

بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی در نواحی روستایی ایران (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان‌های خواف و رشتخوار)

مهدی یوسف‌نیا^{۱*} - منصور حقیقتیان^۲

۱- دکترای جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، دهقان، ایران.

۲- دانشیار علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، دهقان، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۹/۰۶ صص ۴۷-۵۹ تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۱۲/۰۲

چکیده

هدف: تغییرات روزافزون شاخص‌های سبک زندگی در دهه‌های اخیر، گسترش حوزه نفوذ رسانه‌های جمعی و در پی آن، تشدید و تسهیل ارتباطات بین نواحی روستایی و شهری بزرگ‌تر و مهاجرت روزافزون افراد ساکن نواحی روستایی به دیگر مناطق، مسأله سبک زندگی در نواحی روستایی را به چالش کشانده است. از این رو، شناخت عوامل مؤثر بر سبک زندگی افراد ساکن در نواحی روستایی، ضرورتی انکارناپذیر است. از آنجایی که سبک زندگی دارای شاخص‌ها و مؤلفه‌های گوناگونی است و روش‌های مناسبی را برای بهبود محیط زندگی ارائه می‌دهد. شناخت تغییرات، افق نوینی در راستای دستیابی به توسعه پایدار روستایی فراهم می‌سازد. هدف از انجام این پژوهش، معرفی الگوی نوینی از سبک زندگی در نواحی روستایی بر پایه سبک زندگی متناسب با محیط است.

روش: این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی-تحلیلی و رویکرد آن پیمایشی است. داده‌های مورد نیاز از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی گردآوری شده‌اند. جامعه آماری، نواحی روستایی شهرستان‌های خواف و رشتخوار در استان خراسان رضوی است که ۳ روستا از روستاهای دارای جمعیت بالای ۲۰ خانوار و از این میان، ۱۵۰ نفر به روش کوکران انتخاب شده‌اند. برای سنجش فرضیه‌های تحقیق، از آزمون پیرسون و جهت تحلیل استنباطی از رگرسیون به کمک نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق، عوامل مؤثر بر سبک زندگی روستائیان، با توجه به مقدار بالای آزمون پیرسون و نیز آزمون مقایسه میانگین‌ها، حاکی از اثرگذاری زیاد عوامل فرهنگی در سبک زندگی مناطق روستایی مورد مطالعه است. به این ترتیب، عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی قادرند به طور نسبی ۴۵ درصد از تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی را تبیین کنند.

محدودیت‌ها/ راهبردها: دشواری در گردآوری اطلاعات مربوط به عوامل مؤثر بر سبک زندگی روستائیان، به‌خصوص در زمینه عوامل اقتصادی و فرهنگی، از جمله چالش‌های پژوهش حاضر هستند.

راه کارهای عملی: جهت هدفمند کردن تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی، تولید و پخش برنامه‌های ویژه و متناسب با سبک زندگی روستایی، به‌کارگیری دانش بومی، استفاده مناسب از فن‌آوری‌های پیشرفته ارتباطی و مشارکت ساکنان در طرح‌های فرهنگی و اجتماعی پیشنهاد شده است. **اصالت و ارزش:** با مشخص کردن سهم هر یک از عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر سبک زندگی در مناطق روستایی می‌توان گام مهمی در رفع معضلات مربوط به شاخص‌های مهم سبک زندگی مثل اوقات فراغت، تغذیه، نحوه پوشش افراد برداشت و برنامه‌ریزان روستایی را در این راه یاری کرد. **کلیدواژه‌ها:** سبک زندگی، مصرف رسانه‌ای، مشارکت اجتماعی، خواف، رشتخوار.

ارجاع: یوسف‌نیا، م. و حقیقتیان، م. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی در نواحی روستایی ایران (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان‌های خواف و رشتخوار). *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۵(۴)، ۴۷-۵۹.

<http://dx.doi.org/10.22067/jrpp.v5i4.51750>

۱. مقدمه

۱.۱. بیان مسأله

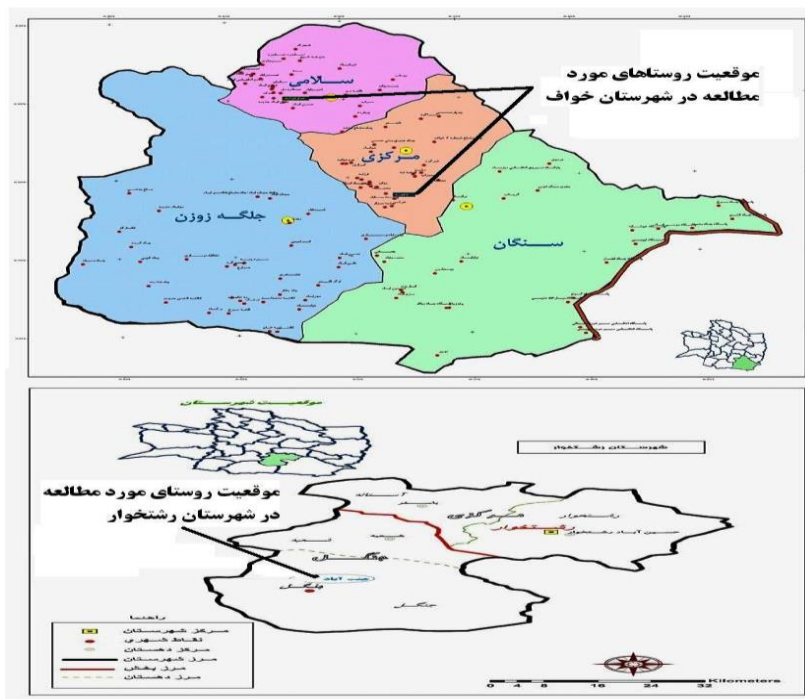
از مهم‌ترین مسائلی که طی دهه‌های اخیر اندیشمندان حوزه‌های مختلف علوم اجتماعی به آن توجه کرده‌اند، مسأله سبک زندگی است. سبک زندگی ترجیحات افراد را نشان می‌دهد و در نحوه گذران اوقات فراغت، مطالعه، تفریح، استراحت، مسافرت، لباس و پوشاک، تغذیه، مدیریت بدن، سبک معماری و چیدمان داخلی منازل مردم جلوه‌گر می‌شود (بوردیو، ۱۹۸۴، ص. ۲۴۹). در سال‌های اخیر، تغییرات اساسی و چشم‌گیری در سبک زندگی روستایی در ایران به وجود آمده است (ازکیا و حسینی رودبارکی، ۱۳۸۸، ص. ۲۶۰). از سال ۱۳۳۵ هجری شمسی تا سال ۱۳۹۰ تعداد ۱۱۳۲ روستا به شهر تبدیل شده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰) که به واسطه آن نسبت جمعیت شهرنشین همراه با بسط و گسترش شبکه‌های ارتباطی، فعالیت اقتصادی، سازمان‌های سیاسی و اداری در مناطق نزدیک به نواحی روستایی افزایش یافته است. تبدیل نقاط روستایی بزرگ به شهرهای کوچک همراه با افزایش امکانات مذکور، موجب جای‌گزینی روابط غیرمستقیم و ثانوی به جای روابط مستقیم و چهره‌به‌چهره و به طور کلی سبک زندگی انسان‌های روستانشین شده است. بررسی سبک زندگی اعضای یک جامعه یا اعضای گروه‌های خاصی از جامعه همواره از نظر اندیشمندان علوم اجتماعی، اهمیت ویژه‌ای داشته است (ابن خلدون ۲، ۱۳۷۳؛ وبر، ۳، ۱۳۷۴؛ بوردیو، ۱۹۸۴؛ گیدنز، ۴، ۱۳۸۴ و چنی، ۵، ۱۹۹۶). شناخت و تحلیل عوامل مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر سبک زندگی روستائیان از آن جهت اهمیت دارد که برنامه‌ریزان روستایی را در پی‌بردن به علل عمده‌ای که در پس رفتارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی افراد است، یاری می‌رساند و آن‌ها را در حل معضلات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آینده این نواحی کمک خواهد کرد. نواحی روستایی مورد مطالعه، علاوه بر شرایط اقلیمی و محدودیت‌های طبیعی خاص خود، در فاصله نزدیکی از کانون شهری بزرگ‌تر نیز قرار گرفته‌اند. از این رو، عوامل مختلفی متأثر از این موقعیت جغرافیایی می‌تواند بر سبک زندگی ساکنان آن‌ها تأثیرگذار باشد و آن را دچار دگرگونی کند. در این پژوهش، مسأله اصلی این است که عوامل اجتماعی

فرهنگی و اقتصادی شناسایی شده به چه میزان سبک زندگی را در نواحی روستایی تحت تأثیر قرار می‌دهند؟ سبک زندگی، یک ابزار نرم فرهنگی برای مدیریت اجتماعی محسوب می‌شود و در صورتی که دانش آن به‌درستی تدوین شود، بسیاری از ابزارهای سخت مدیریت اجتماعی، لازم نخواهد بود و حتی جای بسیاری از منازعات سخت را در تحوّل روستایی پر خواهد کرد.

۲. روش‌شناسی تحقیق

۲.۱. قلمرو جغرافیایی تحقیق

شهرستان خواف با جمعیتی معادل ۱۲۱/۸۵۹ نفر، دارای ۵ نقطه شهری و ۴ بخش و ۸ دهستان و شهرستان رشتخوار جمعیتی معادل ۶۰/۶۳۲ نفر، دارای ۲ نقطه شهری و ۲ بخش و ۴ دهستان دارد (سال‌نامه آماری استان خراسان رضوی در سال ۱۳۹۰، ۱۳۹۱، صص. ۳۶-۳۵). نواحی روستایی مورد مطالعه روستاهای باغچه و هزارخوشه در شهرستان خواف و روستای جنت‌آباد در شهرستان رشتخوار است. شکل (۱) موقعیت نسبی روستاهای مورد مطالعه و هم‌چنین، تقسیمات سیاسی شهرستان‌های خواف و رشتخوار را نشان می‌دهد. روستای باغچه در فاصله ۱۰ کیلومتری شهر نشتیفان، روستای هزارخوشه در فاصله ۱۰ کیلومتری شهر سلامی و روستای جنت‌آباد نیز در فاصله ۶ کیلومتری شهر جنگل قرار دارند. طبق آمار سال ۱۳۹۰، جمعیت باغچه ۸۱ نفر، هزارخوشه ۶۰۵ و جنت‌آباد ۲/۶۱۳ نفر بوده است. بررسی وضعیت شغلی ساکنان روستاهای مورد مطالعه، نشان‌دهنده غلبه فعالیت‌های مرتبط با بخش کشاورزی در ساختار اقتصادی و معیشتی آن‌ها دارد. شغل اکثر سرپرستان خانوار در سال ۱۳۹۰ کشاورزی اعلام شده است. هم‌چنین، محدوده ارتباطی و تعاملاتی اهالی جهت تهیه مایحتاج و نیز انجام امور اداری شهرهای نشتیفان، سلامی، جنگل، تربت حیدریه و خواف است؛ علاوه بر این، مطالعه وضعیت برخورداری روستاها از امکانات و خدمات عمومی در سال ۱۳۹۰، نشان‌دهنده سطح دسترسی محدود اهالی به امکانات و خدمات آموزشی، فرهنگی، اقتصادی و اداری است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰).



شکل ۱- موقعیت نسبی روستاهای مورد مطالعه و تقسیمات سیاسی شهرستان‌های خواف و رشتخوار

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

۲.۲. روش تحقیق

با توجه به هدف تحقیق حاضر که بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی مناطق روستایی است، این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری، نواحی روستایی شهرستان‌های خواف و رشتخوار است که ۳ روستا از میان روستاهای این مناطق به نام‌های باغچه (۸۱ نفر جمعیت)، هزارخوشه (۶۰۵ نفر جمعیت) و جنت‌آباد (۲/۶۱۳ نفر جمعیت) و در مجموع، با جمعیتی معادل ۳/۲۹۹ نفر انتخاب شده‌اند و از آن میان، با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران، ۱۵۰ نفر انتخاب و با استفاده از شیوه اختصاص متناسب بین روستاهای مورد مطالعه، تقسیم و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. برای ارزیابی و سنجش فرضیه‌های

تحقیق، از آزمون پیرسون استفاده شده است. فرضیه‌هایی که در این مقاله بررسی شده‌اند، به صورت زیر هستند:

- عوامل اجتماعی توانسته‌اند بر سبک زندگی ساکنان نواحی روستایی مؤثر باشند.
- عوامل فرهنگی توانسته‌اند بر سبک زندگی ساکنان نواحی روستایی مؤثر باشند.
- عوامل اقتصادی توانسته‌اند بر سبک زندگی ساکنان نواحی روستایی مؤثر باشند.

۳.۲. متغیرها و شاخص‌های تحقیق

برای سنجش فرضیه‌های مطرح‌شده، با استفاده از مبانی نظری موجود، متغیرهای مستقل و متغیر وابسته و نیز شاخص‌های مورد نظر جهت بررسی هر یک از متغیرها برابر جداول (۱) و (۲) تعریف شده‌اند.

جدول ۱- متغیر وابسته و شاخص‌های آن به تفکیک نظریه‌پردازان مورد مطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

متغیر وابسته	شاخص‌ها	نظریه‌پرداز/ نظریه‌پردازان بیان‌کننده شاخص
سبک زندگی	الگوهای گذران اوقات فراغت	بوردیو و چنی
	مدگرایی (لباس)	زیمل، وبلن، وبر، بوردیو و گیدنز
	نوع تغذیه	بوردیو، گیدنز و چنی
	مدیریت بدن	بوردیو
	سبک معماری و چیدمان داخلی منازل	بوردیو
	زبان و لهجه صحبت کردن	بوردیو

در نظر گرفته برای هر یک و همچنین، نظریه پرداز ارائه دهنده آن، برابر جدول (۲) است:

همچنین، سه متغیر عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نیز به عنوان متغیرهای مستقل و تأثیرگذار بر سبک زندگی ساکنان در نواحی روستایی مطالعه شد که شاخص‌های

جدول ۲- متغیرهای مستقل و شاخص‌های آن به تفکیک نظریه پردازان مورد مطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

متغیر مستقل	شاخص‌ها	نظریه پرداز/ نظریه پردازان بیان کننده شاخص
عوامل اجتماعی	مشارکت اجتماعی	ویر، لرنر ^۹ و ورث ^۹
	سازمان‌های سیاسی و اداری	ابن خلدون، ویر، ورث و اسپایکمن ^{۱۰}
	شبکه راه‌ها و وسایل ارتباطی	پارک ^{۱۱} ، اسملسر ^{۱۲} و لرنر
	روحیه فردگرایی	ابن خلدون، تونیس ^{۱۳} ، دورکیم ^{۱۴} ، ویر و لرنر
	هویت طبقاتی	ابن خلدون، دورکیم
	روابط غیرمستقیم و ثانویه	تونیس، زمیل، پارک، ورث و فیشر ^{۱۵}
عوامل فرهنگی	امکانات فرهنگی و آموزشی	لرنر و بوردیو
	مصرف رسانه‌های	لرنر و بوردیو
	سرمایه فرهنگی	لرنر و بوردیو
	گرایش‌های دینی	ابن خلدون
عوامل اقتصادی	شیوه معیشت	ابن خلدون، زمیل، ویر و اسملسر
	مصرف گرایی	زمیل
	بازار و مراکز خرید	ویر
	منافع شخصی و سوداگرانه	ابن خلدون، زمیل، پارک و ورث
	حمایت‌های مشترک	ابن خلدون
	سطح رفاه اقتصادی افراد	ابن خلدون و لرنر

۳. مبانی نظری تحقیق

۳.۱. سبک زندگی

در دهه‌های اخیر جامعه‌شناسان به موضوع سبک زندگی توجه کرده‌اند. سبک زندگی را می‌توان الگوهایی از کنش دانست که تمیزدهنده افراد جامعه است. اندیشمندان زیادی درباره سبک زندگی، به بیان دیدگاه‌ها و نظرات خود پرداخته‌اند که در این بخش نظریه‌های ابن خلدون، زمیل، وبلن، ویر، بوردیو، گیدنز و چنی درباره موضوع سبک زندگی ارائه می‌شود. ابن خلدون با طرح دو سنخ بادیه‌نشین و شهرنشین به بررسی تأثیر سبک زندگی بر نظام ارزشی افراد و جامعه می‌پردازد. وی درصد بود دریا بد علت چنین اختلافی چیست؟ وی دو سنخ اجتماعی بادیه‌نشین و شهرنشین را براساس روش معیشت و شیوه‌های زندگی یا همان سبک زندگی مطرح می‌سازد و به طور کلی، علت اصلی اختلاف این دو سنخ را محیط جغرافیایی و شیوه معیشت می‌داند «باید دانست که تفاوت عادات و رسوم

و شیوه زندگی ملت‌ها در نتیجه اختلافی است که در شیوه معاش (اقتصاد) خود پیش می‌گیرند» (ابن خلدون، ۱۳۷۳، ص. ۲۲۵). دیدگاه‌های زمیل در ارتباط با مصرف براساس مفهوم شهر و پیامدهای شهرنشینی تدوین شده‌اند. از دید زمیل شهر، فضایی است که زندگی مدرن در آن جریان دارد. جامعه مدرن در اصل در کلان‌شهر شکل گرفته و به صورت عمیق و کامل در آن جا تکامل یافته است (کیویستو، ۱۶، ۱۳۸۰، ص. ۱۷۶). در شرایط زندگی کلان‌شهری، سبک‌های زندگی از مهم‌ترین شیوه‌هایی‌اند که می‌توان از آن‌ها برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت کلان‌شهر و تحکیم حس هویت استفاده کرد. وبلن به مسأله مصرف به عنوان اصلی‌ترین راهبرد سبک زندگی پرداخته است (کلارک، ۱۷، ۲۰۰۳، ص. ۴۸). ایده وبلن بر تمایزیابی و تقلید مبتنی است. به باور او «طبقه مرقه از طریق مصرف تظاهری به اقتدار هنجاری دست می‌یابد و خود را به الگوی جامعه تبدیل می‌کند ... گروه‌های اجتماعی زیردست می‌کوشند تا خود را با الگوهای هنجاری طبقه مرقه تنظیم

دارند (گیدنز، ۱۳۸۴، ص. ۳۰). از نظر چینی تحلیل‌گران نه تنها باید زمینه‌های تغییر رژیم غذایی، عادات اوقات فراغت یا چشم‌داشت‌های مربوط به نقش‌های وابسته به جنس را بدانند؛ بلکه نیازمند دانستن معنای فرهنگی انواع گوناگون تغییر نیز هستند. سبک‌های زندگی هم صورت‌هایی از هویت جمعی هستند که در طول زمان تحول می‌یابند (چنی، ۱۹۹۶، ص. ۱۱). در نگاه چینی، انتخاب، مهم‌ترین خصیصه اشکال گوناگون سبک زندگی است. انتخاب حاصل نگرش‌ها، ارزش‌ها و ذائقه‌های خاص هر گروه اجتماعی است و این انتخاب‌ها به نسبت جنسیت، قومیت، شهری و روستایی بودن، شاغل یا بیکار بودن و غیره متفاوت است (چنی، ۱۹۹۶، ص. ۹۷).

۲.۳. پیشینه نظری تحقیق

چاوشیان (۱۳۸۱) در مطالعه خود با عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره مدرنیته متأخر» به بررسی مفهوم سبک زندگی از منظر مطالعات فرهنگی پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد عوامل فرهنگی مثل دین‌داری و سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی افراد تأثیرگذار است. یافته‌های تحقیق رضوی‌زاده (۱۳۸۳) با عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی» نشان می‌دهد که استفاده از تلویزیون، ویدئو و تماشای تلویزیون‌های خارجی بر نگرش روستاییان به زندگی شهری و تمایل به تغییر سبک زندگی یا تمایلات آن‌ها به مصرف مادی تأثیرگذار است. رسولی (۱۳۸۲) در تحقیقی با عنوان «شاخص‌های سبک زندگی و نحوه پرداخت آن در آگهی‌های تلویزیون» به بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در تبلیغات تجاری تلویزیون به شناسایی پرداخته است. سؤالات اصلی پژوهش این است که آیا تبلیغات تجاری در تلویزیون، سبک و شیوه‌ای خاص از زندگی را به مخاطبان معرفی می‌کند؟ و این‌که در تبلیغ کالا و نوع الگوی مصرف تبلیغ شده در آگهی‌ها به چه ارزش‌هایی توجه می‌شود؟ نتایج به دست آمده حاکی از آن است که سه گونه سبک زندگی در تبلیغات مطرح شده است: ۱- سبک زندگی مبتنی بر نمایش الگو و ارزش‌های مربوط به طبقات اجتماعی ۲- سبک زندگی مبتنی بر مصرف کالاهای فرهنگی و اقتصادی ۳- سبک زندگی مبتنی بر الگوهای مدرن و سنتی؛ به این معنی که بیش‌تر الگوها و ارزش‌های مربوط به زندگی مدرن طبقات متوسط و مرفه جامعه در تبلیغات عرضه شده است. ذوالفقاری (۱۳۹۱) در

کنند» (فاضلی، ۱۳۸۲، ص. ۲۱). در واقع، به اعتقاد وی، طبقات زیردست از الگوهای مصرف طبقه مرفه تقلید می‌کنند. از دید وبر (و در تقابل با مارکس) مفاهیم منزلت و تعلق، از مسائل صرف طبقاتی فراتر می‌روند و مسائل مربوط به برابری و سلیقه و تجسم بصری آن در مد و ترجیحات فراغتی را نیز شامل می‌شود (بنت، ۱۳۸۶، ص. ۹۸). مدهای گوناگون نیز از درون سبک‌های مختلف زندگی ناشی شده و به وسیله آن‌ها پذیرفته یا رد می‌شوند. هر سبک زندگی آدابی خاص دارد که این آداب مد را نیز شامل می‌شود «آداب، زمانی مد نامیده می‌شوند که تازه بودن رفتار مربوطه، مبنای جهت‌گیری کنش باشد» (وبر، ۱۳۷۴، ص. ۳۴). در نظریه بورديو سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن‌گفتن و راه رفتن است، در واقع، عینیت‌یافته و تجسم‌یافته ترجیحات افراد است (باکاک^{۱۸}، ۱۳۸۱، ص. ۹۶). به نظر بورديو با تغییر زمینه، ذوق در جهت هم‌گامی با آن حرکت می‌کند که هم‌گامی بین ذوق و زمینه در عملکرد بازتاب می‌یابد. با تغییر در زمینه، ذوق (ساختارهای ذهنی) روستاییان در هم‌نوایی با تغییرات در زمینه، حرکت کرده است. در نتیجه، تغییراتی در ذوق (ساختارهای ذهنی) روستاییان به وجود آمده است که بازتاب آن را می‌توان در عملکرد روستاییان (تغییر در سبک زندگی: تغییر در شیوه پوشش، تغییر در شیوه بهداشتی، تغییر عادات غذایی، تغییر در شیوه گفتاری، تغییر در الگوی گذران اوقات فراغت) مشاهده کرد (توکل، ۱۳۸۵، ص. ۱۱۹). براساس نظریه بورديو، روستاها و شهرها با یکدیگر از لحاظ سبک زندگی تفاوت‌هایی دارند (بورديو، ۱۹۸۴). از نظر گیدنز، سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد. چون نه فقط نیازهای جاری او را برمی‌آورد؛ بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برابر دیگران متجسم می‌سازد. سبک زندگی به صورت عملکردهای روزمره درمی‌آیند، عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک، طرز کار و محیط مطلوب برای ملاقات با دیگران تجسم می‌یابند. هر یک از تصمیم‌گیری‌هایی که یک شخص در زندگی روزانه می‌کند (چه بپوشم، چه بخورم، در کار چه‌گونه کار کنم، پس از پایان کار با چه کسی ملاقات کنم) در تعیین و تنظیم امور روزمره مشارکت

سبک زندگی، مطالعه موردی: زنان ۶۴-۱۸ سال شهر تهران» به بررسی این موضوع بر روی ۶۰۶ نمونه انتخاب شده پرداخته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که سن، مقطع تحصیلی افراد، وضع فعالیت، قومیت، پای‌گاه اقتصادی-اجتماعی و میزان بهره‌مندی از هر یک از انواع سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از مهم‌ترین محدوده‌های ساختاری هستند که می‌توانند انتخاب‌های عاملان را با محدودیت مواجه سازند. وی^{۲۱} (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان «سبک‌های زندگی رسانه‌های جدید: انطباق و استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی بی‌سیم در چین» با هدف بررسی ارتباط بین سبک زندگی مصرف‌کنندگان حومه شهری چین و انطباق و استفاده از پیجر و تلفن‌های همراه انجام داد. یافته‌ها نشان می‌دهند که پاسخ‌گویان تمایل به شناسایی پیجر و تلفن همراه به عنوان ملاک غربی شدن و سبک زندگی اجتماعی فعال دارند.

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. تجزیه و تحلیل توصیفی اطلاعات

از مجموع افراد مورد مطالعه ۶۵/۶ درصد مرد و ۳۴/۴ درصد نیز زن بوده‌اند. هم‌چنین، ۴۳/۳ درصد در محدوده سنی ۱۹ تا ۲۹ سال، ۲۷/۷ درصد در محدوده سنی ۳۰ تا ۳۹ سال، ۱۷/۳ درصد در محدوده سنی ۴۰ تا ۴۹ سال، ۹/۲ درصد در محدوده سنی ۵۰ تا ۵۹ سال و ۲/۵ درصد نیز در محدوده سنی ۶۰ سال به بالا بوده‌اند. ۷۴/۶ درصد متأهل و ۲۵/۴ درصد نیز مجرد بوده‌اند. هم‌چنین، ۲۸ درصد دارای شغل آزاد، ۱۹/۶ درصد خانه‌دار، ۱۹/۳ درصد کشاورز و ۱۶/۵ درصد نیز دانشجو بوده‌اند. از مجموع افراد مورد مطالعه ۲۹/۶ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۲۰/۴ درصد دیپلم، ۱۹/۹ درصد سیکل و ۱۷/۷ درصد کارشناسی بوده‌اند.

۴.۲. تجزیه و تحلیل استنباطی اطلاعات

آزمون هم‌بستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل تحقیق (جدول ۳) نشان می‌دهد که وجود ارتباط معنادار بین اکثر متغیرهای مورد بررسی به جز دو متغیر گرایش‌های دینی و تغییر شیوه معیشت با متغیر وابسته (سبک زندگی) با سطح معناداری ۰/۰۰۰ تأیید شده است. بنابراین، می‌توان بیان کرد که بین متغیرهای مشارکت اجتماعی، سازمان‌های سیاسی و اداری، شبکه راه‌ها و وسایل ارتباطی، روحیه فردگرایی، هویت طبقاتی، روابط غیرمستقیم و ثانویه، امکانات فرهنگی و آموزشی، مصرف رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی، مصرف‌گرایی، ایجاد

تحقیق خود با عنوان «بررسی تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بر سبک زندگی و الگوی مصرف افراد، مطالعه موردی: مناطق شمال، مرکز و جنوب شهر تهران» به بررسی تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بر سبک زندگی و الگوی مصرف افراد در شهر تهران پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که بین دو متغیر نحوه مصرف‌گرایی افراد و میزان درآمد ماهانه آن‌ها در سطح بالایی هم‌بستگی نشان می‌دهد و هم‌چنین، هم‌بستگی نسبتاً شدیدی که بین تأثیر آگهی‌های تبلیغاتی، تلویزیون و ماهواره و مکان تهیه اثاثیه منزل (مصرف‌گرایی) وجود دارد که نشان تحت تأثیر قرار دادن عامل آگهی بر روی افراد است. حقیقتیان، انصاری و ولی‌پور (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر سبک زندگی دانشجویان شهر اصفهان» با الهام گرفتن از نظریات جامعه‌شناسی فرانوگرایی^{۱۹} مانند مفهوم سرمایه فرهنگی از بوردیو و زیبایی‌شناختی کردن زندگی از فدرستون^{۲۰}، عوامل مؤثر بر سبک زندگی دانشجویان دانشگاه‌های اصفهان را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج تحقیق مورد بحث نشان داد که متغیرهای طبقه اجتماعی، معاشرت با دوستان، استفاده از اینترنت و استفاده از ماهواره بر متغیر سبک زندگی تأثیر داشته‌اند که این متغیرها در مجموع، توانسته‌اند ۳۷ درصد تغییرات متغیر سبک زندگی را تبیین کنند. رحمانی فیروزجاه و سهرابی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «رابطه سبک زندگی و دین‌داری از دیدگاه ابن خلدون» با بررسی تأثیر سبک زندگی به عنوان متغیر مستقل و سطح دین‌داری در سه بعد اعتقادی، اخلاقی و مناسکی به عنوان متغیر وابسته، چنین نتیجه گرفتند که ابن خلدون معتقد است شیوه معیشت و محیط جغرافیایی دو عامل مهم در شکل‌گیری تفاوت در سبک زندگی افراد است و سبک زندگی در مسکن، نحوه پوشش، خوراک و غذا، نوشیدنی، نوع سوخت، امور آشپزخانه، و خانه‌داری نمود می‌یابد. چولی محمود آبادی (۱۳۹۰) در تحقیق خود با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر سبک زندگی خانواده‌های ایرانی، مورد مطالعه: شهر ارومیه» با هدف بررسی عوامل تأثیرگذار بر سبک زندگی خانواده‌ها در شهر ارومیه پرداخته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که میزان استفاده از رسانه‌ها، نگرش دینی، سرمایه فرهنگی محیط و پای‌گاه اقتصادی-اجتماعی (بعد ذهنی و عینی) بر سبک زندگی افراد مؤثر بوده است. قاسمی پاکرو (۱۳۹۱) در تحقیق خود با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر

سبک زندگی، رابطه قوی وجود دارد، بین متغیرهای مشارکت اجتماعی، سازمان‌های سیاسی و اداری، شبکه راه‌ها و وسایل ارتباطی، روحیه فردگرایی، روابط غیرمستقیم و ثانویه، امکانات فرهنگی و آموزشی، سرمایه فرهنگی، ایجاد بازار و مراکز خرید، کم‌رنگ شدن حمایت‌های مشترک و سطح رفاه اقتصادی افراد و سبک زندگی، رابطه متوسط و بین متغیرهای هویت طبقاتی، گرایش‌های دینی، تغییر شیوه معیشت و تمایل به منافع سوداگرانه نیز رابطه ضعیفی وجود دارد.

بازار و مراکز خرید، تمایل به منافع سوداگرانه، کم‌رنگ شدن حمایت‌های مشترک، سطح رفاه اقتصادی افراد و سبک زندگی ساکنان روستاهای مورد مطالعه، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، جهت رابطه کلیه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته مستقیم می‌باشد؛ به عبارت دیگر، با افزایش مقادیر متغیرهای مستقل، مقدار متغیر وابسته نیز افزایش پیدا می‌کند. بررسی شدت رابطه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته نیز نشان می‌دهد که بین دو متغیر مصرف رسانه‌ای و مصرف‌گرایی و

جدول ۳- مقایسه آزمون هم‌بستگی پیرسون متغیرهای تحقیق

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

عوامل	متغیرهای مستقل	متغیر وابسته: سبک زندگی	
		مقدار	سطح معناداری
عوامل اجتماعی	مشارکت اجتماعی	۰/۲۲۶	۰/۰۰۰
	سازمان‌های سیاسی و اداری	۰/۲۳۴	۰/۰۰۰
	شبکه راه‌ها و وسایل ارتباطی	۰/۲۹۷	۰/۰۰۰
	روحیه فردگرایی	۰/۳۶۷	۰/۰۰۰
	هویت طبقاتی	۰/۱۹۰	۰/۰۰۰
	روابط غیرمستقیم و ثانویه	۰/۳۰۴	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگی	امکانات فرهنگی و آموزشی	۰/۳۲۶	۰/۰۰۰
	مصرف رسانه‌ای	۰/۴۶۳	۰/۰۰۰
	گرایش‌های دینی	۰/۰۸۱	۰/۱۳۹
	سرمایه فرهنگی	۰/۲۷۹	۰/۰۰۰
عوامل اقتصادی	تغییر شیوه معیشت	۰/۱۰۰	۰/۰۶۷
	مصرف‌گرایی	۰/۴۵۴	۰/۰۰۰
	ایجاد بازار و مراکز خرید	۰/۲۱۴	۰/۰۰۰
	تمایل به منافع سوداگرانه	۰/۱۹۳	۰/۰۰۰
	کم‌رنگ شدن حمایت‌های مشترک	۰/۲۱۷	۰/۰۰۰
	سطح رفاه اقتصادی افراد	۰/۳۵۵	۰/۰۰۰

مشارکت اجتماعی، سطح رفاه اقتصادی افراد و روابط غیرمستقیم و ثانویه که دارای بیش‌ترین تأثیر بر سبک زندگی بوده، وارد مدل شده‌اند. با بررسی ضریب بتا مربوط به این عوامل مشخص می‌شود که متغیر مصرف رسانه‌ای با بتای ۰/۲۹۵ بیش‌ترین میزان تأثیر را بر سبک زندگی ساکنان روستاهای مورد مطالعه داشته است. پس از آن، متغیرهای مصرف‌گرایی با ضریب ۰/۲۵۵، روحیه فردگرایی با مقدار ۰/۲۱۵، سطح رفاه اقتصادی افراد با مقدار ۰/۱۲۹، مشارکت اجتماعی با مقدار ۰/۱۱۲ و روابط غیرمستقیم و ثانویه با مقدار ۰/۰۹۷ در رتبه‌های دوم تا ششم قرار دارند. (ج) تحلیل رگرسیون ۱۶ متغیر مستقل فرعی تحقیق با استفاده از روش

تحلیل رگرسیون متغیرهای مستقل اصلی و فرعی تحقیق و سنجش میزان تأثیر آن‌ها بر متغیر وابسته نشان می‌دهد که: الف) بین هر سه عامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و سبک زندگی ساکنان روستاهای مورد مطالعه، رابطه معناداری وجود دارد. با بررسی ضریب بتا مربوط به این عوامل مشخص می‌شود که عوامل با فرهنگی بتای ۰/۲۶۶ بیش‌ترین میزان تأثیر را بر سبک زندگی ساکنان روستاهای مورد مطالعه داشته است. پس از آن، عوامل اجتماعی با ضریب ۰/۲۰۴ و عوامل اقتصادی با مقدار ۰/۱۹۳ در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. (ب) در تحلیل رگرسیون با استفاده از روش گام‌به‌گام، تنها شش متغیر مستقل فرعی مصرف رسانه‌ای، مصرف‌گرایی، روحیه فردگرایی،

هم‌زمان میزان تأثیر هر یک از آن‌ها را بر متغیر وابسته سبک زندگی به شرح جدول (۴) نشان می‌دهد:

جدول ۴- آزمون معناداری ضرایب مدل رگرسیون ۱۶ متغیر مستقل تحقیق

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

عوامل	متغیرهای مستقل	ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده	مقدار t	سطح معناداری
		Beta	B		
اجتماعی	مشارکت اجتماعی	۰/۰۷۵	۰/۱۱۶	۲/۲۹۱	۰/۰۲۳
	سازمان‌های سیاسی و اداری	۰/۰۰۸	۰/۰۱۳	۰/۳۵۶	۰/۷۹۸
	شبکه راه‌ها و وسایل ارتباطی	۰/۰۲۲	۰/۰۳۰	۰/۶۱۷	۰/۵۳۸
	روحیه فردگرایی	۰/۱۷۹	۰/۲۱۸	۴/۷۰۸	۰/۰۰۰
	هویت طبقاتی	-۰/۰۰۴	-۰/۰۰۶	-۰/۱۲۷	۰/۸۹۹
فرهنگی	روابط غیرمستقیم و ثانویه	۰/۰۵۰	۰/۰۸۳	۰/۷۳۳	۰/۰۸۴
	امکانات فرهنگی و آموزشی	۰/۰۱۴	۰/۰۱۹	۰/۳۶۴	۰/۷۱۶
	مصرف رسانه‌ای	۰/۲۳۳	۰/۲۷۶	۵/۳۸۵	۰/۰۰۰
	گرایش‌های دینی	-۰/۰۲۰	-۰/۰۳۲	-۰/۶۶۲	۰/۵۰۸
اقتصادی	سرمایه فرهنگی	۰/۰۲۲	۰/۰۴۳	۰/۸۵۶	۰/۳۹۳
	تغییر شیوه معیشت	-۰/۰۲۳	-۰/۰۳۹	-۰/۸۲۶	۰/۴۰۹
	مصرف‌گرایی	۰/۱۶۴	۰/۲۲۹	۴/۵۸۳	۰/۰۰۰
	ایجاد بازار و مراکز خرید	۰/۰۰۵	۰/۰۰۷	۰/۱۲۴	۰/۹۰۱
	تمایل به منافع شخصی و سوداگرانه	۰/۰۲۵	۰/۰۳۸	۰/۷۴۲	۰/۴۵۸
کم‌رنگ‌شدن حمایت‌های مشترک	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۱۸	۰/۹۸۶	
سطح رفاه اقتصادی افراد	۰/۰۹۳	۰/۱۲۸	۲/۶۳۴	۰/۰۰۹	

متغیر وابسته = سبک زندگی

۵. بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت مسأله سبک زندگی در نظام سکونت‌گاهی روستایی، این پژوهش درصدد شناسایی عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر سبک زندگی ساکنان نواحی روستایی بوده است. براساس، نظریه‌های موجود در ادبیات جامعه‌شناسی روستایی، عوارض ناشی از تغییر و تحولات دنیای کنونی خود را قالب عوامل مختلفی از جمله عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بر سبک زندگی افراد نشان می‌دهند. بر همین مبنا، مجموع این عوامل بر سبک زندگی ساکنان این نواحی اثرگذار بوده و بین آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصله در خصوص عوامل مؤثر بر سبک زندگی ساکنان روستاهای مورد مطالعه، به طور کلی با نتایج تحقیقات قبلی؛ از جمله تحقیقات طاهرخانی (۱۳۸۷)، پورافکاری، کلانتری و نقدی (۱۳۸۱)، نوریان شادآباد (۱۳۸۳)، سرایی و اسکندری ثانی (۱۳۸۶)؛ رحمانی فضلی (۱۳۸۷)؛ پورهمرنگ (۱۳۸۷)؛ نوابخش و فتحی (۱۳۸۹)؛ نظام‌زاده اژیبه (۱۳۹۰)؛ فیروزنیا، کاظمی و صادقی (۱۳۹۰)؛ حقیقتیان

(۱۳۹۱)؛ شایان، مردی و طاهرخانی (۱۳۸۳)؛ رستگار (۱۳۸۴)؛ فاضلی (۱۳۸۷)؛ محمدپور و رضایی (۱۳۸۸)؛ چولی محمود آبادی (۱۳۹۰)؛ قاسمی پاکرو (۱۳۹۱) و ویلسون (۱۹۹۳) هم‌خوانی دارد. در متغیر وابسته سبک زندگی تفاوت میانگین چندانی بین روستاهای مورد مطالعه مشاهده نشده است. میانگین سبک زندگی در جنت‌آباد (۴۵/۶) به نسبت میانگین کل (۴۴/۴) مقدار بالاتری را نشان می‌دهد؛ اما در روستاهای هزارخوشه (۴۴/۳) و باغچه (۴۳/۲) میزان پایین‌تری نسبت به میانگین کل دیده می‌شود. بنابراین، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که سبک زندگی در جنت‌آباد در مقایسه با هزارخوشه و باغچه به سمت مدرن‌تر طیف تمایل بیش‌تری نشان می‌دهد. در متغیر عوامل اجتماعی، تفاوت میانگین چندانی بین روستاهای مورد مطالعه مشاهده نشد. میانگین عوامل اجتماعی در هزارخوشه (۵۱/۱) و جنت‌آباد (۵۱/۱) به نسبت میانگین کل (۵۰/۱) مقدار بالاتری را نشان می‌دهد؛ اما در روستای باغچه (۴۸/۲) میزان پایین‌تری نسبت به میانگین کل دیده می‌شود. از این رو، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که عوامل اجتماعی مورد بررسی در

جاده‌های آسفالت شده هم‌راه با گسترش کاربرد ماشین‌های شخصی و عمومی در سطح این نواحی، فرصت مراجعهٔ بیش‌تر و ارتباطات رودررو و چهره‌به‌چهرهٔ بیش‌تری برای ساکنان با شهرهای اطراف را فراهم ساختند. روستاها در ایران به دلیل بهره‌مندی از بخشی از دست‌آوردهای فن‌آوری دنیای مدرن و به سبب برخورداری از تسهیلات ارتباطی نسبتاً مناسب، در دوره‌ای از تاریخ تحول فرهنگی-اجتماعی خود قرار گرفته‌اند که حرکتی نسبتاً گسترده از سبک زندگی سنتی به سمت سبک زندگی نوین را تجربه می‌کنند. این حرکت و تغییر را می‌توان حاصل عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دانست که مهم‌ترین آن‌ها ورود امکانات جدید و در رأس آن‌ها برخورداری از زیرساخت‌های ارتباطی است؛ علاوه بر این، رسانه‌ها و ارتباطات اجتماعی، تغییرات زیادی در نحوهٔ غذاخوردن افراد ایجاد کرده است. امروزه گسترش سبک زندگی شهری تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر عادات غذایی افراد گذاشته است. هم‌چنین، در دورهٔ مدرن و معاصر سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان دولت و شهرداری‌ها در زمینهٔ فضاهای روستایی، خانه‌سازی و تولید انبوه، نقش مؤثری در چه‌گونگی فرهنگ خانهٔ معاصر داشته و دارد. این وضعیت سبب شده تا بتوان قضاوت کرد که سبک زندگی شهری در برخی جهات به مناطق روستایی نیز رسوخ کرده است. تغییراتی که علاوه بر الگوی مصرف، در ساختارهایی هم‌چون هم‌بستگی، نوآوری، فردگرایی، روحیهٔ تعاون و به طور کل، در سبک زندگی روستاها به وجود آمده است. این تغییرات در روستاهای مورد مطالعه نسبت به مناطق دیگر، دارای شتاب بیش‌تری است؛ به طوری که می‌توان از آن به عنوان پدیده «هم‌سان‌شدن سبک زندگی روستایی و شهری» نام برد.

یادداشت‌ها

1. Bourdieu
2. Ibn-khaldon
3. Weber
4. Giddens
5. Chaney
6. Simmel
7. Veblen
8. Lerner
9. Wirth
10. Spicman
11. Park
12. Smelser
13. Tonies
14. Dorkhiem

روستاهای هزارخوشه و جنت‌آباد در مقایسه با باغچه تأثیر بیش‌تری بر سبک زندگی افراد داشته‌اند. در متغیر عوامل فرهنگی، تفاوت میانگین قابل ملاحظه‌ای بین روستاهای مورد مطالعه دیده می‌شود. میانگین عوامل فرهنگی در جنت‌آباد (۵۸/۸) به نسبت میانگین کل (۵۶) مقدار بالاتری و در هزارخوشه (۵۶) مقدار مساوی را نشان می‌دهد؛ اما در روستای باغچه (۵۲/۸) میزان پایین‌تری نسبت به میانگین کل دیده می‌شود. از این رو، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که عوامل فرهنگی مورد بررسی در روستاهای جنت‌آباد و هزارخوشه در مقایسه با باغچه، تأثیر بیش‌تری بر سبک زندگی افراد داشته‌اند. در متغیر عوامل اقتصادی نیز تفاوت میانگین چشم‌گیری بین روستاهای مورد مطالعه دیده می‌شود. میانگین عوامل اقتصادی در جنت‌آباد (۵۴/۳) و هزارخوشه (۵۶/۶) به نسبت میانگین کل (۵۳/۷) مقدار بالاتری را نشان می‌دهد؛ اما در روستای باغچه (۵۰/۱) میزان پایین‌تری نسبت به میانگین کل دیده می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت که عوامل اقتصادی مورد بررسی در روستاهای هزارخوشه و جنت‌آباد در مقایسه با باغچه، تأثیر بیش‌تری بر سبک زندگی افراد داشته‌اند. بین هر سه عامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و سبک زندگی ساکنان روستاهای مورد مطالعه، رابطهٔ معناداری وجود دارد. با بررسی ضریب بتا مربوط به این عوامل مشخص می‌شود که عوامل فرهنگی با بتای ۰/۲۶۶ بیش‌ترین میزان تأثیر را بر سبک زندگی ساکنان روستاهای مورد مطالعه داشته است. پس از آن، عوامل اجتماعی با ضریب ۰/۲۰۴ و عوامل اقتصادی با مقدار ۰/۱۹۳ در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. در مجموع، بیش‌تر تغییرات سبک زندگی در روستاهای هزارخوشه، جنت‌آباد و باغچه متأثر از عوامل فرهنگی بوده‌اند. با ورود فن‌آوری، تغییرات بنیادینی در زندگی، احساس، تفکر، شیوهٔ زیست و فرهنگ انسان امروزی پدید آمده است. افزایش مصرف رسانه‌ای در قالب مطبوعات، تلویزیون، اینترنت، ماهواره، تلفن هم‌راه، ویدئو و غیره، امروزه بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره را شامل می‌شوند. فعالیت رسانه و رادیو و گسترش جاده‌ها را که به توسعهٔ ارتباط با شهرها و نواحی اطراف منجر شدند را می‌توان از نخستین تغییرات در الگو یا کسب ارتباطی روستاهای تبدیل‌شده به شهر دانست. رادیو و تلویزیون با تولید و پخش پیام‌های متناسب با فرهنگ شهری به اطلاع‌رسانی در خصوص سبک زندگی شهری برای روستاها می‌پردازند.

19. Post modern	15. Fisher
20. Fetherston	16. Kivisto
21. Wei	17. Clark
	18. Bocock

کتابنامه

1. Azkia, M. & Hosseini-e-Rudbaraki, S. (1389/2010). Lifestyle generational change in rural society. *Journal of Social Welfare*, 10(37), 264-241.
2. Benet, A. (1385/2006). *Culture and everyday life*. (L. Joafshani & H. Chavoshian, Trans.), Tehran, Iran: Akhtaran Publication.
3. Bocock, R. (1381/2002). *Consuming*. (Kh. Sabri, Trans.), Tehran, Iran: Shiraze Publication.
4. Burdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the Judgment of taste*. London: Routledge.
5. Chaney, D. (1996). *Lifestyle*. London: Routledge.
6. Chavoshian, H. (1381/2002). *Lifestyle and social identity consumption choices hobby and as the basis of differentiation and social identity in late modernity*. Unpublished doctoral dissertation, Tehran University, Tehran, Iran. [In Persian]
7. Choli Mahmoodabadi, M. (1390/2011). *Social factors, economic and cultural influence on the lifestyle of Iranian families Case study: Orumiyeh*. Unpublished master thesis, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. [In Persian]
8. Clark, D. (2003). *The consumer society and postmodern city*. London: Routledge.
9. Fazeli, M. (1382/2003). *Consumption and Life Style*. Qom, Iran: Sobh-e Sadeq Publication. [In Persian]
10. Fazeli, N. (1387/2008). Modernity and calmative: People's view to the concepts of house, rural life style and its new changing. *Journal of Cultural Researches*, 1(1), 25-63. [In Persian]
11. Firouznia, Gh., Mousa Kazemi, M. & Sadeghi Taheri, A. (1391/2012) studied the effects of integrating the village in the town of: integrated villages in the city of Kashan, *Journal of Geography and Development*, 9(25), 96-79. [In Persian]
12. Ghasemi Pakro, M. (1392/2013). *Social factors, economic and cultural influence on lifestyle, case study: Women 64-18 in Tehran*. Unpublished master thesis, University of Mazandaran, Sari, Iran. [In Persian]
13. Giddens, A. (1384/2005). *Sociology*. (M. Sabouri, Trans.), Tehran, Iran: Nei Publication. [In Persian]
14. Haghghatian, M, Ansari, A and Valipour, Z. (1390/2011). Social and Cultural Factors affecting the lifestyle of students in Isfahan. *Journal of Cultural Studies and Communication*, 17(23), 142-125. [In Persian]
15. Haghghatian, M. (1391/2012). Investigating impact of urbanization on social relationships in Boushehr (Theory of Luis Wirth Test). *Journal of Research and Urban Planning*, 3(8), 39-50. [In Persian]
16. Ibn-Khaldun, A. (1373/1994). Introduction, (M. P. Gonabadi, Trans.), Vol. 1&2, Tehran, Iran: Cultural & Scientific Publication. [In Persian]
17. Kivisto, P. (1380/2001). *Fundamental thoughts in sociology*, (M. Sabouri, Trans.), Tehran, Iran: Nei Publication. [In Persian]
18. Mohammadpur, A, & Rezaei, M. (1389/2010). Semantic understanding the consequences of entering into the modernization of Iranian Kurdistan Uraman way of example, *Iranian Journal of Sociology*, 9(1 and 2), 3-33. [In Persian]
19. Navabakhsh, M. & Fathi, S. (1390/2011). *Growth and urbanization development in Iran with emphasis on socio-economic activities*. Proceedings of management and urban planning, Center for Strategic Research of the Expediency Council, Tehran, Iran. [In Persian]
20. Nezamzadeh Ejyeh, M. (1391/2012). *The trend of villages in the plains area of the city isfahan*. (Unpublished master's thesis), Tabriz University, Tabriz, Iran. [In Persian]
21. Norianshadbad, D. (1384/2005). *Shadbad monograph elders of Tabriz functions of social change, economic and cultural Shadbad village elders in the last three decades*. Unpublished master's thesis, Islamic Azad University of Tehran, Tehran, Iran. [In Persian]

22. Pourafkari, N., Kalantari, S., Naghdi, A. (1380/2001). Expanding urbanization and events followed by it (Iran case). *Journal of Population*, (39&40), 1-34. [In Persian]
23. Rahmani Fazli, A. & Parishan, M. (1389/2010). Structural-functional development of rural areas (Case study: Kanisur city in the Baneh county). *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 9(12), 128-121. [In Persian]
24. Rahmani Firoozjah, A. & Sohrab, S. (1390/2011). The relationship between lifestyle and religiosity of Ibn Khaldun. *Journal of Science & Religion Researches*, 2(1), 32-17. [In Persian]
25. Rasouli, M. (1382/2003). Study of the lifestyle Indicators in television commercials. *Journal of Social Sciences*, 7(23), 125-142. [In Persian]
26. Rastegar, Y. (1385/2006). *A sociological study of the factors affecting the lifestyle of young people (Case study: Shiraz city)*. Unpublished master's thesis, Isfahan University, Isfahan, Iran. [In Persian]
27. Razavizadeh, N. (1383/2004). *The effect of communication on the willingness to change lifestyle in rural community*. Unpublished doctoral dissertation, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. [In Persian]
28. Sarayi, M. H. & Eskandari Sani, M. (1387/2008). Become large villages to small towns and their role in the regional balance (Case study: Rivash city of Kashmar). *Journal of Geography and Development*, (10), 182-165. [In Persian]
29. Shayan, S, Zarnaghi, M, & Taherkhani, M. (1384/2005). Study the relationship between city and rural and its role in economic change, social and cultural rural areas (Case study: Harris city). *Journal of Geography Education*, 19(67), 9-3. [In Persian]
30. Statistical Center of Iran. (1392/2013a). *Personal villages of Iran*. Tehran, Iran: SCI Publication. [In Persian]
31. Statistical Center of Iran. (1392/2013b). *Provincial results of the general census of population and housing 1957-2012 years*. Tehran, Iran: SCI Publication. [In Persian]
32. Statistical Center of Iran. (1392/2013c). *Statistical yearbook of Khorasan Razavi*. Tehran, Iran: SCI Publication. [In Persian]
33. Taherkhani, M. (2000). Changing large villages to the city, look to a policy. *Journal of Municipalities*, (5), 21-18. [In Persian]
34. Tavakol, M. (2005). Generation gap in macro-sociological approaches to study and review historical generation approaches and emphasis on Mannheim and Bourdieu theories, *Journal of Social Sciences*, (27), 15-25. [In Persian]
35. Weber, M. (1995). *Economy and society*. (M. Torabinezhad, Trans.), Tehran, Iran: Movla Publication. [In Persian]
36. Wei, R., (2006). Lifestyle and new media: Adaption use of wireless communication technologies in china. *Journal of New Media Society*, (6), 991-1008.
37. Wilson, T.C., (1993). Urbanism and kinship bonds: A test of four generalizations. *Journal of Social Force* 71(3), 703-712.
38. Zolfaqari, M. (2012). *Cultural and economic factors on people's life style and consuming Pattern (Case study: North, centre and south areas of Tehran city)*. Unpublished master's thesis, Roudhen Brach, Islamic Azad University, Roudhen, Iran. [In Persian]

Study of Effective Factors on the Lifestyle in Iran Rural Areas (Case Study: Rural Areas of Khaf and Roshtkhar Counties)

Mahdi Yousefnia*¹ – Mansour Haghghatian²

1- Ph.D. in Economical and Development Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran.

2- Associate Prof. in Social Science, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran.

Received: 26 November 2015

Accepted: 20 February 2016

Extended abstract

1. INTRODUCTION

Today, villages with the notion of changes by particular social, cultural and economic factors. Sum of these factors influence on the living style of residences in these areas, and at the end, they make a new life style. According to the given information, the main purpose of this research is to investigate the impacts of social, cultural, and economic factors on the resident's life style in rural areas in Iran.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

The topic of life style is considered by many sociologists in the recent decades. Ibn-Khaldun presents two views of rural and urbanization on the basis of life style and in general, he believes that the major reason of the difference between them is geographical environment and life style. "We must know that different costumes and life styles of nations is due to the difference in their economic". Veblen believes in distinction and imitation. According to him, the first-class people reach to a normal power through demonstrating consumption and make themselves as a society pattern. The subordinate social groups try to set themselves with the first-class patterns. In Weber's opinion, different types of fashions are derived from different life styles by which they are accepted or rejected. Each life style has its own rules including fashion. "Rules are called fashion when freshness of the mentioned behavior is on the basis of action. In Bourdieu's theory, life style which is including classified practices and individual classifier in the fields such as day and night time division, type of sport and entertainments, communication method, furniture, speech and walking rules, are identified by the individuals' preferences. On the basis of Bourdieu's theory, villages and cities are different in life style. In Giddens's opinion life style becomes routine actions, those which are seen in clothe, food, job, a favorite place to meet others. Every decision that a person makes (what to wear, to eat, how to work, whom to meet), helps them to determine and set the routines.

Cheney believes that annalists not only should consider dieting, leisure time or gender norms, but they need to know cultural meaning of different kinds of a change. Life styles also are kinds of social life that change during the time.

3. METHODOLOGY

The present paper is a correlate-descriptive study. The researcher has used documentary and measurement methods and the questionnaire for the data collection. A statistical society there are three villages named Baghcheh and Hezarkhosheh (in Khaf) and Janatabad (in Roshtkhar). The data from Statistic Centre of Iran in census 2011 shows that these three villages have had total population of 3304. Viewing a statistical society, sample bulk of the present study is on the basis of findings has concluded from Cochran sampling formula equal to 150 individuals and then by sharing method, has divided among the mentioned villages.

4. DISCUSSION

Considering the speed of social, cultural and economic changes, the present study has attempted to recognize the impact of social, cultural and economic factors on people's life style whose. According to the theories exist in rural sociology literature, the events followed by this change is shown in different forms such as social, cultural and economic factors. Thus, these factors effect on people's life style that live in these areas and the relation between them is significant.

5- CONCLUSION

The results of study for the case of effective factors on people's life style whose villages are totally the same as previous researchers' results, for example, Taherkhani (2008), Pourafkari, Kalantari and Naghdi (2002), Nouriyani Shadabad (2004), Jamshidi (2005), Saraei and colleagues (2007), Rahmani Fazli and colleagues (2008), Pouhamrang (2008), Navabakhsh and Fathi (2010), NezamZade Ezhieh (2011), Firouznia and colleagues (2011), Haghghatian (2012), Shayan, Mardi and Taherkhani (2004), Rastegar (2005), Fazeli (2008), Mohammadpour and Rezaei

(2009), Chouli Mahmoud Abadi (2011), GhasemiPakrou (2012), and Wilson(2014). However, the results are not similar to the researchers' result such as Rahmani and Sohrabi (2011), Chavoshian (2002), Karimi and Colleagues (2012). In sum, considering the present theoretical literature and data analysis, it can be concluded that technology has brought up major changes for modern human beings in their life, feelings, thoughts, living style, and culture. Increasing media consumption in the form of newspapers, television, internet, satellite, book, video and etc, are inseparable part of daily life. Media activities, radio and also spreading of the roads which cause relation with other areas to develop are one of the primary changes in the pattern and communications of rural areas have changed to a city. TV and radio keep advertising messages regarding urban culture and informing urban life style for the new cities. Asphalted high ways along with the

spreading of applying private and local vehicles in these areas, give people more opportunity to communicate face to face with around cities. Rural areas where have changed to urban in Iran, are in the period of socio-cultural changes that experience a progressing movement of traditional life style towards modern one due to having modern world technology and also suitable communication facilities. This change and movement is the result of social, cultural and economic factors that one of them is entrance of modern facilities and on top of them is communication foundation. These changes are developing more in rural areas where has become an urban rather than other place so that it can be named "urbanization of a village".

Key words: Lifestyle, consumption of media, social participation, Khaf County, Roshtkhar County.

How to cite this article:

Yousefnia, M. & Haghghatian, M. (2017). Study of effective factors on the lifestyle in iran rural areas (Case study: Rural areas of Khaf and Roshtkhar Counties). *Journal of Research & Rural Planning*, 5(4), 47-59.

URL <http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.51750>

ISSN: 2322-2514 eISSN: 2383-2495