

عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر پایبندی به سبک زندگی اسلامی در میان دانشجویان دانشگاه کاشان

اسداله بابایی فرد*

چکیده

امروزه ما در زمینه پایبندی به سبک زندگی اسلامی، در معنای واقعی آن، شاهد برخی پارادوکسها و چالشهای بنیادی هستیم. برای پاسخ گویی به چرایی چنین پارادوکسها و چالشهایی نیازمند بررسیهای نظری و تجربی گسترده هستیم. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه کاشان بوده است. روش این پژوهش از نوع روش پیمایشی و جمعیت نمونه آن ۳۲۹ نفر بوده است. در این پژوهش از روش نمونه گیری طبقه‌ای استفاده شده است. آزمونهای رابطه میان پایبندی به سبک زندگی اسلامی و ویژگیهای عمومی پاسخ گویان نشان دادند که: محل تولد، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی، قومیت و مذهب ارتباطی با میزان پایبندی به سبک زندگی اسلامی نداشته‌اند. در آزمون فرضیات پژوهش نیز نتایج زیر به دست آمد: ۱. بین متغیرهای پایگاه اقتصادی-اجتماعی، سن، وضعیت تحصیلی و جمعیت خانوار پاسخ گویان و میزان پایبندی به سبک زندگی اسلامی در میان آنها رابطه معنادار وجود ندارد؛ ۲. متغیرهای امکانات فرهنگی، عملکرد گروه مرجع جهانی و گذران اوقات فراغت تأثیر معنادار در پایبندی دانشجویان به سبک زندگی اسلامی ندارند؛ ۳. بین متغیرهای عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده، سرمایه فرهنگی، عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه، سرمایه اجتماعی، عملکرد گروه دوستان در زمینه تربیتی و فرهنگی، عملکرد گروه مرجع ایرانی و عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی با متغیر پایبندی به سبک زندگی اسلامی رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد؛ ۴. متغیر عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی تأثیر معنادار و معکوس در پایبندی به سبک زندگی اسلامی دارد. در پایان پژوهش نیز راهکارهایی برای رویارویی با چالشهای پایبندی به سبک زندگی اسلامی ارائه شده است. **واژگان کلیدی:** عملکرد تربیتی خانواده، عملکرد تربیتی دانشگاه، عملکرد گروه‌های مرجع، عملکرد رسانه‌های ارتباطی، پایبندی به سبک زندگی اسلامی.

۱. طرح و بیان موضوع

امروزه پژوهشگران حوزه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی مفهوم سبک زندگی را برای بیان پاره‌ای از واقعیت‌های فرهنگی جامعه به کار می‌برند و دامنه به‌کارگیری آن در ادبیات علوم اجتماعی و مطالعات فرهنگی رواج زیادی یافته است، تا حدی که بعضی معتقدند که این مفهوم قابلیت جانشینی بسیاری از واژگان موجود، از جمله مفهوم طبقه، را داراست و می‌تواند به‌نحو دقیق‌تری، گویای واقعیت پیچیده رفتارها و حتی نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی در جامعه امروز باشد سبک زندگی حاکی از مجموعه عوامل و عناصری است که کم و بیش به‌طور نظام‌مند با هم ارتباط داشته و یک شاکله کلی فرهنگی و اجتماعی را پدید می‌آورند (مهدوی‌کنی، ۱۳۸۷ الف، ص ۲۰۸).

سبک زندگی به‌عنوان مجموعه در هم تنیده‌ای از الگوهای رفتاری فردی و اجتماعی، برآمده از نظام معنایی متمایزی است که یک فرهنگ در یک جامعه انسانی ایجاد می‌کند؛ و از آنجایی که هیچ‌کدام از جوامع بشری را نمی‌توان عاری از فرهنگ تصور کرد، بنابراین، می‌توان گفت تمام اجتماعات انسانی، از ابتدای تاریخ تاکنون، دارای سبک زندگی خاص خود بوده و از الگوهای رفتاری متناسب با شاخص‌های فرهنگی خود برخوردار بوده‌اند. به‌زعم دانشمندان علوم اجتماعی، در یک قرن گذشته، شرایط جدید کار، تولید، انباشتگی کالاهای مصرفی و همچنین فراهم آمدن زمان فراغت بیش‌تر برای بخش زیادی از اقشار جامعه، نشانه‌ای از تحول عمیق اجتماعی و فرهنگی بوده و این شرایط نوین، الگوهای رفتاری تازه‌ای را می‌طلبد که می‌توان آنها را در قالب عنوان کلی سبک زندگی مورد بررسی قرار داد. حاصل این رویکرد نیز، خواسته یا ناخواسته، تلاشی گسترده برای معرفی، ترویج و تثبیت سبک خاصی از زندگی خواهد بود که خاستگاه آن، فرهنگ غربی و بنیان‌های معرفتی آن است. روشن است که پذیرش منفعلانه این‌گونه از الگوهای رفتاری، برای جوامع مسلمان که خود در پرتو آموزه‌های اسلامی، توانایی تعریف و ترسیم سبک زندگی دینی و تبیین الگوهای متناسب با آن را دارند، شایسته نبوده و باید به اقتضای فرهنگ دینی خود، به سبک زندگی اسلامی روی آورند.

با توجه به اینکه در فرایند رویارویی فرهنگ جامعه ما با فرهنگ‌های بیگانه، ما دچار چالش‌های بنیادی، به‌ویژه در زمینه سبک زندگی شده‌ایم، این پژوهش قصد آن دارد وضعیت پایندی به سبک زندگی اسلامی و عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن در میان دانشجویان دانشگاه کاشان را بررسی کند. این پژوهش، به‌ویژه در بخش تجربی، بررسی رابطه بین ویژگی‌های عمومی پاسخ‌گویان، همچون محل تولد، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال و محل سکونت و متغیرهای پایگاه اقتصادی-اجتماعی، عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده، عملکرد تربیتی و

فرهنگی دانشگاه، برخورداری از امکانات رفاهی و فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، عملکرد گروه دوستان در زمینه تربیتی و فرهنگی، عملکرد گروه مرجع ایرانی، عملکرد گروه مرجع جهانی، گذران اوقات فراغت، عملکرد رسانه‌های ارتباطی داخلی و عملکرد رسانه‌های ارتباطی جهانی و سبک زندگی اسلامی را دنبال می‌کند.

۲. اهمیت موضوع و ضرورت پژوهش

تا کنون سؤالات زیادی در مورد ابعاد و ویژگی‌های سبک زندگی مطرح شده و صاحب‌نظران مختلف هر یک به فراخور رویکردهای ویژه خود، پاسخ‌های متنوعی را در این خصوص ارائه کرده‌اند. پرسش‌هایی از قبیل اینکه آیا سبک زندگی به رفتارهای مشاهده‌پذیر و عینی اطلاق می‌شود، یا ارزش‌ها و نگرش‌های افراد جامعه را نیز در برمی‌گیرد؟ آیا شکل‌دهی به سبک زندگی اعضای جامعه به صورت تجویزی (از بالا به پایین) امکان‌پذیر است یا تولید و تداوم سبک‌های زندگی به گونه‌ای خودانگیخته (از پایین به بالا) صورت می‌پذیرد؟ با وجود پیچیدگی‌های انسان معاصر و احتمال وجود تمایلات و رفتارهای ناهماهنگ و بعضاً متعارض، حتی در یک فرد، چگونه می‌توان یک الگوی سبک زندگی مطلوب برای تمامی اعضای جامعه در نظر گرفت؟

جامعه ایران یک جامعه دینی و اسلامی است، با این حال، آن‌چنان‌که بایسته و شایسته است مردم ما براساس سبک زندگی اسلامی، زندگی خود را تنظیم نمی‌کنند. به‌طورکلی، بعد از انقلاب اسلامی مسئله دین و دینداری افراد جامعه به یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های مسئولان و دستگاه‌های مختلف فرهنگی کشور تبدیل شده است. پیمایش‌های ملی مختلف پیرامون وضعیت دینداری ایرانیان، که توسط مراجع مهم فرهنگی، مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انجام شده‌اند، گواه وجود چنین دغدغه‌ای است (طالبان، ۱۳۸۸). داده‌های برخی پژوهش‌های تجربی، به‌ویژه پیمایش‌های ملی سال‌های اخیر، نشان‌دهنده بروز برخی چالش‌ها در زمینه دینداری و پایبندی به سبک زندگی دینی در میان ایرانیان است. مثلاً راوودراد پژوهشی تحت عنوان نقش برنامه‌های دینی و غیردینی تلویزیون در افزایش یا کاهش دینداری نشان می‌دهد که برنامه‌های دینی تلویزیون، برخلاف اهداف خود عمل کرده و نه تنها مخاطب را دیندار نمی‌کنند، بلکه ناخواسته وی را از دین مورد تبلیغ خود دل‌زده کرده و دور می‌کند. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که دو نوع برنامه‌های مستقیم دینی و برنامه‌های صرفاً سرگرم‌کننده غیردینی، چگونه به‌رغم تضاد ظاهری که با هم دارند، کارکرد یکسانی یافته و در جهت عرفی‌سازی یا بیرون راندن دین از عرصه زندگی عمل می‌کنند (راوودراد، ۱۳۸۸). همچنین نتایج مطالعات ده سال اخیر به کاهش دینداری و هویت دینی جوانان

ایرانی اشاره داشته‌اند (میرفردی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۲). رضادوست و همکاران (۱۳۹۰) نیز در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی برخی از عوامل مؤثر بر میزان دینداری؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز» نشان می‌دهند که سکولار شدن تأثیر معنادار و معکوس بر میزان دینداری دانشجویان داشته است.

اسلام به لحاظ تاریخی نشان داده است که قابلیت‌های مهمی برای رفاه و سعادت بشری دارد، و ایجاد تمدن و فرهنگ درخشان اسلامی طی قرون متمادی شاهدهی بر این مدعای ماست. روزگاری جهان اسلام بر بخش مهمی از جهان در ابعاد مختلف دارای فرمانروایی بود و جهانیان از آموزه‌های سازنده اسلامی در زندگی فردی و اجتماعی خود استفاده می‌کردند، اما امروزه، به‌ویژه با سیطره یافتن الگوهای فکری و فرهنگی مدرن، به‌ویژه غربی، سبک زندگی اسلامی در بخش مهمی از جهان اسلام تحت الشعاع قرار گرفته است. البته، اسلام همچنان دارای قابلیت‌های ذاتی خود است و تمامی انسان‌ها، به‌ویژه مسلمانان، همچنان می‌توانند از آموزه‌ها و رهنمودهای اسلام برای نظم و نسق دادن به زندگی فردی و اجتماعی خود استفاده کنند، به شرط آنکه در این زمینه فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌رو در زمینه سبک زندگی اسلامی در جامعه - هم به لحاظ نظری و هم به لحاظ تجربی - مورد بررسی و شناسایی قرار گرفته و سپس براساس نظریات کارشناسانه و علمی در راستای تقویت نقاط قوت و زدودن نقاط ضعف و کاستی‌ها عمل شود. این پژوهش، و پژوهش‌های مشابه دیگر، نیز، با چنین دغدغه‌هایی و در همین راستا، درصدد هستند چالش‌ها و فرصت‌های سبک زندگی اسلامی در جامعه را مورد بررسی قرار داده، و پس از شناسایی واقعیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌رو در این زمینه، راهکارهای اجرایی و عملیاتی مناسب جهت برطرف کردن کاستی‌ها یا رویارویی با چالش‌های موجود در زمینه سبک زندگی اسلامی و ترویج و همگانی کردن آن در جامعه آماری پژوهش ارائه دهد.

۳. پیشینه تجربی پژوهش در جهان و ایران

اساساً در زمینه سبک زندگی اسلامی پژوهش تجربی خاصی، چه در ایران و چه در سطح جهان، وجود ندارد. با این حال، برخی از پژوهش‌های نظری و تجربی را که در ایران و جهان در حوزه جامعه‌شناسی درباره سبک زندگی انجام شده‌اند، به‌طور مختصر بیان می‌کنیم. اینزو و ایردلی سبک زندگی را در قالب تلاش‌های فردی مورد بررسی قرار داده‌اند (اینزو و ایردلی، به نقل از: مهدوی‌کنی، ۱۳۸۷ ب). پارسونز، در کتاب مشهور خود نظام اجتماعی، جنبه‌هایی از سبک زندگی را مطرح می‌کند که ناشی از فناوری مدرن است و در آن روزها سبک زندگی افراد را نشان می‌دهد

است (پارسونز، ۱۹۶۴، ص ۵۱۵). لوید وارنر، افزون بر نحوه گذران اوقات فراغت و تفریحات و سلیقه‌های ورزشی، به تفاوت‌های دینی و چشم‌اندازهای اخلاقی، ارزش‌های سیاسی، الگوهای زندگی خانوادگی، روابط زناشویی و تربیت کودک در تحقیقات خود اشاره کرده است (برون، ابرین و دیگران، به نقل از: ون فوسن، ۱۹۷۹، ص ۱۵).

در میان پژوهش‌های تجربی در ایران، آزادآرمکی و شالچی در پژوهش خود به بررسی سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ منطقه سه تهران پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در فضای اجتماعی کافی‌شاپ ویژگی‌های سبک زندگی پسامدرن، از قبیل مد و سلیقه تقاطعی، تعامل امر محلی و جهانی، اهمیت سرگرمی و مصرف و نقش حیاتی لذت دیده می‌شود (آزادآرمکی و شالچی، ۱۳۸۴). فکوهی در مطالعه‌ای تحت عنوان خرده فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی معتقد است جهانی شدن، روند متناقض مدرنیته را تشدید کرده و آن را درون فرایندی متقابل از همگن‌سازی‌ها و ناهمگن‌سازی‌های هویتی و جماعتی وارد کرده است (فکوهی، ۱۳۸۷).

فاضلی در پژوهش خود با نام تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی، به بررسی این مسئله می‌پردازد که میزان مصرف فرهنگی دانشجویان در شرایط فعلی تا چه اندازه قادر است آنها را برای ایفای نقش شهروندانی آگاه و مشارکت‌جو آماده کند (فاضلی، ۱۳۸۶). رحمت‌آبادی و آقابخشی در پژوهش خود تحت عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان» این عقیده را مطرح می‌کنند که شناسایی هویت‌های اجتماعی تلاشی است برای تحلیل الگوهای تکرارپذیر، کنش‌ها و نگرش‌های گروهی هویت اجتماعی (رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵، ص ۲۳۵). ابوالحسن تنهایی و خرمی در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه جامعه‌شناختی باورهای دینی و سبک زندگی»، به بررسی رابطه باورهای دینی با سبک زندگی در شهر کرمانشاه پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که افراد در موقعیت جلو صحنه جنبه‌ای از خود را به نمایش می‌گذارند که مورد پذیرش دیگران و فرهنگ موجود جامعه باشد. در موقعیت پشت صحنه افراد از آزادی عمل بیش‌تری برخوردارند؛ زیرا تحت نظارت هنجارها و قوانین جامعه نیستند و برای حفظ منزلت اجتماعی‌شان نقشی را ایفا نمی‌کنند، و بنابراین به میزان بیش‌تری به خود واقعی‌شان نزدیک می‌شوند، در حالی که در موقعیت جلو صحنه افراد بیش‌تر خود اجتماعی شده‌شان را به نمایش می‌گذارند (تنهایی و خرمی، ۱۳۸۸).

پژوهشی تحت عنوان «وضعیت پایداری سبک زندگی اسلامی در شهر همدان و عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن» در سال ۱۳۹۳ توسط بابایی فرد و حیدریان انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل جمعیت فعال (۱۵-۶۵ سال) شهر همدان در سال ۱۳۹۳ بوده است.

با استفاده از فرمول نمونه‌گیری تعدیل شده کوکران تعداد ۴۶۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، متناسب با حجم خوشه‌ها، افراد مورد مطالعه انتخاب شده است. یافته‌های عملیات رگرسیونی در پژوهش مذکور نشان دادند که از میان یازده متغیر مستقلی که دارای رابطه معنادار با متغیر وابسته پژوهش بوده‌اند، پنج متغیر، یعنی دین‌داری، هویت اجتماعی، سن، عملکرد تربیتی و فرهنگی نهادهای آموزشی و عملکرد گروه دوستان در زمینه تربیتی و فرهنگی بر متغیر وابسته پژوهش دارای تأثیر بوده‌اند (بابایی فرد، ۱۳۹۳).

در حوزه سبک زندگی اسلامی پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه سبک زندگی اسلامی با سلامت اجتماعی مردم شهر یزد» توسط افشانی و همکاران وی در سال ۱۳۹۳ انجام شده است. در این پژوهش، که به روش پیمایشی انجام شده، ۳۸۴ نفر از ساکنان مناطق سه‌گانه شهر یزد با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای متناسب انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها مقیاس سبک زندگی اسلامی کاویانی و سلامت اجتماعی کبیر بوده است. نتایج این پژوهش نشان داد که میانگین سلامت اجتماعی به‌طور معناداری در بین مردان بیشتر از زنان و در بین افراد متأهل بیشتر از افراد مجرد است. همچنین، میانگین نمرات سبک زندگی اسلامی در زنان به‌طور معناداری بیشتر از مردان بوده است. همچنین، بین پایداری به سبک زندگی اسلامی و سلامت اجتماعی و ابعاد آن رابطه معنادار و مستقیم وجود داشته است (افشانی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۸۳-۱۰۳).

در زمینه سبک زندگی اسلامی پژوهش دیگری تحت عنوان «بررسی رابطه سبک زندگی اسلامی با سلامت روان زنان هیئت علمی دانشگاه‌های شهر تهران» توسط قربانی و همکاران وی در سال ۱۳۹۶ انجام شده است. روش مطالعه در این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بوده که در آن ۱۱۰ نفر از زنان هیئت علمی به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی از ۳ دانشگاه (دانشگاه شهید بهشتی، دانشگاه الزهراء علیها السلام و دانشگاه تربیت مدرس) انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه‌های سبک زندگی اسلامی کاویانی و سلامت عمومی گلدبرگ بوده است. یافته‌های این پژوهش نشان دادند که بین سبک زندگی اسلامی و نمره سلامت روان زنان هیئت علمی رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که متغیرهای سبک زندگی اسلامی ۲۵ درصد توانایی پیش‌بینی سلامت روان را دارند و از بین شاخص‌های سبک زندگی اسلامی، دو شاخص اخلاقی و عبادی بیشترین تأثیر را بر سلامت روان داشته‌اند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۶۱-۷۸).

۴. مبانی و چهارچوب نظری پژوهش

۴-۱. چهارچوب نظری سبک زندگی

در زبان‌های مختلف از ترکیب سبک زندگی،^۱ به شکل‌های گوناگون یاد شده است. سبک زندگی از آغاز قرن بیستم توجه اندیشمندان مختلف را جلب کرد، آنگاه که برخی از صاحب‌نظران به این نتیجه رسیدند که ایده مارکس مبنی بر قشربندی^۲ جامعه براساس طبقه،^۳ قدرت توضیح همه تحولات اجتماعی و رفتارهای انسان‌ها را ندارند. ویر منزلت اجتماعی^۴ را به‌عنوان شاخص قشربندی جامعه، جایگزین طبقه معرفی کرد، که مبنای مطالعات بعدی، به‌خصوص از سوی جامعه‌شناسان، قرار گرفت (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ص ۵-۱۱؛ مهدوی‌کنی، ۱۳۸۷، ص ۱۵-۱۷). در دهه‌های اولیه بحث بر سر مفهوم سبک زندگی، آدلر با دیدگاهی روان‌شناختی، تعریفی از سبک زندگی ارائه داد که مبتنی بر فرد به‌عنوان پدیده‌ای واحد و کامل بود؛ اما جامعه‌شناسان غالباً با تلقی فردی نسبت به مفهوم سبک زندگی مخالف بودند. با این حال، از دهه ۱۹۸۰م، ایده فردی بودن سبک زندگی، این بار با تکیه بر ویژگی‌های زندگی در وضعیت پست‌مدرن برجسته شده است (آدلر، ۱۹۵۶؛ بل و هالووز،^۵ ۲۰۰۵، ص ۸؛ بل و هالووز، ۲۰۰۶؛ بندیکتر، ۲۰۱۱، ص ۳-۱۷؛ ویل، ۲۰۰۵، ص ۴-۶). در سال‌های اخیر، پژوهشگران و صاحب‌نظران حوزه مطالعات فرهنگی،^۶ تمرکز مطالعات سبک زندگی را از قدرت و ثروت، بر فرهنگ و تحولات فرهنگی-اجتماعی متمایل کردند.

برخی منتقدان، تغییر و تحولات سبک زندگی را فرایندی همیشگی تلقی می‌کنند و مرزبندی مشخص دوره‌ها و تحولات مربوط به سبک زندگی را نادرست می‌دانند (رضوی‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۲۲). در دهه ۱۹۹۰م، مطالعات سبک زندگی به حوزه‌ای بین‌رشته‌ای تبدیل شد و با نظرگاه‌های متفاوت بررسی شد. همچنین از دهه ۱۹۹۰م، بحث‌ها در خصوص جهانی شدن^۷ و آثار آن گسترش یافت. به نظر می‌رسد جهانی شدن، از یک سو، به یکسان‌سازی فرهنگی تمایل دارد، و، از سوی دیگر، به شبکه درهم تنیده‌ای از عادت‌های فرهنگی متفاوت در جوامع ناهم‌ساز نزدیک شده است. آنچه با عنوان سبک زندگی جهانی نامیده می‌شود، ناخودآگاه الگوها و مدل‌های زندگی غربی،

1. Life Style.

2. Stratification.

3. Class.

4. Social Status.

5. Bell & Hollows.

6. Cultural Studies.

7. Globalization.

به‌خصوص سبک زندگی نمایش داده‌شده در رسانه‌های غربی جهانی‌شده، را به ذهن متبادر می‌کند. تلاش غرب در گسترش این فرهنگ، برخی فرهنگ‌های غیرغربی و خرده‌فرهنگ‌ها را به فاصله گرفتن از این فرهنگ مسلط و حفظ و تقویت هویت و ارزش‌های خود واداشته است.

۱. تورشتاین وبلن: سبک زندگی و منزلت: اگرچه وبلن^۱ مستقیماً درباره سبک زندگی صحبت نکرده است؛ اما این ایده را مطرح کرده که داشتن سبکی خاص به معنای چیزی بیش‌تر از علایق خاص فراغت است. به نظر وی، ثروت مهم‌ترین عامل کسب منزلت است که باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمود آن مصرف نظاهری و نمایشی است (کوزر، ۱۳۷۷، ص ۳۶۱-۳۶۲). مبنای تحلیل وبلن از سبک زندگی بررسی سبک زندگی طبقه متوسط آمریکایی بوده است که وبلن آن را مبتنی بر مصرف نمایشی می‌داند. در مجموع، وبلن می‌خواهد نشان دهد که امروزه این‌گونه سبک زندگی در حال اشاعه به بخش‌ها و طبقات دیگر جامعه است، وضعیتی که به لحاظ اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی می‌تواند پدیدآورنده برخی آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی مهم برای جامعه باشد.

۲. جورج زیمل: مد و سبک زندگی: زیمل^۲ در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه مدرن، بر مقوله‌ای همچون مد تأکید دارد. به نظر زیمل، در کلان‌شهرها، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد برای خود بسازد (باکاک، ۱۳۸۱، ص ۲۶). به نظر زیمل، اگرچه دنیای مدرن منجر به آزادی فرد از اسارت شده؛ اما خود محدودیت‌هایی را برای فرد ایجاد کرده است، به‌نحوی که افراد برای حفظ آزادی خود به پدیده‌هایی چون مد پناه می‌برند تا به واسطه آن هویت خود را تعریف کنند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۷، ص ۵۶؛ مختاری و نظری، ۱۳۸۹، ص ۱۱۶-۱۱۷).

۳. ماکس وبر: سبک زندگی و گروه منزلتی: ماکس وبر^۳ در بحث طبقه، ایده مارکس مبتنی بر تمایز طبقات اجتماعی بر مبنای تولید را می‌پذیرد؛ اما مفهوم مصرف را نیز به آن می‌افزاید (سوبل، ۱۹۸۱، ص ۲۸). وبر در نقد یا تکمله‌ای بر مارکسیسم، با نقد تلقی رابطه یک‌سویه میان جایگاه طبقاتی و تفکرات و شیوه‌های زندگی، چشم‌انداز گسترده‌ای را در مطالعات سبک زندگی گشود (وبر، ۱۳۸۳، ص ۲۱۴).

۴. پیر بوردیو: سبک زندگی و تمایز: اگر مارکس طبقه را صرفاً اقتصادی می‌دید، پیر بوردیو^۴ بر مبنای سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، طبقه را تشریح می‌کند (شالچی، ۱۳۸۶،

1. Thorstein Veblen.

2. Georg Simmel (1918-1858).

3. Max Weber (1920-1864).

4. Pierre Bourdieu (1991-1930).

ص ۱۰۰). بورديو در کتاب تمایز به نقادی دیدگاه طبقاتی با محوریت اقتصاد پرداخته است (بورديو، ۱۹۸۴، ص ۸؛ بورديو، ۱۷۲؛ ریتزر، ۱۳۷۷، ص ۷۲۲؛ فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۴۲؛ مک‌رابی، ۲۰۰۷، ص ۶).

۵. آنتونی گیدنز: سبک زندگی بازتابی: به نظر گیدنز،^۱ با جهانی شدن فزاینده رسانه‌های ارتباط جمعی، وجود و عملکرد محافل و سازمان‌های متعدد و گوناگونی در هر زمینه به گوش می‌رسد و همین اطلاعات راه‌های تازه‌ای برای انتخاب در برابر شخص می‌گشاید (خوشنویس، ۱۳۸۹، ص ۷۳؛ گیدنز، ۱۳۸۲، ص ۱۴-۱۸). به گفته گیدنز، پدیده جهانی شدن تمامی نهادهای اجتماعی جوامع مدرن، همچون آموزش و پرورش، خانواده، سیاست، اقتصاد و دین، را دگرگون کرده است (گیدنز، ۱۳۸۰، ص ۳۲؛ نوبل، ۲۰۰۰، ص ۲۰۲-۲۰۳؛ کیبل و لودر، ۲۰۰۲، ص ۷۳-۷۴).

به‌طور کلی، نظریه‌های ارائه‌شده در بالا بر مقوله‌های مهمی همچون هویت اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، تأثیر گروه دوستان، گروه یا گروه‌های مرجع، عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی، عملکرد تربیتی و فرهنگی نهادهای اجتماعی بر سبک زندگی انسان‌ها متمرکز هستند (جنکینز، ۱۳۸۱). چنین نظریاتی را می‌توان به‌عنوان نظریات مبنا جهت تحلیل سبک زندگی، به‌ویژه سبک زندگی اسلامی استفاده کرد. به بیان دیگر، به نظر ما سبک زندگی، به‌طور اعم، و در پژوهش ما، سبک زندگی اسلامی، به‌طور اخص، متغیری است که به‌طور فزاینده‌ای از متغیرها و عواملی همچون گروه دوستان، گروه یا گروه‌های مرجع، عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی (داخلی و بین‌المللی)، عملکرد تربیتی و فرهنگی نهادهای اجتماعی (همچون خانواده، آموزش و پرورش، دانشگاه، نهادهای مذهبی) اثرپذیر است. بنا به چنین دلایلی، نظریاتی همچون نظریه‌های کنش و نظریه‌های رسانه‌ها، می‌توانند به‌عنوان چهارچوب‌هایی نظری برای بررسی و تحلیل موضوع سبک زندگی اسلامی مورد بررسی قرار گیرند. فرض یا پیش‌فرض بنیادی چنین نظریه‌هایی این است که هویت و فرهنگ افراد و جامعه در جریان کنش‌های متقابل اجتماعی با افراد، گروه‌ها و جوامع انسانی، و همچنین، کنش متقابل با رسانه‌ها و محصولات رسانه‌ای شکل می‌گیرند. به‌طور خاص، نظریه‌پردازان اخیر نقش رسانه‌های ارتباطی مدرن در شکل‌گیری پدیده جهانی شدن، و به‌تبع آن اثرگذاری رسانه‌ها، به‌ویژه در فرایند جهانی شدن، بر سبک زندگی مدرن، را به‌طور مفصل مورد بحث و بررسی قرار داده‌اند (بارنی، ۲۰۰۴؛ پک، ۱۹۹۵؛ هال، ۱۹۹۶؛ هلد و مک‌گرو، ۲۰۰۲؛ لکنر و بالی، ۲۰۰۳؛ عاملی، ۲۰۰۲؛ متیوز، ۲۰۰۰؛ محمدی، ۲۰۰۳؛ شهابی، ۲۰۰۶).

1. Anthony Giddens (1938).

۴-۲. چهارچوب نظری سبک زندگی اسلامی

اسلام در بعدهای فردی و اجتماعی زندگی انسان‌ها آموزه‌های تعیین‌کننده‌ای ارائه می‌دهد؛ به‌عنوان مثال، آموزه‌هایی پیرامون «تعقل، تفکر، تدبیر، آموزش و یادگیری از گهواره تا گور، نکوهش تنبلی و تأکید بر کار و تلاش، بهداشت فردی، نحوه تعامل انسان با هم‌نوعان، نرساندن ضرر به دیگران، روش خوردن و آشامیدن، لباس پوشیدن و آداب آراستگی، توجه به نوع و مقدار مصرف، انتخاب محل زندگی، امکانات لازم برای زندگی، مسافرت و آداب سفر، کیفیت خوابیدن و بیدار شدن و پرداختن به ابعادی نظیر صلۀ رحم، احترام به پدر و مادر و همسایه، تکریم اقشار مختلف، عیادت بیماران، مهمان‌نوازی، تکریم جهادگران و ایشارگران، تکریم علما، توجه به کودکان و تربیت فرزندان، نحوه برخورد با حیوانات، نحوه برخورد با محیط زیست و غیره» (مجلسی، ۱۳۸۳؛ جوادی‌آملی، ۱۳۹۱).

«در روایتی از حضرت علی (علیه السلام) آمده است که ایشان در پاسخ مردی که در مورد چیستی ایمان از ایشان پرسید، پاسخ دادند که: ایمان عبارت است از باور قلبی، اقرار به زبان و عمل به ارکان. از این سخن حضرت علی (علیه السلام) این‌گونه می‌توان استنباط کرد که پایبندی به دین و سبک زندگی دینی صرفاً در اقرار به زبان، یا حتی عمل به ارکان دین، خلاصه نمی‌شود؛ چه بسا کسانی که ممکن است برای حفظ وضع موجودشان یا کسب منافع مادی و دنیوی، به گونه‌ای ظاهری به مناسک دینی عمل کنند، اما اعتقاد عمیق قلبی به دین نداشته باشند. به تعبیر بزرگان دین اسلام، یکی از بزرگ‌ترین آفت‌ها و خطرات دین همانا در پیش گرفتن رویه‌ای، و به بیان دیگر، اشاعه دورویی، نفاق و ریاکاری در بین افراد جامعه، است. از این‌رو، پایبندی واقعی به سبک زندگی دینی و اسلامی مستلزم دارا بودن همان سه ویژگی مهم است که حضرت علی (علیه السلام) در بیان چیستی ایمان بیان کرده‌اند. در نتیجه، یکی از راهکارهای پایبندی واقعی به سبک زندگی اسلامی، درونی کردن دین و آموزه‌های دینی برای افراد جامعه، با به‌کار بستن مکانیسم‌های فکری و فرهنگی گوناگون، است. مادامی که افراد جامعه جهان‌بینی و ایدئولوژی خود را مبتنی بر جهان‌بینی و ایدئولوژی توحیدی نکنند، و بدتر از همه، رویکردی ابزاری به دین را در پیش گیرند، نمی‌توان پایبندی به سبک زندگی اسلامی را انتظار داشت» (بابایی فرد، ۱۳۹۳، ص ۴۱۷).

در زمینه سنجش سبک زندگی اسلامی پژوهشی تحت عنوان سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن توسط کاویانی انجام شده است. براساس دیدگاه کاویانی، سبک زندگی توصیف شرایط زندگی و عملکردهای روزانه هر فرد است و مجموعه‌ای است از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها در هر چیزی. اساساً سبک زندگی دربردارنده تمامی آن شیوه‌های رفتاری

و عملکردی است که قابل دیدن هستند. سبک زندگی شیوه نسبتاً ثابتی است که فرد به کمک آن به حل مسائل زندگی خود می‌پردازد و به اهدافش می‌رسد و مواردی مانند سبک نشستن و یا لباس پوشیدن و در بعد وسیع‌تر معنای زندگی، آیین زندگی، اخلاق و... را نیز در برمی‌گیرد. سبک زندگی یک تقسیم‌بندی کلی دارد که شامل سبک زندگی هنجاری و سبک زندگی تجویزی است. سبک زندگی هنجاری همان هنجارهای موجود در جامعه است؛ اما در سبک زندگی تجویزی یک مرجع در نظر گرفته می‌شود. در یک جامعه اسلامی ما نیازمند پیروی از آن‌گونه سبک زندگی هستیم که اسلام تجویز کرده است و در این زمینه قرآن، احادیث، روایات، و به‌ویژه سبک زندگی پیامبر اسلام ﷺ و امامان علیهم‌السلام بهترین الگو برای مسلمانان است. به گفته کاویانی، ضمن آنکه بهره‌گیری از ادبیات نظری سبک زندگی که توسط دانشمندان غربی مطرح شده می‌تواند راهگشای ما در زمینه پژوهش‌های مربوط به سبک زندگی اسلامی باشد؛ اما در این زمینه ساختن شاخص‌ها و ابزارهای سنجش مرتبط با سبک زندگی اسلامی یک ضرورت است. مسلماً در این زمینه می‌توان از مبانی نظری سبک زندگی که توسط دانشمندان غربی مطرح شده استفاده کرد، اما در ترسیم سبک زندگی مطلوب از نظر اسلام و سنجش شاخص‌های سبک زندگی اسلامی باید مبانی تربیتی اسلامی مورد نظر پژوهشگران این حوزه باشد (کاویانی، ۱۳۹۸).

شاخص‌ها و عناصر الگوی سبک زندگی اسلامی را به‌طورکلی در موارد زیر می‌توان برشمرد:

۱. الگوی تغذیه؛ ۲. الگوی کسب درآمد؛ ۳. الگوی مصرف؛ ۴. داشتن پوشش ساده در جامعه؛
۵. روابط اجتماعی و تعامل انسان با دیگران (حسین‌زاده فرمی، ۱۳۹۳، ص ۲۲-۲۵). بیستونی چهار عامل را مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی برمی‌شمارد. این اصول عبارت‌اند از: ۱. مهارت ارتباط با خدا؛ ۲. مهارت ارتباط با خود؛ ۳. مهارت ارتباط با مردم؛ ۴. مهارت ارتباط با محیط زیست (بیستونی، ۱۳۹۰، ص ۴). در این پژوهش ما برای ساختن شاخص سبک زندگی اسلامی، ابتدا مهم‌ترین ابعاد یا جنبه‌های سبک زندگی اسلامی، همچون زندگی خانوادگی، شیوه تربیت فرزندان، شیوه ارتباط با همسر و فرزندان، مصرف کالاهای مادی و فرهنگی، شیوه گذران اوقات فراغت، ارتباطات اجتماعی، چگونگی ارتباط و مرادده با همکاران و همسایگان، شیوه کسب و کار و چگونگی پایداری به ارزش‌ها و موازین شغلی و حرفه‌ای، شیوه برخورد با مردم در محیط‌های شغلی یا فضاهای اجتماعی، چگونگی پایداری به قوانین و مقررات حرفه‌ای و شغلی، چگونگی پایداری به قواعد، هنجارها و مقررات اجتماعی، رعایت حقوق دیگران در فضاهای اجتماعی و... را با توجه و تأکید بر معارف، آموزه‌ها و اصول اخلاقی و تربیتی اسلامی، مشخص کرده و برای هر کدام چند مؤلفه یا گویه انتخاب کرده، و در نهایت، شاخص سبک زندگی اسلامی را ساخته‌ایم.

۵. روش پژوهش

روش پژوهش در این پژوهش از نوع روش پیمایشی بوده و اطلاعات تحقیق با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه همراه با مصاحبه جمع‌آوری شده است. در این پژوهش برای تدوین پرسش‌نامه از چند منبع معتبر و موثق علمی و پژوهشی، همچون پژوهش‌های نظری و تجربی پیشین، نویسندگان، اساتید و صاحب‌نظران مطلع در حوزه سبک زندگی اسلامی، استفاده کرده‌ایم. ما در این زمینه از پژوهش‌های اسنادی-کتابخانه‌ای و همچنین پژوهش‌های تجربی مشابه یا نزدیک به موضوع پژوهش بهره گرفته‌ایم؛ سپس از طریق پیش‌آزمون اعتبار و پایایی پرسش‌نامه را مورد بررسی قرار داده‌ایم. با توجه به داده‌های پیش‌آزمون، اصلاحات لازم در پرسش‌نامه انجام شده و پرسش‌نامه اصلاح شده نهایی جهت گردآوری اطلاعات مورد استفاده قرار گرفته است.^۱

جامعه آماری این پژوهش عبارت است از دانشجویان شاغل به تحصیل دانشگاه کاشان در نیم سال دوم سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵. جمعیت نمونه این پژوهش نیز ۳۲۹ نفر بوده است. جامعه آماری پژوهش ۸۲۱۶ نفر بوده است. در این پژوهش به منظور تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. در این راستا، جهت تعیین تعداد کل نمونه، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شده است. در این پژوهش برای انتخاب موارد جهت پاسخ‌گویی، از ۱۲ دانشکده دانشگاه کاشان، یعنی دانشکده‌های علوم انسانی، ادبیات و زبان‌های خارجی، معماری و هنر، شیمی، مهندسی، فیزیک، منابع طبیعی و علوم زمین، علوم ریاضی، مهندسی مکانیک، برق و کامپیوتر، پردیس دانشگاهی و پردیس خواهران، به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده نمونه‌گیری انجام شد. در بخش آمار توصیفی، جداول یک بعدی و دو بعدی و تفاسیر آنها ارائه شده و در بخش آمار استنباطی، آزمون فرضیات پژوهش، سنجش رابطه بین متغیرهای پژوهش، در سطح سنجش فاصله‌ای، و سپس تحلیل چندمتغیره^۱ و تحلیل مسیر، با استفاده از آزمون رگرسیونی، انجام شده است. در تحلیل چندمتغیره و تحلیل مسیر از روش‌های رگرسیونی متناسب با اهداف پژوهش، به ویژه روش رگرسیونی گام‌به‌گام^۲ استفاده شده است. در این پژوهش جهت ساختن شاخص‌های پژوهش از پژوهش‌های پیشین نیز استفاده شده است؛ با این حال، از آنجا که موضوع پایندی به سبک زندگی اسلامی موضوعی است که طرح آن قدمت زیادی ندارد و آثار موجود در این زمینه غالباً مباحث نظری در قالب مقاله، و در حد معدودی کتاب، ارائه شده‌اند، از این رو پژوهش‌گر به ناچار از شاخص‌هایی ابداعی جهت شاخص‌سازی استفاده کرده است.

۱. مقادیر آلفای کرونباخ بین ۰/۷۰۳ (عملکرد رسانه‌های ارتباطی جهانی) و ۰/۹۲۷ (سبک زندگی اسلامی) بوده است.

1. Multivariate Analysis

2. Stepwise.

جدول ۱- ۱. شاخص‌های اصلی پژوهش و گویه‌های شاخص‌ها

پایگاه اقتصادی- اجتماعی
۱. تحصیلات پدر (یا خود پاسخگو)؛ ۲. تحصیلات مادر؛ ۳. وضعیت شغلی پدر (یا خود پاسخگو)؛ ۴. وضعیت شغلی مادر؛ ۵. درآمد ماهیانه پدر (یا خود پاسخگو)؛ ۶. درآمد ماهیانه مادر؛ ۷. قیمت تقریبی منزل مسکونی شخصی (یا خانوادگی) پاسخگو؛ ۸. قیمت تقریبی اتومبیل شخصی (یا خانوادگی) پاسخگو.
عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده
۱. پدر و مادر بیش‌ترین تأثیر را در جلوگیری من از دچار شدن به لغزش‌ها و انحرافات اخلاقی و رفتاری داشته‌اند؛ ۲. پدر و مادر در تعیین ارزش‌ها و باورهایم دارای نقش تعیین کننده‌ای بوده‌اند؛ ۳. هر گاه برایم یک مشکل فکری یا روحی پیش آید، برای حل آن به اولین کسانی که مراجعه می‌کنم پدر و مادر هستم؛ ۴. پدر و مادر همواره تلاش می‌کنند فرزندان سالم و مفید تحویل جامعه بدهند؛ ۵. پدر و مادر همواره تلاش می‌کنند فرزندان‌شان به ارزش‌ها و اصول دینی پایبند باشند؛ ۶. خانواده من در مورد استفاده درست از تلویزیون ماهواره‌ای و اینترنت، بر اعضای خود نظارت دارد؛ ۷. خانواده من یکی از بهترین پناهگاه‌های من در شرایط سخت زندگی‌ام است.
عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه
۱. استادان من نقش مهمی در پرورش فکری و شخصیت من داشته‌اند؛ ۲. شیوه‌های تربیتی استادان در پاسخ به نیازهای عقیدتی و عاطفی دانشجویان رضایت‌بخش است؛ ۳. استادان به خوبی به دانشجویان می‌آموزند که چگونه در جامعه و دنیای کنونی زندگی کنند؛ ۴. دانشگاه در زمینه تربیت اخلاقی دانشجویان بسیار خوب عمل می‌کند؛ ۵. دانشگاه به دانشجویان می‌آموزد که چگونه به هویت و فرهنگ خود پایبند باشند؛ ۶. به نظر من دانشگاه نقش مهمی در تقویت فرهنگ خودی در برابر هجوم فرهنگ‌های بیگانه دارد؛ ۷. دانشگاه‌های ما دارای قابلیت‌های کافی برای پرورش فکری و روانی دانشجویان هستند.
امکانات رفاهی و فرهنگی
۱. در مجموع، تا چه اندازه به لحاظ مالی و زمانی برای شما امکان استفاده از تئاتر یا سینما وجود دارد؟؛ ۲. تا چه اندازه امکان استفاده از برنامه‌های رادیو و تلویزیون برای شما وجود دارد؟؛ ۳. تا چه اندازه امکان استفاده از مجلات و روزنامه‌ها (هم به لحاظ هزینه و هم به لحاظ زمان) برای شما وجود دارد؟؛ ۴. تا چه حد در منزل به اینترنت دسترسی دارید و از آن استفاده می‌کنید؟؛ ۵. تا چه حد به فعالیت‌های تفریحی (گردش، مسافرت و...) می‌پردازید؟؛ ۶. امکانات آموزشی و کمک آموزشی در دسترس خود را تا چه حد کافی می‌دانید؟؛ ۷. وجود امکانات فرهنگی، همچون کتابخانه عمومی و فرهنگسرا، در محله خود را تا چه حد کافی می‌دانید؟
سرمایه اجتماعی
۱. به چه میزان در انتخابات ملی (مانند انتخابات ریاست جمهوری، مجلس و شوراها) شرکت می‌کنید؟؛ ۲. به چه میزان در طرح‌های ملی، مانند سرشماری‌ها، شرکت می‌کنید؟؛ ۳. در صورت داشتن توانایی، چقدر امکان دارد به سیل زدگان و زلزله‌زدگان کمک کنید؟؛ ۴. به چه میزان معتقدید آمارهای بیکاری، تورم، طلاق و... در تلویزیون درست هستند؟؛ ۵. به چه میزان همسایگان خود را قابل اعتماد می‌دانید و به آنها اعتماد می‌کنید؟؛ ۶. به چه میزان کاسب‌ها و فروشندگان را قابل اعتماد می‌دانید و به آنها اعتماد می‌کنید؟؛ ۷. به چه میزان ارتباط شما با اقوام و خویشاوندان‌تان خوب است؟؛ ۸. به چه میزان ارتباط شما با دوستان‌تان خوب است؟
سرمایه فرهنگی
۱. به‌طور میانگین، هر ماه چقدر به تئاتر یا سینما می‌روید؟؛ ۲. چه میزان کتاب در کتابخانه منزل خود دارید؟؛ ۳. میزان آشنایی شما با نرم‌افزارهای کامپیوتری چقدر است؟؛ ۴. چقدر از برنامه‌های علمی، آموزشی و فرهنگی رادیو و تلویزیون ایران استفاده می‌کنید؟؛ ۵. چقدر از برنامه‌های علمی، آموزشی و فرهنگی اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنید؟؛ ۶. اطلاعات ادبی خود را (شامل: شعر، رمان، قصه، تاریخ ادبیات و غیره) در چه سطحی ارزیابی می‌کنید؟؛ ۷. اطلاعات تاریخی خود را (شامل: تاریخ ایران و جهان) در چه سطحی ارزیابی می‌کنید؟
عملکرد گروه دوستان در زمینه تربیتی و فرهنگی
۱. دوستان شما به چه میزان به علم و دانش اهمیت می‌دهند و اهل مطالعه هستند؟؛ ۲. دوستان شما به چه میزان به ارزش‌ها و سنت‌های ایرانی پایبند هستند؟؛ ۳. دوستان شما به چه میزان به تاریخ و ادبیات ایران علاقه‌مند هستند؟؛ ۴. دوستان شما به چه میزان به ارزش‌ها و سنت‌های مذهبی پایبند هستند؟؛ ۵. دوستان شما به چه میزان اهل مدگرایی و پیروی از مد روز هستند؟؛ ۶. دوستان شما به چه میزان به پیشرفت شما در زمینه‌های مختلف کمک می‌کنند؟
عملکرد گروه مرجع ایرانی
۱. معلمان شما در دوران تحصیل در مدرسه؛ ۲. استادان دانشگاه شما؛ ۳. هنرپیشه‌ها و بازیگران تلویزیون و سینمای ایرانی؛ ۴. ورزشکاران یا قهرمانان ورزشی ایرانی؛ ۵. خواننده‌های ایرانی (خواننده‌های موسیقی سنتی یا پاپ)؛ ۶. شخصیت‌های سیاسی یا قهرمانان ملی تاریخ ایران؛ ۷. روحانیان و علمای دینی ایرانی؛ ۸. شخصیت‌های ادبی و نویسندگان ایران.

جدول ۲-۱. شاخص‌های اصلی پژوهش و گویه‌های شاخص‌ها

عملکرد گروه مرجع جهانی
۱. هنرپیشه‌ها و بازیگران تلویزیون و سینمای خارجی؛ ۲. ورزشکاران یا قهرمانان ورزشی خارجی؛ ۳. خواننده‌های خارجی (خواننده‌های موسیقی کلاسیک یا پاپ)؛ ۴. شخصیت‌های ادبی و نویسندگان خارجی، همچون گوته، لامارتین و...؛ ۵. روشنفکران خارجی؛ ۶. دانشمندان خارجی؛ ۷. قهرمانان ملی تاریخ جهان، همچون گاندی، ماندلا، چکوارا و...
گذران اوقات فراغت
۱. دیدن برنامه‌های تلویزیون ایران؛ ۲. دیدن برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای؛ ۳. تماشای فیلم‌های ویدئویی خانگی، سی. دی، دی. وی. و...؛ ۴. گوش دادن به موسیقی؛ ۵. رفتن به سینما یا تئاتر؛ ۶. مطالعه آزاد (شامل مطالعه کتاب، روزنامه و مجله)؛ ۷. استفاده از اینترنت؛ ۸. رفتن به مسافرت؛ ۹. رفتن به گردش و تفریح در اماکن تفریحی داخل شهر (مثل پارک یا اماکن دیدنی)؛ ۱۰. بازدید از نمایشگاه، موزه و جشنواره.
عملکرد رسانه‌های ارتباطی داخلی
۱. من از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی ایرانی، که مربوط به پرورش فکری مردم جامعه هستند، رضایت دارم؛ ۲. برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی داخلی نیازهای فکری و روحی مردم جامعه را تأمین می‌کنند؛ ۳. برنامه‌های مذهبی رادیویی و تلویزیونی داخلی متناسب با نیازها و خواسته‌های اقشار مختلف جامعه است؛ ۴. روزنامه‌ها و مجلات ما توجه خاصی به بهبود وضعیت تربیتی و اخلاقی افراد جامعه ما دارند؛ ۵. تئاتر، فیلم‌های سینمایی یا تلویزیونی ایرانی متناسب با نیازها و خواسته‌های اقشار مختلف جامعه است؛ ۶. سایت‌های اینترنتی داخلی در زمینه معرفی و گسترش سبک زندگی اسلامی مفید و مؤثر هستند.
عملکرد رسانه‌های ارتباطی جهانی
۱. فیلم‌های تلویزیون ماهواره‌ای را به فیلم‌های تلویزیونی ایرانی ترجیح می‌دهم؛ ۲. اخبار و اطلاعات گوناگون را بیش‌تر از سایت‌های اینترنتی بیگانه و خارجی دریافت می‌کنم؛ ۳. به علت ناکافی بودن برنامه‌های موسیقی داخلی، غالباً از موسیقی برون‌مرزی (ایرانی یا خارجی) استفاده می‌کنم؛ ۴. تلویزیون ماهواره‌ای یکی از ابزارهای ترویج مصرف‌گرایی در جوامعی چون جامعه ما است؛ ۵. اینترنت باعث می‌شود بسیاری از ارزش‌ها و اخلاقیات جامعه ما از بین برود؛ ۶. من می‌توانم ایرانی یا مسلمان بودن خود را حفظ کنم، و در عین حال ارتباطات جهانی اینترنتی داشته باشم؛ ۷. اینترنت یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال تجارب انسانی مختلف برای پیشرفت جوامع دیگر است.
پایبندی به سبک زندگی اسلامی
۱. من زندگی خود را براساس اعتقاد به آخرت تنظیم می‌کنم؛ ۲. همواره تلاش می‌کنم در حد توانم دیگران را به کارهای نیک راهنمایی کنم و آنها را از کارهای نادرست بازدارم؛ ۳. اگر نیاز باشد که با دشمنان دینم بجنگم، این کار را انجام می‌دهم؛ ۴. دنیا محل گذر است، به همین دلیل به دنیا وابستگی شدید ندارم؛ ۵. اگر دارایی من بیش از حد نیازم باشد، لاقبل بخشی از آن را برای کمک به افراد نیازمند اختصاص می‌دهم؛ ۶. معتقدم باید مراسم عروسی ساده باشد، و خودم هم به این اعتقاد پایبندم؛ ۷. استحکام و مفید بودن لوازم خانه و آشپزخانه مهم‌تر از گران قیمت و تجملی بودن آن است؛ ۸. معتقدم ائو میلیب شخصی بیش‌تر باید دارای استاندارد لازم باشد، گران قیمت بودن آن ضرورت ندارد؛ ۹. اگر اتفاق ناگواری برآید، آن را به مشیت الهی نسبت می‌دهم و در برابر آن صبر می‌کنم؛ ۱۰. همواره اعضای خانواده‌ام را به پایبندی به اخلاقیات دینی توصیه می‌کنم؛ ۱۱. اگر بین من با دوست، همسایه یا خویشاوندم کدورتی پیش آید، در اولین فرصت سعی می‌کنم آن را برطرف کنم؛ ۱۲. در اوقات فراغت دوست دارم به شهرهای مذهبی سفر کنم؛ ۱۳. رعایت نظم در زندگی جزء مهم‌ترین اولویت‌های من است؛ ۱۴. بیش‌تر از آنکه به فکر درآمد یا سود بیش‌تر باشم، به فکر زندگی سالم و انسانی هستم؛ ۱۵. بنا به توصیه دینم، همواره به بزرگ‌ترهایم (مثل پدر و مادر یا پدربزرگ و مادر بزرگ) احترام می‌گذارم؛ ۱۶. معتقدم باید منزل شخصی به گونه‌ای باشد که فضای داخلی آن، همچون اتاق‌ها، در معرض دید غریبه‌ها نباشد؛ ۱۷. اگر نویسنده بودم، قلم خود را در خدمت به ارزش‌های دینی، اخلاقی و انسانی قرار می‌دادم؛ ۱۸. از دیدن بناهای مذهبی، مثل بارگاه ائمه، گنبد مساجد و... احساس شرف و هیجان پیدا می‌کنم؛ ۱۹. اگر من مسئولیتی داشته باشم، در استخدام افراد به شایستگی آنها توجه می‌کنم، نه رابطه آنها با خودم؛ ۲۰. معتقدم ازدواج باید ساده و بدون تجملات و تشریفات باشد تا جوانان بتوانند به آسانی ازدواج کنند؛ ۲۱. معتقدم لباس فاخر و گران‌قیمت برای آدم شخصیت نمی‌آورد و آدم باید خودش دارای شخصیت باشد؛ ۲۲. در هر شرایطی باید قوانین و قواعد رسمی (مثلاً در اداره یا حوزه راهنمایی و رانندگی) را رعایت کنیم؛ ۲۳. اگر مقام یا مسئولیتی داشته باشم، با زیردستانم با دوستی و مهربانی برخورد می‌کنم؛ ۲۴. هرگاه از دور معلم یا استاد خود را ببینم، به او نزدیک می‌شوم و احترام او را رعایت می‌کنم؛ ۲۵. معتقدم که حتی الامکان باید به افراد نیازمند قرض‌الحسنه داد و از سود پول پرداختی صرف‌نظر کرد؛ ۲۶. معتقدم که صلة رحم (ارتباط با خویشاوندان) کار بسیار پسندیده و مفیدی است؛ ۲۷. معتقدم که در هر زمینه‌ای از زندگی باید رفتار و گفتار پیامبر اسلام ﷺ و ائمه علیهم‌السلام را الگو قرار دهیم. ۲۸. معتقدم که اگر واقعاً به آموزه‌های اسلامی عمل کنیم دچار مشکلات و بحران‌های هویتی و فرهنگی نمی‌شویم.

۶. یافته‌های پژوهش

۶-۱. ویژگی‌های عمومی پاسخ‌گویان

جنسیت: در این پژوهش ۱۴۲ نفر از پاسخ‌گویان مرد و ۱۸۷ نفر از آنها زن بوده‌اند؛ سن: اکثر پاسخ‌گویان در سن ۲۱ سال قرار دارند (۷۸ نفر)، میانگین سنی پاسخ‌گویان نیز ۲۲/۶ سال بوده است؛ محل سکونت: ۳۱۲ نفر متولد شهر و ۱۵ نفر متولد روستا هستند؛ وضعیت تأهل: ۲۹۶ نفر (۹۰ درصد) از پاسخ‌گویان، مجرد و ۳۲ نفر از آنها متأهل هستند؛ مقطع تحصیلی: ۲۸۶ نفر از پاسخ‌گویان در مقطع کارشناسی، ۴۰ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و ۳ نفر در مقطع دکتری مشغول به تحصیل هستند؛ وضعیت اشتغال: ۲۸۹ نفر از پاسخ‌گویان، غیرشاغل و ۴۰ نفر از آنها شاغل هستند؛ رشته تحصیلی: ۷۵ نفر از پاسخ‌گویان در رشته علوم انسانی؛ ۴۹ نفر در رشته‌ی برق و کامپیوتر؛ ۲۹ نفر در رشته‌های ادبیات و زبان‌های خارجی، معماری و هنر و مهندسی؛ ۲۷ نفر در رشته شیمی؛ ۲۵ نفر در رشته علوم ریاضی؛ ۲۴ نفر در رشته مهندسی مکانیک؛ ۱۶ نفر در دانشکده پردیس خواران؛ ۱۳ نفر در رشته فیزیک؛ ۸ نفر در پردیس دانشگاهی و ۵ نفر در رشته منابع طبیعی و علوم زمین مشغول به تحصیل بوده‌اند؛ تحصیلات پدر: ۱۰۴ نفر از پدران پاسخ‌گویان، دارای تحصیلات دیپلم؛ ۶۳ نفر دارای تحصیلات لیسانس؛ ۵۵ نفر دارای تحصیلات ابتدایی؛ ۴۹ نفر دارای تحصیلات راهنمایی؛ ۳۱ نفر دارای تحصیلات فوق دیپلم؛ ۱۹ نفر دارای تحصیلات فوق لیسانس و ۶ نفر دارای تحصیلات دکتری هستند؛ تحصیلات مادر: ۱۰۶ نفر از مادران پاسخ‌گویان، دارای تحصیلات دیپلم؛ ۷۵ نفر دارای تحصیلات ابتدایی؛ ۵۹ نفر دارای تحصیلات راهنمایی؛ ۵۰ نفر دارای تحصیلات لیسانس؛ ۱۵ نفر دارای تحصیلات فوق دیپلم؛ ۱۲ نفر دارای تحصیلات فوق لیسانس و ۲ نفر دارای تحصیلات دکتری هستند؛ وضعیت شغلی پدر: ۸۰ نفر (۲۴/۳ درصد) از پدران پاسخ‌گویان، بازنشسته؛ ۵۷ نفر از آنها کارمند؛ ۴۴ نفر کشاورز؛ ۴۱ نفر دارای شغل آزاد؛ ۲۶ نفر نجار و بنا؛ ۱۹ نفر فرهنگی؛ ۹ نفر بنگاهدار و کارگر؛ ۵ نفر حسابدار و مدیرعامل؛ ۳ نفر کارمند داروخانه و پرستار؛ ۳ نفر بیکار؛ ۲ نفر استاد دانشگاه، ۲ نفر انتشاراتی؛ ۲ نفر روحانی؛ ۲ نفر معمار و تاجر و ۱ نفر از آنها وکیل هستند؛ وضعیت شغلی مادر: ۲۴۵ نفر (۷۴/۵ درصد) از مادران پاسخ‌گویان، خانه‌دار؛ ۲۷ نفر فرهنگی؛ ۱۹ نفر بازنشسته؛ ۱۲ نفر کارمند؛ ۶ نفر مغازه‌دار؛ ۶ نفر دارای آموزشگاه؛ ۵ نفر بازرس و ۱ نفر استاد دانشگاه هستند؛ قومیت: ۲۶۶ نفر (۸۰/۹ درصد) از پاسخ‌گویان، فارس؛ ۳۰ نفر ترک؛ ۱۸ نفر لر؛ ۴ نفر کرد؛ ۴ نفر مازندرانی؛ ۳ نفر بلوچ؛ ۱ نفر لک و ۱ نفر عرب هستند؛ مذهب: ۳۱۹ نفر (۹۷ درصد) از پاسخ‌گویان، شیعه و ۵ نفر (۱/۵ درصد) سنی بوده‌اند. در زمینه متغیرهای مذکور بقیه نسبت‌ها که مشخص نشده‌اند مقادیر متغیرهایی بوده‌اند که پاسخ‌گویان، آنها را مشخص نکرده‌اند.

۲-۶. توصیف متغیرهای اصلی پژوهش

۱. از میان پاسخ‌گویانی که وضعیت پایگاه اقتصادی-اجتماعی خود را مشخص کرده‌اند، بیش‌تر پاسخ‌گویان (۵۶ نفر، ۱۷ درصد) به پایگاه اقتصادی-اجتماعی پایین، ۳۰ نفر (۹/۱ درصد) به پایگاه اقتصادی-اجتماعی متوسط، و ۱۷ نفر (۵/۲ درصد) به پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالا تعلق دارند؛

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب متغیرهای اصلی پژوهش

میزان‌ها و سطوح	پایین	متوسط	بالا	جمع	اظهار نشده	جمع کل
عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده	۲۴	۱۰۱	۱۹۹	۳۲۴	۵	۳۲۹
درصد	۷.۳	۳۰.۷	۶۰.۵	۹۸.۵	۱.۵	۱۰۰.۰
عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه	۸۴	۱۹۲	۵۱	۳۲۷	۲	۳۲۹
درصد	۲۵.۵	۵۸.۴	۱۵.۵	۹۹.۴	.۶	۱۰۰.۰
امکانات فرهنگی	۳۳	۱۷۵	۱۱۶	۳۲۴	۵	۳۲۹
درصد	۱۰.۰	۵۳.۲	۳۵.۳	۹۸.۵	۱.۵	۱۰۰.۰
سرمایه فرهنگی	۹۰	۱۹۸	۳۷	۳۲۵	۴	۳۲۹
درصد	۲۷.۴	۶۰.۲	۱۱.۲	۹۸.۸	۱.۲	۱۰۰.۰
سرمایه اجتماعی	۲۳	۱۹۳	۱۰۶	۳۲۲	۷	۳۲۹
درصد	۷.۰	۵۸.۷	۳۲.۲	۹۷.۹	۲.۱	۱۰۰.۰
عملکرد گروه دوستان	۵	۲۱۹	۱۰۲	۳۲۶	۳	۳۲۹
درصد	۱.۵	۶۶.۶	۳۱.۰	۹۹.۱	.۹	۱۰۰.۰
عملکرد گروه مرجع ایرانی	۶۶	۱۹۵	۶۳	۳۲۴	۵	۳۲۹
درصد	۲۰.۱	۵۹.۳	۱۹.۱	۹۸.۵	۱.۵	۱۰۰.۰
گروه مرجع جهانی	۱۶۵	۱۲۵	۳۶	۳۲۶	۳	۳۲۹
درصد	۵۰.۲	۳۸.۰	۱۰.۹	۹۹.۱	.۹	۱۰۰.۰
گذران اوقات فراغت	۳۱	۵۴	۲۴۱	۳۲۶	۳	۳۲۹
درصد	۹.۴	۱۶.۴	۷۳.۳	۹۹.۱	.۹	۱۰۰.۰
عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی	۱۱۰	۱۸۳	۳۴	۳۲۷	۲	۳۲۹
درصد	۳۳.۴	۵۵.۶	۱۰.۳	۹۹.۴	.۶	۱۰۰.۰
عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی	۱۰۱	۱۹۶	۲۸	۳۲۵	۴	۳۲۹
درصد	۳۰.۷	۵۹.۶	۸.۵	۹۸.۸	۱.۲	۱۰۰.۰
پایبندی به سبک زندگی اسلامی	۳۷	۱۶۶	۱۱۱	۳۱۴	۱۵	۳۲۹
درصد	۱۱.۲	۵۰.۵	۳۳.۷	۹۵.۴	۴.۶	۱۰۰.۰

۲. به‌طورکلی، با حذف مقادیر اظهار نشده در مورد همه متغیرهای پژوهش، بیشتر پاسخ‌گویان (۱۳۳ نفر، ۴۰/۴ درصد) به سطح معدل بالا (۱۶/۵-۱۹/۵) ۱۲۶ نفر (۳۸/۳ درصد) به سطح معدل متوسط (۱۶/۷-۱۴/۱)، و ۵۱ نفر (۱۵/۵ درصد) به سطح معدل پایین (۱۴-۱۱/۵) تعلق دارند؛

۳. از نظر عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده، بیش تر پاسخ‌گویان (۱۹۹ نفر، ۶۰/۵) عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده خود را بالا، ۱۰۱ نفر (۳۰/۷ درصد) عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده خود را متوسط، و ۲۴ نفر (۷/۳ درصد) به عملکرد عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده خود را پایین گزارش کرده‌اند؛

۴. از نظر عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه، بیش تر پاسخ‌گویان (۱۹۲ نفر، ۵۸/۴) عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه را در سطح متوسط، ۸۴ نفر آن را در سطح پایین، و ۵۱ نفر در سطح بالا قرار دارند. در مجموع، ملاحظه می‌شود که بخش مهمی از دانشجویان مورد بررسی چندان از عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه رضایت ندارند؛

۵. بیشتر پاسخ‌گویان (۱۷۵ نفر، ۵۳/۲) به امکانات فرهنگی در دسترس خود را در سطح متوسط، ۱۱۶ نفر (۳۵/۳ درصد) آن را در سطح بالا، و ۳۳ نفر (۱۰ درصد) آن را در سطح پایین ارزیابی کرده‌اند؛

۶. بیش تر پاسخ‌گویان (۱۹۸ نفر، ۶۰/۲) دارای سرمایه فرهنگی در سطح متوسط، ۹۰ نفر (۲۷/۴ درصد) دارای سرمایه فرهنگی در سطح پایین، و ۳۷ نفر (۱۱/۲ درصد) دارای سرمایه فرهنگی در سطح بالا هستند؛

۷. بیش تر پاسخ‌گویان یعنی تعداد ۱۹۳ نفر (۵۸/۷) دارای سرمایه اجتماعی در سطح متوسط، ۱۰۶ نفر (۳۲/۲ درصد) دارای سرمایه اجتماعی در سطح بالا، و ۲۳ نفر (۷ درصد) دارای سرمایه اجتماعی در سطح پایین هستند؛

۸. بیش تر پاسخ‌گویان (۲۱۹ نفر) عملکرد گروه دوستان در زمینه تربیتی و فرهنگی را در سطح متوسط، ۱۰۲ نفر آن را در سطح بالا، و ۵ نفر در سطح پایین ارزیابی کرده‌اند؛

۹. بیش تر پاسخ‌گویان (۱۹۵ نفر، ۵۹/۳) عملکرد تربیتی و فرهنگی گروه مرجع ایرانی برای خود را در سطح متوسط، ۶۶ نفر آن را در سطح پایین، و ۶۳ نفر در سطح بالا ارزیابی کرده‌اند؛

۱۰. بیشتر پاسخ‌گویان (۱۶۵ نفر، ۵۰/۲) عملکرد تربیتی و فرهنگی گروه مرجع جهانی برای خود را در سطح پایین، ۱۲۵ نفر (۳۸/۰ درصد) آن را در سطح متوسط، و ۳۶ نفر (۱۰/۹ درصد) آن را در سطح سطح بالا ارزیابی کرده‌اند؛

۱۱. میزان گذران اوقات فراغت ۲۴۱ نفر از پاسخ‌گویان در سطح بالا، ۵۴ نفر در سطح متوسط و ۳۱ نفر در سطح پایین قرار دارد؛

۱۲. از نظر عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی، نظر ۱۸۳ نفر از پاسخ‌گویان (۵۵/۶ درصد) در سطح متوسط، ۱۱۰ نفر در سطح پایین و ۳۴ نفر در سطح بالا قرار دارد. در مجموع،

بخش مهمی از پاسخ‌گویان (۸۹ درصد) عملکرد تربیتی و فرهنگی رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی را در سطح متوسط و پایین ارزیابی کرده‌اند، و این واقعیت نشان از ضعف عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی در جذب دانشجویان از نظر تربیتی و فرهنگی است؛

۱۳. از نظر عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی، نظر ۱۹۶ نفر از پاسخ‌گویان آن را در سطح متوسط، ۱۰۱ نفر در سطح پایین و ۲۸ نفر در سطح بالا قرار ارزیابی کرده‌اند؛

۱۴. میزان پایبندی به سبک زندگی اسلامی در بین ۱۶۶ نفر از پاسخ‌گویان (۵۰/۵ درصد) در سطح متوسط، ۱۱۱ نفر (۳۳/۷ درصد) در سطح بالا و ۳۷ نفر (۱۱/۲ درصد) در سطح پایین قرار دارد.

۳-۶. آزمون فرضیات پژوهش

به‌طورکلی، در بررسی رابطه بین متغیرهای زمینه‌ای و پایبندی به سبک زندگی اسلامی نتایج زیر به دست آمد:

جدول ۳. همبستگی سبک زندگی اسلامی و متغیرهای زمینه‌ای

آزمون‌های آماری و نتایج آنها		متغیر	ردیف
Sig.(F)	T و F		
۰/۰۲۴	۵/۱۱۳	جنس (T)	۱
۰/۳۱۰	۱/۰۳۳	محل سکونت (T)	۲
۰/۵۰۳	۰/۴۴۹	وضعیت تأهل (T)	۳
۰/۰۸۳	۳/۰۲۶	وضعیت اشتغال (F)	۴
۰/۲۷۹	۱/۲۱۰	رشته تحصیلی (F)	۵
۰/۱۸۸	۱/۶۷۸	مقطع تحصیلی (F)	۶
۰/۴۳۶	۰/۹۹۳	قومیت (F)	۷
۰/۶۵۵	۰/۴۲۴	مذهب (T)	۸

۱. مقایسه میانگین‌های میزان پایبندی به سبک زندگی اسلامی در بین مردان و زنان (۱/۰۹۷۳) در بین مردان و ۱/۰۵۵۶ در بین زنان)، مقدار آماره‌ی F (۵/۱۱۳) و سطح معناداری آن (۰/۰۲۴) نشان دهنده‌ی آن هستند که: میزان پایبندی مردان به سبک زندگی اسلامی بیشتر از زنان است؛

۲. متغیرهای محل تولد، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی، قومیت و مذهب در میزان پایبندی به سبک زندگی اسلامی تأثیری نداشته‌اند. در بررسی رابطه بین متغیرهای اصلی پژوهش و پایبندی به سبک زندگی اسلامی نتایج زیر به دست آمد:

جدول ۴. نتایج آزمون‌های روابط میان متغیرهای پژوهش و متغیر وابسته پژوهش («سبک زندگی اسلامی»)

نوع رابطه با متغیر اصلی در تحلیل مسیر	نتیجه نهایی آزمون	شدت رابطه	سطح معناداری همبستگی	ضریب همبستگی پیرسون	آزمون‌های آماری و نتایج آنها متغیرهای مستقل
دارای ارتباط مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	قوی	۰/۰۰۰	۰/۴۷۵	عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده
دارای ارتباط مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	قوی	۰/۰۰۰	۰/۴۴۳	سرمایه اجتماعی
دارای ارتباط مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	قوی	۰/۰۰۰	۰/۳۶۷	عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه
دارای ارتباط مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	قوی	۰/۰۰۰	۰/۳۵۷	عملکرد تربیتی و فرهنگی گروه دوستان
دارای ارتباط غیر مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	قوی	۰/۰۰۰	۰/۳۴۳	عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی
دارای ارتباط غیر مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	متوسط	۰/۰۰۰	۰/۲۸۷	عملکرد گروه مرجع ایرانی
دارای ارتباط غیر مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	متوسط	۰/۰۰۲	۰/۱۷۱	سرمایه فرهنگی
دارای ارتباط مستقیم	رابطه معنادار و مستقیم	متوسط	۰/۰۰۷	-۰/۱۵۴	عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی
-	عدم رابطه معنادار	-	۰/۱۲۰	۰/۰۸۸	امکانات فرهنگی
-	عدم رابطه معنادار	-	۰/۱۷۸	۰/۰۷۷	جمعیت خانوار
-	عدم رابطه معنادار	-	۰/۲۵۸	۰/۰۶۴	گذران اوقات فراغت
-	عدم رابطه معنادار	-	۰/۶۴۲	۰/۰۲۷	سن
-	عدم رابطه معنادار	-	۰/۷۸۴	۰/۰۲۵	پایگاه اقتصادی-اجتماعی
-	عدم رابطه معنادار	-	۰/۷۳۹	۰/۰۱۹	عملکرد گروه مرجع جهانی
-	عدم رابطه معنادار	-	۰/۸۱۸	-۰/۰۱۳	وضعیت تحصیلی

۱. جدول بالا نشان می‌دهد که متغیرهای پایگاه اقتصادی-اجتماعی، سن، وضعیت تحصیلی، جمعیت خانوار پاسخ‌گویان و امکانات فرهنگی، عملکرد گروه مرجع جهانی و گذران اوقات فراغت تأثیری در میزان پایداری به سبک زندگی اسلامی ندارند؛ ۲. متغیر عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده تأثیر معناداری در سبک زندگی اسلامی دارد: به موازات بالا رفتن میزان عملکرد مطلوب خانواده‌ها در زمینه فکری، فرهنگی و تربیتی، میزان پایداری دانشجویان به سبک زندگی اسلامی افزایش پیدا می‌کند؛ ۳. به موازات بالا رفتن میزان عملکرد مطلوب دانشگاه در زمینه فکری، فرهنگی و تربیتی، میزان پایداری دانشجویان به سبک زندگی اسلامی افزایش پیدا می‌کند؛ ۴. به موازات بالا رفتن میزان سرمایه فرهنگی، میزان پایداری دانشجویان به سبک زندگی اسلامی افزایش پیدا می‌کند؛ ۵. به موازات بالا رفتن میزان سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان، میزان پایداری آنها به سبک زندگی اسلامی افزایش پیدا می‌کند؛ ۶. به موازات بالا رفتن میزان عملکرد مطلوب گروه دوستان در زمینه فکری، فرهنگی و تربیتی، میزان پایداری دانشجویان به سبک زندگی اسلامی افزایش پیدا می‌کند؛ ۷. به موازات بالا رفتن میزان عملکرد مطلوب گروه مرجع ایرانی، یا تأثیرپذیری از گروه مرجع ایرانی، میزان پایداری دانشجویان به سبک زندگی اسلامی افزایش پیدا می‌کند؛ ۸. به موازات بالا رفتن میزان عملکرد مطلوب رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی، میزان پایداری دانشجویان به سبک زندگی اسلامی افزایش پیدا می‌کند؛ ۹. متغیر عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی، تأثیر معنادار و معکوس در سبک زندگی اسلامی دارد. به بیان دیگر، به موازات بالا رفتن

میزان عملکرد نامطلوب رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی، میزان پایبندی دانشجویان به سبک زندگی اسلامی کاهش می‌یابد.

۶-۴. تحلیل چند متغیره و تحلیل مسیر سبک زندگی اسلامی

در این پژوهش هشت متغیر مستقل پژوهش (که همگی در سطح اطمینان ۹۹ درصد دارای رابطه معنادار با متغیر وابسته پژوهش بودند)، یعنی متغیرهای عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده، سرمایه اجتماعی، عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه، عملکرد تربیتی و فرهنگی گروه دوستان، عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی، عملکرد گروه مرجع ایرانی، سرمایه فرهنگی و عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی، انتخاب شده و با استفاده از روش رگرسیون گام‌به‌گام چگونگی روابط میان آنها و متغیر وابسته پژوهش و همچنین روابط میان خود متغیرهای مستقل پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت.

جدول ۵. عناصر اصلی تحلیل چند متغیره برای پیش‌بینی سبک زندگی اسلامی

مراتب ورود متغیرها	متغیرهای وارد شده	R	R ^۲	R ^۲ تعدیل شده	اشتباه استاندارد
گام اول	عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده	۰/۴۸۱	۰/۲۳۱	۰/۲۲۹	۱۴/۳۷۸
گام دوم	سرمایه اجتماعی	۰/۵۶۸	۰/۳۲۲	۰/۳۱۸	۱۳/۵۲۲
گام سوم	عملکرد فرهنگی دانشگاه	۰/۶۱۳	۰/۳۷۵	۰/۳۶۹	۱۳/۰۰۷
گام چهارم	عملکرد فرهنگی گروه دوستان	۰/۶۲۴	۰/۳۸۹	۰/۳۸۰	۱۲/۸۸۶
گام پنجم	عملکرد رسانه‌های ارتباطی جهانی	۰/۶۳۸	۰/۴۰۸	۰/۳۹۷	۱۲/۷۱۰

جدول بالا نشان می‌دهد که از میان هشت متغیر مستقلی که دارای رابطه معنادار با متغیر وابسته پژوهش بوده‌اند، پنج متغیر، یعنی، متغیرهای عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده، سرمایه اجتماعی، عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه، عملکرد فرهنگی گروه دوستان و عملکرد رسانه‌های ارتباطی جهانی بر متغیر وابسته پژوهش دارای تأثیر بوده‌اند. براساس جدول مذکور ضریب همبستگی چند متغیره (R) در گام پنجم ۰/۶۳۸ است. ضریب تعیین (R^۲) به دست آمده در گام پنجم نیز نشان می‌دهد که پنج متغیر وارد شده به معادله در مجموع می‌توانند حدود ۰/۴۰۸ (۴۱ درصد) از واریانس پایبندی به سبک زندگی اسلامی را پیش‌بینی یا تبیین کنند. با توجه به R^۲ به دست آمده در گام پنجم می‌توان گفت حدود ۶۰ درصد (۰/۵۹=۱-۰/۴۱) از واریانس پایبندی به سبک زندگی اسلامی در میان دانشجویان توسط پنج متغیر مذکور تبیین نشده است.

جدول ۶. عناصر متغیرهای درون معادله برای پیش‌بینی سبک زندگی اسلامی در گام پنجم

ردیف	نام متغیر	B	Beta	T	Sig. (T)
۱	عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده	۰/۸۸۶	۰/۳۱۲	۶/۲۹۷	۰/۰۰۰
۲	سرمایه اجتماعی	۰/۷۹۹	۰/۲۳۴	۴/۵۴۳	۰/۰۰۰
۳	عملکرد فرهنگی دانشگاه	۰/۵۳۵	۰/۱۹۰	۳/۸۱۰	۰/۰۰۰
۴	عملکرد فرهنگی گروه دوستان	۰/۷۷۱	۰/۱۵۹	۳/۰۶۰	۰/۰۰۰
۵	عملکرد رسانه‌های ارتباطی جهانی	-۰/۵۵۹	-۰/۱۴۲	-۳/۰۰۰	۰/۰۰۰
		$R^2 = ۰/۴۰۸$		$R = ۰/۶۳۸$	Sig. = ۰/۰۰۰

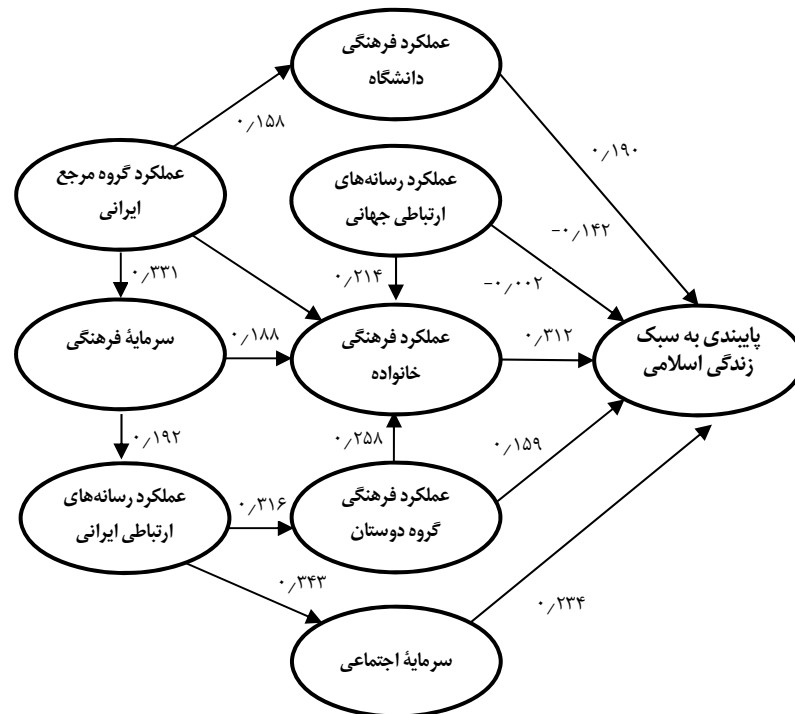
داده‌های تحلیل چند متغیره نشان داد که متغیرهای سرمایه فرهنگی، عملکرد گروه مرجع ایرانی و عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی خارج از معادله قرار دارند. در مجموع، شکل نهایی معادله رگرسیونی تحلیل رگرسیونی متغیر پایبندی به سبک زندگی اسلامی در میان دانشجویان به صورت زیر است:

$$Y = (\text{عملکرد فرهنگی دانشگاه}) ۰/۵۳۵ + (\text{سرمایه اجتماعی}) ۰/۷۹۹ + (\text{عملکرد تربیتی و}$$

$$\text{فرهنگی خانواده}) ۰/۸۸۶ + ۲۹/۲۴$$

$$+ (\text{عملکرد فرهنگی گروه دوستان}) ۰/۷۷۱ + (\text{عملکرد رسانه‌های ارتباطی جهانی}) ۰/۵۵۹$$

در مجموع، پنج متغیر مستقل درون معادله دارای همبستگی مستقیم با متغیر وابسته پژوهش هستند. در مقایسه با متغیرهای دیگر، مهم‌ترین متغیری که پایبندی به سبک زندگی اسلامی در میان دانشجویان را تحت الشعاع قرار می‌دهد متغیر عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده است. معادله رگرسیونی نشان می‌دهد که مهم‌ترین متغیرهایی که می‌توان به واسطه آنها پایبندی به سبک زندگی اسلامی در میان دانشجویان را پیش‌بینی (تبیین) کرد، به ترتیب، عبارت‌اند از: ۱. عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده، ۲. سرمایه اجتماعی، ۳. عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه، ۴. عملکرد تربیتی و فرهنگی گروه دوستان و ۵. عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی.



نمودار «عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر پایبندی به سبک زندگی اسلامی در میان دانشجویان؛ به همراه ضرایب مسیر»

۷. نتیجه‌گیری پژوهش

به‌طورکلی، ما براساس آموزه‌های دینی اسلام، با استفاده از متون دینی اسلامی، به‌ویژه قرآن و گفتار پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و ائمه بزرگوار علیهم السلام، معتقدیم که اجرا یا عملیاتی کردن آموزه‌های اسلامی، و به بیان بهتر، تحقق سبک زندگی اسلامی، باعث تحقق چند اصل اساسی و حیاتی در جامعه خواهد شد. ما این اصول را در قالب چند فرض یا فرضیه، به صورت زیر، بیان می‌کنیم: ۱. سبک زندگی اسلامی می‌تواند امنیت اخلاقی جامعه را افزایش دهد؛ ۲. سبک زندگی اسلامی امنیت روانی جامعه را ارتقا می‌دهد؛ ۳. سبک زندگی اسلامی باعث افزایش امید و شادابی در جامعه می‌شود؛ ۴. سبک زندگی اسلامی باعث کاهش آسیب‌های خانواده می‌شود؛ ۵. سبک زندگی اسلامی باعث تقویت روابط بین نسلی و کاهش شکاف‌های نسلی می‌شود؛ ۶. سبک زندگی اسلامی باعث کاهش انحرافات رفتاری می‌شود؛ ۷. سبک زندگی اسلامی باعث گسترش ارتباطات اجتماعی سالم در جامعه می‌شود؛ ۸. سبک زندگی اسلامی باعث افزایش پایبندی به قوانین و مقررات اجتماعی می‌شود؛ ۹. سبک زندگی اسلامی باعث کاهش آسیب‌های هویتی (بحران هویت) در

جامعه می‌شود؛ ۱۰. سبک زندگی اسلامی باعث افزایش وجدان کاری در جامعه می‌شود؛ ۱۱. سبک زندگی اسلامی باعث گسترش ساده‌زیستی، کاهش مصرف‌گرایی و مصرف‌زدگی در جامعه می‌شود؛ ۱۲. سبک زندگی اسلامی باعث افزایش سرمایه اجتماعی (با عناصری همچون اعتماد اجتماعی، روابط اجتماعی و مشارکت اجتماعی) در جامعه می‌شود (بابایی فرد، ۱۳۹۳، ص ۴۱-۴۹).

یافته‌های تجربی این پژوهش، در مجموع، مؤید بخش مهمی از فرضیات مطرح شده در بخش‌های نظری این پژوهش بوده‌اند. به‌طورکلی، یافته‌های این پژوهش نشان دادند که بین متغیرهای عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده، سرمایه اجتماعی، عملکرد تربیتی و فرهنگی دانشگاه، عملکرد تربیتی و فرهنگی گروه دوستان، عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی ایرانی، عملکرد گروه مرجع ایرانی، سرمایه فرهنگی، عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی و متغیر پایداری به سبک زندگی اسلامی رابطه معنادار وجود دارد. در حالی که بین متغیرهای امکانات رفاهی و فرهنگی، جمعیت خانوار، گذران اوقات فراغت، سن، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، عملکرد گروه مرجع جهانی، وضعیت تحصیلی و متغیر پایداری به سبک زندگی اسلامی رابطه معنادار وجود نداشته است.

براساس اطلاعات و یافته‌های تحقیقات تجربی دهه اخیر در مورد وضعیت سبک زندگی در ایران، ملاحظه می‌شود که در زمینه امور بنیادی زندگی و سبک زندگی، همچون خوراک و تغذیه، مصرف، مصرف رسانه‌ای، الگوهای خرید و مصرف، الگوهای سبک پوشش و بازنمایی بدن، الگوهای اوقات فراغت، مانند فراغت رسانه‌های، فراغت ورزشی و هنری، فراغت فردی و گروهی و الگوهای تعاملات اجتماعی، وضعیت موجود در ایران با سبک زندگی اسلامی فاصله‌های زیاد و شکاف‌های عمیقی دارد (حسین‌زاده فرمی، ۱۳۹۳، ص ۱۰-۱۵). همچنین، با تکیه بر تجربه زیسته و مشاهدات روزمره نگارنده، به نظر می‌رسد الگوهای تعامل اجتماعی مورد نظر اسلام به کم‌ترین میزان در جامعه ایران اجرایی می‌شوند. کشمکش‌های هرروزه در میان مردم در گیرودار زندگی حرفه‌ای یا تعامل و برخورد در اماکن عمومی، عصبانیت‌های شدید و برخوردهای فیزیکی شدید متعاقب آن در هنگامه تعارض‌ها و دعوای هر روزه، کم‌رنگ شدن سنت مهمان‌پذیری و مهمان‌نوازی در میان مردم، و حتی سنت‌گرایی و کهنه‌پرستی شمردن چنین سنت‌هایی در میان اقشار و لایه‌های اجتماعی بالای جامعه، تضعیف سنت بسیار نیکوی ارتباط با اقوام و خویشاوندان در میان بخش مهمی از مردم جامعه، حتی اقشار، طبقات و لایه‌های اجتماعی پایین، بنا به علل گوناگون، از جمله مسائل، چالش‌ها و مشکلات مالی و اقتصادی، و همچنین دگرگونی‌های فرهنگی ناشی از تعامل اجتماعی و فرهنگی با برخی جوامع و فرهنگ‌های بیگانه، پایین بودن میزان بشاش بودن و شادمانی در بین اقشار و لایه‌های اجتماعی گوناگون جامعه، به‌ویژه جوانان، از

خودبیگانگی فرهنگی در فرایند رویارویی با فرهنگ‌های بیگانه، از جمله فرهنگ‌های غربی، و در نتیجه، به فراموشی سپردن موارد کهن و ارزشمند فرهنگ ایرانی و اسلامی در حوزه‌های گوناگون زندگی، از جمله تعامل‌های اجتماعی، عدم رعایت حقوق دیگران در اماکن عمومی، همچون رعایت نوبت در خرید کالاها یا هرگونه لوازم مصرفی و خدماتی، عدم رعایت نوبت در سوار شدن به وسایل نقلیه عمومی شهری، مثل تاکسی، اتوبوس و مترو، عدم رعایت حق تقدم در رانندگی، برخورد به دور از شأن انسانی خریداران توسط فروشنده‌های فروشگاه‌های بزرگ و کوچک، و به‌ویژه برخورد آنها متناسب با دارایی، ثروت و منزلت اجتماعی مشتریان‌شان، و نه انسانیت و شخصیت آنها، برخورد به دور از شأن انسانی بخش چشمگیری از پزشکان با بیماران، به‌ویژه تبعیت آنها در تعامل‌های‌شان با بیماران براساس قدرت، منزلت و ثروت بیماران‌شان، برخورد به دور از شأن انسانی بخش چشمگیری از مدیران اجرایی دارای سمت‌های بالا، میانه و حتی پایین، هم در بخش‌های دولتی و عمومی و هم در بخش‌های خصوصی، با ارباب رجوع‌ها یا مراجعه‌کنندگان به آنها، عدم اعتنا یا توجه ناکافی به افراد نیازمند، فقرا و افراد بی‌سپرست، از جمله زنان و کودکان دوره‌گرد و دست‌فروش، در اماکن عمومی شهری، و حتی بدتر از آن تحقیر و توهین به آنها، یا بهره‌کشی و سوء استفاده از آنها، تنها بخش محدودی از چالش‌ها و بحران‌های تعاملات اجتماعی در جامعه کنونی ایران هستند؛ جامعه‌ای که به‌گونه‌ای طنزآمیز مردم آن دارای داعیه دینداری هستند، اما در نظر و عمل بخش مهمی از مردم آن با آموزه‌های اصیل انسانی و اخلاقی اسلام بیگانه هستند.

به‌طورکلی، در فرهنگ ملغمه‌ای کنونی ایران، که حتی هیچ نسبت و سنخیتی با فرهنگ ایرانی و اسلامی، شرقی و غربی هم ندارد، همه اقشار جامعه در صدد هستند در نابهنجاری‌های رفتاری گوی سبقت را از دیگران برابند. در چنین فرهنگی یک کارگر طبقه‌ی پایین نیز حتی گوشه چشمی دارد تا لذت‌هایی که در طبقات بالا وجود دارد، تجربه کند و رؤیاهای و حسرت‌هایش از حدود طبقاتی‌اش فراتر می‌رود. چنان‌که به‌طور مصداقی در طبقه متوسط جامعه ما، تلاش در جهت خرید ماشین‌های خارجی در سال‌های اخیر رواج فراوان یافته است؛ یا برگزاری جشن‌های عروسی یا حتی جشن‌های تولد و ختنه‌سوران در تالارهای بزرگ و گران‌قیمت توسط افراد متعلق به طبقات متوسط برای نشان دادن یا بالا بردن وجهه اجتماعی‌شان در جامعه؛^۱ کسانی که حتی توانایی مالی

۱. حتی مثال جالب دیگر در این زمینه برگزاری مراسم ختم درگذشتگان در مساجد بسیار بزرگ و مجلل با امکانات سمعی و بصری مدرن، دادن شام به مهمانان جلسه ختم در یک رستوران مجلل و گران‌بها، یا تدفین درگذشتگان در قبرهای گران‌قیمت فردی یا خانوادگی است! گویا با چنین اعمالی حداقل دو هدف تحقق پیدا می‌کند: ۱. وجهه اجتماعی صاحبان عزا، نزدیکان و خویشاوندان شخص درگذشته بالا می‌رود؛ ۲. به لطف چنین مراسم و مخارجی، بخش مهمی از گناهان شخص درگذشته بخشوده شده و از عذاب آخرت در امان می‌ماند!

چندانی ندارند و با همین خرج و مخارج‌های مبتنی بر چشم و هم‌چشمی بخش مهمی از دارایی مادی خود را که حتی چندین سال برای به دست آوردنش تلاش کرده و سختی متحمل شده‌اند، یک شبه به باد می‌دهند. بر این مبنا در بستر جهانی شدن یک کارگر ایرانی، تنها یک کارگر نیست، بلکه سوژه‌ای است که با باور خود به فرهنگ مدرن و مصرف تولیدات چنین فرهنگی، فرایند عرضه و تقاضای کالای سرمایه‌داری را به ثبات می‌رساند. پرسش بنیادی ما در اینجا این است که کدام یک از چنین رفتارها و رویه‌های فکری و فرهنگی با اصول اخلاقی و انسانی برآمده از اسلام، که بنیان آن بر ساده‌زیسی و دروری از اسراف و تبذیر است، سازگاری دارد؟! حتی پرسش مهم‌تر ما این است که چگونه چنین افرادی با اعتماد و جسارت تمام خود را مسلمان و مقید به آموزه‌های اسلامی به‌شمار می‌آورند؟! مطمئناً بحث ما در اینجا به هیچ‌وجه دوری از دنیا، نعمت‌ها و زیبایی‌های آن، ریاضت‌کشی و محروم کردن خود از محصولات و کالاهای مرغوب داخلی یا خارجی نیست، بلکه هدف ما نشان دادن چالش‌ها و پارادوکس‌های فکری، اعتقادی، فرهنگی، هویتی و رفتاری در میان ما ایرانیان است که بر مبنای آن مشخص نیست ما کیستیم؟ چه کسی بوده‌ایم؟ و چه کسی باید باشیم؟ ایرانی امروزی عنصری است که با ورزش نسیم‌ها، بادها و تندبادهای فکری، فلسفی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان پیرامونی خود، همواره در معرض تغییر و تبدل و چهره عوض کردن است، بدون آنکه به گذشته تاریخی و موارث گران‌بهای اجداد خود بنگرد! البته منظور و مخاطب من در اینجا اقشار و لایه‌های فرهیخته جامعه ایرانی نیست، بلکه منظور ما عامه مردم هستند که غالباً تحت تأثیر فرهنگ‌های عامه‌پسند مبتذل رایج در جامعه یا جهان پیرامون خود قرار دارند.

یافته‌های تجربی این پژوهش نشان دادند که، در مقایسه با متغیرهای دیگر، مهم‌ترین متغیری که پایداری به سبک زندگی اسلامی در میان دانشجویان را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد متغیر عملکرد تربیتی و فرهنگی خانواده است. به بیان دیگر، هر چند عوامل گوناگونی در شکل‌گیری ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای جوانان و نوجوانان، به‌طور عام، و پایداری آنها به سبک زندگی اسلامی، به‌طور خاص، نقش دارند و در این زمینه نباید تقلیل‌گرایانه داوری کرد، اما واقعیت این است که خانواده امروزی ایران، خود، نقشی مهم و بنیادی در این زمینه‌ها دارد. به نظر نگارنده، دادن اختیارات بیش از حد به کودکان و فرزندان، فرسوده کردن خود برای کودکان و فرزندان برای تأمین زندگی و رفاه آنها، حتی به قیمت نابودی خود توسط والدین (!)، پاسخ‌گویی افراطی والدین به خواسته‌ها و نیازهای کودکان و فرزندان، حتی خواسته‌ها و نیازهای غیرمعقول و غیرمنطقی آنها، بدون داشتن هیچ‌گونه انتظارات و توقعات از کودکان و فرزندان جهت انجام وظایف و تکالیفی که بر عهده

دارند، عدم تلاش والدین برای مستقل بار آمدن فرزندان‌شان در آینده و وابستگی افراطی آنها به والدین، حتی در سنین بالا و پس از ازدواج‌شان، کاسته شدن قدرت والدین در بخش‌های مهمی از زندگی خانوادگی، و به بیان دیگر غلبه فرزندسالاری در خانواده، عدم کنترل کافی بر روابط اجتماعی فرزندان و دادن آزادی بیش از حد به آنها در این زمینه، که غالباً به برقراری روابط با افراد گروه‌های مرجع بزهکار و غیر اخلاق‌مدار می‌انجامد، عدم نظارت کافی بر بهداشت، سلامت، تعلیم و تربیت فرزندان، غالباً محصول یا دست‌پخت همین خانواده‌های ایرانی است؛ خانواده‌هایی که، به هر علت یا دلیل، تدبیر و کفایت کافی در تربیت فرزندان‌شان ندارند و غالباً نیز ناهنجاری‌های رفتاری آنها را با تکیه بر مکانیسم فرافکنی به عوامل بیرونی، همچون گروه دوستان، رسانه‌ها، مدرسه و دانشگاه، نسبت داده و خود را از این طریق تبرئه می‌کنند. البته، همچنان که یافته‌های تجربی این پژوهش نشان دادند، در شکل‌گیری ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای جوانان و نوجوانان، به‌ویژه پابندی آنها به سبک زندگی اسلامی عوامل گوناگونی، مانند خانواده، نهادهای آموزشی، گروه دوستان، رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و خارجی، گروه‌های مرجع، سرمایه اجتماعی و فرهنگی نقش دارند و در راستای تقویت پابندی نسل‌های جدید به سبک زندگی اسلامی باید عملکرد همگی آنها را مورد توجه قرار داد.

به‌طورکلی، داده‌های تجربی اخیر در ایران، به‌ویژه داده‌های پیمایش‌های موج دوم و موج سوم ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان نشان می‌دهند که میزان دینداری ایرانیان، به‌ویژه در ابعاد مناسکی، در سال‌های اخیر نسبت به گذشته کاهش چشمگیری داشته است. براساس داده‌های این پیمایش‌ها، اموری مانند صدقه دادن، استخاره کردن و روزه گرفتن در سال ۱۳۹۴ کمتر از سال ۱۳۸۲ بوده است. احساس نزدیکی به خدا در میان پاسخ‌گویان در این دوازده سال ۲۰ درصد افزایش پیدا کرده است. با این وجود میزان توکل کردن به خدا در سطح زیاد در طی این مدت حدود ۲ درصد کاهش داشته است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۴ پاسخ‌گویان در سطح زیاد به میزان ۸ درصد کمتر با این نظر که «اعمال خوب بد انسان در آخرت محاسبه می‌شود» موافق بوده‌اند. در مورد گزینه «دینداری به قلب پاک است، حتی اگر آدم نماز نخواند» تغییر نظرات از موافق به سوی حد متوسط بوده است. تساهل بیشتر در زمینه رفت و آمد با آدم‌هایی که نماز نمی‌خوانند، مخالفت با جلوگیری از انتشار کتاب‌ها یا فیلم‌هایی که باعث ناراحتی افراد مذهبی می‌شوند، کار نداشتن با عقاید مذهبی آدم‌ها در گزینش‌های استخدامی و موافقت بیشتر با جدایی دین از سیاست اموری هستند که در پیمایش موج سوم (۱۳۹۴) نسبت به پیمایش موج دوم (۱۳۸۲) بیشتر مشهود است. در زمینه نگرش نسبت به گذشته و آینده دینداری نیز بخش مهمی از

پاسخ‌گویان موج دوم و سوم ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (نزدیک به سه چهارم) معتقد بوده‌اند که در ۵ سال گذشته دینداری در جامعه کمتر شده و در ۵ سال آینده نیز کمتر خواهد شد (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۵).

به‌طورکلی، در اینجا پیشنهادهاى زیر برای رویارویی با چالش‌های سبک زندگی و تحقق سبک زندگی اسلامی ارائه می‌شوند: ۱. تبیین چالش‌های گذار فرهنگی و انتقال از جامعه سنتی به جامعه مدرن؛ ۲. آسیب‌شناسی فرهنگی و آگاه‌سازی عمومی؛ ۳. بازبینی و تقویت نقش نهادهای خانواده، مدرسه و دانشگاه در تقویت سبک زندگی اسلامی؛ ۴. اعمال نظارت نهادهای آموزشی و فرهنگی بر روابط دوستی و اجتماعی نوجوانان و جوانان؛ ۵. ایجاد آگاهی در بین افراد جامعه نسبت به پیامدهای فرهنگی مخرب رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی؛ ۶. برنامه‌سازی ذائقه‌محور توسط رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی؛ ۷. حرکت به سمت سیاست‌های تعاملی فرهنگی به جای سیاست‌های پلیسی فرهنگی؛ ۸. فضادهی به شخصیت‌های فرهیخته علمی، فرهنگی و هنری؛ ۹. اهمیت دادن به نقش اقتصاد سیاسی در موفق شدن مقاومت فرهنگی؛ ۱۰. توجه به نسبت چهارگانه زندگی براساس فرهنگ ایرانی و اسلامی؛ ۱۱. ترویج و آموزش سبک زندگی ایرانی و اسلامی توسط سازمان‌ها و نهادهای آموزشی و فرهنگی؛ ۱۲. بازگشت دوباره به سازه‌های هویتی بومی و محلی.

منابع

۱. آزادارمکی، تقی و وحید شالچی (۱۳۸۴)، «دو جهان ایرانی: مسجد و کافی‌شاپ»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، س ۱، ش ۴.
۲. ابادری، یوسف و حسن چاوشیان (پاییز و زمستان ۱۳۸۱)، «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۰.
۳. ابوالحسن، تنهایی و حسین شمسی خرمی (۱۳۸۸)، «بررسی رابطه جامعه‌شناختی باورهای دینی و سبک زندگی براساس نظریه و روش گافمن: مطالعه موردی کرمانشاه در سال ۱۳۸۸»، فصلنامه پژوهش اجتماعی، بهار ۱۳۸۹، س ۳، ش ۶.
۴. افشانی، سیدعلی‌رضا؛ سیدپویا رسولی‌نژاد، محمد کاویانی و حمیدرضا سمیعی (۱۳۹۳ بهار و تابستان)، «بررسی رابطه سبک زندگی اسلامی با سلامت اجتماعی مردم شهر یزد»، دو فصلنامه مطالعات اسلام و روان‌شناسی، دوره ۸، ش ۱۴، ص ۸۳-۱۰۳.
۵. بابایی‌فرد، اسداله (۱۳۹۳)، عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر سبک زندگی اسلامی در شهر همدان (طرح پژوهشی)، همدان: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان.
۶. باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
۷. بیستونی، محمد (۱۳۹۰)، سبک زندگی اسلامی در قرآن، تهران: انتشارات بیان جوان.
۸. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
۹. جوادی‌آملی، عبدالله (۱۳۹۱)، مفاتیح‌الحیات، قم: انتشارات اسراء.
۱۰. حسین‌زاده فرمی، مهدی (۱۳۹۳ اردیبهشت و خرداد)، «ارزیابی تحلیلی وضعیت و تحولات سبک زندگی در کشور در دهه اخیر، به سوی الگوی اسلامی ایرانی سبک زندگی»، سومین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، واکاوی مفاهیم و نظریه‌های رایج توسعه و تجارب ایران و جهان: به سوی نظریه اسلامی ایرانی پیشرفت.
۱۱. حمیدی، نفیسه و مهدی فرجی (۱۳۸۷)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، بهار ۱۳۸۷، س ۱، ش ۱.
۱۲. خوشنویس، ناهید (۱۳۸۹ مهرماه)، «رسانه و سبک زندگی»، مجله روابط عمومی.
۱۳. راودراد، اعظم (۱۳۸۸)، «نقش برنامه‌های دینی و غیردینی تلویزیون در افزایش یا کاهش دینداری»؛ فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۲، ش ۶.

۱۴. رحمت‌آبادی، الهام و حبیب‌آقابخشی (زمستان ۱۳۸۵)، «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان»، فصلنامه رفاه اجتماعی، س ۵، ش ۲۰.
۱۵. رضادوست، کریم؛ علی‌حسین حسین‌زاده و حلیمه مصطفایی دولت‌آباد (۱۳۹۰)، «بررسی جامعه‌شناختی برخی از عوامل مؤثر بر میزان دینداری؛ مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز»، فصلنامه برنامه‌ریزی و رفاه و توسعه اجتماعی، ش ۱۰.
۱۶. رضوی‌زاده، سیدنورالدین (پاییز ۱۳۸۴)، «بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۳۱.
۱۷. ریتزر، جورج (۱۳۷۷)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
۱۸. شالچی، وحید (۱۳۸۶)، «بررسی دو سبک زندگی متخالف اسلام‌گرای انقلابی و پسامدرن»، رساله کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۱۹. طالبان، محمدرضا (۱۳۸۸)، «چارچوبی مفهومی برای پیمایش دینداری در ایران»، دوفصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، س ۱، ش ۲.
۲۰. فاضلی، محمد (۱۳۸۶ پاییز)، «تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، س ۱، ش ۱.
۲۱. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، تهران: انتشارات صبح صادق.
۲۲. فکوهی، ناصر (۱۳۸۷)، «خرده‌فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی؛ روندها و چشم‌اندازها در ایران»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، س ۱، ش ۱، پاییز ۱۳۸۶.
۲۳. قربانی، نادیه؛ مهرانگیز شعاع‌کاظمی و الهه حجازی (پاییز و زمستان ۱۳۹۶)، «بررسی رابطه سبک زندگی اسلامی با سلامت روان زنان هیئت علمی دانشگاه‌های شهر تهران»، پژوهش‌نامه سبک زندگی، ش ۵، ص ۶۱-۷۸.
۲۴. کاویانی، محمد (۱۳۹۸)، سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن، قم: انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۲۵. کوزر، لوئیس (۱۳۷۷)، زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
۲۶. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰)، پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
۲۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، فراسوی چپ و راست، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
۲۸. مجلسی، محمدباقر (۱۳۸۳)، حلیه‌المتقین، قم: انتشارات ارمان طوبی.

۲۹. مختاری، مرضیه و جواد نظری (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی کیفیت زندگی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۳۰. مهدوی‌کنی، محمدسعید (۱۳۸۷ الف)، دین و سبک زندگی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
۳۱. مهدوی‌کنی، محمدسعید (پاییز ۱۳۸۷ ب)، «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، س ۱، ش ۱.
۳۲. میرفردی، اصغر؛ مریم مختاری و عبدالله ولی‌نژاد (۱۳۹۶)، «میزان دینداری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی؛ مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، س ۲۸، ش ۲.
۳۳. وبر، ماکس (۱۳۸۳)، دین، قدرت، جامعه، ترجمه احمد تدین، تهران: انتشارات هرمس.
۳۴. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲)، ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان: یافته‌های پیمایش در ۲۸ استان کشور، موج دوم، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر انتشارات طرح‌های ملی.
۳۵. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۵)، ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان: یافته‌های پیمایش در ۲۸ استان کشور، موج سوم، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات؛ دفتر طرح‌های ملی با همکاری مرکز ملی رصد اجتماعی.
36. Adler, Alfred; 1956, *The Individual Psychology of Alfred Adler: A Systematic Presentation in Selections from His Writings*, First edition, New York, Basic Books.
37. Ameli, Saied Reza; 2002, *Globalization, Americanization and British Muslim Identity*, London, Islamic College for Advanced Studies Press.
38. Barney, Darin; 2004, *The Network Society, United Kingdom and United States of America*, Polity Press.
39. Beck, Ulrich; 1995, *The Reinvention of Politics: Towards a Theory of Reflexive Modernization*, in: Ulrich Beck, Anthony Giddens and Scott Lash, *Reflexive Modernization: Politics, Tradition, and Aesthetics in the Modern Social Order*, United Kingdom and United States of America, Polity Press in association with Blackwell Publishers.
40. Bell, David; Joanne Hollows; 2005, *Ordinary Lifestyles: Popular Media, Consumption and Taste*, Open University Press.
41. Bell, David; Joanne Hollows; 2006, *Historicizing Lifestyle: Mediating Taste, Consumption and Identity from 1900 to 1970*, UK, Ashgate Publishing Limited.

42. Benedikter, Ronald; Juergen Smeyer, H, Anheier; 2011, Life Style, The Sage Encyclopedia of Global Studies .
43. Bourdieu, Pierre; 1984, Distinction, NewYork, Routledge & Kegan Paul.
44. Hall, Stuart; 1996, The Question of Cultural Identity, in: Stuart Hall, David Held and Tony Mc Grew; Modernity and its Futures: Understanding Modern Societies, An Introduction, United Kingdom and United States of America, Polity Press in association with Blackwell Publishers.
45. Held, David; Anthony Mc Grew; 2002, Globalization / Anti – Globalization, United Kingdom and United States of America, Polity Press in association with Blackwell Publishers.
46. Keeble, Leigh; Brian D. Loader (Editors); 2002, Community Informatics: Shaping Computer – Mediated Social Relations, Routledge.
47. Lechner, Frank J; John Boli (Editors); 2003, The Globalization Reader, United Kingdom and United States of America, Blackwell Publishing.
48. Mathews, Gordon; 2000, Global Culture / Individual Identity: Searching for Home in the Cultural Supermarket, London and New York, Routledge.
49. McRobbie, Angela; 2007, The Uses of Cultural Studies, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications.
50. Mohammadi, Ali; 2003, Iran and Modern Media in the Age of Globalization, in: Iran Encountering Globalization: Problems and Prospects, Edited by: Ali Mohammadi, London and New York, Routledge Curzon.
51. Noble, Trevor; 2000, Social Theory and Social Change, Palgrave Publishers.
52. Parsons, Talcott; 1964, The Social System , NewYork, A Free Press Paper Back & Macmillan Publications.
53. Shahabi, Mahmood; 2006, Youth Subcultures in Post–Revolution Iran: An Alternative Reading, in: Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds, Edited by: Pam Nilan and Carles Feixa, London and New York, Routledge.
54. Sobel, Michel E; 1981, Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, Analyses, Academic Press.
55. Vanfossen, B; 1979, The Structure of Social Inequality, Little Brown & Co. Publications.
56. Veal, Anthony James; 2005: Lifestyle and Leisure: A Review and a Bibliography, Centre for Leisure and Tourism Studies, Sydney, University of Technology.