فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی۲، پاییز ۹۳، صفحات ۱۱۳-۱۳۷

سبک زندگی و نسبت آن با هویت دینی

مریم رفعت جاه[۱]، زینب وفادار[۲]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۳/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۷/۰۶

چکیده

در اثر گسترش مدرنیته از یک سو ناظر پیدایش دینداری‌های متنوع و هویت‌های دینی جدید و از سوی دیگر رواج سبک‌های مدرن زندگی در کشورمان هستیم. در این شرایط از آن‌جا که در جامعه‌ی ما دین و هویت دینی همواره نقشی تعیین کننده در نگرش‌ها،گزینش‌ها و اعمال افراد دارند مطالعه‌ی نقش باورهای دینی در مواجهه با فرهنگ و سبک زندگی مصرف‌گرای مدرن در جامعه‌ی کنونی ایران ضروری می‌نماید. این پژوهش بر روی زنان تنکابنی انجام گرفته و در آن سعی شده پذیرش یا مقاومت این زنان در مقابل فرهنگ مصرف گرا و یا نحوه‌ی ترکیب آن با فرهنگ دینی که همواره به اعتدال در مصرف توصیه می‌کند مورد واکاوی قرار گیرد. شیوه‌ی نمونه‌گیری هدف‌مند بوده و افراد براساس میزان پایبندی دینی و اشتغال در ۴ تیپ جای گرفته و مورد مطالعه واقع شدند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میان دینداری و سبک زندگی زنان تنکابنی مورد مطالعه ارتباط وجود دارد، یعنی هر چه میزان دینداری افراد بیش‌تر بوده، کمتر ازسبک های مدرن زندگی پیروی کرده‌اند. به علاوه مقایسه‌ی سبک زندگی و دینداری زنان مذهبی شاغل و غیرشاغل نشان می‌دهد که اشتغال در رویکردهای مصرفی و شیوه‌ی زندگی این زنان تفاوت عمده‌ای ایجاد نمی‌کند و در هر دو تیپ گرایش دینی در انتخاب‌های زندگی روزمره تأثیر بیش‌تری داشته است. هم‌چنین سبک زندگی زنان شاغل با سبک زندگی زنان غیرشاغل متفاوت بوده، زنان شاغل که سطح تحصیلاتشان نیز بالاتر بوده فراغت خود را غالباً بیرون از خانه و با برنامه‌ریزی سپری کرده، تقسیم کار خانگی در منزل آنان غالباً مشارکتی بوده و در خرید و مصرف کالا بیش‌تر به معیارهای کاربردی توجه می‌کردند. در مقابل زنان غیرشاغل اوقات فراغت شان غالباً در خانه و بدون برنامه ریزی سپری شده، تقسیم کار خانگی در آنان عمدتاً جنسیتی و غیرمشارکتی بوده و غالب آنان در خرید کالا ضمن لحاظ کردن معیارهای کاربردی به معیارهای ظاهری و مد بودن آن نیز اهمیت می دادند.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، دینداری، اشتغال، تحصیلات دانشگاهی، اوقات فراغت، معیارهای خرید و مصرف .

[۱] استادیار گروه انسان شناسی دانشگاه تهران(نویسنده مسؤول) rafatjah@ut.ac.ir

[۲] دانش آموخته‌ی کارشناسی ارشد انسان شناسی دانشگاه تهران

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

مقدمه

اهمیت یافتن سبک زندگی در دنیای امروز با پیدایش جامعه‌ی مصرفی ارتباط دارد. در جامعه‌ی مصرفی تولید انبوه کالا، مصرف انبوه را ایجاب می‌کند. در چنین جامعه‌ای سبک زندگی و مصرف تا آن‌جا اهمیت می‌یابد که هویت افراد و شخصیت و منزلت اجتماعی آن‌ها را بازنمایی می‌کند. هر چه نظام ترجیحات و سلیقه‌ی فرد مدرن‌تر و در نتیجه مصرف گراتر باشد در جامعه‌ی مدرن منزلت و تشخّص بیش‌تری پیدا می‌کند. زیرا ارزش‌هایی که در چنین جامعه ای رواج دارد فردگرایی، مادی گرایی و غلبه‌ی معیارهای ظاهری است که معمولاً جامعه‌ی دینی و افراد دین‌دار به آن بهایی نمی‌دهند؛ زیرا روح دین با مادی گرایی، خودمداری و فردگرایی و اسراف در مصرف مغایرت دارد و همه‌ی ادیان کمابیش انسان را به اعتدال در همه‌ی ابعاد زندگی فرا می‌خوانند.

بیان مسأله

مفهوم «سبک زندگی» طی چند دهه‌ی اخیر توجه صاحب نظران عرصه‌های گوناگون را به خود جلب کرده است. گرچه از یک منظر می‌توان دین را جزیی از فرهنگ معنوی و الهام بخش و سازنده‌ی شیوه‌ی زندگی افراد یک جامعه دانست؛ در رویکردی دیگر می‌توان دین را به عنوان عاملی مستقل و تأثیرگذار بر شکل‌گیری سبک‌های مختلف زندگی لحاظ کرد. مراد از سبک زندگی مجموعه رفتارهای مربوط به حوزه‌ی مصرف فرهنگی و مادی زندگی افراد است که در عرصه‌ی عمل محقق شده و قابل مشاهده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۸۰).

شیوه‌ی مصرف را یکی از مولفه‌های اصلی سبک زندگی دانسته‌اند. هم از این روست که نظریه پردازی درباره‌ی سبک زندگی نیز با بررسی آن آغاز می‌شود. این‌که مردم چقدر، به چه نحوی و چگونه مصرف می‌کنند در شکل‌دهی سبک زندگی آن‌ها بسیار تعیین کننده است؛ زیرا نحوه‌ی مصرف تا حد زیادی انتخاب‌های افراد و دلایل آن را آشکار می‌سازد. مطالعه‌ی کیفیت مصرف، این امکان را فراهم می‌آورد که حتی به ارزش‌ها و نگرش‌های افراد نیز راه یابیم. به‌عبارت دیگر مصرف، نمود خارجی انگاره‌های درونی است که در شکل‌دهی به سایر رفتارها تأثیر دارد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۷).

در این میان مطالعه‌ی توصیفی و تبیینی زمینه‌ها و شرایط زندگی زنان و رویکرد آنان به زندگی و مصرف و این که این رویکرد از چه عواملی نشأت می‌گیرد و چه ارتباطی با باورهای دینی آن‌ها دارد موضوعی است که مطالعه‌ی آن به ویژه در زنان که شکل دهنده‌ی الگوهای زندگی خانوادگی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

هستند و تربیت فرزندان و مدیریت خانواده را به عهده دارند می‌تواند آگاهی بخش باشد، به‌ویژه آن که با رویکردی کل نگرانه و به صورت کیفی انجام گیرد.

در خصوص نقش دین در جامعه‌ی مدرن نظرهای مختلفی ابراز شده است. گروهی از نظریه‌پردازان اجتماعی معتقدند گسترش عقلانیت که اساس تفکر مدرن است، با میدان دادن به تفاوت‌های فردی در تفکر و سبک زندگی، سبب دگرگونی باورها و اعتقادات دینی سنتی شده و این امر به تدریج، به کاهش نقش اجتماعی و سیاسی دین و محدود شدن آن به حوزه‌ی خصوصی افراد منتهی شده است. در مقابل، شماری از متخصصان عرصه‌ی دین، معتقدند نشانه‌ای قوی دال بر سستی دین و اعتقادات دینی افراد و ملازمه‌ای میان مدرنیته و دین گریزی وجود ندارد. به علاوه یافته‌های بسیاری از پژوهش‌ها حاکی از آن است که دین هنوز هم نقشی مهم و تأثیرگذار در شیوه‌ی زندگی و معنادهی به آن ایفا می‌کند.

در این زمینه برآن شدیم که طی پژوهشی میدانی به مطالعه‌ی سبک زندگی و ارتباط آن با میزان و نوع دینداری زنان بپردازیم؛ آن هم در شهر تنکابن که به جهت حضور مستمر گردشگران و نیز در اثر گسترش رسانه‌های رسمی و غیررسمی در معرض تغییرات وسیع ارزشی و نگرشی قرار داشته است.

سؤال عمده‌ی این پژوهش آن است: آیا زنان تنکابنی که هم از طریق گردشگران گوناگون و هم توسط رسانه‌های جمعی که در معرض آشنایی با سبک‌های زندگی مدرن قرار گرفته‌اند، انتخاب‌های زندگی روزمره‌شان را بیش‌تر تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای و معیارهای مدرن انجام می‌دهند و یا براساس باورهای دینی و سنتی خود که مصرف متعادل و کاربردگرایانه را توصیه می‌کند عمل می‌کنند؟ این مطالعه می‌تواند پذیرش یا مقاومت خانواده‌ها را در مقابل این فرهنگ وارداتی و یا نحوه‌ی ترکیب فرهنگ مصرف‌گرای مدرن را با فرهنگ دینی که همواره به اعتدال در مصرف توصیه می‌کند آشکار کند.

اهداف و پرسش‌های پژوهش

هدف از این کار تحقیقی، آن است که با مطالعه‌ای میدانی دریابیم که:

۱ – آیا در شیوه‌ی زندگی زنان تنکابنی، دین و رویه‌های سنتی نقش بیش‌تری دارد یا فرهنگ مدرنی که از طریق رسانه‌ها و گردشگران ترویج می‌شود؟

۲ – آیا در شهر تنکابن اصلاً زمینه و امکان انتخاب سبک زندگی برای زنان وجود دارد؟

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

۳ - آیا میان سبک زندگی و دینداری رابطه وجود دارد؟ به بیان دیگر، آیا گرایش و نوع دینداری بر سبک زندگی زنان تأثیر می گذارد؟

۴ - آیا زنان شاغل به لحاظ نوع و میزان دینداری (در سه بعد اعتقادی، رفتاری و پیامدی) با زنان غیرشاغل تفاوت دارند؟

۵ - آیا سبک زندگی زنان شاغل با زنان غیرشاغل متفاوت است؟

پیشینه‌ی تحقیق

الف-پژوهش‌های داخلی

زینب زادسر در پژوهشی با عنوان **رابطه‌ی دین‌داری و سبک زندگی در زنان تهرانی** با روش پیمایشی بر روی نمونه‌ای شامل ۳۷۰ نفر از زنان ۲۰ ساله به بالای شهر تهران مطالعه کرده است. چارچوب نظری او برگرفته از نظریه‌ی کنش و بر بوده وبرای سنجش ابعاد دینداری از سنجه‌های گلاک و استارک بهره گرفته و سبک زندگی را با توجه به سه مؤلفه‌ی مدیریت بدن، روابط میان شخصی و هنجارهای مصرف مورد سنجش قرار داده است. یافته‌های پژوهش او نشان می‌دهد که از میان متغیّرهای مستقل دینداری، سرمایه‌ی فرهنگی و سن که وجود رابطه‌ی آن‌ها با سبک زندگی تأیید شد، دینداری بیش‌ترین هم‌بستگی را با سبک زندگی داشته است. این محقق در انتها نتیجه گرفته که با کم رنگ شدن اقتدار نهادهای سنتی دینی و رواج انتخابگری فردی در حوزه‌ی دین و ترکیبی شدن اصول اعتقادی، دیگر تنها عامل اثرگذار بر واکنش افراد نسبت به مسائل مختلف اجتماعی، تصمیم‌گیری‌ها و نظرهای سخنگویان نهاد دین نیست و انتخاب ها و تصمیمات افراد از الگوهای فرهنگی جدید نیز تأثیر می پذیرد.

پژوهش چاوشیان(۱۳۸۱) با عنوان **سبک زندگی و هویت اجتماعی** اولین کار جدّی است که در زمینه‌ی سبک زندگی در ایران انجام شده است. وی با این رویکرد که امروزه «طبقه‌ی اجتماعی» نمی‌تواند تمایزهای هویتی افراد را توضیح دهد و حوزه‌ی مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت اجتماعی اهمیت روزافزونی یافته کار خود را آغاز کرده و با استفاده از دیدگاه‌های گیدنز و بوردیو تأثیر عوامل جنسیت، تحصیلات، پایگاه اجتماعی- اقتصادی، سرمایه‌ی فرهنگی و میزان حساسیت دینی را برسبک زندگی مورد مطالعه قرار داده است. یافته‌های تحقیق چاوشیان که در شهر تهران انجام شده حاکی از آن است که سلیقه‌ی هنری با سرمایه‌ی اقتصادی ارتباط ندارد اما با سرمایه‌ی فرهنگی ارتباط دارد. هم‌چنین سرمایه‌ی فرهنگی، تحصیلات و پایگاه

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

اقتصادی- اجتماعی، بر روی سبک زندگی خانواده تأثیر می‌گذارد و سرانجام میزان حساسیت دینی با سبک زندگی ارتباط دارد .

فرهاد گوشبر(۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان **طبقه‌ی اجتماعی و سبک زندگی** به بررسی سبک زندگی در طبقات بالا، متوسط و پایین پرداخته است. از آن‌جا که مؤلفه های سبک زندگی مدرن، استانداردهای بالای مصرف کالاها از جمله مسکن و لوازم زندگی، بالا بودن میزان اشتغال زنان، پایین بودن تعداد فرزندان، اهمیت بیش‌تر آموزش فرزندان و استفاده بیش‌تر از کالا و خدمات تجاری و اوقات فراغت خاص پیش بینی شده چنین نتیجه می‌گیرد که خانواده‌های قشرهای جدید به‌ویژه مدیران و متخصصان در شرایط درآمدی یکسان گرایش بیش‌تری به رفتارهای فوق دارند.

ربانی و رستگار(۱۳۸۷) در پژوهش خود با نام **جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی** که بر روی جوانان شهر شیراز انجام شده ظهور نوعی سبک زندگی مصرف گرایانه در میان جوانان شیرازی و عوامل اجتماعی و فرهنگی آن را مورد مطالعه قرار دادند. رویکرد نظری آن‌ها برگرفته از آرای بوردیو و فدرستون بوده و یافته‌هایشان نشان دهنده‌ی ارتباط دینداری و سبک زندگی و عدم ارتباط پایگاه اقتصادی، اجتماعی با سبک زندگی مصرفی است که حاکی از آن است که افراد طبقات مختلف گرایش یکسانی به سبک زندگی مصرفی داشته‌اند.

شیما نصرتی و ابوالفضل ذوالفقاری نیز در پژوهشی با عنوان**تأثیر میزان دینداری بر سبک زندگی جوانان تهرانی**، به این نتایج دست یافتند که هرچه میزان دینداری پایین‌تراست، سبک های زندگی، مدرن‌تر و هرچه افراد دیندارتر هستند، سبک های زندگی، سنتی‌تر و غیرمدرن‌تر می‌شود. هم‌چنین، میزان دینداری ۶۸ درصد افراد، بالابوده و نسبت بسیارکمی از لحاظ دینداری درسطح پایین قرار داشته‌اند. پایگاه اجتماعی - اقتصادی هم‌بستگی بالایی با میزان دینداری داشته و در نهایت با سبک زندگی نیز رابطه دارد؛ به نحوی که، تنها در۲۶درصد جوانان طبقه‌ی بالا، میزان دینداری بالابوده، درحالی که این رقم برای جوانان طبقه‌ی پایین ۹۵درصد است. این بدین معناست که در افراد دارای پایگاه اجتماعی بالاتر میزان دینداری کمتر و سبک زندگی مدرن‌تر و مصرف گرایانه‌تر بوده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

ب- پژوهش‌های خارجی

کتزگرو[1]، درخصوص ارتباط دین و سبک زندگی نشان داده است که در آلمان، اسراییل و ایتالیا هر قدرکه افراد دیندارترند، کمتر در فعالیت و مصرف فرهنگ متعالی مشارکت می‌کنند، اما در امریکا و سوئد کاملاً بر عکس است. وی مطالعه‌ی خود را در اسراییل به‌صورت جدّی‌تر تکرارکرده و نتیجه گرفت که تفاوت کاملاً معناداری میان سبک زندگی افراد دیندار و افراد دارای گرایش‌های سکولاریستی وجود دارد. بدین معنا که سبک زندگی مدرن و مصرف‌گرا در افراد سکولار رایج تر است (فاضلی،۱۳۸۲: ۶۵).

وثنو[2] از جمله محققانی است که به صورت پیمایشی به دو جنبه پرداخته است؛ به این صورت که از طرفی جنبه‌های گوناگون سبک زندگی و از طرف دیگر نظام معنایی پاسخ‌گویان را نشان داده است. وی تحقیقش را به بررسی رابطه‌ی نظام‌های معنایی و نگرش و تمایل افراد به سبک‌های زندگی خاص محدود می‌سازد و به بررسی تأثیر عملی این نظام‌ها بر رفتار افراد نمی‌پردازد. او چهار نظام معنایی را از هم تمییز داده و مدعی شده که توانسته است تأثیر چشمگیر آن‌ها را در تسهیل یا ممانعت از انواع تجربه‌ی اجتماعی نشان دهد (مهدوی کنی، ۲۱۴:۱۳۸۷).

چارچوب مفهومی پژوهش

در این پژوهش برای مطالعه‌ی دینداری، از الگویی که شجاعی زند معرفی کرده استفاده شده است زیرا؛ با آموزه‌های دین اسلام و شرایط مذهبی جامعه‌ی ایران مطابقت بیش‌تری دارد. شجاعی زند دینداری را تأثیر و تجلی کم یا زیاد دین در ذهن، رفتار و روان افراد معرفی می‌کند که ابعاد پنج‌گانه‌ی: معتقد بودن، مؤمن بودن، اهل عبادت بودن، اخلاقی عمل کردن و متشرع بودن از آن مستفاد می‌شود. برای ساخت سنجه‌های دینداری، علاوه بر ابعاد یادشده می‌توان از نشانه‌ها، آثار و پیامدهای دینداری نیز کمک گرفت؛ مانند: تلاش فرد در افزایش دانش دینی، داشتن ظاهر دینی و برپایی مناسک دینی. در این الگو، اعتقاد و ایمان به عنوان دو بعد از دینداری، از هم تفکیک شده و هم‌چنین، اخلاقیات و شریعت (به معنای مجموعه اوامر صریح و غیرصریح دینی) به عنوان دو بعد دیگر دینداری معرفی شده است (شجاعی زند، ۳۵: ۱۳۸۴).

[1] Katz Gerro
[2] Wuthnow

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

شجاعی زند دینداری را این گونه تعریف کرده است: دینداری صفتی است مربوط به افراد که در آن فرد به الگوها و دستورهای یک دین پایبند است، نگرش خاصی به هستی پیدا می‌کند و شخصیت و کنش هایش از دیگران متمایز می‌شود. بنابراین، دینداری را می‌توان اعتقاد به آموزه‌های دینی، ایمان و دلبستگی به آن‌ها، پایبندی به مناسک، احکام وآداب عملی و تعامل دین پسند با دیگران (اخلاقیات) دانست (همان: ۳۶).

موضوع مطالعه‌ی این پژوهش یعنی سبک زندگی را با استفاده از رویکرد بوردیو به سبک زندگی و بر اساس مؤلفه‌هایی که او برای این مفهوم معرفی کرده مورد مطالعه قرار داده ایم. بوردیو سبک زندگی را مجموعه‌ی رفتارهای منسجمی تعریف می‌کند که عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش قرار می‌دهد، در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است و الزاماً برای همگان قابل تشخیص نیست. در این رویکرد، سبک زندگی، شامل فعالیت های نظام‌مندی است که از ذوق و سلیقه‌ی فرد ناشی می‌شود و جنبه‌ی عینی و خارجی دارد و در عین حال که به فرد هویت می‌بخشد میان قشرهای مختلف اجتماعی نیز تمایز ایجاد می‌کند. سبک زندگی در عرصه‌هایی چون نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، نوع پوشش و خوراک و در مصرف کالاهای فرهنگی و نظام ترجیحات افراد نمایان می‌شود. نکته‌ی مهم این است که سبک زندگی بر حول محور مصرف سامان می‌یابد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۹).

از نظر بوردیو، دین سه نوع سرمایه را در اختیار افراد قرار می‌دهد: در وهله‌ی نخست دین مشتمل بر یک جهان بینی و نظام معنایی است که نوعی سرمایه‌ی فرهنگی را در اختیار افراد می‌گذارد. دوم آن که، دین دارای یک نظام نمادی و دارای شعائر است که به پیروان خود سرمایه‌ای نمادین می‌بخشد و سوم، دین دارای گروه یا اجتماعی از پیروان (امت) و هم‌چنین نهاد و سازمانی نسبتاً منسجم (از روحانیان) است که سرمایه‌ای اجتماعی در هر جامعه پدید می‌آورد (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۲۱).

بوردیو نظریه‌ای منسجم درباره‌ی شکل گیری سبک های زندگی ارائه کرده است. مطابق مدلی که وی ارائه می‌کند: شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاصی منجر می‌شود. منش، مولّد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها (سلیقه‌ها). نتیجه‌ی نهایی تعامل این دو نظام سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاصی است. سبک

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

زندگی ترجیحات تجسّم یافته‌ی افراد است که به عمل در آمده و قابل مشاهده می‌شود (همان: ۴۵).

بر اساس این رویکرد افرادی که در یک جامعه یا فضای اجتماعی مدرن زندگی می‌کنند بسته به نوع و میزان سرمایه‌هایی که در اختیار دارند دارای سلیقه‌ها و منش‌های متفاوتی می‌شوند که اساس انتخاب‌های زندگی روزمره‌ی آن‌ها را تشکیل می‌دهد و به سبک خاصی از زندگی می‌انجامد و سبک زندگی را در نحوه خرید و مصرف و چگونگی گذران اوقات فراغت و شبکه‌ی روابط اجتماعی می‌توان مشاهده کرد.

بنابراین با توجه به جامعیت رویکرد بوردیو به سبک زندگی و اهمیتی که او به انواع سرمایه در ایجاد سبک خاصی از زندگی می‌دهد و با عنایت به این که او دین و پایبندی دینی را یکی از سرمایه‌های فرهنگی به شمار می‌آورد برای مطالعه‌ی تأثیرات دینداری برسبک زندگی از رویکرد و مفاهیم بوردیویی استفاده کرده‌ایم.

روش تحقیق

این پژوهش، از تلفیقی از فنون و روش‌های کمّی و کیفی برای گردآوری و تحلیل داده‌ها سود جسته است. کیفی و از نوع توصیفی؛ تبیینی است، از این جهت که با استفاده از فنون مشاهده و مصاحبه به مطالعه‌ی میدانی و گردآوری و ثبت داده‌های مورد نیاز پرداختیم، از این جهت کمّی است که هم‌چنین از پرسش‌نامه برای ثبت منظم داده‌های عینی و مشاهده پذیر و نیز برای تکمیل داده‌های مصاحبه بهره برده‌ایم.

میدان مطالعه‌ی ما شهر تنکابن بوده که در استان مازندران قرار دارد. این منطقه که از مناطق خوش آب و هوای شمال کشور است هم از طریق گردشگران گوناگون و هم توسط رسانه های جمعی در معرض آشنایی با سبک‌های زندگی مدرن قرار گرفته است. تنکابن یک شهر توریستی با طبیعتی زیباست که طی بیست سال گذشته از محل محصولات کشاورزی و توریسم به رشد نسبتاً بالایی دست یافته است. مردم تنکابن در گذشته از تکنولوژی و رسانه‌ها بهره‌ی چندانی نداشتند، اما امروزه تکنولوژی و رسانه‌ها جایگاه بسیار بالایی در میان خانواده‌های تنکابنی دارد. هدف ما از این پژوهش آن است که دریابیم که زنان تنکابنی در حال حاضر با توجه به این شرایط چه سبکی از زندگی را در پیش گرفته‌اند؟ آیا انتخاب‌های زندگی روزمره‌ی‌شان را بیش‌تر تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای و معیارهای مدرن انجام می‌دهند و یا طبق سنت‌ها و الگوهای پیشین خود عمل می‌کنند؟

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

و باورها و ارزش‌های دینی و اعتقادی چه نقشی در این انتخاب‌ها دارد؟

افراد مورد مطالعه از زنان متأهل شاغل و غیرشاغل ۲۵ تا ۶۰ ساله یکی از محلات شهر تنکابن به صورت هدف‌مند انتخاب شده اند و در منزل آن‌ها با آنان مصاحبه شده است تا برخی از ویژگی‌های قابل مشاهده‌ی سبک زندگی نیز در آن قابل ثبت باشد. در انتخاب افراد نمونه، دو عامل و به عبارت دیگر دو معیار گرایش مذهبی و اشتغال را که در مشاهده‌ها و مطالعات اولیه تأثیرشان بر سبک زندگی تأیید شد، مدّنظر قرار دادیم. در نتیجه بر اساس این دو معیار، نمونه‌ی مورد مطالعه چهار تیپ یا گروه را در بر می‌گیرد که در هر تیپ حداقل ۱۰ نفر مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. درجدول زیر ویژگی هر تیپ ذکر شده است.

شاغل		غیرشاغل	
مذهبی	غیرمذهبی	مذهبی	غیرمذهبی
۱۳ نفر	۱۱ نفر	۱۵ نفر	۱۱ نفر

هم‌چنان که ذکرشد این پژوهش با رویکردکیفی و با مجموعه‌ای از فنون (مشاهده، مصاحبه و پرسش‌نامه) و روش‌های تحلیل(کمّی و کیفی) انجام گرفته است. اطلاعاتی که از طریق مشاهده‌نامه ثبت شد شامل مواردی است که حین گفتگو مورد مشاهده قرار گرفته وسطوح عینی و قابل رؤیت خود مصاحبه‌شونده و محل مصاحبه را شامل می‌شود؛ از جمله اطلاعات مربوط به ظاهر فرد از نظر نوع پوشش و آرایش، چگونگی سخن گفتن، طرز نگاه و حرکت اندام را و نیز اطلاعاتی مربوط به نحوه‌ی دکوراسیون و چیدمان منزل، لوازم خانه و جدید یا قدیمی بودن آن‌ها.

از آن‌جا که با مشاهده‌ی صرف سطح ظاهری تجربیات و اعمال افراد نمی‌توان به ساختارهای ژرف ذهن آن‌ها پی برد لازم بود که در کنار مشاهده، از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساخت یافته استفاده کنیم؛ زیرا در مصاحبه به ویژه مصاحبه‌های نیمه‌ساخت یافته و باز است که مصاحبه‌شونده می‌تواند از خودش بیش‌تر بگوید و پژوهش را از سطح ظاهری و بیرونی به ساختارهای درونی بکشاند. محورهایی که برای مصاحبه در زمینه‌ی پرسش‌های اصلی پژوهش طراحی و به بحث گذاشته شد، به شرح زیر بوده است:

۱ - به نظر شما فراغت چه معنایی دارد و نوع فراغت مطلوب شما چیست؟ دوست دارید کـه در فراغت خود به چه کارهایی بپردازید؟

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

۲ - نوع روابط اجتماعی شما چگونه است؟ بیش‌تر با چه کسانی رفت و آمد دارید؟ چه میزان از رفت و آمدهایتان مطابق میل و علاقه‌ی شماست؟ چه کسی رفت و آمدها را ترتیب می‌دهد؟

۳ - تقسیم کار خانگی در منزل شما چگونه است؟ کارها و امور منزل به عهده‌ی چه کسی است؟ همسرتان چقدر در کارهای خانه مشارکت می‌کند؟

۴ - نحوه‌ی خرید و مصرف و تصمیم‌گیری در این زمینه در منزل شما به عهده‌ی کیست؟ ضرورت خرید یک چیز را در منزل چه کسی معین و مشخص می‌کند؟ معیارهای شما برای خرید یک کالا چیست؟

۵ - چقدر به نماز و روزه‌ی ماه رمضان پایبندید و حجاب شما نزد نامحرمان چگونه است؟

۶ - چقدر دعا و قرآن می‌خوانید؟

۷ - به نظر شما سبک زندگی مؤمنان چگونه باید باشد؟

در پژوهش حاضر پس از این که مصاحبه‌ها به‌طور کامل پیاده و مکتوب شد، برای تحلیل داده‌های آن ابتدا پاسخ‌ها به صورت باز کدگذاری و سپس بر اساس مضامین مشترک شناسایی شده در آن‌ها در ذیل محدودتر و مشخص‌تری جای داده شدند . از آن‌جا که در جریان کدگذاری باز داده‌ها، پدیده‌ها در قالب مفاهیم درمی‌آیند، برای رسیدن به این هدف باید ابتدا داده‌ها را از هم مجزا کرد و سپس عبارت‌ها را براساس واحدهای معنایی دسته‌بندی کرد و در ذیل مفاهیم کلی‌تری جای داد (فلیک: ۱۳۸۸: ۳۳۰)

برای تکمیل داده های مورد نیاز علاوه بر مشاهده و مصاحبه از پرسش‌نامه نیز استفاده شد و اطلاعات زمینه‌ای و سایر داده‌های عینی و نیز داده‌های تکمیلی توسط پرسش‌نامه به شیوه‌ای منظم گردآوری و تحلیل شده است. در پژوهش کیفی برای آشنایی با همه‌ی جنبه ها و زمینه‌های موضوع مورد بررسی پژوهش‌گر می‌تواند پس از اجرای مصاحبه، پرسش‌نامه‌های تهیه شده را در اختیار افراد قرار دهد تا آن را تکمیل کنند. مزیت این روش آن است که وقتی داده‌هایی که به شیوه‌های گوناگون گردآوری شده را با هم مقایسه می‌کند، موارد ابهام برطرف و تحلیل های قانع کننده‌تر و معتبرتری تولید می‌شود (فلیک: ۱۳۸۸ :۴۲).

تعریف مفاهیم مهم پژوهش: یکی از مفاهیم مهم این پژوهش، دینداری و پایبندی دینی است که عبارت است از التزام عملی و ذهنی به باورهای دینی (اسدی، ۱۳۸۳: ۸). به عبارت دیگر دین‌داری عبارت است از پایبندی و آگاهی از اصول و شعائر یک مذهب، به گونه‌ای که این پیروی بر زندگی فردی و اجتماعی تأثیر گذار باشد (همان: ۱۵). دینداری یک مفهوم چندوجهی است و

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

به راحتی با یک معیار و شاخص نمی‌تواند مورد مطالعه معتبر و علمی قرار گیرد (میرسندسی، ۱۳۹۰: ۸۳). از این رو پرسش‌های مربوط به دینداری و میزان پایبندی دینی هم در مصاحبه و هم در پرسش‌نامه لحاظ شده است.

مفهوم مهم دیگر ما، سبک زندگی است که طبق تعریف بوردیو مجموعه‌ای از ذائقه‌ها، باورها و کردارهای نظام‌مندی است که سبب تمایز گروه‌های اجتماعی می‌شود (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۱۶۳). اما نکته‌ی مهم این است که سبک زندگی در صورت تعدد گزینه‌ها و امکان انتخاب فرد از میان آن‌هاست که معنا پیدا می‌کند. نتیجه آن که سبک زندگی آن‌گونه رفتارهایی را که مردم حق انتخاب بدیلی برای آن‌ها ندارند، شامل نمی‌شود. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۱). سبک زندگی در این پژوهش، شامل متغیّرهای رویکرد به فراغت و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت، شبکه و نوع روابط اجتماعی، تقسیم کار خانگی، نحوه‌ی خرید و معیارهای خرید و مصرف کالا بوده است.

میزان سرمایه‌ی فرهنگی فرد نیز توسط میزان تحصیلات، میزان مطالعه‌ی کتاب و روزنامه، علاقه‌مندی به مطالعه، نوع کتاب ها و روزنامه‌های مورد علاقه، میزان تماشای تلویزیون، نوع برنامه‌های مورد علاقه در ماهواره، نوع برنامه های تلویزیونی مورد مطالعه قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

سؤال محوری این پژوهش آن است که آیا گرایش و پایبندی دینی بر روی شیوه و سبک زندگی افراد و انتخاب‌هایی که آن‌ها در زمینه‌های مختلف زندگی روزمره‌ی شان دارند تأثیرگذار است یا خیر. از این گذشته از آن‌جا که پژوهش‌های پیشین (برای مثال امینی، ۱۳۸۶، قربانی،۱۳۸۸) نشان می‌دهد که اشتغال از عوامل مداخله‌کننده‌ای است که بر سبک زندگی زنان (الگوهای خرید و مصرف، نوع روابط اجتماعی ، نحوه‌ی تقسیم کارخانگی و چگونگی گذران فراغت) تأثیر دارد. در این پژوهش این مسأله را مورد واکاوی قرار داده‌ایم تا دریابیم اشتغال چه نقشی در شیوه‌ی زندگی زنان مورد مطالعه داشته است و آیا سبک زندگی زنان شاغل با زنان غیرشاغل متفاوت است یا خیر.

بدین منظور یافته‌هایی را که توسط فنون مختلف از جمله مشاهده، مصاحبه و پرسش‌نامه گردآوری شده در کنار یک‌دیگر قرار داده‌ایم تا از طریق مقایسه در تیپ‌های گوناگون زنان به پرسش‌های فوق پاسخ دهیم.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

از مجموع مصاحبه‌های کیفی و سایر داده‌های تکمیلی که در زمینه‌ی پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش طراحی و اجرا شد، به نتایج ارزشمندی دست یافتیم که به‌طور خلاصه در زیر آمده است:

تیپ اول: زنان شاغل مذهبی

در این تیپ با ۱۳ نفر از زنان مصاحبه شده است که در سنین ۲۶ تا ۵۲ سالگی قرار داشته و اکثرا دارای تحصیلات عالی بوده اند. غالب این زنان رویکردی انفعالی به فراغت داشته‌اند و آن را زمانی برای استراحت و کار نکردن معنا کرده‌اند. در این تیپ از افراد مورد مطالعه اشتغال و پایبندی دینی سبب نگاه خلّاقانه و فعّالانه به اوقات فراغت نشده است. زنان این تیپ در زمان فراغت‌شان به مطالعه‌ی کتاب های مذهبی و علمی، گردش خانوادگی و سرگرمی با فرزندان و کار با اینترنت می پردازند.

اکثر زنان شاغل مذهبی که دارای تحصیلات دانشگاهی نیز بوده‌اند با افراد خانواده و فامیل درجه‌ی یک خود و همسران شان رفت و آمد می‌کنند و رفت و آمد کمتری دارند. به نظر می‌رسد اشتغال و تحصیلات دانشگاهی زنان این تیپ تأثیری بر روی شبکه‌ی روابط اجتماعی‌شان نداشته است و گرایش دینی این زنان بیش‌تر تأثیرگذار بوده است. هم‌چنین زنان شاغل مذهبی در تعیین معاشران و میزان و نوع روابط اجتماعی شان از قدرت انتخاب و تصمیم گیری برخوردار بوده‌اند و با این که به سبب تحصیلات دانشگاهی و اشتغال دایره‌ی آشنایان و دوستان و معاشران شان نسبت به زنان غیرشاغل گسترده‌تر است، رفت و آمدهایشان عمدتاً خانوادگی و سنت گرایانه و بیش‌تر محدود به اقوام درجه‌ی اول است. به علاوه این زنان اکثراً با توافق و اجازه‌ی همسران شان رفت و آمد می‌کنند. بنابراین، اشتغال و تحصیلات دانشگاهی سبب رشد فردیت و دگرگونی نوع روابط اجتماعی آنان نشده است و به نظر می‌رسد که مذهبی بودن و آموزه‌های دینی (مبنی بر محوریت هویت خانوادگی در زنان) در این زمینه تأثیر بیش‌تری داشته است.

هرچند در زنان شاغل مذهبی مسؤولیت همه‌ی کارهای خانه به عهده زنان است، غالب آن‌ها از کمک همسران شان در کارهای خانگی برخوردارند. در واقع می‌توان چنین گفت که اشتغال زنان این تیپ و کار مضاعف آن سبب شده است که همسران شان نیز در انجام کارهای منزل مشارکت کنند؛ بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که اشتغال می‌تواند یکی از عوامل تعدیل کننده در تقسیم جنسیتی کار خانگی باشد.

در مورد معیارها و نحوه‌ی خرید و مصرف باید گفت بیش‌تر مصاحبه شوندگان این تیپ، در خرید کالا به معیارهای کاربردی اجناس و کالاها مانند کیفیت، ایرانی بودن، جنس و قیمت آن

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

توجه می‌کنند و به تبلیغات و مدهای بازار مانند زیبایی ظاهری و مارک و لوکس بودن کالا بهای چندانی نمی‌دهند و بنابر آموزه‌های دینی معتقدند باید از خریدهای غیرضروری و اسراف و تجمل‌گرایی دوری کنند.

تیپ دوم: زنان غیرشاغل مذهبی

افراد مورد مصاحبه در این تیپ ۱۵ نفر بودند که در سنین ۳۰ تا ۶۰ سالگی قرار داشته و اکثراً دارای تحصیلات دیپلم و زیردیپلم بوده‌اند. بیش‌تر افراد این تیپ مانند زنان شاغل مذهبی رویکردی منفعلانه و سنتی نسبت به فراغت دارند و فراغت را به معنای زمان بیکاری، دانسته اند. بنابراین اشتغال تأثیری بر روی رویکرد زنان مذهبی به اوقات فراغت نداشته است، هم‌چنین، تحصیلات نیز بر این رویکرد تأثیرگذار نبوده است؛ چرا که زنان دارای تحصیلات عالی و فاقد آن رویکرد مشابهی به فراغت اظهار کردند. نوع فراغت مطلوب اکثر افراد این تیپ، تماشای تلویزیون بوده است. برخلاف تیپ گذشته که نوع فراغت مطلوب شان، مطالعه بوده است. تفاوتی که میان این دو تیپ از نظر اشتغال و تحصیلات عالی وجود دارد نوع فراغت مطلوب آن‌ها را متفاوت کرده و اگرچه هردو به فراغت های درون خانگی و منفعلانه تمایل دارند، فراغتی که با مطالعه سپری می‌شود می‌تواند متضمّن رضایت خاطر و رشد فکری و اجتماعی بیش‌تری باشد تا فراغتی که صرفاً با تماشای تلویزیون پر می‌شود. در هر حال عامل مشترک پایبندی دینی در زنان دو تیپ اول سبب شده که آنها به فراغت‌های درون خانگی و جمعی گرایش بیش‌تری داشته باشند.

هم‌چنین اکثر زنان این تیپ مانند تیپ قبلی، با خانواده و فامیل درجه‌ی یک خود و همسرشان رفت و آمد می‌کنند و کمتر با دوستان رفت و آمد دارند و در عین حال رفت و آمدهایشان را مطابق میل و علاقه‌ی خود و غیرتحمیلی توصیف و تأکید کرده‌اند که همیشه با توافق با همسران خود رفت و آمد می‌کنند.

بنابراین در خانم‌های مذهبی چه شاغل باشند چه غیرشاغل چه تحصیلات دانشگاهی داشته باشند و چه نداشته باشند، رفت و آمد با دوستان کمتر است. و تصورّشان این است که رفت و آمدهای آنان بایستی در چارچوب خانواده و اقوام نزدیک و همراه با اعضای خانواده‌ی شان صورت گیرد و در غیر این صورت بهتر است که حضوری تمام وقت در خانه داشته باشند و به امور همسر و فرزندان خود بپردازند یا خود را با مطالعه و کارهای دستی و... سرگرم کنند.این زنان بر اساس آن چه از آموزه‌های دینی کسب کرده‌اند هویت خود را در ذیل خانواده تعریف کرده و سعی دارند که حضور حداکثری در خانه داشته و نیازهای همسر و فرزندان خود را مقدم بشمرند

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

و توجه کمتری به خود و نیازها و خواسته‌های فردی شان بکنند. در نتیجه در نزد این زنان اساساً فردیتی که لازمه‌ی فراغت دل‌خواهانه، فردگرایانه و به دور از التزام‌های گوناگون اجتماعی و خانوادگی است شرایط امکان و بروز پیدا نکرده است.

شایان ذکر است که زنان مذهبی غیرشاغل کمتر از کمک همسرانشان در کارهای خانگی برخوردار می‌شوند. در نتیجه می‌توان اظهار کرد که اشتغال زنان حتّی در زمینه‌های مذهبی، سبب تعدیل تقسیم جنسیتی کار خانگی می‌شود. هم‌چنین اکثر زنان این تیپ مانند تیپ قبلی، هنگام خرید اجناس و کالاها به معیارهای کاربردی مانند قیمت، کیفیت و جنس توجه بیش‌تری دارند تا به معیارهایی مانند دارای مارک معتبر بودن، مدروز بودن و لوکس و زیبا بودن آن. به‌نظر می‌رسد که مذهبی بودن این زنان باعث دوری آنان از اسراف و تجمّل گرایی و اهمیت بیش‌تر کارایی و کیفیت کالا در نظر آن‌ها می‌شود. بنابراین آن چه تأثیر بیش‌تری بر الگوهای خرید و مصرف این افراد دارد پایبندی دینی بوده است و اشتغال، درآمد مستقل، و نیز تحصیلات عالی و آشنایی با سبک های جدید زندگی و مصرف نیز سبب رواج معیارهای مدگرایانه و خریدهای غیرضروری در زنان مذهبی مورد مطالعه نشده است.

تیپ سوم: زنان شاغل غیرمذهبی

در این تیپ با ۱۱ نفر مصاحبه شده که در سنین ۲۸ تا ۴۸ سالگی قرار داشته و بیش‌تر دارای تحصیلات لیسانس بوده‌اند. اکثر این زنان نیز رویکردی انفعالی و سنتی نسبت به فراغت ابراز کردند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اشتغال، تحصیلات دانشگاهی و دینداری تغییری در رویکرد زنان مورد مطالعه به اوقات فراغت ایجاد نکرده است.

نوع فراغت مطلوب بیش‌تر افراد این تیپ، دید و بازدید با اقوام و دوستان است. در مقایسه‌ی زنان شاغل مذهبی و زنان شاغل غیرمذهبی به لحاظ نحوه‌ی گذران فراغت در می‌یابیم که فراغت مورد علاقه‌ی مذهبی‌ها مطالعه و فراغت مورد علاقه‌ی غیرمذهبی ها دید و بازدیدهای فامیلی و دوستانه بوده است و غیرمذهبی‌ها علاقه‌ی کمتری دارند که در اوقات فراغت در خانه بمانند. به نظر می‌رسد که عامل دینداری بر نحوه‌ی گذران فراغت تأثیر دارد و زنان مذهبی نوع فراغت مطلوبشان با زنان غیرمذهبی متفاوت است. در واقع می‌توان گفت که زنان غیرمذهبی نگاه مدرن‌تری به فراغت دارند و تمایلی به فراغت‌های انفعالی و درون خانگی ندارند و علاوه بر اقوام به دید و بازدید با دوستان نیز می‌پردازند. ارزش‌ها و نگرش‌ها و آرمان‌های متفاوت دو تیپ مذهبی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

و غیرمذهبی سلیقه فرهنگی متفاوت و در نتیجه گزینه‌های فراغتی متفاوتی را در آنان پدید می‌آورد.

به لحاظ نوع روابط اجتماعی اکثر افراد این تیپ هم معاشرت جمعی با فامیل دارند هم با دوستان خود رفت و آمد می‌کنند. برخلاف دو تیپ گذشته که مذهبی بودند و رفت و آمدی با دوستان‌شان نداشتند، افراد این تیپ با دوستان خود نیز معاشرت می‌کنند و از این نظر فرد گراتر و مدرن‌تر از مذهبی ها هستند. رفت و آمدهایشان را نیز مطابق میل و علاقه‌ی خودشان دانسته‌اند. این داده نشان می‌دهد که زنان مورد مطالعه‌ی ما صرف نظر از اشتغال و گرایش دینی‌شان جایگاه مهمی درخانواده ها دارند و نظر آنها برای سایر اعضای خانواده ارزشمند است؛ در نتیجه غالب زنان تنکابنی مورد مطالعه از اختیار برای تصمیم‌گیری در مورد نوع و میزان روابط اجتماعی برخوردارند و با اجبار و تحمیل کاری را انجام نمی‌دهند. در نتیجه می‌توانند با اعمال نظرهای و تصمیم‌گیری‌هایشان بر روی سبک و شیوه‌ی زندگی خود و سایر اعضای خانواده تاثیر بگذارند.

برخلاف دو تیپ گذشته که زن و شوهر بنا بر اظهارات زنان مورد مطالعه به صورت توافقی و با مشورت هم تصمیم به رفت و آمد می‌گرفتند، اکثر زنان این تیپ گفته‌اند که خودشان رفت و آمدها را ترتیب می‌دهند. مقایسه‌ی این زنان با تیپ اول که آنها نیز شاغل و دارای تحصیلات عالی هستند نشان می‌دهد غیرمذهبی بودن این زنان باعث شده است که همراهی و توافق همسر در رفت و آمدها برای آنان چندان مهم نباشد و خودشان برای رفت و آمدهای‌شان تصمیم گیری کنند. استفاده‌ی بیش‌تر از واژه من در محاورات زنان این تیپ نشانه‌ی توجه بیش‌تر آن‌ها به علایق و خواسته های فردی و جوانه‌های بروز فردیت در آن‌هاست.

در مورد تقسیم جنسیتی کار خانگی در میان افراد این تیپ باید گفت که مانند تیپ شاغل مذهبی، تمامی همسران این زنان در انجام کارهای خانه کمک و مشارکت می‌کنند. احتمالاً به سبب کار مضاعف زنان در عرصه‌های شغلی و خانوادگی و محدودیت زمان آن‌ها برای انجام کارهای خانگی است. بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که اشتغال می‌تواند عامل مهمی در تعدیل تقسیم جنسیتی کار در محیط خانه و جامعه باشد.

هم‌چنین زنان شاغل غیرمذهبی برخلاف دو تیپ گذشته،هنگام خرید یک کالا هم به کارآمدی و دوام و قیمت آن توجه دارند و هم به معتبر بودن مارک و زیبایی و مد روز بودن آن. اگرچه افراد این تیپ مانند زنان دو تیپ اول که مذهبی بودند به پرهیز از اسراف تأکیدی نکرده‌اند؛ تبعیت صرف از الگوهای مدگرایانه و خریدهای تفنّنی را نیز تأیید نمی‌کنند. با مقایسه‌ی افراد این تیپ با

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

تیپ غیرشاغل و غیرمذهبی در این محور می‌توان نتیجه گرفت اشتغال زنان می‌تواند به عنوان عاملی بازدارنده از خریدهای تجملی و تفنّنی عمل کند.

تیپ چهارم: زنان غیرشاغل غیرمذهبی

در این تیپ ۱۱ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند که در سنین ۲۷ تا ۵۴ سالگی قرار داشتند و اکثر این زنان دارای دیپلم بودند. افراد این تیپ نیز مانند تیپ‌های قبلی، فراغت را زمان بی‌کاری دانسته رویکردی انفعالی و سنتی نسبت به فراغت دارند. شایان توجه است که در تمام این تیپ‌ها، صرف نظر از شاغل بودن یا نبودن، تحصیلات داشتن یا نداشتن، مذهبی بودن یا نبودن آنان، رویکرد به فراغت تفاوتی نداشته، بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که اشتغال، تحصیلات دانشگاهی و دینداری در برداشت و رویکرد زنان تنکابنی مورد مطالعه به فراغت ایجاد نکرده است و چه بسا که زندگی در یک شهر کوچک و در محیطی نسبتاً سنتی سبب این رویکرد شده باشد.

نوع فراغت مطلوب بیش‌تر خانم‌های این تیپ مانند تیپ گذشته، دید و بازدید با اقوام و دوستان ذکر شده است. بنابراین، شاغل بودن و تحصیلات دانشگاهی تفاوتی در نحوه‌ی گذران اوقات فراغت زنان مورد مطالعه ایجاد نکرده است ، چون زنان تیپ سوم که شاغل و دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند نیز بخش عمده‌ای از فراغت خود را به دید و بازدید با اقوام و دوستان می‌گذرانند. در نتیجه، به‌نظر می‌رسد عامل مشترک و تأثیرگذار در این زمینه غیرمذهبی بودن زنان این دو تیپ بوده که باعث شده توجه بیش‌تری به علایق فردی خود داشته باشند و در اوقات فراغت خود از خانه بیرون بروند و با دوستان خود نیز ملاقات کنند که که فراغت‌هایی فعّالانه و برون گرایانه و نسبتاً مدرن به شمار می‌آیند.

به لحاظ نوع روابط اجتماعی اکثر زنان این تیپ مانند تیپ قبلی یعنی زنان شاغل غیرمذهبی، با افراد فامیل و با دوستان به یک اندازه رفت و آمد می‌کنند. برخلاف دو تیپ اول که مذهبی بودند و رفت و آمدی با دوستان نداشتند، در این زمینه اشتغال و تحصیلات دانشگاهی نیز تفاوتی در نوع روابط اجتماعی زنان مورد مطالعه ایجاد نکرده است و زنان غیرمذهبی چه شاغل و دارای تحصیلات عالی و چه غیرشاغل و بدون تحصیلات عالی، هم با افراد فامیل و هم با دوستان شان رفت و آمد دارند. بنابراین می توان چنین نتیجه گیری کرد که آن‌چه سبب این تشابه شده میزان گرایش و پایبندی دینی بوده است.

همچنین بیش‌تر افراد این تیپ ذکر کرده اند که رفت و آمدهای‌شان مطابق میل و خواسته‌ی خودشان است و اجباری در آن ندارند. اما از نظر اهمیت دادن به توافق و رضایت همسرشان در

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

تصمیمات مربوط به رفت و آمدهای‌شان به افراد دو تیپ اول شباهت دارند و همانند زنان مذهبی عمل می‌کنند و با توافق و رضایت همسران خود تصمیم به رفت و آمد می‌گیرند. به نظر می‌رسد که آنچه سبب این تشابه (یعنی وابستگی به توافق و تصمیمات همسر در رفت و آمدها) شده پایبندی دینی نبوده؛ چرا که هم زنان مذهبی دوتیپ اول و هم زنان این تیپ که غیرمذهبی هستند در رفت و آمدهای‌شان به توافق همسر و رضایت و همراهی او تأکید بیش‌تری کرده‌اند و از آن جا که به لحاظ تحصیلات و موقعیت شغلی تشابه بیش‌تری با تیپ دوم یعنی زنان مذهبی غیرشاغل دارند یعنی هم سطح تحصیلات‌شان پایین و هم غیر شاغل بوده اند این نتیجه یعنی وابستگی به تصمیم‌گیری و همراهی همسر در رفت و آمدهای‌شان احتمالاً به سرمایه‌های مادی و فرهنگی کمتر و در نتیجه استقلال مادی و شخصیتی کمتر آن‌ها ارتباط دارد.

درباره‌ی تقسیم کار خانگی در میان افراد این تیپ باید گفت که مانند تیپ غیرشاغل مذهبی، میزان کمکی که همسران این زنان در کارهای خانه می‌کنند به اندازه‌ی زنان شاغل نیست برخی از آن‌ها نیز اصلاً کمک نمی‌کنند.

درباره‌ی نحوه‌ی خرید و مصرف و معیارهای آن در میان افراد این تیپ باید گفت که اکثر زنان این تیپ مانند افراد تیپ دوم یعنی زنان مذهبی غیرشاغل، ضرورت خرید را به‌ویژه در زمینه‌ی پوشاک و وسایل خانگی، خودشان تعیین می‌کنند. هم‌چنین، از مجموع مصاحبه‌هایی که در افراد این تیپ به عمل آمده می‌توان نتیجه گرفت که تشخیص و تصمیم‌گیری زنان در این تیپ نیز هم‌چون سایر تیپ‌ها در خرید کالاهای مصرفی و بادوام برای خانواده و افراد آن نقشی تعیین‌کننده دارد و معمولاً به اجرا در می‌آید. و در مجموع از نتایج مطالعه‌ی ما چنین بر می‌آید که زنان تنکابنی مورد مطالعه می‌توانند نقش تعیین کننده‌ای در سبک زندگی و الگوهای مصرف خانواده برجای بگذارند.

در زمینه‌ی معیارهای گزینش و خرید کالا اکثر خانم‌های این تیپ، به معیارهای مدگرایی و کاربردی کالاها مانند رنگ و قیمت به یک اندازه اهمیت می‌دهند. مجموع داده های حاصل از مصاحبه و مشاهده نشان می‌دهد که افراد این تیپ، که به سبب حضور بیش‌ترشان در خانه بیش‌تر در معرض تأثیر رسانه‌ها و تبلیغ کالاهای جدید قرار دارند و در اثر فقدان تحصیلات قدرت نقّادی و ایستادگی در مقابل مصرف‌گرایی‌های جدید را ندارند در خریدهای‌شان به معیارهای مدگرایانه و زیبایی شناختی هم توجه می‌نمایند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که اشتغال، تحصیلات دانشگاهی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

و دین‌داری بر میزان مدگرایی و معیارهای خرید و مصرف کالا تأثیرگذار است و سبب کاهش مصرف‌های تجمّلی، غیرضروری و مدگرایانه در زنان می‌شود.

نتایج حاصل از پرسش‌نامه

در رویکرد کیفی به پژوهش‌های اجتماعی به‌ویژه انسان‌شناختی معمولاً از فنون متعددی برای شناسایی لایه‌های مختلف موضوع مورد مطالعه استفاده می‌شود داده‌های حاصل از کاربرد فنون مختلف هم‌دیگر را تکمیل می‌کنند و شناخت معتبرتری از موضوع به دست می‌دهند از آن جا که موضوعات مورد مطالعه در این پژوهش یعنی سبک زندگی و دینداری دارای ابعاد متعددی است که احاطه به آن صرفاً از طریق مصاحبه امکان‌پذیر نیست، در کنار این فن از مشاهده و پرسش‌نامه با تدوین شاخص‌های ترکیبی و مقیاس‌های چندگویه‌ای به تکمیل و وارسی داده‌های حاصل از مصاحبه اقدام کردیم؛ اما از آن‌جا که نمونه‌ی مورد مطالعه غیر احتمالی بوده و به‌صورت هدف‌مند انتخاب شده تنها توصیف و تبیین عوامل مورد مطالعه در نمونه مد نظر ما بوده نه استنباط؛ در نتیجه تنها شدّت و وجود رابطه میان متغیّرها را مورد سنجش قرار داده‌ایم.

تحلیل‌های کمّی و نتایج پرسش‌نامه حاصل از پرسش‌نامه به گونه‌ای دقیق تر مؤیّد نتایج کیفی بوده و نشان می‌دهد که میان دینداری و سبک زندگی رابطه‌ی معکوس وجود دارد. شدّت این رابطه قابل توجه بوده است و میزانش ۰/۳۷۲- است. در واقع،گرایش و پایبندی دینی بر سبک زندگی زنان و مؤلفه‌های آن مانند (نحوه‌ی خرید و مصرف کالاها، نحوه‌ی گذران اوقات فراغت و نوع روابط اجتماعی) تأثیر می‌گذارد؛ به‌عبارت دیگر، هرچه میزان دینداری بالاتر رود شیوه‌ی زندگی سنتی تر و مقاومت در برابر سبک های مدرن زندگی بیش‌تر خواهد بود. و هر چه میزان دینداری پایین‌تر باشد سبک زندگی مدرن‌تر است. هم‌چنین به این نتیجه مهم رسیدیم که میان اشتغال و سبک زندگی هم هم‌بستگی مستقیم و قابل توجهی وجود دارد که شدّتش ۰/۳۹۰ است. به عبارت دیگر، سبک زندگی زنان شاغل با زنان غیرشاغل در مؤلفه‌های آن مانند (نحوه‌ی گذران اوقات فراغت، شبکه‌ی روابط اجتماعی، تقسیم کار در منزل و نحوه‌ی خرید و مصرف و معیارهای آن) متفاوت است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

جدول شماره‌ی دو- هم‌بستگی عوامل و متغیّرهای مورد مطالعه با سبک زندگی

متغیّرهای مستقل	ضریب هم‌بستگی
میزان پایبندی دینی *رابطه‌ی قابل توجه	-۰/۳۷۲
سرمایه‌ی فرهنگی * رابطه‌ی نسبتاً ضعیف	۰/۲۰
نوع شغل *رابطه‌ی نسبتاً ضعیف	۰/۲۴
پایگاه اقتصادی، اجتماعی * رابطه‌ی ضعیف	۰/۱۷۷
اشتغال *رابطه‌ی قابل توجه	۰/۳۹۰
سن * رابطه‌ی ضعیف	۰/۱۱۴
تحصیلات * رابطه‌ی ضعیف	-۰/۱۷۵

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این پژوهش رابطه‌ی دین و سبک زندگی را با رویکردی کیفی و با ترکیبی از روش‌ها و فنون مختلف مورد مطالعه قرار داده‌ایم. از آن‌جا که در جوامع کنونی هم دین و هم سبک‌های زندگی مدرن بر انتخاب های زندگی روزمره‌ی انسان‌ها تأثیراتی تعیین کننده برجای می‌گذارند و هر دو آن‌ها در زیر مجموعه فرهنگ جای می‌گیرند مطالعه‌ی تطبیقی تأثیرات این دو پدیده بر الگوهای فکری و رفتاری مردمان ایران امروز، این روزها در محور توجه علوم اجتماعی و انسانی قرار گرفته و در این میان پژوهش‌های جامعه شناختی متعددی که عمدتاً رویکرد و روش کمّی به موضوع داشته‌اند به اجرا درآمده است که جامعه‌ی مورد مطالعه در آن شهرهای بزرگی چون تهران بوده است. در این مطالعه سعی ما بر این بوده که این مسأله را در شهری کوچک و با تحقیقی کیفی و در مورد زنان مورد واکاوی قرار دهیم؛ چرا که زنان نقش مهمی در الگوسازی در خانواده دارند و از این گذشته تحقیقات متعدد اجتماعی تفاوت نوع و میزان دینداری زنان و مردان را تأیید کرده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

مفهوم سبک زندگی از مفاهیم جدیدی است که در جوامع مدرن به دنبال ظهور و گسترش فردیت و اهمیت یافتن انتخاب‌های زندگی روزمره و به عبارت دیگر اتخاذ سیاست زندگی پدید آمده است؛ اما در شرایط کنونی مدرنیته‌ی غربی از طریق رسانه های عمومی و فرایند نوسازی ، در سایر جوامع نیز گسترش یافته است. این در حالی است که در برخی از زمینه‌های اجتماعی به ویژه در شهرهای کوچک سنت و دین و سنت‌های دینی و فرهنگی هم‌چنان شیوه‌ها و انتخاب‌های محدود زندگی را تعیین می‌کنند و فردیت و تأمل‌گری که از ملزومات آن است ایجاد نشده است. در چنین شرایطی مطالعه‌ی تطبیقی تأثیراتی که هر یک از این عوامل یعنی دین و باورهای دینی و سبک‌های مدرن زندگی می‌توانند در زندگی اجتماعات کوچک برجای بگذارند می‌تواند روند تغییرات و تحول فرهنگی را روشن کند. و راه کارهایی برای احتراز از مشکلاتی که مدرنیته و سبک‌های زندگی مصرف گرایانه‌ی غربی و جزم اندیشی‌های دینی بر سر راه سعادت و بهروزی انسان ها قرار می‌دهد در اختیار ما قرار دهد. چرا که امروزه بدون توجه به مبناهای متفاوت دین و سبک های زندگی مدرن – که برگرفته از مدرنیته‌ی غربی- است این دو پدیده را که در روح و مبنا و فلسفه‌ی وجودی خود متفاوت و حتّی مغایر هم هستند با هم جمع می بندند و از سبک‌های دینی زندگی سخن می‌گویند. در حالی که آن فردیت و اختیار و آزادی‌ای که در پس سبک‌های زندگی مدرن (البته از نوع غربی آن- وجود دارد اساساً با روح و اندیشه‌ی دینی مغایر و متضاد است. دین، در ذات و جوهر خود انسان را بنده و مخلوق آفریدگاری می‌داند که توسط پیامبرانش او را به زندگی هدف دار و به سعادت رهنمون شده و برای این منظور به دقت و در همه‌ی زمینه‌های زندگی روزمره قواعد و هنجارهایی را برای او مشخص کرده است. انسان دیندار و مؤمن به خدا و پیامبرانش، خود را ملزم می‌داند که به آموزه‌های دینش عمل کند و فردگرایی و انسان‌گرایی خود مدارانه، خودمختاری، آزادی بی قید و شرط، مصرف زدگی، مادی گرایی و مادی نگری و لذت جویی ناشی از فرهنگ مدرنیته در چارچوب زندگی و اعتقادات، ایمانیات و اخلاقیات انسان‌های دیندار جایی ندارد.

در این پژوهش سعی شده تا با اتّخاذ رویکردی نقّادانه مؤلفه‌های تعیین کننده‌ی سبک زندگی مدرن را در میان گروهی از زنان تنکابنی با استفاده از فنون مختلف گردآوری داده مورد واکاوی قرار دهیم و آن را در میان زنان مذهبی و غیرمذهبی مورد مقایسه قرار دهیم تا دریابیم که میان رویکرد و عملکرد افراد مذهبی و غیر مذهبی در این زمینه چه تفاوت‌هایی وجود دارد و این مطالعه را در شهر کوچک تنکابن انجام داده‌ایم که با وجود توریستی بودن هنوز چندان در معرض

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

تغییرات فرهنگی و ورود ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن قرار نگرفته است. با این حال از آن‌جا که ورود به حوزه‌ی عمومی و اشتغال دامنه‌ی آگاهی‌ها و روابط اجتماعی زنان را گسترش داده و آن‌ها را در معرض سبک‌های جدید زندگی قرار می‌دهد سعی کردیم که نمونه‌ی مورد مطالعه ما به لحاظ اشتغال و پایبندی دینی تیپ‌های متفاوتی را در بر داشته باشد تا بتوان با مقایسه تیپ‌های مختلف تأثیر این عوامل را در پذیرش سبک زندگی مدرن دریافت.

از مصاحبه‌های متعدد و طولانی با زنان تنکابنی مورد مطالعه به نتایج عمده‌ی زیر دست یافتیم:

در تیپ شاغل مذهبی، رویکرد به فراغت عمدتاً انفعالی بوده است. اشتغال و تحصیلات دانشگاهی سبب هدف‌مندی اوقات فراغت و دینداری سبب درون خانگی و جمع گرایی گذران اوقات فراغت شده است. به علاوه علی رغم اشتغال و تحصیلات دانشگاهی معاشرت های فامیلی و جمعی ترجیح داده می‌شود. این در حالی است که این زنان در تعیین نوع ومیزان رفت و آمدهای‌شان نقش مؤثری دارند و ضمناً به توافق و همراهی همسرشان اهمیت زیادی می‌دهند. هم‌چنین اشتغال این زنان سبب مشارکت بیش‌تر همسران در کارهای خانگی می‌شود. و سرانجام معیارهای خرید و مصرف در افراد این تیپ عمدتاً کاربردی است نه مدگرایانه.

در تیپ غیرشاغل مذهبی، رویکرد افراد به فراغت عمدتاً انفعالی بوده است، فقدان اشتغال و تحصیلات دانشگاهی سبب بی هدفی و وقت گذرانی در فراغت، اما دینداری سبب غلبه‌ی فراغت‌های درون خانگی و جمع گرایانه در افراد این تیپ شده است، به نحوی که غالب زنان این تیپ معاشرت‌های فامیلی و جمعی را ترجیح می‌دهند و در عین حال به توافق و همراهی همسرشان در این رفت و آمدها اهمیت می‌دهند. اما عدم اشتغال این زنان با کاهش مشارکت همسران شان در کار خانه همراه است. هم‌چنین زنان این تیپ هنگام خرید به معیارهای کاربردی توجه بیش‌تری دارند تا به معیارهای مدگرایانه

در تیپ شاغل غیرمذهبی، رویکرد زنان به فراغت عمدتاً انفعالی بوده است، برخلاف مذهبی‌ها به فراغت های برون خانگی و فردگرایانه می پردازند. و علاوه بر معاشرت خانوادگی با اقوام و خویشان با دوستان‌شان نیز معاشرت می‌کنند. به علاوه خودشان برای رفت و آمدهای‌شان تصمیم‌گیری می‌کنند و به توافق و همراهی همسرشان اهمیت زیادی نمی‌دهند. اشتغال این زنان سبب افزایش مشارکت همسرانشان در کارهای خانه می‌شود. معیارهای خرید این زنان هم کاربردی و هم مدگرایانه است، اما تبعیت صرف از مد روز و خریدهای تفنّنی را تأیید نمی‌کنند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

در تیپ غیرشاغل غیرمذهبی، رویکرد افراد به فراغت انفعالی بوده است و برخلاف مذهبی‌ها به فراغت‌های برون خانگی و فردگرایانه بیش‌تر می‌پردازند. هم‌چنین برخلاف مذهبی‌ها علاوه بر معاشرت‌های خانوادگی با فامیل، با دوستان‌شان نیز معاشرت می‌کنند. در تعیین نوع ومیزان رفت و آمدهای خانوادگی نقش مؤثری دارند و به توافق و همراهی همسرشان نیز اهمیت زیادی می‌دهند. از این گذشته عدم اشتغال این زنان سبب کاهش مشارکت همسران درکار خانه می‌شود. در خرید کالا هم به معیارهای کاربردی و هم به معیارهای مدگرایانه توجه می‌کنند و قدرت نقادی و ایستادگی در مقابل مصرف گرایی‌های جدید را ندارند.

نتایج فوق نشان می‌دهد که در میان زنان مذهبی مورد مطالعه دین و رویه‌های سنتی نقش بسیار اساسی و مهم در گزینه‌های زندگی روزمره دارد و این زنان همواره تلاش می‌کنند که شیوه‌ی زندگی و انتخاب‌هایشان طبق دین و آموزه‌های دینی و سنتی باشد. در مورد زنان غیرمذهبی، وضعیت متفاوتی وجود دارد. این زنان به سبک زندگی مدرن گرایش بیش‌تری داشته و از فرهنگ مدرنی که از طریق رسانه‌ها و گردشگران ترویج می‌شود، الگوبرداری می‌کنند و بیش‌تر تمایل دارند که مطابق با مد پیش روند.

هم‌چنین زنان تنکابنی مورد مطالعه(صرف نظر از میزان پایبندی دینی، اشتغال و تحصیلات عالی‌شان) در زمینه‌های مختلف زندگی روزمره (نحوه‌ی خرید و مصرف، روابط اجتماعی و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت) از امکان تصمیم‌گیری و انتخاب برخوردارند.

میان دینداری و سبک زندگی زنان تنکابنی مورد مطالعه ارتباط وجود دارد؛ یعنی دینداری بر اتخاذ سبک مدرن زندگی یا مقاومت در برابر آن تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر پایبندی دینی بر روی سبک زندگی زنان و مؤلفه‌های مهم آن (یعنی نحوه‌ی خرید و مصرف، شبکه‌ی روابط اجتماعی و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت) تأثیر می‌گذارد. و این رابطه رابطه‌ای معکوس است. بدین معنی که هر چه میزان دینداری افراد (به لحاظ اعتقادات و عمل به مناسک و واجبات و نمایان بودن دینداری در زندگی روزمره) بیش‌تر بوده، کمتر ازسبک های مدرن زندگی و احراز هویت و تشخّص از طریق آن پیروی کرده‌اند.

اشتغال در زنان مذهبی و غیر مذهبی تفاوت عمده‌ای در شیوه‌ی زندگی آن‌ها ایجاد نکرده و در هر دو تیپ، گرایش دینی در نوع سبک زندگی تأثیر بارزی داشته است و افراد را از فراغت‌ها و روابط اجتماعی فردگرایانه و الگوهای خرید مدگرایانه و بالاخره سبک‌های زندگی مدرن و مصرف‌گرا بازداشته است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

و سرانجام این که سبک زندگی زنان شاغل تنکابنی با سبک زندگی زنان غیرشاغل متفاوت است. زنان شاغل درمؤلفه‌های سبک زندگی مانند (نحوه‌ی گذران اوقات فراغت، شبکه روابط اجتماعی، تقسیم کار در منزل و نحوه‌ی خرید و مصرف و معیارهای آن) با زنان غیرشاغل تفاوت دارند. بخشی از این تفاوت به تفاوت‌های تحصیلی و تحصیلات بیش‌تر زنان شاغل مربوط است. زنان شاغل اوقات فراغت شان را غالباً به صورتی هدف‌مند و مفید سپری می‌کنند. تقسیم کار خانگی در منزل زنان شاغل غالباً مشارکتی و در زنان غیرشاغل غالباً جنسیتی و غیرمشارکتی است. هم‌چنین زنان شاغل در خرید و مصرف کالا بیش‌تر به معیارهای کاربردی توجه می‌کنند و زنان غیرشاغل علاوه بر معیارهای کاربردی به معیارهای ظاهری و مد نیز اهمیت می‌دهند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

منابع

۱. اباذری، یوسف و چاووشیان، حسن(۱۳۸۱) «از طبقه‌ی اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی»، **نامه‌ی علوم اجتماعی**، شماره‌ی ۲۰. صفحات ۳-۲۷.

۲. احمدی، یعقوب(۱۳۸۸) «وضعیت دینداری و نگرش به آینده دین در میان نسل‌ها مطالعه-ای در شهر سنندج»: سال اول، شماره‌ی اول، صفحات۱۷-۴۴.

۳. ادریسی، افسانه(۱۳۹۱) نشست سبک زندگی و دینداری، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

۴. اسدی، محمدرضا (۱۳۸۳) **دانایی و معضل دینداری**، تهران: انتشارات اندیشه‌ی امروز.

۵. امیری، سیاوش(۱۳۸۳) **بررسی جامعه شناختی تأثیر پایگاه اقتصادی، اجتماعی و جنسیت بر دینداری جوانان (مطالعه‌ای در دانشجویان دانشگاه شیراز)**، پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشگاه شیراز.

۶. باکاک، روبرت(۱۳۸۱) **مصرف**، ترجمه‌ی خسرو صبری. تهران: انتشارات شیرازه.

۷. بوردیو، پیر(۱۳۸۱) **نظریه‌ی کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی**، ترجمه‌ی مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.

۸. تامپسون، کنت و دیگران(۱۳۸۱) **دین و ساختار اجتماعی**، ترجمه علی بهرامپور و حسن محدثی، تهران: انتشارات کویر.

۹. چاووشیان، حسن(۱۳۸۱) **سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب های ذوقی به عنوان تمایز و تشابه اجتماعی در دوره‌ی مدرنیته اخیر**، پایان نامه‌ی دکتری. دانشگاه تهران.

۱۰. ربانی، رسول، رستگار، یاسر(۱۳۸۷) «جوان، سبک زندگی و مصرف فرهنگی»، **مجله‌ی مهندسی فرهنگی**، شماره‌ی ۲۳ و ۲۳.، ص ۴۴ تا ۵۳.

۱۱. ریتزر، جرج (۱۳۸۴) **نظریه‌ی جامعه‌شناسی در دوران معاصر**، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

۱۲. سازگارا، پروین(۱۳۸۲) **طبقه و سبک زندگی**، پایان نامه‌ی دکتری، دانشگاه تهران.

۱۳. سراج زاده، حسین(۱۳۸۳) **چالش‌های دین و مدرنیته: مباحثی جامعه شناختی در دینداری و سکولار شدن**، تهران: طرح نو.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]

۱۴. سراج‌زاده، سید حسین(۱۳۸۷)« نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت های آن بر نظریه سکولارشدن». نمایه‌ی پژوهش، شماره‌ی ۷ و ۸، سال دوم.

۱۵. شجاعی زند، علیرضا(۱۳۸۴)« مدلی برای سنجش دینداری»، **نامه‌ی جامعه شناسی ایران**، دوره‌ی ششم. شماره‌ی اول. صفحات ۳۴-۶۶.

۱۶. فاضلی، محمد(۱۳۸۲) **مصرف و سبک زندگی**، تهران: انتشارات صبح صادق.

۱۷. فلیک، اووه(۱۳۸۸) **درآمدی بر تحقیق کیفی**، ترجمه‌ی هادی جلیلی، تهران: نشرنی، چاپ دوم.

۱۸. گنجی، محمد(۱۳۸۳) **تبیین وضعیت دینداری دانشجویان دانشگاه اصفهان**، پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

۱۹. گیدنز، آنتونی(۱۳۷۸) **تجدّد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه‌ی ناصر موفقیان،تهران: نشر نی.

۲۰. مهدوی کنی، محمدسعید(۱۳۸۷) **دین و سبک زندگی**، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

۲۱. میرسندسی، محمد(۱۳۹۰) **مقدمه‌ای بر جامعه شناسی دین و انواع دینداری**، تهران: انتشارات جامعه شناسان.

۲۲. میرسندسی، محمد(۱۳۸۳) **بررسی میزان و انواع دینداری دانشجویان**، پایان نامه‌ی دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.

۲۳. **نصرتی، شیما**، ذوالفقاری، ابوالفضل، (۱۳۹۱)، « تأثیر میزان دینداری بر سبک زندگی جوانان تهرانی»، **پژوهش اجتماعی**، دوره‌ی ۵، شماره‌ی ۱۴ ص ۱۰۱ تا ۱۱۷.

24. Bocock, Robert (2006) **Consumption and Lifestyle,** PP. 119- 167, in Paterson, Mark, Consumption and Every Day Life, Routledge.

25. Weber, Max (1964) **The Sociology of Religion**, Boston, Beacon Press.

26. Bourdieu, P. (1984) **Distinctions: A Social Critique of the Judgements of Taste**, London: R. K. P.

27. Denzin, Norman K., Lincoln Yvonna S. (1994) **Handbook of Qualitative Research**, Sage Publications, USA.

28. Shields, R. (ed.) (1992) **Lifestyle: The Subject of Consumption**, London: Routledge.

29. Paterson, Mark (2006) **Consumption and everyday Life**, Routledge.

30. Story, John (1999) **Cultural Consumption and everyday Life**, London, Arnold Publisher.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-16]