

[DOR: 20.1001.1.24237558.1400.6.2.1.6](https://doi.org/10.24237/558.1400.6.2.1.6)

فرا تحلیل مطالعات سبک زندگی در پژوهش‌های ایرانی

یعقوب احمدی^۱

محمد گنجی^۲

محمدسعید محمدی^۳

چکیده

سبک زندگی به تنوع در انتخاب رفتار، اعمال و تأکید بر سائق و تمایلات متفاوت از سوی افراد و گروه‌ها اشاره دارد. پژوهش‌های مختلف داخلی با استفاده از رویکردهای نظری گوناگون و با مقاصد تحلیلی متفاوت، مفهوم سبک زندگی را به کار برده و گونه‌های متفاوتی از سبک‌های زندگی را مورد اشاره و استفاده قرار داده‌اند. این مقاله با هدف ارزیابی سنجش سبک زندگی در پژوهش‌های ایرانی به مطالعه و فراتحلیل این پژوهش‌ها پرداخته است. مبانی نظری این مطالعه مبتنی بر ایده‌های تورشتاین و بلن، آنتونی گیدنز و به‌ویژه پیر بوردیو مدون شده است. روش تحقیق از نوع اسنادی و مبتنی بر به‌کارگیری روش فراتحلیل به منظور تحلیل و ترکیب نتایج مطالعات صورت گرفته پیرامون سبک زندگی است. بدین منظور ۳۱ پژوهش صورت گرفته در بین مهر و موم‌های ۸۵-۱۳۹۵ در زمینه سبک زندگی که در فصلنامه‌های معتبر علمی به چاپ رسیده‌اند، جهت بررسی انتخاب شدند. پژوهش‌های منتخب به روش پیمایشی و با به‌کارگیری ابزار پیمایش در جوامع آماری متفاوت و برحسب سنج‌های پایا به انجام رسیده‌اند. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که نظریات بوردیو، گیدنز، و بلن و زیمل بیشترین کاربرد را در تحقیقات ایرانی مرتبط با سبک زندگی داشته‌اند. در ۳۱ مقاله مورد بررسی تعداد ۳۱ گونه سبک زندگی یافت شده است؛ اما در این میان سبک زندگی مدرن تظاهری-مصرفی بیشترین کاربرد را در مقالات داشته است و در تقابل با سبک زندگی سنتی، شبه سنتی و سبک زندگی دینی به کار برده شده است. از دیگر گونه‌های پر کاربرد باید به سبک زندگی جهانی در مقابل سبک زندگی محلی اشاره نمود. مفهوم سبک زندگی در تحقیقات داخلی تا حدی از مبنای نظری خود کنده شده و به‌عنوان مفهومی خنثی، کاربردی و عام‌تر مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. از طرفی پرکاربردترین شاخص‌های سنجش مفهوم سبک زندگی در مقالات مورد مطالعه، شامل نحوه گذران اوقات فراغت، ترجیحات در انتخاب پوشاک، مدیریت بدن، گرایش به اعمال مذهبی، ترجیحات غذایی، مصرف فرهنگی، میزان و شکل روابط اجتماعی، ترجیحات موسیقایی و گرایش به ورزش بوده‌اند.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، گونه‌شناسی مدرن، گونه‌شناسی سنتی، تظاهر، مصرف.

yahmady2001@yahoo.com

gaji@gmail.com

mohmadi@gmail.com

1. دانشیار دانشگاه سنج، سنج، ایران (نویسنده مسئول)

2. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

3. دکتری جامعه‌شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

Meta-Analysis of Lifestyle's Studies in Iranian Research

Y. Ahmadi¹

M. Ganji²

M.S. Mohammadi³

Abstract

Different domestic researches have used the concept of lifestyle by using different theoretical approaches and with different analytical purposes and have pointed out and used different types of lifestyles. This article aims to evaluate the lifestyle assessment in Iranian research and study the meta-analysis of this research.

The research method is documentary and based on the use of meta-analysis method in order to analyze and combine the results of studies conducted on lifestyle. For this purpose, 31 studies conducted between the years of 2016-2017 in the field of lifestyle, which have been published in prestigious scientific journals, were selected for review. The selected research was conducted by survey method and using survey tools in different statistical communities according to stable criteria.

The results of this study suggest that the theories of Bourdieu, Giddens, Weblen, and Simmel were most used in Iranian research on lifestyle. In 31 articles reviewed, 31 species of lifestyles were found. However, modern demonstrative-consumer lifestyle has been used in most articles and has been used in contrast to traditional, quasi-traditional and religious lifestyle. Other widely used species include the global lifestyle versus the local lifestyle. The concept of lifestyle in domestic research has been removed to some extent from its theoretical basis and has been exploited as a neutral, practical and more general concept. On the other hand, the most widely used indicators for measuring the concept of lifestyle in the articles studied, including how to spend leisure time, preferences in choosing clothes, body management, orientation to religious practices, food preferences, cultural consumption, amount and form of social relations, musical preferences and tendency to They have been sports.

Keywords: Lifestyle, Modern Typology, Traditional Typology, Pretension, Consumption.

¹ . Associate Professor Sanandaj University, Sanandaj, Iran (Corresponding Author)
yahmady2001@yahoo.com

² . Associate Professor, Department of Social Sciences, Kashan University

gaji@gmail.com

³ . Ph.D. in Sociology, Social Studies, Iran, Kashan University

mohmadi@gmail.com



مقدمه

تنوعات سبک زندگی در جهان معاصر این پرسش مهم را ایجاد نموده است که آیا سبک زندگی موضوعی کاملاً فردی است یا در حیطه و چارچوب گروه‌ها و اجتماعات نیز می‌توان آن را تحلیل و تفسیر نمود. این پرسش مهم سبب شده است که در سالیان اخیر توجه وافری از سوی محققان و متفکران به بحث سبک زندگی معطوف گردد و از این رو سبک زندگی را به یکی از مفاهیم کانونی علوم اجتماعی بدل نموده است. ارائه تعریف و کاربرد تحلیلی مفاهیم علوم اجتماعی، همواره محل بحث و اختلاف نظر اندیشمندان این حوزه بوده است؛ اما شاید در این میان هیچ مفهومی به اندازه سبک زندگی دارای کاربردهای متعدد و متنوع در شاخه‌های مختلف علمی نبوده است. این مفهوم دارای پیشینه‌ای طولانی در روانشناسی، پزشکی و سلامت بوده و کاربردهای معنایی متعددی در علوم اجتماعی یافته است. فرهنگ علوم اجتماعی سبک زندگی را به نوع زندگی یا نوع معیشت ترجمه کرده که منظور از آن نحوه جریان حیات و شیوه زندگی انسان‌ها به صورت فردی و گروهی است و چگونگی استفاده از درآمد، طول زمان کار، شیوه لباس پوشیدن، تغذیه، نحوه آرایش، محل سکونت، رفتارهای دینی و فرهنگی و... را شامل می‌شود (بیرو، ۱۳۸۰). مفهوم سبک زندگی به عنوان مفهوم مستقلی که نشانگر رویکرد تحلیلی تازه‌ای به مبحث قشربندی و تمایزات و تحرک اجتماعی است، وارد علوم اجتماعی شده و با در بر گرفتن دامنه وسیعی از پژوهش‌های اجتماعی به استفاده از کالاهای مصرفی برای تمیز و تثبیت هویت اجتماعی تأکید دارد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). سبک زندگی^۱، روشی است که افراد در طول زندگی انتخاب کرده‌اند و زیربنای آن در خانواده پی‌ریزی می‌شود که در واقع متأثر از فرهنگ، نژاد، مذهب، وضعیت اقتصادی، اجتماعی و باورها است

(فاضل و همکاران، ۱۳۹۰:۱۴۳). در تعریف مفهومی سبک زندگی، گیدنز معتقد است که سبک زندگی را می‌توان مجموعه‌ای کم‌ویش جامع از عملکردها تعبیر کرد که افراد آن را به کار می‌گیرند. این عملکردها نه تنها نیازهای جاری او را برآورده می‌سازد بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خویش برمی‌گزیند در برابر دیگران مجسم می‌سازد. سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است (گیدنز، ۱۳۷۸). بررسی پیشینه‌های تجربی در زمینه سبک زندگی در ایران نشان می‌دهد که سابقه پژوهش در این زمینه به کمتر از بیست سال می‌رسد البته از سال ۱۳۸۰ تاکنون اقبال محققان به این موضوع بیشتر شده است (مجددی و دیگران، ۱۳۸۹). پژوهش‌های مختلف داخلی با استفاده از رویکردهای نظری گوناگون و با مقاصد تحلیلی متفاوتی، مفهوم سبک زندگی را به کار برده، صورت‌بندی کرده و مورد سنجش قرار داده‌اند. هرچند که این تحقیقات همگی از عبارت سبک زندگی استفاده کرده‌اند، اما در حقیقت مفاهیم مختلفی را مورد سنجش و بررسی قرار داده‌اند و بر این اساس، سنخ‌شناسی‌های متفاوتی از سبک زندگی ارائه نموده‌اند. این سنخ‌ها یا اصطلاحاً همان‌گونه‌های سبک زندگی در بعضی از پژوهش‌ها یکسان، در برخی مشابه و در بسیاری متفاوت است. نتیجه این امر آن بوده است که «سبک زندگی» در پژوهش‌های داخلی به ملغمه‌ای از گونه‌های متفاوت سبک زندگی، مانند سبک زندگی مصرف‌گرایانه، سبک زندگی فراغت‌گرایانه، سبک زندگی دینی، سبک زندگی جهانی شده و... تبدیل شده است. به نظر می‌رسد انجام پژوهشی جهت دسته‌بندی گونه‌های سبک زندگی مورد استفاده در این پژوهش‌ها، تحلیل نظری آنها و ایجاد نظم و ترتیب در ادبیات آنها ضرورت دارد. بر این اساس، مقاله حاضر در تلاش است با هدف گونه‌شناسی سبک زندگی در پژوهش‌های ایرانی به مطالعه و فراتحلیل این پژوهش‌ها بپردازد. این مطالعه، با تحلیل پسینی



از مطالعات انجام گرفته درباره سبک زندگی درصدد پاسخ به این پرسش است که آیا رویه واحدی در تعریف، مطالعه و آزمون سبک زندگی در ایران وجود دارد؟ و در صورت فقدان، چه انواعی از سبک زندگی به‌عنوان ویژگی بارز جامعه ایرانی تلقی شده است و این انواع چه ابعاد و مؤلفه‌های دارند؟ از این منظر، این مطالعه نوعی فرا تحلیل یا به عبارتی مطالعه پسینی در رابطه با بررسی‌های انجام شده در حوزه سبک زندگی به‌شمار می‌آید.

ادبیات تحقیق

پیشینه نظری

مفهوم سبک زندگی از مفاهیم اجتماعی مهمی است که از دهه ۱۹۲۰ وارد ادبیات جامعه‌شناسی شد. گستره و حوزه مفهوم سبک زندگی خالی از مناقشات بی‌پایان اصحاب علوم اجتماعی نبوده است. برخی تلاش کرده‌اند تا با قرار دادن سبک زندگی ذیل مفهوم طبقه اجتماعی پویایی و غنای بیشتری بدان (طبقه) بخشند، اما در مقابل عده بیشتری سبک زندگی را مفهومی در عرض طبقه و امری ورای تقسیمات طبقاتی قلمداد کرده‌اند. در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و مفهوم‌سازی وجود دارد. یکی مربوط به دهه ۱۹۲۰ که سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به‌عنوان شاخص تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است و دوم به‌عنوان شکل اجتماعی نوینی که تنها در متن تغییرات مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد و در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). 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، به‌ویژه کالاهای فرهنگی سبب گردید که شیوه‌های زندگی تنوع بسیار بالایی بیابند. همچنین رشد اقتصادی، ماشینی شدن کار، افزایش دستمزدها و گسترش وسایل تفریحی 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). زیمل^۱ سبک زندگی را تجسم تلاش انسان برای یافتن ارزش‌های بنیادی و فردیت برتر خود می‌داند. به اعتقاد وی فرد می‌کوشد از طریق سبک زندگی فرهنگ عینی‌اش را به سمع دیگران برساند و انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت و برتری)، شکل‌ها (صورت‌های) رفتاری‌ای را برمی‌گزیند، زیمل توان چنین گزینشی را سلیقه و این اشکال به هم مرتبط را سبک زندگی می‌نامد (مجدی، ۱۳۸۸).

سبک زندگی به باور گیدنز شیوه زندگی، مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردهاست که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد چون نه تنها نیازهای جاری او را برآورده می‌سازند بلکه روایتی خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازد (گیدنز، ۱۳۸۱).

در واقع، سبک زندگی نخستین بار در نوشته‌های ماکس وبر و جرج زیمل، جامعه‌شناسان آلمانی مفهوم‌پردازی شد. این دو جامعه‌شناس از نخستین چهره‌هایی بودند که توصیفاتی غنی و دقیق و مبتنی بر تفسیر و تفهم از جهان مدرن ارائه نمودند (فریزی،

1. Simel

۱۳۷۵: ۴۳۷). آنچه در اندیشه این نظریه پردازان، بیشتر نمودار است؛ پیوند سبک زندگی با مفهوم مصرف است.

به عقیده **زیمل**، آزادی فرد از تمامی قید و بند های جامعه سنتی، نوید بخش بروز فردیت است. در شهر، درگیر شدن در نظام تقسیم کار پیچیده، دستمایه های هویت و تمایز از دیگران را زایل کرده است. در چنین وضعیتی، شیوه خاص مصرف کردن و سبک زندگی، راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت حاضر در کلان شهر است. زیمل دریافته بود که بورژوازی برلین در مواجهه با گمنامی حاصل از زندگی در شهر، برای حفظ هویت خویش از مصرف بهره می گیرد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۴). در این ارتباط، زیمل، وجود پول را دلیلی برای گرایش به مصرف، آن هم نه به قصد ارضای نیازهای اساسی، بلکه بیشتر به هدف خرید اشیاء پر زرق و برق می داند. این شکل مصرف، تحولی بنیادین در ذائقه زیباشناختی فرد کلان شهری یا انسان مدرن پدید می آورد. انسانی که از طریق مصرف به شیوه های نوین پرورش می یابد، برای خود تمایز و فردیتی پیدا می کند که از نظر زیمل «کاذب و دروغین» است (ادگار و سجویک، ۱۳۸۸: ۴۶۲). زیمل در تحلیل مصرف گرایی جامعه مدرن، بر مقوله «مد» نیز تأکید دارد. به نظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک های زندگی از سویی برای فرد هویت بخش بوده و از سویی دیگر متمایز کننده است. به عقیده وی، پیروی از مد به فرد این امکان را می دهد تا شکاف میان خویش و جامعه اش را پر نماید (گرونو، ۲۰۰۱: ۸۳).

به عقیده **ماکس وبر** نیز طبقات برحسب رابطه شان با تولید و تحصیل کالا، دسته بندی می شوند در حالیکه این مصرف کالا است که قشر بندی گروه های منزلتی را مشخص می نماید، شیوه مصرفی که سبک زندگی این گروه ها آن را تعیین می کند. با وجود تفاوت هایی که ماکس وبر میان طبقات و گروه های منزلتی قائل می شود اما نهایتاً این

مفاهیم در رابطه با سبک زندگی باهم همپوشی پیدا می‌کنند (وبر، ۱۳۸۴ ب: ۲۲۱).

پیوند مفهوم سبک زندگی با ایده مصرف، پیوندی اتفاقی نبوده است. این دو مفهوم به این خاطر باهم در ارتباط قرار گرفته‌اند که ارتباط عمیق‌تر مفاهیمی نظیر طبقه و منزلت را با مفهوم تمایز نشان دهند. گویی اندیشمندان کلاسیک سبک زندگی، این مفهوم را به‌عنوان سرنخی برای یافتن مفهوم تمایز منزلتی و طبقاتی جستجو نموده‌اند. به‌عنوان مثال، زیمل در مقاله «مد» در آنجا که دلایل تعدد تغییر مد (هم‌چون پوشاک، آشپزی، هنر، معماری و موسیقی) در فرهنگ مدرن را بررسی می‌کند به این نتیجه می‌رسد که مردم سریع‌تر به مدهای جدید جذب می‌شوند؛ زیرا می‌خواهند به هویت شخصی و 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 فرآیند هویت‌یابی فردی شده است. به نظر زیمل در شهرهای بزرگ، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد برای خود دست‌وپا کند (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶). وی همچنین در کلان‌شهر و حیات ذهنی بر اهمیت تمایز در زندگی شهری تأکید می‌کند: «در مورد بنیادهای حسی حیات ذهنی، شهر، تفاوت بسیاری با... زندگی روستایی دارد. این امر خود را در هر بار گذشتن از خیابان و در ضربان و تنوع زندگی اقتصادی و شغلی و اجتماعی نشان می‌دهد. کلان‌شهر از آدمی به‌منزله موجودی تمیز گذار، آگاهی به مراتب بیشتری طلب می‌کند تا زندگی روستایی. در روستا آهنگ حرکت زندگی و تصاویر ذهنی، حسی آشناتر و موزون‌تر است» (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۴)

برای وبر نیز، سبک زندگی، شکلی اجتماعی از صورت‌بندی طبقه و پایگاه است که به‌صورت نمادین، رفتاری و اخلاقی تجلی پیدا می‌کند؛ در نگاه وبر، طبقه و پایگاه دو ترتیب به هم وابسته از نظم‌اند، اما انتخاب، مفهومی کلیدی در ایده سبک زندگی است، انتخابی که بر شانس‌های زندگی، استوار است (کوکرهام و دیگران، ۱۹۹۷: ۳۲۵)؛



به عبارت دیگر شکل‌گیری منزلت، هنگامی آغاز می‌شود که سبک زندگی، تقلیدی بی‌معنی از یک سبک زندگی دیگر نباشد بلکه نوعی اقدام اجتماعی محسوب شود (وبر، ۱۳۸۴ ب: ۲۱۵) از طرفی؛ مهم‌ترین سرچشمهٔ تکوین منزلت از نظر وبر، شکل‌گیری سبک ویژهٔ زندگی به خصوص نوع شغل اعضای یک پایگاه اجتماعی معین است (وبر، ۱۳۸۴: ۱۰۱).

در اندیشه وبر مفاهیم سبک زندگی، منزلت و طبقه کاملاً به هم وابسته‌اند (کرایب، ۱۳۸۴: ۲۲۶). وبر برای ایجاد تمایز میان موقعیت طبقاتی که منحصراً از طریق اقتصاد تعیین می‌شود، هر جزء از سرنوشت انسان‌ها را که از طریق ارزیابی مثبت یا منفی از حیثیت اجتماعی تعیین می‌شود، موقعیت منزلتی می‌نامد. «حیثیت اجتماعی ممکن است با هر نوع کیفیت مشترک بین یک گروه و البته با موقعیت طبقاتی ارتباط داشته باشد. تمایزهای طبقاتی به شکل‌های متنوع با تمایزهای منزلتی ارتباط دارند. دارایی همیشه شرطی لازم برای منزلت نیست. اما در بلندمدت با نظمی خارق‌العاده چنین کیفیتی پیدا می‌کند... افراد دارا و ندار ممکن است به گروه منزلتی یکسانی تعلق داشته باشند که غالباً این وضع پیامدهای بسیار ملموسی دارد» (وبر، ۱۳۸۴ ب: ۲۱۴).

در نظریه **وبلن** نیز سبک زندگی با مصرف و تظاهر، ارتباط وثیقی دارد. وبلن انگیزش‌های اجتماعی برای رفتار رقابت‌آمیز و چشم و هم‌چشمی را پایه و اساس تبیین پدیده مصرف مدرن قرار می‌دهد و با طرح مفهوم طبقه تن‌آسان، مفهوم تمایز طبقاتی که در مصرف تجلی پیدا کرده است را مطرح می‌کند و قدرت مالی و ثروت را مبنای افتخار، منزلت و جایگاه اجتماعی می‌داند (وبلن، ۱۳۸۶: ۱۲۲). به نظر وبلن، طبقه مرفه یا تن‌آسان، ابتدا از طریق کسب مال و ثروت تشکیل شد. ثروت بیشتر، قدرت بیشتری را برای این طبقه به همراه آورده است. داشتن ثروت اگرچه منبع منزلت بوده است، لیکن نشان دادن این

ثروت افتخار‌آمیز است. به نظر وی، «فراغت خودنمایانه» که از طریق اشتغال فرد به کارهای غیرتولیدی نمایش داده می‌شد، نشان‌دهنده ثروت فرد بود. در مرحله شهرنشینی این «مصرف خودنمایانه» است که در خدمت نشان دادن ثروت قرار می‌گیرد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۰ - ۲۱).

همچنین در مفهوم سبک زندگی ویلن که تأکید زیادی بر ایده مصرف دارد، مصرف چشمگیر، تن‌آسانی چشمگیر و نمایش چشمگیر نمادهای بلندپایگی وسایلی هستند که انسان‌ها می‌کشند با آنها خود را برتر نشان داده و با نمایش این سبک زندگی برای خود آبرومندی و اعتبار کسب نمایند (کوزر، ۱۳۸۰: ۳۶۲؛ والیاتی و فونسنزا، ۲۰۱۴: ۱۷۲). به گفته او «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 هم‌چشمی همگان را فرامی‌گیرد» (کوزر، ۱۳۸۰: ۳۶۲). در عصر اشراف‌سالاری که ویلن از آن به‌عنوان عصر بربریت نام می‌برد (پاتسیاراس، ۲۰۱۰: ۵۰) سبک زندگی نمایشی ویژه طبقه تن‌آسان، در رأس هرم اجتماعی بود؛ اما در دنیای کنونی این‌گونه نمایش‌ها، سراسر ساختار اجتماعی را فراگرفته و هر طبقه‌ای تلاش می‌کند تا جایی که می‌تواند سبک زندگی طبقه‌ای بالاتر از خود را به نمایش بگذارد (کوزر، ۱۳۸۰: ۲۶۳). این گسترش سبک زندگی نمایشی به تمام ساختار جامعه باعث می‌شود رنج طبقه فقیر علی‌رغم بهبود نسبی وضعیت مادی‌اش نسبت به گذشته افزایش یابد، چراکه سبقت جویی در تلاش برای کسب پایگاه‌های بالاتر به‌جای پس‌انداز و دادوستد، سرچشمه کنش در تمدن پولی نوین واقع می‌شود (محمدی اصل، ۱۳۸۸: ۹۲).

سبک زندگی، مصرف و تمایز طبقاتی، بیشتر از هر نظریه‌پردازی در اندیشه‌های **بورديو** باهم پیوند خورده‌اند، شاید بتوان بورديو را برجسته‌ترین نظریه‌پرداز سبک زندگی

دانست. بخش عمده کتاب تمایز بورديو، تحلیلی است که وی از تفاوت‌های طبقاتی سبک زندگی متبلور در روزنامه‌ها، موسیقی و ادبیات ارائه می‌نماید. به عقیده بورديو سبک‌های زندگی به شکلی اجتماعی ساختار پیدا کرده و حالتی از بازتولید طبقه اجتماعی هستند (سیدمن، ۱۳۸۸: ۱۹۹).

در نظریه بورديو سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع تجسم یافته ترجیحات افراد است. از نظر او، سبک‌های زندگی، شیوه‌های مصرف برخی عوامل اجتماعی است که دارای رتبه‌بندی‌های مختلفی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله مراتبی است (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶). به عقیده بورديو، این فرهنگ است که سلطه طبقه را تا جایی بازتولید می‌کند که طبقات مسلط بتوانند ارزش‌های فرهنگی، معیارها و ذائقه خود را بر کل جامعه تحمیل کنند یا حداقل ترجیحات فرهنگی خود را به‌عنوان معیار برترین، بهترین و مشروع‌ترین سبک زندگی نشان دهند. تثبیت سبک‌های زندگی، ذائقه‌ها و داورهای زیبایی‌شناختی به‌عنوان سبک زندگی برتر به معنای تحقق سلطه طبقاتی است (سیدمن، ۱۳۸۸: ۱۹۹).

بورديو سبک زندگی را نتیجه قابل‌رؤیتی از ابراز عادت می‌داند. از نظر او همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده است مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی او می‌باشند. طبقات اجتماعی، سبک‌های زندگی کم‌ویش یکسانی را به وجود می‌آورند و الگوهای فرهنگی مشترکی در اموری هم چون موسیقی، تئاتر، خوراک و نحوه تزئین منزل دارند (همان: ۲۰۰). بورديو این نکته را این‌گونه توضیح می‌دهد که هر طبقه‌ای هیبتاس (habitus) مخصوص خود را به وجود می‌آورد که شامل تفاسیر و

داوری‌های مشترک میان اعضای طبقه است (اسوارتز، ۲۰۰۲: ۶۷۵).

به عقیده بوردیو مصرف فرهنگی به‌نوعی متمایزکننده قشرهای مختلف برای کسب منزلت و ایجاد و حفظ سلطه طبقه حاکم است. بوردیو توضیح می‌دهد که چگونه هر طبقه، سبک زندگی و ترجیحات زیبایی‌شناختی ویژه خود را پیروی کرده و در نتیجه موقعیت اجتماعی خود را بازتولید می‌نماید. این در حالی است که در ظاهر قضیه، سبک زندگی طبقه اجتماعی حاکم به‌عنوان سلیقه برتر دیده می‌شود و نه تحمیلی طبقاتی که مکمل نابرابری اجتماعی است (سیدمن، ۱۳۸۸: ۲۰۳-۲۰۴).

در میان ایده‌پردازان سبک زندگی، می‌توان گیدنز را تا حدی متفاوت دانست، هرچند گیدنز نیز بر پیوند مصرف و تمایز با مفهوم سبک زندگی تأکید می‌کند اما دیدگاه وی این ایده را بیشتر در تمایز میان دنیای سنتی و مدرن و امکان انتخاب‌های متنوع فرد در درون مدرنیته، مطرح می‌نماید تا در چشم و هم‌چشمی میان طبقات. گیدنز سبک زندگی را مجموعه‌ای نسبتاً منسجمی از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره خود می‌داند که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها است و بر همین اساس از نوعی وحدت برخوردار است (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۰).

از نظر گیدنز سبک زندگی یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های زندگی در جامعه بازاندیشانه دوره مدرن متأخر یا عصر جهانی است. گیدنز در مورد سبک زندگی بیان می‌کند که سبک زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد؛ چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است. این رویکرد راهی است که به درک مدرن بودن سبک زندگی و تقابل آنها با شکل‌بندی‌های پیشین می‌انجامد و این معانی نمادین، اموری توافقی هستند که پیوسته در حال از نو ابداع شدن هستند. سخن گفتن از کثرت انتخاب نباید به این پندار بیانجامد که در همه انتخاب‌ها به روی همه افراد باز

است یا آنکه همهٔ مردم تصمیم‌های مربوط به انتخاب‌های خویش را با آگاهی کامل از کلیه امکانات موجود برمی‌گزینند. چه در عرصه کار و چه در عرصه مصرف، برای همه گروه‌هایی که از قید فعالیت‌های سنتی آزاد شده‌اند، انتخاب‌های گوناگونی در زمینهٔ سبک زندگی وجود دارد (همان).

علاوه بر جریان اصلی سبک زندگی که توسط کسانی چون گیدنز و بوردیو بسط داده شده، این ایده در حوزه‌های متعدد دیگری نیز راه یافته است. به‌عنوان مثال سبک زندگی در حوزه سلامت (تغذیه، ورزش، کیفیت زندگی و...) و محیط‌زیست از لحاظ آلودگی، استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی و غیره (روسینگ و دیگران، ۲۰۰۳؛ گرامهانس، ۲۰۰۳) از جمله حوزه‌هایی هستند که در این زمینه مورد توجه قرار گرفتند (بندیکتر، ۲۰۰۰: ۳).

سبک زندگی به‌عنوان عادت‌های مرتبط با سلامت از جمله سیگار کشیدن، ورزش کردن و تغذیه سالم علاوه بر پزشکی در جامعه‌شناسی هم مورد توجه قرار گرفته است و حتی تحت عنوان جامعه‌شناسی سبک زندگی گسترش یافته است (فرانکلین و تیت، ۲۰۰۹: ۸؛ کوکرهام، ۲۰۰۵). مفهوم سبک زندگی در مطالعات مربوط به جامعه‌شناسی فراغت نیز به‌صورت گسترده‌ای به‌کاربرده شده است (ویل، ۲۰۰۱: ۸۰-۸۴). پژوهش‌هایی نیز مفهوم سبک زندگی را به‌عنوان یکی از عوامل تبیین‌کننده جرم و رفتارهای انحرافی مورد توجه قرار داده‌اند (وزینا و دیگران، ۲۰۱۰).

ایده سبک زندگی، توسط فمینیست‌ها- به خاطر نادیده گرفتن این مسئله که فرهنگ پسا صنعتی نیز روابط بین جنسی گذشته را باز تولید می‌کند- شدیداً مورد انتقاد قرار گرفته است (ادکینز، ۲۰۰۱ و مکنای، ۱۹۹۹). از سوی دیگر، تحقیقاتی که تأمل در پست‌مدرنیسم را وجه اصلی کار خود قرار داده‌اند نیز به مفهوم سبک زندگی توجه کرده‌اند، این پژوهش‌ها، سبک زندگی مبتنی بر فرهنگ مصرفی را از اساسی‌ترین جنبه‌های دنیای

پست‌مدرن می‌دانند (راجسینگ، ۲۰۱۱؛ هالت، ۲۰۱۴).

همان‌گونه که کتز اشاره می‌کند ایده سبک زندگی به‌عنوان نقطه تلاقی ساختار و عاملیت مورد توجه تحلیلگران قرار گرفته است (کتز، ۲۰۱۳: ۷). شاید بتوان گفت که ایده سبک زندگی، نظریه پردازان را از محدودیت اجبار آور مفهومی نظیر طبقه نجات داده و امکان اختیار بیشتری را برای فرد فراهم آورده‌اند، اختیاری که خود نهایتاً مبتنی بر شانس است که محصول روابط قدرت بوده و به نحوی تلویحی بر استعمار درونی‌تر فرد از طریق تلاش ارادی برای تشابه به طبقه بالاتر اشاره دارد.

کنی نیز با تحلیل دیدگاه‌ها و تعریف‌های متفاوت از سبک زندگی، محورها و عناصر اصلی موجود در آنها را چنین جمع‌بندی کرده است: «... تقریباً در همه تعریف‌ها می‌توان دو مفهوم را یافت که در تعریف سبک زندگی در نظر باز می‌گردد: اول، مفهوم وحدت است؛... و دوم، مفهوم تمایز. به این معنی که سبک زندگی حاکی از مجموعه عناصری است که کم‌وبیش به‌طور نظاممند باهم ارتباط داشته و یک کل را پدید می‌آورند. همین اتحاد و نظاممندی این کل را از کل‌های دیگر متمایز می‌کند. وجود کلماتی همچون الگو، نظام‌مندی، کلیت، هویت و تمایز در تعریف‌ها حاکی از همین مطلب است» (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۸).

با نگاهی گذرا به نظریات مختلف مشاهده می‌شود که بنیادی‌ترین ایده در مفهوم سبک زندگی، ایده مصرف است. عاملیت محدود در ساختار، در نظریه‌هایی که آشکار یا پنهان رنگ و بوی مارکسیستی خود را حفظ کرده‌اند، تجلی یافته است. تنها با این تفاوت که «سبک بخشیدن به زندگی» بیش از آنکه به تولید مربوط باشد از طریق مصرف کالاها به‌عنوان نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی حاصل می‌شود (فدرستون، ۱۹۸۷: ۵۵).

علاوه بر آن، متفکران پست‌مدرن نظیر باومن، لیوتار و... معتقدند که از دهه ۱۹۷۰ به این سو و با ورود به دوره پست‌مدرن، سبک زندگی را بایستی بر مبنای نظریه‌های پسامدرن تحلیل کرد. هرچند اندیشمندانی مانند گیدنز، این نظر را رد کرده، بر آنند که ما در دوره مدرنیته متأخر قرار داریم. به هر روی، پسامدرن‌ها نیز در بحث راجع به سبک‌های زندگی و وضعیت آنها مدعی شدند که تغییرات و دگرگونی‌های ایجاد شده در زمینه سبک زندگی، مصرف و هویت اجتماعی در دوره مدرنیته، در دوره پست‌مدرن ادامه یافته و تشدید می‌شوند. لاش و یوری بر مقوله مصرف به عنوان مقوله برجسته سرمایه‌داری معاصر تأکید دارند (نش، ۱۳۸۷). لایون نیز معتقد است که «دوره پسامدرن با جامعه‌ای تداعی می‌شود که در آن سبک زندگی مصرفی و مصرف انبوه بر زندگی اعضای آن حاکم است» (لایون، ۱۳۸۰). و همچنین، 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). در مجموع، می‌توان اشاره نمود که 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 تأکید دارند و بر این باورند که دوره پست‌مدرن با جامعه‌ای تداعی می‌شود که سبک زندگی مصرفی و مصرف انبوه بر زندگی اعضای آن حاکم است (اوشاقنسی، ۲۰۰۲).

چارچوب نظری

با جمع‌بندی دیدگاه‌های مطرح شده می‌توان گفت مفهوم سبک زندگی از سوی اندیشمندان در دو معنای متمایز اما بسیار نزدیک به کاربرده شده است. سبک زندگی از

یک طرف نشان‌دهنده نوع و شیوه مصرف اعضای طبقات و یا پایگاه‌های مختلف اجتماعی برای نشان دادن برتری منزلتی خود به دیگر افراد است؛ مصرفی نمایشی و تظاهری که بیشتر ناظر به محصولات فرهنگی و کالاهای فراغتی است که نشان‌دهنده فراغت افراد از گرفتاری و درگیری در کار سخت و همیشگی است. نوع و شیوه مصرفی که رفاه و آسایش مصرف‌کنندگان را به نمایش می‌گذارد.

از طرف دیگر مفهوم سبک زندگی به‌عنوان ایده برخورداری فرد از امکانات انتخاب و شانس‌های متعدد و متنوع زندگی در دنیای مدرن اشاره دارد. در این معنا، دنیای سنتی به دو علت همسانی و اجبار، فاقد امکانات متعدد برای دربرگرفتن روش‌های مختلف زندگی بوده است. به عبارت ساده‌تر، در دنیای سنتی، مردم تقریباً مانند هم بوده‌اند و مانند هم زندگی می‌کرده‌اند، چراکه امکانات محیط فیزیکی و اجتماعی زندگی آنها منحصر به انتخاب‌های محدود بوده است؛ اما در عوض دنیای مدرن دربردارنده امکانات گسترده و شانس‌های مختلف گوناگون برای فرد و مهم‌تر از آن حق و توانایی فرد در انتخاب شیوه و نوع خاصی از زندگی است، انتخابی که از یک طرف از لحاظ هویتی تمایز اقشار مختلف اجتماعی را حفظ می‌کند و از طرف دیگر امکان سبک‌بخشیدن به زندگی در دنیای مدرن را فراهم آورده است. سبک‌هایی که ممکن است لزوماً در ارتباط با طبقات و قشربندی اجتماعی قرار نداشته باشد و صرفاً به علاقه فرد به جنبه‌های خاصی از زندگی مرتبط گردند.

روش تحقیق

روش انجام این تحقیق، فراتحلیل کیفی است. فراتحلیل در واقع نوعی مطالعه پسینی است که مبتنی بر مطالعات انجام پذیرفته درباره یک موضوع خاص انجام می‌پذیرد. فراتحلیل روشی است که بر اساس آن سعی می‌شود که تفاوت‌های موجود در تحقیقات

انجام شده قبلی را استنتاج نمود و در رسیدن به یک سری نتایج کلی و کاربردی از آن بهره گرفت (خلعتبری، ۱۳۸۷). فرایند فراتحلیل بیش از یک فن آماری، یک روش‌شناسی برای بررسی نظام‌دار مجموعه‌ای از پژوهش‌ها، صورت‌بندی دقیق فرضیه‌ها، انجام یک جستجوی جامع و تهیه ملاک ورود یا حذف مقاله‌ها، ثبت و نگهداری ترکیب آماری داده‌ها و اندازه‌های اثر به‌دست‌آمده از بررسی‌های متعدد، جستجوی تعدیل‌کننده‌ها و متغیرهای میانجی برای تبیین اثرات مورد نظر و گزارش نتایج است. فراتحلیل با مشکلات پزشکی آغاز شد. نخستین فراتحلیل عملاً در سال ۱۹۰۴ توسط کارل پیرسون (برای تعیین میزان تأثیر واکسیناسیون علیه آبله در رابطه با بازماندگان) انجام شد، اما اصطلاح فراتحلیل برای نخستین بار در سال ۱۹۷۶ توسط جین گلاس در انجمن پژوهشی آموزشی آمریکا به‌کاربرده شد. فراتحلیل مؤثرترین راه برای روشن‌تر کردن نتایج متضاد در مجموعه‌ای از آثار تجربی، شبیه به گزارش‌های تجربی و دارای فواید متمایز نسبت به بررسی‌های کیفی است (هانترو و اشمیت، ۱۹۹۰؛ رزنتال، ۱۹۹۱).

فرا تحلیل یا فرا پژوهش داده‌های به‌دست‌آمده از پژوهش‌های مختلف را یکجا گرد هم می‌آورد و آنها را به‌عنوان یک مجموعه داده تحلیل می‌کند. با سرجمع کردن و تحلیل حجم زیادی از داده‌ها، امکان اعتماد به نتایج به‌طور قابل توجهی بیشتر می‌شود. به‌این ترتیب می‌توان گفت که یافته‌های «فرا تحلیل» اساسی‌تر از یافته‌های مطالعات پژوهشی منفرد هستند. فراتحلیل را می‌توان تحلیل تحلیل‌ها یا پژوهش روی مجموعه پژوهش‌ها تعریف کرد. برای انجام فراتحلیل ابتدا باید حوزه‌ای انتخاب شود که نتایج مطالعات در آن حوزه دوپهلوی و مشکوک باشد، سپس مراحل زیر به ترتیب پیگیری شود.

۱. شناسایی نتایج پژوهش‌ها

۲. ترکیب نتایج پژوهش‌های انتخاب‌شده و مقایسه آن‌ها با یکدیگر

۳. ارزشیابی نتایج فراتحلیل به‌منظور کاهش خطا

در این راستا، تمام مقالاتی که در زمینه سبک زندگی در پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۱ و پایگاه پرتال جامع علوم انسانی متعلق به پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی^۲ منتشر شده‌اند، مورد مطالعه قرار گرفتند و پس از حذف مطالعات مروری و کتابخانه‌ای، تعداد ۳۱ مقاله پژوهشی به‌عنوان جامعه آماری پژوهش حاضر انتخاب شدند. هرچند که این پژوهش محدودیتی را در مورد فاصله زمانی انجام تحقیقات مورد بررسی مورد نظر نداشته است اما تمامی مقالات پژوهشی ایندکس شده در این زمینه مربوط به فاصله زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۳ هستند. جدول شماره ۱ جزئیات مربوط به مقاله‌های مورد بررسی را نشان می‌دهد.

جدول ۱: مشخصات مقاله‌های مورد مطالعه

عنوان مقاله	نویسنده/گان	سال انتشار	ابزار	میدان تحقیق	جامعه آماری
بررسی تأثیر رسانه ... بر میزان پابندی به سبک زندگی دینی ...	کوهی، کمال و همکاران	۱۳۹۳	پرسشنامه	تبریز	کلی
مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی ...	خواججه‌نوری، بیژن و همکاران	۱۳۹۳	پرسشنامه	بندرعباس	جوانان
تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه تجربی جوانان شهر سنندج)	نائبی، هوشنگ و همکاران	۱۳۹۲	پرسشنامه	سنندج	جوانان
جهانی‌شدن فرهنگی و اثرات آن بر سبک زندگی شهری	نजारزاده، محمد	۱۳۹۲	مصاحبه	اصفهان	کلی
مطالعه کیفی سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد	قادرزاده، امید و همکاران	۱۳۹۲	مصاحبه	مهاباد	جوانان

۱. به نشانی اینترنتی sid.ir

۲. به نشانی اینترنتی ensani.ir

عنوان مقاله	نویسنده/گان	سال انتشار	ابزار	میدان تحقیق	جامعه آماری
تبیین جامعه‌شناسی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز	ایمان، محمد تقی و مرحمتی، ندا	۱۳۹۲	پرسشنامه	شیراز	جوانان
سبک زندگی شهری و مشارکت اجتماعی شهروندان سالمند اهوازی	اسدالهی، عبدالرحیم و همکاران	۱۳۹۲	پرسشنامه	اهواز	کلی
سنجش بررسی رابطه دین‌داری و سبک زندگی	کرمی قهی، محمد تقی همکاران	۱۳۹۲	پرسشنامه	تهران	زنان
بررسی جامعه‌شناختی رابطه بین سبک زندگی و دینداری	رحمانی فیروزجاه، علی و همکاران	۱۳۹۲	پرسشنامه	ساری	کلی
تطبیق نظریات جهانی شدن فرهنگ ... بر اساس شاخص‌های سبک زندگی	نजारزاده، محمد	۱۳۹۱	مصاحبه	دهستان برآن	روستائیان
بررسی رابطه نگرش جنسیتی و سبک زندگی در بین زنان شهر کرمان	گروسی، سعیده و همکاران	۱۳۹۱	پرسشنامه	کرمان	زنان
بررسی سبک زندگی و عوامل مرتبط با آن در بین دانشجویان	احمدی، عزت اله و همکاران	۱۳۹۱	پرسشنامه	تبریز	دانشجویان
بررسی تفاوت‌های سبک زندگی گروه‌های شهری و روستایی در ارتباط با جهانی شدن به فرهنگی مطالعه موردی: اصفهان و روستاهای آن	نजारزاده، محمد	۱۳۹۱	مصاحبه	اصفهان	کلی
گرایش به حجاب سبک‌های متفاوت زندگی، مطالعه موردی زنان شهر شیراز	خواججه‌نوری، بیژن و دیگران	۱۳۹۱	پرسشنامه	شیراز	زنان
تأثیر میزان دین‌داری بر سبک زندگی جوانان تهرانی	نصرتی، شیما و همکاران	۱۳۹۱	پرسشنامه	تهران	جوانان
بررسی سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل	کردی، حسین و همکاران	۱۳۹۱	پرسشنامه	ساری	زنان
سبک زندگی و مدیریت بدن	خواججه‌نوری، بیژن و همکاران	۱۳۹۰	پرسشنامه	شیراز	زنان
رابطه سبک زندگی و تصور بدن، مطالعه	خواججه‌نوری، بیژن و	۱۳۹۰	پرسشنامه	شیراز	زنان

عنوان مقاله	نویسنده/گان	سال انتشار	ابزار	میدان تحقیق	جامعه آماری
موردی: زنان شهر شیراز	همکاران				
بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن	زارع، بیژن و همکاران	۱۳۹۰	پرسشنامه	تهران	جوانان
مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز	بحرانی، شعله و همکاران	۱۳۹۰	پرسشنامه	شیراز	جوانان
شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان در... جامعه مجازی ایرانیان	بشیر، حسن و همکاران	۱۳۹۰	پرسشنامه	-	جوانان
بررسی رابطه جامعه‌شناختی باورهای دینی و سبک زندگی	ابوالحسن تنهایی و همکاران	۱۳۸۹	مصاحبه	کرمانشاه	کلی
بررسی تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی	کفاشی، مجید و همکاران	۱۳۸۹	پرسشنامه	بابل	جوانان
سبک زندگی و رابطه آن با سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین	مجدی، علی‌اکبر و همکاران	۱۳۸۹	پرسشنامه	مشهد	جوانان
تغییرات نسلی، سبک زندگی در جامعه روستایی	ازکیا، مصطفی و همکاران	۱۳۸۸	مصاحبه	روستای آهنگر محله	روستائیان
سبک زندگی تلویزیونی و مصرف	عیوضی، غلامحسین	۱۳۸۸	تحلیل محتوی	-	کلی
جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی	ربانی، رسول و همکاران	۱۳۸۷	پرسشنامه	شیراز	جوانان
سبک زندگی جوانان کافی شاپ	شالچی، وحید	۱۳۸۶	پرسشنامه	تهران	جوانان
سبک زندگی و پوشش زنان در تهران	حمیدی، نفیسه و همکاران	۱۳۸۶	مصاحبه	تهران	زنان
تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی	فاضلی، محمد	۱۳۸۶	تحلیل ثانویه	دانشگاه مازندران	دانشجویان
سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان	رحمت‌آبادی، الهام و همکاران	۱۳۸۵	پرسشنامه	تهران	جوانان

یافته‌ها

در این قسمت یافته‌های پژوهش ارائه می‌گردد. ابتدا توزیع و دسته‌بندی پژوهش‌های مورد بررسی برحسب ملاک‌های مختلف از جمله سال انتشار مقاله، روش مطالعه، جنس، رتبه علمی فصلنامه محل انتشار، میدان انجام تحقیق، قشر مورد مطالعه، ارائه یا عدم ارائه گونه‌شناسی از سبک زندگی و توزیع مقالات برحسب نظریه پردازان مورد استفاده ارائه می‌گردد. سپس گونه‌شناسی‌های به کار برده شده در مقاله‌های مورد مطالعه، استخراج و دسته‌بندی شده‌اند.

الف) توزیع مقالات برحسب سال انتشار

جدول شماره ۲ توزیع مقالات مورد مطالعه را بر اساس سال انتشار آنها در مجلات علمی نشان می‌دهد، همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود از سال ۱۳۸۵ تا سال ۱۳۸۹ به‌طور متوسط سالانه ۲ مقاله پژوهش در زمینه سبک زندگی منتشر شده است. در سال ۱۳۹۰، ۵ مقاله، در مهر و موم‌های ۹۱ و ۹۲ هر کدام ۷ مقاله را به خود اختصاص داده‌اند. در سال ۹۳ تاکنون ۲ مقاله پژوهشی در خصوص سبک زندگی منتشر شده است.

جدول ۲: توزیع مقالات برحسب سال انتشار

ردیف	سال انتشار	تعداد کل مقالات	درصد	تعداد مقالات کیفی	تعداد مقالات کمی
۱	۸۵	۱	۳/۲۲	۰	۱
۲	۸۶	۳	۹/۶۷	۱	۲
۳	۸۷	۱	۳/۲۲	۰	۱
۴	۸۸	۲	۶/۴۵	۲	۰
۵	۸۹	۳	۹/۶۷	۱	۲
۶	۹۰	۵	۱۶/۱۲	۰	۵

۷	۹۱	۷	۲۲/۵۸	۲	۵
۸	۹۲	۷	۲۲/۵۸	۲	۵
۹	۹۳	۲	۶/۴۵	۰	۲
جمع		۳۱	۱۰۰	۸	۲۳

ب) توزیع مقالات بر حسب ابزار سنجش

همان گونه که در جدول شماره ۳ مشخص است، از میان ۳۱ پژوهش مطالعه شده، اکثر آنها (حدود ۷۱ درصد) به روش کمی و با استفاده از ابزار پرسشنامه، ۷ مورد (۲۲/۵۸ درصد) از پژوهش‌ها به روش کیفی و با روش مصاحبه عمیق انجام شده‌اند. همچنین در میان مقالات یک مورد با تحلیل محتوی (کیفی) و یک مورد نیز با روش تحلیل ثانویه (کمی) انجام گرفته است.

جدول ۳: توزیع مقالات بر حسب نوع روش مطالعه

ردیف	نوع روش تحقیق	فراوانی	درصد
۱	کمی - پرسشنامه	۲۲	۷۰/۹۶
۲	کیفی - مصاحبه عمیق/مشاهده	۷	۲۲/۵۸
۳	کیفی - تحلیل محتوی	۱	۳/۲۲
۴	کمی - تحلیل ثانویه	۱	۳/۲۲
جمع		۳۱	۱۰۰

ج) توزیع مقالات بر حسب رتبه علمی فصلنامه محل انتشار

همان گونه که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است حدود ۸۱ درصد از پژوهش‌های مورد مطالعه (۲۶ مورد) در مجلات علمی پژوهشی منتشر شده‌اند، همچنین ۱۶ درصد از آنها (۵ مورد) در مجلات علمی تخصصی منتشر شده‌اند.

جدول ۴: توزیع مقالات بر حسب رتبه علمی فصلنامه محل انتشار

ردیف	رتبه علمی محل انتشار	فراوانی	درصد
۱	علمی پژوهشی	۲۶	۸۳/۸۷
۲	علمی ترویجی	۰	۰
۳	علمی تخصصی	۵	۱۶/۱۲
	جمع	۳۱	۱۰۰

د) توزیع مطالعات انجام شده بر حسب قشر مورد مطالعه

طبق اطلاعاتی که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است، حدود ۴۲ درصد از تحقیقات انجام شده، جوانان را مورد مطالعه قرار داده‌اند که درصد بالایی است. همچنین زنان و کل شهروندان هر کدام حدود ۲۲ درصد از مقالات را به خود اختصاص داده‌اند. در مجموع مقالات، ۲ مورد به روستائیان و ۲ مورد نیز به دانشجویان اختصاص دارد. از آنجایی که دانشجویان نیز جزء قشر جوان محسوب می‌شوند، می‌توان گفت که در میان مقالات انجام شده توجه خاصی به سبک زندگی جوانان معطوف شده است.

جدول ۵: توزیع مقالات بر حسب قشر مورد مطالعه

ردیف	قشر مورد مطالعه	فراوانی	درصد
۱	جوانان	۱۳	۴۱/۹۳
۲	زنان	۷	۲۲/۵۸
۳	کل مردم	۷	۲۲/۵۸
۴	روستائیان	۲	۶/۴۵
۵	دانشجویان	۲	۶/۴۵
	جمع	۳۱	۱۰۰

ه) توزیع مطالعات انجام شده بر حسب میدان مطالعه**جدول ۶: توزیع مقالات بر حسب میدان مورد مطالعه**

میدان تحقیق	فراوانی	درصد	میدان تحقیق	فراوانی	درصد
شیراز	۶	۱۹/۳۵	دهستان برآن اصفهان	۱	۳/۲۲
تهران	۶	۱۹/۵	کرمان	۱	۳/۲۲
تبریز	۲	۶/۴۵	مجازی	۱	۳/۲۲
اصفهان	۲	۶/۴۵	کرمانشاه	۱	۳/۲۲
ساری	۲	۶/۴۵	بابل	۱	۳/۲۲
بندرعباس	۱	۳/۲۲	مشهد	۱	۳/۲۲
سندج	۱	۳/۲۲	روستای آهنگر محله	۱	۳/۲۲
مهاباد	۱	۳/۲۲	دانشگاه مازندران	۱	۳/۲۲
اهواز	۱	۳/۲۲	بدون مکان	۱	۳/۲۲
جمع			۳۱	۱۰۰	

جدول شماره ۶ توزیع مطالعات انجام شده بر حسب میدان مطالعه را نشان می‌دهد، طبق اطلاعات نشان داده شده، بیشترین تعداد پژوهش‌های سبک زندگی در شهرهای شیراز و تهران انجام شده است؛ به عبارت دیگر، این دو شهر حدود ۴۰ درصد از تمام مقالات را به خود اختصاص می‌دهند. احتمالاً این مسئله در تهران به تمرکز اساتید علوم اجتماعی در این شهر و در شیراز به دلیل علاقه‌مندی اساتید علوم اجتماعی دانشگاه شیراز به موضوع سبک زندگی است. اطلاعات جدول نشان می‌دهد که مقالات مورد بررسی مربوط به ۱۷ مکان مختلف از سراسر ایران هستند.

و) توزیع مطالعات انجام شده بر حسب ارائه یا عدم ارائه گونه‌شناسی از سبک زندگی

اطلاعات جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که در غالب مقالات انجام شده در مورد سبک

زندگی، حداقل یک نوع گونه‌شناسی از این مفهوم، ارائه و به کار گرفته شده است.

جدول ۷: توزیع مقالات برحسب ارائه یا عدم ارائه گونه‌شناسی از سبک زندگی

ردیف	انجام گونه‌شناسی	فراوانی	درصد
۱	گونه‌شناسی انجام شده است.	۲۶	۸۳/۸۷
۲	گونه‌شناسی انجام نگرفته است.	۵	۱۶/۱۲
	جمع	۳۱	۱۰۰

ز) توزیع مطالعات انجام شده برحسب نظریه‌پردازان مورد استفاده در گونه‌شناسی و شاخص‌های سبک زندگی

جدول شماره ۸ توزیع مقالات را برحسب نظریه‌پردازان مورد استفاده در گونه‌شناسی و شاخص‌های سبک زندگی نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود اکثر مقالات ۲۱ مورد از ۳۱ مورد حداقل از یک نظریه به‌عنوان مبنای نظری گونه‌شناسی و یا شاخص‌سازی برای سنجش مفهوم سبک زندگی استفاده نموده‌اند که در این میان بیشتر آنها از نظریات بوردیو استفاده نموده‌اند. شاید بتوان این مسئله را از یکطرف به ترجمه و اقبال کلی اخیر به آثار بوردیو در ایران و از طرف دیگر به نظریه برجسته و جامع او در زمینه سبک زندگی و مثال‌ها و مصداق‌های ملموس او در این حوزه مرتبط دانست. به‌صورت کلی می‌توان گفت نظریات بوردیو، گیدنز، وبلن و زیمل بیشترین کاربرد را تحقیقات ایرانی مرتبط با سبک زندگی داشته‌اند.

جدول ۸: توزیع مقالات برحسب نظریه‌پردازان مورد استفاده در گونه‌شناسی و شاخص‌های سبک زندگی

ردیف	نظریه‌پردازان مورد استفاده	فراوانی	درصد	ردیف	نظریه‌پردازان مورد استفاده	فراوانی	درصد
۱	بوردیو	۱۳	۴۴/۸۲	۲	اگنیو و پترسون	۱	۳/۴۴
۳	گیدنز	۶	۲۰/۶۸	۴	کاستلز	۱	۳/۴۴

۳/۴۴	۱	فدرستون	۶.	۱۳/۷۹	۴	وبلن	۵.
۳/۴۴	۱	نظریه مبنایی	۸.	۶/۸۹	۲	زیمیل	۷.
۱۰۰	۲۹	جمع					
۶۷/۷۵		۲۱		از چهار چوب نظری استفاده شده است.			
۳۲/۲۵		۱۰		چهار چوب نظری ندارد یا گزارش نشده است.			
۱۰۰		۳۱		جمع			

ح) گونه‌های سبک زندگی مورد استفاده در مقالات

در ۳۱ مقاله مورد بررسی جمعاً از ۷۱ مورد گونه سبک زندگی نام برده شده است که بدون احتساب موارد تکراری می‌توان گفت به صورت کلی در پژوهش‌های ایرانی مرتبط با سبک زندگی از ۲۶ عنوان متفاوت گونه سبک زندگی استفاده شده است که با احتساب ۵ مورد بدون نام که مربوط به مجلدی و دیگران (۱۳۸۹) است، جمعاً از ۳۱ گونه متفاوت سبک زندگی سخن به میان آمده است؛ یعنی جالب است که در میان ۳۱ مقاله ۳۱ گونه سبک زندگی یافت شده است؛ اما در این میان سبک زندگی مدرن با تعداد ۹ مورد بیشترین کاربرد را در مقالات داشته است و معمولاً در تقابل با سبک زندگی سنتی (۸ مورد) و سبک زندگی دینی (۶ مورد) قرار داشته و به کار برده شده است. از دیگر گونه‌های پر کاربرد باید به سبک زندگی جهانی (۵ مورد) در مقابل سبک زندگی محلی (۴ مورد) اشاره نمود. تفصیل این اطلاعات در جدول شماره ۹ نشان داده است.

جدول ۹: دسته‌بندی گونه‌های سبک زندگی مورد استفاده در مقالات

عنوان گونه	دفعات کاربرد	درصد	عنوان گونه	دفعات کاربرد	درصد
سبک زندگی مدرن	۹	۱۲/۶۷	سبک زندگی علمی	۱	۱/۴۰
سبک زندگی سنتی	۸	۱۱/۲۶	سبک زندگی شهری	۱	۱/۴۰
سبک زندگی دینی	۶	۸/۴۵	سبک زندگی تظاهری	۱	۱/۴۰

۱/۴۰	۱	سبک زندگی کارکرد گرایانه	۷/۰۴	۵	سبک زندگی جهانی
۱/۴۰	۱	سبک زندگی خرده فرهنگی	۵/۶۳	۴	سبک زندگی موسیقایی سنتی
۱/۴۰	۱	سبک زندگی منفعلانه	۵/۶۳	۴	سبک زندگی مشارکت اجتماعی و فرهنگی
۱/۴۰	۱	سبک زندگی واقعی	۵/۶	۴	سبک زندگی محلی
۱/۴۰	۱	سبک زندگی مجازی	۴/۲۲	۳	سبک زندگی ورزشی موسیقایی مدرن
۱/۴۰	۱	سبک زندگی تلویزیونی	۴/۲۲	۳	سبک زندگی اوقات فراغتی جدید
۱/۴۰	۱	سبک زندگی مصرفی	۲/۸۱	۲	سبک زندگی معطوف به ورزش
۱/۴۰	۱	سبک زندگی مبتنی بر خلق هویت	۲/۸۱	۲	سبک زندگی شادزیست (لذت جویانه)
۱/۴۰	۱	سبک زندگی مبتنی بر تمایز	۲/۸۱	۲	سبک زندگی شبه سنتی (ترکیب سنتی و مدرن)
۷/۰۴	۵	سبک‌های زندگی بدون اسم	۱/۴۰	۱	سبک زندگی معطوف به بدن
۱۰۰	۷۱	جمع	۱/۴۰	۱	سبک زندگی موسیقایی مدرن

ح) شاخص‌های سنجش سبک زندگی

اطلاعات مربوط به دسته‌بندی شاخص‌های سنجش سبک زندگی در مقالات مورد مطالعه در جدول شماره ۱۰ نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۹ شاخص اول ۹۵ بار (از جمع ۱۲۱ مورد شاخص) مورد استفاده قرار گرفته‌اند؛ به عبارت دیگر شاخص‌های نحوه گذران اوقات فراغت، ترجیحات در انتخاب پوشاک، مدیریت بدن، گرایش به اعمال مذهبی، ترجیحات غذایی، مصرف فرهنگی، میزان و شکل روابط اجتماعی، ترجیحات موسیقایی و گرایش به ورزش با هم‌دیگر ۷۸/۵۱ مورد استفاده از شاخص‌های سنجش سبک زندگی را به خود اختصاص داده‌اند. موارد ۱۵ تا ۲۱ تنها یک بار مورد استفاده واقع شده‌اند.

جدول ۱۰: دسته‌بندی شاخص‌های سنجش سبک زندگی مورد استفاده در مقالات

عنوان شاخص	تعداد کاربرد	درصد	عنوان شاخص	تعداد کاربرد	درصد
نحوه گذران اوقات فراغت	۱۷	۱۴/۰۴	هنجارهای مصرف	۱	۰/۸۲
ترجیحات در انتخاب پوشاک	۱۵	۱۲/۹	مصرف اقتصادی	۱	۰/۸۲
مدیریت بدن	۱۳	۱۰/۷۴	مصرف سیاسی	۱	۰/۸۲
گرایش به اعمال مذهبی	۱۰	۸/۲۶	توجه به سلامت	۱	۰/۸۲
ترجیحات غذایی	۱۰	۸/۲۶	انتخاب وسایل منزل	۱	۰/۸۲
مصرف فرهنگی	۹	۷/۴	مناسک گرایی	۱	۰/۸۲
میزان و شکل روابط اجتماعی	۸	۶/۶۱	نوع نامگذاری	۱	۰/۸۲
ترجیحات موسیقایی	۷	۵/۷۸	نوع سلیقه	۱	۰/۸۲
گرایش به ورزش	۶	۴/۹۵	اولویت دادن به ارزش‌های اخلاقی	۱	۰/۸۲
مصرف رسانه‌ای	۳	۲/۴۷	گرایش به رفتار انحرافی	۱	۰/۸۲
سبک خرید و اهمیت دادن به خرید	۳	۲/۴۷	گرایش به رفتار سیاسی	۱	۰/۸۲
توجه به ظاهر و بهداشت فردی	۳	۲/۴۷	اهمیت به ابعاد نمایشی موبایل	۱	۰/۸۲
مصرف مادی	۲	۱/۶۵	نگرش‌ها	۱	۰/۸۲
لهجه و نحوه به کارگیری الفاظ	۲	۱/۶۵	جمع	۱۲۱	۱۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

سبک زندگی در سال‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین مفاهیم مورد توجه در علوم اجتماعی بدل شده است. سبک زندگی در پی توجه اهمیت «مصرف» به عنوان نماد دوره پست‌مدرن یا «مدرن متأخر» برجستگی خاصی یافته است. پژوهش‌های مختلف داخلی به

شیوه‌های مختلفی مفهوم سبک زندگی را تعریف کرده، به کار برده و مورد سنجش و بررسی قرار داده‌اند. این پژوهش‌ها به واسطه استفاده از تعاریف، گونه شناسی‌ها و شاخص‌های متفاوت سنجش مفهوم سبک زندگی در حقیقت مفاهیم مختلفی را مورد سنجش و بررسی قرار داده‌اند و بر این اساس سنخ شناسی‌های متفاوتی از سبک زندگی ارائه نموده‌اند. گونه‌شناسی سبک‌های زندگی در بعضی از پژوهش‌ها یکسان، در برخی مشابه و در بسیاری متفاوت بوده و با مرور کلی آنها نمی‌توان درک جامع و واحدی از وضعیت سبک زندگی حاصل نمود. به همین جهت، این مقاله با هدف شناسایی و استخراج گونه‌های مورد استفاده در پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه سبک زندگی با روش فرا تحلیل به بررسی این پژوهش‌ها پرداخت.

در میان مقالات مورد بررسی از سال ۱۳۸۵ تا سال ۱۳۸۹ به طور متوسط سالانه ۲ مقاله پژوهش در زمینه سبک زندگی منتشر شده است. سال ۱۳۹۰، ۵ مقاله و مهر و موم‌های ۹۱ و ۹۲ هر کدام ۷ مقاله را به خود اختصاص داده‌اند. در سال ۹۳ تاکنون ۲ مقاله پژوهش در خصوص سبک زندگی منتشر شده است. از مجموع ۳۱ مقاله مورد مطالعه، تعداد ۸ مقاله با روش کیفی و ۲۳ مقاله با روش کمی انجام شده‌اند. حدود ۸۱ درصد از پژوهش‌های مورد مطالعه (۲۶ مورد) در مجلات علمی پژوهشی منتشر شده‌اند، همچنین ۱۶ درصد از آنها (۵ مورد) در مجلات علمی تخصصی منتشر شده‌اند که حدود ۴۲ درصد از تحقیقات انجام شده، به صورت ویژه سبک زندگی جوانان را مورد مطالعه قرار داده‌اند. بیشترین تعداد پژوهش‌های سبک زندگی در شهرهای شیراز و تهران انجام شده است. در غالب مقالات انجام شده در مورد سبک زندگی، حداقل یک نوع گونه شناسی از این مفهوم، ارائه و به کار گرفته شده است. در این میان، سبک زندگی مدرن با تعداد ۹ مورد بیشترین کاربرد را در مقالات داشته است و معمولاً در تقابل با سبک زندگی سنتی (۸ مورد) و سبک زندگی

دینی (۶ مورد) قرار داشته و به کاربرده شده است. از دیگر گونه‌های پرکاربرد باید به سبک زندگی جهانی (۵ مورد) در مقابل سبک زندگی محلی (۴ مورد) اشاره نمود.

بیشتر مقاله‌های مورد بررسی به ارائه و استفاده از حداقل یک گونه از سبک زندگی پرداخته‌اند و اکثر مقالات (۲۱ مورد از ۳۱ مورد) حداقل از یک نظریه به‌عنوان مبنای نظری گونه‌شناسی و یا شاخص سازی برای سنجش مفهوم سبک زندگی استفاده نموده‌اند که در این میان بیشتر آنها از نظریات **بورديو** استفاده کرده‌اند. به‌صورت کلی نظریات بورديو، گیدنز، وبلن و زیمل بیشترین کاربرد را تحقیقات ایرانی مرتبط با سبک زندگی داشته‌اند. شاید بتوان علت این امر را در دسترس بودن ترجمه فارسی آثار این نظریه‌پردازان و آشنایی طولانی پژوهشگران حوزه علوم اجتماعی با مفاهیم آنها دانست.

همان گونه که در بخش مبانی نظری اشاره شد، این نظریه‌پردازان به‌نوعی مفهوم سبک زندگی را در ارتباط با قدرت و به‌عنوان مفهومی انتقادی مورد تأمل قرار داده‌اند، تحقیقات خارجی بسیاری نیز مفهوم سبک زندگی را در ارتباط با قدرت، طبقه و پایگاه اجتماعی به کار برده‌اند (یونگ، ۲۰۰۸: ۱۷۰-۱۷۳). بسیاری از پژوهش‌ها نیز، از این مفهوم برای نقد فرهنگ مصرفی در جامعه سرمایه‌داری استفاده کرده‌اند (بیرهوف، ۲۰۱۳). اما در تحقیقات داخلی مورد بررسی نشانه‌ای از ارتباط ایده سبک زندگی با قدرت و حتی با قشربندی اجتماعی مشاهده نمی‌شود، احتمالاً توجه پژوهشگران به دوگانه مدرن/سنتی و جهانی/محلی و دغدغه آنان در مورد تغییر ارزش‌های جامعه به‌ویژه ارزش‌ها و شیوه زندگی قشر جوانان در برابر آنچه پروژه یا پروسه جهانی شدن خوانده می‌شود، مرکز ثقل بنیاد انتقادی مفهوم سبک زندگی را از توجه به سازوکارهای قدرت و قشربندی در داخل جامعه به سمت سازوکارهای قدرت و تغییر بین‌المللی سوق داده است.

علاوه بر آن، یکی از مهم‌ترین موارد عمدتاً غایب در مطالعات ایرانی بحث

«مصرف‌گرایی» به‌عنوان نماد پست‌مدرنیته است. مفهومی که متفکرانی مانند بودریار و لیوتار و ترنر و دیگران بر آن تأکید دارند. به عقیده براین ترنر مصرف‌گرایی به ارائه (یا وعده ارائه) یک سلسله از سبک‌های زندگی محتمل می‌پردازد، اینک سبک زندگی طبقات متوسط با تأکیدشان بر اوقات فراغت، رضایت و لذت‌جویی، به یک استاندارد قانونی جهانی تبدیل شده است که آمال و سبک‌های زندگی طبقات مادون را شکل می‌دهد، طبقاتی که اگر نمی‌توانند مستقیماً مصرف کنند در عالم خیال مصرف می‌کنند. در مجموع، رویداد فرهنگ توده‌وار جهانی شروع به شکل‌گیری نموده و سبک‌های زندگی جهان سوم، جوامع در حالت توسعه و دولت‌های بعد از فروپاشی اتحاد شوروی را معین نموده است (ترنر، ۱۳۹۰: ۱۷۳-۱۷۲).

در مجموع و مبتنی بر تفسیر نتایج به دست آمده می‌توان اشاره نمود که مطالعات مورد بررسی در ارزیابی سبک زندگی، آن را تا حدی از مبنای نظری خود کنده شده و به‌عنوان مفهومی خنثی، کاربردی و عام‌تر مورد بهره‌برداری قرار داده‌اند، حال آنکه اساس ایده سبک زندگی مربوط به مصرف تظاهری طبقات برای تشابه و یا رقابت و تمایز هویت در رابطه با دیگران است و امری کاملاً پویا و فرایندی است که با لایه‌های مختلف قدرت در ارتباط. شاید بتوان تا حدی گیدنز را از لحاظ ارتباط سبک زندگی با قدرت استثناء نمود. نظریه‌پردازی که به نظر می‌رسد بحث‌های او از سبک زندگی و امکانات انتخاب شخص در دنیای مدرن بیشتر از هر چیز دیگر الهام‌بخش پژوهش‌های ایرانی سبک زندگی بوده است. به عقیده گیدنز، مفهوم سبک زندگی به خاطر برخورداری فرد از کثرت انتخاب‌های گوناگون در دنیای مدرن امکان‌پذیر بوده است و اساساً یکی از تقابل‌های مدرن و سنتی همین مسئله است. این در حالی است که همین ایده نیز در پژوهش‌های داخلی با چرخش و تعدیل نظری به گونه‌شناسی سبک زندگی مدرن و سبک زندگی سنتی تبدیل شده است.

دوگانه‌ای که بیشترین سهم را گونه‌شناسی‌های مقالات مورد مطالعه به خود اختصاص داده است.

همچنین، همان‌گونه که در بخش یافته‌ها اشاره شد، در میان پژوهش‌های داخلی انجام گرفته در مورد سبک زندگی، توجه خاصی به سبک زندگی جوانان معطوف شده است. شاید بنیاد این مسئله را می‌بایست در نگرانی سیاستمداران و اندیشمندان در تغییر سبک زندگی جوانان و پیروی از الگوهای جهانی سبک زندگی جستجو نمود. شاید بتوان رواج اخیر مفاهیمی نظیر سبک زندگی غربی/سبک زندگی اسلامی- ایرانی در ادبیات سیاستمداران و روشنفکران و کثرت برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌های متعدد در این زمینه را جلوه دیگری از این نگرانی تلقی نمود. همچنان که در بخش یافته‌ها گفته شد، دوگانه‌های سبک زندگی مدرن/سنتی و جهانی/محلی از برجسته‌ترین گونه‌های مورد استفاده در پژوهش‌های داخلی است، این مسئله را می‌توان گواه دیگری در تأیید ادعای مطرح شده دانست.

درنهایت اینکه پرکاربردترین شاخص‌های سنجش مفهوم سبک زندگی در مقالات مورد مطالعه شامل نحوه گذران اوقات فراغت، ترجیحات در انتخاب پوشاک، مدیریت بدن، گرایش به اعمال مذهبی، ترجیحات غذایی، مصرف فرهنگی، میزان و شکل روابط اجتماعی، ترجیحات موسیقایی و گرایش به ورزش بودند. این شاخص‌ها که یادآور مثال‌های بوردیو از تبلورات سبک زندگی هستند کاملاً با اولویت او در نظریه پردازان مورد استفاده تناسب دارند. به صورت خلاصه می‌توان گفت با وجود اینکه گونه‌شناسی سبک زندگی در پژوهش‌های ایرانی توجه عمده خود را به بحث سنت و مدرنیته و یا محلی و جهانی معطوف کرده است اما رویه غالب مطالعات، بر احصای این گونه‌ها از طریق تأکید بر سنجش مفاهیم مرتبط با مصرف و فراغت تمرکز دارد.

منابع

- Abazari, Yousef and Hassan Chavoshian (2002), From Social Class to Lifestyle: New Approaches in Sociological Analysis of Social Identity, *Social Sciences Letter*, Fifth Year, No. 20: 3-27. (In Persian).
- Adkins L. (2001), Risk Culture, Self-Reflexivity and the Making of Sexual Hierarchies, *Body & Society*, 7, pp. 35-55.
- Bakak, Robert (2002), *Consumption*, translated by Khosrow Sabouri, Tehran: Shirazeh Publications. (In Persian).
- Benedikter, Roland & Anheier M. Juergen Smeyer (2011), “*lifestyles*”, The sage encyclopedia of global studies: Illinois.
- Bierhoff, Burkhard (2013), The Lifestyle Discourse in Consumer Capitalism, *Social Change Review*, Summer, Vol. 11(1): 85-101.
- Biro, Allen (2001), *Social Science Culture*, *Baqer Sarukhani*, Kayhan Publications, Fourth Edition. (In Persian).
- Cockerham W. C. (2005), Health Lifestyle Theory and the Convergence of Agency and Structure, *Journal of Health and Social Behavior*, 46, 1, pp. 51-67.
- Cockerham W. C., Rutten A., Abel T. (1997), Conceptualizing Contemporary Health Lifestyles: Moving beyond Weber, *The Sociological Quarterly*, 38, pp. 321-342.
- Craib, Jan (2005), *Classical Social Theory, An Introduction to the Thoughts of Marx, Weber, Durkheim, and Simmel*, translated by Shahnaz Mesmiparast, Tehran, Agha Publishing. (In Persian).
- Edgar, Andrew, and Peter Sejwik (2009), *Key Concepts in Cultural Theory Translated by Naser al-Din Ali Taghvian*, Tehran: Office of Social Planning and Cultural Studies and Cultural and Social Studies Research Institute. (In Persian).
- Farrizabi, David (1996), *German Sociologists and Modernity*, translated by Majid Madadi, Arghanoon, No. 11 and 12: 437 – 460. (In Persian).
- Fazeli, Mohammad (2003), *Consumption and Lifestyle*, Qom: Sobh Sadeh, First Edition. (In Persian).
- Featherstone, M. (1987), Lifestyles and Consumer Culture”, *Theory, Culture and Society*, 4, pp. 55-70.
- Franklin N. C., Tate C. A. (2009), “Lifestyle and Successful Aging: An Overview”, *American Journal of Lifestyle Medicine*, Jan.-Feb., pp. 6-11.

- Giddens, Anthony (2003), *Modernity and Personalization*, translated by Nasser Mofaghian, Tehran, Ney Publishing. (In Persian).
- Gram-Hanssen, Kirsten(2003), *Modern and late-modern concepts of lifestyle in relation to environmental behavior*, aper presented at ESA Conference, Murcia, Spain, 23 – 27 September 2003, Working group: Sociology of consumption.
- Gronow, Jukka (2001), *The Sociology of Taste, Taylor & Francis e-Library, Routledge*, Simultaneously published in the USA and Canada.
- Holt, Douglas B. (2014), Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity, *Journal of Consumer Research*, Vol. 23, No. 4 (Mar., 1997), pp. 326-350.
- Katz, Stephen (2013), Active and Successful Aging. Lifestyle as a Gerontological Idea, *in Recherches sociologiques et anthropologiques*, 44-1, pp 33-49.
- Kozer, Lewis (2001), *The Life and Thought of Sociological Elders*, translated by Mohsen Thalasi, Tehran, Scientific Publications. (In Persian).
- Mahdavi Kani, Mohammad Saeed (2007), The concept of lifestyle and its scope in social sciences, *Quarterly Journal of Cultural Research*, First Year, No. 1, Fall 2007: 199-230. (In Persian).
- McNay L. (1999), Gender, Habitus and the Field: Pierre Bourdieu and the Limits of Reflexivity, Theory, *Culture & Society*, 16, pp. 95-117.
- Mohammadi Asl, Abbas (2009), *Sociological Theories*, Tehran, Sociologists. (In Persian).
- Parsons, T. (1964), *The Social System*, NewYork: A Free Press Paper back & Macmillan. Pub.
- Patsiaouras, Georgios (2010), *Rethinking Veblen's contribution to Consumer Research: a phenomenological enquiry into the perception of 'status consumption' by middle-income British consumers*, Thesis Submitted for the Degree of Doctor of Philosophy at the University of Leicester, School of Management, April.
- Raj Singh, Prasad (2011), *Consumer Culture and Postmodernism, Paper presented at the International Scientific Conference "Logos Universality Mentality Education Novelty"* organized by the Lumen Research Center in Humanistic Sciences in partnership with the Romanian Academy, Iasi Branch, Institute, "Al. I. Cuza" University.
- Reusswig, Fritz; Lotze-Campen, Hermann; Gerlinger, Katrin (2003),

Changing Global Lifestyle and Consumption Patterns: The Case of Energy and Food, Potsdam Institute for Climate Impact Research (PIK), Global Change & Social Systems Department.

- Sidman, Steven (2009), ***Voting in Sociology***, translated by Hadi Jalili, Tehran, Ney Publishing. (In Persian).
- Simmel, Georg (1993), Metropolis and Mental Life, translated by Yousef Abazari, ***Social Sciences Letter***, No. 3: 53-6. (In Persian).
- Swartz, David.I (2002), sociology of habit: the perspective of pierre bourdieu, ***the pccupationa theraphy journal of research***, volume 22, September: 615-695.
- Turner, Brian (2011), ***A Sociological Approach to Orientalism, Postmodernism and Globalization***, translated by Mohammad Ali Mohammadi, Tehran, Scientific and Cultural Publications. (In Persian).
- Valiati, Leandro ; Fonseca, Pedro Cezar (2014), Institutions and Culture: Thorstein Veblen's and Pierre Bourdieu's economic thought in dialogue, ***Iberian Journal of the History of Economic Thought***, Vol. 1, Num. 1 pp1-17.
- Ve'zina, Johanne; He'bert, Martine; Poulin, Francois; Lavoie, Francine; Vitaro, Frank; Tremblay, Richard E. (2010), ***Risky Lifestyle as a Mediator of the Relationship Between Deviant Peer Affiliation and Dating Violence Victimization Among Adolescent Girls***, Springer Science+Business Media, LLC.
- Veal, A.J (2001), leisure, culture and Lifestyle, ***in society and Leisure***, 24(2), 76-359.
- Veblen, Thorstein (2007), ***Theory of the Ton Asa Class***, translated by Farhang Ershad, Tehran, Ney Publishing. (In Persian).
- Weber, Max (2005), ***Economics and Society***, translated by Abbas ***Manouchehri***, Mehrdad Torabinejad, Mostafa Emadzadeh, Tehran, Samat. (In Persian).
- Weber, Max (2005b), ***Religion, Power, Society***, translated by Ahmad Tadayon, Tehran, Hermes Publications. (In Persian).
- Young, nam. eun (2008), ***Status Inconsistency And Lifestyle Among Status Groups: Focusing On Cultural Capital And Social Capital***, in Development And Society, Volume 37 Number 2, December, pp. 169-186.