

Sociological Analysis of the Cultural Personality of Isfahanis: A Qualitative Study

Zahra Maher*

Pegah Kheirollahi**

Abstract

A significant part of every individual's personality is shaped by the cultural system in which they live. Culture and personality are deeply intertwined, since human behavior is formed through cultural imperatives. "Cultural personality" may be understood as a continuation of the cultural characteristics within which individuals have lived. This study aims to provide a sociological analysis of the Esfahani cultural personality and to examine the most important components and dimensions of "cultural personality" in the cultural domain of Isfahan. To answer the research questions, a library-based study was conducted. For this purpose, reliable and accessible documents and materials published between 1991 and 2024 were identified and selected through theoretical sampling. The selected texts were analyzed using qualitative content analysis, and triangulation was employed to ensure the study's validity.

The most important features of the Esfahani personality were extracted in categories such as the logic of interactive action, the logic of consumer action, the logic of mental action, the logic of selective action, the logic of parenting action, the logic of religious action and religiosity, tastes and preferences, emotional and psychological traits, wit and verbal dexterity, undesirable traits and dispositions, orientations and lifestyle, economic thinking and culture, and political attitudes and

* Assistant Professor, Department of Social Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran
(Corresponding Author), z.maher@ltr.ui.ac.ir

** Ph.D. Candidate of Economic Sociology and Development, Social Sciences Department of Faculty of Literature and Humanities, University of Isfahan, Isfahan, Iran, Pegah.Kheirollahi@ltr.ui.ac.ir

Date received: 06/01/2025, Date of acceptance: 10/05/2025



dispositions. The findings were also analyzed through theoretical approaches to personality and culture, micro-sociology and action-oriented sociology, systems theory, and integrative micro-macro theory. Ultimately, the social foundations of the Esfahani personality can be explained through the central concepts of “the primacy of the Other” and “the primacy of Form.” In the Esfahani personality, the form of actions sometimes matters more than their content, because each Esfahani individual defines themselves strongly in relation to the Other.

Keywords: Cultural Personality, Isfahan, Library Study, Qualitative Content Analysis.

Introduction

Culture and its surrounding environment define behavioral patterns, which in turn shape the personality of individuals within a society. In other words, the personality of a society or region is influenced by the prevailing culture of that domain. These psychological commonalities are referred to as Cultural Personality (Bates & Plog, 1996). Distinct Cultural Personalities have been defined for various cultural regions in Iran, such as Tehran, Isfahan, Turkic communities, and northern provinces. However, these descriptions are sometimes intertwined with ethnic stereotypes. One of the most widely recognized Cultural Personalities in Iranian society is the Esfahani Cultural Personality, which reflects both the genuine beliefs of Esfahani culture members and external perceptions of them. This personality is commonly associated with traits such as frugality, conservatism, humor, and intelligence. The current research aims to provide a scientific definition of the Esfahani Cultural Personality. To establish its theoretical boundaries, the study draws upon the anthropological concept of Cultural Domain, which was expanded by Clark Wissler (1975) and Alfred Kroeber (1939). This concept suggests that specific cultures can be observed within various geographical settings.

Materials and Methods

Ruth Benedict is one of the anthropologists who believes that in every society, multiple Cultural Personalities emerge, each representing a distinct social group within that society. Cultural Personality consists of a set of cultural actions that members of a cultural system internalize and unconsciously enact, eventually shaping the dominant personality within a geographical environment (Benedict, 1934).

This dominant personality is similar to the concept that Abram Kardiner introduced as Basic Personality. According to Kardiner, Basic Personality is the result of socialization and cultural adaptation within a social and cultural context. Over time, shared personality traits are taught to members of society, forming a dominant and foundational personality that is continuously reproduced. This process is what Kardiner refers to as the systematization of rules.

Social actions are behaviors exhibited by members of a society that are consciously or unconsciously performed based on cultural principles governing social life. In sociological literature, the most comprehensive classification of social actions comes from Max Weber's theory. Weber (2015) categorizes social actions into four groups: instrumental-rational action, value-rational action, affective action, and traditional action (Weber, 2015: 51-52).

Georg Simmel (2001), in his approach to social types, defined modern society and culture based on social typologies. Social types are not formed solely within a single culture; rather, they emerge within subcultures, where distinct social types are created specifically for differentiation from the dominant culture. Sometimes, social types are assigned to certain groups by other subcultures.

Thorstein Veblen (2004) introduced new interpretations of consumer behavior and lifestyle in his theory of conspicuous consumption. Veblen argues that conspicuous consumption originally served to maintain an affluent and urban appearance, distinguishing individuals from rural culture. As urbanization expanded, conspicuous consumption became a marker of wealth, preventing middle-class and working-class individuals from being socially labeled as "rural."

According to Pierre Bourdieu (2010), symbolic capital refers to any asset or sign that represents other forms of capital and is socially recognized. Symbolic capital consists of goods or markers that perpetuate social contrasts—such as strong vs. weak, large vs. small, rich vs. poor, intellectual vs. uncultured—through symbolic expressions. This concept aligns with symbolic violence, a term that Bourdieu (2010) introduced. The upper classes distinguish themselves from the middle class through symbolic capital, while the middle class also differentiates itself from the working class via similar mechanisms.

Talcott Parsons (as cited in Ritzer, 2018) is one of the most influential sociologists who attempted to link micro-level social actions with macro-level social systems through a systematic approach. From Parsons' perspective, society, culture, and personality are interwoven concepts that simultaneously produce and reproduce

each other. Therefore, according to Parsons, culture is not merely an abstract concept or a set of mental beliefs; rather, it is objectively observable in the personalities of society's members.

To answer the research questions, library research was utilized. Library research is a qualitative method in which the researcher systematically and methodically reviews existing library data to synthesize, classify, and evaluate relevant content related to the research subject. Since the study follows a qualitative approach, its validity was ensured through triangulation, which is one of the key strategies for strengthening reliability in library research.

Discussion and Results

Ultimately, the results can be presented in five main codes:

1. Othering
2. Primacy of Form Over Content
3. Dogmatic Rationalism
4. Living in Future
5. Subtle Eloquence

A set of themes, such as ritualistic requirements, ceremonialism, authenticity of the other, aesthetic primacy, religious considerations, linguistic pressures, family centrality, and cultural acumen, represent a more abstract and conceptual formalism—the emphasis on form over content. Here, form refers to appearance and structure, rather than intrinsic meaning. In this context, the execution of rituals, external manifestations, and determinate practices hold exceptional significance.

Conclusion

As a general conclusion, it can be said that in the social sphere, the Esfahani Cultural Personality is highly sensitive to social judgment and is strongly inclined to adhere to societal norms and laws. This personality is shaped by two key concepts: “people” and “reputation”. Individuals with this cultural personality consistently strive to preserve their social dignity by conforming to societal norms, preventing verbal pressures that could lead to psychological distress caused by “not being like others”. In Esfahani culture, this continuous effort to maintain dignity in front of society is interpreted as a sign of rationality.

Rationality holds different meanings within this culture. In the economic domain, rationality is defined as capital management. An Esfahani individual does not invest time or money unless they are certain that a job or product has material value. Moreover, they consider hard work the only logical way to accumulate wealth, linking financial security in the future to diligence in the present. In the cultural domain, the Esfahani personality is deeply committed to order, precision, and structure in every task. As a result, they are reluctant to embrace change, believing that established societal methods have proven their effectiveness—thus, there is no reason to alter them.

Bibliography

- Ahmadi, Akbar (2014), *Values and Attitudes of the People of Isfahan*, Isfahan, Publications of the Propaganda Office of the Qom Seminary, Isfahan Branch [in Persian]
- Allik, Jüri; Realo, Anu; and R. McCrae, Robert. 2023. Conceptual and methodological issues in the study of the personality-and-culture relationship. *Frontiers in Psychology*, 14:1077851; Doi: 10.3389/fpsyg.2023.1077851
- Auger, Mac; Cullen, Paul (2009), *Anthropology*, translated by Nasser Fakuhi, Tehran: Ney [in Persian]
- Azad Aramaki Taghi, Vakili Aref (2013), *Sociological Study around the Conceptualization of National Identity among Iranian Intellectuals*, SCDS, 2(1): 9-35 [in Persian]
- Bates, Daniel and Plague, Fred (2016), *Anthropology of Culture*, translated by Mohsen Salesi, Tehran: Elmi [in Persian]
- Beeman, William (2016), *Language, Power and Status in Iran*, translated by Reza Moghadamkia, Tehran: Nei [in Persian]
- Borujeni, Seyed Ahmad; Nasr, Ahmad Reza (2009), *Trilateralization; A Strategy for Innovation in Educational Research*, *Educational Innovations*, 8(29): 53-74 [in Persian]
- Benedict, Ruth. 1934. *Patterns of Culture*. The New American Library Publisher
- Billig, Michael; Tajfel, Henri. 1971. Social Categorization and Inter-Group Behavior. *European Journal of Social Psychology*, April 1971
- Bourdieu, Pierre (2010), *Theory of Action*, translated by Morteza Mardiha, Tehran: Naqsh-e-Negar [in Persian]
- Bourdieu, Pierre (2012), *Distinction: A Social Critique of Taste Judgments*, translated by Hassan Chavoshian, Tehran: Sales [in Persian]
- Coser, Louis (2019), *The Life and Thought of the Great Sociologists*, translated by Mohsen Salasi, Tehran: Elmi Madani [in Persian]
- Delaney, Tim (2015), *Classical Theories of Sociology*, translated by Behrang Seddighi and Vahid Toloui, Tehran: Ney [in Persian]

- Farasatkah, Maghsoud (2016), *About Iranian Identity*, Maghsoud Farasatkah Website [in Persian]
- Fleek, Uwe (2013), *An Introduction to Qualitative Research*, Translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney
- Foruzbakhsh, Mahmoud (2019), *The City of Turquoise Domes and Broken Tiles: An Attempt to Understand Isfahan*, Isfahan: Arma [in Persian]
- Ghanei-Rad, Mohammad Amin; Mousavi, Seyyed Yaqoub; Hamidian, Akram (2007), *Gender and Ethnic Identity (Example: Khorramabad City)*, Faculty of Literature and Humanities, Kharazmi University, 15(58-59), Special Issue of Social Sciences 4: 167-190 [in Persian]
- Harris, Marvin. 1995. *Cultural Anthropology*. Harper Collins College Publishers
- Hasani, M. H.; Zokaei, M. S.; Talebi, A.; Entezari, A. (2017), *Conceptualizing Cultural Lifestyle*, Sociological Cultural Studies, 8(1): 23-44 [in Persian]
- Haslam, Alexander; Turner, John; Oakes, Penelope; Reynolds, Katherine; Doosje, Bert john.2002. From personal pictures in the head to collective tools in the world: How shared stereotypes allow groups to represent and change social reality. In C. McGarty, V. Y. Yzerbyt, & R. Spears (Eds.) (2002). *Stereotypes as explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 157-185). Cambridge: Cambridge University Press
- Haslam, Alexander; Turner, John; Oakes, Penelope; Mc Garthy, Craig; Reynolds, Katherine.1998. The Group as a Basis for Emergent Stereotype Consensus. *European Review of Social Psychology*, Volume 8
- Hofstede G. (1980). *The quantitative study of national character*. 1st ed. Thousand Oaks CA: SAGE Publications; 1980.
- Hofstede, Geert (2011). "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context". Online Readings in Psychology and Culture. 2 (1).
- Hofstede, Geert (2010). *Cultures and Organizations, Softwares of the mind*. McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-177015-6
- Iman, Mohammad Taqi; Soroush, Maryam (2014), *Research project on identifying and analyzing lifestyle patterns of Isfahan citizens*, Contract number: 107334/91 [in Persian]
- Javaheri, Ahmad; Ansari, Hormoz (1990), *An Introduction to the Sociology of Isfahan*, Isfahan: The Role of the World of Mehr [in Persian]
- Kardiner, Abram. 1945. *The Psychological Frontiers of Society*. Colombia University Press
- Karevani, A.; Sepahi, A. (2024), *Cultural Anthropology of Balouch Ethnic: A Cultural-Historical Reflection on Some Traditions of Balouch Ethnic*, Iranian Journal Of Anthropology, 20(37): 263-286 [in Persian]
- Khani Habibabadi, Salimeh (1401), *Investigation and Management of Popular Culture and Study of Folk Beliefs of the People of Isfahan in the Middle East*, Modern Research in Entrepreneurship Management and Business Development, 3(4): 238-251 [in Persian]
- Kroeber, A. L. (1939). *Cultural and natural areas of Native North America*. University of California publications in American archaeology and ethnology.

539 Abstract

- Moradi, Alireza (2014), *Cultural Identity of Iranian Ethnic Groups and Its Impact on National Identity and Cohesion of Iranians*, Cultural Management, 9(84): 128-144 [in Persian]
- Nouraei, Mehrdad (2014), *Analysis of the Mutual Effects of Cultural Identity and Social Changes*, Cultural Sociology, 5(1): 121-113 [in Persian]
- Rabani, R.; Shahab, S. (2010), *The Survey of Isfahan Youths' Moral Values*, Journal of Urban - Regional Studies and Research, 2(5): 77-92 [in Persian]
- Rahmani, Jabbar (2016), *Narcissistic, Obsessive and Stressful Isfahans*, ISNA Cultural Report [in Persian]
- Rahmani, Jabbar (2016), *Distinctive Characteristics of Isfahans from the Perspective of an Anthropologist*, ISNA Cultural Report [in Persian]
- Rahmani, Jabbar (2017), *Culture and Personality in Isfahan: An Anthropological Study of a Personality Type in the City of Isfahan*, Iranian Anthropological Research, 7(1): 7-29
- Rastegar, Yaser (2014), *Consumption Ethnography in the Marriage Ritual of Isfahan*, PhD Thesis in Sociology, University of Isfahan [in Persian]
- Renani, Mohsen (1403), *The Village of Half the World*, Mohsen Renani's personal website [in Persian]
- Ritzer, George (2018), *Sociological Theory*, translated by Houshang Naibi, Tehran: Nei [in Persian]
- Sadeghi, Mandana (2002), *Culture and Personality: A Brief Account of an Intersection*, Cognitive Science Updates, 4(4): 59-60 [in Persian]
- Sari-ol-Qalam, Mahmoud (2000), *Iranian Political Culture*, Tehran: Farzan [in Persian]
- Shahidi, Shahriar; Nejati, Vahid; Kamari, Saman (2015), *Iranian Personality: Evidence of Cultural Differences in Personality Traits*, Behavioral Science Research, 13(4): 525 [in Persian]
- Simmel, George (2001), *The Contradiction of Modern Culture*, translated by Haleh Lajevardi, Arghanun, Issue 18 [in Persian]
- Veblen, Thorstein (2004), *The Theory of the Prosperous Class*, translated by Farhang Ershad, Tehran: Ney [in Persian]
- Weber, Max (2015), *Economy and Society*, translated by Abbas Manouchehri, Mehrdad Torabinejad, and Mostafa Emadzadeh, Tehran: Samt [in Persian]
- Weber, Max (2017), *Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, translated by Abdolkarim Rashidian and Parisa Manouchehri Kashani, Tehran: Elmi and Kulhari [in Persian]
- Wissler, Clark (ed.) (1975) *Societies of the Plains Indians* AMS Press, New York, ISBN 0-404-11918-2, Reprint of v. 11 of Anthropological papers of the American Museum of Natural History, published in 13 pts. from 1912 to 1916.

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: یک مطالعه کیفی

زهرا ماهر*

پگاه خیراللهی**

چکیده

بخش مهمی از شخصیت هر فرد حاصل نظام فرهنگی است که در آن زندگی می‌کند. فرهنگ و شخصیت مفاهیمی درهم‌تنیده هستند؛ چراکه رفتارهای انسانی از طریق الزامات فرهنگی شکل می‌گیرد. «شخصیت فرهنگی» (Cultural Personality) به‌نوعی ادامه همان ویژگی‌های فرهنگی است که افراد در آن زیسته‌اند. هدف این پژوهش مطالعه جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی است و در پی مطالعه مهم‌ترین مؤلفه‌ها و ابعاد «شخصیت فرهنگی» در حوزه فرهنگی اصفهان است. برای پاسخ به سؤالات پژوهش از «مطالعه کتابخانه‌ای» استفاده شده است. برای این منظور با مراجعه به اسناد و مدارک معتبر قابل دسترس در بازه زمانی ۱۳۷۰ تا ۱۴۰۳ با استفاده از شیوه «نمونه‌گیری نظری» شناسایی و انتخاب شدند. به‌منظور تحلیل متون منتخب از روش «تحلیل محتوای کیفی» و برای تأمین اعتبار مطالعه از تکنیک سه‌سویه‌سازی (Triangulation) استفاده شده است. مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیت اصفهانی در قالب مقولاتی همچون منطق و کنش تعاملی، منطق و کنش مصرف، منطق و کنش ذهنی، منطق و کنش انتخابگری، منطق و کنش والدگری، منطق و کنش دینی و مذهب، سلیقه و ترجیحات، خصیصه‌های عاطفی و روان‌شناختی، نمک بیان و ورزیدگی لفظی، صفات و سیرت‌های نامطلوب، جهت‌گیری و

* استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)،
Z.maher@ltr.ui.ac.ir

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی،
دانشگاه اصفهان، ایران، Pegah.Kheirollahi@ltr.ui.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۰



سبک زندگی، تفکرات و فرهنگ اقتصادی، روحیات و تفکرات سیاسی استخراج شدند. از رویکردهای نظری شخصیت و فرهنگ، جامعه‌شناسی خرد و کنش‌گرا، نظریه سیستم‌ها و نظریه تلفیقی خرد و کلان نیز برای تحلیل یافته‌ها استفاده شده است. در نهایت می‌توان پایه‌های اجتماعی شخصیت اصفهانی را با مرکزیت مفهوم «اصالت‌دیری و اصالت‌فرم» توضیح داد. برای شخصیت اصفهانی فرم کنش‌ها گاهی بیشتر از محتوای کنش‌ها اهمیت دارد؛ چراکه هر شخصیت اصفهانی خودش را به شدت براساس دیگری تعریف می‌کند.

کلیدواژه‌ها: شخصیت فرهنگی، اصفهان، مطالعه کتابخانه‌ای، تحلیل محتوای کیفی.

۱. مقدمه و بیان مسئله

در هر جامعه علاوه بر ویژگی‌های روان‌شناختی غالب که بین بیشتر اعضای آن دامنه فرهنگی رایج است، خرده‌فرهنگ‌های متفاوتی نیز وجود دارد که هریک از آن‌ها مختصات فرهنگی خاص خودشان را دارند؛ بنابراین شناخت هر خرده‌فرهنگ یا فرهنگ غالب در هر اقلیم نیازمند مطالعاتی خاص و جداگانه است. مطالعه فرهنگ‌ها از آن رو اهمیت دارد که در هر مختصات جغرافیایی شخصیت‌های فرهنگی متفاوتی نیز ساخته می‌شود که شناخت و درک آن‌ها نیازمند مطالعاتی است که مشخصاً به مفهوم شخصیت‌های فرهنگی بپردازد.

مرادی (۱۳۹۳) بیان می‌کند در جوامعی که تنوع قومی وجود دارد، درک و شناخت هویت‌های قومیتی در راستای حفظ اندام‌وارگی هویت ملی ضروری است. فرهنگ اصفهانی علی‌رغم اینکه هویت یک قوم نیست و محدود به اقلیم فرهنگی اصفهانی است، اما مطالعه فرهنگ اقلیم‌های فرهنگی نیز به همان اندازه حائز اهمیت است؛ چراکه شناخت فرهنگی نسبت به گروه‌های کوچک‌تر فرهنگی را نیز افزایش می‌دهد.

قانعی راد و همکاران (۱۳۸۶) نیز معتقدند که هویت قومی و منطقه‌ای به عنوان یکی از انواع حلقه‌های هویتی کنشگران با سایر هویت‌های او در کنش و واکنش است و براینکه این تعاملات است که در تعریف و بازتعریف هویت‌های چندگانه اثر دارد.

مارکیس (به نقل از صادقی، ۱۳۸۱) معتقد است که فرایند ساخته شدن شخصیت و فرهنگ تشابهات زیادی دارد؛ تاجایی که می‌توان گفت در برخی موارد، شخصیت و فرهنگ هم‌پوشانی زیادی با یکدیگر دارند؛ چراکه شخصیت‌ها در نتیجه دو فرایند جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری شکل می‌گیرند. ساخته شدن شخصیت در بستر یک فرهنگ به معنای نهادینه شدن الگوهای رفتاری و معانی آن‌ها است. می‌توان گفت که بخش مهمی از

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۴۳

شخصیت هر فرد حاصل نظام فرهنگی است که در آن زندگی می‌کند. بریگز (۲۰۱۳) نیز معتقد است که برخی ویژگی‌های شخصیتی محدود به حوزه‌های جغرافیایی مشخصی است که قابل انتقال به سایر حوزه‌های جغرافیایی و فرهنگی نیست (به نقل از کاروانی و سپاهی، ۱۴۰۲: ۲۶۵)؛ بنابراین مطالعه شخصیت‌های فرهنگی در حوزه‌های جغرافیایی مختلف نیز به اندازه مطالعه نظام‌های فرهنگی حائز اهمیت است.

مطالعه شخصیت‌های فرهنگی از قرن بیستم و با انتشار آثار انسان‌شناسانی که بر مطالعه روان‌شناختی فرهنگ‌ها تمرکز داشتند، بسیار مورد توجه قرار گرفته است. اوژه (Marc Augé) و کولن (Colleyn) معتقد هستند که به تدریج در علم انسان‌شناسی داده‌هایی تولید شد که نشان می‌داد فرهنگ و شخصیت مفاهیمی درهم‌تنیده هستند؛ چراکه رفتارهای انسانی از طریق الزامات فرهنگی شکل می‌گیرد. شخصیت فرهنگی به‌نوعی ادامه همان ویژگی‌های فرهنگی است که افراد در آن زیسته‌اند. زیست در یک حوزه جغرافیایی مشخص به تدریج ویژگی‌های فرهنگی را نهادینه می‌کند که در فرایند جامعه‌پذیری آموزش و انتقال داده شده و به‌صورت ویژگی‌های شخصیتی نمود پیدا می‌کند. آنچه الیک و همکارانش (Allik et al., 2023) آن را «خصوصیات رفتاری» می‌نامند که در نتیجه تعامل اعضای یک حوزه جغرافیایی با محیط شکل می‌گیرد و به تدریج بدل به ویژگی‌های فرهنگی و شخصیتی غالب آن منطقه جغرافیایی می‌شود. به تعبیر فراستخواه (۱۳۹۵) هویت و شخصیت در نتیجه تعامل با محیط آموزش داده می‌شود. هویت یک تجربه است که در محیط ساخته می‌شود و آن محیط را از سایر زمینه‌های فرهنگی متمایز می‌کند و از همین مسیر نیز «دیگری» را تعریف می‌کند. فرهنگ و محیط فرهنگی از طریق تعیین الگوهای رفتاری، شخصیت اعضای یک فرهنگ را نیز تعریف می‌کند؛ به عبارت دیگر شخصیت اعضای یک جامعه و یا اقلیم تحت تأثیر فرهنگ حاکم بر آن حوزه است. این اشتراکات روان‌شناختی «شخصیت فرهنگی» (Cultural Personality) نامیده می‌شود (بی‌تس و پلاگ، ۱۳۷۵). این خصوصیات رفتاری، مجموعه ویژگی‌های شخصیتی است که در بین اکثر اعضای یک نظام فرهنگی مشترک است که روث بندیکت (Benedict., 1934) آن را «کمان فرهنگی و یا کهن‌الگو» (Cultural Arc) نامیده است؛ به این معنا که اکثر اعضای آن فرهنگ خصوصیات مشترک و نه کاملاً یکسانی دارند. مفهوم «شخصیت پایه» (Basic Personality) که آبرام کاردینر (Kardiner., 1945) مطرح می‌کند نیز به معنای وجود ویژگی‌های روان‌شناختی مشترک در بین اعضای یک دامنه فرهنگی است.

حسینی و همکاران (۱۳۹۶) معتقدند که خرده‌فرهنگ‌ها مجموعه‌باورهای فرهنگی هستند که گروهی از اعضای جامعه را از دیگری متمایز می‌کنند که به‌نوعی واسطه‌ی میان ساختارهای فرهنگی در سطح کلان و خرده‌فرهنگ‌ها در سطح خرد هستند؛ براین‌اساس می‌توان گفت که باورهای فرهنگی افراد با منش اصفهانی نیز نوعی خرده‌فرهنگ را می‌سازد که در سبک زندگی آن‌ها نمود می‌کند؛ اما امری کاملاً جداگانه از ساختارهای فرهنگی هویت ایرانی نیز نخواهد بود.

در ایران نیز مسئله‌ی شخصیت‌های فرهنگی تا حدودی مورد توجه بوده است (شهیدی و همکاران، ۱۳۹۴) و معمولاً برای اعضای هریک از اقلیم‌های فرهنگی، مانند تهران، اصفهان، ترک‌ها، شمالی‌ها و غیره، ویژگی‌های شخصیتی خاصی تعریف شده است؛ هرچند که گاهی چنین تعابیری با کلیشه‌های قومی نیز در هم تنیده شده است. یکی از رایج‌ترین شخصیت‌های فرهنگی که در جامعه‌ی ایرانی بسیار به آن توجه شده است، شخصیت اصفهانی است. نگاه انسان‌شناختی به شخصیت متمرکز بر ویژگی‌های پایه‌ای است که بین اکثریت اعضای یک دامنه و حوزه‌ی فرهنگی فارغ از تفاوت‌های جنسیتی، قومیتی، دینی و غیره وجود دارد. این مطالعه به دنبال اشتراکات رفتاری (شخصیت پایه) بین اعضای یک اقلیم فرهنگی است و درصدد بررسی تفاوت‌های فرهنگی در بین گروه‌های قومیتی، جنسیتی و طبقات اجتماعی مختلف نیست.

شخصیت فرهنگی اصفهانی حاصل مجموعه‌باورهای حقیقی اعضای فرهنگ اصفهانی و باورهای بیرونی نسبت به آن است؛ شخصیتی که معمولاً با ویژگی‌هایی مانند خساست، محافظه‌کاری، شوخ‌طبعی و زیرکی شناخته می‌شود. هدف پژوهش حاضر درک شخصیت اصفهانی از منظر انسان‌شناختی و جامعه‌شناختی است. تحقیق کنونی با هدف ارائه‌ی یک تعریف علمی از شخصیت فرهنگی اصفهانی است. برای تعریف مرزهای علمی در تعریف شخصیت اصفهانی از مفهوم «حوزه فرهنگی» (Cultural Region) در علم انسان‌شناسی استفاده شده است. مفهوم حوزه فرهنگی که توسط کلارک وایسلر (Wissler, 1975) و آلفرد کروب (Kroeber, 1939) بسط داده شده است، به این معنا است که در هر محیط جغرافیایی می‌توان فرهنگ‌های خاصی را مشاهده کرد. این رویکرد در پی ایجاد تمایزهای فرهنگی مابین مکان‌های جغرافیایی است. در پژوهش حاضر نیز حوزه فرهنگی اصفهان مورد مطالعه قرار گرفته است؛ هرچند مانند هر حوزه فرهنگی دیگری مرزهای قومیتی و جغرافیایی خاصی برای آن نمی‌توان تعیین کرد. حوزه فرهنگی اصفهانی گاه کل استان و گاهی شهر

اصفهان را شامل می‌شود. در این پژوهش سعی بر این بوده است تا از اسنادی که بر حوزه فرهنگی اصفهان متمرکز بوده‌اند، استفاده شود. به‌طور خلاصه می‌توان گفت که پژوهش حاضر به دنبال مطالعه جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی است و درصدد است تا با روش مطالعه کتابخانه‌ای بتواند به درکی از فرهنگ و شخصیت اصفهانی دست پیدا کند؛ بنابراین این مقاله در پی پاسخ به این سؤال است که «شخصیت فرهنگی در شهر اصفهان و در حوزه فرهنگی اصفهان چه ویژگی‌ها و مؤلفه‌هایی دارد».

۲. پیشینه پژوهش

علی‌رغم اهمیت مطالعه خرده‌فرهنگ‌ها و مبانی فرهنگی شخصیتی در مناطق مختلف، تعداد کمی از پژوهش‌ها به بررسی این موضوع پرداخته‌اند و از میان آن‌ها کمتر پژوهشی وجود دارد که مشخصاً به موضوع فرهنگ و شخصیت در شهر اصفهان پرداخته باشد؛ با این حال تعدادی از پژوهش‌های پیشین که مرتبط با این موضوع هستند، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. خانی حبیب‌آبادی (۱۴۰۱) در پژوهشی به مطالعه و جمع‌آوری فرهنگ فولکلوریک (Folkloric Culture) اصفهان پرداخته است. در این پژوهش مشخص شد که سه مفهوم ازدواج، تولد و مادرانگی از موضوعات اصلی هستند که اشعار فولکلوریک حول محور آن‌ها ساخته شده‌اند. ضرب‌المثل‌ها و حکایات بررسی شده نیز نشان می‌دهند که فرهنگ پدرسالاری، کار و تلاش و لزوم مدیریت حریم شخصی از جمله مفاهیمی هستند که در فرهنگ اصفهانی بسیار مورد توجه قرار گرفته است.

فروزبخش (۱۳۹۸) به غلبه فرهنگ محافظه‌کاری بر فرهنگ اصفهانی تأکید می‌کند و معتقد است که اعضای فرهنگ اصفهانی سعی می‌کنند تا پیش از آنکه به افراد جدید اعتماد کنند، آن‌ها را بشناسند و به‌صورت تدریجی با افراد بیگانه ارتباط برقرار کنند؛ علاوه‌بر آن نویسنده در بخشی از کتاب به روحیه پرتنش در فرهنگ اصفهانی اشاره می‌کند و معتقد است که در فرهنگ اصفهانی افراد مُصرانه به دنبال کسب موفقیت در آینده هستند؛ به‌نوعی که زندگی در زمان حال را فراموش می‌کنند.

جبار رحمانی (۱۳۹۶) به مطالعه مردم‌نگارانه فرهنگ اصفهانی پرداخته است و می‌توان گفت که مرتبط‌ترین پژوهشی است که مشخصاً به بررسی شخصیت فرهنگی اصفهانی پرداخته است. رحمانی در این پژوهش بیان می‌کند که شخصیت اصفهانی بر مبنای سه ویژگی بنیادی نظم، ترتیب و آداب شکل گرفته است؛ علاوه‌بر آن کنش‌های اجتماعی

اصفهان‌ها مبتنی بر کنش عقلانی معطوف به هدف است و تا زمانی که از نتیجه مثبت امری آگاه نباشند، اقدام به انجام کاری نمی‌کنند. الگوی تعاملی شهروندان اصفهانی نیز مبنی بر دوگانه‌های خودی-غیرخودی و فرادست-فرو دست است که امکان تعامل مابین شهروندان اصفهانی و غیراصفهانی را دشوار می‌کند.

جبار رحمانی (۱۳۹۵ الف) نیز بیان می‌کند که شهروندان اصفهانی دارای احساساتی از جمله خودشیفتگی، وسواس و استرس هستند. خودشیفتگی به این معنا که فرهنگ اصفهانی را برتر می‌دانند؛ از سوی دیگر اصفهانی‌ها دائماً برای آینده زندگی می‌کنند و نگران ازدست دادن موقعیت کنونی‌شان هستند و به همین دلیل همواره نگران هستند و با وسواس شدید تصمیماتشان را می‌گیرند. ویژگی خسیس بودن که به آن‌ها نسبت داده می‌شود، برای اصفهانی‌ها به معنای نداشتن هزینه اضافی است؛ چراکه از نظر آن‌ها هر اقدام اقتصادی باید با منطق پیش برود که همین امر ناشی از وسواس آن‌ها است که حتی در علوم و هنرهای رایج در اصفهان مانند ریاضی و تہذیب دیده می‌شود.

ایمان و سروش (۱۳۹۳) به بررسی برخی ویژگی‌های سبک زندگی در شهر اصفهان پرداخته‌اند. آنان دریافتند که شهروندان اصفهانی با مفهوم مشارکت اجتماعی بیگانه هستند؛ چراکه مزایای مادی برایشان ندارد و یا عمدتاً تجربه ناموفقی از کار گروهی در فعالیت‌های داوطلبانه داشته‌اند. نویسندگان همچنین بیان کردند که شهروندان اصفهانی علی‌رغم اعتقادات مذهبی شخصی زیاد، موافق اقدامات اجتماعی اجبارگونه، مثل مبارزه با بدحجابی، نیستند. شهروندان اصفهانی سعی می‌کنند در چارچوب سنت‌ها رفتار کنند؛ اما ترجیح می‌دهند تا در زندگی شخصی خودشان این اصول را رعایت کنند و تمایلی به کنشگری اجتماعی در این زمینه ندارند.

رستگار (۱۳۹۳) در پژوهش خود بیان می‌کند که شهروندان اصفهانی تلاش می‌کنند تا با رعایت جزئیات دقیق ابعاد عرفی مناسک مانع از آن شوند که به آن‌ها گفته شود که اصطلاحاً برای «مراسم کم گذاشته‌اند یا مراسم را به درستی اجرا نکرده‌اند». در فرهنگ اصفهانی حفظ پرستیژ اجتماعی در مناسکی مانند ازدواج از طریق اجرای دقیق عرفی و زیبایی‌شناختی مراسم محقق می‌شود؛ به این ترتیب اصالت خاطره، اصالت مناسک و اصالت فرم مهم‌ترین پایه‌های برگزاری مناسکی مانند ازدواج در شهر اصفهان هستند.

جواهری و انصاری (۱۳۷۹) در کتابی تحت عنوان جامعه‌شناسی اصفهان به مطالعه جامعه‌شناختی فرهنگ اصفهانی پرداخته‌اند. نویسندگان معتقدند که در فرهنگ اصفهانی

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۴۷

تعبیر و منافع شخصی بر منافع جمعی اولویت دارد و نمونه آن را برخی رفتارهای وندالیستی در اماکن عمومی و یا تلاش برای آگاه‌شدن از جزئیات زندگی دیگران عنوان می‌کنند؛ علاوه بر آن نویسندگان بر این عقیده‌اند که اعضای فرهنگ اصفهانی همواره به دنبال به‌دست‌آوردن ثروت و دارایی‌هایی بیشتر از آنچه در حال حاضر دارند، هستند. این ویژگی در عین حال که منجر به سخت‌کوشی می‌شود، اما در عین حال به آزمندی و حسرت نیز دامن می‌زند.

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که محدودپژوهش‌هایی درباره شخصیت فرهنگی اصفهانی و دو پژوهش درباره فرهنگ اصفهانی وجود دارد و به همین دلیل این پژوهش در تلاش است تا با روش مطالعه کتابخانه‌ای بتواند با مرور این اسناد به درک جامع‌تری از فرهنگ و شخصیت اصفهانی دست پیدا کند.

۳. مبانی مفهومی پژوهش

برای تحلیل شخصیت اصفهانی از دو بینش انسان‌شناختی و جامعه‌شناختی استفاده شده است. از میان رویکردهای انسان‌شناختی، رویکرد فرهنگ و شخصیت و از میان رویکردهای جامعه‌شناختی، نظریات وبر (۱۳۹۴، ۱۳۹۶)، زیمل (۱۳۸۰) و وبلن (۱۳۸۳) در حوزه جامعه‌شناسی خرد نظریه پارسونز (به نقل از ریتزر، ۱۳۹۷) در حوزه جامعه‌شناسی کلان و نظریه تلفیقی بوردیو (۱۳۸۹، ۱۳۹۱) مورد استفاده قرار گرفته است.

روث بندیکت (Ruth Benedict) از جمله انسان‌شناسانی است که معتقد است در هر جامعه تعدادی شخصیت‌های فرهنگی متفاوت شکل می‌گیرد که هریک از این شخصیت‌های فرهنگی، بازنمای گروه اجتماعی خاصی در آن جامعه است. «در هر جامعه گروه‌های فرهنگی متفاوتی وجود دارد که بعضی از آن‌ها تشویق و قدرتمند شده و غالب‌ترین آن‌ها در رفتارهای انسانی ترویج می‌شوند» (بندیکت، ۱۹۳۴: ۲۳۹). ناصر فکوهی (۱۳۸۸) در تفسیر عقاید بندیکت می‌نویسد که او معتقد بود در یک جامعه مجموعه‌ای از الگوهای فرهنگی مشترکی شکل می‌گیرد که می‌تواند تعدادی شخصیت فرهنگی متفاوت تولید کند؛ اما نه به تعداد بی‌شمار. در هر جامعه صرفاً تعداد محدودی شخصیت‌های فرهنگی ساخته می‌شود که خود بندیکت آن را «کمان فرهنگی» نامیده است (فکوهی، ۱۳۸۸: ۱۳۵). این مفهوم معادل واژه «کهن‌الگو» است که بر مبنای مجموعه‌ای از

اصول و قواعد فرهنگی پایه‌ای بنا شده است؛ اما در کنار خودش مجموعه‌ای از شخصیت‌های فرهنگی فرعی را نیز شکل داده است.

از نظر بندیکت (Benedict., 1934) در هر جامعه‌ای به تدریج با تثبیت برخی از الگوهای رفتاری، برخی از رفتارها و کنش‌ها نرمال خوانده می‌شوند و رفتارهایی که متضاد با آن‌ها باشد، رفتارهای غیرعادی تلقی می‌شوند؛ به این ترتیب در یک جامعه مجموعه‌ای از رفتارهای فرهنگی نهادینه می‌شوند. شخصیت فرهنگی در هر جامعه مجموعه‌ای از کنش‌های فرهنگی است که اعضای یک نظام فرهنگی آن‌ها را در خود درونی کرده و به صورت ناخودآگاه آن‌ها را به اجرا درمی‌آورند؛ تاجایی که آن ویژگی‌ها بدل به شخصیت غالب در یک محیط جغرافیایی می‌شود (Benedict., 1934).

این شخصیت غالب، مشابه مفهومی است که آبرام کاردینر (Kardiner) تحت عنوان «شخصیت پایه» مطرح کرده است. «شخصیت پایه صرفاً نشان‌دهنده دامن‌های مشخص از روش‌های [رفتاری] خاصی است که از خلال تفاوت‌های عمده رشد می‌کنند و وابسته به شاکله [اجتماعی و فرهنگی]، شخصیت‌های مشخص و فرصت‌های خانوادگی است» (Kardiner., 1945: 245). شخصیت پایه حاصل جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری در بستر اجتماعی و فرهنگی است که به مرور زمان ویژگی‌های شخصیتی مشترکی را به اعضای جامعه آموزش می‌دهد و در بلندمدت یک نوع شخصیت غالب و پایه را در آن جوامع شکل می‌دهد که مجدداً بازتولید نیز می‌شوند. این فرایندی است که کاردینر آن را «نظام‌سازی قواعد» (Systematization the Rules) نامیده است؛ به این معنا که قواعد و ارزش‌های فرهنگی مانند یک نظام تولیدی دائماً تولید و بازتولید می‌شوند تا در نهایت به یک شخصیت غالب منتهی شوند. «شخصیت تحت تأثیر ظرفیت محدودی برای پیروی از فرهنگ غالب شکل می‌گیرد» (Kardiner., 1945: 94). کاردینر معتقد است که اعضای یک نظام فرهنگی امکان زیادی برای سرپیچی از فرهنگ غالب در جامعه ندارند و همین عامل به تدریج یک فرهنگ مسلط را در آن جامعه شکل می‌دهد که طی فرایند فرهنگ‌پذیری به اعضای آن جامعه منتقل شده و اعضای آن جامعه شخصیت مشابهی پیدا می‌کنند؛ چراکه در یک نظام فرهنگی مشترک زندگی می‌کنند.

به طور کلی کاردینر (۱۹۴۵) معتقد است که در هر بستر فرهنگی، تنها یک شخصیت پایه وجود دارد که مخرج مشترک جامعه خودش و همه خرده‌فرهنگ‌های آن است؛ اما در کنار این شخصیت پایه خرده‌فرهنگ‌ها و شخصیت‌های فرعی نیز تعریف می‌شوند که

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۴۹

می‌توانند مرتبط با یک گروه یا طبقه اجتماعی خاصی باشند (فکوهی، ۱۳۸۸: ۱۳۸)؛ اما در نهایت ویژگی‌های شخصیت پایه در خرده‌شخصیت‌ها نیز نمود کرده و در آن حوزه جغرافیایی مشخص همچنان آثاری از آن‌ها دیده می‌شود. رالف لیتون (Linton, 1936) نیز معتقد است که هر شخصیت فرهنگی، تنها بخشی از ویژگی‌های یک مجموعه شخصیتی کلی را متبلور می‌کند (لیتون، ۱۹۳۶ به نقل از فکوهی، ۱۳۸۸: ۱۳۸)؛ بنابراین می‌توان گفت که در کنار شخصیت‌های ملی که برای هر جامعه تعریف می‌شود، فرهنگ‌ها و شخصیت‌های فرعی نیز وجود دارند که علاوه بر داشتن مجموعه‌ای از خصایل ملی، ویژگی‌های محدود خودشان را نیز دارند.

کنش‌های اجتماعی (Social Action)، رفتارهای اعضای یک جامعه هستند که بر مبنای اصول فرهنگی زندگی اجتماعی به صورت خودآگاه و ناخودآگاه انجام می‌شوند. در ادبیات جامعه‌شناسی، جامع‌ترین سنخ‌شناسی (Typology) که از کنش اجتماعی وجود دارد، مرتبط به نظریه ماکس وبر است. ماکس وبر (۱۳۹۴) در سنخ‌شناسی خود کنش‌های اجتماعی را به چهار گروه کنش عقلانی هدفمند، کنش عقلانی ارزشی، کنش عاطفی، کنش‌های سنتی تقسیم کرده است (وبر، ۱۳۹۴: ۵۱-۵۲).

وبر (۱۳۹۶) کنش‌های اجتماعی را حاصل نظام اجتماعی می‌داند که در آن رشد کرده است؛ برای مثال ماهیت پدرسالار جامعه چینی و یا ماهیت کاستی جامعه هندی را مهم‌ترین علت رشد کنش‌های عقلانی سنتی در این جوامع می‌داند که منجر به اهدای بخشی از درآمدهای مالی به دولت‌ها می‌شد؛ درحالی‌که در خود آن جوامع هیچ‌گونه نارضایتی از غلبه سنت در کنش‌های اقتصادی وجود نداشت (وبر، ۱۳۹۶). آنچه در مطالعه شخصیت‌های فرهنگی اهمیت دارد، این است که مبنای اصلی کنش‌ها در اکثر شرایط چگونه است؛ علاوه بر آن بررسی این مسئله مهم است که نگاه اعضای یک فرهنگ با افرادی که بیرون از آن فرهنگ هستند، تا چه میزان متفاوت و یا بعضاً متضاد است. وبر معتقد بود که مطالعه جوامع و فرهنگ‌ها با هدف درک ویژگی‌های ساختاری آن‌ها منتهی به ارائه یک گونه تیپ ایدئال (Ideal Type) خواهد شد و تیپ‌های ایدئال نیز در نهایت امکان درک و فهم فرهنگ‌های مختلفی را فراهم می‌کنند (دیلینی، ۱۳۹۴: ۴۲۱).

جورج زیمل (۱۳۸۰) در رویکرد سنخ‌های اجتماعی خود، جامعه و فرهنگ مدرن را بر مبنای سنخ‌های اجتماعی (Social Types) تعریف می‌کرد. زیمل (۱۳۸۰) فرهنگ مدرن را فرهنگی مبنی بر تضاد مابین اولویت خودانگیختگی و سنت می‌دانست و معتقد بود که در

فرهنگ مدرن، اصیل بودن امری است که در جامعه مطالبه می‌شود. تحقق اصالت از طریق بر ساختِ تیپ‌های اجتماعی، مانند خسیس، پرسه‌زن و غیره، انجام می‌شود. «زیمل هر سنخ اجتماعی ویژه‌ای را محصول واکنش‌ها و توقعات دیگران می‌داند. هر سنخی از رهگذر رابطه با کسان دیگری پدید می‌آید که پایگاه ویژه‌ای به او می‌دهند و از او انتظار دارند به شیوه خاصی رفتار کند (کوزر، ۱۳۹۹: ۲۵۴). آنچه در این فرایند اهمیت دارد، این است که تیپ‌های اجتماعی صرفاً در یک فرهنگ ساخته نمی‌شوند؛ بلکه در هر خرده‌فرهنگی سنخ‌ها و تیپ‌های اجتماعی ساخته می‌شود که مختص همان خرده‌فرهنگ است و با هدف متمایز شدن از فرهنگ مسلط ساخته می‌شوند. گاهی حتی تیپ‌های اجتماعی هم وجود دارند که از طرف سایر خرده‌فرهنگ‌ها به آن‌ها نسبت داده شده‌اند.

تورشتاین وبلن (Thorstein Veblen) در نظریه مصرف تظاهری (Conspicuous Consumption) خود تعبیر جدید از مصرف و سبک زندگی مطرح می‌کند. وبلن (۱۳۸۳) معتقد است که فرهنگ مصرف نمایی به معنای حفظ ظاهر آراسته و شهرنشین برای متمایز شدن از فرهنگ روستایی بود؛ به این ترتیب می‌توان گفت که با رشد شهرنشینی مصرف نمایی معیاری برای نمایش سرمایه بود که مانع مواجه شدن افراد طبقه متوسط و کارگر با برجسب اجتماعی «روستایی» می‌شد. در جامعه شهرنشین دو تیپ اجتماعی طبقه شهری-تن‌آسا در مقابل تیپ اجتماعی روستایی-کارگر قرار می‌گیرد و راه‌حل‌گریز از روستایی و کارگر دانسته شدن مصرف نمایی است؛ به نحوی که سایر اعضای جامعه نیز به کمیت آن مصرف آگاه باشند؛ بنابراین بخش مهمی از مصرف نمایی، آگاهی دیگران به مصرف فردی است که با هدف تظاهر مصرف می‌کند (کوزر، ۱۳۹۹).

براساس دیدگاه پیر بوردیو (۱۳۸۹) سرمایه نمادین، هرگونه دارایی یا نشانه‌ای است که بازنمای سایر انواع سرمایه بوده و مورد پذیرش واقع شود؛ بنابراین سرمایه نمادین، کالاها و یا نشانه‌هایی هستند که تضادهای اجتماعی، مانند قوی-ضعیف، بزرگ-کوچک، غنی-فقیر، فرهیخته-بی‌فرهنگ، را در قالبی نمادین تداوم می‌بخشند که در واقع همان مفهوم «خشونت نمادین» (Symbolic Violence) است که بوردیو (۱۳۸۹) آن را مطرح کرده است. طبقات بالا از طریق نمایش سرمایه‌های نمادیشان خودشان را از طبقه متوسط و طبقه متوسط نیز از همان طریق، خودش را از طبقه کارگر متمایز می‌کند.

بوردیو (۱۳۹۱) همچنین بیان می‌کند که هر طبقه‌ای سعی می‌کند تا ذائقه و مصرف خودش را از سایر طبقات متمایز کند. روابط فرودستی و فرادستی در جامعه از طریق

مصرف مشخص می‌شود تا مرزهای مابین طبقات از بین نرود. اعضای هر طبقه از طریق مصرف سعی می‌کنند تا خودشان را از دیگری که همان طبقه پایین‌تر باشد، متمایز کنند تا مانع مواجه شدن با برچسب‌هایی مانند ضعیف، فقیر یا بی‌فرهنگ شوند؛ هرچند در این شرایط نوعی خشونت نمادین علیه طبقات پایین اعمال می‌شود؛ چراکه الگوی مصرف آن‌ها در نهایت نماد ضعف اقتصادی یا فرهنگی تلقی می‌شود.

تالکوت پارسونز (به نقل از ریتزر، ۱۳۹۷) یکی از مهم‌ترین جامعه‌شناسانی است که با ارائه رویکرد سیستمی تلاش کرده تا کنش‌های اجتماعی خرد (Micro Social Actions) و نظام اجتماعی کلان (Macro Social Structures) را به یکدیگر مرتبط و در کنار یکدیگر تحلیل کند. از نظر پارسونز نظام اجتماعی و فرهنگی در دو سطح خرد و کلان با یکدیگر مرتبط هستند. هر جامعه برای آنکه تداوم بقای خودش را تضمین کند، ناچار است که مبانی فرهنگی و اجتماعی خودش را بازتولید کند؛ به همین دلیل هر نظامی کارکرد خاص خودش را در راستای حفظ این نظام اجرا می‌کند. ۱. نظام اقتصادی (ارگانیسم رفتاری) کارکرد انطباق (Adaptation)، ۲-نظام اجتماعی (Social System) کارکرد هماهنگی (Goal Attainment)، ۳-نظام فرهنگی (Cultural System) کارکرد نهفتگی (Latency) و ۴-نظام شخصیت (Personality system) کارکرد هدف‌یابی (Pattern Maintenance) را بر عهده دارد. در این رویکرد، فرهنگ و شخصیت مفاهیمی درهم‌تنیده هستند که می‌توان آن‌ها را در دوگانه‌های جامعه‌شناختی، مانند کلان‌خرد و ذهنی-عینی تعبیر و تفسیر کرد. فرهنگ مجموعه‌ای از باورهای ذهنی است که در سطح کلان شاکله فرهنگی یک جامعه را شکل می‌دهد و شخصیت نمود عینی و خرد باورهای فرهنگی است که به صورت درونی شده در کنش‌های اعضای جامعه نمود پیدا می‌کنند (دیلینی، ۱۳۹۴: ۷۳۷). از نظر پارسونز جامعه، فرهنگ و شخصیت، مفاهیمی درهم‌تنیده هستند که یکدیگر را تولید و بازتولید می‌کنند. الگوهای زیست اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی همگی حاصل فرهنگ‌پذیری ارزش‌ها و هنجارهایی است که توسط این نظام‌ها آموزش داده شده و توسط کنش‌های اعضای جامعه نیز بازتولید شده‌اند؛ بنابراین از نظر پارسونز فرهنگ صرفاً مفهومی انتزاعی و مجموعه‌ای از باورهای ذهنی نیست؛ بلکه در شخصیت اعضای جامعه نیز به صورت عینی قابل مشاهده است.

۴. روش‌شناسی

برای پاسخ به سؤالات پژوهش از «مطالعه کتابخانه‌ای» استفاده شده است. مطالعه کتابخانه‌ای روشی کیفی است که پژوهشگر تلاش می‌کند تا با استفاده نظام‌مند و منظم از داده‌های کتابخانه‌ای موجود به‌نوعی جمع‌بندی، طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود اقدام نماید.

به‌این‌ترتیب با مراجعه به اسناد و مدارک معتبر قابل دسترس در بازه زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۳ از میان انبوه کتاب‌ها، مقالات، سخنرانی‌ها و جستارها درباره منش، شخصیت و خلیات اصفهانی موارد مناسب شناسایی و انتخاب شدند. به‌منظور تحلیل متون منتخب، مفاهیم تشکیل‌دهنده، ابعاد و مؤلفه‌های تأثیرگذار از روش تحلیل محتوا استفاده شد.

در روش کتابخانه‌ای عمدتاً نمونه‌گیری به شیوه‌ای «تعمدی» و «نظری» انجام می‌شود (فلیک، ۱۳۹۲: ۲۷۹)؛ یعنی با توجه به محورهای و اهداف پژوهش، پژوهشگر دست به انتخاب از بین منابع می‌زند. با توجه به اینکه موضوع پژوهش حاضر «مطالعه فرهنگ و شخصیت در اصفهان» بوده است، منابعی مورد استفاده قرار گرفته است که بتواند اطلاعات ارزشمندی درباره رفتارها، نگرش‌ها و سبک زندگی فرهنگ اصفهانی ارائه بدهد؛ چراکه مطالعه فرهنگ و شخصیت در یک اقلیم نیازمند بررسی همه‌جانبه فرهنگ حاکم در آن اقلیم است. پس از جست‌وجوی منابع موجود درباره فرهنگ اصفهانی مشخص شد که تعداد منابعی که در این زمینه حاوی اطلاعات باشند، بسیار محدود است؛ بنابراین با توجه به اینکه روش مطالعه کتابخانه‌ای برای تحلیل موضوع گزینش شده بود، عملاً «تمام‌شماری» پژوهش‌ها ملاک عمل قرار گرفت و به‌منظور کدگذاری از «تحلیل محتوای کیفی» استفاده شده است.

با توجه به کیفی‌بودن تحقیق، اعتبار مطالعه از طریق «سه‌سویه‌سازی» (Triangulation) یکی از راهبردهای تقویت اعتبار در روش کتابخانه‌ای است، تأمین شده است. اعتبار در گرو استفاده از منابع معتبر به‌ویژه دست اول، ایجاد تنوع در منابع، بررسی منابع متعدد، کیفیت خواندن و انجام پژوهش، مشورت با متخصصان و رعایت موازین اخلاقی تضمین شده است.

در این پژوهش از تکنیک سه‌سویه‌سازی نظری (Theoretical Triangulation) استفاده شده است (مدنی و نصر، ۱۳۸۸)؛ به این معنا که تلاش شده است تا از چندین رویکرد نظری متفاوت برای تحلیل داده‌ها استفاده شود تا اعتبار تحلیل داده‌ها تضمین شود. پس از فرایند

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۵۳

کدگذاری، کدهای حاصل‌شده توسط چهار رویکرد نظری متفاوت تحلیل و نگارش شد. داده‌ها از منظر دو علم انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی تحلیل شد؛ بنابراین می‌توان گفت که اعتبار داده‌های تحقیق از طریق روش سه‌سویه‌سازی نظری تضمین شده است؛ چراکه نتایج تحقیق از طریق رویکردهای نظری متفاوت (انسان‌شناسی روان‌شناختی، جامعه‌شناسی کنش‌گرا، جامعه‌شناسی ساختارگرا) قابل تفسیر است که این امر نشان‌دهنده اعتبار داده‌های تحقیق است.

جدول ۱. منابع مورد استفاده در تحلیل

ردیف	نام منبع	نوع منبع	توضیحات
۱	بررسی و مدیریت فرهنگ عامه و بررسی باورهای عامیانه مردم اصفهان در خاورمیانه	مقاله علمی	این مقاله به بررسی فرهنگ فولکلوریک شهر اصفهان پرداخته است.
۲	فروزیخ، محمود (۱۳۹۸). شهر گنبد‌های فیروزه‌ای و کاشی‌های شکسته: تلاشی برای شناخت اصفهان	کتاب	این کتاب به مطالعه ابعاد مختلف فرهنگ و تاریخ شهر اصفهان پرداخته است.
۳	رحمانی، جبار (۱۳۹۶)، فرهنگ و شخصیت در اصفهان (مطالعه‌ای انسان‌شناختی در باب یک گونه شخصیتی در شهر اصفهان)	مقاله	این مقاله از طریق روش مردم‌نگاری به مطالعه فرهنگ اصفهانی پرداخته است.
۴	رستگار، یاسر (۱۳۹۳)، مردم‌نگاری مصرف در آیین ازدواج شهر اصفهان	رساله دکتری	این رساله از طریق روش مردم‌نگاری به مطالعه مناسک ازدواج در شهر اصفهان پرداخته است.
۵	رحمانی، جبار (۱۳۹۵)، خصلت‌های بارز اصفهانی‌ها از نگاه یک مردم‌شناس	گزارش فرهنگی خبرگزاری ایسنا	این خبر به باز نشر سخنرانی دکتر جبار رحمانی درباره مردم‌نگاری ایشان از فرهنگ شهر اصفهان و بررسی فرهنگ اصفهانی از دید یک مردم‌شناس می‌پردازد.
۶	رحمانی، جبار (۱۳۹۵)، اصفهانی‌های خودشیفته، وسواسی و پراسترس	گزارش فرهنگی خبرگزاری ایسنا	در این گزارش فرهنگی به نتایج یک مطالعه انسان‌شناختی از فرهنگ اصفهانی و نتایج آن مطالعه پرداخته شده است.
۷	ایمان، محمدتقی (۱۳۹۱)، شناسایی و تحلیل الگوهای سبک زندگی شهروندان شهر اصفهان	طرح پژوهشی	این طرح پژوهشی به بررسی کمی و کیفی سبک زندگی شهروندان اصفهان پرداخته است.
۸	جواهری، احمد و هرمز انصاری (۱۳۷۹)، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی اصفهان	کتاب	این کتاب به مطالعه جامعه‌شناختی فرهنگ اصفهانی پرداخته است.

ردیف	نام منبع	نوع منبع	توضیحات
۹	نشست فرهنگ، شخصیت و هویت اصفهانی برگزار شده توسط گروه تخصصی فرهنگ و جامعه انجمن جامعه‌شناسی ایران و گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان	گزارش نشست تخصصی	در این نشست دکتر محمدحسین ریاحی در موضوع «تأملی بر پیشینه اصفهان در عرصه فرهنگ، آداب و سنت‌ها» و دکتر جبار رحمانی با موضوع الگوی شخصیت پایه اصفهانی سخنرانی کردند.
۱۰	قاسمی، وحید و بدری برندگی (۱۳۹۰)، بررسی جامعه‌شناختی شخصیت قدرت‌طلب (مطالعه موردی شهر اصفهان)	مقاله علمی پژوهشی جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست‌ودوم، شماره سوم	مسئله اصلی در این مقاله اقتدارگرایی و مطالعه آن در افراد بالای هجده سال اصفهان است.
۱۱	رنانی، محسن (۱۴۰۳)، روستای نصف جهان	مقاله	https://Renani.net/?p=189,Phi وبگاه شخصی محسن رنانی
۱۲	ربانی، رسول و سیامک شهبابی (۱۳۸۹)، بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان	مقاله علمی پژوهشی، فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره پنجم، صص ۷۷-۹۲	این مقاله به بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان پرداخته است.
۱۳	احمدی، اکبر (۱۳۹۳)، ارزش‌ها و نگرش‌های مردم شهر اصفهان، انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، شعبه اصفهان	کتاب	کتاب حاضر پژوهشی است که به مقایسه نگرش‌های افرادی در فاصله زمانی سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۰ از طریق دریافت تغییرات حاصله به واسطه تحقق تغییرات در مبادلات نظام شخصیت و نظام جامعه‌ای پرداخته است.
۱۴	تحلیل ارزش‌ها و نگرش‌های مردم اصفهان (برگرفته از موج چهارم پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ۱۴۰۲)، اصفهان، رصدخانه شهری اصفهان	مجموعه‌فایل‌های الکترونیکی	رصدخانه شهری اصفهان به ارائه و تحلیل داده‌های مربوط به ارزش‌های خانوادگی، هویتی، دین‌داری، نگرش اقتصادی و مصرف کالا در بین مردم اصفهان پرداخته است. این داده‌ها از موج چهارم سنجش نگرش‌ها و ارزش‌های ایرانیان اخذ شده است.

۵. یافته‌های پژوهش

با مطالعه و مقایسه پیشینه پژوهش و مقایسه تطبیقی آن‌ها می‌توان دریافت که فرهنگ اصفهانی از سال‌های دور تا به امروز بر مبنای چند مفهوم اصلی بنا شده است که در جدول زیر بیان شده است.

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهراماهر و پگاه خیراللهی) ۵۵۵

جدول ۲. کدگذاری داده‌ها

مقوله‌ها/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/ زیر طبقه‌ها	برچسب‌ها/ کدها
منطق و کنش تعاملی	خشک و سرد بودن در روابط بین فردی	عدم وجود الگوی بامرام و فداکردن خود برای دیگری عدم فداکردن خود برای نظام‌های جمعی
	سیستم طرد پیچیده افراد غیر اصفهانی و اصفهانی‌های فرعی	گفتن جمله «زندگی در اصفهان سخت است» از سوی افراد غیر اصفهانی تمایز بین اصفهانی اصیل، اصفهانی درجه‌دو و مهاجران اصفهانی‌های سستی به‌شدت به تمایز اصفهانی ناب و اصفهانی‌های فرعی شهرهای اطراف اصفهان یا آن‌هایی که یکی دو نسل قبل مهاجر بودند، تأکید می‌کنند؛ برای مثال می‌گویند: «اونا اصفهانی نیستند، شهرضایی هستند که خودشونا اصفهانی می‌دونند».
	فشارهای کلامی	سرزنشگری، مقایسه‌کردن، کنایه، قضاوت‌کردن در آیین‌ها و مراسم، خانواده‌ها نگران این هستند که مبدا فرم مطلوب و مشروع و جاف‌تاده موجود اجرا نشود. به بازیگران اصلی آیین در اجرای درست فرم فشار می‌آورند. هرگونه اهمال و کوتاهی و حرکت برخلاف فرم شناخته‌شده با فشارهایی همراه خواهد بود.
	اصالت دیگری	لحاظ‌کردن دیگران در اعمال و کنش‌ها اهمیت‌دادن به حضور عینی و فیزیکی دیگران و قضاوت‌ها و سلاقی آن‌ها نگران حرف مردم بودن «مردم چی می‌گن؟» «مردم می‌خندن به آدم» «اگه این کار رو نکنیم، مردم هزار تا حرف می‌زنن». تلاش برای اجرای سبک مطلوب زندگی دیگران، تلاش برای راضی نگه‌داشتن دیگران تأمین خوشباشی دیگران تلاش برای در امان بودن از قضاوت‌های منفی اطرافیان از طریق رعایت اصول و رسوم جاف‌تاده، عرفی، عام و همه‌پسند انجام برنامه‌هایی فراتر از تشریفات و فعالیت‌های معمول برای کسب نمره بالاتر از حضار «حفظ آبرو» و «آبروداری» مهم‌ترین و حیاتی‌ترین دغدغه حضور دیگران در زندگی به‌مانند یک کاتالیزور و عامل مصرف‌نمایی عدم حضور دیگری به معنای نبود فضای عاطفی و احساسی و شور جمعی تماشاگران و مشارکت‌کنندگان در آیین‌های جمعی به‌مثابه ناظران اهمیت قضاوت‌های دیگری و زدن مهر تأیید یا ابطال بر اجرای مناسک‌ها مطلوبیت اجرای مراسم و آیین‌ها در گرو تأیید و قضاوت مثبت تماشاگران و حاضران
	ارتباط فردگرایانه مبتنی بر گروه‌های نخستین	ارتباط با گروه نخستین (خانواده، خویشان و گروه‌های دوستی) اهمیت من نسبت به دیگری؛ به همین دلیل هم هست که این‌ها به‌علت اینکه این سبقت‌جویی را در گروه‌های نخستین انجام می‌دهند، بیشتر علاقه‌مند هستند که خودشان صاحب قدرت و اختیار باشند. خانواده‌شان، خویشاوندشان، بعد شهرشان و همین‌طور

مفوله‌ها / طبقه‌ها	زیرمفوله‌ها / زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها / کدها
منطق و کنش مصروف: اصالت فرم در برابر محتوا		تمایل به کمک‌کردن به خود نسبت به کمک‌کردن به دیگران الی آخر.
	نظام روابطی لایه‌لایه	شما به راحتی نمی‌توانی بیایی و دوست یا شریک کسی بشوی. باید اول چندین مرحله شما تست بشوی تا بعد محرم بشوی؛ درست برعکس خیلی از مناطق جنوب ایران که آدم‌ها خیلی زود پسر خاله می‌شوند.
	تمایز بین خودی و غیر خودی	هرکسی به راحتی در دایره اعتمادشان قرار نمی‌گیرد؛ اما فریب‌کار نیستند. رابطه با افراد خودی و بالادست و لطف و خوش خدمتی به آن‌ها طرد فرد غریبه (غیر خودی) و فرو دست از سیستم اجتماعی
	پنهان کاری و محافظه کاری	ترجیح می‌دهند کسی سر از کارشان در نیآورد. مایل به جازدن نیستند. محتاط در برقراری ارتباط عدم تمایل به مبادله کافی اطلاعات بین فردی و گروهی انتقال اطلاعات به صورت حداقلی به شخصی که تازه شناخته‌اند. عدم تمایل به جلوه‌گری در معماری منازل
	شلوغی رفتار و زبان مردم	تشریفات زیاد و تعارفات بیش از اندازه اضافه‌گویی‌ها و تعابیر و کنایات و جزئی‌پردازی
	مذمت دیگران و سخاوت نسبت به خود	بزرگ‌کردن گناه دیگران و نادیده گرفتن گناهان شخصی استفاده از اصطلاح «طوری نیست» برای گناهان و خطاهای خود
	کنش متقابل گسسته و سبقت‌جویی	علاقه‌مند بودن به اینکه خودشان را نسبت به دیگری جلو بیندازند. علاقه‌داشتن به اینکه خانواده‌شان نسبت به دیگری، خویشاوندشان نسبت به دیگری، شهرشان نسبت به دیگری، حتی استانشان نسبت به دیگری جلو باشد.
منطق و کنش مصروف: اصالت فرم در برابر محتوا	تجملات غیر عقلانی و ریخت‌وپاش	برگرداندن غذای عروسی به خانه گلایه از پُرخوری در مهمانی‌ها تدارک غذای خیلی خوب در زندگی روزمره ریخت‌وپاش در زمان‌های مناسکی مانند عروسی و تهیه چندین نوع غذا مصرف افسارگریخته و تمایل به مصرف تجملی و مصرف نمایشی تمایل به زیاده‌روی در مصرف تبدیل شدن مهار غریزه لذت به رهاشدگی غریزه مصرف پتلاچ‌گونه برای کسب منزلت اجتماعی آزادی غریزه لذت طلب
	تمایز طلبی و تمایز بخشی	اجراکردن آیین‌های خاص خود و عمل کردن به گونه‌ای که به نام آن‌ها باشد. در پی آن هستند که آیین متمایزی اجرا کنند. عدم وجود دغدغه‌های مالی و محدودیت‌های اقتصادی به آن‌ها این اجازه را می‌دهد که آزادانه در میان سبک‌ها و طرح‌ها بچرخند و بهترین و زیباترین گزینه را انتخاب کنند.

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۵۷

مقوله/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/ زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/ کدها
	نمایش ثروت و رقابت‌های منزلتی	ازدواج و آیین مصرفی آن بهترین فرصت برای نمایش توانمندی‌های اقتصادی است. منزلت ناشی از داشتن ثروت، تنها وقتی به دست می‌آید که دیده شود؛ یعنی برای مردم نمایش داده شود. رقابت‌های منزلتی بسیاری میان دارندگان به راه افتاده و همه در پی آن هستند که در این نمایش از دیگری سبقت بگیرند. اینکه دیگران و اطرافیان چگونه مصرف می‌کنند، بسیار حائز اهمیت است؛ چراکه معیار و مبنای مصرف، عملکرد دیگران و عرف رایج است نه استراتژی‌های شخصی.
	اصالت زیبایی‌شناسی	درگیری افراطی در فرایند جست‌وجو و انتخاب از بین زیباترین انتخاب سبک‌ها و مدل‌های زیبا و خلاقانه در پی آن هستند که سلیقه خود را در بخش‌های مختلف به کار بندند. سبک‌ها و مدل‌ها را می‌شناسند و از قریحه زیبایی‌شناسی برخوردارند. اهمیت تزئینات به‌کاررفته در مراسم مختلف از انتخاب سبک‌ها و مدل‌های زیبا و خلاقانه گرفته تا ایده‌پردازی برای تناسب میان رنگ‌ها و طرح‌ها اینکه در مراسم و آیین‌های مختلف چه سبکی، چه طرحی، چه رنگی و چه نوع چیدمانی به کار رود، اهمیت زیادی دارد. به‌شدت درگیر فرایند جست‌وجو و انتخاب از بین زیباترین‌ها هستند.
	حساسیت‌های مصرفی و مناسک‌گرایی	رفتار و حساسیت‌های مصرفی اهمیت بیش از پیش تشریفات و حواشی اجرایی آیین سخت‌گیری در اجرای درست آیین تغییرناپذیری رسوم، پذیرایی‌ها و مهمان‌نوازی‌های موجود «رسمه دیگه، باید اجرا بشه». اجرای صوری بسیاری از بخش‌های آیین
	لذت‌گرایی همراه با به‌تعلیق‌درآوردن و نسیان عامدانه	نگاه و تفسیر لذت‌گرایانه از رویدادهای زندگی مانند ازدواج شادی و خوشباشی خود و حاضران صرف هزینه بیشتر تأکید همه افراد بر اینکه جشن ازدواج فقط «یک بار» برای هر فرد اتفاق می‌افتد. تبدیل شدن بسیاری از رفتارها و اعمال مصرفی و پرهزینه و ظاهراً غیر عقلانی به رفتارها و کنش‌های معنادار و بااهمیت کنارگذاشتن رژیم غذایی در جشن افرادی که همیشه در ساعت یازده شب در اوج خواب هستند، در شب جشن ساعت دوازده تازه شام می‌خورند. رقص و پای‌کوبی در حالت عادی برای برخی افراد زشت و ناپسند است؛ اما در اینجا پیرمردها هم گاهی آن شب جوانی می‌کنند و در شادی دیگران شریک می‌شوند.
	خاطره‌سازی و حساسیت نسبت به امور	اهمیت فرایندهای «خاطره‌سازی» و «خاطره‌بازی» برای اصفهانی‌ها آرایش، لباس، چیدمان، پذیرایی و... بسیاری از جزئیات در آیین‌های مختلف؛ چراکه آن‌ها

مقوله‌ها/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/کدها
منطق و کشف ذهن		خاطره‌ای را می‌سازند که قرار است در آینده با آن‌ها خاطره‌بازی کرد. تهیه آلبوم عکس و فیلم برای ثبت خاطرات بیش از هر چیز دیگری حیاتی و محوری است. آتلیه و ثبت عکس و فیلم از جشن‌ها و رویدادها تبدیل به یک آیین ویژه با همه تشریفات، جزئیات و حساسیت‌ها می‌شود. همه‌چیز به بهترین نحو ممکن اجرا شود. مصرف مضاعف ناشی از خاطره‌سازی
	ملاحظات اقتصادی و عدم استقبال از الگوهای هزینه‌بر	هوشمندی اقتصادی در هزینه و مصرف به دلیل هراس از ناامنی مقتصدبودن به دلیل خشک‌سالی‌های طولانی
	کنش عقلانی معطوف به هدف با تأکید بر نظم، ترتیب و آداب	همه امور ترتیب و مقدمه و مؤخره خودشان را دارند. همه‌چیز را خیلی محاسباتی می‌چینند. ذهن ریاضی خوبی دارند. جمله کلیدی اصفهان نصف جهان است. قراردادن چیزی در مرتبه خود اگر جایی به هم ریخته باشد، همسرم عصبانی می‌شود و تا آنجا را مرتب نکند، نمی‌تواند کار دیگری بکند. «تا وقتی هم محیط‌شا مرتب نکرده، آرام نمی‌گیرم».
	تفکرگرایی	تمرکز شخصیت اصفهانی‌ها بیشتر بر روی تفکر است. آن‌ها افرادی هستند که مدام با خودشان فکر می‌کنند و فکر می‌کنند و فکر می‌کنند. آن‌ها از میان گذشته، حال و آینده رابطه چندانی با حال ندارند. به بیان عامیانه کمتر در حال زندگی می‌کنند. یا به گذشته‌شان فکر می‌کنند یا در اندیشه آینده هستند.
	ابنکار و خلاقیت هنری	کارگاه‌های تولید و بازار فروش آثار مختلف هنری
	استعدادهای چندگانه	ادیب مورخ/حساب‌دان موسیقی‌شناس/پزشک مدیر
	ذهن بر پایه ریاضیات ذهنیت محاسبه‌گر	بهادادن بیشتر به بُعد فکری نسبت به احساسات اصرار بر فعالیت‌های منطقی و ذهنی از نظر مردم اصفهان جهان وقتی خوب است که به لحاظ محاسبه‌ای خوب سنجیده شود. شخصیت بازاری نشسته در حجره دائماً همه‌چیز را محاسبه می‌کند که آیا درست است یا نه، بُردی در آن هست یا باختی. قراردادن همه‌چیز و همه‌کس، همه اشیا و کنش‌ها در ساختاری از محاسبه محاسبه اینکه آیا فالانی ارزش دوستی، ابراز محبت و صمیمیت دارد؟ ارزیابی بُرد و باخت و حسابگری دائمی
	محاسبه وجه‌شناختی، معنایی و عاطفی امور	حساب و کتاب داشتن همه‌چیز شخصیت اصفهانی یک ساعت ظریف و باشکوه است. کاربرد اصطلاح «حساب کردم» در اشکال مختلف در زبان روزمره

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۵۹

مفوله‌ها/ طبقه‌ها	زیرمفوله‌ها/ زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/ کدها
منطق و کیش انتخابگری، سلیقه و ترجیحات	شلوغ‌پسندی و برجسته‌سازی سلیقه	برتری انباشتگری بر دورریختن و جایگزین کردن خانه‌های مردم اصفهان شلوغ و پر از جزئیات است. امر شلوغ امری زیبا است. هدیه‌دادن باید با شاخ‌وبرگ همراه باشد و جزئی‌پردازی شود. این کار با خرید گل و شیرینی همراه آن هدیه معنا می‌یابد. توجه بسیار زیاد به تزئینات پرزرق‌وبرق بودن اشیا و پر از جزئیات بودن لباس عروس پرکار با سنگ‌دوزی‌های شلوغ (سنگ‌های درخشان) طلاهای زردرنگ و بزرگ با جلوه فراوان میلمان سلطنتی با منبت‌کاری بسیار ویتترین شلوغ و پر از کریستال و ظروف نقره و چک فرش‌های پر نقش‌ونگار با طرح‌های سستی پرده‌های چندلایه سلطنتی
	برتری ارزش و کیفیت اقتصادی اشیا	کالاها و اشیائی بیشتر انتخاب می‌شود که قیمت بالایی داشته و در «آینده» نیز به کار آید. جنس و کیفیت کالا به‌گونه‌ای باشد که به‌راحتی از بین نرود و تا سال‌های سال قابل استفاده باشد. اهمیت اساسی برند و مارک کالا بیشتر خانواده‌ها حتی کم‌سوادترین‌ها نیز برندها را می‌شناسد و سطوح کیفیت آن‌ها را می‌دانند.
	برتری اصالت	ترجیح طلای زرد و بدون نگین در برابر طلای سفید و پر از نگین ترجیح ظروف نقره و کریستال چک بر ظروف کریستال امروزی
	ارزش هنری کالا و کار دست بودن	تهیه فرش دست‌باف ناین با تارهای ابریشم
	ارزش مادی و تجاری کالا	زیبایی نیز ارزش پولی پیدا می‌کند؛ پس آن چیزی زیباست که پول بیشتری صرف آن شده و هدیه‌هایی قشنگ‌تر و بهترند که گران‌تر و باارزش‌تر (از لحاظ مادی) باشند.
	تقلید و چشم‌وهم‌چشمی	شباهت پوشاک، جواهرات، تزئینات منزل، لوازم سفره، نوع خوراکی و شیرینی

مقوله‌ها/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/کدها
منطق و کنش والدگری (تربیت فرزند)	عدم وجود نظام تنبیهی سرکوبگرانه	نظارت بر تربیت و خانواده منسجم عدم تنبیه بدنی کودک تربیت کودک به شیوه آزادانه آموزش نظم، ترتیب و آداب به کودکان احترام به کودک (عذرخواهی مادر از کودک) فرایند تدریجی از شیر گرفتن و آموزش کنترل دفع تأکید مادران بر افزایش آگاهی و آمادگی خود برای مراحل حساس رشدی فرزند توجه به استعاره سستی کودک باش و پادشاهی کن. اهمیت دادن به فردیت کودک اهمیت تجربه فرودمخورانه از جهان (جهان بر محور کودک است) جهان نظم و آداب دارد؛ اما محور آن فرد است.
	الزامات آیینی	مناسک و اجرای رسم از همه چیز مهم تر است و لذا برای بسیاری از افراد تأکید بر اجرای درست رسم است که از همه چیز حیاتی تر است.
منطق و کنش دینی و مذهبی	پاسداری از سنت‌ها	مقاومت برخی از مشارکت‌کنندگان و افراد درگیر در آیین در برابر الگوها و دستورالعمل‌های تجویز شده فرهنگی به شدت با شکست روبه‌رو خواهد بود و سنت‌شکنی و فرم‌گزینی با عواقب سختی روبه‌رو خواهد بود.
	انجام فعالیت‌های زندگی براساس هنجارهای دینی (روحیه مذهبی و مشرعانه)	سرسختی مذهبی دین‌داری و تعصبات مذهبی احترام به قرآن حساس بودن به رواج زشتی‌ها کمک به نیازمندان توکل به خدا خواندن نمازهای واجب روزانه گوش کردن به سخنرانی، قرآن و مداحان توجه به علامه مجلسی به عنوان قدیس آمار مشارکت بالا در مراسم مذهبی
	الگوی پوشش	پوشیدن لباس‌های رنگ تیره و استفاده از مقنعه و چادر در گروه مذهبی شایع تر است. استفاده از وسایل مارک‌دار، توجه به مد و لباس‌های رنگ روشن در گروه غیر مذهبی شایع تر است.
روان‌شناختی/بهداشت	خودشیفتگی (باور به برتری خویشتن)	ما خودمان را قبول داریم. خود را بالاتر از دیگران دیدن برجسته کردن هویت فرهنگی با اعتمادبه‌نفس اعتمادبه‌نفس بالا باوجود اطلاعات محدود و ناقص، خود را صاحب‌نظر و منبع اطلاعات می‌دانند.

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۶۱

مقوله‌ها/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/کدها
		ما در مرکز فرهنگی ایران و در کانون هستیم. باور به مرکزیت خودشان در جهان فرهنگ ایرانی و استفاده از عباراتی مثل اصفهان نصف جهان و میدان نقش جهان باور به برتری خویشتن و فرودستی دیگران
	عدم امنیت و محافظه‌کاری	ریسک‌پذیری پایین/ به‌ندرت رخ‌دادن هنر هنجارشکن و آوانگارد در این شهر رشد می‌کند./ رشد هنرهایی که نظم ریاضی و ذهنی بالا دارد؛ مثل تذهیب و مینیاتور/ اهل خطرکردن نبودن/ سخت اعتمادکردن/ حاضر نیستند نظم را بدون محاسبه جایگزین به خطر بیندازند.
	فراقکنی	عادت دیگران را مقصردانستن/ سرزنش و شماتت دیگران
	سطح پایین شادکامی	مردمی که شاد هستند، معمولاً به زندگی در لحظه توجه می‌کنند و کمتر نگران آینده هستند؛ اما مردم اصفهان از آنجاکه حساسیت‌های اقتصادی بیشتری دارند، نگرانی‌های آینده‌نگرانه بیشتری نیز داشته و کمتر احساس شادی می‌کنند.
	استرس	کمتر در زمان حال زندگی کردن در اندیشه آینده بودن اصرار بر فعالیت‌های منطقی و ذهنی کمتر در زمان حال زندگی کردن در فکر گذشته و آینده بودن فعال‌بودن ذهن به‌طور مداوم دفاع از میراث و سنت زیستی خود به‌دلیل زندگی در گذشته توفیق‌طلبی و اصرار بر کسب موفقیت
نمک زبان و ورزیدگی	سخت‌کوشی	خسته‌نشدن از تکاپو برای پیشرفت و تلقی
	لاف و گزاف غلو و مبالغه	بالا بردن اعداد و ارقام به میزان باورنکردنی متوسل شدن به قسم و آیه‌های غلیظ
	خلاقیت زبانی	سرعت انتقال و حاضر جوابی
	یک کلاغ چهل کلاغ کردن	پسر من سه مدرک دکترا دارد. عناوین و اسامی دهن‌پُرکن مغازه‌ها، مدارس و آموزشگاه‌ها
	تکیه کلام‌ها و قسم	به جان خودت/ به مرگ عزیزانم/ به ارواح پدر و مادرم/ به حضرت ابالفضل/ به جان مادرم
	نظام زبانی تجلی تشریفاتی فوق‌العاده و تجلی آداب‌گرایی	زیرکی و تعارف اهمیت تعارفات تعارفات غیر واقعی تعارف زیاد در مهمانی‌ها
	شوخی مسلکی/ شوخ طبعی	مزه‌اندازی و مسخره‌بازی بیان ایرادات جدی خود در قالب طنز و شوخی جوک ساختن و جوک گفتن

مقوله‌ها/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/کدها
صفات و سبوت‌های نامطلوب	طمع‌کاری و آزمندی	جمع مال در حد اعلای ممکن عدم رضایت و قناعت به وضع موجود درصد یک پله بالاتر از آنچه که دارند. خسته‌نشدن از تکاپو برای پیشرفت و ترقی
	خودستایی	بی دلیل یا با دلیل از نبوغ، هوش و ثروت خود تعریف‌کردن مدعی‌بودن در بازنگری به اوضاع گذشته رجزخوانی در محافل دوستانه
	قانون‌شکنی	تعبیر و تفسیر شخصی از قوانین عدم ایاء و امتناع از حق‌کشی عدم اعتماد کافی به دادگستری و تشریفات و معطلی‌های دادرسی و تشکیل دادگاه خیابانی و دست‌گرفتن نقش قاضی و مجری قانون
	تنگ‌نظری و حسادت	شباهت پوشاک، جواهرات، تزئینات منزل، لوازم سفره، نوع خوراکی و شیرینی سؤالات حاسدانه و نگاه‌های حسرت‌بار تأکید بر خستی‌سازی حسادت با انجام فعالیت‌هایی مانند تخم‌مرغ سیاه‌کردن و گفتن جمله «چشم حسود بترکد».
	حمایت از گریه و عناد با خنده	استقبال از عزا و بیزاری از تفریح آه و ناله و عدم تمایل به آشکارسازی شادی خود عذاب وجدان از تفریح و خنده احساس رضایت و آرامش از مشاهده حزن و اندوه دیگران احساس ناراحتی از شادی دیگران چه معنی دارد هارهار تیرتیر راه‌انداختن اگر گریه کنید، حداقل مرتکب گناه نشده‌اید.
	فضولی	زیر نظر گرفتن رفت‌وآمد افراد غریبه در محل حلقه‌زدن هنگام دعوی دو نفر
	روحیه تهاجم و تخریب	یادگارنویسی/شکستن شاخه درختان/لگدمال‌کردن گل‌ها خط کشیدن روی اتومبیل
	سخت‌گیری	سخت‌گیربودن هم نسبت به خود هم به دیگران
	خرافه‌پرستی و پذیرش تعیین‌کننده‌های غیبی	پیروی از رمال‌ها و فالگیرها فروش بالای کتاب‌های طالع‌بینی مراجعه زیاد به دعانویس و رمال‌ها اعتقاد به انداختن طلسم و دعا در آب زاینده‌رود اعتقاد به تخم‌مرغ شکستن برای جلوگیری از چشم‌زخم خوردن

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۶۳

مقوله‌ها/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/کدها
بافت‌گیری و سبک زندگی	منطق آهستگی و پیوستگی (توسعه آجر به آجر)	پیش‌بینی کردن همه‌چیز و ترس از ناامنی و بی‌نظمی بازاری نشسته در حجره و روحیه یکجانشینی اگر کسی بخواهد توسعه را به‌صورت ناگهانی در اصفهان پیاده کند، خود اصفهانی‌ها پدرش را درمی‌آورند. خیلی گام‌به‌گام اینجا باید قدم برداشت. توسعه را هم باید نرم‌نرم به مردم این شهر قبولاند. به این صورت استقبال می‌کنند؛ چون با طبع محافظه‌کار و قاعده‌مندشان سازگارتر است.
	عدم شلختگی	نظم و ترتیب خیلی برایشان مهم هست.
	نظام تشریفاتی فوق‌العاده و آداب‌گرایی	آداب و تشریفات رکن کلیدی مناسبات اصفهانی‌ها، بالاخص در تعاملات با دیگری‌های بالادست است. هماهنگ‌کردن همه‌چیز از قبل برای مهمانی دعوت‌کردن مهمان و بدون دعوت جایی نرفتن حضور بدون دعوت نه تنها معنا ندارد، بلکه پذیرفته هم نمی‌شود. رعایت راه‌ورسم امور در اصفهان شیوه درست به‌شدت محدود و بسیار پیچیده است. در آدابی همچون مهمانی موقعیت کودکان نیز شامل آداب‌گرایی می‌شود رفتار شایسته به شکل خاصی تعریف می‌شود.
	عرف‌پرستی	پیروی از ارزش‌ها و رسوم جامعه بیشتر از حد متوسط است. بی‌تفاوتی نسبت به عدم اطاعت و تجاوز دیگران نسبت به ارزش‌های عرفی
	تمایل شدید به حفظ کردن و مقاومت در برابر تغییر	یک مختصات دیگری که در شیوه زندگی اصفهانی‌ها وجود دارد، این است که اصفهانی‌ها در ساخت‌وساز سبک زندگی جدید مشارکت نمی‌کنند؛ یعنی بیشتر نگاهشان این است که حفظ کنند. می‌خواهد سبک زندگی مذهبی باشد، سستی باشد، هرچه باشد، می‌خواهند حفظ کنند و ورود به ساخت‌وساز جدید نمی‌کند. محتاط در مواجهه با مدرنیته سخت‌گیر، اما اهل بده‌بستان
	باورهای سستی و ذهنیت روستایی حاکم بر شهر	محدودیت در برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری عدم استقبال از نوآوری و ایده‌های جدید ضعف در حوزه گردشگری و جذب توریست ممانعت از برگزاری کنگره ملی برای مولوی و کلاس‌های تفسیر فصوص ابن عربی عدم اجرای وصیت ریچارد فرای، ایران‌شناس برجسته فقدان کنسرت‌های موسیقی و رویدادهای فرهنگی تمایل به داشتن داماد مهندس مسلمان استقبال از مشاغلی مانند گرافیک و مشاوره تأکید بر سستی صنعتی بودن و حفظ آن

مقوله‌ها/طبقه‌ها	زیرمقوله‌ها/زیرطبقه‌ها	برچسب‌ها/کدها
تفکرات و فرهنگ اقتصادی	آینده‌نگری مالی وجوب داشتن پس‌انداز	بیش از آنکه پیش پایشان را ببینند، آینده را ترسیم می‌کنند. اصفهان‌های قدیم برای بچه‌هایشان فلک می‌خریدند و امروز ردپای این تربیت اقتصادی را می‌توان در افتتاح حساب‌های بانکی برای فرزندان دید.
	کارکردن با پول	اعطای نقدینگی به افراد قابل اعتماد
	انباشت سرمایه در خانه و بانک (پول‌دوستی و مال‌پرستی)	ترجیح می‌دهند پول را در بانک بگذارند یا به طلا تبدیل کنند.
	اقتصاد سستی	عدم وجود شرکت‌های خصوصی با حاکمیت شرکی و غلبه فعالیت‌های اقتصادی انفرادی و خانوادگی فقدان تنوع در فعالیت‌های اقتصادی و تمرکز بر صنایع سستی
روحیات و تفکرات سیاسی	عدم علاقه (بی‌رغبتی) به سیاست	پاسداری از اصول سنت و تأکید بر شعار عاشر و غدیر حفظ حداقلی ارکان شیعه در وانفسای آخرالزمان
	علاقه به سیاست	اتصال به سنت/تشکیلاتی شدن/حجت قائل شدن برای نظرهای مراجع دینی
	ریخت انقلابی	احترام کم به سنت/خواستار تحولات اساسی/آرمان‌گرایی تهوری عمل کردن و حال‌وهوای انقلابی ساختارشکنی
	ریخت تشکیلاتی	تأکید بر نظم و قاعده‌پذیری شیک‌بودن و تروتمیز بودن کار
	ریخت سستی	حفظ سنت و تأکید بر اصالت سنت گرایش محافظه‌کارانه
سبک خرید و فروش، معامله و تجارت	چانه‌زنی بر سر قیمت	فروشنده مدعی است بدون سود می‌فروشد. خریدار مدعی است بیشتر از مبلغ اعلام‌شده توان ندارد.
	مقدمات طولانی و خسته‌کننده	از هر دری وارد سخت شدن برای خرید و فروش قسم‌های افراطی
	تعارفات زیاد و پوچ	استفاده از جملات اختیار دارید، قابل ندارد، ما از شما پول نمی‌خواهیم. مشخص نمودن قیمت مستلزم پافشاری زیاد
	طلب تخفیف	انتظار گرفتن تخفیف حتی در مواقعی که قیمت اجناس مشخص است. وادنگ آمدن خریدار و مجبور کردن فروشنده به تخفیف بیشتر
	استفاده از چک و سفته	اطمینان بیشتر از خرید با استفاده از چک و سفته
	معاوضه‌گری	معامله کالا در مقابل کالا

۱.۵ منطق و کنش تعاملی

نخستین مقوله حاصل از تحلیل داده‌ها، مقوله منطق و کنش تعاملی است که در زیرمقولاتی همچون خشک و سرد بودن در روابط بین فردی، سیستم طرد پیچیده افراد غیر اصفهانی و اصفهانی‌های فردی، محافظه‌کاری، ارتباط فردگرایانه مبتنی بر گروه‌های نخستین، تمایل به کمک‌کردن به خود نسبت به کمک‌کردن به دیگران، نظام روابطی لایه‌لایه، خودی و غیر خودی داشتن، مذمت دیگران و سخاوت نسبت به خود، کنش متقابل گسسته و سبقت‌جویی، تمایلات دوقطبی صفر و یک خود را نشان می‌دهد. این مقوله را می‌توان در دو محور مورد بررسی قرار داد:

الف) ایجاد تمایز بین خود و دیگری: براساس نظریه کنش وبر (۱۳۹۴) و نظریه کنش بوردیو (۱۳۸۹، ۱۳۹۱) می‌توان گفت که منطق کنشگری در فرهنگ اصفهانی بر مبنای تمایز است. شهروندان اصفهانی تمایل دارند تا از طریق ایجاد تمایز مابین خود و دیگری فرهنگ خودشان را متمایز کنند. این تمایز در دو سطح نمود می‌یابد:

- در سطح خرد: ایجاد تمایز بین خود و خانواده خود با سایر خانواده‌ها
 - در سطح میانی: ایجاد تمایز بین اصفهانی‌های اصیل و سایر خرده‌فرهنگ‌ها
- به این ترتیب تمایز بخشیدن به هویت‌ها منطق اصلی کنش‌های اجتماعی در فرهنگ اصفهانی است. در فرهنگ اصفهانی حس تمایز مبنای بخشی از کنشگری مابین اعضای این فرهنگ است؛ هرچند که این تمایز بخشی از طریق اعمال خشونت نمادین علیه دیگری صورت می‌گیرد؛ برای مثال اظهاراتی مانند اینکه «زندگی در این شهر سخت است یا اینکه اصفهانی‌ها ساکنان شهرهای دیگر را اصفهانی‌های اصیل نمی‌دانند، نشان می‌دهند» که این حس تمایز مابین خود و دیگری‌هایی که در موقعیت‌های مختلف مطرح می‌شود، در عمل منجر به اعمال خشونت نمادین علیه دیگری‌ها و غیر خودی‌ها می‌شود.

ب) اصالت دیگری در فرهنگ اصفهانی: زیرمقولاتی مانند فشارهای کلامی، اصالت دیگری، حضور دیگران به مثابه یک کاتالیزور، شلوغی رفتار و زبان مردم نشان‌دهنده اصالت دیگری در فرهنگ اصفهانی است. اصالت دیگری عملاً به این معنا است که فرد به تنهایی نمی‌تواند هویتی برای خودش تعریف کند و همواره در راستای دیگری به تعریف خود می‌پردازد. عباراتی مانند «مردم می‌خندند به آدم یا مردم چی می‌گن»

نشان‌دهنده وجود خشونت نمادین در روابط و تعاملات بین فردی است؛ چراکه اگر توانایی‌های مالی و فرهنگی افراد نمایش داده نشود، به‌صورت نمادین و در قالب تعاملات روزمره، افراد با فشارهای روانی حاصل از برچسب‌های اجتماعی مواجه می‌شوند. در فرهنگ اصفهانی نمایش پایگاه اجتماعی بالا و رعایت عرف در زندگی اجتماعی اهمیت بالایی دارند.

۲.۵ منطق و کنش مصرف

دومین مقوله اصلی، منطق و کنش مصرف است. زیرمقولاتی مانند تجملات غیر عقلانی و ریخت‌وپاش، درگیری افراطی در فرایند جست‌وجو و انتخاب از بین زیباترین، نمایش ثروت و توانمندی اقتصادی، تمایزطلبی و تمایزبخشی، رقابت‌های منزلتی و مسابقه شخصی، حساسیت‌های مصرفی و مناسک‌گرایی، خاطره‌سازی و حساسیت نسبت به امور، همگی در راستای اصالت دیگر قابل تفسیر هستند. در آیین‌های مصرفی شهر اصفهان اگر بهترین‌ها انتخاب و اجرا نشود، گویی که مناسک به شیوه نادرست و یا ناقصی اجرا شده است. همین امر به‌سرعت افراد را با احتمال مواجه‌شدن با برچسب‌های اجتماعی، مانند خسیس و یا فقیر، مواجه می‌کند؛ به همین دلیل نیز افراط‌گرایی در خاطره‌سازی رخ می‌دهد؛ همان‌گونه که زیمِل (کوزر، ۱۳۹۹) معتقد است تیپ‌ها و صورت‌های اجتماعی در تقابل با یکدیگر ساخته می‌شوند و در عین حال هریک از آن‌ها نمود بخشی از الگوهای رفتاری است. اصالت دیگری باعث می‌شود تا شهروندان اصفهانی به‌دلیل ترس و نگرانی از مواجه‌شدن با برچسب‌های اجتماعی سعی کنند تا بهترین فرم نمایش و مصرف را به اجرا دریاورند. به عقیده ویلن (۱۳۸۳) مصرف بیشتر در راستای نمایش پایگاه اجتماعی بالاتر است و همین عامل باعث می‌شود تا افراد سعی کنند برای اینکه خودشان را از طبقه کارگر متمایزتر و دورتر نشان بدهند، بیشتر مصرف کنند. به‌طور کلی اصالت دیگری و برچسب‌های اجتماعی ناشی از آن منجر به نهادینه‌شدن ترس از تجربه خشونت نمادین حاصل از برچسب‌های اجتماعی حساست و فقر در نتیجه مصرف بیشتر شده است.

۳.۵ منطق و کنش ذهنی

زیرمقولاتی مانند کنش عقلانی معطوف به هدف با تأکید بر نظم، ترتیب و آداب، ذهن بر پایه ریاضیات، ذهن همگر، محاسبه وجه‌شناختی، معنایی و عاطفی امور نشان‌دهنده اولویت

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۶۷

کنش عقلانی و منطقی بر سایر انواع کنش است. بنا بر تعریف وبر (۱۳۹۴) کنش‌های عقلانی مبتنی بر ارزیابی و ایجاد تناسب مابین اهداف و وسایل هستند. در فرهنگ اصفهانی نیز هر کنشگری پیش از آنکه کنشی انجام دهد، به ارزیابی تناسب مابین اهداف و وسایل پرداخته و سپس آن را انجام می‌دهد. مبنای منطق کنش ذهنی در فرهنگ اصفهانی اولویت کنش‌های عقلانی معطوف به هدف است؛ به این معنا که اعضای فرهنگ اصفهانی سعی می‌کنند تا بهترین نتیجه را از امکانات موجود به دست بیاورند. این نتیجه در پژوهش رحمانی (۱۳۹۵ ب، ۱۳۹۶) نیز تأیید شده است.

۴.۵ منطق و کنش انتخابگری

این مقوله در دو بخش قابل توضیح است:

الف) اصالت دیگری در انتخاب‌ها: زیرمقولاتی مانند برتری انباشتگری بر دورریختن و جایگزین کردن، شلوغ‌پسندی و برجسته‌سازی سلیقه و تقلید و چشم‌وهم‌چشمی بازنمای اهمیت دیگری است. اعضای فرهنگ اصفهانی سعی می‌کنند تا از طریق انباشت وسایل شخصی و نمایش آن‌ها مانع از قضاوت‌های اجتماعی منفی شوند. اهمیت و اولویت دیگری در فرهنگ اصفهانی نشان‌دهنده روحیه جمع‌گرایی غالب در این فرهنگ است. اصالت دیگری به این معنا است که حتی زندگی شخصی نیز کاملاً امری شخصی نیست و دائماً حضور دیگری در آن به چشم می‌خورد. ویژگی‌هایی مانند تقلید و چشم‌وهم‌چشمی نیز صورت‌های رادیکال اصالت دیگری هستند. زمانی که اصالت دیگری آن‌قدر پررنگ شود که هرگونه تفاوت به‌صورت منفی تعبیر شود، تقلید و تکرار کنش‌ها به ویژگی بارز تبدیل می‌شود.

ب) لزوم کنشگری عقلانی اقتصادی در زمینه انتخابگری: زیرمقولاتی مانند برتری ارزش و کیفیت اقتصادی اشیا و ارزش مادی و تجاری کالا نیز بازنمای لزوم کنشگری عقلانی اقتصادی در زمینه انتخابگری است. در فرهنگ اصفهانی هر کالایی باید ارزش مادی و در عین حال کیفیت مناسبی داشته باشد تا خریده و مصرف شود و کنش‌های احساسی در زمینه انتخابگری پذیرفته نیست. انتخابگری عقلانی یعنی خرید و مصرف کالا و خدماتی که متناسب با منابع مالی که برای آن مصرف می‌شود، قابلیت استفاده داشته باشند و صرف علاقه شخصی و احساسی به یک کالا، آن کالا خریداری نمی‌شود.

۵.۵. منطق و کنش والدگری

این مقوله نشان می‌دهد که در فرهنگ اصفهانی خانواده و تربیت فرزندان اولویت دارد. در پژوهش خانی حبیب‌آبادی (۱۴۰۱) مفاهیمی مانند ازدواج، تولد و مادرانگی مهم‌ترین موضوعاتی بوده‌اند که فرهنگ فولکلوریک اصفهانی بر پایه آن‌ها بنا شده است. با مطالعه این پژوهش و مقایسه هر سه مفهوم مذکور که همه آن‌ها مشخصاً به مفهوم خانواده مرتبط هستند، می‌توان دریافت که به‌طور کلی بخش مهمی از فرهنگ فولکلوریک اصفهانی بر مبنای مفهوم خانواده بنا شده است. اهمیت خانواده در فرهنگ اصفهانی را می‌توان از پژوهش‌های جدید نیز دریافت؛ برای مثال ایمان و سروش (۱۳۹۳) نیز مکرراً به دوگانه خانوادگی غیر خانوادگی اشاره می‌کنند و حتی در مصاحبه‌هایی که در آن پژوهش انجام شده است، دوگانه‌ای مانند غذای خانگی - غذای بیرون در کنار دوگانه سالم - ناسالم، سلامتی - بیماری، مطمئن - نامطمئن بیان می‌شود. این نکته نشان می‌دهد که حتی در فرهنگ معاصر اصفهانی در جزئی‌ترین مسائل زندگی روزمره نیز خانواده مکانی قابل اعتماد، حتی برای حفظ سلامتی، تعریف می‌شود.

۶.۵. منطق و کنش دینی و مذهبی

زیرمقولاتی مانند الزامات آیینی و پاسداری از سنت‌ها نشانگر اهمیت حفظ سنت‌ها، به‌خصوص سنت‌های دینی، است و زیرمقولاتی مانند پوشش یا رفتار در راستای ارزش‌های دینی نشان می‌دهد که فرهنگ اصفهانی همچنان به پایه‌های سنتی فرهنگ ایرانی که یکی از اصول مهم آن دین‌داری هست، همچنان پایبند است. براساس سنخ‌شناسی وبر از کنش‌های اجتماعی (۱۳۹۴)، کنش‌های سنتی که ریشه در مذهب و دین داشته باشند، در این فرهنگ بسیار پررنگ و غالب است. علاوه بر این کنش‌ها اصالت فرم و اجرای دقیق فرم مناسک به بازتولید محتوای مناسک نیز کمک می‌کنند. رحمانی (۱۳۹۵، ب، ۱۳۹۶) معتقد است که نظم و ترتیب در امور باعث می‌شود تا سنت‌هایی مانند سنت‌های دینی به شکل پیشین خود ادامه پیدا کند و در این فرهنگ همین تداوم نشانه عقلانیت تعبیر می‌شود؛ در غیر این صورت اقداماتی که متداول نباشند، بدیع و استرس‌زا انگاشته می‌شوند. براساس توضیحات مذکور می‌توان گفت که اهمیت نظم و ترتیب مهم‌ترین عاملی است که مانع از ریسک‌پذیری شهروندان اصفهانی در تغییر مناسک می‌شود و همین محافظه‌کاری است که به تداوم سنت‌ها و مناسک در این فرهنگ کمک می‌کند.

۷.۵ خصیصه‌های عاطفی و روان‌شناختی

زیرمقولاتی مانند عدم امنیت و محافظه‌کاری، سطح پایین شادکامی و استرس نشان‌دهنده آینده‌نگری بالای شهروندان اصفهانی است؛ چراکه آن‌ها دائماً نگران ازدست‌دادن شرایط کنونی‌شان هستند. در فرهنگ اصفهانی ترس از تنزل پایگاه اجتماعی به شدت غالب است و به همین دلیلی نیز در فرهنگ اصفهانی کار و تلاش اهمیت بسیاری دارد. بنا به تعبیر بندیکت (۱۹۳۴) کار و تلاش مبنای اصلی زندگی به‌عنوان یک اصفهانی است. براساس رویکرد کاردینر (۱۹۴۵) می‌توان گفت که کار و تلاش برای حفظ شرایط موجود و ممانعت از تضعیف‌شدن آن در آینده شخصیت پایه در اصفهان را شخصیتی محافظه‌کار ساخته است. شخصیت پایه اصفهانی به دلیل ممانعت از تنزل پایگاه اجتماعی‌اش و جلوگیری از برچسب‌های اجتماعی مانند فقر که با نوعی خشونت نمادین همراه است، شخصیتی محافظه‌کار است که از طریق عقلانی تعبیرکردن کار و اشتغال به دنبال حفظ شرایط اقتصادی و اجتماعی کنونی‌اش و ارتقای آن است.

۸.۵ نمک بیان و ورزیدگی لفظی

زیرمقولاتی مانند شوخ‌مسلكی و تشریفات فراوان نشان‌دهنده دو خصیصه شخصیتی بارز است؛ شوخ‌طبعی و زیرکی. بیمن (۱۳۹۵) در مطالعه فرهنگ ایرانی به مفهوم زرنگی در میان ایرانیان اشاره کرده و یکی از مهم‌ترین نمادهای آن را حاجی‌بابای اصفهانی عنوان می‌کند. بیمن (۱۳۹۵) معتقد است که زرنگی در فرهنگ ایرانی یک اصل ارتباطی است که فرد به صورت غیر مستقیم منظور خودش را بیان می‌کند؛ در عین حال که به راحتی پیام دیگران را نیز تفسیر می‌کند. اینکه چنین تیپ اجتماعی، یعنی تیپ «زرنگ یا نکته‌سنج»، با شخصیت یک فرد اصفهانی در هم آمیخته است، نشان‌دهنده غلبه عقلانیت محافظه‌کارانه در فرهنگ اصفهانی است. براساس نظریه بندیکت (۱۹۳۴) و کاردینر (۱۹۴۵) می‌توان گفت شخصیت پایه اصفهانی، شخصیتی محافظه‌کار است که در تعاملات اجتماعی نیز سعی می‌کند از طریق تعارف و قسَم و شوخی منظور خودش را به صورت غیر مستقیم بیان کند؛ بدون آنکه در تعاملات اجتماعی‌اش با دیگران اختلالی به وجود بیاید. کنشگری انتقادی غیر مستقیم در فرهنگ اصفهانی امری عقلانی و تحت عنوان زیرکی شناخته می‌شود.

۹.۵ صفات و سیرت‌های نامطلوب

الف) ضعف رفتارهای اجتماعی و مدنی: زیرمقولاتی مانند توطئه‌سازی، روحیه تهاجم و تخریب، عدم علاقه به نظافت شهری و قانون‌شکنی نشان‌دهنده ضعف رفتارهای اجتماعی و مدنی در فرهنگ اصفهانی است. علی‌رغم اهمیت خانواده و دین و برتر دانستن فرهنگ اصفهانی نسبت به سایر فرهنگ‌ها به نظر می‌رسد که شهروندان اصفهانی احساس تعلقی به محیط شهری که در آن زندگی می‌کنند، نیستند و آموزش کمتری برای نشان‌دادن برتری شهر اصفهان در سطح خرد و زندگی روزمره دیده‌اند. رحمانی (۱۳۹۶) بیان می‌کند که اصفهانی‌ها عمدتاً با مفاهیمی مانند مشارکت اجتماعی بیگانه هستند؛ زیرا منطق رفتاری آن‌ها که بر مبنای کنش عقلانی معطوف به هدف شکل گرفته است، مانع از این می‌شود تا آن‌ها به فعالیت‌هایی بپردازند که برای آن‌ها هزینه زیادی دارد و در پژوهش خود مشخصاً به مشکلات زیست‌محیطی و سکوت شهروندان اصفهانی در مقابل آن‌ها اشاره می‌کند. رنانی (۱۴۰۳) نیز در مقاله خود به انزوا و درخودفرورفتگی جامعه اصفهان، فقدان روحیه مشارکت و هم‌بستگی اجتماعی، بی‌تفاوتی مردم اصفهان نسبت به مسائل اجتماعی و سیاسی اشاره می‌کند و آن را ناشی از «ذهنیت روستایی» حاکم بر شهر می‌داند و معتقد است که تا زمانی که این ذهنیت تغییر نکند، اصفهان همچنان در «قفسی از سنت و جمود» باقی خواهد ماند. در مصاحبه‌هایی که در پژوهش ایمان و سروش (۱۳۹۳) نگارش شده است، دیده می‌شود که برخی از مصاحبه‌شوندگان از دو مسئله صحبت می‌کنند. آن‌ها بیان کردند که منافع و درآمد مادی کم این‌گونه فعالیت‌ها و ضعف فرهنگ مشارکت جمعی آن‌ها را به کنار گذاشتن این‌گونه فعالیت‌ها تشویق کرده است.

ب) نمایش برتری خود: زیرمقولاتی مانند طمع‌کاری، خودستایی، تنگ‌نظری و حسادت نیز بیشتر در راستای تلاش برای نمایش برتری خود و یا خانواده خود بر دیگری شکل گرفته است. در فرهنگ اصفهانی حسادت به دیگران و تلاش برای مثل دیگران بودن ناشی از تلاش برای دور شدن از مواجهه با خشونت‌های نمادین است. اعضای فرهنگ اصفهانی تلاش می‌کنند تا از طریق داشتن سرمایه‌های مالی یا فرهنگی بیشتر، خودشان را در موضع قدرت برای اعمال خشونت نمادین قرار دهند نه پذیرش آن و به همین دلیل فرم رادیکال کنشگری برای ممانعت از پذیرش خشونت نمادین در قالب طمع‌کاری و یا حسادت در این فرهنگ رایج شده است.

۱۰.۵ جهت‌گیری و سبک زندگی

الف) نظم ذهنی: زیرمقولاتی مانند آهستگی و پیوستگی و عدم شلختگی نشان‌دهنده نظم ذهنی حاکم بر شهروندان اصفهانی است. عقلانیت حاکم بر کنشگری اصفهانی مانع از پیشرفت‌های ناگهانی می‌شود؛ چراکه تنها پیشرفت‌های تدریجی، عقلانی محسوب می‌شوند. مسئله‌ای که به نظر می‌رسد یک تناقض در فرهنگ اصفهانی قلمداد شود، مسئله عقلانیت در مسائل مالی است. عقلانیت ابزاری حاکم بر فرهنگ اصفهانی، مانع از اسراف منابع مالی در خانواده و یا محل اشتغال می‌شود؛ اما یکی از نگرانی‌های شهروندان اصفهانی، نگرانی از مواجهه‌شدن با برچسب‌های اجتماعی خساست است؛ در عین حال که آنان مایل نیستند تا فقیر نیز انگاشته شوند. در فرهنگ اصفهانی عقلانیت مرز باریکی مابین امر عقلانی و امر غیر عقلانی ترسیم می‌کند. امر عقلانی، امری است که در عین حفظ اصالت فرم و محتوا برای ممانعت از برچسب‌های اجتماعی، منافع فردی و خانوادگی را نیز حفظ کند. در زمینه ثروت‌اندوزی نیز در عین حال که ثروت می‌تواند تضمینی برای آینده باشد، اما نباید ناگهانی و بدون نظم حاصل شود.

ب) محافظه‌کاری: زیرمقولاتی مانند رعایت راه و رسم امور، رفتار شایسته، عرف‌پرستی، مقاومت در برابر تغییر، تمایل شدید به حفظ کردن، محتاط در مواجهه با مدرنیته و باورهای سنتی نشان‌دهنده محافظه‌کاری حاکم بر فرهنگ اصفهانی است. محافظه‌کاری فرهنگ اصفهانی به این معنا است که سنت و اصولی که همواره درست تعبیر شده‌اند، بیشتر مورد اقبال و پذیرش قرار می‌گیرند. رستگار (۱۳۹۳) اصالت فرم را مهم‌ترین هدف برگزاری مناسکی مانند ازدواج در شهر اصفهان می‌داند؛ چراکه شهروندان اصفهانی به‌شدت از اینکه با برچسب‌های اجتماعی مبنی بر خساست و یا فقیربودن مواجه بشوند، هراس دارند؛ درحالی‌که طبق مشاهدات مردم‌نگارانه رحمانی (۱۳۹۵ و ۱۳۹۶) شهروندان اصفهانی در عین مصرف‌نمایی و به‌اصطلاح عامیانه «ریخت‌وپاش در عروسی»، غذاهای باقی‌مانده را به خانه برمی‌گردانند و آن را کنشی عقلانی می‌دانند. در فرهنگ اصفهانی دوگانه‌ای متناقض‌گونه مابین نمایش ثروت مصرف و در عین حال ممانعت از اسراف ثروت وجود دارد.

۱۱.۵ تفکرات و فرهنگ اقتصادی

زیرمقولاتی مانند آینده‌نگری مالی، وجوب داشتن پس‌انداز، انباشت سرمایه در خانه و بانک نشان‌دهنده ویژگی محافظه‌کاری در فرهنگ اصفهانی است که اعضای این فرهنگ را ترغیب می‌کند تا از طریق تضمین آینده مالی‌شان مانع از تنزل پایگاه اجتماعی و پرستیژ اجتماعی‌شان در آینده شوند و احتمال مواجه شدن با برچسب‌های اجتماعی، مانند بی‌عقلی (با توجه به اهمیت کنش عقلانی) و یا فقر (به دلیل اهمیت مصرف نمایشی در این فرهنگ)، را کاهش دهند.

۱۲.۵ روحیات و تفکرات سیاسی

زیرمقولات به دست آمده در زمینه روحیات سیاسی بسیار متناقض هستند و به همین دلیل به نظر می‌رسد که در فرهنگ اصفهانی سیاست امر پیچیده‌ای تلقی می‌شود و رویکرد مشخصی در قبال آن وجود ندارد. زیرمقولاتی مانند عدم علاقه به سیاست و در عین حال علاقه به سیاست و زیرمقوله ریخت انقلابی در مقابل ریخت سنتی نشان‌دهنده تناقض در افکار سیاسی حاکم بر فرهنگ اصفهانی است. از یک سو محافظه‌کاری حاکم بر این فرهنگ مانع از علاقه به امر پرخطری مانند سیاست می‌شود و از طرفی دیگر به نظر نمی‌رسد که با توجه به سنت‌گرایی و عرف‌گرایی حاکم بر فرهنگ اصفهانی ساختارشکنی کاملاً مورد قبول باشد.

۱۳.۵ سبک خرید و فروش، معامله و تجارت

سیزدهمین مقوله، سبک خرید و فروش، معامله و تجارت است. زیرمقولاتی مانند چانه‌زنی بر سر قیمت، مقدمات طولانی و خسته‌کننده، مشخص نمودن قیمت مستلزم پافشاری زیاد، تعارفات پوچ و طلب تخفیف نشان‌دهنده تلاش اعضای فرهنگ اصفهانی برای ممانعت از پرداختن هزینه‌های اضافی است. به نظر می‌رسد که در این فرهنگ هر دو طرف معاملات تجاری به وجود نوعی قواعد پشت پرده واقف هستند. فروشندگان سعی می‌کنند تا از طریق تعارفات پوچ نشان دهند که قیمت منطقی و متعادلی را برای فروش مطرح کرده‌اند و خریداران در تلاش‌اند تا از طریق چانه‌زنی بر سر قیمت نشان بدهند که می‌دانند قیمت این کالا کمتر می‌تواند باشد؛ به این ترتیب آگاهی به وجود حقیقتی پنهان پشت رفتارهای ظاهری و نمایش آن آگاهی در قالب کنش‌هایی مانند چانه‌زدن و یا تلاش برای نمایش انصاف در

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۷۳

فروش از طریق تعارف کردن، کنش‌های عقلانی در معاملات در فرهنگ اصفهانی به حساب می‌آید.

در نهایت مجموعه کدهای سطح دوم را ورای تقسیم‌بندی موجود می‌توان با افزایش دامنه و مرتبه انتزاع مجدداً در قالب پنج کد اصلی ارائه کرد.

(۱) غیریت‌سازی

برخی کدهای سطح دوم، مانند خشک و سرد بودن در روابط بین فردی، سیستم طرد پیچیده افراد غیر اصفهانی و اصفهانی‌های فرعی، کنش متقابل گسسته و سبقت‌جویی، تمایز بین بالادست و فرودست و خودشیفتگی، می‌توانند زیرمجموعه کد غالبی تحت عنوان غیریت‌سازی قرار بگیرند. این کد به این معناست که کنشگران در منش اصفهانی دائماً بین گروه‌های اجتماعی مختلف تمایز گذاشته و تلاش می‌کنند تا روابط سلسله‌مراتبی را در هر موقعیت کنشی بازتعریف کنند. کنشگران در این منش دائماً بین اصفهانی و غیر اصفهانی، خانواده و غریبه، فقیر و ثروتمند دوگانه‌هایی می‌سازند و سعی می‌کنند تا در هریک از این موقعیت‌ها برتر بوده و از موضع قدرت کنشگری کنند. منش اصفهانی براساس کنش‌های تبعیض‌آمیز مابین گروه‌های خودی و گروه‌هایی که تحت عنوان غیر شناخته می‌شوند، شکل گرفته است.

(۲) اصالت فرم در برابر محتوا

برخی کدهای سطح دوم، مانند تجملات غیر عقلانی و ریخت‌وپاش، تمایزطلبی و تمایزبخشی در اجرای مناسک، نمایش ثروت و خاطره‌سازی، را می‌توان در قالب یک کد غالب تحت عنوان اصالت فرم در برابر محتوا دسته‌بندی کرد. در منش اصفهانی کنشگران همواره سعی دارند تا از طریق حفظ و اجرای آداب ظاهری کنش‌ها و مناسک سنتی به سایر کنشگران نشان بدهند که به همه قواعد اجرای مناسک کنش‌ها آگاه هستند و از این طریق خودشان را از سایر کنشگران متمایز بکنند.

(۳) عقل‌گرایی جزم‌اندیشانه

برخی کدهای سطح دوم، مانند منطق آهستگی و پیوستگی، ذهنیت محاسبه‌گر، محافظه‌کاری، پاسداری از سنت‌ها، شراکت‌گریزی و غیره، را می‌توان در قالب یک

کد نهایی تحت عنوان عقل‌گرایی جزم‌اندیشانه مطرح کرد؛ به این معنا که کنشگران در منش اصفهانی تأکید بسیاری بر عقل و منطق دارند و هیچ‌یک از اقداماتشان را پیش از آنکه عقلانی ارزیابی کنند، انجام نمی‌دهند. این تأکید بر عقلانیت در نهایت باعث عدم پذیرش تغییر و اقدامات جمعی در زمینه فرهنگی و اقتصادی می‌شود. کنشگران در منش اصفهانی حاضر به پذیرش احتمالات مثبت تغییرات فرهنگی و اقدامات مشارکتی، مانند شراکت کردن، نیستند؛ از همین رو نوعی عقل‌گرایی بدون انعطاف و جزم‌اندیشی در تأکید بر عقلانیت دیده می‌شود.

(۴) آینده زیستی

کدهایی مانند استرس، آینده‌نگری مالی و سطح پایین شادکامی را می‌توان تحت عنوان کد غالبی با عنوان آینده زیستی دسته‌بندی کرد. کنشگران در منش اصفهانی همواره در آینده زندگی می‌کنند و حتی تلاش امروز را با هدف زندگی بهتر در آینده پیگیری می‌کنند.

(۵) خوش‌زبانی زیرکانه

کدهای سطح دومی مانند غلو و مبالغه، شوخ‌طبعی، چانه‌زنی و خلاقیت زبانی را می‌توان تحت عنوان خوش‌زبانی زیرکانه دسته‌بندی کرد. در منش اصفهانی شوخ‌طبعی ابزاری است که کنشگران برای پیش‌بردن اهدافشان، چه در بازار و چه در زندگی شخصی، استفاده می‌کنند. این ویژگی جزو بارزترین مشخصه‌های منش اصفهانی است که تعداد کدها در زمینه‌های اقتصادی و فرهنگی نیز به مراتب دیده می‌شود. در جدول زیر پنج کد غالب درباره منش اصفهانی بیان شده است.

جدول ۳. پنج کد اصلی مرتبط با منش اصفهانی

مقوله نهایی	کدهای مرتبه دوم
غیرت‌سازی	- خشک و سرد بودن در روابط بین فردی - سیستم طرد پیچیده افراد غیر اصفهانی و اصفهانی‌های فرعی - فشارهای کلامی - اصالت دیگری - ارتباط فردگرایانه مبتنی بر گروه‌های نخستین - نظام روابطی لایه‌لایه - تمایز بین خودی و غیر خودی

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۷۵

مقوله نهایی	کدهای مرتبه دوم
	- تمایز بین بالادست و فرودست - پنهان کاری - و محافظه کاری - شلوغی رفتار و زبان مردم - مذمت دیگران و سخاوت نسبت به خود - عدالت خواهی و حق طلبی - کنش متقابل گسسته و سبقت جویی - خودشیفتگی - (باور به برتری خویشتن) - فرافکنی
اصالت فرم در برابر محتوا	- تجملات غیر عقلانی و ریخت و پاش - تمایز طلبی و تمایز بخشی در اجرای مناسک - نمایش ثروت و رقابت های منزلی - اصالت زیبایی شناسی - حساسیت های مصرفی و مناسک گرایی - لذت گرایی همراه با به تعلیق در آوردن و نسیان عامدانه - خاطره سازی و حساسیت نسبت به امور - عدم شلختگی - نظام تشریفاتی فوق العاده و آداب گرایی
عقل گرایی جزم اندیش	- برتری اصالت - ارزش هنری کالا و کار دست بودن - ارزش مادی و تجاری کالا - تقلید و چشم و هم چشمی - ذهن بر پایه ریاضیات - ذهنیت محاسبه گر - ذهن هم گرا - روحیه عمل گرایی - پاسداری از سنت ها - انجام فعالیت های زندگی بر اساس هنجار های دینی (روحیه مذهبی و متشرعانه) - الگوی پوشش - عدم امنیت و محافظه کاری - وظیفه شناسی - سخت کوشی - منطق آهستگی و پیوستگی (توسعه آجر به آجر) - سخت گیری - باور های سستی و ذهنیت روستایی حاکم بر شهر

مقوله نهایی	کدهای مرتبه دوم
	- عرف‌پرستی - استفاده از چک و سفته - معاوضه‌گری - واکنش منفی به هزینه‌های اضافی و لوکس و تبلیغات - مورد توجه بودن تولید کم‌هزینه و بصره - کوچک‌بودن حجم سرمایه‌گذاری - شراکت‌گریزی - ارتباط با فقها و عالمان دینی - رفتار اقتصادی پایدار در حوزه محیط زیست - رشد آرام در مقابل رشدهای انفجاری - رعایت حلال و حرام
آینده زیستی	- استرس - آینده‌نگری مالی - وجوب داشتن پس‌انداز - سطح پایین شادکامی
خوش‌زبانی زیرکانه	- لاف و گراف - غلو و مبالغه - خلاقیت زبانی - یک کلاغ چهل کلاغ کردن - تکیه‌کلام‌ها و قسم - نظام زبانی تجلی تشریفاتی فوق‌العاده و تجلی آداب‌گرایی - شوخ‌مسلكی / شوخ‌طبعی - چانه‌زنی بر سر قیمت - مقدمات طولانی و خسته‌کننده - تعارفات زیاد و پوچ

۱۴.۵ مقوله محوری و مرکزی: اصالت فرم

مجموعه‌ای از تم‌هایی چون الزامات آیینی، تشریفات‌گرایی، اصالت دیگ‌گری، اصالت زیبایی‌شناختی، ملاحظات مذهبی، فشارهای کلامی، اصالت خانواده، ذکاوت فرهنگی و... در سطحی انتزاعی‌تر و تجربیدی‌تر نوعی فرمالیسم یا اصالت داشتن فرم را نمایندگی می‌کنند. فرم به معنای همان شکل و ظاهر در برابر محتوا مطرح نظر بوده است؛ به تعبیر دیگر در اینجا شکل اجرا و تجلیات بیرونی و تعینات اعمال و مناسک از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. الزامات آیینی مردم‌شناختی به کلیه فعالیت‌ها و اعمالی گفته شده که تأکید

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهراماهر و پگاه خیراللهی) ۵۷۷

شدید بر اجرای مناسک و فرم آن دارند؛ به تعبیر دیگر در اینجا مناسک و اجرای رسم از همه چیز مهم‌تر است و لذا برای بسیاری از افراد تأکید بر اجرای درست رسم است که از همه چیز حیاتی‌تر است. این مناسک‌گرایی به زعم نگارنده در حقیقت به نوعی فرمالیسم فرهنگی اشاره دارد.

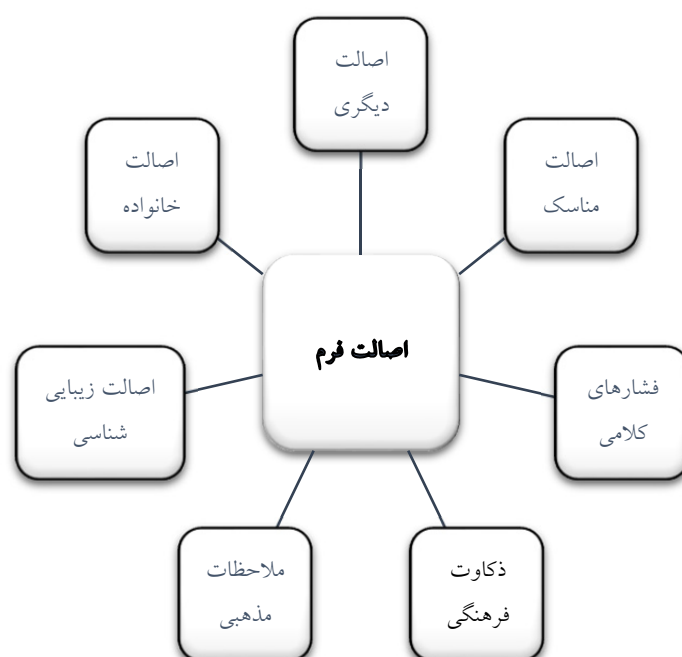
تشریفات‌گرایی نیز به کلیه اعمال، رفتار و حساسیت‌های مصرفی گفته می‌شود که بر اهمیت بیش از پیش تشریفات و حواشی اجرایی آیین تأکید می‌کند. سخت‌گیری در اجرای درست آیین، اجرای صوری بسیاری از بخش‌های آیین، تغییرناپذیری رسوم، پذیرایی‌ها و مهمان‌نوازی‌های موجود و چنین خصیصه‌هایی از نوعی تشریفات‌گرایی حکایت می‌کند که همگی در خدمت فرم هستند و توجه ویژه به فرم را نشان می‌دهند. در حقیقت همه آیین جزئیات در نهایت برای اجرای بهتر فرم عمل می‌کنند.

فشارهای کلامی به مجموعه قضاوت‌ها، کنایه‌ها، مقایسه‌ها و سرزنش‌هایی اطلاق می‌شود که به بازیگران اصلی آیین در اجرای درست فرم فشار می‌آورند. در حقیقت همه این فشارها به این جهت ایجاد شده است که می‌بایست فرم مطلوب و مورد نظر رعایت شود و بدیهی است که هرگونه اهمال و کوتاهی و حرکت برخلاف فرم شناخته‌شده با فشارهایی همراه خواهد بود. این فشارها نیز بیش از هر چیز دیگر اصالت داشتن و محوری بودن فرم آیین را نمایندگی می‌کنند؛ می‌توان گفت دغدغه کسانی که این فشارها را ایجاد می‌کنند، نزدیک شدن هرچه بیشتر اجرا به فرم مورد نظر تأیید شده است و فاصله‌گیری از آن را گوشزد می‌کند.

باید اضافه کرد که دو مفهوم کلیدی دیگر که جزء خصیصه‌های فرهنگی مردم اصفهان در اجرای آیین محسوب می‌شود نیز در خدمت اصالت فرم هستند. «اصالت دیگری» به این معنی است که افراد در تفسیر خود از اعمال و کنش‌های مصرفی در آیین، دیگران را مد نظر قرار می‌دهند.

مفهوم کلیدی دیگر ذکاوت فرهنگی است. این مفهوم اشاره به مجموعه خصلت‌های فرهنگی و ویژگی‌هایی دارد که مردم اصفهان را با ذکاوت‌ترین نشان می‌دهد. حسابگری، حساسیت‌ها، هزینه‌فایده کردن‌ها، محافظه‌کاری‌ها و... و بسیاری از رفتارها و اعمالی که نشان از عقلانیت منحصربه‌فرد و ویژه دارد. وقتی دیگری مورد نظر از این جنس باشد، بدیهی است که در اجرای آیین، شما با کسانی روبه‌رو هستید که سخت‌گیر، نکته‌سنج، دقیق و صاحب ذوق و سلیقه‌اند، امر اصیل را از بُنجل و تقلبی تشخیص می‌دهند، هزینه‌فایده

کردن را به‌خوبی بلدند، هرگونه اهمال و سستی در اجرای آیین و هرگونه سنت‌شکنی و فرم‌گزیزی را به‌سادگی متوجه می‌شوند؛ پس در اینجا است که بیش از پیش فرم حائز اهمیت شده و از این ذکاوت فرهنگی برخوردار بوده و خصوصیات فرم مطلوب را به‌خوبی می‌شناسند (رستگار، ۱۳۹۳).



شکل ۱. اصالت فرم و تم‌های سازنده آن

۶. بحث و نتیجه‌گیری

مقولات مذکور مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیت اصفهانی بودند؛ هرچند به تعبیر هریس (۱۹۹۵) ممکن است این ویژگی‌ها به‌طور کلی در شخصیت ملی ایرانی وجود داشته باشد؛ اما برخی از ویژگی‌هایی که مطرح شد، مشخصاً در شخصیت اصفهانی نمود پیدا می‌کنند که مهم‌ترین آن‌ها از مقولات مذکور دریافت می‌شود.

بیلیش و تاجفل (۱۹۷۱) معتقدند که گروه‌های اجتماعی و فرهنگی، خودشان و سایر گروه‌ها را براساس میزان شباهت با خودشان دسته‌بندی کرده و آنان را تعریف می‌کنند.

هسلم و همکاران (۱۹۹۸) نیز بیان می‌کنند که تفاوت تفسیر مز کنش‌ها بین اعضای درون یک فرهنگ و اعضای بیرون از آن فرهنگ با یکدیگر در تقابل است که این تقابل‌ها در بلندمدت فرمی منظم و قالب‌بندی شده به خود می‌گیرد و مبنای پیش‌داوری‌ها و کلیشه‌های فرهنگی و یا نادیده گرفتن برخی فرهنگ‌ها در یک جامعه منتهی می‌شود. هسلم و همکاران (Haslam et al., 2002) معتقدند که به همین علت نوعی رقابت بین انواع اقلیم‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها در جامعه شکل می‌گیرد تا خودشان بتوانند گروه مرجع و تعیین‌کننده کلیشه‌های فرهنگی قرار بگیرند و به همین علت نیز معمولاً کلیشه‌های قومی درباره قومیت‌ها و یا حتی اقلیم‌های فرهنگی برساخت شده و به آن اقوام نسبت داده می‌شود؛ برای مثال کنش‌های اقتصادی، مانند کنترل هزینه‌های اضافی در فرهنگ اصفهانی، امری عقلانی تلقی می‌شود؛ در صورتی که فرهنگ‌های بیرونی آن را کنشی سخت‌گیرانه و مبتنی بر حساسیت تعبیر می‌کنند که این امر در تلاش دائمی کنشگران اصفهانی برای ممانعت از خسیس تلقی شدن بی‌تأثیر نبوده است. در جدول زیر تلاش شده است تا نمونه‌ای از این سنخ‌ها و تیپ‌های اجتماعی که تا حدودی از طریق فرهنگ‌های بیرونی و قضاوت‌های اعضای فرهنگ‌های بیرونی وارد فرهنگ اصفهانی شده است، بیان شود.

جدول ۴. تعابیر درونی و بیرونی از فرهنگ شهر اصفهان

مفهوم نظری	تعبیر اعضای درونی فرهنگ (تفسیر اعضای درونی فرهنگ اصفهانی)	تعبیر اعضای بیرونی فرهنگ (کلیشه غالب بین غیر اصفهانی‌ها)
عقلانیت در حوزه کنش اقتصادی	کنترل درآمد و هزینه‌ها (کنشگری مقتصد)	فقدان انعطاف در هزینه‌ها (کنشگری سخت‌گیرانه)
عقلانیت در حوزه روابط اجتماعی	روابط محدود با ناآشنایان (کنشگری بااحتیاط)	روابط غیر صمیمانه با ناآشنایان (کنشگری دلسردکننده)
عقلانیت در حوزه مصرف نمایی	ممانعت از قضاوت‌های اجتماعی مبنی بر فقیر یا خسیس بودن	تظاهر به ثروتمندی و خسیس نبودن
عقلانیت در حوزه تعاملات اجتماعی	ابراز عقیده و انتقاد از طریق شوخی و مزاح بدون به خشونت کشیده شدن تعاملات	ترس از بیان نظر شخصی
عقلانیت در حوزه دین‌داری	بازتولید محتوای عقاید دینی از طریق مناسب	تعصب بر سر فرم مناسب
عقلانیت در حوزه سبک زندگی	مدیریت آینده و تضمین شادی در آینده	نگرانی دائمی از آینده و فقدان شادی
تیپ اجتماعی	منطقی، زیرک و بااحتیاط	خسیس، سرد و خشک

(منبع: نویسنده)

براساس چهار الگوی کنش وبر (۱۳۹۴) می‌توان گفت که کنش‌های احساسی در فرهنگ اصفهانی اهمیت کمتری دارند؛ چراکه منطق اصلی کنشگری در این فرهنگ، عقلانیت و سنت است. شخصیت پایه اصفهانی به دنبال آن است تا از ابزارهای موجود بیشترین بهره را برای رسیدن به اهداف عقلانی‌اش ببرد؛ در عین حال که ترجیح می‌دهد به سنت‌ها پایبند بماند و از همان روشی به اهدافش برسد که از طریق نسل‌های پیشین گزینش و منطق آن‌ها تأیید شده باشد؛ بنابراین دو کنش عقلانی معطوف به هدف و کنش‌های سنتی، دو الگوی اصلی کنش‌های غالب در این فرهنگ هستند.

بنا بر تعریف بندیکت (۱۹۳۴) می‌توان گفت که فرهنگ ایرانی یک کمان فرهنگی است که در کنار خودش شخصیت‌های فرهنگی متعدد و متفاوتی را شکل داده است که یکی از آن‌ها شخصیت اصفهانی است که در نتیجه غالب‌شدن تدریجی برخی الگوها و کنش‌های رفتاری که نرمال و متعارف خوانده شده‌اند، شکل گرفته است. به تعبیر کاردینر (۱۹۴۵) در اثر نظام‌مهندسازی قواعد (Systematization the Rules) فرهنگی، یک شخصیت پایه اصفهانی در اقلیم اصفهان شکل گرفته است. این شخصیت اصفهانی بر پایه محافظه‌کاری فرهنگی و اصالت دیگری بنا شده است؛ به نحوی که همواره خود در کنار دیگری معنا و اصالت پیدا می‌کند. شخصیت پایه اصفهانی تا زمانی که امری مورد پذیرش جامعه نباشد، به فرد حق نمی‌دهد تا نوآوری از خود نشان دهد؛ چراکه شخصیت پایه اصفهانی، شخصیتی محافظه‌کار است که عقلانیت را در تداوم شیوه کنشگری پیشین می‌داند و نوآوری‌های کنشگرانه یا نوآوری در حوزه مناسک را نمی‌پذیرد.

براساس نظریه زیمل (۱۳۸۰؛ کوزر، ۱۳۹۹؛ ریتزر، ۱۳۹۷) می‌توان گفت که در فرهنگ اصفهانی سنخ‌های اجتماعی مختلفی نیز تعریف شده است که مهم‌ترین آن‌ها دو تیپ اجتماعی خسیس و فقیر هستند. از کسی که منتسب به سنخ اجتماعی خسیس باشد، انتظار می‌رود تا صرفاً مال‌اندوزی کند؛ بی آنکه حتی در مواقع ضروری آن را خرج کند. از تیپ فقیر نیز انتظار می‌رود که اصلاً پولی برای خرج کردن نداشته باشد. در فرهنگ اصفهانی، افراد دائماً برای ممانعت از منتسب‌شدن به چنین برجسب‌هایی تلاش می‌کنند. اصالت دیگری و اهمیت قضاوت دیگران در فرهنگ اصفهانی باعث می‌شود تا افراد از هر طریقی که می‌توانند مانع از منتسب‌شدن به این برجسب‌های اجتماعی شوند و یکی از مهم‌ترین استراتژی‌هایی که در این فرایند به کار می‌گیرند، مصرف نمایی است.

وبلن (۱۳۸۳) معتقد است که مصرف نمایشی یکی از بهترین روش‌های اثبات عدم تعلق به طبقه کارگر است که با دو ویژگی فقر و خساست در هم تنیده هستند. در سطح جمعی، مصرف نمایشی در مناسک یکی از مهم‌ترین روش‌هایی است که به عموم مردم یا همان «دیگران» اعلام می‌کند که «ما» فقیر و یا خسیس نیستیم؛ بلکه آن‌قدر ثروت داریم که بتوانیم مصرف کنیم. در سطح فردی نیز افراد سعی می‌کنند تا از طریق جمع‌آوری و انباشت ثروت و سخت‌کوشی برای تضمین مالی آینده خود سعی می‌کنند تا مانع از تنزل پایگاه اجتماعی اقتصادی خودشان و مواجه شدن با برچسب‌های اجتماعی دیگران شوند.

بورديو (۱۳۸۹، ۱۳۹۱) معتقد است که اعضای هر طبقه از طریق مصرف سعی می‌کند تا خودش را از طبقات پایین‌تر از خودش متمایز نشان دهد و در این راستا سعی می‌کند تا انواع سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی خود را در قالب‌هایی نمادین نمایش دهد و نوعی خشونت نمادین اعمال کند. در فرهنگ اصفهانی نیز مصرف نمایشی و برگزاری تجمعاتی مناسب به نوعی اعمال خشونت علیه دیگران است؛ چراکه مصرف با هدف نمایش دادن مجموعه‌ای از سرمایه‌های اقتصادی (درآمد و دارایی‌ها)، اجتماعی (گسترده‌گی روابط اجتماعی)، فرهنگی (میزان برخورداری از تحصیلات و به‌طور کلی، آگاهی ارزش‌های اجتماعی) انجام می‌شود.

براساس الگوی پارسونز (به نقل از ریتزر، ۱۳۹۷) نظام اقتصادی به افراد یک جامعه آموزش می‌دهد تا بین شرایط واقعی و نیازهای بنیادین زیست ارتباط برقرار کنند. در فرهنگ اصفهانی این تعادل مابین شرایط واقعی و نیازهای زیستی براساس محاسبه‌گری اقتصادی، کار و تلاش و پیشرفت تدریجی عقلانی بنا شده است. در فرهنگ اصفهانی، افراد می‌آموزند که راه حل تداوم رفاه در آینده کار در زمان حال است؛ حتی اگر به قیمت نادیده گرفتن اصل زندگی در لحظه شود؛ چراکه از نظر اصفهانی‌ها حسابگری مالی نه به معنای مال‌پرستی، بلکه به معنای تضمین مالی آینده است.

پارسونز معتقد است در نظام فرهنگی اصول و ارزش‌های فرهنگی به افراد آموخته می‌شود که براساس آن‌ها کل نظام فرهنگی بنا شده است. در نظام فرهنگی اصفهانی نیز نظم و ترتیب و لزوم پیشرفت تدریجی به دلیل عقلانی بودن پیشرفت تدریجی و نه ناگهانی به افراد آموزش داده می‌شود.

نظام اجتماعی در فرهنگ اصفهانی نیز براساس اصالت دیگری و اهمیت قضاوت‌های اجتماعی و اصالت فرم و لزوم حفظ و تداوم سنت‌های اجتماعی و فرهنگی بنا شده است.

مجموعه‌ای از ارزش‌های اجتماعی آموخته‌شده در نظام‌های اجتماعی، فرهنگی و رفتاری در فرهنگ اصفهانی، یک نظام شخصیت بر مبنای فرهنگ محافظه‌کاری را شکل می‌دهد. شخصیت اصفهانی براساس دو اصل مدیریت و محافظت شکل می‌گیرد. مدیریت دائمی منابع مالی که از طریق تلاش و کار تدریجی به دست می‌آید.

جدول ۵. الگوی سیستمی فرهنگ اصفهانی براساس الگوی پارسونز

نظام اجتماعی (اصالت دیگری و اصالت فرم)	نظام فرهنگی (نظم و ترتیب، پیشرفت تدریجی و عقلانی)
نظام شخصیت (شخصیت مدیر و محافظ)	ارگانیسم رفتاری (حسابگری مالی و ثروت‌اندوزی)

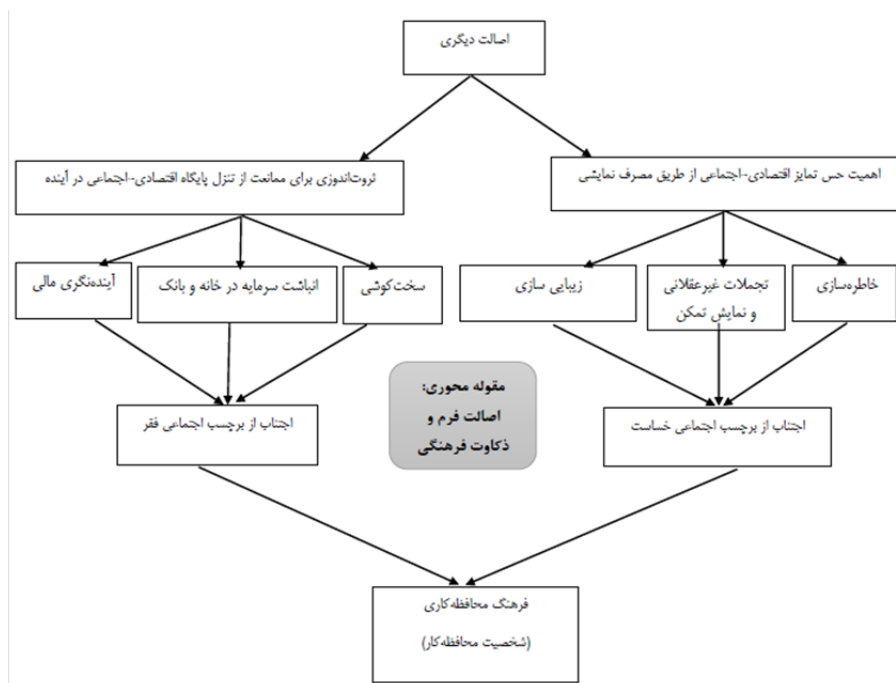
(منبع: نویسنده)

براساس نظام چهارگانه پارسونز در فرهنگ اصفهانی نظم و عقلانیت مهم‌ترین ارزش‌های فرهنگی هستند که آموزش داده می‌شوند و تعاملات در نظام اجتماعی به‌شدت بر مبنای اصالت فرم و اصالت دیگری استوار شده‌اند. این دو نظام باعث می‌شوند تا ارگانیسم رفتاری در فرهنگ اصفهانی بر مبنای محاسبه‌گری و امنیت جمع‌آوری منابع مالی شکل بگیرد. مجموعه این ویژگی‌ها در نهایت شخصیتی مدیریتی‌کننده و در عین حال حافظ، شرایط کنونی را شکل می‌دهد. شخصیت اصفهانی در عمل شخصیتی است که تمایل دارد زندگی شخصی‌اش را از لحاظ اجتماعی و اقتصادی به‌صورت عقلانی مدیریت کند؛ بدون آنکه تغییرات گسترده‌ای در زندگی‌اش به وجود بیاید.

پیچیدگی منش اصفهانی هم‌سو با پیچیدگی‌هایی است که هویت ایرانی با آن مواجه است. به تعبیر ارمکی و وکیلی (۱۳۹۲) هویت ملی ایرانی نیز امری چندوجهی، مبهم و معلق است؛ به‌نحوی که اصول سنتی خودش را از چند نظر سنتی حفظ کرده و از چند منظر آن را مدرن ساخته است. در فرهنگ و منش اصفهانی نیز بسیار دیده می‌شود که برخی باورهای سنتی همچنان وجود دارند؛ درحالی‌که مدرنیته نیز وارد این منش شده است.

به تعبیر نورائی (۱۳۹۳) هویت فرهنگی نوعی ابزار ذهنی است که به فرد کمک می‌کند تعاملاتش را در زمینه فرهنگی که در آن زیست می‌کند، تنظیم کند؛ ابزاری که الگوهای رفتاری بخش کثیری از اعضای هر دامنه فرهنگی را تعیین می‌کند.

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۸۳



شکل ۲. الگوی منطق کنش در فرهنگ اصفهانی

(منبع: نویسنده)

به‌عنوان نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که در حوزه اجتماعی، شخصیت اصفهانی به‌شدت به قضاوت‌های اجتماعی حساس است و به هیچ‌عنوان مایل نیست تا رفتاری خلاف قوانین و عرف جامعه انجام دهد. شخصیت اصفهانی براساس دو واژه «مردم» و «آبرو» شکل گرفته است و دائماً در تلاش است تا از طریق رفتار مطابق عرف جامعه آبروداری کند و مانع از آن شود که مردم از طریق فشارهای کلامی به او فشار روانی حاصل «مانند دیگران نبودن» وارد کنند. در فرهنگ اصفهانی این تلاش دائمی برای حفظ «آبرو» درمقابل مردم را نشانه‌ای از عقلانیت تفسیر می‌کند.

عقلانیت در این فرهنگ تعابیر مختلفی دارد؛ در حوزه اقتصادی عقلانیت به معنای مدیریت سرمایه است. شخصیت اصفهانی تا زمانی که مطمئن نباشد شغلی و یا کالایی از لحاظ مادی «ارزش صرف هزینه و یا زمان را دارد»، آن کالا را خریداری نمی‌کند و یا زمانی برای آن کار صرف نمی‌کند؛ علاوه‌بر آن، شخصیت اصفهانی سخت‌کوشی را

تنهاروش منطقی برای کسب سرمایه می‌داند و امنیت مالی در آینده را به سخت‌کوشی در زمان حال پیوند می‌زند.

در حوزه فرهنگی، شخصیت اصفهانی به نظم و ترتیب و دقت در هر کاری باور دارد و به همین دلیل نیز بسیار کم از تغییر استقبال می‌کند؛ چراکه معتقدند «روش‌های متعارف و جاافتاده در جامعه» نشان داده‌اند که به نتیجه مثبتی می‌رسند؛ پس دلیلی برای تغییر دادن آن‌ها وجود ندارد. مجموعه‌ای از این ویژگی‌ها باعث می‌شود تا شخصیت اصفهانی سعی کند تا همواره به مدیریت زندگی خودش در زمینه مالی و یا اجتماعی از طریق روش‌های مرسوم در عرف و جامعه بپردازد.

و در پایان، این مقال را با ذکر بیتی زیبا در وصف شهر زیبای اصفهان به پایان می‌برم:

اصفهان را نیمه خوانند از جهان	صد جهان من دیده‌ام در اصفهان
تا کنار زنده‌رودش پا نهی	زنده خواهی کرد هم روح و روان
ای دل ار خواهی روی اندر بهشت	تو بیا یک دم نشین در اصفهان

تقدیر و تشکر

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی‌ای است که با حمایت مالی «واحد پژوهش و افکارسنجی اداره کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری اصفهان» و طی قرارداد شماره ۱۰۸۰۳۴۱۸۲ فی مابین شهرداری اصفهان و دانشگاه اصفهان انجام شده است. به این ترتیب، نویسندگان مقاله مراتب تقدیر و تشکر خود را نسبت به آن مرکز اعلام می‌دارند.

کتابنامه

- احمدی، اکبر (۱۳۹۳)، *ارزش‌ها و نگرش‌های مردم شهر اصفهان*، انتشارات دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، شعبه اصفهان
- آزاد ارمکی، تقی؛ وکیلی، عارف (۱۳۹۲)، «مطالعه جامعه‌شناختی تعریف مفهوم هویت ملی میان اندیشمندان ایرانی»، *مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی*، ۲ (۱)، صص ۹-۳۵
- اوژنه، ماک؛ کولن، پل (۱۳۸۸)، *انسان‌شناسی*، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نی
- ایمان، محمدتقی؛ سروش، مریم (۱۳۹۳)، طرح پژوهشی شناسایی و تحلیل الگوهای سبک زندگی شهروندان شهر اصفهان، شماره قرارداد: ۹۱/۱۰۷۳۳۴
- بوردیو، پیر (۱۳۸۹)، *نظریه کنش*، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: نقش و نگار

تحلیل جامعه‌شناختی شخصیت فرهنگی اصفهانی: ... (زهره ماهر و پگاه خیراللهی) ۵۸۵

- بوردیو، پیر (۱۳۹۱)، *تمایز؛ نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ثالث
- بیس، دانیل و پلاگ، فرد (۱۳۷۵)، *انسان‌شناسی فرهنگ*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی
- بیمن، ویلیام (۱۳۹۵)، *زبان، قدرت و منزلت در ایران*، ترجمه رضا مقدم کیا، تهران: نی
- جواهری، احمد؛ انصاری، هرمز (۱۳۷۹)، *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی اصفهان*، اصفهان: نقش جهان مهر
- حسینی، محمدحسین؛ ذکایی، محمدسعید؛ طالبی، ابوتراب؛ انتظاری، علی (۱۳۹۶)، «مفهوم‌سازی سبک زندگی فرهنگی»، *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، (۱) ۸، صص ۲۳-۴۴
- خانی حبیب‌آبادی، سلیمه (۱۴۰۱)، «بررسی و مدیریت فرهنگ عامه و بررسی باورهای عامیانه مردم اصفهان در خاورمیانه»، *پژوهش‌های نوین در مدیریت کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار*، ۳ (۴)، صص ۲۳۸-۲۵۱
- دیلینی، تیم (۱۳۹۴)، *نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی*، ترجمه بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، تهران: نی
- ربانی، رسول؛ شهابی، سیامک (۱۳۸۹)، «بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان»، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای (توقف انتشار)*، ۲ (۵)، صص ۷۵-۹۲
- رحمانی، جبار (۱۳۹۵ الف)، *اصفهانی‌های خودشیفته*، وسواسی و پراسترس، گزارش فرهنگی ایسنا، <https://www.isna.ir/news/isfahan-47886/>
- رحمانی، جبار (۱۳۹۵ ب)، *خصلت‌های بارز اصفهانی‌ها از نگاه یک مردم‌شناس*، گزارش فرهنگی ایسنا، <https://www.isna.ir/news/95030301523/>
- رحمانی، جبار (۱۳۹۶)، «فرهنگ و شخصیت در اصفهان: مطالعه‌ای انسان‌شناختی در باب یک گونه شخصیتی در شهر اصفهان»، *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، ۷ (۱)، صص ۷-۲۹
- رستگار، یاسر (۱۳۹۳)، *مردم‌نگاری مصرف در آیین ازدواج شهر اصفهان*، رساله دکتری رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان
- رنانی، محسن (۱۴۰۳)، *روستای نصف جهان*، نقل شده در وبگاه شخصی محسن رنانی، <https://Renani.net/?p=189,phi>
- ریتزر، جورج (۱۳۹۷)، *نظریه جامعه‌شناسی*، ترجمه هوشنگ نابیی، تهران: نی
- زیمل، جورج (۱۳۸۰)، «تضاد فرهنگ مدرن»، ترجمه هاله لاجوردی، *ارغنون*. شماره ۱۸
- سریع‌القلم، محمود (۱۳۸۹)، *فرهنگ سیاسی ایران*. تهران: فرزانه
- شهیدی، شهریار؛ نجاتی، وحید؛ کمری، سامان (۱۳۹۴)، «شخصیت ایرانی: شواهدی از تفاوت‌های فرهنگی ویژگی‌های شخصیتی»، *تحقیقات علوم رفتاری*، ۱۳ (۴)، صص ۵۲۵-۵۳۱
- صادقی، ماندانا (۱۳۸۱)، «فرهنگ و شخصیت: شرح مختصری از یک تلاقی»، *تازه‌های علوم شناختی*، ۴ (۴)، صص ۵۹-۶۰

فراساتخواه، مقصود (۱۳۹۵)، دربارهٔ هویت ایرانی، وبسایت مقصود فراساتخواه، <https://farasatkah.com/2016/10/article-775>

فروزبخش، محمود (۱۳۹۸)، شهر گنبد های فیروزه‌ای و کاشی‌های شکسته: تلاشی برای شناخت اصفهان، اصفهان: آرما

فلیک، اووه (۱۳۹۲)، درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی

قانع‌ی راد، محمد امین؛ موسوی، سید یعقوب؛ حمیدیان، اکرم (۱۳۸۶)، «جنسیت و هویت قومی (نمونه: شهر خرم‌آباد)»، *دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه خوارزمی*، ۱۵ (۵۸-۵۹) ویژه‌نامه علوم اجتماعی (۴)، صص ۱۶۷-۱۹۰

کاروانی، عبداللطیف؛ سپاهی، عبدالودود (۱۴۰۲)، «مردم‌شناسی فرهنگی قوم بلوچ؛ تأملی فرهنگی تاریخی بر برخی از سنت‌های قوم بلوچ»، *نامه انسان‌شناسی*، ۲۰ (۳۷)، صص ۲۶۳-۲۸۶

کوزر، لوئیس (۱۳۹۹)، *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی مدنی بروجنی، سید احمد؛ نصر، احمد رضا (۱۳۸۸)، «سه‌سویه‌سازی؛ راهبردی برای نوآوری در پژوهش‌های آموزشی»، *نوآوری‌های آموزشی*، ۸ (۲۹)، صص ۷۴-۵۳

مرادی، علیرضا (۱۳۹۳)، «هویت فرهنگی اقوام ایرانی و تأثیر آن بر هویت ملی و انسجام ایرانیان»، *مدیریت فرهنگی*، ۹ (۸۴)، صص ۱۲۸-۱۴۴

نورائی، مهرداد (۱۳۹۳)، «تحلیلی بر تأثیرات متقابل هویت فرهنگی و تغییرات جامعه»، *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، ۵ (۱)، صص ۱۲۱-۱۱۳

وبر، ماکس (۱۳۹۴)، *اقتصاد و جامعه*، ترجمه عباس منوچهری، مهرداد ترابی‌نژاد و مصطفی عمادزاده، تهران: سمت

وبر، ماکس (۱۳۹۶)، *اخلاق پروتستانی و روحیه سرمایه‌داری*، ترجمه عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری کاشانی، تهران: علمی و فرهنگی

وبلن، تورشتاین (۱۳۸۳)، *نظریه طبقه مرفه*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نی

Allik, Jüri; Realo, Anu; and R. McCrae, Robert. 2023. Conceptual and methodological issues in the study of the personality-and-culture relationship. *Frontiers in Psychology*, 14:1077851; Doi: 10.3389/fpsyg.2023.1077851

Benedict, Ruth. 1934. *Patterns of Culture*. The New American Library Publisher

Billig, Michael; Tajfel, Henri. 1971. Social Categorization and Inter-Group Behavior. *European Journal of Social Psychology*, April 1971

Harris, Marvin. 1995. *Cultural Anthropology*. Harper Collins College Publishers

Haslam, Alexander; Turner, John; Oakes, Penelope; Reynolds, Katherine; Doosje, Bert john. 2002. From personal pictures in the head to collective tools in the world: How shared stereotypes

allow groups to represent and change social reality. In C. McGarty, V. Y. Yzerbyt, & R. Spears (Eds.) (2002). *Stereotypes as explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 157-185). Cambridge: Cambridge University Press

Haslam, Alexander; Turner, John; Oakes, Penelope; Mc Garthy, Craig; Reynolds, Katherine. 1998. The Group as a Basis for Emergent Stereotype Consensus. *European Review of Social Psychology*, Volume 8

Kroeber, A. L. (1939). *Cultural and natural areas of Native North America*. University of California publications in American archaeology and ethnology.

Kardiner, Abram. 1945. *The Psychological Frontiers of Society*. Colombia University Press

Wissler, Clark (ed.) (1975) *Societies of the Plains Indians* AMS Press, New York, ISBN 0-404-11918-2, Reprint of v. 11 of *Anthropological papers of the American Museum of Natural History*, published in 13 pts. from 1912 to 1916.