

طراحی مدل نوین سبک زندگی ایرانی - اسلامی با روش گرندد تئوری

محمد اسماعیلی جوشقانی^۱

محمد رحیم اسفیدانی^۲

محمد علی شاه حسینی^۳

چکیده

زمینه: باور این مطلب که شناخت ضرورت های مصرف هر جامعه می تواند خطوط اصلی و سیاست های کلی سیاست گذاران در سطح ملی و بازرگانی را تشکیل دهد شاید دشوار باشد اما سیر تحولات ساختاری تولید و عرضه محصولات و خدمات در دنیا باعث پیچیدگی در نوع رفتار مصرف کنندگان شده است که بالطبع سبک زندگی و فرهنگ جوامع را دستخوش تغییر نموده است و در هر عصر، مردم به سبک بخصوصی زندگی می کردند.

هدف: در این نوشتار تلاش شده است با گذری بر مفهوم سبک زندگی و مدل هایی از فرهنگ های غربی و ایرانی، یک مدل نوین را در سبک زندگی ایرانی طراحی نماییم.

روش: این پژوهش در جمله پژوهش های کیفی است که با استفاده از رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد انجام پذیرفته است. جامعه آماری در این پژوهش ۱۷ نفر از استادان دانشگاه انتخاب شده که با روش مصاحبه عمیق به عنوان مشارکت کنندگان اصلی در پژوهش همکاری داشته اند.

یافته ها: بر اساس فرآیند نظریه مبتنی بر داده بنیاد در مرحله کد گذاری نظری، تعداد ۹۰۰ داده با استفاده از نرم افزار مکس کیو دا شناسایی و کد گذاری شد و سپس در مرحله کد گذاری محوری، تعداد ۶۲ مفهوم دسته بندی و در مرحله کد گذاری انتخابی در ۴ مقوله اصلی دسته بندی و مدل نهایی با استفاده از نرم افزار طراحی شد و سپس این مدل با ۶۲ شاخص در سه قومیت پارسی و آذری و عربی از طریق دیتا پنل مورد آزمون قرار گرفته است.

۱. عضو هیات علمی گروه مدیریت، واحد نراق، دانشگاه آزاد اسلامی، نراق، ایران mesmailiy49@ut.ac.ir

۲. استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران esfidani@ut.ac.ir

۳. دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران shahhoseini@ut.ac.ir

نتیجه‌گیری: مدل به دست آمده چهار دسته از عوامل را در شکل‌گیری سبک زندگی نشان می‌دهد که عبارتند از عوامل محیطی، عوامل فردی، عوامل انسانی و نگرش‌ها و ارزش‌ها و این عوامل در قومیت‌های متفاوت از ارزش‌های متفاوتی برخوردار هستند و نسبت به مدل‌های قبلی دارای جامعیت بیش‌تری است.

کلیدواژه‌ها: سبک، شیوه، زندگی، سبک زندگی ایرانی، فرهنگ.

پیشگفتار

استفاده از مدل‌های پیشین در سبک زندگی نشانگر پایداری به فرهنگ تلقی می‌شود در حالی که روش‌ها و مدل‌های نوین همگام با تغییر در جوامع و حرکت به پست مدرنیسم شیوه‌ها و سبک‌های نوینی را می‌طلبد.

شیوه زندگی یا سبک زیستن که منعکس‌کننده گرایش‌ها و ارزش‌های یک فرد یا گروه است، عادات، نگرش‌ها، سلیقه‌ها، معیارهای اخلاقی، سطح اقتصادی و... که با هم طرز زندگی کردن فرد یا گروهی را می‌سازد (لغت نامه رندم هارس، ۱۹۸۷)^۱.

سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است (گیدنز، ۱۳۸۸)^۲.

مفهوم سبک زندگی و مفهوم الگوهای روابط اجتماعی، سرگرمی، مصرف، مد و پوشش را در بر می‌گیرد و حتی نگرش‌ها و ارزش‌ها و جهان بینی فرد و گروهی که عضو آن است را نیز باز می‌نمایاند (اوانس و جکسون، ۲۰۰۷ و برکوک، ۱۹۹۲)^۳.

در زمان کنونی شواهد بسیاری از مصرف و فراوانی در اطراف ما به چشم می‌آید. انواع و اقسام اشیاء و خدمات و کالاهای عادی که حکایت از جهش اساسی در اکولوژی بشر

1. Random House Dictionary
2. Anthony Giddens
3. Evanse D. & T.Jackson

دارند. به عبارتی دیگر، افراد در زندگی خویش بیش از آنکه با دیگر انسان‌ها سروکار داشته باشند با اشیاء در ارتباط اند و شاهد محاصره انسان به وسیله اشیاء هستیم (بودریار، ۱۳۸۹).^۱

سبک زندگی باید براساس رفتارهایی سنجید که داشتن توان مادی در اراده کنشگر برای انجام دادن یا ندادن آن بی‌تأثیر باشد یا میزان تأثیر آن به حدی باشد که بیش‌تر افراد جامعه قادر به انجام آن باشند (فاضلی، ۱۳۸۴).

سبک زندگی در فرهنگ‌های سنتی رواج چندانی ندارد؛ زیرا مستلزم گزینش از میان تعداد زیادی انتخاب‌های پیش‌روست و این امکان در جوامع پیش‌مدرن وجود نداشت (گیدنز، ۱۳۸۸).

در دنیای کنونی، افراد خود را در برابر آنچه می‌خواهند با زندگی‌شان بکنند مسئول و پاسخگو می‌دانند. بر همین مبنا با کنار گذاشتن قید و بندها و محدودیت‌های سنتی - برای شیوه‌های زندگی قدیمی، جایگزین‌هایی را انتخاب و از سبک‌های زندگی والدین تبعیت نمی‌کنند. آنها سبک‌های زندگی‌شان را تغییر می‌دهند. این تغییر سبک زندگی بر تمام جوانب زندگی شخصی تأثیر خواهد گذاشت و گرچه لذت بخش است و افراد آن‌ها را بر می‌گزینند تا احساس آرامش و راحتی کنند اما ممکن است تجربه‌ای تلخ باشد زیرا احساس امنیتی که نسل گذشته داشته‌اند در آن وجود ندارد و احتمال دارد فرد درگیر چالش‌ها و مسائل مختلف شود (گیدنز، ۱۳۸۴).

سبک زندگی به هستی و وجود فرد وحدت می‌بخشد و این وحدت بخشی، اصلی‌ترین ویژگی سبک زندگی است (انباچر، ۱۹۶۷).^۲

گروه‌های اجتماعی سبک زندگی با استفاده از عوامل متعددی نظیر مصرف فراوان فرهنگ، تولید فراوان فرهنگ و باز تولید فعالیت‌های فرهنگی، هویت اجتماعی خویش را تعیین می‌کنند (وین و وایت، ۱۹۹۷).^۱

1 . Jean Baudrillard

2 . Ansbacher, H.L

هرگونه سیاست گذاری و تصمیم گیری در زمینه مدیریت اجتماعی مستلزم کشف چشم اندازهای بی شمار سبک زندگی مردم و جامعه است (چانی، ۲۰۰۲).^۲

مفاهیم شکل زندگی، شیوه زندگی کردن و سبک زندگی به طور معمول برایشان شیوه‌های مشابهی به کار می‌روند.

البته تفاوت‌هایی نیز دارند مثلاً مفهوم شکل زندگی برای انعکاس تفاوت در ساختارهای فرهنگی و اجتماعی نظیر تمایز بین جوامع صنعتی، کشاورزی، مسیحی و اسلامی به کار می‌رفت (باینگانی و همگاران، ۱۳۹۲).

اما مفهوم شیوه زندگی با طبقات شغلی مربوط دانسته می‌شود و مستلزم ارتباطی بین کارهای روزمره، وظایف خانه داری، فعالیت‌های تفریحی، راه‌های ابراز عواطف، ارزش‌های اخلاقی و اعتقادات اعضای خانواده است.

در دنیای کنونی، افراد خود را در برابر آنچه می‌خواهند با زندگی‌شان بکنند مسئول و پاسخگو می‌دانند. بر همین مبنا با کنار گذاشتن قید و بندها و محدودیت‌های سنتی و برای شیوه‌های زندگی قدیمی جایگزین‌هایی را انتخاب و از سبک زندگی‌های والدین تبعیت نمی‌کنند.

البته تغییرات امروز دنیای پیرامون ما از سیاست گرفته تا تکنولوژی گسترده‌ای را ایجاد نموده است که آحاد مردم به عنوان مصرف‌کنندگان محصولات آن حق انتخاب‌های گوناگونی دارند و با بیش‌تر شدن آلت‌رناتیوهای انتخاب ترکیب‌های گوناگونی را می‌توان در جامعه متصور شد و همین امر باعث شده است که نوعی سردرگمی در سبک زندگی جوامع ایجاد شود و شکل مصرف از جامعه به جامعه دیگر حتی از خانواده‌ای تا خانواده دیگر متغیر باشد که زمینه‌ساز تحولات بعدی در شکل ارائه محصول یا خدمت و نوع جدیدی از سبک زندگی برای نسل‌های بعدی باشد.

1 . why & white
2 . chany

بنابراین چه بخواهیم چه نخواهیم نمی توانیم مانند گذشتگان خود رفتار کنیم و نباید انتظار داشته باشیم که فرزندانمان هم به شیوه ما رفتار کنند چرا که نوع محصولات و خدمات شکل سبک های زندگی را دگرگون می سازد.

دنیای اواسط قرن نوزدهم که مارکس به تحلیل آن همت گمارده بود درگیر فرآیند تولید بود و بر حول ارزش ها و فرآیندهای مرتبط با آن سامان گرفته بود. در این دنیا مفهوم طبقه اجتماعی به عنوان مفهومی که تحلیل جایگاه آدیان در نظام سرمایه داری را ممکن می ساخت - در تحلیل مارکسیستی جامعه نوظهور موقعیتی مسلط یافت.

به نظر می رسد حال که مهم ترین تحول پدیدآمده در قرن اخیر، گسترش تاریخی مصرف بوده است به مفاهیم نوینی برای تحلیل جامعه نیازمندیم. مفهوم یا مفاهیمی که بتواند تحول پدیدآمده را در خود بروز داده و برنامه پژوهشی جدیدی را نیز پیش روی علوم اجتماعی قرار دهند. وقتی دنیای اجتماعی متحول می شود، به مفاهیمی نوین برای درک کردن آن نیازمندیم و ظاهراً مفهوم سبک زندگی چنین خصایصی را دارد.

وفور اقتصادی شرایطی را پدید آورده بود که تحلیل کنش های افراد بر مبنای مفاهیمی نظیر طبقه اجتماعی بیش از حد ساختارگرایانه به نظر می رسید و ظاهراً باید جایی برای تحلیل خلاقانه تر، کنش - تحلیلی که آزادی بیشتری برای فرد قائل شود باز می شد.

از طرفی مهم ترین مباحث پدیدآمده تغییر در سبک زندگی افراد، تغییر در خانواده -

هاست. حساسیت هایی که نسبت به خانواده وجود دارد کاملاً بجاست؛ زیرا خانواده نخستین کانون یادگیری است و باید یادآور شد که نخستین آموزه های اخلاقی فرهنگی و انسانی به وسیله اولین آموزگاران؛ یعنی پدر و مادر آموخته می شود. در نتیجه هرگونه دگرگونی در خانواده موجب تحول و دگرگونی در مسیر زندگی و تجربه زیستی تک تک انسان ها می - شود که با تغییرات در سبک زندگی خود را نشان می دهد. از طرف دیگر پیامدهای دگرگونی خانواده، دامن گیر تمامی ارکان جامعه، از جمله اقتصاد، فرهنگ و سیاست نیز می شود (ذکایی، ۱۳۸۱).

به نظر می رسد به قول تورستین وبلن^۱ جامعه ایرانی به سمت رفتارهای طبقه آسامی-رود و این گرایش در فرهنگ ایرانی روز به روز نهادینه تر می شود. در حالی که از نظر کار تولیدی، اقتصاد ایرانی محتاج تلاش مضاعف است و این تناقض بین تولید و مصرف در جامعه سرگردانی را برای مصرف کننده ها ایجاد نموده است که می بایست با برنامه‌ای مدون سبکی ایرانی اسلامی را تدوین و با هماهنگی همه نهادها به اجرا گذاشته شود. برای انجام این مطالعه باید به سؤالات ذیل پاسخ داده شود:

- ۱- مدل نوین سبک زندگی ایرانی - اسلامی چگونه خواهد بود؟
 - ۲- مقوله های اصلی در تبیین مدل نوین سبک زندگی کدام هستند؟
 - ۳- آیا این مدل در فرهنگ های متفاوت به یک صورت خواهد بود؟
- اصطلاح سبک زندگی از دو واژه استایل^۲ و لایف^۳ تشکیل شده است که به نظر می-رسد واژه زندگی تا اندازه ای روشن باشد اگرچه نیاز به بازشناسی دارد و این مفهوم استایل است که شاید مفهوم زندگی را یدک کشیده و رنگ و شکل می دهد.
- آنچه به نظر می رسد سبک یا استایل را در اکثر فرهنگ های لغت با شیوه و روش هایی که باید همراه است و بیشتر بر پوشش نیز تأکید دارد آن گونه که در لغت نامه کمبریج^۴ و آکسفورد^۵ از سبک زندگی با عنوان مد خصوصاً در پوشیدن نام برده شده است و ویژگی-های دیگری که بر تعاریف سبک سایه انداخته است شیوه یا روشی که به واسطه آن فرد می-تواند در جامعه برای خود گروه یا دوره خاص تمایزی را ایجاد نماید.
- در لغت نامه وبستر^۶ آمده است «روش نوعی زندگی فرد، گروه یا فرهنگ بیان شده است و در لغت نامه آکسفورد (۱۹۹۰) روش خاصی از زندگی یک شخص یا گروه آمده

1 . Thorstein Veblen
 2 . Style
 3 . Life
 4 . Cambridge
 5 . Oxford
 6 . Webster

است و در لغت نامه ژنوم هارمن^۱ آورده است: شیوه زندگی یا سبک زیستن که منعکس کننده گرایش ها و ارزش های یک فرد یا گروه است که عادات، نگرش ها، سلیقه ها، معیارهای اخلاقی، سطح اقتصادی و ... که با هم طرز زندگی کردن فرد یا گروهی را می-سازد. سبک زندگی مجموعه ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت های یک فرد معین از جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه ای از عادت‌ها و جهت گیری ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است (گیدنز، ۱۳۸۸).

سبک زندگی این گونه تعریف شده است: نوعی از مشخصه های ثابت و حتی فراتر از آن، بیشتر کنش های فردی به گونه ای تفسیر می شوند که به نحوی نسبتاً سازگارانه با سبک زندگی آن افراد هماهنگ باشند (ماکن هابر، آتشین صدف، ۱۳۹۶).

به نظر آدلر^۲ هر کسی برای رسیدن به برتری راه و روش مخصوص به خود دارد که از فردی به فرد دیگر متفاوت است. آدلر این راه و روش های منحصر به فرد را شیوه زندگی می-نامد. شیوه زندگی عبارت است از مجموعه ای از هدف ها، طرح ها و عادت های رفتاری، اعتقادات و نگرش ها و تمایلات فرد که شخص در زندگی براساس آنها عمل می کند. شیوه زندگی انسان در شش سال اول زندگی پایه گذاری می شود و عوامل جسمانی، روانی و اجتماعی در شکل گیری آن تأثیر بسزایی دارد. می توان گفت در این میان حق تقدم با عوامل جسمانی است. به همین دلیل عوامل جسمانی در ایجاد فرضیاتی در زندگی خود تأثیرات بسزایی دارند. به همین دلیل آدلر برای تجارب اولیه اجتماعی کودک در زمینه مفهوم خود نسبت به موقعیتش در جهان اهمیت زیادی قائل می شود و معتقد است که کودک به اقتضای نیازها و شرایط خاص محیط خانوادگی خود، روش‌هایی خاص را برای رسیدن به هدف هایشان اتخاذ می کند که به تدریج جزء صفات ثانوی او می شوند.

1 . Harman genome
2 . Alfered Adler

توریستن و بلن^۱ پایگاه (شان و منزلت) فرد را در ابعاد اقتصادی تعیین کننده عادات فکری و رفتارهایش می دانست. از این رو از نظر وبلن، در یک فرهنگ رقابتی افراد تلاش می کنند به مراتب بالاتری از این شان و منزلت دست یابند. وبلن در گام بعدی چنین پیشنهاد کرد که منزلت و احترام امری است مقایسه ای و بازتابی، معمولاً فرد به میزان و منزلت و شانی که دیگران برای او قائلند برای خود احترام قائل می شود و هر میزان از این احترام که به دست می آید پایه ای است برای انتظار و توقع مرتبه بالاتر. در نتیجه انگیزه و تلاش پایان ناپذیری در یک فرهنگ رقابت آمیز شکل می گیرد. انگیزه ای ناشی از هراس از دست دادن حرمت و تلاش برای پیشی گرفتن از دیگران (وبلن، ۱۳۹۴). گئورگ زیمل آدر کتاب فلسفه پول (۱۹۰۰) فصلی به نام سبک زندگی دارد که در آن بیان می کند زندگی و شکل یا به عبارت دیگر محتوا و قالب (معنا و صورت) مفاهیمی نسبی هستند. آنچه مانند سبک امپرسیونیسم در نقاشی یا گوتیک در معماری، نسبت به زهدنگی مشکل محسوب می شود از دیدگاه بسیاری از مردمان هر عصر معنا یا محتوا محسوب می شود. البته به قول زیمل محتوایی عینی. بنابراین می توان گفت به نظر زیمل سبک زندگی همان فرهنگ است اما فرهنگ در محدوده زمان و فضا یک فرد یا اجتماع. هر فردی در هر برهه ای از زندگی جمعی خود تلاش می کند فردیت برتر خود را با بهره گیری از امکانات محیطی (اجتماعی- فرهنگی) ابراز نماید. اگرچه آغاز این تلاش در لایه های داخلی تر زندگی خود را متجلی می سازد (مانند سبک های خاص در زندگی فردی، آرایش بدن و لباس) اما به تدریج، بخصوص در جامعه نو، لایه های خارجی تر زندگی نیز جلوه گاه این تلاش می شود. مواردی مثل دکوراسیون و معماری محل سکونت و کار و پیامد آن تلاش های فردی در سطح اجتماعی، نمایشگاهی از سبک های متعددی را پدید آورد.

1 . Thorstein Veblen
2 . Georg Zymel

ماکس وبر^۱ جامعه انسانی حاصل پیوند میان اعضای آن است و این پیوند ریشه در مشترکات آنها دارد. اما وجود این اشتراک ها به معنی نبود وجود اختلاف و افتراق میان افراد جامعه نیست. این اختلاف ها باعث می شود یک جامعه در عین داشتن یک هویت و بعد، دارای طبقه ها، قشرها، گروه ها و دسته های متعدد می شود. به همین لحاظ یکی از حوزه های مطالعاتی در علوم اجتماعی، نابرابری ها یا به تعبیری قشربندی و تأثیرهای آن بر دیگر حوزه های مطالعاتی است.

از نظر وبر، سبک زندگی در قالب پایگاه و گروه منزلتی معنی می یابد. به این ترتیب یک سبک زندگی بر همه اعضای یک گروه منطبق است و نه فقط بر یک فرد (برخلاف دیدگاه روانشناسی فردی آدلر)، به عبارت دیگر از نظر وبر "دلیل اصلی برای نوعی خاص از سبک زندگی به نیاز گروهی از جامعه برای تأیید اعتبار موجودیت (جداگانه) خویشتن برای خود و دیگران باز می شود." زیرا سبک های زندگی مشخص، تقسیمات موجود در نظم اجتماعی را مشروعیت می بخشد.

در حوزه روانشناسی سبک زندگی بی درنگ تداعی کننده نام آلفرد آدلر است. آدلر بر پایه دیدگاه های فلسفی خود، زندگی روانی انسان را به منزله حرکت پیوسته ای در نظر می گیرد که شکل، شیوه بیان و کنش آن به صورت لحظه های تبلور یافته ای از این حرکت پیوسته است.

برای آدلر همه چیز از فردیت هستی انسان آغاز می شود و بدون در نظر گرفتن این کلیت که معرف وحدت غیرقابل تقسیم فرد است هیچ اقدامی امکان پذیر نیست (وبلن، ۱۳۹۴).

آدلر معتقد است که سبک زندگی عمدتاً در سال های اولیه زندگی تا حدود پنج سالگی در انسان بنیاد نهاده می شود. سال هایی که کودک با توانایی و محدودیت های وراثتی خود، قدرت خلاقه و محیط پیرامونش آشنا می شود و با پیدایش احساس کهنتری به

1 . Max Weber

فرآیند جبران پا می نهد. به این ترتیب، به نظر آدلر سبک زندگی نه موروثی است و نه کاملاً وابسته به محیط.

پیربوردیو^۱ همچون وبر از سبک زندگی به عنوان شاخصه و نماد و یا حتی فرصت های جلوه گری یا اثبات منزلت اجتماعی گروه های منزلتی و طبقات اجتماعی بهره می گیرد اما در توضیح و تشریح رابطه سبک زندگی و طبقه، بسیار فراتر از وبر قدم بر می دارد و آن را در چارچوب نظریه عمل خود قرار می دهد.

بوردیو از سویی طبقات اجتماعی را بر مبنای اقتصاد غالب، متوسط و پایین لایه بندی کرد و از سوی دیگر درون هر طبقه را بر اساس سبک زندگی گوناگون متمایز کرد. سبک های زندگی در واقع بخشی از محیط فردی و اجتماعی است که اعضای جامعه می توانند روی آن نظارت و کنترل داشته و به بیانی تحت قدرت آن است و بر اساس آن می تواند هویت خود را تولید و بازتولید و آن را به نمایش بگذارند (خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۰).

خلاصه دیدگاه بوردیو این است که افراد و گروه ها در یک جامعه دارای موقعیت های متفاوت و متمایزی هستند (وضع یا فضای اجتماعی) فرد یا گروه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن، یک نظام طبقه بندی اجتماعی را در ذهن خود پدید می آورند (موضع گیری). این نظام مجموعه ای از ترجیحات و انتخاب ها (سلیقه ها) را در ذهن خود یا افراد تولید می کند که معنا (ارزش) هایشان از خلال روابط و تضادهایشان درک می شود. به عبارت دیگر معنایشان ذاتی نیست بلکه رابطه ای است. این ترجیحات و انتخاب ها وقتی در محدوده توانایی ها و ناتوانایی های (یا همان سرمایه) اقتصادی و نمادین در قالب کنش ها و دارایی ها بروز می یابد سبک زندگی متمایزی را پدید می آورد و به بیان دیگر، نظام اجتماعی باز تولید می شود. بوردیو این تفاوت ها و تمایزها را در قالب نظام طبقاتی و نزاع بر سر فرهنگ مشروع قابل فهم می داند (بوردیو، ۱۳۹۵).

1 . Pieor Bourdiu

مایک فدرستون^۱ استدلال می کند که اشتغال ذهنی امروزی نسبت به ایجاد سبک زندگی فردی، یکی از نتایج فرهنگ پست مدرن است که در آن نوعی زیبا شناسی نسبت به زندگی روزمره وجود داشته است نه پذیرش ارادی یک سبک زندگی از بین سنت یا عادت (بل، ان هالونز، آتشین صدف، ۱۳۹۵)، او بیان می کند که قهرمانان جدید فرهنگ مصرفی، سبک زندگی را به طرح زندگی تبدیل می کنند و فردیت خود و مفهوم سبک را با جزئیاتش به صورت کلکسیونی از کالاها، لباس ها، تمرین ها، تجربه ها، ظاهر و ویژگی های جسمی که آنها را در کنار هم به صورت سبک زندگی روی آورده اند نشان می دهند.

در نظریه و تحقیق جامعه شناختی، سبک زندگی بارها در پیوند با لایه بندی اجتماعی و مفاهیم پرستیژ و تمایز شهود یافته است. غالباً تحقیقات مربوط به لایه بندی اجتماعی پرستیژ را درک یک کنش گر از فرصت های زندگی (پول، قدرت، تحصیل) دیگر کنش گران می - دانند که این فرصت هارا سبک زندگی ایشان تعیین می کند.

در یک نگاه کلان می توان گفت که دین و سبک زندگی، اجزای یک فرهنگ هستند پس در حال تعامل با یکدیگر هستند. بحث بر سر رابطه دین با هر سبک زندگی است که در فضای فرهنگی و جامعه شکل گرفته است و در آن نهادها و عناصر دینی وجود دارد. خواه این سبک به فرد یا افرادی از آن جامعه تعلق داشته باشد که مقید به دینی باشند یا نباشند. یکی از عوامل مؤثر در سبک زندگی اسلامی آن است که اسلام و سبک زندگی اسلامی، به هر صورت همه یا هیچ نیست بلکه یک پیوستار بزرگ است که مراتب پایین، متوسط و بالا دارد (همتی فاخر، ۱۳۹۲).

وبر در ادیان و آیین های مذهبی به دنبال نوعی عقلانیت مادی معقول می گردد تا بتواند تأثیر آنها را بر سبک و روش زندگی انسان ها نشان دهد.

به نظر وبر، دین هندو و بودایی ادیانی سنتی و مناسک گرا، محافظه کار با باورهای جادویی می داند که هیچ اخلاق عقلانی و عملی در بر ندارند. در آموزه اصلی در اخلاق

اجتماعی عینی "دارما" و "کارما" بیان شده است که اولی فرد را به انجام شغل و دومی به پذیرش کاستی که در آن زاده شده است وامی دارد.

در این دین ها باور بر این است که به جز از راه ترک دنیا نمی توان به رستگاری رسید و این به معنی همه امیال پیشینه ها و درگیری های دنیوی است. از نظر وبر یهودیت ابتدایی فاقد زهدگرایی هایی بود که روح سرمایه داری را ایجاد کند (مهدوی کنی، ۱۳۹۰).

شاید بتوان گفت آنچه باعث رونق مطالعه روابط میان دین و سبک زندگی، بویژه در آمریکای پس از جنگ دوم شد از یک سو کاهش اهمیت مفهوم طبقه و جایگزینی تدریجی و نسبی اصطلاح سبک زندگی در مطالعه قشر بندی اجتماعی بود و از سوی دیگر کاهش اهمیت عامل قومیت در تعیین هویت فردی آمریکاییان - در پی جانشینی نسل دوم و سوم مهاجران در ترکیب جمعیتی به جای نسل اول- موقعیتی را فراهم کرد که وابستگی های دینی نقش مهمی در برپایی شأن و منزلت ایشان و سبک زندگی ناشی از آن فراهم کند (شریفی، ۱۳۹۴).

روش پژوهش

در این پژوهش، چون بر شکل دهی چهارچوب مفهومی یا تدوین تئوری تأکید و نیاز به آشکار سازی دانش ضمنی خبرگان در این حوزه دارد از روش نظریه داده بنیاد بهره می برد. جامعه مورد بررسی، مصرف کنندگان محصولات بوده اند که برای حصول نتایج بهتر از افراد تحصیل کرده و دانشگاهی استفاده شده است. انتخاب افراد به کمک روش نمونه گیری نظری انجام شده است و با کمک روش مصاحبه عمیق گردآوری اطلاعات از جامعه مورد نظر انجام پذیرفته است.

داده های هر مصاحبه در روش نظریه داده بنیاد با کمک سه روش کد گذاری نظری، کد گذاری محوری و کد گذاری انتخابی مورد واکاوی قرار گرفته است که برای سهولت در

انجام کار از نرم افزار مکس کیودا^۱ نسخه دوازدهم استفاده شده است. و فرآیند نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها در این روش تا دستیابی به یک اشباع داده‌ها ادامه پیدا می‌کند که در این پژوهش تا نمونه هفدهم این فرآیند ادامه داشته است.

پژوهش حاضر از نظر فلسفه پژوهش، پژوهشی کیفی با رویکرد استقرایی بوده و از نظر جهت‌گیری، چون به دنبال شناسایی و تبیین مدل نوینی است، پژوهشی بنیادی محسوب می‌شود. در این پژوهش با استفاده از گروه‌های کانون سعی شده تا مؤلفه‌هایی برای سبک زندگی تبیین شود و در ادامه با استفاده از روش گراندد تئوری سعی در مقوله‌سازی و یافتن مدل شده است. پس از تبیین مقوله‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ای که بر اساس مدل به دست آمده بود در سه فرهنگ پارسی و آذری و عربی در ایران با ۳۸۴ نمونه مورد آزمون قرار گرفت که با استفاده از نرم افزار ایویوز^۲ و دیتا پنل در هر فرهنگ ۱۲۸ پرسشنامه توزیع و نتایج آن مورد بررسی قرار گرفت.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نظام مقوله‌ای قیاسی است. ابتدا با مفروض گرفتن تعاریف مشخصی قبل از شروع پژوهش، به مطالعه متون تعیین شده اقدام شده و بامقایسه تعاریف از پیش تعیین شده و متن‌های مورد نظر پرداخته می‌شود.

مراحل کیفی تحلیل شامل تعیین روشمند مقوله در عبارات یک متن است تا طی چند مرحله از تحقیق متن، مشخص می‌شود که آن مرحله به چند نحو توصیف می‌شود. تعاریف مقوله‌ها، نمونه‌ها و موارد مورد بررسی قرار می‌گیرند. سپس مرحله به مرحله کامل و در مراحل تحلیل اصلاح می‌شوند.

برای آزمون مدل نیز در بخش کمی با طراحی پرسشنامه با ۶۲ شاخصی که از مقوله‌های مدل استخراج شده بود و روایی آن به صورت محتوایی توسط اساتید راهنما و مشاور و متخصصان در حوزه سبک زندگی تأیید شده بود در سه جامعه آذری در آذربایجان و عرب

1 . Max-qda
2 . Eviews

در خوزستان و پارسی در استان اصفهان ۳۸۴ پرسشنامه توزیع که به روش دیتا پنل در هر جامعه ۱۲۸ پرسشنامه جمع اوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

با استفاده از گروه های کانون توانستیم مجموعه ای از سؤالاتی را که می‌توان در مصاحبه های عمیق از مصاحبه کنندگان پرسید طرح نماییم و در ادامه با روش جی تی مصاحبه ها آغاز و در این روش تا رسیدن به کفایت نظری مصاحبه ها ادامه پیدا می کند که در این پژوهش تا مصاحبه هفدهم این فرآیند انجام و با استفاده از نرم افزار مکس کیودا موفق به طراحی مدلی شدیم که به دلیل شباهت آن به یک دسته گل نام آن را مدل دسته گلی گذاشتیم و به دلیل بزرگ بودن مدل، مقوله های اصلی آن در نمودار ۱ نشان داده شده است.

نویسنده سبک زندگی ایرانی-اسلامی چگونه خواهد بود؟ و مقوله های اصلی در تبیین مدل نویسنده سبک زندگی کدام هستند؟ را پاسخ داده است و نتایج این پژوهش در نمودار ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. متغیرهای اصلی سبک زندگی

سطح معناداری	تی استودنت	خطای معیار	میزان تأثیر	عوامل سبک زندگی
۰/۰۱۵۳	۲/۴۳۵۹۹۷	۰/۰۳۸۹۰۱	۰/۹۴۷۶۳	عوامل فردی
۰/۰۰۰۳	۳/۵۰۰۱۸۱	۰/۰۴۰۵۵۰	۰/۱۴۱۹۳۱	نگرشها و ارزشها تعداد نمونه ۳۸۴
۰/۰۰۰۲	۳/۷۲۷۴۷۳	۰/۰۳۵۹۴۳	۰/۱۳۳۹۷۶	عوامل محیطی
۰/۰۰۰۱	۶/۱۹۱۴۲۳	۰/۰۳۷۴۴۰	۰/۲۳۱۸۰۹	روابط بین فردی و اجتماعی
۰/۰۰۰۲	۳/۸۰۱۸۰۳	۰/۲۰۴۹۲۰	۰/۷۷۹۰۶۶	کل
			۰/۵۷۳۹۳۷	ضریب تشخیص
			۶۵/۲۶۳۴۷	اف فیشر
			۱/۹۷۲۴۹۵	دوربین واتسون

نتایج به دست آمده در جدول شماره ۱ میزان تأثیر عوامل چهارگانه به دست آمده از مدل سبک زندگی را نشان می دهد که هر چهار عامل عوامل فردی، نگرشها و ارزشها، عوامل محیطی و عوامل انسانی اجتماعی بر سبک زندگی تأثیر مثبت و معناداری را دارند. این تأثیرات در عوامل انسانی اجتماعی از سایر عوامل بیش تر است.

میزان t استودنت در هر چهار عامل بزرگ تر از $1/96$ است که بیانگر رابطه مثبت بین متغیرهای وابسته با متغیر مستقل است.

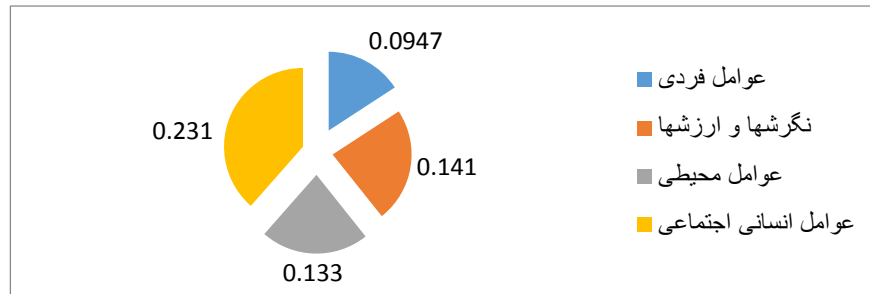
سطح معناداری عوامل کمتر از $0/05$ است که می توان گفت با 95 درصد اطمینان یا اعتماد این تأثیر و رابطه مثبت و معنادار است.

ضریب تشخیص که با نشانگر R^2 میزانش مشخص شده است مقدار 57 درصد را نشان می دهد که به این معنا است که متغیرهای چهارگانه چقدر توانسته اند تغییرات متغیر سبک زندگی را توجیه نمایند. البته در روش پنل چون داده ها در سه طبقه توزیع می شوند این عدد

پایین تر نشان داده می شود و مقدار ۵۷ درصد معادل ۹۵ درصد در سایر روش ها مثل OLS است.

مقدار F هم مقدار ۶۵ درصد را نشان می دهد که آزمون اهمیت کل رگرسیون است و مقدار قابل قبولی است.

آزمون دورین واتسون برای این که بدانیم الگوی رگرسیون ما دچار مشکل هم بستگی یا هم خطی نیست انجام شده است که مقدار آماره این آزمون باید در محدوده ۱۰۵ تا ۲/۵ باشد که برای الگوی ما عدد ۱/۹۷ است و بدین مفهوم است که متغیرهای مدل هم خط نیستند و به صورت مستقل در الگو تأثیرگذار هستند. لذا چهار عامل مورد مطالعه تأثیرشان بر شبکه زندگی تأیید می شود.



شکل ۲. شبکه زندگی ایرانی اسلامی

و برای پاسخ به سؤال سوم این مدل جدید را در سه قومیت پارسی و عرب و آذری با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته مورد مطالعه و آزمون قرار دادیم که نتایج آن به شرح ذیل است:



جدول ۲. مقایسه سبک زندگی در سه قومیت ایرانی

سطح معناداری	تی استودنت	خطای معیار	میزان تأثیر	متغیر قومیت	تعداد نمونه
۰/۰۰۰۱	۴/۴۴۷۴۴۹	۰/۰۴۲۸۳۸	۰/۱۹۰۵۱۸	عرب	۳۸۴
۰/۰۰۰۱	۱۸/۰۸۲۳۱	۰/۰۰۵۱۶۳	۰/۰۹۳۳۵۹	پارس	
۰/۰۰۰۱	۲۹/۵۳۳۲۳	۰/۰۲۰۹۷۰	۰/۶۱۹۳۰۴	آذری	
۰/۰۰۰۱	۷/۲۱۴۹۱۷	۰/۱۱۰۴۳۳	۰/۷۹۶۷۶۸	کل	
	۰/۸۰۱۳۰۹			ضریب تشخیص	
	۵۰۹/۴۹۶۱			اف فیشر	
	۰/۹۶۰۸۷۸			دوربین واتسون	

نتایج به دست آمده در جدول شماره ۲ میزان تأثیر سه فرهنگ متفاوت را بر مدل سبک زندگی نشان می دهد که هر سه فرهنگ با این مدل سبک زندگی همخوانی دارند البته فرهنگ آذری با بیشترین ضریب می توان گفت سازگاری بیش تری با مدل دارد و بر سبک زندگی تأثیر مثبت و معنا داری را دارند.

میزان t استودنت در هر سه فرهنگ بزرگتر از $۱/۹۶$ است که بیانگر رابطه مثبت بین متغیر های وابسته با متغیر مستقل است.

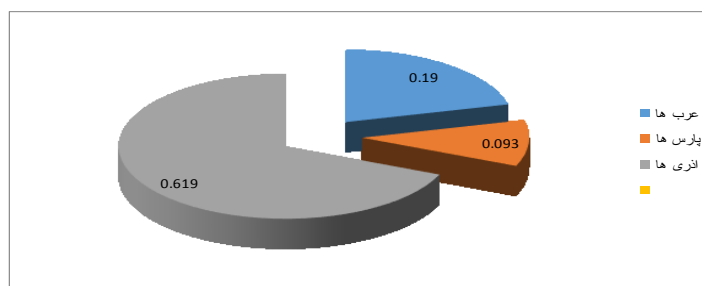
سطح معنا داری عوامل کمتر از $۰/۰۵$ است که می توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان یا اعتماد این تأثیر و رابطه مثبت و معنا دار است.

ضریب تشخیص که با نشانگر R^2 میزان آن مشخص شده است مقدار ۸۰ درصد را نشان می دهد که به این معنا است که این فرهنگ ها چقدر توانسته اند تغییرات متغیر سبک زندگی را توجیه نمایند. البته در روش پنل چون داده ها در سه طبقه توزیع می شوند این عدد پایین تر نشان داده می شود و مقدار ۸۰ درصد معادل ۹۹ درصد در سایر روش ها مثل OLS است.

مقدار F هم مقدار ۵۰ درصد را نشان می دهد که آزمون اهمیت کل رگرسیون است و مقدار قابل قبولی است. البته چون قومیت ها کاملاً مستقل هستند این آماره به این مقدار نشان

داده شده است. آزمون دوربین واتسون برای این که بدانیم الگوی رگرسیون ما دچار مشکل همبستگی یا هم خطی نیست انجام شده است که مقدار آماره این آزمون باید در محدوده ۱۰۵ تا ۲/۵ باشد که برای الگوی ما عدد ۱/۹۶ است و بدین مفهوم است که متغیرهای مدل هم خط نیستند و به صورت مستقل در الگو تأثیر گذار هستند.

لذا هر سه قومیت فارس و آذری و عرب مورد مطالعه مطابقت شان با مدل سبک زندگی تأیید می شود.



شکل ۳. سبک زندگی قومیت ها

بحث و نتیجه گیری

با نگاهی به پژوهشی که توسط شالچی در سال ۸۶ انجام پذیرفت تلاش برای کمی سازی شاخص های سنجش سبک زندگی صورت داده ست اما این شاخص ها قابلیت تعمیم به جمعیت جوان کشورمان را ندارد.

کفاش (۱۳۹۳) با بهره گیری از مدل سبک زندگی پیر بردیو و هنری تاجون مدلی را ارائه نمود که بر پنج مؤلفه اصلی استوار بود که در این پژوهش ۲۷ مؤلفه اصلی پدیدار شد که در قالب چهار محور چارچوب سبک زندگی ایرانی را شکل می دهند.

فرجی (۱۳۸۶) برای دستیابی به تأثیر جنسیت در شکل گیری سبک زندگی مطالعه ای را انجام داد که با روش مصاحبه عمیق انجام شد اما به دلیل عدم استفاده از یک روش علمی

کارآمد در تحقیق کیفی نتایج قابل تعمیمی را نمی توان از ان استخراج کرد. مطالعه فاضلی هم در سال ۸۶ مانند فرجی به دلیل یک سو نگری و تمرکز بر مصرف به عنوان تنها بعد سنجش سبک زندگی مورد نقد قرار گرفت. به همین ترتیب مطالعه سعید مهدوی کنی در سال ۸۶ برای بررسی نظری مؤلفه های سبک زندگی با روش اسنادی به دلیل عدم آزمون مؤلفه ها توسط داده های میدانی نتوانست به طراحی یک مدل کمک نماید و مطالعه ازکیا و رودبارکی (۱۳۸۹) با یک روش ترکیبی تلاش نمود تا نظریات توسعه و سبک زندگی را تلفیق نماید که این مطالعه هم به دلیل عدم توجه به تفاوت های نظری میان شهر و روستا از پایایی بالایی برخوردار نشد. اما مدل جدید به دست آمده از این پژوهش به صورتی جامع و با کاربرد در قومیت های ایرانی از مصاحبه های عمیق به دست آمده است. از جمله پژوهش های صورت گرفته در کشورمان پژوهشی است که توسط اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱) تحت عنوان تبیین نظری مفاهیم اصلی در رابطه طبقه تا سبک زندگی و هویت انجام شد، اگر چه تفسیری دقیق از مفصل بندی مفاهیم موجود ارائه نموده اما نتوانسته این مفاهیم را در کشور ایران نشان دهد. لذا در این تحقیق تلاش شده است تا کاستی های مطالعات پیشین را به بهره گیری از روش های کمی و کیفی مدلی را برای سبک زندگی ایرانی طراحی و در قومیت های متفاوت ایرانی آزمون نماید. برونر^۱ و همکاران (۲۰۱۱) بر هفده مؤلفه در سبک زندگی مطالعه داشتند مانند تحصیلات، سلامت، غذا، تفریح و...

هولم لاند^۲ و همکاران (۲۰۱۱) نیز بر چگونگی خرید زنان تمرکز کردند و عوامل محیطی، گروه های دوستی، ترجیحات و ویژگی های انفرادی و مدگرایی انفرادی را شناسایی کردند. ماسینکف^۳ و همکاران (۲۰۱۱) بر سبک پوشش خانم های مسلمان در هلند مطالعه نمودند و به ۵ سبک پوشش خانم های مسلمان رسیدند و سبک های نوپرست، با وقار و... را شناسایی نمودند.

1 . Brunner.A,Thomas
2 . Holmlund,Maria
3 . Mossinkoff, Marco

موساجر^۱ و همکاران (۲۰۱۳) فاکتورهای اجتماعی و سبک زندگی را در بحرین مورد مطالعه قرار دادند و ۱۴ فاکتور را شناسایی نمودند مانند سن، جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل، تماشای تلویزیون، میزان چاقی و ... همچنین سان تی سی^۲ و همکاران (۲۰۱۴) رفتارهای مصرف کنندگان جوان را در سبک زندگی ایتالیا مورد بررسی قرار دادند و فاکتورهای هویت اجتماعی، نرم‌ها، مطلوبیت، کنترل رفتار ادراک شده، نگرش مصرفی، نگرش هزینه و رفتار اجتماعی درک شده را شناسایی نمودند. چان سون یو^۳ (۲۰۱۱)، همچنین کاسوکیمروگلو^۴ (۱۹۹۹) نیز به صورت جداگانه بر فاکتورهایی مانند آنچه برونر و موساجر مطالعه کردند دست یافتند.

در مطالعه دیگری که توسط شیمن و کانوکزل و زوگ^۵ انجام شد فاکتورهای مورد مطالعه برای سبک زندگی سالم مورد مطالعه قرار گرفت که این نتایج را در بر داشته است.

جدول ۳. فاکتورهای مورد مطالعه برای سبک زندگی سالم

ردیف	عناوین	درصد
۱	ورزش و تناسب اندام	٪۸۲
۲	تعادل روحی و روانی	٪۷۹
۳	زیبایی و حفظ ظاهر	٪۷۵
۴	فعالیت‌های مذهبی	٪۷۰
۵	حفظ سلامتی و جلوگیری از ناخوشی	٪۶۲
۶	مدیریت استرس	٪۵۸

در مقایسه با مدل‌های خارجی هم با توجه به مدل طراحی شده برای سبک زندگی ایرانی، چهار عامل اصلی در آن بیش‌ترین تأثیر را دارند که با مقایسه مدل‌هایی که در کشورهای دیگر طراحی شده است مثل مدل بوردیو سه که عامل دارند در این مدل ایرانی عامل فردی را اضافه تر داریم و در نتایج پرسشنامه‌ها هم این عامل بیش‌تر از سایر عوامل

1. Musaiger .o Abdulrahman
2. Santisi, Giuseppe
3. Son Yu, Chian
4. Kucukemiroglu, Orsay
5. Schiffman and Conoxell and Zog

پوشاک، علم آموزی، نظافت، اوقات فراغت، مسکن و امکانات زندگی بروز می کنند. نتایج این پژوهش در مقایسه با مطالعات و مدل های دیگر کشورها نشان از اضافه شده یک مقوله عوامل فردی دارد که در دیگر مدل ها نیست و میزان تأثیر آن در این مدل هم بیش تر است.

سپاسگزاری: این پژوهش برگرفته از رساله دکتری است. نویسندگان این مقاله بر خود لازم می-دانند از زحمات کلیه عزیزانی که ما را در اجرای این پژوهش یاری رسانده اند تشکر و قدردانی نمایند.

منابع و مآخذ

آدلر، آلفرد. (۱۳۷۰). *روانشناسی فردی*، حسن زمانی شرفشاهی، تهران: انتشارات تصویر، چاپ سوم.
 باکاک، رابرت. (۱۳۹۵). *مصرف، ترجمه: خسرو صبری*، تهران: انتشارات شیرازه.
 باینگانی، بهمن؛ ایراندوست، سید فهیم و احمدی، سینا. (۱۳۹۲). *سبک زندگی از منظر جامعه-شناسی، فصلنامه پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، سال هشتم، شماره ۷۷.
 بوردیار، ژان. (۱۳۹۴) *جامعه مصرفی*، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: انتشارات ثالث، چاپ پنجم.
 بوردیو، پی.یر. (۱۳۹۵). *تمايز*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر ثالث، چاپ چهارم.
 جی، ویل آنتونی؛ آتشین صدف، معصومه. (۱۳۹۵). *بررسی مفهوم سبک زندگی*. *مجله طعم زندگی*. ۶۸-۱۳۵.

خواجه نوری و روحانی، هاشمی. (۱۳۹۰). " *سبک زندگی و مدیریت بدن*"، *فصلنامه عملی پژوهشی زنان*، سال دوم، شماره ۴، ۴۸.

ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۱). *خرده فرهنگ، سبک زندگی و هویت*، مجموعه رشد آموزشی علوم اجتماعی، شماره ۲۰.

شریفی، احمد. (۱۳۹۴). *سبک زندگی اسلامی-ایرانی*، تهران: انتشارات آفتاب توسعه، چاپ سوم.
 شیبز، میشلن. آتشین صدف، معصومه. (۱۳۹۵). *قدرت سبک زندگی*. *مجله طعم زندگی*. شماره ۳. ۴۲-۲۱.

فاضلی، محمد . (۱۳۸۴). مصرف و سبک زندگی، تهران: نشر صبح صادق، چاپ اول.
 ماکن هابر، جوانا؛ آتشین صدف، محمد رضا. (۱۳۹۶). *مجله طعم زندگی*. شماره ۵. ۲۵-۳۶.
 مظاهری، حسین؛ ابراهیم پور سامانی، جمشید و رحیمی، سید داریوش. (۱۳۹۶). مولفه ها و شاخص -
 های سبک زندگی اسلامی. *مجله مطالعات تاریخ و تمدن ایران*. دوره دوم. شماره ۲. ۱۳-۳۹.
 مهدوی کنی، سعید. (۱۳۹۰). *دین و سبک زندگی*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ سوم.

وبلن، تورستین. (۱۳۹۴). *نظریه طبقه تن آسا*، فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی، چاپ چهارم.
 همتی فاخر، زهرا. (۱۳۹۲). *مجموعه مقالات دانشگاه طباطبائی*، شماره ۲۸۶. ۳۱۱-۳۳۷.

Ansbacher, H.L. (1967). Lifestyle: a Historical and systematic Review, *Journal of Individual psychology*.23 (2), 191-212.
 Brunner.A, Thomas, Siegrist, Michael.(2011). Lifestyle determinants of win consumption and spending on win, *international journal of wine business research*, vol.23 no,3,pp210-220
 Bourdieu, P. .(1984). *distinction, asocial critique of the judgement of taste*, Harward College
 Gust L. (2004). *strategic to promote sustainable con summer behavior the use of the life style Approach*, hand university International masters programmed / in enviornmental science.
 Giddense, A. (1991). modernity and self-identity, Stanford University
 Holmlund, Maria,Hagman,Anne,Polsa,Pia(2011) Anexploration of how mature women buy clothing empirical insights and a model, *journal of fashion marketing and management*,vol.15.no1,pp108-122
 Mossinkoff, M., Corstanje, Ch.(2011). from segments and lifestyles to community's light- identifying Islamic sub cultures in the Netherlands. *Journal of Islamic marketing*, vol.2 no2, pp154-164
 Musaiger .o, A., Al-mannai, Mariam, Al-Roomi, Kh. .(2013). social and lifestyle factors associated with hypertension in Bahraini community, *nutrition & food science tvol.43 no3*, and pp.213-217
 Kucukemiroglu, Orsay.(1999), market segmentation by using consumer lifestyle dimensions and ethnocentrism an empirial study, *European journal of marketing*, vol.33 no5/6, pp470-487

