

آسیب‌شناسی تغییرات در سبک زندگی دختران روستایی (مورد مطالعه: روستای صوفی آذربایجان غربی)

محمد عباسی زاده^۱، لیلا نصرالهی وسطی^۲، لیلا دانش^۳

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۰/۲۳ تاریخ پذیرش: ۹۵/۶/۳۱

چکیده

در دهه‌های گذشته زندگی مردمان روستایی، دستخوش تغییرات متعددی شده است که نمود و ماحصل نهایی این تغییرات را می‌توان در سبک زندگی آنان مشاهده نمود. سبک زندگی مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالتها و سلیقه‌ها در هر چیزی را در بر می‌گیرد. سازه یاد شده خود متأثر از زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی متعددی است؛ به همین خاطر در این مقاله تلاش شده است از رویکرد کیفی با تاکید بر پدیدار شناسی استفاده گردد. در این پژوهش، داده‌های میدانی با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق، و معیار اشباع نظری در بین دختران جوان ۱۴ تا ۲۶ سال روستای صوفی گردآوری شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که به دلیل افزایش سطح تحصیلات، گسترش رسانه‌های جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی، سبک زندگی دختران روستایی از نظر پوشاک، گذراندن اوقات فراغت، آداب گفتار، مدیریت بدن، و شیوه تغذیه، مشابه با سبک زندگی مدرن دختران شهری متحول شده است. برندگرایی، مدگرایی، و متمایز بودن در لباس، تمایل به فضای مجازی و استفاده از ابزارهای ارتباطی برای گذراندن اوقات فراغت، سنت گریزی و تمایزگرایی در شیوه گفتار، علاقه به غذاهای فست فودی و استفاده از تجهیزات جدید برای طبخ غذا، و اهمیت دادن به مراقبت‌های آرایشی-بهداشتی و تناسب اندام مهمترین پدیده‌هایی هستند که در سبک زندگی این دختران مشهود بود. این تغییرات در سبک زندگی دختران روستایی زمینه چالشی جدیدی در برابر سبک سنتی روستایی است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، دختران جوان، روستای صوفی، آسیب‌شناسی اجتماعی

۱ دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، (نویسنده مسئول)؛ پست الکترونیکی: m-abbaszadeh@tabrizu.ac.ir
۲ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، پست الکترونیکی: l.nasrolahi@tabrizu.ac.ir
۳ دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهشگری، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، پست الکترونیکی: l.danesh_71@yahoo.com

مقدمه

مفهوم سبک زندگی در دهه ۱۹۲۰ وارد ادبیات جامعه‌شناسی شد و به مثابه شاخصی برای سنجش طبقه اجتماعی به کار رفت. با این حال با گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی در جوامع، سبک زندگی به مثابه مفهومی انگاشته شد که نشانگر رویکرد تحلیلی تازه‌ای به مبحث قشریندی و تمایز اجتماعی بود (مان و اردین^۱، ۲۰۰۷). سبک زندگی مجموعه‌ای از رفتارها است که فرد آنها را به کار می‌گیرد، زیرا نه تنها نیازهای جاری او را برآورده می‌کنند، بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت فردی خود برگزیده است، در برابر دیگران مجسم می‌سازد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۴۳). بنابراین، یکی از موضوعاتی که امروزه اهمیت زیادی یافته، سبک زندگی و نحوه مصرف افراد در زندگی روزمره است؛ چرا که سبک زندگی افراد بر بسیاری از زمینه‌های مهم زندگی تاثیر زیادی می‌گذارد (آقاجانی بیگی، ۱۳۹۱: ۱۴). تفاوت عمده‌ای که میان جوامع شهری و روستایی وجود دارد آن است که جوامع روستایی صنعتی نیستند در حالیکه جوامع شهری به شدت صنعتی و مدرنیزه هستند. این امر سبب شده که جوامع شهری و روستایی از نظر مولفه‌هایی همچون پیچیدگی، فرهنگی، فرصت‌های شغلی، سرعت تغییرات، تقسیم کار، موقعیت اجتماعی زنان، و تمایلات مذهبی و طبیعت‌گرایی از هم متمایز گردند (ایرن و اسپیلر^۲، ۲۰۱۴). در دهه‌های اخیر، زندگی روستایی دستخوش تغییرات متعددی گشته است که نمود این تغییرات را می‌توان در سبک زندگی روستایی مشاهده نمود، تغییرات بوجود آمده در شیوه پوشاک، تغذیه، شیوه گفتاری، نحوه گذران اوقات فراغت و ... از جمله موارد قابل بررسی است. در مطالعه روستاهای ایران کمتر به مقوله سبک زندگی روستایی و به‌ویژه سبک‌زندگی دختران روستایی توجه شده است زیرا مفهوم سبک‌زندگی برای فهم و توصیف زندگی مدرن شهری ابداع و بکار رفته است. در مطالعات جامعه‌شناسی شهری کلاسیک، زندگی شهری به مثابه شیوه‌ای از زیستن در تقابل با شیوه‌های زندگی روستایی تعریف می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۶: ۶۰-۶۱). ولی ورود هر پدیده‌ای تغییرات بنیادین و گسترده‌ای در زندگی، احساس، تفکر، شیوه زندگی و فرهنگ انسانها به وجود می‌آورد. این مساله در روستاها نیز نمود یافته و فرهنگی جدید در حال شکل‌گیری است که حق انتخاب فراوانی را به افراد می‌دهد (قادرزاده و ایران‌دوست، ۱۳۹۳: ۱۳۸). ضرورت توجه به نوجوانان امری انکارناپذیر است، زیرا دوره‌ای مهم و حیاتی است که با تغییرات جسمی، عاطفی، ذهنی و تکاملی همراه بوده و وی را برای ورود به مرحله بزرگسالی آماده کرده و بدین سان مجموعه این تغییرات و تاثیر آن بر رفتارهای نوجوان، سبک زندگی او را تشکیل می‌دهد (زارعیان، ۱۳۸۶: ۷۴). تغییرات در جامعه روستایی نسبت به جامعه شهری از شتاب بیشتری برخوردار بوده است؛ به طوری که می‌توان از آن به عنوان پدیده شهری شدن روستا نام برد. روستاهای ایران طی نیم قرن گذشته از نظر شیوه زندگی و

1 Mann and Erdin
2 Irene and Spiller

ارزشهای بنیادی فرهنگی دستخوش تغییرات مهمی شده‌اند. تغییراتی که علاوه بر الگوی مصرف در ساختارهایی همچون آداب و رسوم، عقاید و ارزشها و ایده آل ها، هنجارپذیری و هنجارسازی و به طور کلی، در سبک زندگی پدید آمده است (سالیبوسکا و همکاران^۱، ۲۰۱۲). از اینرو، دیگر نمی توان با رویکردهای کلاسیک که روستا را مقر سنت می‌دید و شهر را مقر مدرنیته، آن را فهم کرد. در واقع، سبک زندگی دختران روستایی، فاقد ویژگی دختران روستایی به معنای گذشته است. حتی صنایع دستی سنتی روستایی مانند قالیبافی، گلیم بافی، سفالگری و امثال اینها در حال از بین رفتن هستند و دختران جوان روستایی دیگر ترجیح می‌دهند به یادگیری مهارت‌های نوین بپردازند (فاضلی، ۱۳۸۶: ۶۲). این موضوع بیش از هر چیز در شیوه لباس پوشیدن، آرایش، شیوه‌های گفتار و رفتار نسل جوان و دختران روستایی تجلی و عینیت یافته است. دیگر به سهولت نمی توان تفاوت فرهنگی بارز بین جوان روستایی و شهری مشاهده کرد، اگرچه همچنان این دو در زمینه‌های خاصی متفاوت هستند. بنابراین، روستاهای ایران به دلیل برخورداری از تکنولوژی دنیای مدرن و برخورداری از تسهیلات ارتباطی، در دوره‌ای از تاریخ تحول فرهنگی-اجتماعی خود قرار گرفته‌اند که حرکتی نسبتاً گسترده را از سبک زندگی سنتی خود به سمت زندگی نوین تجربه می‌کنند. این حرکت و تغییر حاصل عوامل متعددی است که از مهمترین آنها، بالا رفتن سطح تحصیلات روستائیان، جایگزینی نسلی، اجرای طرح‌های خدمات رسانی و عمرانی در روستاها و در راس آن برخورداری از زیرساخت‌های ارتباطی هستند (ازکیا و رودبارکی، ۱۳۸۸: ۲۴۳). آنچه که بیش از همه ضرورت پژوهش حاضر را آشکار می‌سازد، کمبود مطالعات دست اول در این زمینه است. عمده تحقیقاتی که در جامعه شناسی روستایی ایران صورت گرفته اند، بر ابعاد اقتصادی (مسائل کشاورزی، اصلاحات ارضی، نظام‌های بهره برداری و ...) و یا ابعاد سیاسی (ساختار قشربندی، روابط ارباب و رعیت و ...) متمرکز بوده اند؛ هرچند در این عرصه نیز به اعتقاد برخی از پژوهشگران، توفیق چندانی به دست نیامده و مطالعات موجود در تحلیل ساختار اجتماعی و اقتصادی جامعه روستایی و عشایری ایران موفق نبوده اند؛ اما در عرصه مردم شناسی نیز مطالعات موجود اغلب به جمع آوری ساده مواد فولکلور و توصیف آداب و رسوم جامعه روستایی بسنده نموده و کمتر به سمت ارائه تحلیل‌های روشمند از شیوه زندگی روستایی و بررسی روند تحولات آن تمایل داشته‌اند (مرادی فکوهی، ۱۳۹۰: ۲). لذا، انجام پژوهش‌هایی به منظور شناسایی کم و کیف تغییرات سبک زندگی دختران روستایی و بررسی روند تحول آنها ضرورت تام می‌یابد و در این تحقیق سبک زندگی دختران روستای صوفی بررسی می‌شود، چرا که در روستای صوفی نیز مانند دیگر روستاها در گذشته نوعی وفاق بر مبنای سنت‌ها وجود داشت. به نظر می‌رسد در شرایط کنونی، توسعه هدفمند روستایی و برنامه ریزی برای آینده این روستا بیش از گذشته نیازمند درک و شناخت مسائل جدید اجتماعی-فرهنگی مبتلا به روستاها نظیر سبک‌های زندگی است. بر اساس موارد

ذکر شده، مطالعه حاضر در نظر دارد به دو سؤال اساسی پاسخ دهد: اول، سبک زندگی دختران روستایی چگونه است و حول چه محورهایی تمرکز دارد، دوم، عوامل موثر بر سبک زندگی دختران در روستا کدامند؟

مبانی نظری پژوهش

بورديو سبک زندگی را "فعالیت‌های نظام مندی که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند، بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار گوناگون اجتماع تمایز ایجاد می‌کنند" می‌انگارد. سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عاداتها و جهت‌گیری هاست (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۱). سبک زندگی نه تنها دربرگیرنده الگوهای فردی مطلوب از زندگی می‌شود بلکه تمام عادات و روش‌هایی را نیز شامل می‌شود که فرد یا اعضای یک گروه به آنها خود کرده یا عملاً با آنها سروکار دارد (پلونزینسکی و همکاران^۱، ۲۰۰۹). بنابراین، سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ و منسجم از کلیه امور عینی و ذهنی زندگی فرد یا گروه همچون دارایی‌ها، الگوهای رفتاری، روابط اجتماعی، مصرف، فعالیت‌های فراغت و سرگرمی، پوشش و مدیریت بدن، نحوه غذاخوردن و دکوراسیون منزل و ... است (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۴). سبک‌های زندگی می‌توانند تشخیص‌پذیر باشند یا اساساً به قصد ایجاد تشخیص سامان داده شوند. لذا سبک زندگی زائیده انتخاب‌های مردم در میان محدودیت‌های ساختاری است که آنها را فراگرفته است. بر این مبنا، اولاً تحلیل سبک زندگی تنها به بررسی الگوهای مصرف مادی محدود نمی‌شود. تحلیل سبک زندگی پژوهشی است درباره زندگی اجتماعی آنچنان که در عمل تحقق می‌یابد و زندگی عناصری بیش از مصرف را نیز در بر دارد؛ ثانیاً پژوهش درباره سبک زندگی عرصه‌ای برای دنبال کردن مباحثه دیرینه درباره ساختار و عاملیت، و راهی برای تحلیل چگونگی تحقق یافتن زندگی واقعی و پیامدهای آنچه تحقق یافته می‌باشد (برونسو و گرونر^۲، ۲۰۰۴).

با توجه به پیش گفته‌ها، توجه به نظریه بورديو، ضروری می‌نماید. بورديو به تحلیل سبک‌های زندگی پرداخته و آن را از این جهت با اهمیت دانسته که تمایزات اجتماعی و ساختاری در دهه اخیر به طور روزافزونی از رهگذر صور فرهنگی بیان می‌شوند. کلیه اعمال مصرف، یعنی استحصال و دخل و تصرف باید به منزله نمایشی از تسلط بر یک رمز ارتباطی در نظر گرفته شود و نیز باید به منزله یک «گرایش زیباشناختی» درک شود، «که پر تقاضاترین عنوانی است که دنیای فرهنگ (همیشه به طورضمنی) تحمیل می‌کند». می‌توان دید که سبک و سیاق استفاده از کالا بخصوص آن دسته از کالاها که امتیاز قلمداد می‌شوند، تشکیل دهنده یکی از نشانه‌های کلیدی سبک زندگی است و نیز سلاخی ایده آل در استراتژی‌های تمایز است (رحمت آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵: ۲۴۰). بورديو، نظریه‌ای منسجم درباره

1 Plonczynski et al.

2 Brunso and Grunert

شکل‌گیری سبک‌های زندگی ارائه کرده است. مطابق مدلی که وی ارائه می‌کند، شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود. منش مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها. نتیجه نهایی تعامل دو نظام، سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه بندی شده و حاصل ادراکات خاصی هستند. سبک زندگی حاصل ترجیحات افراد است که به صورت عمل درآمده و قابل مشاهده هستند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵). از نظر بوردیو، سلیقه بر مبنای نظام قشربندی اجتماعی پدید می‌آید و در ظاهر انتخاب‌هایی را در قالب سبک‌های زندگی ارائه می‌کند. اما در واقع، چند راه‌های جبری است که فضای اجتماعی، پیش روی افراد در هر موقعیت به مثابه راهبرد زندگی قرار می‌دهد. به بیان دیگر، سبک زندگی، نماد نظام قشربندی اجتماعی است. و سلیقه همین ظرفیت و آگاهی بر این نظام است و البته تغییر شرایط، موقعیت‌هایی را به افراد مستعد می‌دهد که نمادهای مناسبی برای شرایط جدید خلق کنند و چند راه‌های جدیدی را برای دیگران بیافرینند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۲۲۱).

گیدنز از جمله اندیشمندیانی است که با تاکید بر مفهوم بازتابی بودن، به تحلیل سبک زندگی پرداخته است. از نظر وی، زندگی در متن خود معنایی ضرورتاً نامعین دارد. بنابراین قطعی نبودن معنای سبک زندگی یعنی نفی امکان تبیین کافی معنا توسط تعیین‌کننده‌های ساختاری بازتابندگی اشاره دارد به اینکه معانی فعالیت‌های سبک زندگی اساساً با نیروهای وسیع‌تر تعیین نمی‌شود، بلکه طی فرآیند داد و ستد عملی، معانی روشهای استفاده از مواد و مصالح نمادین مصرف‌انبوه، مبدل به اشیاء و اعمال ملموس می‌شوند که استعاره‌ای برای خودشان می‌باشند. بازتابندگی اشاره‌ای است به استفاده از اطلاعات مربوط به شرایط فعالیت به عنوان ابزاری برای تنظیم و تعریف مجدد و قاعده‌مند معنا و چپستی رفتار. بنابراین نزد گیدنز، نحوه سبک زندگی و دگرگونی‌های ساختاری مدرنیته به واسطه بازتابندگی رفتاری به یکدیگر گره می‌خورند، به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعداد مراجع مقتدرتر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد. سبک زندگی از نظر گیدنز برنامه‌های مهمتر از فعالیت‌های فراغتی هستند. در واقع وی معتقد است که سبک زندگی با مصرف‌گرایی تباه می‌شود (رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵: ۳۴۱). شیوه‌های زندگی دوران تجدد از نظر گیدنز، شیوه زندگی اصلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد. چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است و در عمل، نه فقط از نسل گذشته تحویل گرفته نمی‌شود، بلکه پذیرفته می‌شود. شیوه‌های زندگی به صورت عملکردهای روزمره در می‌آیند. عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک، طرز کار، و محیط‌های مطلوب برای ملاقات با دیگران تجسم می‌یابند. ولی این امور روزمره، در پرتو ماهیت متحرک هویت شخصی به طرز بازتابی در برابر تغییرات احتمالی باز و پذیرا هستند (آقاجانی بیگی، ۱۳۹۱: ۵۷).

یکی دیگر از نظریه‌هایی که می‌تواند به فراخور موضوع مورد مطالعه، به واکاوی سبک زندگی در بین روستاییان پرداخت نماید، نظریه تورشتاین و بلن است. و بلن، جامعه‌شناس آمریکایی در میان دهه ۵۰

می‌پردازد. او در کتاب مشهورش نظریه طبقه تن آسا، مصرف را به عنوان عامل اصلی سبک زندگی طبقاتی و اجتماعی افراد مورد بررسی قرار داده است (صمیم، ۱۳۹۳: ۱۵۳). سوال اساسی ویلن این است که «مبنای افتخار، منزلت و جایگاه اجتماعی چیست» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۱) و پاسخ می‌دهد: ثروت. «داشتن ثروت، بزرگی و افتخار را به همراه می‌آورد که امتیازهای رشک انگیزی هستند» (ویلن، ۱۳۸۳: ۷۲). منزلت، افتخار، بزرگی، حرمت نفس و ... پدیده‌هایی ارزشمندند و هر فردی خواهان دستیابی به آنهاست. اما اینها پدیده‌هایی‌اند که دیگران آنها را به فرد اعطا می‌کنند. معیار دیگران برای اعطای این پدیده‌ها به فرد، ثروت است. هر چه ثروت فرد بیشتر باشد، از قدرت بیشتری برخوردار شده و منزلت بیشتری به او اعطا می‌شود. اما از دید ویلن، صرف داشتن ثروت، اعتبار و منزلت را تضمین نمی‌کند، بلکه ثروت «برای آنکه بیشترین شان و منزلت را برای صاحبش به ارمغان بیاورد، باید به صورتی خود نمایانه یا متظاهرانه به نمایش گذاشته شود» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۱). وی با کاربرد اصلاحاتی مانند مصرف چشمگیر و یا تن آسایی چشمگیر بر این موضوع تاکید می‌کند که الگوهای مصرف طبقه تن آسا نه برای برآورده کردن نیازهای واقعی بلکه برای مطرح ساختن ادعاهای اعتبار اجتماعی مطرح شده‌اند. در واقع ویلن کالاها و مصرف آن را به منزله کنشی ملاحظه می‌کند که هیچ کمکی به افزایش بهبود و آسایش بشر نمی‌کند. ویلن معتقد است برای بدست آوردن و حفظ اعتبار، فقط داشتن ثروت یا قدرت کافی نیست. ثروت و قدرت باید نشان داده شود، زیرا اعتبار فقط با آشکار کردن آنها به دست می‌آید (ویلن، ۱۳۸۳: ۸۲).

مروری بر پیشینه تجربی پژوهش

رضوی‌زاده (۱۳۸۳) به بررسی سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان به مطالعه جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله طبقه متوسط شهری در شهرهای بزرگ پرداخت و نشان داد که میزان مصرف فرهنگی بالاست. جوانان به جای دنباله روی صرف از سبک‌های زندگی از پیش تعیین شده، تا حدودی خود دست به تعیین انتخاب‌ها و موقعیت‌ها می‌زنند. این در حالی است که خاستگاه اجتماعی و خانوادگی عاملی مهم در شکل‌گیری سلیقه و ترجیحات جوانان بوده است. رضوی‌زاده (۱۳۸۵) به بررسی تاثیر رسانه‌ها بر تمایل روستاییان در تغییر سبک زندگی پرداختند. یافته‌ها نشان داد استفاده از تلویزیون، ویدئو و تماشای تلویزیون‌های خارجی بر نگرش روستاییان به زندگی شهری و تمایل به تغییر سبک زندگی یا تمایلات آنها در مصرف مادی تاثیر گذار است. جوانان روستا در تمایل به مصرف مادی (استفاده از وسایل جدید در زندگی)، تمایل به مهاجرت، شیوه‌های رسانه‌ای گذران اوقات فراغت، استفاده از تلویزیون، ویدئو و مطبوعات با دیگر گروه‌های سنی روستا تفاوت دارند. حمیدی و فرجی (۱۳۸۶) به بررسی سبک‌های زندگی متفاوتی پرداختند که در پوشش زنان در تهران به چشم می‌خورد. آنها نه تیپ اجتماعی را از یکدیگر متمایز کردند که عبارتند از حجاب به مثابه تکلیف، حجاب به مثابه ایدئولوژی، حجاب سنتی، حجاب زیبایی شناختی، حجاب بازاندیشانه، پوشش به مثابه سبک زندگی، پوشش مدمحور (تیپ اینترنتی)، فشن لس، و پوشش فمینیستی. گل پرور و همکاران (۱۳۸۶) نشان دادند که اضافه وزن صرفاً با افسردگی، وزن ذهنی و ارزشیابی قیافه دارای رابطه معنی داری

است و ارتباطی با سبک زندگی ندارد. از کیا و حسینی (۱۳۸۷) تغییرات سبک زندگی در جامعه روستایی در دوره‌های قبل از اصلاحات ارضی، از اصلاحات ارضی تا انقلاب اسلامی، و از انقلاب اسلامی تا سالهای اخیر را مورد بررسی قرار دادند. آنها با استفاده از نظریه‌های بورديو و گیدنز و نیز نظریه جایگزینی نسلی اینگلهارت دریافتند که متغیر نسل نقش مهمی در تغییرات ایجاد شده در سبک زندگی دارد و مسیر تغییرات به سمت افزایش تقاضا برای خرید کالاهای مصرفی است، به طوری که وسایل تزئینی کاربرد بیشتری از وسایل ضروری و کارکردی دارد. رضایی (۱۳۸۸) دریافت که پایگاه اقتصادی-اجتماعی روستاییان بر سبک زندگی آنان موثر است. بدین ترتیب که روستائیان دارای پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالا، دارای سبک زندگی مدرنتر بوده اند، حال آنکه با کاهش پایگاه اقتصادی-اجتماعی سبک زندگی روستاییان به سمت سنتی شدن سوق پیدا می‌کند. افرادی که دارای ثروت بیشتری بوده‌اند نسبت به دیگران از سبک‌های زندگی مدرنتری برخوردار بوده‌اند. همچنین نحوه گذران اوقات فراغت روستاییان از پایگاه اقتصادی-اجتماعی آنان متأثر بود. تیموری (۱۳۸۹) به این نتیجه رسید که سرمایه فرهنگی و جایگزینی نسلی بر تغییر سبک زندگی تأثیر فوق‌العاده‌ای دارد. اما سرمایه اقتصادی تأثیر چندانی بر تغییر سبک زندگی روستاییان نداشته است. بر اساس یافته این تحقیق، نسل جوان در نحوه گذران اوقات فراغت، الگوی تغذیه و پوشاک و ... از سبک زندگی مدرن پیروی می‌کند. با افزایش سطح تحصیلات، ساختمان ذهنی نسل جوان نسبت به دو نسل دیگر دگرگون گشته و این امر بر عملکرد آنها تأثیر گذاشته است که منجر به اتخاذ اعمالی خاص برای نمایش نوعی سبک زندگی متفاوت شده است. در کل جوانان روستا به دلیل میزان مطالعه بیشتر و همچنین برخورداری از سطح سواد بالاتر، بیشترین میزان تغییرات سبک زندگی را داشته‌اند و سبک زندگی آنها نسبت به دیگر افراد ساکن در روستا مدرن‌تر شده است. علمی و همکاران (۱۳۸۹) دریافتند که میان مولفه‌های سبک زندگی (فعالیت‌های فراغت، مصرف فرهنگی، هنجارهای مصرف، و اعتقادات دینی) و مدیریت بدن (آرایش، بهداشت، کنترل وزن، دستکاری پزشکی) ارتباط مستقیم و مثبتی وجود دارد. خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۰) خاطر نشان کردند که سبک‌های زندگی فراغتی، مذهبی و موسیقایی مدرن به ترتیب بیشترین تأثیر را بر تصور از بدن در بین زنان داشته‌اند. در این میان، غیر از سبک‌های مذهبی که دارای رابطه منفی با تصور از بدن بوده اند، سایر سبک‌ها رابطه مثبتی با متغیر تصور از بدن داشتند. رحمانزاده و طهماسبی (۱۳۹۰) نتیجه گرفتند که هر اندازه تماشای سریال‌های ماهواره‌ای بیشتر می‌شود، سبک زندگی بانوان دانشجوی ارتباطات دانشگاه آزاد تهران شرق هم مطابق با این سریال تغییر پیدا می‌کند. زارع و فلاح (۱۳۹۱) به گونه شناسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن پرداختند و سبک‌های زیبایی‌شناختی-لذت‌جویانه، کارکردگرایانه، خرده فرهنگی و انفعالی را شناسایی نمودند. بر اساس یافته‌های این محققان، نمرات میانگین انواع سبک زندگی، بیشترین میانگین در سبک زندگی لذت‌جویانه و کمترین میانگین مربوط به سبک زندگی منفعلانه بود. نجارزاده (۱۳۹۱) با استفاده از شاخص‌های سبک زندگی بورديو نشان داد که تفاوت در سبک زندگی روستایی را نه در همه گروه‌ها بلکه در بین دانشجویان و شاخص رسانه‌ها مشاهده کرد و تأثیرپذیری از رسانه‌ها بر دیگر جنبه‌های زندگی آنها سایه انداخته است. نصرتی و ذوالفقاری (۱۳۹۱)

دریافتند که هر چه میزان دینداری پایین‌تر باشد، سبک‌های زندگی مدرن‌تر و هر چه سبک افراد دیندارتر هستند، سبک‌های زندگی سنتی‌تر و غیرمدرن‌تر می‌شود. همچنین، مدیریت بدن و توجه به پدیده مد و مارک در مصرف مادی جوانان بیش از سایر مولفه‌های سبک زندگی تحت تأثیر مدرنیته بوده‌اند. بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) معتقدند که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت‌های اجتماعی ارتباط وجود داشته و افراد به دلیل استفاده بیش از حد از اینترنت برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، مورد اعتراض سایر اعضای خانواده واقع شده‌اند. در واقع، میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان ارتباط وجود داشت. سروش و حسینی (۱۳۹۲) نشان دادند که سبک زندگی فراغت‌ی زنان در شهرها بیشتر به سمت حوزه‌های عمومی و شهری کشیده شده و تعریف زنان از هویت مستقل از خانواده با گرایش آنها به سمت سبک زندگی فراغت‌ی در فضای عمومی و شهری ارتباط داشته است. به علاوه، حضور زنان در فضاهای شهری تحت تأثیر جهانی شدن و تعریف هویتی مستقل از خانواده تشدید شده و هر چه این فرآیندها بیشتر در جامعه رسوخ کنند، این حضور پررنگ‌تر خواهد بود. شریفی و رادمش (۱۳۹۳) بین تأثیرگذاری برنامه استعدادیابی ماهواره‌ای "من و تو یک" و ابعاد مختلف سبک زندگی رابطه معنی داری وجود دارد. بالابردن سواد رسانه‌ای باید از سوی پایگاه‌های فرهنگی هر جامعه به ویژه نهادهای آموزشی و رسانه‌ها تحقق یابد. در این صورت مخاطب با مکانیزم‌های تأثیرگذاری آشنا می‌گردد و امکان تأثیرپذیری مخاطب کاهش می‌یابد. سواد رسانه‌ای باعث ایجاد تفکر انتقادی می‌شود. کوهی و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان پایبندی به سبک زندگی دینی پرداختند و دریافتند که: (۱) میان استفاده از رسانه‌های داخلی با میزان پایبندی به سبک دینی ارتباط مستقیم وجود دارد، (۲) بین تماشای ماهواره، استفاده از اینترنت و رسانه‌های جهانی با پایبندی به سبک زندگی دینی رابطه معکوس وجود دارد، (۳) مهم‌ترین متغیرهایی که در تبیین میزان پایبندی به سبک زندگی مذهبی شهروندان نقش آفرینی می‌کنند، ماهواره (کاهش پایبندی) و تلویزیون داخلی (تقویت پایبندی) می‌باشد. ایمان و مرحمتی (۱۳۹۳) به این نتیجه رسیدند که سرمایه فرهنگی (با مشخصه‌های مصرف رسانه ای، تحصیلات فرد، و تحصیلات پدر و مادر) اثر معنی داری بر سبک زندگی مدرن (با مشخصه‌های فعالیت‌های فراغت‌ی، اولویت بدن، ترجیحات غذایی، ترجیحات موسیقی و الگوی انتخاب لباس) در میان جوانان دارد. صلاحی و خجسته نسب (۱۳۹۳) دریافتند که با وجود اینکه بین نسل‌های مختلف جامعه عشایری تفاوت معنی داری از نظر مولفه‌های سبک زندگی وجود دارد و تفاوت‌ها به شکاف و گسست نسلی منجر شده است، مولفه‌های سبک زندگی در میان نسل سوم متفاوت از دو نسل دیگر است. همچنین، پررنگ شدن نقش نسل جوان در تصمیم‌گیری‌ها با استقبال روبرو شده و نسل‌ها در به کارگیری سبک زندگی نوین همراه بوده‌اند.

فینلی و گالیپولی^۱ (۲۰۰۵) در پژوهش خود اظهار داشتند که تغییرات در سبک زندگی کشورهای غربی و توسعه یافته که مشتمل بر حمل و نقل به وسیله وسایل نقلیه، استفاده از غذاهای آماده پرچربی، استفاده

از بالا، تماشای تلویزیون و برنامه‌های شبانه روزی است، از دلایل عمده کاهش فعالیت‌های روزانه مردم است. همین امر درصد قابل توجهی از افراد را با اضافه وزن و چاقی مواجه می‌سازد. نتایج تحقیقات لی و ونگ^۱ (۲۰۰۷) حاکی از آن بود که بین متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات، پایگاه و سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی با سبک زندگی، مصرف‌گرایی و اهمیت سبک زندگی منبعث از دین ارتباط دارند. المجلد^۲ (۲۰۰۸) نشان داد که عضویت دانش‌آموزان دختر دبیرستانی در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی سبب تغییر در سبک زندگی آنها می‌شود. به‌علاوه، میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با نوع پیام‌ها و عکس‌هایی که توسط اعضا منتشر می‌شود، ارتباط وجود داشت. فاولول^۳ (۲۰۰۹) نیز به بررسی سبک زندگی زنان روستایی پرداخت و نشان داد اکثر زنان روستایی مورد مطالعه، متاهل، میانسال و دارای خانواده با اندازه متوسط، تحصیلات پایین، و درآمد اندک بودند. به‌علاوه، مشخص شد که انتخاب‌ها و ترجیحات زنان روستایی در مناطق مختلف با یکدیگر متفاوت است. پلونزینسکی و همکاران (۲۰۰۹) فعالیت‌های فیزیکی سبک زندگی (خانگی، اوقات فراغت و حرفه‌ای) زنان روستایی مسن را مورد ارزیابی قرار داده و به چند یافته اساسی دست یافتند: ۱) بخش عمده‌ای از هزینه‌های صرف شده برای انرژی در بخش فعالیت‌های خانگی صورت گرفته بود، ۲) حمایت اجتماعی ارتباط مثبتی با فعالیت‌های خانگی داشت، ۳) فعالیت‌های فراغت عمدتاً با زندگی در شهرهای کوچک ارتباط داشت. سالیورسکا و همکاران (۲۰۱۲) به مطالعه تفاوت‌های میان جوانان شهری و روستایی از نظر سبک زندگی پرداختند. آنها تلاش کردند تا عادات تغذیه‌ای و فعالیت‌های فیزیکی آنها را با توجه به وزن بدن، جنسیت، و محل سکونت با هم مقایسه کنند. مشخص شد که در مقایسه با وزن طبیعی، جوانان با وزن بالاتر بیشتر غذا می‌خوردند، گوشت را ترجیح می‌دادند، اغلب تحت استرس بودند، و فعالیت فیزیکی کمتری داشتند. مشخص شد که جنسیت تأثیر معنی‌داری بر پارامترهای مورد بررسی داشته است. دختران گوشت را بیشتر در طول روز می‌خوردند، اغلب به سبزیجات تمایل داشتند و نسبت به پسرها استرس بیشتری داشتند. بیش از نیمی از جوانان مورد مطالعه از وزن خود راضی نبودند. سبک زندگی در شهر و روستا اندکی متفاوت بود. در مناطق روستایی، مواد غذایی طبیعی برای فست‌فود ترجیح داده می‌شد، به کرات شیرینی مصرف می‌شد و وعده‌های غذایی اندکی در طی روز صرف می‌شد. جنبه مثبت سبک زندگی جوانان روستایی، داشتن فعالیت فیزیکی بالا و استرس کمتر برای مصرف افراطی غذا بود.

با مروری بر پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در داخل و خارج از کشور می‌توان چندین نکته را استنباط نمود. اول اینکه، در هیچ یک از مطالعات قبلی سازه سبک زندگی با رویکرد پدیدارشناسی مورد واکاوی قرار نگرفته بود و عمدتاً متوسل به روش‌های کمی می‌باشند. این در حالی است که بررسی دقیق سازه‌هایی همچون سبک زندگی با استفاده از روش‌های کمی نمی‌تواند به درک عمیقی از این پدیده

1 Li & Weng

2 Almjeld

3 Fawole

بیانجامد؛ دوم، مطالعاتی که در زمینه سبک زندگی انجام شده است عمدتاً در جوامع شهری بوده‌اند (مثل مطالعه رضوی زاده، ۱۳۸۳؛ حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶؛ خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۰؛ و زارع و فلاح، ۱۳۹۱) و مطالعات اندکی (مثل مطالعه رضوی زاده، ۱۳۸۳؛ حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶؛ گل پرور و همکاران، ۱۳۸۶؛ علمی و همکاران، ۱۳۸۹؛ خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۰؛ و زارع و فلاح، ۱۳۹۱) روی جوامع روستایی و بویژه روی زنان روستایی جوان صورت گرفته است. گرچه محققانی همچون فاوول (۲۰۰۹) و پلونزینسکی و همکاران (۲۰۰۹) زنان روستایی را از نظر سبک زندگی شان مورد مطالعه قرار داده اند، اما اولاً این محققان نیز بر روش‌های کمی تأکید داشته‌اند و نیز اینکه زنان مورد بررسی آنها عمدتاً زنان میانسال و مسن بوده‌اند. بنابراین، با نگاهی به مطالعات قبلی می‌توان نتیجه گرفت انجام مطالعه‌ای کیفی روی سبک زندگی زندگی دختران روستایی می‌تواند سهم بسزایی در توسعه دانش موجود در این حوزه داشته باشد.

روش پژوهش

در تحقیق حاضر از روش کیفی پدیدارشناسی استفاده شده است. یکی از موارد مناسب برای کاربرد روش پدیدارشناسی پاسخ به این سوال است که آیا نیاز به روشن‌سازی بیشتر پدیده‌ای خاص وجود دارد؟ تحقیقات زیادی در مورد سبک زندگی دختران روستایی وجود ندارد. متون موجود هم بیشتر در چارچوب بررسی‌های کمی و در مناطق شهری صورت گرفته است. از اینرو تحقیق حاضر با رویکرد پدیدارشناسی به بررسی این موضوع پرداخته است. پدیدار شناسی ریشه در نهضت فلسفی ادموند هوسرل دارد. او بر این باور بود که نقطه شروع دانش، تجربه درونی فرد از پدیده‌هاست. به نظر هوسرل، کار پدیدار شناسی مطالعه ذهن و آگاهی آدمی در ارتباط آن با جهان است. پدیدارشناسی در پی ایجاد مناسبت بین انسان و جهان است. در واقع بنیادی‌ترین و نخستین اصل پدیدارشناسی این است که باید به «خود چیزها» روی آورد. بنابراین، اساس پدیدارشناسی هوسرل بر این بود که کل حقیقت عینی یا علمی نهایتاً در درون زیست-جهان تجربی انسان مینا دارد و مسله اصلی «زمینه‌یابی حقیقت در تجربه» است (نقیب زاده و فاضلی، ۱۳۸۵: ۳۸). مطالعات پدیدارشناسی عموماً با ادراکات یا مفاهیم، نگرش و عقاید، احساسات و عواطف افراد سر و کار دارد. پدیدار شناسی از نظر لغوی، عبارت است از مطالعه پدیده‌ها از هر نوع، و توصیف آنها با در نظر گرفتن نحوه بروز تجلی آنها، قبل از هرگونه ارزش‌گذاری، تاویل و یا قضاوت ارزشی. در نگاه دیگر، اگر پدیدارشناسی را معنا شناسی بدانیم، معنایی که در زندگی انسان پدیدار می‌شوند، یک نظام معنایی را شکل می‌دهند. این نظام معنایی با اضافه نمودن وجود به زمان و مکان به دست می‌آید و شناسایی این نظام معنایی نیز از همین راه حاصل می‌شود؛ یعنی یک شناخت مضاف به زمان و مکان که آن را تجربه زندگی می‌نامند. پدیدار شناسی، اساساً مطالعه تجربه زیسته یا جهان زندگی است. پدیدارشناسی به جهان آنچنان که به وسیله یک فرد زیسته می‌شود، نه جهان یا واقعیتی که چیزی جدای از انسان باشد، توجه دارد. زیرا پدیدارشناسی می‌کوشد معانی را آنچنان که در زندگی روزمره زیسته می‌شوند، آشکار نماید (امامی سیگاوردی و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۷). در پدیدار شناسی از روش توصیفی که دنباله روی هوسرل و پیروان اوست، استفاده شده است. پدیدارشناسی توصیفی نه صرفاً بر شواهد تجربی متکی است و نه بر استدلال‌های

منطقی، بلکه به ساختار تجربه توجه می‌کند و اصولی را سازماندهی می‌کند که به جهان زندگی، شکل و معنی می‌دهد. چنین تحقیقی درصدد روشن کردن ماهیت این ساختارها و به عبارتی درصدد قابل رویت کردن امر دیدنی است. کلیه مراحل این پژوهش با روش پدیدار شناسی توصیفی و بر اساس روش کلایزی^۱ انجام پذیرفته و هفت گام برای رسیدن به هدف طی شده است که هر کدام از آنها راهنمای بخشی از فعالیت‌های فرآیند پژوهش از جمله تحلیل داده‌ها هستند. در مرحله اول کلایزی، در پایان هر مصاحبه و ثبت یادداشت برداری‌های میدانی، یادداشت‌های نوشته‌شده جهت درک احساس و تجارب شرکت‌کنندگان چندبار مطالعه می‌شود. در مرحله دوم، پس از مطالعه همه توصیف‌های شرکت‌کنندگان، زیر اطلاعات بامعنی، بیانات مرتبط با پدیده مورد بحث، خط کشیده می‌شود و به این طریق جملات مهم مشخص می‌شوند. مرحله سوم که استخراج مفاهیم فرموله‌شده^۲ است، عبارات مهم بعد از مشخص کردن هر مصاحبه، سعی می‌شود تا از هر عبارت یک مفهوم که بیانگر معنی و قسمت اساسی تفکر فرد بود استخراج شود. بعد از استخراج کدها، مطابق مرحله چهارم کلایزی، پژوهشگر مفاهیم تدوین شده را به دقت مطالعه می‌کند و بر اساس تشابه و مفاهیم آنها را دسته بندی می‌نماید. بدین روش، دسته‌های موضوعی از مفاهیم تدوین شده تشکیل می‌شود. در مرحله پنجم، نتایج برای توصیف جامع از پدیده تحت مطالعه به هم پیوند می‌یابد و دسته‌های کلی‌تری را به وجود می‌آورند. در مرحله ششم، توصیف جامعی از پدیده تحت مطالعه (تا حد امکان با بیانی واضح و بدون ابهام) ارائه می‌شود. مرحله پایانی (اعتبارسنجی نهایی یافته‌ها) اعتبار بخشی با ارجاع به هر نمونه و پرسیدن درباره یافته‌ها انجام می‌شود. به علاوه، جهت استحکام تحقیق از دو معیار اطمینان پذیری و باورپذیری استفاده می‌شود. البته کلایزی معتقد است محققان باید نسبت به این مراحل انعطاف پذیر باشند (عابدی، ۱۳۸۹: ۲۱۶-۲۱۷).

میدان مطالعه و نمونه‌گیری پژوهش

جامعه آماری مطالعه حاضر، روستای صوفی است که این روستا در فاصله ۲۵ کیلومتری شهرستان شوط و در بین روستاهای قره‌زمین، طوره، سلیمان کندی و چاقون و در شمال استان آذربایجان غربی واقع شده است. بر طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۳، جمعیت این روستا حدود ۲۸۸۵ نفر بوده که در این میان دختران گروه سنی ۱۴ سال به بالا را که تقریباً ۲۰۰ نفر هستند به عنوان میدان مورد مطالعه مد نظر قرار گرفت. این روستا محل زندگی افرادی است ترک زبان و شیعه مذهب که ۷۲ سال پیش صاحب مکتب‌خانه و صدها سال پیش دارای حمام عمومی و کانال‌ها و قنات‌های حیرت انگیز آب و آبیاری بوده است. بنابراین، این روستا ماکت کاریکاتور گونه‌ای از تحولات جامعه در حال گذار است. از نظر فرهنگی، شیوه‌های مصرف در زمینه‌های مختلف و سبک زندگی مورد توجه دیگر روستاها و حتی شهرهای اطراف است. انتخاب نمونه مناسب اثر قابل توجهی بر کیفیت پژوهش دارد. بنابراین، در پژوهش کیفی، معمولاً واحدهای نمونه براساس نیاز پژوهش انتخاب می‌شوند تا

1 Colaizzi method

2 Formulated meanings

اطلاعات غنی و عمیق از آنها به دست آید. این نوع نمونه‌گیری را نمونه‌گیری هدفمند می‌نامند. نمونه‌گیری هدفمند جهت افزایش فهم از افراد، گروه‌های منتخب و تجارب و یا برای توسعه تئوری‌ها و مفاهیم طراحی شده است (جلالی، ۱۳۹۱: ۳۱۳). این نوع نمونه‌گیری به دنبال ایجاد قوانین ثابت و تغییر ناپذیر و تعمیم نتایج نیست بلکه سعی در شناخت بهتر هر پدیده در زمینه خاص دارد. نمونه‌گیری تا جا آن ادامه پیدا نمود که اشباع در اطلاعات گردآوری شده حاصل شود. به عبارت دیگر، اطلاعات به دست آمده در مصاحبه‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای با اطلاعات قبلی مشابهت داشته باشد. استفاده از روش اشباع داده در پژوهش‌های کیفی به عنوان استاندارد طلایی پایان نمونه‌گیری در نظر گرفته می‌شود (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۳۸). جدول زیر اطلاعات بیشتری درباره مشارکت کنندگانی که در این پژوهش با آنها مصاحبه‌هایی صورت گرفت را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مشخصات شرکت کنندگان در پژوهش

کد	سن	نام	میزان تحصیلات
۱	۱۴	ص	دوره هشتم
۲	۱۵	پ	دوره هشتم
۳	۱۵	ف	دوم دبیرستان
۴	۱۶	ن	دوم دبیرستان
۵	۱۷	ت	سوم دبیرستان
۶	۱۸	م	پیش دانشگاهی
۷	۲۳	ب	دانشجوی کارشناسی
۸	۲۳	ق	دانشجوی کارشناسی ارشد
۹	۲۴	خ	کارشناسی
۱۰	۲۶	ج	کارشناسی ارشد

یافته‌های پژوهش

در جدول ۲ کدهای مفهومی استخراج شده از مصاحبه‌ها و مضامین اصلی و فرعی حاصل از آن ارائه می‌شود. این مضامین شامل ۵ مضمون اصلی و ۲۲ مضمون فرعی است.

جدول ۲. کدهای مفهومی استخراج شده از مصاحبه‌ها به همراه مضمون‌های اصلی و فرعی
مربوطه

مضمون‌های اصلی	مضمون‌های فرعی ^۱	واحد معنایی ^۲
پوشاک	برندگرایی	کد (۸) می‌گوید «در انتخاب لباس هایم به مارک آنها توجه می‌کنم و برایم خیلی مهم است که از مارک‌های معتبر باشد» کد (۷و۱) می‌گوید «لباس‌های با مارک خارجی و به خصوص مارک‌های ترکیه را ترجیح می‌دهم»
	تن خوری لباس	کد (۳) می‌گوید «هنگام خرید کردن به جنس لباس‌ها کمتر توجه می‌کنم، یعنی مهمتر از جنس لباس اینه که، بهم بیاد. یعنی اگه لباسی بهم بیاد ولی جنس اش خوب نباشد زیاد مهم نیست و اون لباس رو می‌خرم»
	مدگرایی	کد (۱۰) بیان می‌کند «اگه لباسی که بخوام خیاط واسم بدوزد، حتما مدل‌های جدیدی رو که از ماهواره دیده‌ام و یا برخی مواقع از اینترنت جست و جو می‌کنم، به خیاط پیشنهاد می‌دهم». کد (۷و۱و۴) می‌گوید «ترجیح می‌دهم که مطابق مد روز لباس، کیف و کفش و روسری بپوشم و حتما به ست بودن لباس‌هام توجه می‌کنم و دوست دارم که مطابق بقیه وسایلم از ساعت و زیور الات یا لاک ناخن استفاده کنم»
	تمایز	کد (۱) می‌گوید «قیمت لباس، کیف و کفش و... زیاد مهم نیست، یعنی قبل از اینکه قیمت چیزی رو بدونم انتخاب می‌کنم». کد (۲) می‌گوید «سعی می‌کنم بر اساس رنگ سال خرید کنم و در غیر این صورت رنگ‌های روشن مثل یاسی، آبی و... رو انتخاب می‌کنم». کد (۳) می‌گوید «که لاک ناخن و روسری در رنگ‌های مختلف دارم و من برعکس بقیه دوستانم از رنگ مخالف رنگ سال استفاده می‌کنم زیرا احساس می‌کنم از این طریق بیشتر به چشم می‌ام» و «دوست دارم چیزی که می‌خرم قیمتش بالا باشه چون احساس می‌کنم اگه قیمتش بیشتر باشه، دوستانم بیشتر از اینکه در مورد جنس اش و جالب بودنش بپرسن قیمت لباسی که خریدم می‌پرسن» کد (۷) می‌گوید هر چیزی که می‌خواهم بپوشم یا بخرم دوست دارم که حتما تک باشد، یعنی اگه کسی مثل چیزی که من خریدم توروستا بپوشند، دیگه اون لباس رو نمی‌پوشم و ترجیح می‌دهم که اونو کنار بگذرم و از لباس‌های قبلی‌ام استفاده کنم»
محدود شدن نظر والدین	کد (۸و۹و۱۰) می‌گوید «بیشتر بر اساس نظر خودم لباس و کفش و... رو انتخاب می‌کنم چون اگه به والدین ام باشد که باید لباس بلند و رنگش سنگین و جنس اش خوب باشد، ولی نظر من درست بر عکس نظر والدینم است و بیشتر وقت‌ها مانتوهای کوتاه و اندامی می‌پوشم»	

1 sub theme

2 meaning units

ادامه جدول ۲. کدهای مفهومی استخراج شده از مصاحبه‌ها به همراه مضمون‌های اصلی و فرعی مربوطه

مضمون‌های اصلی	مضمون‌های فرعی ^۱	واحد معنایی ^۲
گذراندن اوقات فراغت	تماشای تلویزیون	کد (۱۰) می‌گوید «هر موقع وقت کرده باشم تلویزیون نگاه می‌کنم و از شبکه‌های داخلی فقط اخبار شبکه دو رو نگاه می‌کنم و سریال‌ها و مستندها رو از شبکه‌های ماهواره نگاه می‌کنم» کد (۶) بیان می‌کند «که بیشتر وقت‌ها با اعضای خانواده فیلم و فوتبال نگاه می‌کنیم»
	گوش دادن به موسیقی مدرن	کدهای (۲۰۱) می‌گویند «من آهنگ‌های جدید رو دوس دارم و بیشتر آهنگ‌های خوانندگان پاپ ترکیه رو گوش می‌دهم» کد (۳) می‌گوید «فقط آهنگ‌های شاد و فارسی گوش می‌کنم»
	طبیعت گردی	کد (۵) می‌گوید «طبیعت روستا خیلی به نظر من بکر و زیباست به همین خاطر هر موقع اگه قرار باشه به یه جایی بریم ترجیح میدم که به اطراف روستا و بخصوص چشمه‌ها و دشت‌های اطراف بریم»
	علاقه به مسافرت رفتن	کد (۹) می‌گوید «من سفر کردن به شهرهای استانهای دیگر رو دوست دارم و به نظر من مسافرت به شهرهای دیگر زیبایی‌ها و جذابیت‌های خاص خودش رو دارد اما چون یک خانواده پرجمعیت هستیم، مسافرت کردن به جاهای دیگر کمتر اتفاق می‌افتد».
	تمایل به فضای مجازی	کد (۸) بیان می‌کند «که در طول روز بعد از کارهام برای انجام تکلیف درسی و پیدا کردن منابع و مقاله‌های علمی و هم چنین برای سرگرمی از اینترنت استفاده می‌کنم» و «با دوستانم از طریق وایبر در ارتباطم». کد (۱) می‌گوید «چون ماهواره نداریم بنابراین آهنگ‌های جدیدی که دوستانم شنیده‌اند رو از اینترنت دانلود می‌کنم»
	استفاده از ابزارهای ارتباطی	کد (۱۰) می‌گوید «با دوستانم با تلفن همراه خودم از طریق زنگ زدن یا اس ام اس ارتباط برقرار می‌کنم و عضو وایبر و فیس بوک و... نیستم» کد (۵) می‌گوید «زیاد اهل اس ام اس و وایبر و اینترنت و... نیستم و فقط در مواقع نیاز استفاده می‌کنم»

1 sub theme

2 meaning units

ادامه جدول ۲. کدهای مفهومی استخراج شده از مصاحبه‌ها به همراه مضمون‌های اصلی و فرعی

مربوطه

مضمون‌های اصلی	مضمون‌های فرعی ^۱	واحد معنایی ^۲
آداب گفتار	سنت‌گریزی	کد (۴) می‌گوید «برخی اصطلاح‌های قدیمی رو که مادر بزرگم و یا افراد مسن به کار می‌برند (بی بی ^۳ ، آبا ^۴ ، آنا ^۵ ، آقا ^۶ ، دده ^۷ و...) رو من به کار نمی‌برم و به جای آنها از (زنداداش و یا حتی به اسم کوچک صدا می‌زنم، عمه، بیوک بابا ^۸ ، مامان و بابا) استفاده می‌کنم»
	تمایز در گفتار	کد (۲ و ۱) بیان می‌کند «در بیشتر مواقع در حین صحبت کردن از واژه‌های ترکی استانبولی استفاده می‌کنم و در مدرسه هم با دوستای صمیمیم کلاً به صورت ترکی استانبولی صحبت می‌کنیم که فقط کسانی که می‌تونند ترکی استانبولی حرف بزنند می‌تونند به گروه ما اضافه بشند و از این طریق ما از دیگر همکلاسیمان متمایز می‌شویم و این متمایز بودن رو خیلی دوس داریم»
مدیریت بدن	اهمیت دادن به مراقبت‌های آرایشی	کد (۹) می‌گوید «به پوست وموی خود خیلی حساسم و همیشه از کرم نرم کننده و ضد آفتاب استفاده می‌کنم و از لوازم آرایشی که استفاده می‌کنم به مارک و تاریخ انقضایشان حتما نگاه می‌کنم»
	اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی	کد (۷) می‌گوید «در طول شبانه روز حداقل دو بار مسواک می‌زنم و در صورت جوش زدن صورتم به پزشک مراجعه کرده و حتماً تا خوب نشود شب و روزم به هم می‌خوردم».
	کنترل وزن و تناسب اندام	کد (۸) می‌گوید «از چاقی بدم می‌آید و همیشه به هر چیزی که می‌خورم توجه می‌کنم که پرچرب نباشد» کد (۵) می‌گوید «دوست دارم اندامم در حالت متوسط نگه دارم نه بیش از حد لاغر و نه چاق باشم».
	رعایت رژیم غذایی	کد (۱۰) می‌گوید «در شام سعی می‌کنم غذایی کمی می‌خورم و بیشتر از سبزی و سالاد استفاده می‌کنم». کد (۱) بیان می‌کند «از غذاهای پر چرب زیاد در خانه استفاده نمی‌کنیم»

1 sub theme
2 meaning units

۳ عمه
۴ مادر بزرگ
۵ مادر
۶ پدر
۷ پدر
۸ پدر بزرگ

ادامه جدول ۲. کدهای مفهومی استخراج شده از مصاحبه‌ها به همراه مضمون‌های اصلی و فرعی مربوطه

مضمون‌های اصلی	مضمون‌های فرعی ^۱	واحد معنایی ^۲
شیوه تغذیه	استفاده از وسایل جدید برای طبخ غذا	کد (۷) می‌گوید «در موقع آشپزی کردن از مایکروفر و همزن برقی و... استفاده می‌کنم». کد (۸) می‌گوید «بیشتر مواد اولیه که در پختن غذا در خانه استفاده می‌کنیم از شهر خرید می‌کنیم و از اجاق گاز، فرو... برای آماده کردن غذا استفاده می‌کنیم».
	اهمیت دادن به تزئین غذا	کد (۹) می‌گوید «به تزئین غذا اهمیت می‌دهم حتی اگر مهمان نداشته باشیم همیشه سعی می‌کنم تنوعی در تزئین غذا داشته باشم» کد (۱) می‌گوید «خیلی کم پیش میاد که غذایی بپزم ولی از تزئین کردن غذا را خیلی دوست دارم»
	علاقه به غذاهای فست فودی و جدید	کد (۳) می‌گوید «غذاهای مثل ساندویچ و پیتزا رو دوس دارم» کد (۶) بیان می‌کند «که علاقه زیادی به غذاهای که مواد اولیه اش طبیعی هست، دارم» کد (۹) می‌گوید «غذاهای سنتی رو دوس دارم ولی در کنار اونا درست کردن غذاهای جدید رو هم یاد می‌گیرم به برنامه‌های آشپزی نگاه می‌کنم و یادداشت بر می‌دارم».

برآیند

پژوهش حاضر، با هدف بررسی سبک زندگی موجود در بین دختران روستای صوفی به انجام رسیده است؛ اینکه اساساً سبک زندگی در بین دختران این روستا چگونه است؟ با توجه به ماهیت پیچیده و چندبعدی سبک زندگی، مولفه‌های پوشاک، فعالیت‌های فراغتی، مدیریت بدن، آداب گفتار، و شیوه تغذیه در بررسی سبک زندگی مد نظر قرار گرفته شده است. مهمترین نکته‌ای که در بین دختران روستای مورد بررسی مشاهده گردید، تاثیر شدید فرآیند مدرن و پدیده پیشرفت فناورانه و فناوری‌های ارتباطی است که زندگی دختران را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. هویت دختران این روستا در دنیای متغیر و سیال کنونی به شدت دگرگون شده است زیرا آنها هم به پدیده‌های مدرن توجه دارند و هم به شناسه‌های محلی. با انتخاب عناصر سبک زندگی مورد نظر خویش، هویت خود را شکل داده و به آن جهت می‌دهند. با این کار خود و سبک زندگی شان را از افراد دیگر که دارای سبک زندگی دیگری هستند، متمایز می‌سازند. تمایز

1 sub theme

2 meaning units

بین افراد کاملاً مشهود است و می‌توان در تک تک عناصر زندگی آنها تمایز را یافت. برای بررسی بهتر مسائل مطرح شده به مهمترین یافته‌های حاصل از داده‌های میدانی پرداخته می‌شود. شایان ذکر است که اعتبار مقولات استخراجی و مضمون‌های فرعی نیز با چک کردن ریز مصاحبه‌ها، بازبینی افراد متخصص و نهایتاً تایید خود مصاحبه‌شوندگان محقق گردید.

پوشاک

با تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در بخش پوشاک، پنج مضمون فرعی شامل "برندگرایی"، "اندامخواری لباس"، "مدگرایی"، "تمایز" و "محدود شدن نظر والدین" پیدایش یافت. در رابطه با "برندگرایی" دختران روستایی می‌توان دریافت که دختران مورد مطالعه در هنگام خرید لباس به برند بودن آن و نیز برندهای خارجی لباس اهمیت زیادی می‌دهند. به اعتقاد این دختران، "اندامخواری" لباس یکی از ویژگی‌های اساسی در انتخاب لباس برای آنها می‌باشد و همواره در جستجوی لباس‌هایی متناسب با اندام و وضعیت بدنی شان هستند. افزون بر این، دختران روستایی نیز همانند دختران مناطق شهری برای مد روز بودن و شیک بودن لباس نسبت به قیمت و جنس لباس، ارزش بیشتری قائل بودند. این "مدگرایی" عمدتاً تحت تأثیر مشاهده رسانه‌های خارجی و نیز اینترنت بوده است و سبب شده دختران روستایی به مواردی همچون ست‌بودن لباس‌ها و یا استفاده از زیورآلات خاص توجهی بیش از پیش داشته باشند. یکی از پدیده‌های جالبی که در سبک پوشش دختران روستایی مشاهده گردید، "محدود شدن نظر والدین" در انتخاب نوع پوشش بود. برخلاف گذشته، دختران روستایی بیشتر براساس سلیقه و ذوق خودشان لباس مورد نیازشان را انتخاب می‌کنند و کمتر تحت تأثیر خانواده و بخصوص والدین هستند. در اینجا متفاوت بودن سلیقه والدین و فرزندان دیده می‌شود به نحوی که بر خلاف سنت‌های پیشین، اکثر آنها از کیف، کفش و لباس اسپورت، کوتاه و اندامی استفاده می‌کردند. بنابراین نوعی تضاد بین سنت و مدرنیته در پوشش دختران روستایی مشهود است. علاوه بر این، دختران در سنین پایین نسبت به دختران سنین بالا، بیشتر در انتخاب پوشاک از رسانه‌های خارجی و داخلی تأثیر می‌پذیرفتند. آخرین پدیده‌ای که در پوشش دختران روستایی مشهود بود، تمایل به متمایز بودن در لباس‌های منتخب آنها برای پوشیدن می‌باشد. دختران روستایی مورد بررسی عمدتاً در پی لباس‌هایی بودند که به بهترین نحو آنها را از سایر همسالان و دوستانشان متمایز می‌کرد؛ به عنوان مثال، تأکید بر رنگ سال بودن لباس‌ها، تنوع در رنگ لاک ناخن و روسری، گران بودن لباس، تک بودن، و اجتناب از پوشیدن لباس‌های تکراری، همگی از مواردی هستند که حکایت از تمایل به متمایز بودن دختران روستایی دارد. بر مبنای دیدگاه بورديو نیز، نوع پوشش افراد می‌تواند بیانگر سبک زندگی و ذائقه‌های خاصی باشد که منجر به متمایز شدن افراد از دیگران شود. در واقع یکی از کارکردهای پوشش، تمایز بخشی است. همچنین، حمیدی و فرجی (۱۳۸۶) ادعان داشتند که در جوامع امروزی کارکردهای ساده و اولیه لباس کمرنگ شده و در عوض، کارکردهای پیچیده‌تری مانند خلق هویت و ایجاد تمایز و سبک زندگی برای آن متصور است. جهانی شدن فرآیندی غیرقابل کنترل است که نمایان‌ترین شاهد آن، لباسی است که مردم در سراسر دنیا در مناطق مختلف به

تن می‌کنند. در گذشته، مناطق جغرافیایی فرهنگی گوناگون و حتی مردم واحد در زمان‌های گوناگون، تنوع بسیاری در پوشاک خود داشتند. این روزها با روندهای جهانی شدن در هر مکانی، مردم پوشاکی شبیه به هم به تن می‌کنند و این نه تنها در لباس نمایان است بلکه حتی در کفش، جواهرات، مدل مو، آرایش و دیگر نمادهای مد نیز به خوبی قابل ملاحظه است (نجارزاده، ۱۳۹۱: ۱۵۴).

گذراندن اوقات فراغت

یافته‌های حاصل از مصاحبه با دختران روستایی حاکی از آن بود که در بعد گذراندن اوقات فراغت از سبک زندگی، مضمون‌های "تماشای تلویزیون"، "گوش دادن به موسیقی مدرن"، "طبیعت گردی"، "علاقه به مسافرت رفتن"، "تمایل به فضای مجازی"، و "استفاده از ابزارهای ارتباطی" مشاهده گردید. دختران مورد مطالعه بخشی از اوقات فراغتشان را با "تماشای تلویزیون" به همراه اعضای خانواده سپری می‌کردند که البته با ورود فناوری‌های صوتی و تصویری جدید می‌توان انتظار چنین روندی را داشت. علاوه بر این، دختران روستایی بر عکس والدین خود، موسیقی پاپ و جدید و نیز موسیقی خارجی گوش را می‌دادند. از نظر فعالیت‌های تفریحی و گردشگری نیز دو گروه از دختران روستایی به چشم می‌خورد: (۱) بخشی از دختران طبیعت گردی را دوست داشتند و ترجیح می‌دادند از طبیعت بکر روستا دیدن کنند و بخشی از وقت خود را در کنار چشمه‌ها و دشت‌های زیبای روستا بگذرانند، و (۲) گروه دیگر مسافرت کردن به شهرهای دیگر را دوست داشتند چرا که از جذابیت‌های خاصی برای آنها برخوردار می‌باشند. افزون بر این، پیدایش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نوین سبب گشته که دختران روستایی نیز بخش از اوقات فراغت خود را با ورود به "فضای مجازی" می‌گذرانند. آنها از اینترنت برای برای دانلود آهنگ‌های جدید، عکس، وبگردی و نیز دانلود مقاله‌های علمی و ... استفاده می‌کردند. نکته‌ای که در این میان باید توجه داشت این است که تمایز میان گذراندن فراغت و آموزش در استفاده از فضای مجازی تا اندازه‌ای دشوار می‌باشد. به عبارتی، در بسیاری از فعالیت‌های فراغتی (مثل استفاده از کامپیوتر) جنبه آموزشی نیز دارند. بنابراین برطبق نظریه بوردیو، نسل‌های موجود در یک جامعه، ساختمان ذهنی مشابهی ندارند و در نحوه گذران اوقات فراغت نیز تمایزات و تفاوت‌هایی وجود دارد. همچنین نمود دیگر اثرات این فناوری‌ها را در نحوه برقراری ارتباط میان دختران روستایی مشاهده کرد. برخی از دختران مورد مطالعه برای ارتباط با دوستانشان از تلفن‌های همراه در قالب شنیداری و پیامک استفاده می‌کردند. بنابراین می‌توان دریافت که در حال حاضر دو فضا در روستا وجود دارد. دو فضا شدن جامعه روستا بدان معنا است که هم الگوهای فراغتی سنتی مانند بودن با خانواده و هم الگوهای فراغتی مدرن که جوانان از آن برای گذران اوقات فراغت استفاده می‌کنند، قابل مشاهده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات، دو فضای به هم پیوسته زندگی روزمره را تولید کرده است به نحوی که گذران زندگی روزمره و یا به عبارتی شیوه‌های زندگی در این دو فضای متمایز و در عین حال به هم چسبیده، شکل می‌گیرد. زندگی روزانه بیشتر بر اساس بازی دیالکتیکی امر جهانی و محلی شکل می‌گیرد. مهمترین تجلی این تغییر و رابطه دیالکتیکی، دو فضایی شدن روستاست. الگوهای فراغت، از ترکیبی از زمان و مکان فراغت شکل گرفته است. با توجه به گروه‌های

سنی و اجتماعی مختلف در روستا همواره در حال بازسازی است و روندهای بیرونی بر آن تاثیر می‌گذارد (ازکیا و حسینی رودبارکی، ۱۳۸۸: ۲۵۸).

آداب گفتار

بر اساس داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در بخش آداب گفتار می‌توان نتیجه گرفت که دو پدیده "سنت‌گریزی" و "تمایز در گفتار" در زندگی دختران روستایی به چشم می‌خورد. دختران مورد مطالعه در روستای صوفی در حین گفتار، به جای واژه‌های سنتی از واژه‌های جدید استفاده می‌کردند که این امر می‌تواند به منزله تضعیف سنت در مقابل مدرنیته قلمداد گردد. به علاوه، دختران سنین پایین از واژه‌های خارجی (عمدتاً ترکی استانبولی به دلیل نزدیکی جغرافیایی با کشور ترکیه و استفاده از برنامه‌های تلویزیونی این کشور) برای متمایز نشان دادن خود و محبوبیت بین دوستان استفاده می‌کردند. بورديو (۱۹۸۴) شیوه‌هایی را تحلیل می‌کند که گروه‌های هم رده و هم طبقه خود را به وسیله آن، از الگوهای مصرفی گروه دیگر متمایز می‌کنند. بورديو نشان می‌دهد که چگونه گروه‌های خاص، به ویژه طبقات اجتماعی-اقتصادی، از میان انواع کالاهای مصرفی، روش‌های لباس پوشیدن، غذا خوردن، آرایش کردن، گفتار و ... انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند. در حقیقت این یک ذائقه اساسی است که افراد به واسطه آن خود و طبقه خود را از دیگران متمایز و بر اساس آن خود را دسته بندی می‌کنند.

مدیریت بدن

در زمینه بعد مدیریت بدن مشخص شد که پدیده‌های "اهمیت دادن به مراقبت‌های آرایشی"، "اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی"، "کنترل وزن و تناسب اندام"، و "رعایت رژیم غذایی" نمایان می‌باشد. دختران مورد مطالعه برای مراقبت‌های لازم در امر "آرایشی" اهمیت زیادی قائل می‌شدند. به عنوان مثال، توجه به زیبایی پوست و مو با استفاده از کرم‌های بهداشتی تولیدشده توسط شرکت‌های معتبر در اظهارات این دختران مشهود بود. به علاوه، آنها پیوسته از نظر "بهداشتی" مراقب خود بودند که می‌توان آن را از دفعات مسواک زدن و مراجعه به پزشک در صورت وجود هرگونه ناخوردگی در وضعیت ظاهری و درونی بدنشان استنباط کرد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که دختران روستایی به "تناسب اندام و کنترل وزن" اهمیت زیادی می‌دهند و نوعی دغدغه ذهنی برای آنها به شمار می‌رود. این پدیده خود منجر به بروز پدیده دیگری تحت عنوان "رعایت رژیم غذایی" گردیده است که شواهد آن را می‌توان در کم خوردن غذا، استفاده زیاد از سبزیجات و سالاد، و کم کردن مصرف غذاهای پرچرب مشاهده کرد. در واقع مدیریت بدن در بین دختران مورد مطالعه مطرح است که همراستا با نتایج تحقیق ازکیا و حسینی رودبارکی (۱۳۸۸) است؛ یعنی افزایش توجه به بهداشت فردی و جمعی توسط روستاییان نشان دهنده موفقیت برنامه‌های بهداشتی در روستاست. همچنین، بر اساس تحقیق خواجه نوری و همکاران (۱۳۹۰) در جوامع گوناگون بشری، گرایش به کنترل بدن به گونه‌ای روزافزون در میان زنان و بویژه دختران در حال گسترش است.

این پدیده به دلیل گسترش فراگیر و نتایج فردی و اجتماعی آن، امروزه مورد توجه قرار گرفته است. چنانکه بین سبک‌های زندگی مدرن همچون سبک‌هایی که بیشتر از موسیقی غربی استفاده می‌کنند، بیشتر از سایر سبک‌ها توان تبیین مدیریت بدن را در بعد توجه به ظاهر داشته‌اند (خواجانه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۹-۴۱). این یافته با یافته‌های بهنوئی گدنه (۱۳۹۱) نیز مرتبط است که نشان داد مدیریت بدن دختران جوان با گونه‌های هویت مذهبی همبستگی منفی و با گونه‌های هویت شخصی همبستگی مثبتی دارد. در نتیجه، با افزایش قدرت و خودآگاهی دختران جوان در کنترل و مدیریت بدن خود، نظارت‌هایی که ناشی از ایدئولوژی‌ها و نگرش‌های مذهبی، خانوادگی و ملی افراد می‌شود، تا حدودی خنثی و اثربخشی خود را از دست داده و نقش خود افراد و گروه‌های دوستی، بیشتر شده است.

تغذیه

سرانجام در بخش تغذیه نیز بر مبنای داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها با دختران روستایی، ۳ پدیده مهم شامل "استفاده از وسایل جدید برای طبخ غذا"، "اهمیت دادن به تزئین غذا"، و "علاقه به غذاهای فست فودی و جدید" نمایان گردید. دختران روستایی نیز مشابه با دختران مناطق شهری از وسایل جدید برای طبخ غذا استفاده می‌کردند. عامل تحولات رخ داده را می‌توان افزایش نسبی رفاه و استانداردهای زندگی به خاطر امکانات زیر بنایی و عمرانی مانند آب، برق و ... دانست. که موجب رواج استفاده از انواع وسایل گازسوز برای پخت و پز و شکل‌گیری آشپزخانه به سبک جدید شده است که خود به تغییراتی در شیوه طبخ غذا منجر گردیده است. بیشتر دختران بررسی شده به تزئین غذا اهمیت می‌دادند و اصولاً در خانه و با همه اعضای خانواده غذا می‌خوردند. آنها تزئین غذا را به عنوان یک علاقه شخصی می‌دانستند که بیانگر تمایلات زیبایی شناختی آنها بود که به نظر می‌رسد این موضوع نیز تحت تأثیر رسانه‌ها می‌باشد؛ چرا که امروزه رسانه‌ها حاوی برنامه‌هایی در زمینه آموزش آشپزی و هنرهای زیبا می‌باشد که قطعاً روی مخاطبان تأثیرگذار است. از سوی دیگر، "علاقه به غذاهای فست فودی و جدید" نیز در بین دختران روستایی مورد مطالعه مشاهده شد. آنها تمایل به غذاهایی مثل ساندویچ و پیتزا داشتند و در صورت طبخ غذا در منزل، به دنبال یافتن دستور طبخ غذاهای جدید از طریق برنامه‌های آشپزی بودند. در اینجا نیز می‌توان تأثیر رسانه‌ها را بر مولفه‌های تغذیه‌ای به طور واضح مشاهده کرد. به تعبیر گیدنز، گسترش رسانه‌های جمعی موجب غلبه بر محدودیت‌های زمانی و مکانی، از جاکندگی روابط اجتماعی و سبک‌های زندگی و بازجایی آنها در پهنه‌های نامحدود زمانی-مکانی شده و با هم ردیف قرار دادن امور محلی و جهانی، موجب بازاندیشی در امور محلی و تغییر آنها در پرتو اطلاعات و آگاهی‌های جدید و در نتیجه پیدایش سبک‌های جدید زندگی گردیده است.

استنباط نظری

هدف از انجام این مطالعه بررسی سبک زندگی دختران روستایی بوده است که در این راستا دو سؤال اساسی مطرح شد. اولین سؤال مربوط به چگونگی سبک زندگی دختران روستایی بود. در پاسخ به این

سؤال، سبک زندگی دختران روستایی در قالب پنج محور اصلی پوشاک، فعالیت‌های فراغتی، مدیریت بدن، آداب گفتار، و شیوه تغذیه قابل تشریح است. مشخص شد که در مورد "پوشاک" دختران روستایی، شاهد پدیده‌های برندگرایی، توجه به جنس لباس، مدگرایی، متمایز بودن در پوشش، و محدود شدن نظر والدین هستیم. تمامی این پدیده‌ها در زندگی شهرنشین امروز مشاهده می‌شوند. در واقع نوعی همسان سازی بین شهر و روستا از نظر نحوه پوشش دختران به وجود آمده است. از دیدگاه کریک^۱ (۲۰۰۵) نیز پوشاک از یک سو ابزاری است برای اجتماعی شدن و کنترل اجتماعی و از سوی دیگر، رهایی از محدودیت‌های فرهنگی. اصولاً زنان و دختران جوان با نیت جستجوی هویت به ویژه هویت جنسی دست به آفرینش سبک پوشش می‌زنند. به علاوه، با نگاهی به تغییر روندهای اجتماعی می‌توان دریافت که یکی از حوزه‌های تغییرپذیر و تغییرساز، پوشاک جوامع مختلف بوده است. در این میان، پوشش زنان و دختران جوان بیش از مردان دچار تحول شده است به نحوی که هر روز مدها و طرح‌های جدیدی برای زنان و دختران جوان به بازار عرضه می‌شود که منجر به جذب هر چه بیشتر دختران به مصرف گرایی شده است. این پدیده در میان دختران روستای صوفی نیز به وضوح قابل مشاهده بود. همچنین سبک پوشش برای اثبات فردیت و قوه تمیز سرمایه فرهنگی مصرف کننده و راهی برای بنا ساختن تمایز او با دیگران به شمار می‌رود. به گفته بوردیو (۱۹۸۹) مصرف دیگر تنها ارضای یک دسته از نیازهای از نظر زیستی، ریشه دار نیست، بلکه متضمن نشانه‌ها، نمادها، ایده‌ها و ارزش‌ها است. همچنین، مصرف در دوران جدید روندی است که در آن خریدار کالا از طریق به نمایش گذاشتن کالاهای خریداری شده، به طور فعالی مشغول تلاش برای خلق و حفظ یک حس هویت^۲ است. به عبارتی دیگر افراد، هویت چه کسی بودن خویش را امروزه از طریق آنچه که مصرف می‌کنند، تولید می‌نمایند یا بهتر بگوییم، جعل می‌کنند. در مورد "فعالیت‌های فراغتی" دختران روستایی شاهد پدیده‌های تماشای تلویزیون، گوش دادن به موسیقی مدرن، طبیعت گردی، علاقه به مسافرت رفتن، تمایل به فضای مجازی، و استفاده از ابزارهای ارتباطی بودیم. این دختران مشابه با دختران مناطق شهری برای گذراندن بخشی از اوقات فراغت خود به تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی روی آورده بودند و در پاره‌ای موارد، حضور در طبیعت و مسافرت را برمی‌گزیدند. به هر حال، امروزه خانواده‌ها در بودجه خود سهم بیشتری به اوقات فراغت اختصاص می‌دهند. در قرن بیستم، فراغت رفته رفته نه تنها به عنوان حق فرد بلکه به عنوان یک ارزش تثبیت شده است و «احساس فقیر شدن» هنگامی به افراد دست می‌دهد که در زمینه اوقات فراغت «نیازها» سریع‌تر از «میزان رضایتمندی» آنها افزایش یابد. به باور وبلن، فراغت و مصرف چشمگیر (و نمایشی)، راهی است برای نمایاندن منزلت و موقعیت اجتماعی برای اینکه انسان‌ها در چشم دیگران برتر جلوه کنند و برای خودشان نیز ارزش بیشتری قائل شوند (راژک^۳، ۲۰۰۶). به نظر وبلن، در جوامع مدرن، مصرف چشمگیر (متظاهرانه) و سبک زندگی مبتنی بر رفاه و فراغت، سراسر ساختار اجتماعی را فرا گرفته است. در چنین فرهنگ‌های رقابت‌آمیزی،

1 Craik

2 Identity

3 Rojek

افراد طبقات پایین‌تر تلاش می‌کنند تا با الگو قرار دادن سبک زندگی و فراغت طبقه بالاتر و تظاهر به فراغت‌های مدرن به احترام و منزلت اجتماعی بیشتری دست یابند. این روند را نیز می‌توان در نحوه فراغت دختران روستایی مشاهده کرد، به نحویکه آنها با تأثیرپذیری از زندگی شهری، تمایل به نوعی تقلید از شهرنشینان دارند تا به منزلت اجتماعی بالاتری دست یابند.

در مورد سبک "مدیریت بدن" دختران روستایی نیز شاهد پدیده‌های "اهمیت دادن به مراقبت‌های آرایشی"، "اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی"، "کنترل وزن و تناسب اندام"، و "رعایت رژیم غذایی" بودیم. این پدیده‌ها دقیقاً در زندگی شهرنشینی مدرن امروزی نیز کاملاً مشهود و قابل مشاهده است. دختران جوان بیش از گذشته به وضعیت فیزیولوژیکی و اندام خود اهمیت می‌دهند و تمایل به استفاده از وسایل آرایشی متنوع برای زیباساختن خود دارند. در اندیشه بورديو، بدن شکلی از سرمایه فیزیکی است که تغییر گسترده در آن تحت تأثیر ارزشهای اجتماعی رایج در اندازه، شکل و ظاهر بدن قرار دارد. بورديو (۱۹۸۶) معتقد است که قابلیت‌ها و توانمندی‌های جسمانی انسان یکی از عوامل تعیین کننده جایگاه او در جامعه است. فمینیست‌های مارکسیست و سوسیالیست‌ها معتقدند که بهبود کیفیت زندگی و نیز منطق نظام سرمایه داری یعنی بازار انبوه و سود فراوان، به موازات یکدیگر و البته با یاری رسانه‌ها، مصرف و میل به مصرف گرایی را افزایش داده و زنان را بیش از پیش به این سو سوق می‌دهد و لذا زنان در عصر مصرف گرایی و تبلیغات، هویت خود را در ارتباط با ظاهر خود تعریف می‌نمایند. آنچنان که می‌توان گفت ظاهر، بدن و هویت با مصرف گرایی قرن بیست و یکم پیوند خورده است. نتایج پژوهش‌ها نیز نشان می‌دهد که مدیریت بدن با اهداف مختلفی انجام می‌شود و عوامل مختلفی زنان و دختران را به سوی چنین رفتارهای سوق می‌دهد. به عنوان مثال، لی و همکاران^۱ (۲۰۰۹) معتقدند که برداشت زنان از پیری بدن باعث دستکاری در ظاهر بدن می‌شود. آنها به این نتیجه رسیدند که توجه بیشتر به تغییر بدن، سایر افراد با نفوذ (والدین و دوستان) و رضایت بدنی، تبیین کننده رفتارهای بدنی هستند. به علاوه، ویکیز و گاتنر^۲ (۲۰۰۵) معتقدند که دوستان، همکلاسی‌ها، مشاهیر، هنرمندان و اعضای خانواده به ترتیب در مقایسه بدن، پوشش، جذابیت، شکل و اندازه بدن نقش موثری دارند. پژوهش‌های دیگر در زمینه مدیریت بدن نشان داده‌اند که وضعیت تأهل، سن، دینداری، قومیت، مقایسه اجتماعی بدن با هم سن و سالان، روابط اجتماعی زنان، تصور از بدن، نگرش سنتی خانواده، مصرف رسانه‌ای و مجلات، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، سرمایه فرهنگی، و پیری و سالخوردگی از عوامل موثر بر مدیریت بدن در بین زنان است. در مورد "آداب گفتار" دختران روستایی، شاهد پدیده‌های سنت‌گیزی و تمایز در گفتار بودیم. دختران روستایی دیگر از واژه‌های سنتی استفاده نمی‌کردند. واژه‌هایی که در زبان‌ها وجود دارد، نشان دهنده کاربردی است که آن واژه در زندگی روزمره افراد آن جامعه دارد. اگر برخی از واژه‌ها کنار گذاشته می‌شوند یا به ندرت به کار می‌روند، به دلیل تغییری است که در شرایط اجتماعی (زمینه) آن به وجود می‌آید. همچنین، دختران روستایی در گفتار خود به دنبال ایجاد تمایز میان خود با سایر همسالان نشان بودند. باید توجه داشت که زمینه‌های اجتماعی که

1 Lee et al.

2 Wykes & Gunter

گفتار در آن اتفاق می‌افتد و از زبان برای انتقال پیام و معنا در آن زمینه استفاده می‌شود، از موقعیت و منزلت اجتماعی گروه یا قشر و طبقه خاص در کل جامعه ناشی می‌گردد. سرانجام، در مورد "شیوه تغذیه" شاهد پدیده‌های استفاده از وسایل جدید برای طبخ غذا، اهمیت دادن به تزئین غذا، و علاقه به غذاهای فست فودی و جدید بودیم. مشابه با موارد قبل، این پدیده‌ها نیز امروزه در زندگی مدرنیزه شده شهری به خوبی نمایان است. به عبارت دیگر، عادات تغذیه‌ای دختران روستایی به سمت استفاده از الگوهای تغذیه شهری (استفاده از غذاهای آماده، تهیه مواد اولیه غذا مثل سبزی و لبنیات از بازار و ...) پیش می‌رود.

دومین سؤالی که این پژوهش درصدد پاسخگویی به آن بود، تعیین عوامل موثر بر سبک زندگی دختران در روستا می‌باشد. پاسخ به این سؤال از طریق مروری بر پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان امکان پذیر می‌باشد. در مورد تمامی مولفه‌های شناسایی شده سبک زندگی دختران روستایی، عواملی همچون گسترش راه‌های ارتباطی و مراد به شهرهای همجوار، تغییر شیوه معیشت، گسترش آموزش و افزایش سطح سواد و گسترش و رسانه‌های جمعی، نقشی به سزا ایفا می‌کردند و از جنبه‌های مختلف منجر به تغییر در سبک زندگی آنها و گرایش یافتن شان به سوی سبک زندگی شهری و مدرن شده بود. به بیانی دیگر، با پیشرفت‌های فناورانه و گسترش ارتباطات با شهرهای اطراف و نزدیک شدن فضای فیزیکی اجتماعی روستا با شهرها و همچنین با افزایش سطح تحصیلات روستاییان، روند تغییرات اجتماعی از جمله سبک زندگی دختران در روستای صوفی سرعت گرفته است. در گذشته زنان و دختران متعلق به نسل‌های مختلف دارای شباهت‌های زیادی به لحاظ افکار و عقاید، نوع پوشاک، تغذیه، نحوه گذران اوقات فراغت و ... بودند. ولی امروزه به واسطه عوامل فوق و تشدید روند تغییرات در جامعه روستایی، تفاوت بین نسل جدید روستایی با نسل قدیمی بیشتر شده است. به گونه‌ای که دیگر، همسانی و شباهت‌هایی که بین سبک زندگی نسل‌های مختلف روستای صوفی وجود داشت، کاهش یافته است. تغییر پوشش دختران روستایی، مدگرایی و مصرف‌گرایی نمونه‌ای از اثرات فزاینده رسانه‌های داخلی و خارجی است. در اثر تغییرات رخ داده، به تدریج لباس‌های سنتی و قدیمی کنار گذاشته شده و لباس‌های شهری و مدرن جایگزین آنها شده‌اند. به تعبیر گیدنز، گسترش رسانه‌های جمعی موجب غلبه بر محدودیت‌های زمانی و مکانی، از جاکندگی روابط اجتماعی و سبک‌های زندگی و بازجایی آنها در پهنه‌های نامحدود زمانی-مکانی شده و با همدریف قرار دادن امور محلی و جهانی موجب بازاندیشی در امور محلی و تغییر آنها در پرتو اطلاعات و آگاهی‌های جدید و در نتیجه پیدایش سبک‌های جدید زندگی گردیده است. افزایش نسبی رفاه و استانداردهای زندگی در روستای صوفی عاملی است که سبب بروز تغییراتی در سبک زندگی دختران آن گردیده است. برق کشی و آبرسانی به روستاها موجب رواج استفاده از انواع تجهیزات مدرن برای پخت و پز و شکل‌گیری آشپزخانه به سبک جدید شده است که خود به تغییراتی در شیوه طبخ و مصرف غذا منجر گردیده است. در پایان، این مطالعه در یکی از روستاهای استان آذربایجان غربی صورت گرفت و لذا نمی‌توان با قطعیت نتایج آن را به دیگر روستاهای ایران تعمیم داد. بنابراین ضروری است که با انجام بررسی‌های جامعه‌شناختی در سایر مناطق روستایی و با استفاده از رویکردهای کمی و کیفی و همچنین با رویکرد تلفیقی، تصویری از آنچه که در جامعه روستایی در حال اتفاق افتادن است به دست آورد. با مطالعه سبک زندگی روستایی و تغییرات در حال وقوع در آن، می‌توان به شناختی از مسائل و نیازهای

جامعه روستایی دست یافت. به همین دلیل، بررسی زمان حال برای یک جامعه در حال گذار می‌تواند وسیله‌ای برای نظاره آینده باشد.

منابع

- ازکیا، مصطفی. و حسینی رودبارکی، سکینه. (۱۳۸۸)، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۱۰، شماره ۳۷، صص ۲۴۱-۲۶۴.
- اقلجانی بیگی، زهرا. (۱۳۹۱)، بررسی سبک زندگی در قشرهای مختلف زنان شاغل و عوامل موثر بر آن در شهر قزوین، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- امامی سیگاوردی، عبدالحسین، دهقان نیری. و اکبری. ناهید. (۱۳۹۱)، روش شناسی تحقیق کیفی- پدیدارشناسی، پرستاری و مامایی جامع نگر، سال ۲۲، شماره ۶۸ صص ۵۶-۶۳.
- ایمان، محمدتقی. و مرحمتی، ندا. (۱۳۹۳)، تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز، جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۵، شماره ۳، صفحات. ۱-۲۰.
- باینگانی، بهمن، ایراندوست، سید فهیم. و احمدی، سینا. (۱۳۹۲)، سبک زندگی از منظر جامعه شناسی- مقدمه‌ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبک زندگی، پژوهشگاه علوم انسانی و تحقیقات فرهنگی، سال ۸، شماره ۷۷، صص ۵۶-۷۴.
- بشیر، حسن. و افراسیابی، محمداصادق. (۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره ۵، شماره ۱، صفحات. ۳۱-۶۲.
- پهنوته‌گنده، عباس. (۱۳۹۱)، جوانان، سبک زندگی و هویت اجتماعی: ارزیابی جامعه‌شناختی سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان بابلسر، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال اول، شماره ۱: صص ۸۷-۱۰۶.
- تیموری، رضا. (۱۳۸۹)، بررسی عوامل موثر بر تغییرات سبک زندگی در روستای شیردارکلا در شهرستان بابل، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- جلالی، رستم. (۱۳۹۱)، نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت، سال اول، شماره ۴، صص ۳۱۰-۳۲۱.
- حمیدی، نفیسه. و فرجی، مهدی. (۱۳۸۶)، سبک زندگی و پوشش زنان در تهران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال ۱، شماره ۱، صفحات. ۶۵-۹۲.
- خواجه نوری، بیژن، روحانی، علی. و هاشمی. سمیه. (۱۳۹۰)، رابطه سبک زندگی و تصور از بدن: مورد مطالعه زنان شهر شیراز، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، شماره ۱، صفحات. ۷۹-۱۰۳.
- خواجه نوری، بیژن، روحانی، علی. و هاشمی، سمیه. (۱۳۹۰)، سبک زندگی و مدیریت بدن، فصلنامه علمی و پژوهشی جامعه شناسی زنان، سال دوم، شماره ۴، صص ۲۱-۴۷.
- رحمانزاده، علی. و طهماسبی، زهره. (۱۳۹۰)، بررسی تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره‌ای بر سبک زندگی بانوان دانشجو، مجله مطالعات رسانه‌ای، سال ۶، شماره ۱۴، صفحات. ۱-۱۶.
- رحمت آبادی، الهام. و آقابخش، حبیب. (۱۳۸۵)، سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۵، شماره ۲۰، صص ۲۳۵-۲۵۴.
- رضایی، حسین. (۱۳۸۸)، بررسی تاثیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر سبک زندگی روستائیان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

- رضوی زاده، سید نورالدین. (۱۳۸۵)، بررسی تاثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳۱، صص ۱۱۱-۱۴۴.
- رضوی‌زاده، سیدنورالدین. (۱۳۸۳)، بررسی تأثیر ارتباطات بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، رساله دکتری ارتباطات.
- رنجبر، هادی، حق دوست، علی. و صادقی، اکبر. (۱۳۹۱)، نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی-راهنمایی برای شروع، مجله علمی-پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، سال ۱۰، شماره ۳، صص ۲۳۸-۲۵۰.
- زارع، بیژن. و فلاح، مهدی. (۱۳۹۱)، بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تبریز و عوامل موثر بر آن، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره ۵، شماره ۴، صص ۷۵-۱۰۵.
- زارعیان، آرمین. و غفرانی پور، فضل‌الله. (۱۳۸۶)، تبیین مفهوم سبک زندگی در نوجوان پسر: یک تحقیق کیفی، پژوهش پرستاری، دوره ۲، شماره ۶ و ۷، صص ۷۳-۸۴.
- سروش، مریم. و حسینی، مریم. (۱۳۹۲)، جهانی شدن، هویت مستقل از خانواده و سبک زندگی زنان شهری، فصلنامه زن و جامعه، سال چهارم، شماره ۱، صفحات. ۵۳-۷۷.
- شریفی، مهدی. و رادمنش، بهاره. (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر برنامه استعدادیابی شبکه تلویزیونی "من و تو یک" بر سبک زندگی دانشجویان (مطالعه موردی دانشگاه تهران)، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال ۱۴، شماره ۲، صفحات. ۲۲۵-۲۴۵.
- صلاحی اصفهانی. گیتی. و خجسته نسب، حمید. (۱۳۹۳)، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه عشایری (نمونه موردی: قشلاق قره باغ شهرستان ساوه)، جغرافیا (فصلنامه بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)، سال ۱۲، شماره ۴۰، صفحات. ۱۶۱-۱۸۶.
- صمیم، رضا. (۱۳۹۳)، نگاه انتقادی به پیشینه داخلی مطالعات جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۷، شماره ۱، صص ۱۴۵-۱۶۶.
- عابدی، حیدرعلی (۱۳۸۹)، کاربرد روش تحقیق پدیده‌شناسی در علوم بالینی، فصلنامه راهبرد، سال نوزدهم، شماره ۵۴، صص ۲۰۷-۲۲۴.
- علمی، محمود، صباغ، صمد. و افتخاری، سروه. (۱۳۸۹)، تبیین رابطه بین ابعاد سبک زندگی و مدیریت بدن در میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی بوکان، مطالعات جامعه‌شناختی، سال ۲، شماره ۷، صفحات. ۲۳-۴۰.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، تهران، نشر صبح صادق.
- فاضلی، نعمت‌الله. (۱۳۸۶)، مدرنیته و مسکن (رویکردی مردمنگاران به مفهوم خانه، سبک زندگی روستایی و تحولات امروزی آن)، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱، صص ۲۵-۶۳.
- قادرزاده، امید؛ ایراندوست، سید فهیم. (۱۳۹۳). مطالعه کیفی سنخ‌شناسی سبک‌های زندگی: مطالعه جوانان شهر مهاباد، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۵، شماره ۳، صص ۱۳۵-۱۶۱.
- کوهی، کمال، عباس‌زاده، محمد. و خواجه بی شک. علی. (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان پایبندی به سبک زندگی دینی در بین شهروندان ۱۵-۶۵ ساله شهر تبریز، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال ۳، شماره ۱، صفحات. ۷۹-۹۴.

- گل پرور، محسن، کامکار، منوچهر. و ریسمانچیان، بیتا. (۱۳۸۶)، رابطه اضافه وزن با اعتماد به نفس، افسردگی، سبک زندگی و خودپنداره بدنی در زنان خود معرف به مراکز کاهش وزن، *دانش و پژوهش در روانشناسی*، شماره ۳۲، صفحات. ۱۲۱-۱۴۴.
 - گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲)، *تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی، چاپ دوم.
 - مرادی فکوهی، سجاد. (۱۳۹۰)، تغییرات نسلی سبک زندگی روستایی: مطالعه میدانی در میان عشایر بختیاری، صص ۱-۱۸.
 - مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۶)، مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره ۱، صص ۱۹۹-۲۳۰.
 - نجارزاده، محمد (۱۳۹۱)، بررسی تفاوت‌های سبک زندگی گروه‌های شهری و روستایی در ارتباط به جهانی شدن فرهنگی مطالعه موردی: اصفهان و روستاهای آن، *جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره ۴، صص. ۱۴۳-۱۶۴.
 - نجارزاده، محمد. (۱۳۹۱)، تطبیق نظریات جهانی شدن فرهنگ در روستاها بر اساس شاخص‌های سبک زندگی، *پژوهش‌های روستایی*، سال سوم، شماره ۴، صفحات. ۱۵۵-۱۸۲.
 - نصرتی، شیما. و ذوالفقاری، ابوالفضل. (۱۳۹۱)، تأثیر دینداری بر سبک زندگی جوانان تهرانی، *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، سال ۴، شماره ۱۴، صفحات. ۱۰۲-۱۱۹.
 - نقیب زاده، احمد؛ و فاضلی، حبیب‌الله. (۱۳۸۵)، درآمدی بر پدیدارشناسی به مثابه روش علمی، *پژوهشنامه علوم سیاسی*، سال اول، شماره ۲، صص ۳۰-۵۴.
 - ویلن، تورستن. (۱۳۸۳)، *نظریه طبقه مرفه*، ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی.
-
- Almjeld, J. M. (2008), *The girls of my-space: new media as gendered literacy practice and identity construction*, College of Bowling Green State University.
 - Brunso, K. and Grunert, G. (2004), Closing the Gap between Values and Behavior a Means End Theory of Life Style, *Journal of Business Research*, Vol. 57, pp. 665-670.
 - Craik, J., (2005), *Uniforms Exposed: From Conformity to Transgression*. Berg, Oxford.
 - Fawole, P. (2009), Rural Women Lifestyles: Lessons From Nigeria, *African Journal for the Psychological Study of Social Issues*, Vol. 12, No. 1-2, pp. 289-301.
 - Finelli, G. and Galliopoli, P. (2005), Assessment of physical activity in an outpatient obesity clinic in southern Italy, *Nutrition, Metabolism, & Cardiovascular Disease*, Vol. 16, pp. 168-173.
 - Irene, B. and Spiller, G. A. (2014), Health-improving lifestyles of organic and functional food consumers, *British Food Journal*, Vol. 116 No. 3 pp. 510 – 526.
 - Lee, H.H. and Lynn, D. M. (2009), Body satisfaction and Attitude Theory: Linkages with Normative Compliance and Behaviours undertaken to Change the Body, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 37, No. 4, pp. 466-488.
 - Li, G. and Weng, Q. (2007), Measuring the Quality of Life in City of Indianapolis by Integration of Remote Sensing and Census Data International, *Journal of Remote Sensing*, Vol. 28 No. 2, pp. 249-267.
 - Mann, S. and Erdin, D. (2007), Towards a rural post-work society, *International Journal of Social Economics*, Vol. 34 No. 12 pp. 904-913.

- Plonczynski, D. J., Wilbur, J., Larson, J. L. and Thiede, L. (2009), Lifestyle Physical Activity of Older Rural Women, *Research Nursing Health*, Vol. 31 No. 5, pp. 501-513.
- Rojek, C. (2006), *A Handbook of Leisure Studies*, Palgrave, Macmillan.
- Suliburska, J., Bogdański, P., Pupek-Musialik, D., Głód-Nawrocka, M., Krauss, H. and Piątek, J. (2012), Analysis of lifestyle of young adults in the rural and urban areas, *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*, Vol. 19, No 1, pp. 135-139.
- Wykes, M. and Gunter, B. (2005), *The Media and Body Image*. London. SAGE Publications.