‌کند 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). اگر بخواهیم با برداشت از عبارات‌های متعدد زیمل، تعریفی را پیشنهاد کنیم، این تعریف عبارت است از: «سبک زندگی، کل به هم پیوسته‌ی صورت‌هایی است که

1 - Simmel



افراد یک جامعه، مطابق انگیزه‌های درونی و سلايق خودشان و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازنی میان شخصیت ذهنی و زیست محیط عینی و انسانی‌شان به انجام می‌رسانند، برای زندگی خود برمی‌گزینند» (مهدوی کنی، ۱۳۸۶). به عبارت دیگر، شیوه تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (معماری و اثاثیه)، شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح، فضای مفهومی سبک زندگی را در دیدگاه زیمل شکل می‌بخشد.

وبر مفهوم سبک زندگی را برای تبیین و تشریح قشربندی و نابرابری اجتماعی به کار می‌گیرد. او در مطالعات گسترده تاریخی خود روشن ساخت که نمی‌توان کنش‌های اجتماعی را صرفاً با اتکاء به مفاهیم اقتصادی درک کرد، چرا که حتی در ارزیابی منافع اقتصادی نیز اندیشه‌های ناشی از خرده‌فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی موثرند (بندیکس، ۱۳۸۲: ۹۸). او بدون آنکه بخواهد اهمیت شرایط اقتصادی را انکار کند، تحلیل پیچیده‌تری از جامعه و قشربندی‌ها و شکاف‌های آن عرضه می‌کند. به اعتقاد او، تعاریف اقتصادی نمی‌تواند به تنهایی شرایط شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی را توضیح دهد. از همین رو جهت توضیح چگونگی تأثیر نفوذ ایده‌ها بر شکل‌گیری گروه‌ها مفهوم «موقعیت منزلتی» را مطرح می‌سازد. «موقعیت منزلتی» به هر جز از سرنوشت انسان‌ها که از طریق ارزیابی مثبت یا منفی از حیثیت اجتماعی تعیین می‌شود اشاره دارد (وبر، ۱۳۸۲: ۲۱۴). دنیس رانگ<sup>۱</sup> در مقاله‌ای در مورد اندیشه‌های وبر می‌گوید: «منظور وبر از «سبک زندگی» ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه احساس هویت جمعی می‌بخشد و نه آن‌طور که در حال حاضر، معمولاً این

اصطلاح به کار می‌رود. یعنی به منزله روش یا راه زندگی که به سبب سازگاری‌اش با نیازهای روان‌شناختی افراد، آزادانه انتخاب می‌شود» (توسلی، ۱۳۷۳: ۱۲). مک‌کی<sup>۱</sup> در مورد دیدگاه وبر می‌گوید: «آنچه وبر سبک زندگی می‌نامد به روش‌هایی بازمی‌گردد که طبقات و گروه‌های هم‌رتبه از نوعی از زندگی پدید می‌آورند، به عبارتی الگوی فرهنگی رفتار و مجموعه‌ای از باورها. هر یک از طبقات اجتماعی، سبک زندگی خود را پرورش می‌دهند و «جهان‌بینی» متمایزی را به نمایش می‌گذارند. روشی از نگاه به زندگی که تجربیات اجتماعی ویژه خود و روابطش را با دیگر گروه‌های اجتماعی بیان می‌کند» (McKee, 1996: 275). بنابراین، وبر سبک زندگی را معادل قشربندی نمی‌داند بلکه معرف آن می‌شناسد. به بیان دیگر آن را چیزی معرفی می‌کند که مرزهای نامشخص موقعیت و قشر اجتماعی را تعیین می‌کند (Uth, 1990: 5). وبر سبک زندگی را از جنس رفتار می‌داند که تمایلات، آن را هدایت می‌کند و فرصت‌های زندگی بستر بروز آن را فراهم می‌کند (هندری و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۳۱ و ۲۳۲). مؤلفه‌های سبک زندگی مورد نظر وبر، شیوه‌های کردار و عمل، طرز لباس پوشیدن و سخن گفتن، در کل اندیشه‌ها و رفتارهای نشان‌دهنده گروه منزلتی متمایز هستند.

تمایز مهم‌ترین اثر بوردیو در زمینه سبک زندگی است که در بردارنده پیمایش اجتماعی در این حوزه است. از نظر او، آشنایی با مفهوم سبک زندگی از طریق بررسی مفهوم طبقه اجتماعی به دست می‌آید. بوردیو معتقد است طبقات از یک منظر عینی، گروه‌بندی‌هایی از افراد هستند که از طریق اولویت‌بندی، شبیه و یا نزدیک به

---

1 - McKee

هم هستند و جایگاه‌هایی را اشغال می‌کنند. اما جدا از اشغال جایگاه‌های مشترک که به نحو عینی در نظر گرفته می‌شود، افراد باید به یک سبک شناخت جمعی از هویت خود به عنوان عامل تمایز از سایر گروه‌ها و طبقات نیز دست یابند تا بتوانند به عنوان طبقه اجتماعی شناخته و پذیرفته شوند و هم‌چنین از یک منش مشترک برخوردار باشند (Jenkins, 1996: 88). خلاصه دیدگاه بوردیو این است که افراد و گروه‌ها در یک جامعه دارای موقعیت‌های متفاوت و متمایزی هستند. فرد یا گروه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن، یک نظام طبقه‌بندی اجتماعی را در ذهن خود پدید می‌آورد. این نظام مجموعه‌ای از ترجیحات و انتخاب‌ها (سلیقه) را در ذهن فرد یا افراد تولید می‌کند که معنا (ارزش)‌هایشان از خلال روابط و تضادها درک می‌شود. به عبارت دیگر معنایشان ذاتی نیست بلکه رابطه‌ای است. این ترجیحات و انتخاب‌ها وقتی در محدوده توانایی‌های (سرمایه‌های) اقتصادی و نمادین در قالب کنش‌ها و دارایی بروز می‌یابد، سبک‌های زندگی متمایزی پدید می‌آورد و به بیان دیگر نظام اجتماعی بازتولید می‌شود. بوردیو این تفاوت‌ها و تمایزها را در قالب نظام طبقاتی و نزاع بر سر فرهنگ مشروع قابل فهم می‌داند. به این ترتیب، سبک زندگی اولاً فرصتی است برای تجربه یا اثبات موقعیت فرد در فضای اجتماعی که معمولاً در قالب فاصله‌هایی که در مورد فرد و شئون او محفوظ داشته است یا رتبه او که تأیید می‌شود خود را نشان می‌دهد و ثانیاً سبک زندگی حاصل نظام طبقه‌بندی اجتماعی است. نظامی که به طور مستمر ضرورت‌ها را به راهبردها تغییر شکل می‌دهد و آن‌ها را به ترجیحاتی بدل می‌کند که فرد بدون آن که تحمیلی حس کند آن‌ها را به عنوان گزینه‌هایی پیش‌روی خود تلقی می‌کند. این گزینه‌ها همان سبک‌های زندگی هستند

(نوابخش، ۱۳۹۳).

آنتونی گیدنز<sup>۱</sup> در بحث از سیاست زندگی به مفهوم سبک زندگی می‌پردازد. سیاست زندگی، سیاست فرصت‌های زندگی نیست؛ سیاست زندگی، سبک زندگی است، سیاستی است که با منازعات و کشمکش‌ها در مورد این سؤال پیوند دارد که چگونه ما (به نام افراد یا به منزله کلیت جامعه انسانی) باید در دنیایی زندگی کنیم که در آن، آنچه به وسیله طبیعت یا سنت تثبیت شده بود اکنون موضوع تصمیم‌گیری انسان قرار گرفته است (Giddens, 1996: 231). به باور گیدنز، سبک‌های زندگی امکانات مختلفی هستند که افراد برای تولید و بازتولید هویت خود از آن استفاده می‌کنند. انسان‌ها به مثابه عاملانی اجتماعی، قدرت بازاندیشی دارند. بازاندیشی یعنی این که افراد یافته‌های حاصل از نظام‌های انتزاعی را مرتباً در سازماندهی مجدد خویش به کار می‌گیرند و خصلتشان را دگرگون می‌سازند. یکی از پیامدهای این بازاندیشی در دنیای مدرن، پیدایش سبک‌های زندگی است. به علت باز بودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعداد مراجع مقتدر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۸۸: ۷). سبک زندگی مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردهاست که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد، زیرا نه فقط نیازهای جاری و روزمره او را برآورده می‌سازد، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت خود برگزیده است، در برابر دیگران مجسم می‌سازد. در دوره مدرن، به دلیل تنوع انتخاب و سبک‌های گوناگون زندگی، افراد به ناچار سبکی را اتخاذ می‌کنند تا از معضل

1 - Giddens

تصمیم‌گیری در هر موقعیت خاصی رهایی یابند. اما این کار بر تغییر هویت شخص و بازتعریف آن تأثیر بسزایی می‌گذارد (همان: ۱۱۹).

چانی<sup>۱</sup> سبک زندگی را شکل اجتماعی جدیدی می‌داند که نشانگر اولیه هویت هر فرد است. او بر این باور است که سبک‌های زندگی حساسیت‌هایی هستند که در اهمیت‌های اخلاقی، معنوی و یا زیبایی شناختی نفوذ می‌کنند. از نگاه او مردم سبک‌های زندگی را در زندگی روزمره برای مشخص کردن و تبیین پیچیدگی‌های وسیع‌تر هویت و پیوستگی به کار می‌برند (Chaney, 1996: 11, 12). سبک زندگی، زبان هویت اجتماعی در فرهنگ فرد است، روشی نمایشی که فقط خودش را مشخص می‌کند (Chaney, 1994: 191).

آسا برگر<sup>۲</sup> در تعریف سبک زندگی بیشتر به موضوع مد توجه کرده و می‌گوید: «سبک زندگی فراگردی است که از سلیقه فرد در زمینه آرایش مو و لباس تا سرگرمی و تفریح و ادبیات، موضوعات مربوط دیگر را شامل می‌شود. کلمه سبک، مد را تداعی می‌کند. پس سبک زندگی در واقع مد یا حالت زندگی یک فرد است. سبک زندگی معمولاً با طبقه اقتصادی - اجتماعی پیوند دارد و در تصویری که از فرد ساخته می‌شود، بازتاب می‌یابد (آسا برگر، ۱۳۷۹: ۱۴۱).

پست‌مدرن‌ها تغییر نیازهای اقتصادی سرمایه‌داری از تولید به سمت مصرف و تأکید بر مصرف‌کننده را یکی از علائم آغاز و پیدایی عصر پست‌مدرن می‌دانند و بر همین اساس، به سبک زندگی و مصرف به مثابه متغیرهایی حیاتی و تأثیرگذار توجه

---

1 - Chaney

2 - Asa Berger

دارند. آن‌ها بر این عقیده‌اند که دورهٔ پست‌مدرن با جامعه‌ای تداعی می‌شود که سبک زندگی مصرفی و مصرف‌انبوه بر زندگی اعضای آن حاکم است (O'Shaughnessy, 2002). لاش<sup>۱</sup> و یوری<sup>۲</sup> بر مقولهٔ مصرف به عنوان مقولهٔ برجستهٔ سرمایه‌داری معاصر تأکید دارند (نش، ۱۳۸۷: ۸۶). لایون<sup>۳</sup> نیز معتقد است که «دورهٔ پسامدرن با جامعه‌ای تداعی می‌شود که در آن سبک زندگی مصرفی و مصرف‌انبوه بر زندگی اعضای آن حاکم است» (لایون، ۱۳۸۰: ۱۰۱). گیبینز و بوریمر تأکید دارند که در عصر پست‌مدرن، سبک‌های زندگی از سویی بسیار متکثر و متنوع شده و فرد پیوسته بین حوزه‌های خصوصی و عمومی در حرکت است و از سوی دیگر خود سبک‌های زندگی بسیار سریع تغییر می‌کنند (گیبینز و بوریمر، ۱۳۸۴: ۱۱۸-۱۰۷).

از نگاه سوبل<sup>۴</sup>، سبک زندگی پدیده‌ای ملموس، قابل مشاهده و یا قابل استنتاج از مشاهده است. پدیده‌ای که به بارزترین وجه در الگوهای مصرف خود را نشان می‌دهد (Sobel, 1981: 28). میچلن شیز<sup>۵</sup> از دریچه‌ی مفاهیمی مثل «کسب پرستیژ»، «سازوکارهای تایید» و «قدرت فرهنگی»، پدیده سبک زندگی را بررسی کرده است. در رویکرد او سبک زندگی مجموعه‌ای از نمادهاست که نقش فعالی در فرایند کسب پرستیژ ایفا می‌کند (Scheys, 1987: 253).

### پیشینه تجربی

در میان همهٔ مقالات علمی- پژوهشی که تمرکزشان بر روی مطالعه سبک زندگی

1 - Lash

2 - Urry

3 - Laion

4 - Sobel

5 - Micheline Scheys

بوده، مطالعه جامعه‌شناختی تعداد اندکی را به خود اختصاص داده است (صمیم، ۱۳۹۳). اگر به لحاظ آماری به مقایسه تعداد مقالات چاپ شده در زمینه پزشکی و روان‌شناسی با جامعه‌شناسی پردازیم، با این که به نظر می‌رسد سبک زندگی بیش از هر چیز مسئله‌ای جامعه‌شناختی باشد، تعداد مقالاتی که در آن‌ها به مطالعه پزشکی سبک زندگی پرداخته شده بسیار بیشتر از مقالاتی است که به انعکاس یافته‌های جامعه‌شناختی در این حوزه پرداخته‌اند. در ایران، پژوهشگران زیادی با توجه به نظریه بوردیو و تحقیق تجربی وی با محدود ساختن کانون توجه خود به بعضی از ابعاد سبک زندگی به تحقیق و پژوهش پرداخته‌اند (کرمی قهی و زادسر، ۱۳۹۲). از میان پژوهش‌های فارسی که به این مفهوم پرداخته‌اند می‌توان به آثار زیر اشاره کرد:

پایان‌نامه چاووشیان تبریزی (۱۳۸۱) با عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره اخیر مدرنیته» به برآمدن سبک‌های زندگی در راستای تضعیف بنیان‌های مدرنیته و تار و مبهم کردن مرز میان حوزه خصوصی و عمومی پرداخته است. «تحلیل اجتماعی کنش مصرفی» (نیکزاد، ۱۳۷۶) تحقیق درباره‌ی سبک‌های زندگی جوانان رده سنی ۱۸ تا ۳۰ سال شهر رشت است که گونه‌شناسی‌ای از الگوهای خرید جوانان مورد مطالعه ارائه می‌دهد. کسانی که در چارچوب هر کدام از این چهار فضای اجتماعی قرار دارند در خرید لباس و پوشاک، دارای ذائقه‌ها و سلیقه به هم پیوسته‌ای هستند که آن‌ها را از فضاهای اجتماعی دیگر متمایز می‌کند. به عبارت دیگر، این تمایزات بیانگر هویت‌های اجتماعی متفاوتی در بین افراد مورد تحقیق هستند. سازگارا (۱۳۸۲) در بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی، سبک مناسک‌گرایانه بازاریان

را در مقابل مصرف نوآورانه فرهنگی قشر دانشگاهی مورد شناسایی قرار داده است. خانی (۱۳۸۶) با بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی و میزان دینداری بر سبک زندگی دانشجویان دانشگاه تربیت معلم، به رابطه بیشتر متغیر دینداری با سبک زندگی دانشجویان در مقایسه با پایگاه اجتماعی- اقتصادی آنان اشاره کرده است. رضوی‌زاده (۱۳۸۳) در بررسی تأثیر ارتباطات در تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی، به گسترش استفاده از تلویزیون و ویدیو و تأثیر آن در تغییر نگرش روستاییان به زندگی شهری، تمایل به مهاجرت و تغییر سبک زندگی پرداخته است. هم‌چنین رضوی‌زاده (۱۳۸۳) در سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان، به مطالعه جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله طبقه متوسط شهری در شهرهای بزرگ پرداخته است. نتایج نشان‌دهنده میزان بالای مصرف فرهنگی است. آنان به جای دنباله روی صرف از سبک‌های زندگی از پیش تعیین شده، تا حدودی خود دست به تعیین انتخاب‌ها و موقعیت‌ها می‌زنند. در پژوهشی که رستگار (۱۳۸۷) با عنوان «جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی» انجام داده، نتایج به دست آمده بیانگر ارتباط معنادار میان متغیرهای دینداری، مصرف رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی و سن است و در این میان، دینداری و سبک زندگی رابطه معکوسی داشته‌اند. از دیگر نتایج این مطالعه، عدم ارتباط میان دو متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و جنس با سبک زندگی مصرفی است. کلانتری و حسنی در تحقیقی که در سال ۱۳۹۰ با عنوان «تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان- رسانه‌های نوین و زندگی روزمره» انجام دادند به این نتیجه رسیدند که هویت جوانان تحت تأثیر کاربرد رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های ارتباطی همانند تلفن همراه قرار دارد و جوانان برای حفظ شبکه‌های اجتماعی خود و شکل دادن روابط جدید از موبایل استفاده می‌کنند.



رحمت آبادی و آقا بخشی (۱۳۸۵) در تحقیقی که با عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی» به انجام رساندند به دنبال ارائه معیارهایی دال بر گروه‌بندی‌های اجتماعی جدید بر مبنای سبک زندگی در دههٔ اخیر بودند که مرزهای هویت را ترسیم کند. آن‌ها بر اساس یافته‌ها نشان دادند که اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی در دهه اخیر سبک‌های زندگی جوانان را به شیوه‌های جدید زندگی دیجیتال پیوند زده است. هم‌چنین می‌توان از فصلنامهٔ تحقیقات فرهنگی، شماره یک، بهار ۱۳۸۷، ویژهٔ سبک زندگی نام برد که شامل مقالاتی با عنوان خانه، سبک زندگی روستایی و تحولات امروزی (فاضلی، ۱۳۸۷: ۶۴-۲۵)، سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ (شالچی، ۱۳۸۷: ۱۱۶-۹۳)، جوانان، بدن و فرهنگ تناسب اندام (ذکایی، ۱۳۸۷: ۱۴۲-۱۱۷)، خرده فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی، روندها و چشم‌اندازها در ایران (فکوهی، ۱۳۸۷: ۱۴۳-۱۷۴)، تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی (فاضلی، ۱۳۸۷: ۱۹۸-۱۷۵)، مفهوم سبک زندگی و گسترهٔ آن در علوم اجتماعی (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۱۹۹-۲۳۰) و پیامدهای سیاسی مصرف‌گرایی (علیخواه، ۱۳۸۷: ۲۳۱-۲۵۶) می‌باشد. با توجه به مباحث فوق در این مقاله با مطالعهٔ دوازده پژوهش پیرامون سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی، متغیرهای مختلف موثر بر سبک زندگی در پژوهش‌های ایرانی که به مطالعهٔ سبک زندگی زنان و جوانان پرداخته‌اند مورد بررسی قرار گرفته است.

### روش تحقیق

این پژوهش با روش فراتحلیل انجام شده است. در فراتحلیل، مورد مطالعه،

پژوهش و یا مطالعه انجام شده قبلی است. فراتحلیل مقید به رویکرد، روش، مسیر و یا فن آماری و ترکیبی خاصی نیست. از رویکرد پراگماتیستی یا عمل‌گرایانه بسیار انعطاف‌پذیر استفاده کرده و همیشه در پی انجام ترکیب‌ها، تفاسیر و قضاوت‌های عینی و کارآمد در عمل است (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹: ۳۹). فراتحلیل به پژوهش‌گران این امکان را می‌دهد که در مقایسه با یک مطالعه و یا مداخله واحد یا منفرد به شناختی بیشتر از پدیده‌های مورد نظر برسند. معیار اساسی برای انتخاب مقالات این پژوهش برگزیدن مقالاتی است که به سبک زندگی زنان و جوانان در ایران پرداخته‌اند. از آن جا که از بین مقالات برگزیده شده تعدادی به روش کیفی و توصیفی و تعدادی به روش کمی انجام شده‌اند، در این پژوهش از هر دو روش کمی و کیفی برای فراتحلیل مقالات برگزیده استفاده شده است. از دوازده مقاله بررسی شده از بین ۸ مقاله‌ای که به روش کمی انجام شده بودند، تنها در ۷ مقاله (که ضریب همبستگی در آن‌ها گزارش شده بود و یا امکان محاسبه آن برای ما وجود داشت) امکان فراتحلیل به روش کمی و اندازه‌گیری اندازه اثر متغیرهای مؤثر بر سبک زندگی برای نویسندگان پژوهش امکان‌پذیر بود. مشخصات مربوط به هر کدام در جدول یک گزارش شده است.

جدول ۱: مشخصات و متغیرهای مورد بررسی در مقالات مرور شده

کد مقاله	عنوان مقاله	نویسنده	سال انتشار	متغیرهای مرتبط	نوع پژوهش
۱	زنان و بازتعریف هویت اجتماعی	ساروخانی و رفعت‌جاه	۸۳	هویت اجتماعی، سبک زندگی (اوقات فراغت)، مشارکت مردان در کارهای خانگی، شیوه‌ی خرید و مصرف، موقعیت ساختاری	کمی (پیمایشی)
۲	دو جهان ایرانی، مسجد و کافی شاپ	آزاد ارمکی و شالچی	۸۴	سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، گرایش دینی و سیاسی، اعتقاد به نگرش پدرسالارانه، زمینه‌ای (تاهل، تحصیلات، بعدخانوار)، سبک زندگی (اوقات فراغت، هنجارهای مصرف، مدیریت بدن)	کمی (پیمایش) و کیفی (مشاهده مشارکتی)
۳	تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی	فاضلی	۸۶	مصرف فرهنگی (زمان فراغت، فعالیت‌های فراغت)	تحلیل ثانویه
۴	سبک زندگی و پوشش زنان در تهران	حمیدی و فرجی	۸۶	نوع پوشش در چهار فضای اجتماعی (خانه، فضای رسمی، فضای غیررسمی، مجالس و میهمانی‌ها)	کیفی (مصاحبه شبه ساختار یافته)
۵	بررسی تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه موردی جوانان شهر بابل)	کفاشی و همکاران	۸۹	سبک زندگی (مصرف فرهنگی، فعالیت فراغت، مدیریت بدن، الگوی تغذیه، الگوی خرید)، هویت اجتماعی، زمینه‌ای (سن، جنسیت، تحصیلات)	کمی (پیمایش)
۶	سبک زندگی جوانان (بررسی جامعه شناختی سبک زندگی و مولفه‌های آن در بین دختران و پسران شهر بابلسر)	ابراهیمی و بهنوئی	۸۹	سبک زندگی (مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فراغت، مدیریت بدن، الگوی خرید)، سرمایه فرهنگی، زمینه‌ای (جنس، سن، زبان، پایگاه اقتصادی-اجتماعی)	کمی (پیمایش)
۷	شبه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی	بشیر و افراسیابی	۹۱	سبک زندگی (نوع پوشش، شیوه‌ی معاومه، ارتباط با جنس مخالف)، زمینه‌ای (سن، تحصیلات،	اسنادی و کمی (پیمایش)

کد مقاله	عنوان مقاله	نویسنده	سال انتشار	متغیرهای مرتبط	نوع پژوهش
	جوانان			(جنس)	اینترنتی
۸	بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل موثر بر آن	زارع و فلاح	۹۱	سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سبک زندگی (مصرف فرهنگی، مصرف مادی، فعالیت‌های فراغت)، زمینه‌ای (جنس، سن، تحصیلات، تاهل، پایگاه اقتصادی-اجتماعی)	کمی (پیمایش)
۹	مناسبات بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی	محمدی و همکاران	۹۱	سرمایه فرهنگی، سبک زندگی (الگوهای روابط اجتماعی، فعالیت فراغت، الگوی خرید، مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، مد و سلیقه)، متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنسیت، تحصیلات)	کمی (پیمایش)
۱۰	بررسی رابطه سبک زندگی و دین داری (مطالعه موردی زنان بیست ساله و بیشتر شهر تهران)	کریمی قهی و زادسر	۹۲	سبک زندگی (مدیریت بدن، روابط بین شخصی، هنجارهای مصرف)، انواع دین داری، زمینه‌ای (سن، وضعیت تاهل، پایگاه اقتصادی-اجتماعی)	کمی (پیمایش)
۱۱	مطالعه کیفی سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد	قادرزاده و ایراندوست	۹۳	سبک زندگی (مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فراغتی، هنجارهای مصرف، شاخص‌های اعتقادی و دینی)	کیفی (مصاحبه عمیق)
۱۲	تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز	ایمان و مرحمتی	۹۳	سرمایه فرهنگی، سبک زندگی (فعالیت‌های فراغتی، مدیریت بدن، ترجیحات غذایی، ترجیحات موسیقایی، الگوی انتخاب لباس)، زمینه‌ای (سن، جنس، تاهل، وضعیت اشتغال فرد و والدینش، هویت طبقاتی، گرایش دینی)	کمی (پیمایش)

## یافته‌های تحقیق

در این بخش ابتدا به توصیف مقالات مورد بررسی پرداخته و پس از آن متغیرهای تحقیق مورد تحلیل قرار گرفته است.

### الف) یافته‌های توصیفی

در این قسمت یافته‌های توصیفی تحقیق ارائه می‌شود. ابتدا دسته‌بندی پژوهش‌های مورد بررسی طبق ملاک‌های مختلف از جمله روش مورد مطالعه، جنس، میدان انجام تحقیق، تکنیک تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات، شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه پژوهش‌ها و ضرایب همبستگی متغیرهای مختلف موثر بر سبک زندگی ارائه می‌گردد.

#### ۱- توصیف تحقیقات بر حسب روش مطالعه

از میان ۱۲ مقاله مطالعه شده در این پژوهش، نزدیک به ۷۰ درصد پژوهش‌ها با روش کمی و با ابزار پرسشنامه انجام شده‌اند. این در حالی است که سهم پژوهش‌های ترکیبی و کیفی در میان پژوهش‌های انجام شده در این حوزه بسیار اندک است. گستردگی ابعاد و مؤلفه‌های سبک زندگی باعث شده است که پژوهشگر ایرانی ناگزیر به استفاده از شیوه‌های کمی شود. با این وجود نباید از نظر دور داشت که بررسی عمیق و دقیق مؤلفه‌های سبک زندگی در بین پاسخگویان و نوع و شدت ارتباط آن‌ها با متغیرهای دیگر زمانی قابل اعتنا تر است که استفاده از رویکردهای کیفی و ترکیبی در این حوزه با اقبال بیشتری از سوی پژوهشگران روبه‌رو شود.

جدول ۲: توزیع تحقیقات بر حسب روش مطالعه

ردیف	نوع روش	فراوانی	درصد
۱	کمی - پرسشنامه	۸	۶۶.۶۶
۲	کیفی - مصاحبه	۲	۱۶.۶۶
۳	ترکیبی	۲	۱۶.۶۶
۴	جمع	۱۲	۱۰۰

## ۲- توصیف تحقیقات بر حسب جنس

تأکید پژوهش‌های مطالعه شده بر مطالعه سبک زندگی زنان یا جوانان، نشان می‌دهد که جای مطالعه سبک زندگی مردان به طور خاص در پژوهش‌های مربوط به این حیطه خالی است. بیش از ۹۰ درصد پژوهش‌ها به مطالعه سبک زندگی هر دو جنس زن و مرد و یا زنان به طور خاص پرداخته‌اند. در حالی که سهم پژوهش‌های اختصاص یافته به مطالعه مردان در مطالعات مورد بررسی تنها یک مورد (کمتر از ۹ درصد) بوده است. از بین ۵۰ چکیده مرور شده نیز تنها همین یک مورد به بررسی سبک زندگی مردان توجه کرده است. در صورتی که توجه به بررسی سبک زندگی زنان به طور خاص بسیار بیشتر است.

جدول ۳: توزیع تحقیقات بر حسب جنس

ردیف	جنس	فراوانی	درصد
۱	فقط زنان	۳	۲۵
۲	فقط مردان	۱	۸.۳۳
۳	هر دو	۸	۶۶.۶۶
۴	جمع	۱۲	۱۰۰

### ۳- توصیف تحقیقات بر حسب شهر مورد مطالعه

تهران به دلیل جمعیت زیاد، مهاجرین فراوان و تنوع شیوه‌های زیستی که در آن وجود دارد همواره برای پژوهشگر ایرانی جذاب بوده است. از بین پژوهش‌های مرور شده بیشترین تعداد مطالعات انجام شده در حوزه سبک زندگی اختصاص به شهر تهران دارد. به شکلی که جامعه آماری نزدیک به نیمی از پژوهش‌ها شهروندان تهرانی بوده‌اند.

جدول ۴: توزیع تحقیقات بر حسب شهر مورد مطالعه

میدان تحقیق	فراوانی	درصد
تهران	۵	۴۱.۶۶
شیراز	۱	۸.۳۳
سنندج	۱	۸.۳۳
بابلسر	۱	۸.۳۳
بابل	۱	۸.۳۳
مهاباد	۱	۸.۳۳
سایر	۲	۱۶.۶۶
جمع	۱۲	۱۰۰

### ۴- توصیف تحقیقات بر حسب تکنیک جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات

در جدول زیر مقالات مورد بررسی بر حسب تکنیک تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات و شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه ارائه شده است.

جدول ۵: توزیع متون تحقیقاتی مورد بررسی بر حسب تکنیک تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات و شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه

کدمقاله	تکنیک تجزیه و تحلیل	تکنیک جمع‌آوری اطلاعات	شیوه نمونه‌گیری	حجم نمونه
۱	توصیفی، تحلیل عاملی، رگرسیون، تحلیل مسیر	پرسشنامه	چندمرحله‌ای تصادفی	۳۸۴
۲	توصیفی	پرسشنامه، مشاهده مشارکتی	خوشه‌ای	تعداد دقیق ذکر نشده
۳	توصیفی	تحلیل ثانویه	ذکر نشده	۳۹۲
۴	تحلیل کیفی	مصاحبه شبه ساختاریافته	گلوله برفی	۴۰
۵	رگرسیون، تحلیل مسیر	پرسشنامه	خوشه‌ای	۲۵۰
۶	توصیفی، آزمون t، تحلیل واریانس، همبستگی	پرسشنامه	تصادفی ساده	۱۹۱
۷	توصیفی	پرسشنامه	غیراحتمالی راحت	۲۲۸
۸	توصیفی، همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس، تحلیل رگرسیون	پرسشنامه	خوشه‌ای	۳۹۸
۹	توصیفی، آزمون t، همبستگی	پرسشنامه	خوشه‌ای	۳۲۰
۱۰	توصیفی، آزمون z، تحلیل رگرسیون	پرسشنامه	خوشه‌ای	۳۶۱
۱۱	تحلیل کیفی	مصاحبه عمیق	نمونه‌گیری نظری	۲۵
۱۲	توصیفی، ضریب همبستگی پیرسون، کای اسکوئر	پرسشنامه	چندمرحله‌ای تصادفی	۴۵۱

۵- اندازه اثر همبستگی متغیرهای مستقل تأییدشده در مقالات با سبک زندگی

جدول زیر ضریب همبستگی متغیرهای مستقل مختلف را با سبک زندگی که از نظر نویسندگان مقالات بررسی شده معنادار بوده‌اند نشان می‌دهد. متغیر سرمایه فرهنگی با ۴ بار تکرار، بیشترین میزان تکرار را در پژوهش‌های مطالعه شده داراست. متغیرهای زمینه‌ای (سن، تحصیلات، جنسیت، پایگاه اقتصادی-اجتماعی)، هویت اجتماعی و میزان دینداری با مقدار تکرار کمتر پس از آن قرار دارند.



جدول ۶: همبستگی متغیرهای مختلف با سبک زندگی

ردیف	کدمقاله	متغیر	ضریب همبستگی
۱	۸	سرمایه فرهنگی	۰.۱۷۰
۲	۱۲	سرمایه فرهنگی	۰.۳۹۰
۳	۶	سرمایه فرهنگی	۰.۴۷۰
۴	۹	سرمایه فرهنگی	۰.۳۷۱
۵	۱۲	سن	-۰.۱۵۳
۶	۱۰	سن	۰.۱۳۹
۷	۹	سن	-۰.۲۶۵
۸	۹	تحصیلات	۰.۳۱۱
۹	۱۲	تحصیلات	۰.۱۲۷
۱۰	۱	هویت اجتماعی	۰.۱۱۰
۱۱	۵	هویت اجتماعی	۰.۲۸۵
۱۲	۶	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	-۰.۰۰۳
۱۳	۸	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰.۱۶۲
۱۴	۱۰	دینداری	-۰.۱۶۲
۱۵	۱۲	دینداری	-۰.۲۳۱
۱۶	۶	جنسیت	۰.۱۲۱
۱۷	۹	جنسیت	۰.۹۲۰
۱۸	۶	زبان مادری	۰.۲۳۸
۱۹	۸	سرمایه اجتماعی	۰.۱۶۲
۲۰	۸	سرمایه اقتصادی	۰.۳۱۱
۲۱	۹	تأهل	۰.۹۹۰

### ب) فرا تحلیل و تلفیق اندازه اثر عوامل موثر بر سبک زندگی

در این بخش، مقالات مربوط به سبک زندگی زنان و جوانان که با روش کمی انجام شده تحلیل گردیده است. در این ارتباط، همبستگی بین متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، هویت اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، میزان دینداری و متغیرهای زمینه‌ای با سبک زندگی زنان و جوانان در مقالات مورد بررسی ارائه گردیده است. یکی از روش‌های بسیار ساده ترکیب اندازه اثر متغیرها، محاسبه میانگین آنهاست که تنها در صورتی که توزیع نمونه‌ها نرمال باشند کاربرد دارد. بنابراین می‌بایست برای ترکیب اندازه اثر متغیرها ابتدا با استفاده از فرمول فیشر ( $z = \frac{1}{2} \log \frac{1+r}{1-r}$ )، اندازه اثر را به اندازه z استاندارد تبدیل نموده و سپس با استفاده از فرمول ( $\sigma^2(z_+) = \frac{1}{\sum_{i=1}^k (n_i - 3)}$ ) می‌توان اندازه اثرهای استاندارد شده را تلفیق نمود (انتظاری و مهری، ۱۳۹۱: ۵۲-۵۵). تمامی مراحل فوق به کمک نرم افزار  $cm2^1$  انجام شده و نتایج ذیل به دست آمدند. اندازه اثر کلیه متغیرها در شکل شماره یک گزارش شده است.

در جدول شماره ۷، نتایج مربوط به آزمون معنی‌داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰/۲۸۸ و ۰/۳۸۳ قرار گرفته و این فاصله شامل صفر نمی‌گردد، بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی‌داری ۰/۹۹ تأیید می‌گردد.

جدول ۷: همبستگی میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۸	۰.۱۷۰	۰.۱۷۲	۳۹۸	۰.۰۷۳	۰.۲۶۴	۰.۰۰۱
۲	۱۲	۰.۳۹۰	۰.۴۱۲	۴۵۱	۰.۳۰۹	۰.۴۶۶	۰.۰۰۰
۳	۶	۰.۴۷۰	۰.۵۱۰	۱۹۱	۰.۳۵۱	۰.۵۷۴	۰.۰۰۰
۴	۹	۰.۳۷۱	۰.۳۹۰	۳۲۰	۰.۲۷۲	۰.۴۶۲	۰.۰۰۰
	ترکیب	۰.۳۳۶			۰.۲۸۸	۰.۳۸۳	۰.۰۰۰

در جدول شماره ۸، نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان سن و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد  $-۰/۱۵۱$  و  $-۰/۰۳۵$  قرار گرفته و این فاصله شامل صفر نمی گردد، بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری  $۰/۹۹$  تأیید می گردد.

جدول ۸: همبستگی میان سن و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۱۲	$-۰.۱۵۳$	$-۰.۱۵۴$	۴۵۱	$-۰.۲۴۲$	$-۰.۰۶۲$	۰.۰۰۱
۲	۱۰	$-۰.۱۳۹$	۰.۱۴۰	۳۶۱	۰.۰۳۶	۰.۲۳۹	۰.۰۰۸
۳	۹	$-۰.۲۶۵$	$-۰.۲۷۱$	۳۲۰	$-۰.۳۶۴$	$-۰.۱۶۰$	۰.۰۰۰
	ترکیب	$-۰.۰۹۳$			$-۰.۱۵۱$	$-۰.۰۳۵$	۰.۰۰۲

در جدول شماره ۹، نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان تحصیلات و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد  $۰/۱۳۶$  و  $۰/۲۷۲$  قرار گرفته است و این فاصله شامل صفر نمی گردد، بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری  $۰/۹۹$  تأیید می گردد.

جدول ۹: همبستگی میان تحصیلات و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا	
۱	۹	۰.۳۱۱	۰.۳۲۲	۳۲۰	۰.۲۰۸	۰.۴۰۷	۰.۰۰۰	
۲	۱۲	۰.۱۲۷	۰.۱۲۸	۴۵۱	۰.۰۳۵	۰.۲۱۷	۰.۰۰۷	
ترکیب							۰.۲۰۵	۰.۰۰۰

در جدول شماره ۱۰ نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان هویت اجتماعی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد  $۰/۱۰۴$  و  $۰/۲۵۵$  قرار گرفته و این فاصله شامل صفر نمی‌گردد، بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری  $۰/۹۹$  تأیید می‌گردد.

جدول ۱۰: همبستگی میان هویت اجتماعی و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا	
۱	۱	۰.۱۱۰	۰.۱۱۰	۳۸۴	۰.۰۱۰	۰.۲۰۸	۰.۰۳۱	
۲	۵	۰.۲۸۵	۰.۲۹۳	۲۵۰	۰.۱۶۷	۰.۳۹۵	۰.۰۰۰	
ترکیب							۰.۱۸۰	۰.۰۰۰

در جدول شماره ۱۱، نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد  $۰/۰۲۹$  و  $۰/۱۸۹$  قرار گرفته و این فاصله شامل صفر نمی‌گردد، بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری  $۰/۹۹$  تأیید می‌گردد.

**جدول ۱۱: همبستگی میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سبک زندگی**

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۶	-۰.۰۰۳	۰.۳۲۲	۱۹۱	-۰.۱۴۵	۰.۱۳۹	۰.۰۰۷
۲	۸	۰.۱۶۳	۰.۱۲۸	۳۹۸	۰.۰۶۵	۰.۲۵۶	۰.۰۰۱
<b>ترکیب</b>							۰.۰۰۸

در جدول شماره ۱۲، نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان سرمایه اجتماعی و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد ۰/۰۶۵ و ۰/۲۵۶ قرار گرفته و این فاصله شامل صفر نمی‌گردد، بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰/۹۹ تأیید می‌گردد.

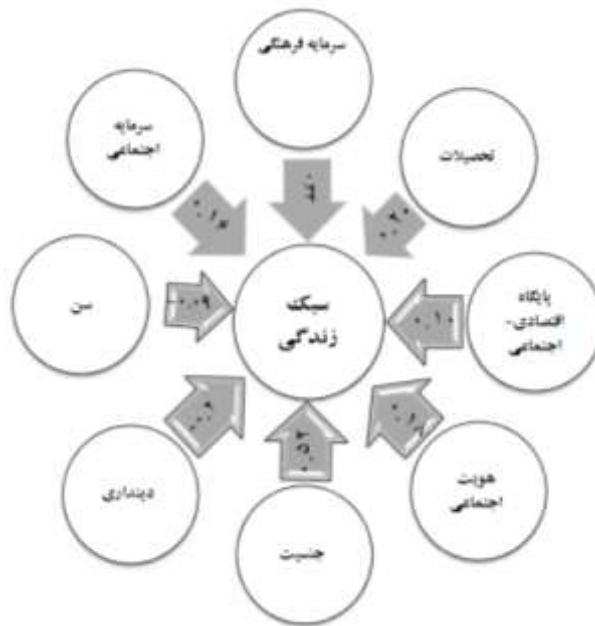
**جدول ۱۲: همبستگی میان سرمایه اجتماعی و سبک زندگی**

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۸	۰.۱۶۲	۰.۱۶۳	۳۹۸	۰.۰۶۵	۰.۲۵۶	۰.۰۰۱
<b>ترکیب</b>							۰.۰۰۱

در جدول شماره ۱۳، نتایج مربوط به آزمون معنی داری ترکیب اندازه اثر همبستگی میان دین داری و سبک زندگی نشان داده شده است. از آنجایی که اندازه اثر به دست آمده در میان اعداد -۰/۲۶۶ و -۰/۱۳۴ قرار گرفته و این فاصله شامل صفر نمی‌گردد، بنابراین ارتباط میان این دو متغیر در سطح معنی داری ۰/۹۹ تأیید می‌گردد.

جدول ۱۳: همبستگی میان دینداری و سبک زندگی

ردیف	کد مقاله	اندازه اثر	اندازه اثر استاندارد	حجم نمونه	حد پایین	حد بالا	احتمال خطا
۱	۱۰	-۰.۱۶۲	-۰.۱۶۳	۳۶۱	-۰.۲۶۱	-۰.۰۶۰	۰.۰۰۲
۲	۱۲	-۰.۲۳۱	-۰.۲۳۵	۴۵۱	-۰.۳۱۷	-۰.۱۴۲	۰.۰۰۰
ترکیب		-۰.۲۰۱			-۰.۲۶۶	-۰.۱۳۴	۰.۰۰۰



شکل ۱: اندازه اثر متغیرهای مختلف بر سبک زندگی

### خلاصه و نتیجه‌گیری

افراد هر جامعه، دارای نوع خاصی از رفتار و کنش و طرز فکر و اعتقاد هستند که سبک زندگی و شیوه زیست آنان را تشکیل می‌دهد. هر فرد ممکن است در برهه‌های زمانی مختلف، دارای سبک‌های زیست مختلفی باشد، اما چیزی که مشخص است آن است که می‌توان این سبک‌های زندگی را به وسیله معیارها و مؤلفه‌هایی شاخصه‌بندی کرد و افراد را به وسیله آن‌ها گروه‌بندی نمود. به بیانی دیگر، علی‌رغم این که افراد ممکن است دارای انواع مختلفی از سبک زندگی باشند، می‌توان آن‌ها را بر اساس یک سری الگوهای مشخص دسته‌بندی کرد. پژوهش حاضر با هدف تحلیل مطالعات مبتنی بر سبک زندگی در ایران انجام شده است. از بین ۵۰ مقاله جستجو شده در تارنماهای فارسی نمایه‌کننده مقالات علمی-پژوهشی، ۱۲ مقاله به شکل عمیق مرور و مطالعه شده است. معیار انتخاب مقالات، تمرکز آن‌ها بر روی سبک زندگی زنان و جوانان بوده است. همچنین تلاش شده مقالاتی برگزیده شوند که سبک زندگی در آن‌ها به عنوان متغیر وابسته مطالعه شده باشد.

سبک زندگی از مفاهیم نسبتاً نو و جوان در پژوهش‌های جامعه‌شناسانه ایرانی است. مؤید این مطلب تعداد اندک پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه نسبت به سایر حوزه‌هایی است که جامعه‌شناسی در ایران به آن پرداخته است. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که در اغلب پژوهش‌ها، سبک زندگی به عنوان یکی از متغیرهای مستقل سنجیده شده است. کمتر پژوهشی است که محقق در آن سبک زندگی را به عنوان متغیر وابسته بررسی کرده باشد و تأثیر سایر متغیرهای مختلف بر آن را سنجیده

باشد. پژوهش‌هایی که به مطالعه ابعاد و مؤلفه‌های سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند اغلب ابعاد خاصی از سبک زندگی آنان را مورد مطالعه قرار داده‌اند. عمده نویسندگان مقالات و پژوهش‌گران از سه مؤلفه‌ی اوقات فراغت، مصرف و مدیریت بدن برای توضیح و توصیف سبک زندگی جامعه آماری خود استفاده کرده‌اند. این در حالی است که به قول یکی از منتقدان بوردیو کردوکارهای سازنده سبک زندگی در گستره میدان‌های متعدد و متنوعی پراکنده‌اند. در نتیجه پیوستگی و انسجام آن‌ها و «واقعیت» وجود داشتن آن‌ها، مستور و پنهان است (جنکینز، ۱۳۸۵: ۲۲۴).

فقدان یک مطالعه همه‌جانبه و عمیق باعث شده تا تفاوت اندکی در بین نتایج مطالعات صورت گرفته مشاهده شود. شاید یکی از دلایل بروز این امر تمرکز تحقیقات صورت گرفته بر روی شهروندان تهرانی بوده باشد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نزدیک به نیمی از پژوهش‌های صورت گرفته بر روی شهروندان تهرانی بوده است. البته جذابیت فضای اجتماعی تهران را برای پژوهشگران ایرانی نباید نادیده گرفت. کمتر پژوهشی سبک زندگی مردان به طور خاص را سوژه مطالعه تحقیق خود قرار داده است. از بین متغیرهای بررسی شده، متغیر سرمایه فرهنگی با ۴ بار تکرار و اندازه اثر ۰.۳۳ بیشترین تأثیر را بر سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی داشته است. مطالعه تحقیقات کیفی مرور شده در این حوزه نیز از تبیین‌کنندگی بالای متغیر سرمایه فرهنگی، به عنوان یکی از متغیرهای اثرگذار بر سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی حکایت می‌کند. همه پژوهش‌های کمی و کیفی مرور شده که به بررسی میزان اثرگذاری تحصیلات بر سبک زندگی زنان و جوانان ایرانی پرداخته‌اند، تأثیر مثبت تحصیلات در گرایش زنان و جوانان به سبک زندگی مدرن را گزارش می‌کنند.



اندازه اثر گزارش شده ۰/۲ در فراتحلیل برای این متغیر مؤید همین امر است. متغیر دین‌داری و سن در پژوهش‌های مرور شده که به بررسی میزان همبستگی این دو متغیر با سبک زندگی پرداخته‌اند نشان می‌دهد که این دو متغیر رابطه ضعیف و منفی با گرایش زنان و جوانان به سبک زندگی مدرن دارند. به عبارتی با افزایش سن میزان گرایش افراد به سبک زندگی مدرن کمتر می‌شود. همچنین افرادی که از نظر اندازه‌گیری شاخص‌های دینداری نمره بالاتری در پژوهش‌ها کسب کرده‌اند گرایش کمتری به سبک زندگی مدرن دارند. اندازه اثر گزارش شده در فراتحلیل برای این دو متغیر این موضوع را تأیید می‌کند. بیشتر پژوهش‌ها به غیر از پژوهش زارع و فلاح (۱۳۹۱) که تأثیرگذاری بالای متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سرمایه اقتصادی نسبت به سایر متغیرهای تبیین‌کننده سبک زندگی زنان و جوانان را گزارش می‌دهد، سایر پژوهش‌های کمی و کیفی مطالعه شده میزان همبستگی پایین این دو متغیر را در تبیین سبک زندگی این دو قشر ایرانی گزارش می‌دهند. به عبارتی می‌توان نتیجه گرفت سبک زندگی برای زنان و جوانان ایرانی یک امر وابسته به اقتصاد و طبقه نیست.

یافته‌های این پژوهش با مباحث نظری صاحب نظران و نتایج مطالعات صورت گرفته توسط پژوهشگران ایرانی قرابت و همخوانی دارد. نتایج پژوهش آزاد و شالچی (۱۳۸۴)، فاضلی (۱۳۸۶)، ایمان و مرحمتی (۱۳۹۳) نیز بیان‌گر این است که با افزایش سرمایه فرهنگی احتمال گزینش سبک زندگی مدرن افزایش می‌یابد. نتایج تحقیق ابراهیمی و بهنوئی (۱۳۸۹) نیز یافته‌های این پژوهش که متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سرمایه اجتماعی نیست که سبب ایجاد منش‌های خاص برای سوق دادن

جوانان به سبک زندگی خاص می‌شود؛ بلکه سرمایه فرهنگی جوانان است که بیش از هر چیز تعیین‌کننده سبک زندگی آنان خواهد بود را تأیید می‌کند.

در مجموع می‌توان گفت در بین پژوهش‌های انجام شده در حوزه سبک زندگی اغلب سبک زندگی به عنوان یکی از متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده است و میزان همبستگی مؤلفه‌های مختلف آن با متغیر وابسته دیگر سنجیده شده است. همین مسأله دسترسی به مطالعاتی که در آن سبک زندگی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده باشد را برای ما مشکل کرده است. سبک زندگی یک مفهوم گسترده و پیچیده است. پژوهش‌های بررسی شده هر کدام به مطالعه ابعاد خاصی از این مفهوم پرداخته‌اند. لذا با قطعیت نمی‌توان گفت که مثلاً سبک زندگی مدرن در مطالعه «الف» دقیقاً همان سبک زندگی مدرن گزارش شده در مطالعه «ب» است. همچنین نمی‌توان تنها به دلیل تعداد گزارش بیشتر، سرمایه فرهنگی یا سایر متغیرهای استخراج شده مانند سن و تحصیلات را با قطعیت زیاد در اولویت عوامل موثر بر سبک زندگی قرار داد، چراکه ممکن است این اولویت تنها به این دلیل باشد که دیدگاه‌های نظری و یا مفاهیم عملیاتی دیگر به این گستردگی مورد کاربرد و آزمون قرار نگرفته‌اند و این نمی‌تواند نشان‌دهنده قدرت پایین سایر متغیرها در تبیین سبک زندگی باشد. همچنین این پژوهش به ناچار متغیرها و عواملی را در فراتحلیل وارد کرده که ضرایب همبستگی آنها با متغیر سبک زندگی گزارش شده است، چه بسا اگر تمامی مطالعات انجام شده ضرایب اثر تمامی موارد آزمون خود را گزارش می‌کردند نتایج این تحقیق به شکل دیگری بود.

## منابع

- ابادری، یوسف؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی (رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی)»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰: صص ۳-۲۷.
- ابراهیمی، قربانعلی؛ بهنوئی گدنه، عباس (۱۳۸۹)، «سبک زندگی جوانان (بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی و مولفه‌های آن در بین دختران و پسران شهر بابلسر)»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال ۶، شماره ۱۸: صص ۱۳۹-۱۶۴.
- آزادارمکی، تقی (۱۳۸۶)، *زندگی روزمره در ایران: زندگی روزمره، قدرت و فرهنگ*، تهران: جهاد دانشگاهی تهران.
- آزادارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، «بدن به مثابه رسانه هویت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۴، شماره ۴: صص ۵۷-۷۵.
- آزادارمکی، تقی؛ شالچی، وحید (۱۳۸۴)، «دوجهان ایرانی: مسجد و کافی‌شاپ»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۳: صص ۱۶۳-۱۸۳.
- آزادارمکی، تقی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳)، *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- ازکیا، مصطفی؛ حسینی رودبارکی، سکینه (۱۳۸۷)، «تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی»، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال ۱۰، شماره ۳۷: صص ۲۴۱-۲۶۴.
- آسا برگر، آرتور (۱۳۷۹)، *روش‌های تحلیل رسانه‌ها*، ترجمه پرویز اجالالی، تهران: موسسه تحقیقات و پژوهش رسانه.

- انتظاری، علی؛ مهری، نادر (۱۳۹۱)، *درآمدی بر فراتحلیل (با نیم نگاه به قابلیت فراتحلیل در پژوهش‌های علوم اجتماعی در ایران)*، تهران: جامعه‌شناسان.
- ایمان، محمدتقی؛ مرحمتی، ندا (۱۳۹۳)، «تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۳، شماره ۵۵، صص ۱-۲۰.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، *مصروف*، ترجمه خسرو صبوری، تهران: شیرازه.
- بشیر، حسن؛ افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۱)، «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان)»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره ۵، شماره ۱: صص ۳۱-۶۲.
- بندیکس، راینهارد (۱۳۸۵)، *سیمای فکری ماکس وبر*، ترجمه محمود رامبد، تهران: هرمس.
- توسلی، غلامحسین (۱۳۷۳)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران: سمت.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵)، *پی‌یر بوردیو*، ترجمه لیلای جو افشانی و حسن چاوشیان، تهران: نی.
- حمیدی، نفیسه؛ فرجی، مهدی (۱۳۸۶)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران». *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال ۱، شماره ۱: ۶۵-۹۲.
- رحمت‌آبادی، الهام؛ آقابخشی، حبیب (۱۳۸۵)، «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان». *رفاه اجتماعی*، شماره ۲۰: صص ۲۳۵-۲۵۴.
- رستگار، یاسر؛ ربانی، رسول (۱۳۸۷)، *سبک زندگی جوانان: جستجوی هویت در فرهنگ مصرفی، ارائه مفهوم نوین در تحلیل هویت اجتماعی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- زارع، بیژن؛ فلاح، مهدی (۱۳۹۱)، «بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل

- موثر بر آن»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره ۵، شماره ۴: صص ۷۵-۱۰۵.
- ساروخانی، باقر؛ رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳)، «زنان و بازتعریف هویت اجتماعی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۵، شماره ۲: صص ۱۳۳-۱۶۰.
- شالچی، وحید (۱۳۸۶)، «سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال ۱، شماره ۱: صص ۹۳-۱۱۵.
- صمیم، رضا (۱۳۹۳)، «نگاهی انتقادی به پیشینه داخلی مطالعات جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۷، شماره ۱: صص ۱۴۵-۱۶۶.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۶)، «تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال ۱، شماره ۱: صص ۱۷۵-۱۹۸.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، *مصرف و سبک زندگی*، قم: صبح صادق.
- قاضی طباطبایی، محمود؛ و دادهیر، ابوعلی (۱۳۸۹)، *فراتحلیل در پژوهشهای اجتماعی و رفتاری*، تهران: جامعه‌شناسان.
- قادرزاده، امید؛ ایران‌دوست، سیدفهم (۱۳۹۳)، «مطالعه کیفی سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۵، شماره ۵۵: صص ۱۳۵-۱۶۱.
- کرمی‌قهی، محمد تقی؛ زادسر، زینب (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه سبک زندگی و دین‌داری (مطالعه موردی زنان ۲۰ساله و بیشتر شهر تهران)»، *زن در فرهنگ و هنر*، دوره ۵، شماره ۱: صص ۸۵-۱۰۱.
- کلاتری، عبدالحسین؛ حسنی، حسین (۱۳۸۹)، «تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان- رسانه‌های نوین و زندگی روزمره»، *رسانه*، سال ۱۹، شماره ۴: ص ۱۱۹.
- گیبینز، جان آر و بوریم (۱۳۸۴)، *سیاست پست مدرنیته*، ترجمه منصور انصاری، تهران: گام نو.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸)، *تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- لایون، دیوید (۱۳۸۰)، *پسامدرنیته*، ترجمه محسن حکیمی، تهران: آشتیان.
- محمدی، جمال و همکاران (۱۳۹۱)، «مناسبات بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی: پیمایشی در میان شهروندان طبقه متوسط شهر سنج» *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۱۳، شماره ۴: صص ۱-۲۳.
- مهدوی‌کنی، محمدسعید (۱۳۸۶)، «مفهوم «سبک زندگی» و گستره آن در علوم اجتماعی»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال ۱، شماره ۱: صص ۱۹۹-۲۳۰.
- مهری، نادر (۱۳۹۰)، «فقر فراتحلیل در پژوهش‌های علوم اجتماعی در ایران». *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، دوره ۴، شماره ۱۱: صص ۱۴۹-۱۷۰.
- نش، کیت (۱۳۸۷)، *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست، قدرت*، ترجمه محمد تقی دلفروز، تهران: کویر.
- نوابخش، فرزاد (۱۳۹۳)، «تغییرات سبک زندگی در فرایند توسعه ابزارهای نوین فناوری». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال ۶، شماره ۲: صص ۴۵-۶۳.
- نیازی، محسن (۱۳۹۱)، «رابطه بین سبک زندگی و میزان هویت ملی (مطالعه موردی: شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹)»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال ۷، شماره ۲۴: صص ۱۲۹-۱۵۶.
- نیکزاد، مهرداد (۱۳۷۶)، «تحلیل اجتماعی کنش‌های مصرفی»، *فصلنامه پژوهش فرهنگی*، سال ۸، شماره ۷: صص ۱۸۱-۲۱۳.
- وبر، ماکس (۱۳۸۲)، *دین، قدرت، جامعه*، ترجمه احمد تدین، تهران: هرمس.
- هندری، ال‌بی و دیگران (۱۳۸۳)، *اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان*، ترجمه فرامرز ککولی دزفولی و مرتضی ملانظر، تهران: سازمان ملی جوانان.

- Chaney, D (1994), *The Cultural Turn*, New York: Routledge.
- Chaney, D (1996), *Lifestyle*, London: Routledge.
- Corrigan, Peter. (2004), *The Sociology of Consumption*, London: Sage.
- Giddens, A. (1996), *Beyond Left & Right*, Cambridge: Polity Press.
- Jenkins, Richard (1996), *Pierre Bourdieu*, London: Routledge.
- Mckee,j,b (1969), *Introduction to Sociology*, Holt Richart & Winston.
- Msn.Encarta Dic, www.msn.com.(2004)
- O'Shaughnessy, M. (2002), *Postmodernism and Marketing: Separating the Wheat from the Chaff*, Sage.
- Scheys, M (1987), *The Power of Lifestyle*, leisure 10, no.2.
- Simmel, G (1990), *The Philosophy of Money*, Tom Bohomer & Pavid Frisby (trans), Second enlarged Ed, New York: Routledge.
- Sobel, M (1981), *Lifestyle and Social Structure: Concepts, and Analyses*, Academic Press.
- Uth, T (1990), *Definitions of Life Style And Its Application to Travel Behavior*, <http://www.i4.auc.dk/td/papers96/trog-ad/uth/uth.pdf>
- Veblen, T. (1925), *The Theory of the Leisure Class*, New York: Viking.
- Webster online,dic.(2004)