

تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی با تأکید بر توسعه مناطق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان خلخال)

مهین ملکی^۱، علیرضا محسنی تبریزی^{۲*} و مجید کاشانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۱۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۰۱

چکیده:

پژوهش حاضر باهدف تبیین جامعه‌شناختی تغییرات در شیوه‌های زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌های ساکن در مناطق روستایی شهرستان خلخال انجام شده است. چارچوب نظری و مدل نظری با استفاده از نظریه مصرف، نظریه کاشت، الگوی مصرف تنظیم شده است. روش تحقیق از نوع پیمایش است و داده‌ها از طریق پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش را روستائیان ۱۸ سال به بالای شهرستان خلخال تشکیل می‌دهد؛ که تعداد آنان طبق آمار اداره ثبت‌احوال ۲۹۲۳۶ نفر است. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به‌عنوان نمونه آماری انتخاب گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو شیوه آمار توصیفی و استنباطی و با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای آماری استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشانگر آن است که متغیرهای گسترش و توسعه گردشگری، استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی، تعاملات روستائیان با شهرنشینان، استقرار صنعت (ورود تکنولوژی) در مناطق روستایی و سطح پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد، با تغییرات در شیوه‌های زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها در مناطق روستایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: شیوه زندگی، فرهنگ مصرفی، توسعه روستا، گردشگری، تکنولوژی، خلخال.

۱. دانشجوی دکترا جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی. mahin_maleki2003@yahoo.com

۲. استاد جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول). mohsenit@ut.ac.ir

۳. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی. fahmm@yahoo.com

مقاله مستخرج از رساله دکتری است.

A sociological Explanation of Factors Affecting on Changes in Life Style and Consumption Culture with Emphasis on Development in Rural Areas (Case of Study: Villages in Khalkhal)

Mahin Maleki¹, Alireza Mohseni Tabrizi*² & Majid Kashani³

Received: 2019-10-08

Accepted: 2020-04-20

Abstract

The theoretical framework and theoretical model were prepared using theories of scholars such as Veblen, Bourdieu, Solomon, and Giddens. The study method is of survey type, and data is collected through a researcher-made questionnaire. The statistical population of the research consists of all villagers above 18 years old in city of Khalkhal and the number is 29236, according to the Registry Office. Using Cochran formula, 380 individuals were selected employing multi-stage cluster sampling as statistical sample. Descriptive and inferential statistics, The Amos and Spss software's were used to analyze data. Research results showed that there is a meaningful relationship between expansion variables and tourism development, the use of communication technologies, interaction of villagers with townsmen, Industry deployment (technology entry) in rural areas and the level of economic and social status of individuals, with changes in the lifestyle and culture of consumer households in rural area.

Keywords: Life Style, Consumption Culture, Village Development, Tourism, Technology.

1. Ph.d Student of Cultural Sociology, Islamic Azad University, Sentral Branch Tehran. mahin_maleki2003@yahoo.com

2. Professor of Sociology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. mohsenit@ut.ac.ir

3. Assistant Professor of Sociology, Islamic Azad University, Sentral Branch Tehran. fahmm@yahoo.com

مقدمه و طرح مسئله

اواسط دهه ۱۹۷۰ با صنعتی‌شدن و گسترش شهرنشینی و افزایش سطح رفاه و بی‌اطلاعی مردم از وضعیت اجتماعی یکدیگر، سبک زندگی معیاری برای نمایانگری جایگاه افراد برای دیگران شد. علاقه سرمایه‌گذاران به آگاهی از عادت‌ها، علایق و سلايق مردم به‌منظور بازاریابی موجب شد سبک زندگی موردتوجه قرار گیرد. یاسرمن در سال ۱۹۸۳ سبک زندگی را الگویی از مصرف می‌داند که شامل ترجیحات، ذائقه و ارزش‌هاست (ربانی و رستگار، ۱۳۸۷: ۲۴-۲۳).

یکی از عوامل تحول سبک زندگی جامعه ایرانی در دوران پس از انقلاب، تحولات اقتصادی و اجتماعی است. در واقع، تناظر و همبستگی علی میان این دو روند وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که تحولات مدرن و نوسازی در حال‌ظهور در جامعه ایرانی، عاملی اثرگذار بر تحولات سبک زندگی ایرانی است. مطالعات دیگر بر تأثیر رسانه‌ها تأکید کرده و اذعان داشته‌اند که تبلیغات رسانه‌ای، شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت، عامل ۸۰ درصد تغییرات سبک زندگی و غربی‌شدن سبک زندگی خانواده‌های ایرانی است (حبیب‌پور گنابی، ۱۳۹۵: ۱۲۰).

ماهیت جوامع امروزی طی روند توسعه تغییر کرده و گستردگی این تحولات موجب شده است زندگی جوامع شهری و روستایی از جایگاه سنتی خود فاصله بگیرد، به‌گونه‌ای که تعریف و توصیف این نوع از جامعه معاصر در قالب یک جامعه سنتی با سبک زندگی پیشینیان ممکن است تنها به‌مثابه یک شعار تلقی شود (فالك و کیلپاتریک^۱، ۲۰۰۰: ۲۳).

مصرف‌گرایی زندگی ما را احاطه کرده و تجارب روزمره‌مان را شکل می‌دهد و حتی مدام صور جدیدی به‌خود گرفته و تأثیراتش را در اشکال جدیدی نمایان می‌کند. ظهور یک جامعه مصرفی به‌روشنی با آغاز صنعتی‌شدن همراه بود. تولید برای بقا ضمن آن‌که جای خود را به کار دستمزدی داد، افراد به ناگزیر در کنار تولیدکنندگی، مصرف‌کننده هم شدند. به‌این ترتیب، از یک نگاه بلندمدت تاریخی، نشانه‌های روش‌های عمیقاً مختلف زندگی در قالب ساختارها، ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی ظهور یافت. از این‌رو به‌تدریج نوع جدیدی از جامعه توسعه یافت. جامعه‌ای که اساس آن در اشتیاق به چیزهای جدیدی قرار داشت که نظام اقتصادی مشتاق تداوم آن‌ها بود (موری، ۱۹۸۹؛ به نقل از علیخواه، ۱۳۹۶: ۲۴).

در گذشته و تا قبل از آغاز تحولات اخیر، رسوم، هنجارها و ارزش‌ها تقریباً ثابت و دارای نفوذ بودند. نحوه کاشت، داشت و برداشت در طول قرن‌ها ثابت بود. ساخت اقتصادی و اجتماعی نیز در رابطه با سایر عوامل، تغییرات بنیادی عمده‌ای نداشتند. از اواسط قرن ۱۹ در اروپا و کمی دیرتر در سایر

نقاط جهان عواملی از جمله توسعه فنون و شیوه‌های نو و گسترش راه‌های ارتباطی موجب باز شدن دروازه‌های روستاها شد (طالب، ۱۳۸۷: ۷۴-۷۳).

جامعه روستای هم در طی نیم قرن گذشته تحت تاثیرات نوسازی، مدرنیته و ورود صنعت و تکنولوژی دستخوش تحول و تغییر خصوصاً در بعد فرهنگ مصرفی و سبک زندگی شده است.

روستاهاى ایران به دلیل برخورداری از دستاوردهای فناوریانه دنیای مدرن و امروزی و به دلیل برخورداری از امکانات ارتباطی و ورود فناوری‌های نوپدید، دوره گذار از شیوه زندگی سنتی به سمت شیوه زندگی صنعتی و نوین را تجربه می‌کنند. تغییراتی که در آداب و رسوم، عقاید و ارزش‌ها در خوراک و پوشاک، الگوی مصرف و وسایل خانگی و تزئینات منزل، گفتار و کردار و... می‌توان از آن به عنوان تغییر در شیوه زندگی و فرهنگ مصرف نام برد؛ و این تغییر در شیوه زندگی در جامعه روستایی نسبت به جامعه شهری از شدت بیشتری برخوردار است، به طوری که می‌توان از آن به عنوان پدیده «شهری شدن روستا» یا «مدرن شدن روستا» نام برد. بسیاری از مردم روستاها طی چهار دهه گذشته به دلیل افزایش دسترسی به شهرها و افزایش تنوع در مصرف مواد غذایی و بهداشتی و برخورداری از فناوری‌هایی چون برق و وسایل ارتباطی مثل تلویزیون، ماهواره و اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، اتومبیل و... و بهره‌مندی از این امکانات باعث شده که تغییر و دگرگونی در الگوی مصرف و سبک زندگی در مناطق روستایی به وجود بیاید.

در دهه‌های اخیر، آهنگ تغییرات در چهره روستاهای شهرستان خلخال روندی پرشتاب گرفته است، به طوری که ظاهر کلی روستاها و مسکن آن‌ها را به شدت دگرگون ساخته است. طبق آخرین سرشماری نفوس و مسکن جمعیت شهرستان خلخال بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ حدود ۸۶۷۳۱ هزار نفر در نقاط شهری و تعداد کل جمعیت روستایی آن ۲۹۳۵۵ نفر برآورد شده است که ۵۵ درصد در نقاط شهری و ۴۵ درصد در نقاط روستایی سکونت دارند. جوامع روستایی شهرستان خلخال آن‌چنان‌که مشاهده می‌شود جوامع سنتی به معنای کلاسیک نیست. بسیاری از روستاهای شهرستان خلخال تحت تأثیر مدرنیته قرار گرفته و از فناوری‌هایی همچون برق، تلفن، اینترنت، گاز، تراکتور، اتومبیل، لوازم خانگی و... بهره‌مند شده‌اند. بهره‌مندی از این منابع به معنای تغییر و دگرگونی در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی روستاها است. برخی محققین به نتایج کم‌وبیش مثبتی در زمینه تحولات سبک زندگی در مناطق روستایی و فرهنگ مصرف دست یافته‌اند، از جمله به یافته‌های تحقیق شعبانعلی فمی و دیگران (۱۳۹۵)، رضوی زاده (۱۳۸۵)، حبیب پور کتابی و دیگران (۱۳۹۷)، حیدری ساربان (۱۳۹۴)، طولابی نژاد و دیگران (۱۳۹۵)، یوسف‌نیا و حقیقتیان (۱۳۹۵) و به بسیاری از مطالعات دیگران می‌توان اشاره کرد.

درواقع ورود هر پدیده‌ای تغییرات اساسی و گسترده‌ای در زندگی، احساس، تفکر و شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی مردم روستایی شهرستان خلخال به وجود آورده و باعث ایجاد تغییرات گسترده‌ای در شیوه‌های زندگی و فرهنگ مصرفی شده است و شیوه زندگی و فرهنگی جدید در حال شکل‌گیری است که حق انتخاب فراوانی را به افراد روستایی می‌دهد.

هدف اصلی این پژوهش تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی در مناطق روستایی است و در پرتو موضوع و هدف تحقیق این سئوالات قابل طرح است که شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌های ساکن در مناطق روستایی مورد مطالعه چه تغییری کرده است؟ و عوامل و شرایطی که باعث ایجاد تغییرات در شیوه‌های زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها در مناطق روستایی می‌شوند کدام‌اند؟

پیشینه پژوهش

الف) پژوهش‌های داخلی

عباس‌زاده و دیگران (۱۳۹۴) در پژوهش «آسیب‌شناسی تغییرات در سبک زندگی دختران روستایی» نشان می‌دهند که به دلیل افزایش سطح تحصیلات، گسترش رسانه‌های جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی، سبک زندگی دختران روستایی از نظر پوشاک، گذران اوقات فراغت، آداب گفتار، مدیریت بدن و شیوه تغذیه، مشابه با سبک زندگی مدرن دختران شهری متحول شده است. این تغییرات در سبک زندگی دختران روستایی زمینه چالشی جدیدی در برابر سبک زندگی سنتی روستایی است.

هاشمیان فر و چینی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر هویت بریکولاژ با تأکید بر فرهنگ مصرف» نشان می‌دهند که جهانی‌شدن از طریق جا‌کندگی، فرهنگ‌ها را از محل جدا می‌کند، توانایی فرهنگ در هویت‌سازی را از بین می‌برد و سبب می‌شود فرهنگ‌های متعدد در محل حضور یابند. از آنجاکه هویت‌یابی جوانان بر مبنای انتخاب سبک زندگی شکل می‌گیرد، بالا بودن میانگین فرهنگ مصرف بیانگر آن است که جوانان برای گریز از وضعیت ناپایدار خویش، به مصرف روی می‌آورند.

ازکیا و احمدرش (۱۳۹۱) در پژوهش «تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای ورود عناصر مدرن به کردستان (بررسی موردی: مناطق روستایی موکریان)»، بیان می‌کنند که مشاهدات، بررسی‌ها و «تجربه زیسته» پژوهشگران، بیانگر وقوع تغییرات متعدد و متنوع «ذهنی - عینی» در «زیست جهان» روستایی ایرانی و به تبع آن، جامعه روستایی گرد بوده که تحت تأثیر شرایط محیط طبیعی، قرار گرفتن در نوار مرزی و مجاورت با دو کشور عراق و ترکیه و شرایط تاریخی، سیاسی و فرهنگی خاص منطقه «موکریان» پدید آمده است. درواقع، این تحقیق نشان می‌دهد که شاهد «ایجاد برخی سنت‌های امروزی و

نوین» و نیز «امروزی و نوین شدن برخی سنت‌های قدیمی» در جامعه روستایی ایران و به تبع آن، کردستان هستیم. تمام تغییرات فوق، زمینه‌ساز ارائه نظریه زمینه‌ای پژوهش، یعنی «نظریه شبه مدرنیسم روستایی با ویژگی‌های ایرانی - گردی» شده است.

بذرافشان و طولابی‌نژاد (۱۳۹۶) در مقاله «بررسی آثار نوسازی بر تغییر و تحولات سبک زندگی خانوارهای روستایی بخش مرکزی شهرستان پل‌دختر» اشاره می‌کنند که فرایند نوسازی آثار مختلفی بر زندگی انسانی داشته و این آثار در جوامع روستایی ملموس‌تر از شهرها بوده است. به طوری که باعث تغییر الگوهای فرهنگی و زبانی، الگوهای رفتاری، نوع پوشش و لباس محلی مخصوصاً در بین قشر جوان شده است.

ازکیا و حسینی رودبارکی (۱۳۸۸) در پژوهش خود به «بررسی تغییرات سبک زندگی در جامعه روستایی ایران» پرداخته‌اند. با استفاده از نظریه‌های بوردیو و گیدنز و نیز نظریه جایگزینی نسلی اینگلهارت دریافتند که متغیر «نسل» نقش مهمی در تغییرات ایجادشده در سبک زندگی دارد و مسیر تغییرات به سمت افزایش تقاضا برای خرید کالاهای مصرفی است، به طوری که وسایل تزیینی کاربرد بیشتری از وسایل ضروری و کارکردی دارد.

ب) پژوهش‌های خارجی

باتوجه به کثرت پژوهش‌های خارجی مرتبط، تنها به چند مورد برجسته اشاره می‌کنیم:

پیر بوردیو^۱ (۱۹۸۴) در کتاب «تمایز» نشان می‌دهد و ثابت می‌کند که چگونه می‌توان میان حوزه‌هایی چون ورزش، غذا، لباس، سلاقی هنری، موسیقی، عکاسی و ادبیات از یک سو و وضعیت اجتماعی افراد از سوی دیگر روابط منطقی ایجاد کرد. او نشان می‌دهد که چگونه از نوع خودروهای انتخاب‌شده تا دکوراسیون منزل، از موضع‌هایی که عکاسی انتخاب می‌شود، تا آنچه افراد خورده و می‌نوشند، الزامات اجتماعی افراد را جهت می‌دهند. وی در نظر داشت تا مشخص کند افراد چگونه از میان سایر چیزها، انواع کالاهای مصرفی، روش‌های اولیه خوراک و غذا خوردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل را به کار می‌گیرند تا روش زندگی خود را مجزا و خود را از دیگران متمایز سازند.

آنتونون ویشار^۲ و لوسی ویدوویچوف^۳ (۲۰۱۸) در مقاله «کیفیت زندگی روستایی»، تلاش می‌کنند با در نظر گرفتن سطوح مختلف تحصیلات، فعالیت‌های حرفه‌ای، تحرک، روش‌های زندگی، دسترسی به زیرساخت‌های اجتماعی و فنی و ویژگی‌های آن در فضای روستایی را توضیح دهند و درک

1 Bourdieu, Pierre

2 Antonín Vaishar

3 Lucie Vidovičová

ذهنی مردم شهری و روستایی نسبت به کیفیت زندگی روستایی را نشان دهند. بالا بودن هویت محلی به‌عنوان یک ابزار مهم برای بهبود کیفیت زندگی روستایی (علاوه بر حل مشکلات زیرساختی) در نظر گرفته می‌شود.

وودز^۱، (۲۰۱۱) در تحقیق خود با عنوان «جغرافیای روستایی؛ فرایندها، واکنش‌ها و تجربه‌های بازساخت روستایی» نشان داد الگوهای جدید زندگی چشم‌اندازهای نواحی روستایی را دچار تغییر و تحول می‌کند: تحولی که سبب گسترش ناموزون سکونتگاه‌های روستایی و تغییر الگوهای زراعی بوده است. وی نقش جهانی‌شدن را بر تحول روستاها بررسی و تحولات کشاورزی و اقتصادی روستاها، تغییر اجتماعات محلی و تغییرات زیست‌محیطی نواحی روستایی را تشریح کرد.

فاوول^۲ (۲۰۰۹) نیز به بررسی سبک زندگی زنان روستایی پرداخت و نشان داد اکثر زنان روستایی مورد مطالعه، تنها، میان‌سال و دارای خانواده با اندازه متوسط، تحصیلات پایین و درآمد اندک بودند. به‌علاوه، مشخص شد که انتخاب‌ها و ترجیحات زنان روستایی در مناطق مختلف با یکدیگر متفاوت است.

روزا م. هرناندز^۳ (۲۰۱۳) در مقاله «مؤسسات اسکان روستایی به‌عنوان محرک توسعه روستایی»، در برنامه‌های مختلفی که برای توسعه مناطق روستایی در اروپا انجام شده به بررسی تأثیر سه عامل کلی مرتبط با کسب‌وکار و کارآفرین، محصول، دانش و ابزار تبلیغاتی بر اساس عملکرد، اندازه‌گیری شده به‌عنوان اشتغال، قیمت، فروش و سود می‌پردازد. نظرسنجی انجام‌شده در یک منطقه روستایی اسپانیا نتیجه‌هایی را تولید می‌کند که فرضیه‌های پیشنهادی را تا حد زیادی تأیید می‌کند.

اولدمن و اسمیت^۴ (۲۰۰۵)، معتقدند که بین توسعه فناوری اطلاعات و گرایش روستاییان به کالاها و ابزارهای مادی، جمع‌آوری ثروت، گرایش به فعالیت‌های درآمدزا و تجمل‌پرستی در امور زندگی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

جوانا بویرسکا و همکارانش (۲۰۱۲)، در تحقیقی با عنوان «تحلیل سبک زندگی جوانان در نواحی شهری و روستایی» به این نتیجه رسیده‌اند که سبک زندگی جوانان روستایی از لحاظ تغذیه و تحرک بدنی متفاوت از جوانان شهری است و جوانان روستایی سالم‌تر از جوانان شهری هستند.

مروری بر پیشینه تحقیقات انجام‌شده در داخل و خارج از کشور گواه بر آن است که مفهوم شیوه زندگی و فرهنگ مصرف از طریق روش‌های کمی و کیفی با کمک ابزارهای متنوع مانند مصاحبه عمیق و مشاهده، پرسش‌نامه و... مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد و هرکدام از مطالعات داخلی و خارجی

1 Woods

2 Fawole

3 Rosa M. Hernandez

4 Oldman & Smith

عواملی مانند ابزار تبلیغاتی، تحصیلات، تغییر الگوهای زراعی، گرایش به کالاهای مصرفی، بالابودن هویت محلی، نوسازی، ورود عناصر مدرن به روستا، جایگزینی نسلی، تأثیر جهانی شدن بر فرهنگ روستایی، گسترش وسایل ارتباط جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی را در تغییر سبک زندگی مورد مطالعه قرار داده‌اند و در این پژوهش هم سعی بر آن است از طریق روش‌های کمی عوامل و شرایطی که در تغییر شیوه زندگی روستایی تأثیرگذار هستند را مورد مطالعه و بررسی قرار دهیم و همچنین با نگاهی به مطالعات قبلی می‌توان نتیجه گرفت انجام مطالعه کمی روی شیوه زندگی روستایی و فرهنگ مصرفی خانواده‌های روستایی می‌تواند نقش بسزایی در توسعه و گسترش دانش موجود در حوزه جامعه‌شناسی روستایی و سبک زندگی و فرهنگ مصرف داشته باشد.

چارچوب نظری

به اعتقاد زیمل فرد از طریق بسط شدید فردگرایی که هدف آن دنبال کردن نمادهای منزلت و مد است، می‌تواند فشارهای زندگی مدرن را تحمل کند. این‌گونه مصرف کردن راهی برای «اثبات خود» و حفظ اقتدار فردی است. در نظر زیمل، مد علاوه بر آنکه از فشارهای ساختاری کلان‌شهر منبعث است، نماد تمایز طبقاتی نیز هست. در اینجا توجه زیمل به کارکرد دوگانه مد آشکار است. مد از یک سو، اعلام تمایل برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت است، اما از سوی دیگر جنبه طبقاتی دارد و سبب همبستگی گروهی و تقویت انسجام اجتماعی-طبقاتی است. مد بدین لحاظ احساس با دیگران بودن را در فرد تقویت می‌کند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۵).

به‌زعم و بر، سبک‌های زندگی علاوه بر آنکه تفاوت بین گروهی را موجب می‌شوند، به برتری‌های منزلتی و طبقاتی نیز مشروعیت می‌بخشند. گروه‌های منزلت و طبقات از طریق سبک‌های زندگی به گروه‌های مرجع تبدیل می‌شوند و معیارهای قضاوت اجتماعی و ارزیابی اخلاقی را نیز تعریف می‌کنند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۶). برطبق نظریه ماکس وبر، تفاوت در قشرهای اجتماعی می‌تواند در نوع رفتار افراد، قدر و منزلت آن‌ها در جوامع، الگوی مصرفی و مدیریت اقتصادی افراد در قالب مؤلفه‌های سبک زندگی تأثیرگذار باشد (محمدی و بیک‌آبادی، ۱۳۸۹: ۱۰۲).

از نظر چنی، الگوی مصرف معرف نوع سبک زندگی است. به دیگر سخن، الگوی مصرف، مردم را در جوامع امروزی از یکدیگر متمایز می‌کند. از این رو، تنها راه قشربندی اجتماعی به شمار می‌رود (محمدی و بیک‌آبادی، ۱۳۸۹: ۱۰۲).

سولومون^۱ اعتقاد دارد هر جامعه‌ای دارای سبک و شیوه زندگی متفاوتی است. سبک زندگی فعل و انفعال فرد را در محیط زندگی او نشان می‌دهد. در جوامع سنتی انتخاب‌های مبتنی بر مصرف به

شکل گسترده‌ای بر اساس طبقه، کاست، محیط روستا یا خانواده دیکته می‌شود، درحالی‌که در جوامع مدرن به‌هرحال مردم دارای آزادی عمل بیشتری در انتخاب کالاها و خدمات و فعالیت‌هایی هستند که به‌نوبه خود هویت اجتماعی را خلق می‌کند (رسولی، ۱۳۸۲: ۵۴).

پترسون معتقد است که در دوران جدید الگوی مصرفی بروز کرده است که دیگر اعضای طبقات بالا خود را به داشتن یک الگوی مصرف مشخص محدود نمی‌کنند. او این الگوی مصرف را «همه‌کاره بودن» می‌خواند. در چنین الگوی مصرف جدیدی، طبقات بالا از همه انواع فرهنگ و هنر استفاده کرده و به سلسله‌مراتب ژانرهای فرهنگی بی‌اعتنا هستند. ملاحظات زیباشناختی که بر مبنای معیارهای فردی تعریف می‌شوند هدایت کردن زندگی و داوری سلیقه‌ها را بر عهده می‌گیرند. وی چنین تحولی را «زیباشناختی شدن زندگی روزمره» می‌خواند (حاجی‌زاده میمندی و یوسفی، ۱۳۹۲: ۲۴۸).

نظریه کاشت گرنبر به آثار کل و درازمدت رسانه‌ها توجه و تأکید دارد. به تعبیری، مصرف زیاد رسانه‌ها منجر به کاشت سبک زندگی خاص در بین مصرف‌کنندگان می‌شود (امام‌جمعه‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۹).

جسیکا هیلبرمن (۲۰۰۹) معتقد است «امروزه بسیاری از جوانان به فعالیت‌های اجتماعی شبکه‌ای اشتغال دارند و برای ساختن زندگی خود از روابط و مناسبات اینترنتی استفاده می‌کنند. فعالیت در رسانه‌های اجتماعی دربرگیرنده همه ابعاد زندگی است». درواقع، رسانه‌های اجتماعی سبک‌های زندگی جوانان را بیش از سبک‌های زندگی سایر گروه‌های سنتی تغییر داده‌اند. لذا یک مسئله جالب‌توجه این است که جوانان چگونه هویت و سبک زندگی خود را در عرصه رسانه‌های اجتماعی می‌سازند. از آنجاکه حدود ۶۰ درصد از جمعیت کشور ما را جوانان تشکیل می‌دهند (کلانتری و حسنی، ۱۳۸۷: ۱۲۰).

به نظر بوردیو با تغییر زمینه، ذوق در جهت هم‌گامی با آن حرکت می‌کند که گامی بین ذوق و زمینه در عملکرد بازتاب می‌یابد. با تغییر درزمینه، ذوق (ساختارهای ذهنی) روستائیان در هم‌نوایی با تغییرات درزمینه حرکت کرده است. درنتیجه، تغییراتی در ذوق (ساختارهای ذهنی) روستائیان به‌وجود آمده است که بازتاب آن را می‌توان در عملکرد روستائیان (تغییر در سبک زندگی: تغییر در شیوه پوشش، تغییر در شیوه بهداشتی، تغییر عادت‌های غذایی، تغییر در شیوه گفتاری، تغییر در الگوی گذران اوقات فراغت) مشاهده کرد (توکل، ۱۳۸۵: ۱۱۹).

مصرف چشمگیر، تن‌آسائی چشمگیر و نمایش چشمگیر نمادهای بلندپایگی، وسایلی هستند که انسان‌ها با آن‌ها می‌کشند تا در چشم همسایگانشان برتر جلوه کنند و همچنین برای خودشان ارزش بیشتری قائل شوند. «آداب و شیوه‌های زندگی اشراف‌منشانه با ضابطه تن‌آسائی و مصرف چشمگیر سازگاری دارند. مصرف چشمگیر کالاها گران‌قیمت، وسیله کسب آبرومندی برای نجیب‌زادگان

تن آسان است» (کوزر، ۱۳۸۰: ۳۶۲). ویلن معتقد است ایده‌ها و رفتار انسان مایه و ریشه از وضعیت معیشتی او می‌گیرد و معیشت نیز تابع فناوری است. از نظر ویلن پیشرفت‌های فنی در قالب فرایندهای مربوط به نظام‌های اجتماعی تجلی پیدا می‌کند به گونه‌ای که تنوع در حوزه‌های کاری نشانگر تنوع ساخت اجتماعی است. به نظر او فناوری جدید عادت‌های جدیدی به وجود آورده که این عادات موجب اضمحلال نهادهای کهنه حاکم بر جامعه می‌شوند (غفاری و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۵۳-۲۵۴).

مدل کارکردی گولد: برطبق این الگو، شهر و روستا نه تنها با یکدیگر ارتباط دارند بلکه به یکدیگر وابسته هستند. باتوجه به اصل اول مدل، کارکردهای تکمیلی بین سکونتگاه‌ها (از جمله شهر و روستا) برای برقراری یک جریان ضروری است و این ارتباط نیازهای طرفین را برطرف می‌کند. البته وجود فرصت‌های مداخله‌گر (اصل دوم) و قابلیت انتقال (اصل سوم) کم‌وکاست این ارتباط را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رضوانی، ۱۳۸۱: ۹۴-۸۱). گولد^۱ به اثر و پیامدهای مثبت مناسبات شهر و روستا اعتقاد دارد. وی توسعه را با نوسازی تعریف می‌کند و معتقد است اشاعه نوسازی از مرکز شهر آغاز و به طرف سلسله‌مراتب پایین‌تر شهری و نهایتاً نواحی روستایی جریان پیدا کرد، این شواهد احتمالاً می‌تواند همان اثر انتشار تدریجی و یا رخنه‌به‌پایین نظریه قطب رشد باشد (معیدفر، ۱۳۸۶: ۸۲).

پوتر و آنوین^۲ پیوند شهر و روستا را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و ایدئولوژیک مطرح کردند و وجود هر یک از جریان‌های فضایی را در شکل‌گیری روابط میان شهرها و روستاها مؤثر می‌دانند (پوتر و آنوین، ۱۹۸۹: ۲۴).

آگبورن برای مطالعه رابطه فناوری و تغییر اجتماعی، بر این نکته متمرکز می‌شود که می‌توان واقعیت اجتماعی را به‌عنوان موضوع مورد مطالعه در نظر گرفت و سپس اثرات فناوری را در تغییر حادث شده در آن موضوع مورد بررسی قرار داد. مثلاً واقعیت مهاجرت از روستاها به شهر با ورود و دسترسی به ماشین چه تغییراتی پیدا کرده است. یا برعکس، ورود تراکتور به جامعه روستایی چه اثراتی را بر ساختار اجتماعی روستا و یا نظام‌های تولیدی و بهره‌برداری گذاشته است (غفاری و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۵۲-۲۵۳).

کاپلینسکی و کوپر بر این باورند که نوآوری‌های فنی بیش از هر چیز روابط اجتماعی را دگرگون کردند: نوآوری‌های فناوریانه سبب ایجاد نظم نوینی در صنعت شدند و گرچه نقطه عطف آغازین از ساخت کارخانه‌ای به ساخت ماشین‌ها در اثر دگرگونی در نیروهای تولید نمودار شد، دگرگونی‌های قاطع روابط اجتماعی تولید بودند که متعاقب آن در گسترش دوره نوین صنعتی در سطح جهانی نقش اساسی بازی کردند (کاپلینسکی و کوپر، ۱۳۷۴: ۲۲).

1. Gould

2. Potter & Unwin

فاستر: فاستر بر این باور است که تغییرات فنی و مادی با تغییر در طرز تلقی، افکار، ارزش‌ها، اعتقادات و رفتار مردمی که این تغییرات را پذیرفته‌اند همراه است. این تغییرات غیر فنی و غیرمادی غالباً چندان مشهود نیستند و به‌همین دلیل غالباً به آن‌ها توجه نمی‌شود و اهمیت آن‌ها تشخیص داده نمی‌شود؛ اما اثر نهایی هر بهبود مادی یا اجتماعی منوط به این است که جنبه‌های فرهنگی مرتبط با آن یا تأثیرپذیر از آن تا چه اندازه می‌تواند با کمترین ازهم‌گسیختگی تغییر یا بهبود تازه را بپذیرد و با آن همراه شود (فاستر، ۱۳۷۸: ۱۲).

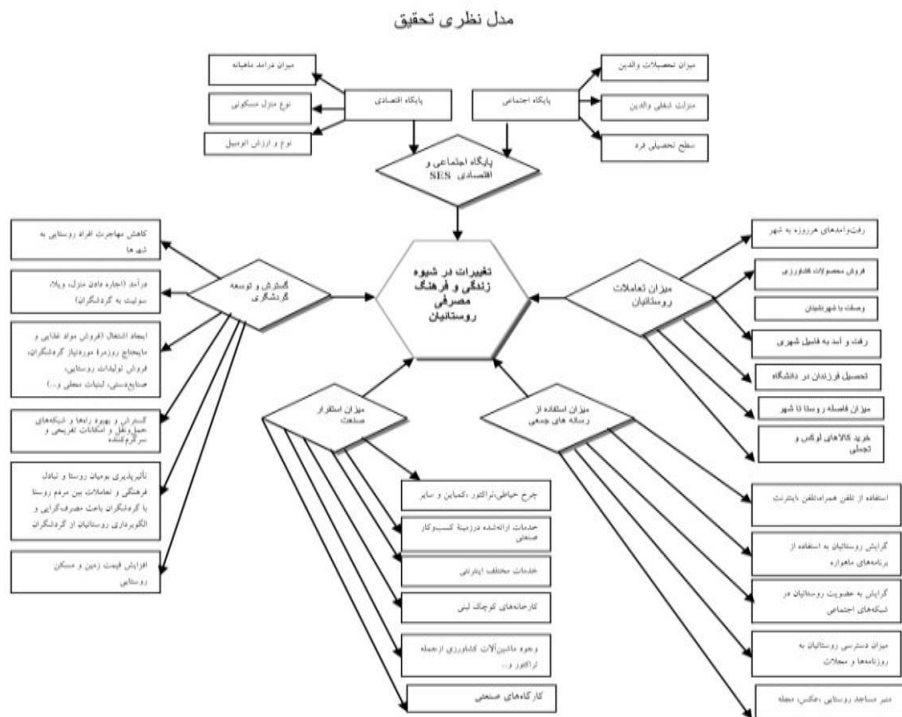
راجرز بر این باور است که در برخی فرهنگ‌ها، به‌طورکلی زمینه برای نوآوری نسبت به فرهنگ‌های دیگر فراهم‌تر است. بر این اساس، تغییر در وهله نخست، تغییر در اندیشه است. از این رو، تغییر مستلزم اشاعه اندیشه و نظری نو و پذیرش آن از سوی فرد است. وی پذیرش اندیشه نو را به شکل یک فرایند پنج مرحله‌ای مطرح می‌کند، این پنج مرحله عبارت‌اند از: ۱- آگاهی، ۲- علاقه، ۳- ارزشیابی، ۴- آزمایش، ۵- پذیرش اندیشه نو (ازکیا و غفاری، ۱۳۹۰: ۲۲۱).

ویور^۱ بر این عقیده است که گردشگری تنها به افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش درآمد مردم بومی، تنوع پایه‌های اقتصاد محلی و افزایش میزان مالیات مناطق روستایی، منجر نمی‌شود، بلکه گردشگری همچنین فرصت‌هایی برای ترفیع اجتماع محلی و بقای فرهنگ ارائه می‌دهد. این منافع غیراقتصادی همچنین توسط ژورسکی^۲ مطرح‌شده که چگونه مقوله‌های گردشگری چنانچه دارای طرح‌های خوبی باشند، می‌توانند منابع محیطی منطقه را افزایش دهند. با وجود این، برخی افراد برخورد محتاطانه‌ای با گردشگری دارند درحالی‌که صنعت گردشگری در سال‌های اخیر میزان رشد بالایی داشته و اغلب هزینه‌های کم و شغل‌های پاره‌وقت و فصلی را فراهم کرده است (ازکیا، ۱۳۸۷: ۳۱۵). توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان یک بخش ارزشمند و رشد‌یابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح است (شارپلی^۳، ۲۰۰۶: ۲۶۲). زمانی که یک جامعه به یک مقصد گردشگری تبدیل می‌شود، کیفیت زندگی و نظام‌های ارزشی و آداب و سنن تحت تأثیر قرار می‌گیرد (گنوت و زینس^۴، ۲۰۱۱: ۱).

گرچه بررسی تغییرات در شیوه‌های زندگی روستایی و فرهنگ مصرفی در روستاها با تکیه بر نظریه‌های ارائه‌شده امکان طرح مدل‌های گوناگون را فراهم می‌کند، ولی آنچه می‌تواند در بررسی نتایج تجربی تحقیق تأثیرگذار باشد هم‌پوشانی مباحث نظری در رابطه با شیوه زندگی و فرهنگ مصرف است. به‌عبارت‌دیگر، نظریه‌های یادشده در کنار نظریه شیوه زندگی و فرهنگ مصرف می‌تواند یک زمینه تبیینی مفید را برای تحقیق حاضر فراهم آورد. در این مطالعه، با اقتباس از نظریه‌های یادشده، به عوامل

1. Weaver
2. Jurowski
3. Sharply
4. Gnoth and Zins

تأثیرگذار گسترش و توسعه گردشگری، استقرار صنعت (ورود فناوری‌های نوپدید)، رسانه‌های جمعی، پایگاه‌های اجتماعی و اقتصادی و تعاملات روستائیان با شهرنشینان بر تغییر شیوه زندگی و فرهنگ مصرف در بستر جامعه روستایی خلخال پرداخته شده است.



روش پژوهش

در پژوهش حاضر برای انجام مطالعه از روش کمی و برای جمع‌آوری داده‌های کمی از تحقیق پیمایشی استفاده شده است. تحقیق پیمایشی به‌عنوان روشی کمی، توصیفی است از نگرش و رفتار جمعیتی بر اساس انتخاب نمونه‌ای تصادفی و معرف از افراد آن جمعیت و پاسخ آن‌ها به یک‌رشته سؤال (بیکر، ۱۳۸۶: ۲۰). یکی از پرکاربردترین شیوه‌های تهیه پاسخ برای پرسش‌های بسته، طیف لیکرت یا مقیاس مدرج^۱ است. در این شیوه عمومی به پاسخگویان گزاره‌ای ارائه شده و از آن‌ها خواسته می‌شود بیان کنند تا چه حد با آن گزاره موافق یا مخالف هستند (دواس، ۱۳۸۶: ۹۴).

1 Rating scales

تعداد کل جمعیت روستایی شهرستان خلخال ۲۹۳۵۵ نفر برطبق سرشماری سال ۱۳۹۵ است. جامعه آماری این پژوهش روستائیان ۱۸ ساله به بالای شهرستان خلخال است که بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ تعدادشان ۲۹۲۳۶ نفر برآورد شده است (مرکز آمار ایران) که از بین آن‌ها با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۰ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب و مطالعه بر روی آن‌ها انجام شد. به این ترتیب که در مرحله اول روستاهای شهر خلخال به سه بخش مرکزی، بخش خورش رستم و بخش شاهرود تقسیم شد و در مرحله بعد از هر بخش دو روستا به صورت خوشه مشخص و سپس از هر کدام از روستاها چند کوچه انتخاب و از هر کوچه چند خانه و از هر خانه یک فرد به صورت تصادفی برای پاسخگویی به پرسشنامه انتخاب شدند.

از کل جمعیت بالای ۱۸ سال کل روستاهای شهرستان خلخال، تعداد جمعیت روستایی بالای ۱۸ ساله بخش مرکزی ۱۶۴۴۱ نفر است که ۵۶ درصد از جمعیت روستایی را شامل می‌شود. ۲۲۳ پرسشنامه در این بخش توزیع شد. جمعیت روستایی بالای ۱۸ سال بخش خورش رستم ۷۴۶۵ نفر است که ۲۶ درصد از جمعیت روستایی را شامل می‌شود و ۸۹ پرسشنامه در این بخش توزیع شد. جمعیت روستایی بالای ۱۸ سال بخش شاهرود ۵۳۳۰ نفر است که ۱۸ درصد از جمعیت روستایی را شامل می‌شود و ۶۸ پرسشنامه در این بخش توزیع شد.

جدول ۲. نام روستاها و تعداد پرسشنامه‌ها

شهرستان خلخال	نام روستا	بخش	جمعیت بالای ۱۸ سال	تعداد پرسشنامه
بخش مرکزی	خوجین	مرکزی	۲۱۹۱ نفر	۱۴۸
	خمس	مرکزی	۵۹۹ نفر	۷۵
بخش شاهرود	دیز	شاهرود	۳۳۸ نفر	۳۴
	اسکستان	شاهرود	۳۴۰ نفر	۵۵
بخش خورش رستم (هشتجین)	برندق	خورش رستم	۱۱۹۷ نفر	۴۶
	کزج	خورش رستم	۴۸۵ نفر	۲۲

منبع: یافته‌های پژوهش

برای بررسی آلفای کرونباخ پرسشنامه تحقیق حاضر ابتدا نمونه‌ای شامل ۳۰ پرسشنامه در بین روستائیان ۱۸ ساله به بالای شهرستان خلخال که به صورت کاملاً تصادفی انتخاب می‌شوند پخش شد (پیش‌آزمون)، سپس با کمک نرم‌افزار (spss) برای هر کدام از ابعاد تغییر در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها و متغیرهای مستقل، گویه‌های آن‌ها از طریق آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن به شرح زیر است:

جدول ۳. میزان آلفای هر یک از متغیرهای تحقیق

نام متغیر	میزان آلفا
میزان گسترش و توسعه گردشگری	۰/۸۴۸
میزان استقرار صنعت (فناوری)	۰/۷۶۴
میزان ارتباط با شهر یا تعاملات با شهرنشینان	۰/۷۸۳
میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	۰/۸۴۰
پایگاه اجتماعی و اقتصادی (SES)	۰/۷۱۹
تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرف	۰/۷۲۹

لازم به ذکر است که کلیه محاسبات و ترسیم نمودارها و جداول، با استفاده از نرم‌افزار Spss و Amos Graphics انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

جدول ۴. متغیرها و گویه‌های مورد استفاده

متغیر	گویه‌ها
بهبود زندگی و فرهنگ مصرف	«دوست دارم بیشتر نوگرا باشم تا سنتی»، «اغلب سعی می‌کنم خودم را با مد روز وفق دهم»، «من اصلاً موافق هیچ نوع جراحی زیبایی نیستم می‌خواهم ساده باشم»، «دوست دارم غذای سنتی و بومی خود را مصرف کنم»، «خیلی دوست دارم هفته‌ای یکبار در بیرون از روستا غذا بخورم»، «مردم روستا بدون اینکه به کالاهای مصرفی نیاز داشته باشند آن را می‌خرند»، «من به پوشش ظاهری خودم اهمیت می‌دهم»، «دوست دارم وقتی مهمان به خانه‌ام می‌آید بهترین پذیرایی را از مهمانان بکنم»، «با دیدن فیلم‌ها و سریال‌های خارجی اطلاعات و آگاهی‌هایم زیاد می‌شود»، «اوقات فراغتم را با خواندن کتاب‌های جدید می‌گذرانم»، «اگر بخواهیم بدن سالم داشته باشیم بایستی هرروز پیاده‌روی کنیم»، «برای حفظ سلامتی‌ام از غذاهای رژیمی استفاده می‌کنم»، «من بیشتر سعی می‌کنم به موسیقی‌های جدید گوش کنم»، «نسبت به چند سال پیش وضعیت مسکن و بهداشت مردم فرق کرده است»، «من همیشه به‌صورت آراسته و منظم و مرتب در جمع ظاهر می‌شوم»، «امروزه خانه‌های روستایی از نظر امکانات شبیه خانه‌های شهری ساخته می‌شود»، «دوست دارم چیدمان داخلی منزلم شیک و مدرن باشد»، «من بیشتر برای آرایش به آرایشگاه‌های شهری مراجعه می‌کنم»، «من بچه‌هایم را تشویق به خوردن غذاهای سنتی می‌کنم»، «فرزندانم دوست دارند غذاهای شهری و آماده بخورند»، «من دوست دارم طبق مد روز لباس بپوشم»، «دوست دارم دکوراسیون خانم‌ام مثل خانه‌های شهری باشد»، «من برای تناسب اندامم به کلاس‌های مخصوص ورزشی می‌روم»، «من ترجیح میدم در آشپزی از روغن‌های کم‌ضرر استفاده کنم»، «دوست دارم وسایل خانم‌ام را زودبه‌زود عوض کنم».
	رسانه‌های جمعی

«من علاقه‌مند به خرید کالاهای لوکس از شهر هستم»؛ «معمولاً من در هفته به شهر مراجعه می‌کنم»؛ «من حاضر هستم فرزندانم (پسر و دختر) با یک فرد شهری ازدواج کنند»؛ «من محصولاتم را در شهر به فروش می‌رسانم»؛ «شهر محل مناسبی برای فروش محصولات روستایی است»؛ «من با خانواده‌های شهری مان در رفت و آمد هستم»؛ «من حاضرم فرزندانم را برای کلاس‌های آموزشی به شهر بفرستم»؛ «کالاهای لوکس شهر و نوع زندگی شهری توجه مرا جلب کرده است»؛ «به نظر من روستائیان برای فروش محصولاتشان باید به شهر مراجعه کنند»؛ «من بیشتر لباس‌های مجلسی و رسمی را از شهر تهیه می‌کنم»؛ «بیشتر خانواده‌ها ترجیح می‌دهند بچه‌هایشان برای کلاس‌های ورزشی به شهر بروند»؛ «من با فامیل و خویشاوندان شهری در ارتباط هستم».

ارتباط با شهر

«ورود تراکتور باعث افزایش تولیدات کشاورزی شده است»؛ «ورود ماشین‌آلات کشاورزی باعث بیکاری شده است»؛ «من از وقتی که تلویزیون تماشا می‌کنم باعث افزایش اطلاعات پزشکی و بهداشتی‌ام شده است»؛ «وجود کارگاه‌های صنعتی در روستا باعث افزایش درآمد در روستا شده است»؛ «ورود ماشین‌آلات کشاورزی باعث شده که کمتر از ادوات کشاورزی (داس، بیل...) در برداشت محصول استفاده می‌شود»؛ «اگر راه روستایی ما خوب باشد بهتر می‌توانیم محصولاتمان را به فروش برسانیم»؛ «برق‌رسانی به روستایی ما باعث شده که بیشتر به کارهای صنعتی (جوشکاری و...) بپردازیم»؛ «ما گندم را با کمباین برداشت می‌کنیم»؛ «از ماشین سم‌پاشی برای آفت‌های موجود در باغ استفاده می‌شود»؛ «من از وسایل و شیوه‌های جدید کشاورزی در برداشت محصول استفاده می‌کنم».

ورود فناوری

«از وقتی که گردشگران به روستا آمده‌اند درآمدمان افزایش یافته است»؛ «محصولات ما را گردشگران می‌خرند»؛ «در روستای ما بیشتر خانه‌های روستایی به گردشگران اجاره داده می‌شود»؛ «با ورود گردشگران قیمت زمین و ملک در روستا با افزایش مواجه شده است»؛ «محصولات ما موردپسند گردشگران و باعث خرید آن شده است»؛ «با ورود گردشگران عمران و آبادی روستا بهتر شده است»؛ «رفت‌وآمد گردشگران به روستایی ما باعث آگاهی من از زندگی شهری شده است»؛ «من از شیوه زندگی گردشگران خوشم می‌آید و دوست دارم عین شهریان زندگی کنم»؛ «آرزو دارم کاش شهری بودم»؛ «گردشگری باعث شده که مردم روستا کمتر به شهرها مهاجرت کنند»؛ «من سعی می‌کنم تولیدات دامی و زراعی خود را به گردشگران بفروشم»؛ «وجود گردشگر در روستا باعث می‌شود راه‌های ورودی به روستا آباد باشد»؛ «دوست دارم یک سرمایه‌گذار در بخش گردشگری در روستای ما سرمایه‌گذاری کند».

گسترش و توسعه گردشگری

پایگاه اقتصادی: «میزان درآمد ماهیانه»؛ «نوع منزل مسکونی»؛ «نوع و ارزش اتومبیل»
پایگاه اجتماعی: «منزلت شغلی والدین»؛ «سطح تحصیلی فرد»؛ «میزان تحصیلات والدین»

پایگاه اجتماعی و

منبع: یافته‌های پژوهش

فرضیه: به نظر می‌رسد بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد و تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها در مناطق روستایی تفاوت وجود دارد.

جدول ۵. جدول آماره‌های توصیفی و تحلیل واریانس (ANOVA)

Sig	F	انحراف معیار	میانگین	تعداد	پایگاه اقتصادی - اجتماعی (SES)
		۱۲/۹۹۰	۸۷/۹۸	۵۳	بالا
۰/۰۰۰	۲۳/۰۴۴	۷۳۱/۵۳۲	۴۶۸/۹۴	۱۷۶	متوسط
		۹۵۷/۵۲۱	۸۷۶/۳۶	۱۵۱	پایین

آمار جدول فوق نشان می‌دهد مقدار $F(23/044)$ در سطح معنی‌داری کمتر از $0/05$ ($0/000$) قرار دارد و معنی‌دار است و فرض پژوهش تأیید می‌شود. یعنی بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد و تغییرات در شیوه‌های زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها در مناطق روستایی تفاوت وجود دارد.

جدول ۶. آزمون همبستگی پیرسون برای متغیرها

متغیرهای مورد بررسی	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی	$0/176^{**}$	$0/001$
رابطه بین میزان ارتباط با شهر یا تعاملات روستائیان با شهرنشینان و تغییرات در سبک زندگی و فرهنگ مصرفی	$0/760^{**}$	$0/005$
رابطه بین میزان گسترش و توسعه گردشگری و تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها در مناطق روستایی	$0/135^{**}$	$0/008$
رابطه بین میزان استقرار صنعت (ورود فناوری) در مناطق روستایی و تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی	$0/217^{**}$	$0/000$

باتوجه به جدول بالا مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری کمتر از $0/01$ است. بنابراین فرض صفر رد شده و با اطمینان $0/95$ می‌توان گفت بین متغیرهای استفاده از رسانه‌های جمعی و تعاملات روستائیان با شهرنشینان و میزان گسترش و توسعه گردشگری و میزان استقرار صنعت با تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی روستائیان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

الگوسازی معادلات ساختاری با کاربرد Amos graphics

انواع شاخص‌های برازش مدل:

۱. شاخص‌های برازش مطلق: شاخص‌های برازش مطلق شاخص‌هایی هستند که بر مبنای تفاوت واریانس‌ها و کوواریانس‌های مشاهده‌شده از یک طرف و واریانس‌ها و کوواریانس‌های پیش‌بینی‌شده بر مبنای پارامترهای مدل تدوین‌شده از طرف دیگر قرار دارند.

انواع شاخص‌های برازش مطلق: کای اسکوئر، شاخص نیکویی برازش^۱، شاخص نیکویی برازش اصلاح‌شده^۲ و ریشه مربعات باقیمانده^۳ می‌باشند.

۲. شاخص‌های برازش تطبیقی: شاخص‌های برازش مطلق در واقع گامی در جهت تکمیل شاخص‌های برازش مطلق محسوب می‌شوند. این شاخص‌ها نشان می‌دهند که مدل تدوین‌شده تا چه اندازه توانسته

1 GFI

2 AGFI

3 RMR

است از یک مدل استقلال فاصله بگیرد. هرچه این فاصله بیشتر باشد برازش مدل مطلوب‌تر تلقی می‌شود.

انواع شاخص‌های برازش تطبیقی: شاخص توکر لوئیس یا برازش هنجار نشده^۱، شاخص برازش هنجار شده^۲، شاخص برازش تطبیقی^۳، شاخص برازش نسبی^۴ و شاخص برازش افزایشی^۵.

۳. شاخص‌های برازش مقتصد: این شاخص تلاش می‌کند تا مهم‌ترین نقطه‌ضعف شاخص‌های برازش مطلق یعنی بهبود مقدار شاخص‌های برازش با افزایش پارامتر به مدل جبران شود. مبنای اصلی در این گروه از شاخص‌های برازش آن است که به ازای هر پارامتری که به مدل افزوده می‌شود این شاخص‌ها جریمه می‌شوند.

انواع شاخص‌های برازش مقتصد یا اقتصادی: کای اسکوتر هنجار شده^۶، نسبت اقتصاد^۷، شاخص برازش مقتصد هنجار شده^۸، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد^۹ و شاخص کای اسکوتر هنجار شده^{۱۰}. هنجار شده^{۱۱}.

مقدار قابل قبول برای شاخص‌ها:

شاخص نیکویی برازش اصلاح شده: حداقل ۰/۹۰

ریشه میانگین مربعات خطای برآورد: کمتر از ۰/۰۸

شاخص برازش افزایشی: حداقل ۰/۹۰

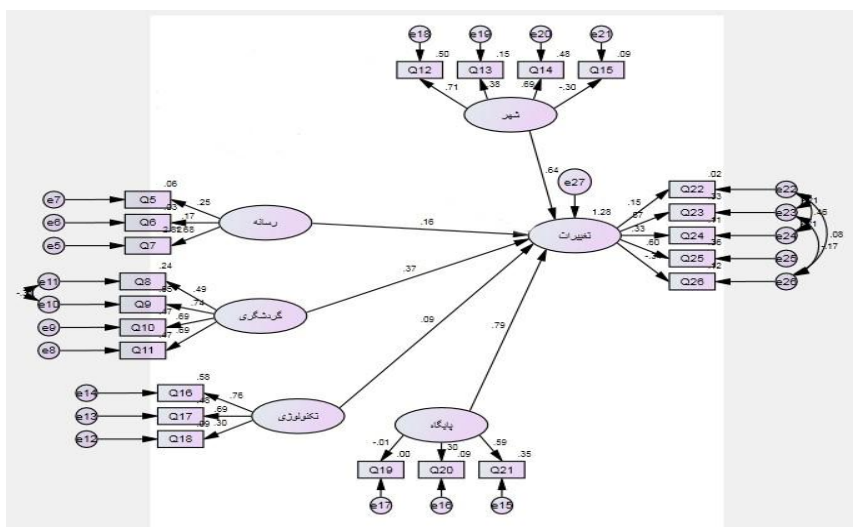
شاخص برازش هنجار شده: حداقل ۰/۹۰

شاخص توکر لوئیس یا شاخص برازش هنجار نشده: حداقل ۰/۹۰

کای اسکوتر: هر چه مقدار آن کوچک باشد برازش داده‌ها به مدل بهتر است تا جایی که مقدار صفر برای آن نشانه برازش کامل است. مقدار کای اسکوتر به لحاظ نظری در دامنه بین صفر تا بی‌نهایت تغییر می‌کند.

کای اسکوتر هنجار شده: بین ۱ تا ۵

1 TLI
2 NFI
3 CFI
4 RFI
5 IFI
6 NC
7 PRATIO
8 PNFI
9 RMSEA
10 CMIN/DF



شکل ۱. مدل معادله ساختاری برای تبیین تغییر در شیوه زندگی و فرهنگ مصرف روستایی

جدول ۷. شاخص‌های برازش مدل نتایج به دست آمده از خروجی نرم افزار Amos

DF	/RMSEA	IFI	NFI	TLI	CMIN	DF	P	Chi-square	AGFI
۴/۷۸۰	۰/۹۰۸	۰/۹۰۴	۰/۹۱۲	۰/۹۷۹	۰/۹۰۲	۱۳۷۱/۹۲۳	۰/۰۰۰	۲۸۷	

مدل معادله ساختاری بالا به آزمون اعتبار سازه‌ای متغیرهای مستقل رسانه‌های جمعی، گردشگری، ارتباط با شهر، فناوری و پایگاه اجتماعی - اقتصادی با متغیر وابسته تغییر در سبک زندگی و فرهنگ مصرف و آزمون نیکویی برازش ساختار آن پرداخته است. در بخش اندازه‌گیری همان‌طور که در مدل نشان داده شده است، بیشتر معرف‌های متغیرهای مکنون به‌طور نسبتاً مناسب روی آن‌ها بارشده‌اند. نتایج ۵ فرضیه اصلی تحقیق حاکی از آن است که: (۱) بین رسانه‌های جمعی و تغییر در شیوه زندگی رابطه‌ای وجود دارد؛ (۲) بین گردشگری و تغییر در شیوه زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ (۳) بین تعاملات روستائیان با شهرنشینان و تغییر در شیوه زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ (۴) بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی روستائیان و تغییر در شیوه زندگی رابطه وجود دارد؛ (۵) بین استقرار صنعت و تغییر در شیوه زندگی و فرهنگ مصرف رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از مدل ساختاری در ارتباط با شاخص‌های مدل، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح‌شده با داده‌های مشاهده‌شده و اعتبار سازه‌ای وسیله اندازه‌گیری موردبحث را نشان می‌دهد. کلیه شاخص‌های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از

۰/۹۰ را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع‌شده بر مبنای معیارهای تعریف‌شده برای آن‌ها است. از آنجاکه معیارهای $AGFI=0/902$ ، $TLI=0/908$ و $IFI=0/912$ نزدیک به یک هستند، حاکی از برازش زیاد مدل و معیار $RMSE=0/079$ ، حاکی از عملکرد مناسب باقیمانده‌ها در مدل است.

بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه به اهمیت مسئله شیوه زندگی و فرهنگ مصرف در جامعه روستایی، روستاها در ایران به دلیل بهره‌مندی از فن‌آوری‌های 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 شیوه زندگی و فرهنگ مصرف سنتی به سمت شیوه زندگی نوین و فرهنگ مصرفی مدرن را تجربه می‌کنند.

این تحقیق درصدد تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی در مناطق روستایی شهرستان خلخال است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین متغیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی روستائیان و تغییر در شیوه زندگی روستایی و فرهنگ مصرف رابطه وجود دارد. این یافته با نتایج یافته‌های لی و ونگ^۱ (۲۰۰۷)، رضایی (۱۳۸۸)، بادسار و دیگران (۱۳۹۵)، ازکیا و حسینی رودبارکی (۱۳۸۹)، ایمان و مرحمتی (۱۳۹۳) و کفاشی و همکاران (۱۳۸۹) هم‌پوشانی دارد. هرچقدر پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد روستایی بالا باشد تغییراتی در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی روستایی منطقه ایجاد می‌شود و هرچقدر پایگاه اجتماعی و اقتصادی روستائیان پایین‌تر باشد تغییرات کمتری در شیوه زندگی روستایی به وجود می‌آید و زندگی سنتی‌تری را خواهند داشت. بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و تغییر در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده رابطه وجود دارد. که با یافته‌های پژوهشی رحمانزاده و طهماسبی (۱۳۹۰)، رضوی زاده (۱۳۸۵)، بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱)، شریفی و رادمنش (۱۳۹۳)، المجلد^۲ (۲۰۰۸)، اولدمن و اسمیت (۲۰۰۵) همخوانی دارد. به عقیده دایر و هاردیل^۳ فناوری اطلاعات و ارتباطات با جایگزینی بازی‌های الکترونیکی در برابر بازی‌های بومی و محلی، مهاجرت تعداد قابل‌توجهی از روستائیان به شهرها و تشدید درون‌گرایی افراد روستا در مناسبات، به تغییر سبک زندگی روستایی کمک می‌کند. (دایر و هاردیل ۲۰۱۱: ۲۴۳)

بین میزان ارتباط با شهر یا تعاملات روستائیان با شهرنشینان و تغییرات در شیوه زندگی و فرهنگ مصرفی رابطه وجود دارد. چراکه امروزه تعامل گسترده مناطق روستایی و شهری اهمیت تمایز و

1 Li & Weng

2 Almjeld

3 Dwyer & Hard ill

تفکیک بین شهر و روستا را کاهش داده است. ساکنان روستاها با شیوه زندگی شهری خو گرفته‌اند و بین روستا و شهر در رفت‌وآمد هستند. مطالعات ضرابی و دیگران (۱۳۹۰) در بررسی روابط اقتصادی شهر و روستا و تحقیق رضوانی (۱۳۸۱) با عنوان تحلیل الگوهای روابط و مناسبات شهر و روستا و همچنین صحنه و دیگران (۱۳۹۶) بیانگر تأثیر روابط شهر و روستا بر دگرگونی روستاها دارد.

بین استقرار صنعت (ورود فناوری) در مناطق روستایی و تغییرات در شیوه‌های زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها در مناطق روستایی رابطه وجود دارد. در برخی کشورها، صنایع به سمت روستاها حرکت می‌کند و کشاورزی به دلایل اقتصادی و محیطی، در حال تبدیل به یک بخش مهم در نواحی شهری است. مناطق شهری و روستایی و به تبع، اقتصاد آن‌ها به‌طور فزاینده‌ای به هم تنیده شده است (شنگ^۱، ۲۰۰۲: ۳). که با یافته‌های شاطریان و دیگران (۱۳۹۵) که معتقدند استقرار واحدهای صنعتی در حوزه‌های روستایی همواره دگرگونی‌هایی را در ابعاد اقتصادی و اجتماعی، تغییر در الگوی مصرف مواد غذایی و کالاهای مصرفی و کاهش مهاجرت روستاییان در پی داشته است، همچنین در یافته‌های خدا کرمی (۱۳۷۰)، مرادی (۱۳۸۴)، کرمانی و ازکیا (۱۳۸۷) که به بررسی مقوله استقرار صنعت در مناطق روستایی به‌عنوان یکی از شیوه‌های رایج بسط اقتصاد غیر زراعی در روستاها و تغییرات اقتصادی و اجتماعی در شیوه زندگی روستاییان پرداخته‌اند.

بین گسترش و توسعه گردشگری و توسعه تغییرات در شیوه‌های زندگی و فرهنگ مصرفی خانواده‌ها در مناطق روستایی رابطه وجود دارد. یافته‌های دیکسون (۲۰۱۷)، رکن‌الدین افتخاری و قادری (۱۳۸۱) گردشگری روستایی پایدار به فرصت‌های درآمدی خوبی برای اجتماعات محلی منجر شود.

همچنین می‌توان یافته‌های به‌دست‌آمده از تحقیق حاضر را از جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی هم موردبررسی قرار داد. در اینجا می‌توان به آثار فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی که بر تغییرات در شیوه زندگی روستاییان برجا گذاشته است اشاره کرد. از جمله آثار فرهنگی (شامل: تغییر در الگوهای مصرف، استفاده از وسایل مدرن در خانه، کاهش علاقه به زبان محلی، افزایش علاقه به یادگیری زبان فارسی در گفتگوها و یا یاددادن زبان فارسی به فرزندان‌شان به‌جای زبان آذری، استفاده از لباس‌های مدرن و مد روز و کاهش استفاده از لباس‌های محلی و قومی و...) و آثار اجتماعی (شامل: کم شدن روابط خانوادگی و قومی، علاقه به انجام فعالیت‌های فردی و شخصی، کاهش میزان اعتماد و همبستگی بین افراد با اهالی روستا) و آثار اقتصادی (شامل: افزایش گرایش و علاقه روستائیان به فعالیت‌های اقتصادی و درآمدزا، نگاه اقتصادی و پولی به کار و فعالیت‌های کشاورزی، افزایش میزان پس‌انداز، گرایش به تجمل‌گرایی و تجمل‌پرستی در زندگی، افزایش علاقه و گرایش به ساخت خانه و

مالکیت وسایل نقلیه و... است. همچنین در پایان باید اشاره کرد مطالعه و بررسی تغییر در شیوه زندگی و فرهنگی مصرفی روستائیان زمانی می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد که دید کلی و برنامه‌ریزی شده به این گونه موارد داشته باشیم. پیشنهادهای تحقیق به شرح زیر است:

- بهبود زیرساخت‌ها (مانند احداث جاده و پل، برق، آموزش دسترسی به اطلاعات بازار و ...)

- آگاه کردن روستائیان از وضعیت موجود و هویت اجتماعی خود

- اعتلای فرهنگ روستایی و توجه به معنویت

- توجه به شرایط طبیعی و جغرافیایی، اجتماعی و سیاسی، اقتصادی و زیربنایی، ویژگی‌های

فرهنگی-روانی روستاها

- فراهم کردن بستر نقد و بررسی ارزش‌ها و تفکرات غربی و بیگانه به منظور رشد و آگاهی مردم

روستا جهت انتخاب شیوه زندگی مناسب

- فراهم کردن زمینه‌های حمایت و پذیرش و بروز فرهنگ پویا در نسل جوان که می‌تواند با

تدوین هنجارهای خود، زمینه‌های فرهنگی مناسبی برای توسعه روستایی فراهم کند و اگر حمایتی

صورت نگیرد روستا می‌ماند با تعدادی افراد سالخورده که به مرور متروکه می‌شود و با مرگ

سالخوردگان، روستا به صورت روستایی خالی از سکنه در می‌آید. بنابراین بایستی دید کلی و

برنامه‌ریزی شده به این امر داشته باشیم.

منابع

- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۹۰). *جامعه‌شناسی توسعه*. تهران، کیهان، چاپ نهم
- ازکیا، مصطفی و احمددرش، رشید (۱۳۹۱). تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای ورود عناصر مدرن به کردستان. *مجله توسعه روستایی*، دوره چهارم، شماره ۲، صص ۱-۲۴
- ازکیا، مصطفی، حسینی رودبارکی، سکینه (۱۳۸۸). بررسی تغییرات سبک زندگی در جامعه روستایی ایران، *مجله جامعه‌شناسی معاصر*. سال اول، شماره سوم، صص ۵۸-۸۰
- ازکیا، مصطفی و ایمانی، علی (۱۳۸۷). *توسعه پایدار روستایی*. انتشارات اطلاعات، تهران، چاپ اول
- امام جمعه زاده، سید جواد؛ مرندی، زهره؛ رهبر قاضی، محمودرضا، سعیدی ابواسحاقی، لیلا (۱۳۹۲). بررسی رابطه مصرف، رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان. *پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۲۰، شماره ۲، صص ۱۰۱-۱۲۰
- بادسار، محمد، فتحی، سهیلا، رضایی، روح اله، شعبانعلی فمی، حسین (۱۳۹۵). تحلیل تحولات سبک زندگی و عوامل مؤثر بر آن در مناطق روستایی: مطالعه موردی شهرستان زنجان، *فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۱۹، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۵، صفحات ۷۵-۱۰۶.

- بشیر، حسین، افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۱) شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان) *مجله تحقیقات فرهنگی ایران*، بهار، شماره ۱۷، صص ۳۱-۶۱.
- بذرافشان، جواد، طولابی نژاد، مهرشاد (۱۳۹۶). بررسی آثار نوسازی بر تغییر و تحولات سبک زندگی خانوارهای روستایی بخش مرکزی شهرستان پل دختر. *مجله جغرافیا و توسعه*، شماره ۴۶
- بیکر، ترزال (۱۳۸۱). *نحوه انجام تحقیقات اجتماعی*. ترجمه هوشنگ ناییب، تهران، انتشارات روش
- توکل، محمد و قاضی نژاد، مریم (۱۳۸۵). شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی: بررسی و نقد رهیافت‌های نسل تاریخی و تضاد با تأکید بر نظرات مانهایم و بوردیو. *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۷، صص ۱۱۹
- حاجی زاده میمندی، مسعود و یوسفی، فریدون (۱۳۹۲). بررسی برخی از عوامل اجتماعی مرتبط با فرهنگ مصرف در میان زنان شهر یزد. *فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده*، سال شانزدهم، شماره ۶۱
- حبیب پور کتابی، کرم (۱۳۹۵). تحولات سبک زندگی در ایران. *فصلنامه فرهنگ مردم ایران*، شماره ۴۴، صص ۱۱۸-۱۴۴.
- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۵). تحلیل اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات پیرامون سبک زندگی اقتصادی و اجتماعی روستاییان شهرستان مشکین شهر، *مجله برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، دوره ۲۰، شماره ۴، زمستان.
- دواس، دی.ای (۱۳۸۶). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*. ترجمه هوشنگ ناییب، تهران، نشر نی
- ربانی، رسول و رستگار، یاسر (۱۳۸۷). سبک زندگی و فرهنگ مصرفی. *مجله مهندسی فرهنگی*، سال سوم، شماره ۲۳ و ۲۴، صص ۲۳-۲۴
- رحمانزاده، سید علی، طهماسبی، زهره (۱۳۹۰) بررسی تاثیر تماشای سریال های ماهواره ای بر سبک زندگی بانوان دانشجوی، *مطالعات رسانه‌ای*، سال ششم، شماره چهاردهم، پاییز ۱۳۹۰ صص ۱-۱۶.
- رسولی، محمدرضا (۱۳۸۲). بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در تبلیغات تجاری تلویزیون. *مجله علوم اجتماعی*، شماره ۵۴
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل (۱۳۸۱) نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چارچوب‌های نظریه‌ای)، *مدرس علوم انسانی*، تابستان ۱۳۸۱، شماره ۲۵، صص ۲۳-۴۰.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۱). تحلیل الگوهای روابط و مناسبات شهر و روستا در نواحی روستای اطراف تهران. *پژوهش‌های جغرافیایی*؛ شماره ۴۳، صص ۸۱-۹۴
- طالب، مهدی و عنبری، موسی (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی روستایی ابعاد تغییر و توسعه در جامعه روستایی ایران*. ناشر، مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم
- عباس زاده، محمد، نصرالهی وسطی، لیلا، دانش، لیلا (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی تغییرات در سبک زندگی دختران روستایی (مورد مطالعه: روستای صوفی آذربایجان غربی). *مجله بررسی مسائل اجتماعی ایران*، دوره هشتم، شماره اول، صص ۲۳-۳۹
- علیخواه، فردین (۱۳۹۶). *مصرف‌گرایی؛ شیوه‌ای از زندگی*. انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول

غفاری، غلامرضا و ابراهیمی لویه، عادل (۱۳۸۹). *جامعه‌شناسی تغییرات اجتماعی*. چاپ هفتم، تهران، انتشارات آگرا، نشر لویه.

فاستر، جرج (۱۳۷۸). *جوامع سنتی و تغییرات فنی*. ترجمه: سید مهدی ثریا، تهران، کتاب فرا کاپلینسکی، فرافائل و چارلز کوپر (۱۳۷۴). *تکنولوژی و توسعه در سومین انقلاب صنعتی*. ترجمه: جمشید زنگنه، تهران، وزارت امور خارجه. ص ۲۲

کلاتری، عبدالحسین و حسنی، حسین (۱۳۸۷). *رسانه‌های نوین زندگی روزمره. فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۴، ص ۱۲۰*

کوزر، لوئیس (۱۳۸۰). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*. ترجمه: محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی محمدی، افشن، بیک آبادی، غزال (۱۳۸۹). *بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی و الگوی رفتار در فیلم‌های سینمایی* پرفروش. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، شماره ۱۱، ص ۱۰۲

مرادی، محمود، مطیعی لنگرودی، سید حسن (۱۳۸۴). *جایگاه صنایع در فرایند صنعتی سازی و توسعه روستایی* بخش مرکزی شهرستان بیرجند، *پژوهش‌های جغرافیایی*، شماره ۵۳، پاییز ۱۳۸۴، صص ۱۴۹-۱۳۷.

معیدفر، سعید و اکبری، صادق (۱۳۸۶). *مناسبات روستا با شهر و اثرات توسعه‌ای آن، (مطالعه موردی: شهرستان ساوجبلاغ)*. *نشریه علوم جغرافیایی*، شماره ۸ و ۹، ص ۸۲

مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۶). *مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، شماره اول، صص ۳۳۰-۱۹۹.

هاشمیان فر، سید علی، چینی، نفیسه (۱۳۹۵). *هویت بریکولازو فرهنگ مصرف*. تهران، انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول.

یوسف نیا، مهدی، حقیقتیان، منصور (۱۳۹۵). *بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی در نواحی روستایی ایران (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان‌های خواف و رشتخوار)*، *پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، سال پنجم، زمستان ۱۳۹۵، شماره ۱۶.

- Antonín Vaishar, Lucie Vidovičová, Elisabete Figueiredo (2018). Quality of rural life. *Europ. Countrys*. Vol. 10 · 2018 · No. 2 · p. 180-190 DOI: 10.2478/euco-2018-0011
- Burdreu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the Judgment of taste*. London: Routledge
- Dwyer, P. & Hardill, I. (2011). 'Promoting social inclusion? The impact of village services on the lives of older people living in rural England'. *Ageing and Society*, 31(2): 2
- Falk, I., and Kilpatrick, S. (2000). "what is social capital? A study of interaction in a rural community". *Sociologia*, 40(1): 87-110.
- Fawole, P. (2009). Rural Woman Lifestyles: Lessons From Nigeria. *African Journal for the Psychological Study of Social Issues*, Vol.12, No.1-2, pp.289-301.
- Gnoth, J. and Zins, A.H , (2011). Developing a Tourism Cultural Contact Scale. *Journal of Business. Research*, in Press, Corrected Proof
- Joanna, Suliburska., Paweł, Bogdański., Danuta, Pupek- Musialik., Marta, Głód-Nawrocka., Hanna, Krauss., Jacek, Piątek. (2012). Analysis of lifestyle of young adults in the rural and urban areas, *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*. 19(1), 135-139
- Oldman, C, & Smith, A. (2005). 'Social exclusion of older people in deprived urban communities of England.' *European Journal of Ageing*, 2 (2):76-87

- Potter, Robert B. & Unwin Tim (1989). *The Geograhly Urban- Rural Interaction in Developing Countries*. Routledge, London and New York, PP.413-427.
- Rosa M. Hernández-Maestro Óscar González-Benito (2013). Rural Lodging Establishments as Drivers of Rural Development. Volume: 53 issue: 1, page(s): 83-95.
- Sharply, R. (2006). Rural Tourism and the Chalenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus. *Journal of Tourism Managementy*, 23. pp: 233-344
- Sheng. Yap kioe, (2002). *Poverty alleviationthroth rural-urban linkages; policy implications*. Econonomic and Social commission for Asia and Pacific (ESCAP)
- Woods, M. (2011). *Rural geography (processes, reaction and experiences of rural reform)* (M. R. Rezvani & F. Sameti, Persian Trans.) Tehran: Tehran University Press.