


<p>یعقوبی، دوست محمود. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین میزان دین‌داری و سبک زندگی (مورد مطالعه: زنان شهراواز)، دو فصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی ۳ (۷)، ۲۰۵-۲۴۰.</p>	 <p>دانشگاه مازندران</p>
---	---

بررسی رابطه بین میزان دین‌داری و سبک زندگی (مورد مطالعه: زنان شهراواز)

محمود یعقوبی دوست^۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۲۸

چکیده

امروزه مفهوم سبک زندگی به عنوان بیان روش زندگی مردم و الگوهای فرهنگی و رفتاری آحاد جامعه از مفاهیم اساسی علوم انسانی به ویژه روانشناسی و علوم اجتماعی به شمار می‌آید. هدف از انجام این پژوهش، بررسی رابطه بین میزان دین‌داری و سبک زندگی زنان شهر اهواز است. روش تحقیق، پیمایشی و جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه زنان شهر اهواز بوده که تعداد ۳۸۳ نفر بر اساس فرمول کوکران و به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده‌اند. برای سنجش از پرسشنامه استاندارد گلاک و استارک و پرسشنامه محقق ساخته استفاده کرده‌ایم. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین نمره ی کل دین‌داری، رابطه منفی و معنادار و نمره ی دین‌داری در ابعاد (اعتقادی، عاطفی) با ابعاد سبک زندگی (مدیریت بدن، مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فراغت) رابطه مثبت وجود دارد. اما در بررسی رابطه بین بُعد پیامدی با مدیریت بدن و مصرف فرهنگی، رابطه معنادار دیده نشد. هم‌چنین بین بعد مناسکی با فعالیت‌های فراغت زنان رابطه معنادار مشاهده نگردید. در نهایت نتایج تحلیل رگرسیونی چند متغیره گام به گام نشان می‌دهد که بُعد اعتقادی دین‌داری، بیش‌ترین تاثیر را در تبیین سبک زندگی زنان شهر اهواز داشته است و در مجموع متغیرهای مستقل توانسته‌اند، ۳۸/۲۵ درصد تغییرات متغیر سبک زندگی را تبیین نمایند.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی; دین‌داری; مدیریت بدن; مصرف فرهنگی; فعالیت‌های فراغت

^۱ - گروه حقوق، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران. m_4162004@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

از نظر سازمان بهداشت جهانی^۱، سبک زندگی آبه الگوهای رفتاری و عادات فردی در سراسر زندگی (شامل تغذیه، تحرک، عادات رفتاری) اطلاق می‌شود که در پی فرایند اجتماعی شدن به وجود آمده است (سنائی نسب، رشیدی و توکلی ۱۳۹۲: ۱۱). اولین بار آلفرد آدلر^۲ (۱۹۹۲) اصطلاح سبک زندگی را مطرح کرد. از دیدگاه آدلر ریشه های سبک زندگی، عبارت اند از: سلامتی و ظاهر، وضعیت اجتماعی اقتصادی خانواده، نگرش های فرزندپروری، نظام خانواده و نقش جنسیتی (کاوایانی، ۱۳۹۱: ۹۳-۱۰۱). سبک زندگی در جوامع امروزی نقش مهمی در زندگی مردم ایفا می‌کند، زیرا با مسائل کلیدی و حساسی هم چون مصرف، هویت، هویت فردی و اجتماعی، فعلیت بخشیدن به قدرت تشخیص و انتخاب یا حداقل ایجاد احساس آزادی عمل پیوند خورده است؛ مسائلی که پاره ای از بنیادی ترین وجوه انسانی را بیان می‌کند. بدین ترتیب اهمیت سبک زندگی در این است که سطحی ترین لایه های زندگی (از آرایش مو و لباس گرفته تا حالت بیان و ژست صورت و بدن) را به عمیق ترین لایه های آن پیوند می‌زند (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۱۸).

سبک زندگی افراد و جوامع، بیانگر هویت شخصی و اجتماعی و معرف شخصیت فرد یا جامعه ای خاص است و هم چنین می‌توان آن را به عنوان شاخص و نشانه ای از هویت دینی و ارزشی فرد یا جامعه تلقی کرد (گیدنز^۴، ۱۳۸۵: ۱۲۰). به همین دلیل، سبک زندگی افراد و جوامع را می‌توان به عنوان یکی از شاخص‌های سنجش کیفیت ایمان، عمق باورها و ارزش هایشان مورد استفاده قرار داد. ارتباط این دو حوزه تا جایی است که با ترویج نوع خاصی از سبک زندگی، می‌توان باورها و ارزش های مرتبط با آن را نیز انتقال داد زیرا سبک زندگی در حقیقت ناقل پیام هایی درباره باورها و ارزش هاست. به طور خلاصه، این پژوهش بر این عقیده است که با تأمل در سبک زندگی افراد و جوامع می‌توان کیفیت، عمق و گستره نظام باورها و ارزش های آنها را به دست آورد.

براساس نظریه های بسیاری از جامعه شناسان از جمله وبر (۱۹۷۸)؛ زیمل (۱۹۷۱)؛ گیدنز (۲۰۰۲)؛ بوردیو (۱۹۸۴) امروزه، فقط عامل اقتصادی، مانند آنچه

1 . World Health Organization (WHO)

2 . lifestyle

3 . Adler

4 . Giddens

مارکس (۱۸۴۸) می گفت، نمی تواند تعیین کننده شیوه زندگی افراد باشد و عوامل دیگر یا به تعبیر بورديو سرمایه های دیگری چون سرمایه های فرهنگی، اجتماعی، نیز بر کنش و سبک زندگی انسانها مؤثرند (استوری،^۱ ۱۳۸۶: ۱۴-۱۸).

دین^۲ از مهم ترین عوامل تعیین کننده شکل، نوع و روند تغییرات در اجتماع است و نقش مهمی در گزینش سبک زندگی افراد دارد. دین نه تنها مردم را نسبت به برخی از سبک های زندگی در قیاس با سبک های زندگی دیگر ترغیب می نماید، بلکه می تواند تاثیر قابل ملاحظه ای در کنترل فرهنگ مصرفی و سبک های زندگی مصرفی داشته باشد (باکاک، ۱۳۸۱: ۱۷۷). اهمیت دین بر سبک زندگی اگر چه در زمینه های اجتماعی گوناگون تغییر می کند، اما ارزش جامعه شناختی زیادی دارد. این نتیجه در کشورهایی به دست آمده که دین در عرصه عمومی به شدت تضعیف شده است. ادیان به دلیل عرضه انبوهی از ارزش های متافیزیکی و اخلاقی و هم چنین ارائه ردیفی از رفتارهای سنتی که می توانند عناصر سازنده ی سبک زندگی باشند، قادرند نقش فعالی در ایجاد یا تغییر سبک های زندگی ایفا کنند. اهمیت این موضوع از آنجایی است که دین داری دارای کارکردها و اثرات ویژه ای در تمام زوایای زندگی بشری است، چرا که افراد دین دار بسیاری از کنش ها، افکار، شیوه زندگی، ارزش ها و حالت های خود را براساس دین تعیین نموده و دین را ناظر بر زندگی خود می دانند.

از دیدگاه جامعه شناختی، دین به عنوان یک نهاد اجتماعی، کارکردهای اساسی مانند انطباق، انسجام، حیات بخشی و خوشبختی آفرینی دارد که فقدان آن بقای جامعه را مخدوش می سازد (هاری آلپر^۳، به نقل از گیویان، ۱۳۷۷: ۲۶). در این ارتباط، بررسی ابعاد گوناگون دین و دین داری، به ویژه عناصر آگاهی بخشی و تعمیق باورهای دینی، در جهت تبیین سبک زندگی مناسب شهروندان ضرورت دارد. بنابراین، دین نیز به عنوان یکی از سرمایه های مذهبی و نمادین اصلی جامعه باعث می شود که افراد متأثر از آن بتوانند نگرش ها، رفتارها و در نهایت سبک زندگی خود را از دیگران متمایز کنند.

با توجه به رابطه دین داری با سبک و شیوه زندگی مردم، بسیاری از صاحب نظران برانعکاس جهان بینی، ارزش ها و نگرش های دینی در سبک زندگی شهروندان تاکید ورزیده و نقش

^۱ . Storey

^۲ . Religion

^۳ . Alper

اساسی دین در شکل‌گیری سبک زندگی افراد و گروه‌های اجتماعی را مورد تأکید قرار داده اند (فاضل قانع، ۱۳۹۲: ۱۰). از جمله جامعه‌شناسانی که به این مسئله پرداخته‌اند ابن خلدون، زیمل^۱، وبر^۲، گیدنز^۳، وبلن^۴ و بوردیو^۵ هستند که معتقدند سبک زندگی بر دین و به دنبال اهتمام و التزام دینی (دین‌داری) تأثیرگذار است. یکی از نظریه‌پردازان مهم این حوزه بوردیو است (پور جلی و سرایی، ۱۳۸۶: ۹۴). از نظر بوردیو، موقعیت اجتماعی افراد در میدان بر اساس میزان برخورداری از سرمایه‌های مختلف و سبک زندگی متمایز است. طبقه در میدان دین نیز همانند طبقه در میدان‌های دیگر است که بر اساس سبک‌های زندگی متمایز می‌گردد. بنابراین، به زعم بوردیو، سبک زندگی از تعیین‌های معرفت دینی و شکل‌گیری انواع عمل دینی (دین‌داری) است (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۳).

پژوهش درباره سبک زندگی شهروندان و نقش دین در آن از اهمیت علمی و اجتماعی خاصی برخوردار است. چنان‌که به نظر می‌رسد، در چند دهه‌ی اخیر با سرعت تغییر در سبک زندگی، شاهد تغییر در مجموعه‌ای از رفتار و عادات و عقاید و ارزش‌های مردم کشورمان بوده‌ایم. نبض این تحولات در ورود رسانه‌های جدیدی هم‌چون برنامه‌های ماهواره‌ای، انواع لوح فشرده، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است. گواه آن را می‌توان در نتایج تحقیقاتی در ایران نظیر یافته‌های تنهایی و خرمی (۱۳۸۹)؛ خواجه نوری (۱۳۸۹)؛ چاوشیان (۱۳۸۱)؛ که نقش اساسی دین در شکل‌گیری سبک زندگی افراد و گروه‌های اجتماعی را مورد تأکید قرار داده‌اند، مشاهده کرد. در همین زمینه، تحقیقات خارجی نیز موید اهمیت این مساله بوده‌اند. تحقیقاتی نظیر مطالعات کانتور و لنگستون^۶ (۱۹۸۹)؛ والت^۷ (۲۰۰۲)؛ مک کی^۸ (۱۹۹۶) نشان می‌دهند که باورهای دینی و مذهبی نقشی اساسی در شکل‌گیری نوع سبک زندگی افراد و گروه‌ها در جامعه دارد.

از آنجا که ایران نیز جامعه‌ای دینی است، دین همچون یک سرمایه، نقشی تأثیرگذار برکنش و انتخاب سبک زندگی و نحوه مصرف فرهنگی و مادی افراد دارد. اما باید توجه داشت

1. Simmel

2. Weber

3. Giddens

4. Veblen

5. Bourdieu

6. Cantor & Langston

7. Walt

8. Mckay

که قرار گرفتن در معرض مدرنیسم و شاخص‌های آن از جمله عقلانیت، فردگرایی، مصرف‌گرایی همواره تغییراتی در تمام زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نگرش‌های دینی به دنبال داشته است. به نحوی که محور اصلی تحقیقات جامعه‌شناسی دین نیز از ابتدا، جامعه‌نویس و تحولات برجسته‌ای بوده که مدرنیسم در امر دین به وجود آورده است (ویلیامز^۱، ۱۳۸۶: ۲).

زنان به ویژه با توجه به نقش مادری در خانواده، از اصلی‌ترین عناصر فرآیند هویت‌یابی و جامعه‌پذیری فرزندان و نسل آینده جامعه هستند. در واقع «زن» از این منظر عنصری «فرهنگ‌ساز» تلقی می‌شود که ارزش‌ها، اعتقادات و شیوه‌های رفتار و عناصر دیگر فرهنگی را از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌کند. هم‌چنین با نگاهی درون فرهنگی این موضوع قابل توجه است که به سبب احکام خاص عملی که بر رفتار دینی زنان حاکم است، سبک زندگی زنان مشمول چارچوب‌ها و محدودیت‌هایی می‌شود که بی‌اعتنایی به آن‌ها هویت دینی جامعه را خدشه‌دار می‌سازد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۸۰).

چنان‌که به نظر می‌رسد در جامعه‌ی دینی و در حال توسعه‌ی ایران، ارزش‌های جدید بر ارزش‌های دینی پیشی گرفته‌اند. بنابراین با توجه به تغییرات ارزشی صورت گرفته در دوران معاصر، هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی، زمینه برای تغییر ارزش‌ها از ارزش‌های مبتنی بر مصرف‌گرایی به ارزش‌های دینی مبتنی بر فرهنگ غالب جامعه فراهم شده است (رحمت‌آبادی، ۱۳۸۵: ۲۴۰).

در مجموع، مطالعه این که آموزه‌های دینی تا چه حد با سبک زندگی افراد در ارتباطند و بر کدام بخش‌ها تأثیر بیشتری دارند، و می‌تواند فتح باب مناسبی برای بررسی‌های دیگر در مورد ابعاد مختلف گونه‌های زندگی ایرانیان باشد. از آن‌جا که آموزه‌های دینی، فرد را به نوع خاصی از زندگی ترغیب می‌کند، برای برنامه‌ریزی و آینده‌نگری در جامعه، نیازمند شناخت نوع و جهت این آموزه‌ها هستیم. بدین لحاظ، روشن نمودن رابطه دین‌داری افراد با سبک زندگی آن‌ها در شرایط فعلی جامعه‌ای دینی مانند ایران، که افراد در تعیین شیوه زندگی خود سعی دارند بر اساس انتظارات، ارزش‌ها، هنجارها و باورهای دینی رفتار نمایند، اهمیت فراوانی دارد.

^۱ . Williams

شهر اهواز به عنوان یکی از کلان شهرهای ایران، در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است. این شهر در دهه‌های اخیر در معرض تغییرات حاصل از مدرنیته قرار گرفته و دستخوش دگرگونی‌های ارزشی و رفتاری شده است. گسترش رسانه‌های گروهی، تبلیغات برنامه‌ریزی شده‌ی وسیع به ویژه از جانب کشورهای هم‌جوار عربی، این تغییرات را تسریع نموده‌اند. بدین ترتیب، با توجه به نقش پررنگ زنان، بررسی رابطه‌ی میان میزان دین‌داری و سبک زندگی آن‌ها در جامعه آماری مورد مطالعه به عنوان مساله اصلی پژوهش در نظر گرفته شده است.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- پژوهش‌های تجربی

مهدوی کنی (۱۳۸۷) در پژوهشی تحت عنوان «دین و سبک زندگی» که هدف آن بررسی رابطه آموزه‌های مذهبی مطرح شده با سبک زندگی است. نتایج تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که اولاً میان آموزه‌های دینی مبلغ و مولفه‌های مدنظر در سبک زندگی رابطه وجود دارد و دیگر اینکه از نظر پژوهشگر، اصولی بر این روابط حاکم است که با کمی تسامح می‌توان آن را نوعی «الگوی رفتاری ترجیحی» یا «سبک زندگی» نامید.

نیازی و نصرآبادی (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه بین میزان دین‌داری و سبک زندگی شهروندان، مطالعه موردی در بین شهروندان شهرستان کاشان» انجام داده است. یافته‌های تحقیق رابطه معنی‌داری بین میزان دین‌داری و نوع سبک زندگی افراد را نشان دادند. در مجموع، با توجه به نتایج تحقیق می‌توان اذعان نمود که در جامعه‌ی مورد مطالعه، میزان دین‌داری در بخش‌هایی از سبک زندگی به ویژه تعیین نقش‌های خانوادگی و الگوهای رفتاری نقش تعیین‌کننده‌ای داشته است. در جامعه‌ی مورد بررسی، برخلاف تاکید دین بر عنصر تعادل در مصرف، دین‌داری تا حدی با مصرف‌گرایی تعامل دارد.

امیری (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه‌ی ابعاد دین‌داری و سبک زندگی جوانان استان فارس» انجام داده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، تنوع قابل توجهی در وضعیت دین‌داری این دسته از جوانان وجود دارد. در این تحقیق پنج بُعد دین‌داری ارزیابی شده است. بر این اساس، میان سه بعد اعتقادی، شرعی و اخلاقی افراد مورد بررسی و سبک زندگی آنان رابطه معناداری وجود دارد اما بین دو بعد مناسکی و تجربی با سبک زندگی آنان این رابطه به چشم نمی‌خورد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اگرچه دین در شرایط کنونی هنوز در جامعه ما نفوذ دارد، اما باز اندیشی زندگی اجتماعی مدرن، زمینه‌های انفعال یا همزیستی دین و

سنت را با مدرنیته و جهانی شدن فراهم نموده است. بدین سبب عناصر محلی تا اندازه‌ای در سبک زندگی جوانان، مشهود است.

کرمی قهپی و زادسر (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه دین‌داری و سبک زندگی» به مطالعه موضوع سبک زندگی و عوامل مؤثر بر آن نظیر دین‌داری افراد پرداخته‌اند. از نظر نگارندگان، با کمرنگ شدن اقتدار نهادهای سنتی دینی، رواج انتخاب‌گری فردی در حوزه دین و ترکیب شدن اصول فکری و عقیدتی آموذنی‌ها، دیگر دین تنها عامل اثرگذار بر واکنش افراد نسبت به مسائل مختلف اجتماعی نیست. بر مبنای نتایج، بیشترین تبیین‌کنندگی دین، در حوزه هنجارهای مصرف بوده است که میزان قابل توجهی نیست. اگر مبنا را بر ظهور انواع دین‌داری قرار دهیم، به این نتیجه می‌رسیم که پیدایش اشکال متنوع و فردی دین‌داری نشان‌گر بی‌شکلی دوران مدرن است.

خواجه نوری، روحانی و هاشمی (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه سبک زندگی با میزان دین‌داری جوانان (مورد مطالعه: جوانان شیراز)» انجام داده‌اند. نتایج بدست آمده در سطح تحلیل‌های دو متغیره نشان داده است که متغیرهای جنسیت، درآمد، تحصیلات پاسخگو، سبک‌های فراغتی جدید، مصرف‌های جدید، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید، سبک مذهبی و نهایتاً سبک مدیریت بدن با متغیر میزان دین‌داری جوانان دارای رابطه معناداری هستند. هم‌چنین نتایج حاصل از تحلیل چند متغیره نشان دهنده آن است که استفاده از رسانه‌های خارجی، مدیریت بدن، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین و سبک مذهبی و فرهنگی بر روی هم توانسته‌اند نزدیک به ۳۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند.

نصرتی و ذوالفقاری (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر میزان دین‌داری بر سبک زندگی جوانان تهرانی» نشان می‌دهد که هر چه میزان دین‌داری پایین‌تر است، سبک‌های زندگی، مدرن‌تر و هر چه افراد دین‌دارتر هستند، سبک‌های زندگی سنتی و غیر مدرن‌تری دارند. در میان پنج مؤلفه اصلی سبک زندگی مورد بررسی در این پژوهش، مدیریت بدن و توجه به پدیده مد و مارک در مصرف مادی جوانان بیش از سایر مؤلفه‌های سبک زندگی، تحت تأثیر مدرنیته بوده است. بر این اساس، سرمایه مذهبی (دین‌داری) که در پژوهش حاضر سرمایه اصلی محسوب می‌شود، با اغلب مؤلفه‌های سبک زندگی رابطه معناداری را نشان می‌دهد که خود موجب تمایز افراد دین‌دار و غیر دین‌دار است.

کوهی، عباس زاده و خواجه (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان پایبندی به سبک زندگی دینی در بین شهروندان ۱۵-۶۵ ساله شهر تبریز» می‌پردازد. در یافته‌های این پژوهش، همبستگی معنی‌دار و مستقیمی بین میزان استفاده از رسانه‌های داخلی (اعم از تلویزیون و رادیو) با میزان پایبندی به سبک زندگی دینی مشاهده می‌گردد. در مقابل، همبستگی معنی‌دار و معکوسی بین میزان تماشای ماهواره، استفاده از اینترنت و میزان استفاده از رسانه‌های جهانی با میزان پایبندی به سبک زندگی دینی وجود دارد. بنابراین، طبق مدل رگرسیونی می‌توان گفت مهمترین متغیرهایی که در تبیین میزان پایبندی به سبک زندگی مذهبی شهروندان ایفای نقش می‌کند، ماهواره و تلویزیون داخلی است.

کاتز گرو^۱ و همکاران (۱۹۹۸) در تحقیقاتشان در خصوص "ارتباط دین و سبک زندگی" نشان دادند که در آلمان، فلسطین اشغالی و ایتالیا هر قدر که افراد دین‌دارترند، کمتر در فعالیت و مصرف فرهنگی متعالی مشارکت می‌کنند. این امر در امریکا و سوئد کاملاً برعکس است. کاتز گرو مطالعه خود را در فلسطین اشغالی به صورت جدی تر تکرار کرده و نتیجه می‌گیرد که تفاوت کاملاً معناداری میان سبک زندگی افراد دین‌دار و افراد دارای گرایشات سکولاریستی وجود دارد؛ بدین معنا که سبک زندگی مدرن و مصرف‌گرا در افراد سکولار رایج تر است.

نتایج مطالعات کانتور و لنگستون (۱۹۸۹) نشان دادند که سه مفهوم طرح‌واره، وظایف زندگی و راهبردهای شناختی سه حیطه‌ی گوناگون عاطفی، شناختی و رفتاری سبک زندگی فرد را تشکیل می‌دهند. باورهای دینی و مذهبی نیز می‌تواند نقشی اساسی در شکل‌گیری و نوع سبک زندگی افراد و گروه‌ها در جامعه داشته باشد.

چنی^۲ (۱۹۹۶) در تحقیقات خود نشان داد الگوهای رفتاری و فرهنگی در زندگی فردی و اجتماعی منشأ سبک زندگی است. سبک زندگی علاوه بر الگوهای روابط اجتماعی، مصرف و لباس، انعکاس‌دهنده‌ی نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان‌بینی فرد و گروه است. چنی نتیجه می‌گیرد که در یک جامعه‌ی دینی، افراد در تعیین شیوه زندگی خود سعی بر اساس انتظارات دینی، ارزش‌ها، هنجارها و باورهای مبتنی بر دین رفتار نمایند.

1 . Katz-Gerro & Shavit

2 . Chaney

بکت^۳ (۱۹۹۴) طی تحقیقی نشان داد که بسیاری از افراد برای توصیف رفتارهای غذایی خود از زبان دین استفاده می کنند (عباراتی مانند: گناه، وجدان، افراط، خشنودی، محرومیت. این عبارات به ویژه در مواردی استفاده می شود که صحبت از لذت های گناه آلود و افراط در چیزهای ناسالم است. اغلب مصاحبه شوندگان در این پژوهش تصدیق می کردند که میان عادات غذایی آن ها و آنچه مطابق باورهایشان برای انسان خوب است، هماهنگی وجود دارد.

۲-۲- چهارچوب نظری

۲-۲-۱- **نظریه بورديو و سبک زندگی:** پی یر بورديو (۱۹۸۴) از مهم ترین نظریه پردازانی است که مفهوم سبک زندگی را مطرح و تئوریزه کرده است. وی جامعه معاصر را به سبب وجود انواع سرمایه های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، جامعه ای متمایز می داند. بدین لحاظ، جامعه مورد نظر بورديو هم پیچیده تر و هم توسعه یافته تر از جامعه ای است که مارکس و وبر از آن سخن گفته اند. او برای بیان این معنی از نظام مفهومی جدیدی مانند ذائقه، میدان، انواع سرمایه و به طور خاص سرمایه فرهنگی، ذائقه، مصرف و سبک زندگی استفاده کرده است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۲۳۱). بورديو با مفهوم ((فضای اجتماعی^۴)) سبک های زندگی گوناگون را نشان می دهد. مردمی که به طور نزدیک در یک فضای اجتماعی قرار دارند، حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند، دارای مشابهت های بسیاری هستند. به عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه ها و سبک های زندگی مشابه دارند (گیبینز و بوریمر، ۱۳۸۱: ۱۱۶). این سلیقه ها و ظرفیت تکثیر کننده ی آنها، مجموعه انتظام یافته ای از ثروت و خصلت ها به وجود می آورند که در درون خود از نوعی وحدت سیره ها برخوردارند (بورديو، ۱۳۸۰: ۳۵). بورديو در کتاب تمایز (۱۹۸۴) نشان می دهد که چگونه گروه های خاص، به ویژه طبقات اجتماعی - اقتصادی، از میان انواع کالای مصرفی، روش های لباس پوشیدن، غذا خوردن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل، انتخاب هایی را انجام می دهند تا روش زندگی خود را از دیگران متمایز کنند. این پژوهش گر با تحلیل شیوه هایی نشان داد که گروه های گوناگون با استفاده از الگوهای مصرفی خاص، شیوه ی زندگی خود را تعریف و مشخص می کنند (فاضلی، ۱۳۸۴: ۴۵-۴۲).

³ . Backett

⁴ . Social space

بورديو (۱۹۸۴) مفهوم سبک زندگی را به عنوان تعیین اجتماعی معرفت مطرح کرده است. برای درک مفهوم تعیین دین در نگاه وی، می‌بایست به بررسی رابطه دیالکتیک میدان^۵ و منش^۶ که به عمل منجر می‌شود، بپردازیم. بورديو به میدان به عنوان پهنه نبرد و رقابت می‌نگرد. در این بازار رقابتی، انواع سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین به کار گرفته می‌شود و هر طبقه اجتماعی بر اساس ترکیبی از سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی تعریف می‌گردد. اصل وحدت بخش طبقه، منش مشترک آن‌هاست (بورديو، ۱۳۸۰: ۳۳). منش هر طبقه، فرد را مستعد درک، آگاهی و عمل به روشی می‌کند که انعکاسی از موقعیت‌های مادی آن طبقه است (بورديو و واسکانت^۸، ۲۰۰۲: ۲۰۲). ساختارهای اجتماعی ذهن از طریق درونی ساختن عناصر بیرونی حک می‌شوند و به صورت منش درمی‌آیند (کیچبرگ^۹، ۲۰۰۷: ۱۱۸). جایگاه هر فرد در میدان بر اساس حجم، ترکیب و مسیر سرمایه‌ها که شکل دهنده‌ی سبک زندگی اوست، مشخص می‌شود. سبک زندگی با نوع مصرف از قبیل مصرف اقتصادی، فرهنگی، مدیریت بدن، چگونگی گذران اوقات فراغت، نوع نوشیدنی، نوع ورزش و فعلیت می‌یابد (بورديو، ۱۳۸۰: ۳۷).

دین در نگاه بورديو از ساختار ذهنی برخاسته از منش فرد نشأت می‌گیرد. وی، در قالب تئوری عملش، دین را به عنوان میدانی نسبتاً خود مختار در درون میدان وسیع قدرت تعریف می‌کند و بر پویایی آنچه ساختارها و محتوا را در این میدان تشکیل می‌دهند، تأکید می‌کند. در این میدان دو طبقه در نظر گرفته می‌شود که عبارت اند از: «تولیدکنندگان معتبر دینی یا متخصصان دینی» که برای تولید، عرضه و باز تولید کالاها و پیام‌های دینی تلاش می‌کنند، و «افراد عادی» که به طور عینی مصرف‌کننده و تقاضاکننده این کالاها و پیام‌ها هستند و عمل دینی (دین‌داری) توسط آنها صورت می‌پذیرد (براد فورد^{۱۰}، ۲۰۰۳: ۱۵۹). در نگاه بورديو، عمل دینی (دین‌داری) نیز از رابطه دیالکتیک میدان و منش دینی به دست می‌آید (متیو^{۱۱}، ۲۰۰۹: ۱۴).

⁵ . Field

⁶ . Habitus

⁷ . Bourdieu

⁸ . Bourdieu & Wacquant

⁹ . Kichberg

¹⁰ . Bradford

¹¹ . Matthew

رویکرد نظری بورديو به سبک زندگی، که برگرفته از فلسفه‌ی دیالکتیکی وی است و عوامل ایجاد کننده‌ی تمایز در سبک‌ها، از رهگذر شیوه‌های مختلف تملک سرمایه (اقتصادی و فرهنگی)، حائز اهمیت بسیاری است. وی روش نهادی شدن فلسفه‌ی دیالکتیکی اش را از طریق مفهوم عادت‌واره^{۱۲} میسر می‌داند. این مفهوم، شامل نظام‌های گرایشی با دوام و قابل انتقال و بستر شکل‌گیری سلیق متفاوت است (چنی^{۱۳}، ۱۳۸۲: ۱۰۳). عادت‌وارگی، می‌تواند مصداق روح دینی در جامعه‌ی ایرانی باشد که به نوعی در ذهن افراد جامعه درونی شده و قابل انتقال است. از نظر این پژوهشگر، دین سه نوع سرمایه را در اختیار افراد قرار می‌دهد: در وهله 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 شعاعی است که به پیروان خود سرمایه‌های نمادین می‌بخشد. سوم این که دین دارای گروه یا اجتماعی از پیروان (امت) و هم چنین نهاد و سازمانی نسبتاً منسجم (از روحانیان) است که سرمایه‌ای اجتماعی در هر جامعه پدید می‌آورد (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۲۱).

مفهوم اساسی آرای بورديو که ما را در مطالعه‌ی تأثیر دین‌داری بر سبک‌های زندگی هدایت می‌کند، مفهوم سرمایه است. وی تنها سرمایه را سرمایه‌ی اقتصادی نمی‌داند بلکه به انواع سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی، نمادین و اقتصادی و... قائل است. از این رو، منشأ تمایز میان افراد را در ترکیب انواع سرمایه و حجم آنها تلقی می‌کند. عاملان اجتماعی در بُعد اول براساس میزان کلی سرمایه‌های مختلف و در بعد دوم براساس ساختار سرمایه‌هاشان، یعنی وزن نسبی هر یک از انواع سرمایه، توزیع می‌شوند (بورديو، ۱۳۸۰: ۳۴). بورديو هم چنین تمایز و تملک انواع سرمایه‌ها را منشأ تفاوت در ذائقه‌ها می‌داند؛ وی در این باره از ترجیحات و سلیق افراد در موسیقی، غذا و آشپزی، ورزش، سیاست، ادبیات و حتی آرایش مو سخن می‌گوید (بورديو، ۱۳۸۰: ۱۰۰).

در این مقاله برای بررسی سبک زندگی زنان به این ترجیحات توجه شده است. سرمایه اصلی در این پژوهش، سرمایه‌ی مذهبی (دین‌داری) است. بورديو در بحث خود از تأثیر فرهنگ (معنا، ارزش، اخلاق و جهان بینی و...) هم‌پای سیاست و اقتصاد بر طبقه بندی اجتماعی و ایجاد سبک زندگی سخن به میان می‌آورد (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ۱۶۶).

¹² . Habitus

¹³ . Cheney

۲-۲-۲- نظریه گیدنز و سبک زندگی: آنتونی گیدنز مفهوم سبک زندگی را در درون زمینه وسیع‌تر مدرنیته و فردی شدن طرح می‌کند. از نظر او سنت‌ها و رسوم گذشته، زندگی را در محدوده کانال‌های از پیش تعیین شده به جریان می‌اندازد. اما تجدد، فرد را در روی تنوعی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و یکی از پیامدهای آن، اهمیت یافتن سبک زندگی است (گیدنز، ۱۳۸۳: ۱۱۹).

گیدنز (۱۹۹۱) بر این باور است که سبک زندگی برآمده از کردارهایی است که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند. نحوه‌ی لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های کنش و مانند این‌ها، بازتاب دهنده‌ی هویت‌های شخصی، گروهی و اجتماعی است. وی از اشکال منتخبی از مصرف‌گرایی سخن می‌گوید که سبک زندگی افراد را مشخص می‌کند و متضمن انتخاب انواع خاصی از غذا، پوشاک، مسکن، اتومبیل، عادات کاری، اشکال گوناگون تفریح یا فراغت و انواع دیگری از رفتار منزلت‌جویانه است. البته این انتخاب‌ها اغلب مشروط به موقعیت اجتماعی افراد و امکان و میزان دسترسی آنان به منابع اقتصادی و فرهنگی است (کاسکرهام^{۱۴}، ۱۹۹۷: ۱۳۸). گیدنز (۲۰۰۲) معتقد است، زنان در بسیاری موارد براساس ویژگی‌های جسمانی‌شان مورد قضاوت قرار می‌گیرند. این احساس شرم نسبت به بدن، ارتباط مستقیمی با انتظارات اجتماعی دارد. با برداشتی که گیدنز از مقوله‌ی سبک زندگی دارد، مطالعه‌ی سبک زندگی عبارت است از تلاش برای شناخت مجموعه‌ی منظمی از رفتارها با الگوهای کنش که افراد آن‌ها را انتخاب کرده‌اند و واکنش‌شان در زندگی روزمره به واسطه‌ی آن‌ها هدایت می‌شود (فاضل، ۱۳۸۲: ۶۶). به باور گیدنز شیوه‌ی زندگی، مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عمل‌کردهاست که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد. این عمل‌کردها نه تنها نیازهای جاری شخص را برآورده می‌سازد، بلکه روایت خاصی که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است را در برابر دیگران به نمایش می‌گذارد (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۲۰). یکی از پیامدهای مدرنیته و جهانی شدن، مفهوم انتخاب سبک‌های زندگی است اما این انتخاب‌ها دیگر در قلمروی نهادهای سنتی قرار نمی‌گیرد. مهمترین نهاد سنتی، دین است. با توجه به تاریخ حیات بشری می‌توان مشاهده نمود که دین در گذشته کارکردها و نقش‌های گسترده‌ای داشته و مسئولیت‌های مختلفی را در زندگی بشر بر عهده گرفته است. با ظهور نهادهای مدرن در زندگی جوامع

14 . cockerham

بشری، برخی از این کارکردها به سایر نهادها واگذار شده و میزان دین‌داری را دستخوش تغییر کرده است. از نگاه گیدنز، مذهب یکی از منابع اقتدار سنتی است که تجربه، معنا و تفسیر زندگی بر اساس آن صورت می‌گیرد. به همین دلیل اکثر کنش‌های زندگی افراد دارای دلایل دینی و مذهبی هستند.

امروزه، با کم شدن نفوذ سنت، زندگی روزمره بیشتر برحسب تاثیرات متقابل عوامل محلی و جهانی ساخته می‌شود. به همین سبب افراد ناچار می‌شوند تا سبک زندگی خود را از میان گزینه‌های مختلف انتخاب کنند. به باور گیدنز، تحول سبک‌های زندگی و دگرگونی‌های ساختاری مدرنیته به واسطه بازتابندگی به یکدیگر گره می‌خورند و به دلیل گشودگی زندگی اجتماعی امروزی و کثرت زمینه‌های کنش و منابع، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی اهمیت بسیاری می‌یابد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۸-۱۱۹).

گیدنز، بدن را با دو مفهوم "هویت و خود" مرتبط می‌داند. نیاز به امنیت وجودی و حس امنیت هستی‌شناختی است که در نهایت، به شکل‌گیری یک هویت شخصی در ارتباط با محیط پیرامون منجر می‌گردد. در این راستا، از بدن به عنوان ابزاری برای رسیدن به این اهداف استفاده می‌شود. به باور این پژوهشگر، "خود" در درون بدن جای دارد و آگاهی نسبت به خویش غالباً ناشی از تغییراتی است که در بدن احساس می‌شود. بدن در نگاه وی یک جسم مادی صرف نیست بلکه وسیله‌ای عملی برای کنار آمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی است. برای آن که بتوانیم به گونه‌ای برابر در تولید روابط اجتماعی با دیگران شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم بر بدن خویش اعمال کنیم (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۸-۱۱۹). گیدنز از اشکال منتخبی (خود انتخابی) از مصرف‌گرایی سخن می‌گوید که سبک زندگی افراد را مشخص می‌کند. این امر، متضمن انتخاب انواع خاصی از غذا، پوشاک، مسکن، اتومبیل، عادت کاری، اشکال مختلف تفریح یا فراغت و انواع دیگری از رفتار منزلت‌جویانه است، که در عین حال مشروط به موقعیت اجتماعی افراد و امکان و میزان دسترسی آنان به منابع اقتصادی و فرهنگی است. اعمال اجتماعی فایده‌گرایانه و شیوه‌های زندگی پذیرفته شده در جامعه جدید منعکس‌کننده‌ی هویت‌های شخصی، گروهی، اقتصادی و اجتماعی افراد است.

گیدنز معتقد است که سبک‌های زندگی، برنامه‌هایی مهم‌تر از فعالیت‌های فراغتی هستند و با مصرف‌گرایی تباه می‌گردند. بازار که در خطی‌های نولیبرالی به مضمونی ایدئولوژیک تبدیل شده است، ظاهراً عرضه‌کننده آزادی انتخاب و بنابراین موجب ارتقای فردگرایی است.

استدلال‌گیدنز این است که دخل و تصرف در خویشتن خویش از رهگذر انواع روایت‌های رسانه‌ای و نیز استراتژی‌های بازاریابی، با تأکید بر تعیین سبک زندگی، به بهای مایه گذاشتن از معنای شخصی انجام می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۸). در نهایت می‌توان گفت که سبک زندگی مبتنی بر منابعی است که توسط انتخاب‌ها در زمینه مصرف فراهم می‌شود.

۳-۲-۲- نظریه زیمل و سبک زندگی: «زیمل»^۱ نخستین جامعه‌شناس سبک زندگی شهری مدرن است. از نظر او، سبک زندگی به شیوه‌های خاص مصرف با هدف دنبال کردن نماد‌های منزلت اطلاق می‌شود که در دنیای امروز به افراد کمک می‌کند که از طریق آن فشارهای زندگی را تحمل کنند. هم‌چنین او نخستین جامعه‌شناسی است که درخصوص جهان فراغت و مصرف‌گرایی طرح نظر کرده است. زیمل (۱۸۹۲) در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه مدرن، بر مقوله‌ی مُد تأکید نموده است. به نظر وی، مصرف کالا و ایجاد سبک‌های مختلف زندگی برای هر فرد از سویی هویت بخش و از سوی دیگر متمایز کننده است. زیمل در مقاله (مد^۲) دلایل متعدد تغییر مد در فرهنگ مدرن را بررسی نموده و نتیجه گرفته است که مردم به به‌مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند تا هویت شخصی متمایز خود را شکل دهند. در واقع، شخص مصرف می‌کند تا هویتی را که دوست دارد برای خود بسازد (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶). در جوامع اولیه، افراد هویت خود را از گروه می‌گرفتند؛ از این رو، بسیار همگن بودند. اما در جوامع مدرن فرایند هویتی، فردی شده است.

روی دیگر این بحث، جنبه‌ی منفی مدرنتیه است: اگر چه دنیای مدرن به آزادی فرد اهمیت زیادی داده، اما خود محدودیت‌هایی را برای فرد ایجاد کرده است؛ پناه بردن افراد به پدیده‌هایی چون مد و مدیریت بدن برای حفظ آزادی و تعریف هویت، از جمله‌ی این محدودیت‌هاست (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶: ۵۶).

۴-۲-۲- نظریه گلاک و استارک:^۳ دیدگاه نظری و مدل مفهومی گلاک و استارک مدلی جامع است که می‌توان کلیه ابعاد و معرف‌های آن را جهت سنجش دین‌داری، مورد استفاده قرار داد. به نظر گلاک و استارک همه‌ی ادیان جهان به رغم آن که در جزئیات

1. Simmel

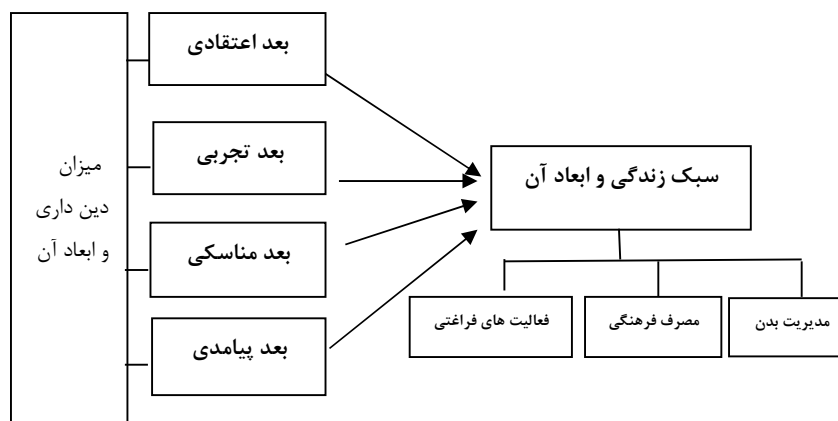
2. Mode

3. Gluck & Stark

تفاوت‌های زیادی دارند، دارای حوزه‌های کلی مشابه هستند. این حوزه‌ها که می‌توان آن‌ها را به مثابه ابعاد اصلی دین‌داری در نظر گرفت، عبارت‌اند از اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی (گلاک و استارک، ۱۹۶۵: ۱۹-۲). بر اساس این مدل، شاخص‌های اصلی دین‌داری در حکم متغیرهای اصلی برای ارزیابی وضعیت دین‌داری هستند و لازم است تأثیر آن‌ها بر پدیده‌های اجتماعی بررسی گردد.

۳- مدل نظری تحقیق

مدل نظری زیر بر اساس مطالعات و نظریه‌های بوردیو، گیدنز و زیمل در خصوص رابطه بین دین و سبک زندگی و هم‌چنین با توجه به ابعاد دین‌داری در مدل گلاک و استارک طراحی گردیده است.



۳-۱- فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های این پژوهش، با توجه به سوال اصلی و چهارچوب نظری آن عبارتند از:
«فرضیه اصلی»

میان ابعاد میزان دین‌داری و سبک زندگی رابطه مستقیم وجود دارد.
«فرضیه های فرعی»

میان میزان دین‌داری و مدیریت بدن زنان رابطه مستقیم وجود دارد.
میان میزان دین‌داری و مصرف فرهنگی زنان رابطه مستقیم وجود دارد.
میان میزان دین‌داری و فعالیت‌های فراغت زنان رابطه مستقیم وجود دارد.

۴- روش تحقیق

این مطالعه از نوع پیمایشی^۱ است. جامعه آماری این پژوهش کلیه زنان ۱۸-۶۴ ساله شهر اهواز در سال ۱۳۹۴ را در بر می‌گیرد. براساس نتایج آخرین سرشماری سال ۱۳۹۰، کل جمعیت زنان شهر اهواز برابر با ۵۱۸۳۰۱ نفر بوده که از این تعداد ۲۸۷۵۱۰ نفر در سنین ۱۸-۶۴ سال هستند. حجم نمونه مورد بررسی با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۳ نفر برآورد گردیده است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای^۲ است. به این صورت که ابتدا با استفاده از نقشه‌های بلوک‌بندی مرکز آمار ایران، کل حوزه‌های مشخص شده در مناطق چهارگانه شهرداری اهواز انتخاب و سپس در هر منطقه به نسبت وجود خانواده‌ها، بلوک‌های کوچک‌تر به عنوان یک خوشه به گونه‌ی تصادفی انتخاب شدند. خانوارهای درون خوشه‌ها مورد بررسی قرار گرفته و در صورت وجود یک زن با ویژگی سنی مورد نظر با او مصاحبه شده است. مزیت این روش این است که تمامی زنان جامعه، شانس یکسانی برای انتخاب شدن دارند و انتخاب نمونه به حوزه یا منطقه خاصی محدود نمی‌شود. با در نظر گرفتن احتمال وجود پرسشنامه‌های مخدوش، بی‌جواب و نمونه‌های غیر معرف، تعداد پرسشنامه‌ها را ۴۵۰۱ عدد در نظر گرفتیم.

پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته به عنوان ابزار اصلی اندازه‌گیری در پژوهش حاضر، در نظر گرفته شده که پس از تأمین روایی و پایایی قابل قبول به منظور جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. اعتبار طیف‌های گوناگون اندازه‌گیری شده در پژوهش و دیگر انواع سنج‌ها، به روش اعتبار صوری (مشورت با اساتید و صاحب نظران) بررسی شد. برای اندازه‌گیری اعتبار صوری، پرسشنامه پژوهش به ۸ نفر از اساتید و صاحب نظران علوم اجتماعی داده شد و پرسش‌نامه بر مبنای نظرات آن‌ها اصلاح گشت. روایی پرسشنامه نیز به دو روش

2. Survey

3. Multi-stage cluster sampling

بررسی آلفای کرونباخ طیف ها و روش آزمون- آزمون دوباره برای سازه هایی که به صورت طیف اندازه گیری نمی شوند، به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ برای طیف های میزان دین داری ۰/۷۳ است. این پرسش نامه به دو صورت آزمون شده: نخست، تعداد ۴۰ پرسشنامه در یک آزمون مقدماتی بین جامعه آماری زنان شهر اهواز توزیع شد تا آلفای هر سنجه سنجیده شود و بر اساس مشاهدات پرسشگران اشکالات پرسش نامه مشخص گردد. در آزمون دوم، متغیرهای ابعاد سبک زندگی (مدیریت بدن، مصرف فرهنگی، اوقات فراغت) و پرسش ها در قالب یک پرسشنامه جداگانه تنظیم شدند و به ۴۰ نفر از افراد جامعه آماری ارائه گشتند. یک هفته بعد، این پرسشنامه دوباره در اختیار آن ها قرار گرفت و به پرسشنامه نخست الحاق شد. بر این اساس ضریب آلفای کرونباخ برای طیف های میزان دین داری و سبک زندگی به ترتیب ۰/۷۳، ۰/۷۷ است.

پس از تکمیل پرسش نامه توسط پاسخ گویان، داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد پردازش قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از شاخص های آماری میانگین، انحراف استاندارد، همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام به گام استفاده شده است.

۴-۱- تعاریف مفاهیم و نحوه سنجش متغیرها

۴-۱-۱- سبک زندگی: به باور گیدنز، شیوه ی زندگی مجموعه ای کم و بیش جامع از عملکردهایی است که فرد بکار می گیرد تا هم نیازهای جاری او برآورده گردد و هم روایت خاصی از هویت شخصی خود را در برابر دیگران مجسم می سازد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۱). به عنوان مثال بورديو بر این باور است که سبک زندگی شامل اعمال طبقه بندی شده و طبقه بندی کننده فرد است که در عرصه هایی چون تقسیم ساعات شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه های معاشرت، آداب سخن گفتن، راه رفتن، نوع پوشش، نوع خوراک و ... تجلی می کند (بهنوئی گدنه، ۱۳۹۱: ۸).

در این پژوهش، سبک زندگی در سه بعد، مدیریت بدن^۳، مصرف فرهنگی^۴ و فعالیت های فراغت^۵ سنجیده می شود.

3. Management body

4. Cultural consumption

۲-۱-۴- مدیریت بدن: به معنای نظارت و مراقبت و ایجاد تغییرات مستمر در ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن است. این مفهوم به کمک مصرف‌های کنترل وزن (از طریق ورزش، رژیم غذایی و دارو)، دست‌کاری پزشکی (جراحی بینی و پلاستیک) و میزان اهمیت دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی (استحمام روزانه، آرایش مو یا اصلاح صورت، استفاده از عطر و ادکلن، آرایش ناخن و لنز برای خانم‌ها) به یک شاخص تجمعی تبدیل شده است (ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۴). در این پژوهش، از چهار شاخص کلی مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی بدن (آرایش صورت، بدن، مو)، رویه‌های لاغری و تناسب اندام (کنترل وزن)، دستکاری‌های پزشکی (جراحی‌های زیبایی و پلاستیک) و استفاده از مدهای لباس، توسط ۱۶ گویه درسطح ترتیبی مورد سنجش واقع شده است. ضریب آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۷۱ بود.

۳-۱-۴- مصرف فرهنگی: منظور از مصرف فرهنگی، معیارها و موازینی هستند که فرد بر مبنای آنها، در زمینه مصرف کالاها و زمان و مکان آن، تصمیم می‌گیرد. اگر انتخاب‌های مصرفی فرد بر اساس مجموعه واحدی از ارزش‌ها صورت پذیرد، طبعاً می‌توان انتظار داشت که نوعی انسجام و سازگاری بین این انتخاب‌ها وجود داشته باشد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۲۵). در پژوهش حاضر، از شاخص‌های «خرید لوازم و سبک تزئین منزل، رفتن به سینما، تئاتر و کنسرت، موسیقی سنتی و پاپ، موسیقی پاپ، راک و زیرزمینی و تماشای ماهواره» توسط ۱۸ گویه در سطح ترتیبی مورد سنجش واقع شده است. در این زمینه ضریب آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۷۴ بود.

۴-۱-۴- فعالیت‌های فراغت: اوقات فراغت مجموعه‌ای از اشتغالات است که افراد آن را پس از آزاد شدن از الزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی به منظور استراحت، تفریح، کسب اطلاعات، آموزش غیرانتهایی و مشارکت اجتماعی به کار می‌برند (فکوهی، ۱۳۸۲: ۷۱). البته فعالیت‌های فراغت فعالیت‌هایی را شامل می‌شود که انجام آنها از روی اختیار و با انگیزه‌های فردی صورت می‌گیرد، مانند گوش دادن به موسیقی، ورزش (تیموتی، ۲۰۰۵: ۲۶). در پژوهش حاضر، از شاخص‌های «رفتن به اماکن تفریحی، مقدس و زیارتی، فعالیت‌های ورزشی و سرگرمی، چت کردن و معاشرت با جنس مخالف» توسط ۱۲ گویه درسطح ترتیبی مورد سنجش واقع شده است. ضریب آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۷۰ بود. در پژوهش حاضر ضریب

⁵ . Leisure activities

پایایی این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ به ترتیب، کل سبک زندگی ۰/۷۷، بعد مدیریت بدن ۰/۷۱، بعد مصرف فرهنگی ۰/۷۴ و بعد فعالیت های فراغت ۰/۷۰ به دست آمد. در کل مجموعاً ۴۶ گویه برای سنجش سه بُعد مدیریت بدن، مصرف فرهنگی، فعالیت های فراغت در قالب طیف لیکرت با دامنه نمراتی از ۱ تا ۵ طراحی شده است.

۵-۱-۴- دین داری: دین داری، یعنی داشتن «اهتمام دینی»، به نحوی که نگرش، گرایش و کنش های فرد را متأثر سازد (شجاعی زند، ۱۳۸۴: ۳۶). دین داری را می توان شناخت و باور به پروردگار یکتا، آخرت، و جهان هستی در جهت قرب به خدا و التزام و عمل به وظایف دینی نیز تعریف کرد (خدایاری، ۱۳۸۵: ۱۳). برای تعریف عملیاتی و سنجش میزان دین داری در این مطالعه با الهام از سنجه به کار رفته توسط پژوهشگران قبلی (سراج زاده، ۱۳۷۷، طالبان، ۱۳۸۰) از الگو و مدل گلاک و استارک^۶ که مورد تأیید پژوهشگران داخلی و خارجی است استفاده کرده ایم (گلاک و استارک، ۱۹۷۱: ۱۹). گلاک و استارک اعتقاد دارند که باوجود تفاوت هایی که در جزئیات آموزه های همه ادیان دنیا به چشم می خورد، عرصه های مشترکی نیز وجود دارد که دین داری در آن متجلی می شود. در این مدل، سراج زاده تلاش می کند تا مدل گلاک و استارک را بر دین اسلام منطبق سازد. تعریف عملیاتی دین داری در الگوی گلاک و استارک شامل چهار بعد اعتقادی^۷ یا ایدئولوژیک، رفتاری یا مناسکی^۸، عاطفی یا تجربی^۹ و پیامدی^{۱۰} است. با الهام از پژوهش های فوق، بُعد شناختی در تعریف عملیاتی دین داری مورد استفاده قرار نگرفته است (سراج زاده و توکلی، ۱۳۸۰: ۱۶۴). ضریب آلفای محاسبه شده در پژوهش فوق برابر با ۰/۷۶ بوده است.

در این مدل، پنج بعد اعتقادی یا ایدئولوژیک، رفتاری یا مناسکی، دانشی یا شناختی، احساسی یا تجربی و پیامدی برای دین داری در نظر گرفته شده است. با الهام از پژوهش های فوق، از بعد دانشی یا شناختی در تعریف عملیاتی دین داری در این پژوهش استفاده نکرده ایم (سراج زاده و توکلی، ۱۳۸۰: ۱۶۴).

6. Glock & Stark

7. Ideological

8. Ritualistic

9. Experimental

10. Consequential

۴-۱-۶- اعتقادات دینی: این اعتقادات، شامل باورهایی است که انتظار می‌رود پیروان یک دین، بدان‌ها اعتقاد داشته باشند (سراج زاده و توکلی، ۱۳۸۰: ۱۶۴). اگر بخواهیم این بعد را در ارتباط با دین اسلام بیان کنیم، مجموعه‌ای از باورها که «اصول دین» خوانده می‌شوند را در بر می‌گیرد که عبارت‌اند از: توحید، معاد و نبوت. این مقیاس با ادغام پنج گویه، دیدگاه پاسخ‌گویان را درباره اعتقاد دینی اندازه‌گیری کرده است. پایین‌ترین و بالاترین ارزش در این مقیاس به ترتیب ۱ و ۵ است که نمره ۱ بیانگر مخالفت کامل و نمره ۵ نشان‌دهنده موافقت کامل اعتقادات دینی پاسخگویان است. ضریب آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۸۱، برآورد شد.

۴-۱-۷- تجربه دینی (عواطف دینی): بعد تجربی یا عواطف دینی در تصورات و احساسات مربوط به برقراری رابطه با وجودی چون خدا که واقعیت غایی یا اقتدار متعالی است، ظاهر می‌شود (سراج زاده، ۱۳۸۳: ۶۴). برای سنجش بعد تجربی دینی، چهارگویه به شیوه مقیاس لیکرت با دامنه نمرات ۱ تا ۵ به کار گرفته شد که نمره ۱ معرف وضعیت فقدان تجربیات دینی و نمره ۵ به معنای برخورداری کامل از این تجربیات است. ضریب آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۷۵، بود.

۴-۱-۸- مناسک یا اعمال دینی: مناسک به اعمالی اطلاق می‌شود که در چارچوب زندگی دینی صورت می‌گیرند. مانند: خواندن نمازهای روزانه، روزه گرفتن در ماه رمضان (کیوی و کامپهود، ۱۳۷۵: ۱۱۶). مناسک یا اعمال دینی در این پژوهش با ۱۱ گویه در چارچوب مقیاس لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است. دامنه نمرات آن از ۱ تا ۴ است که نمره ۴ بیان‌گر میزان بالای انجام مناسک مذهبی و نمره نشان‌دهنده عدم انجام مناسک دینی در بین زنان است. ضریب آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۷۲، بود.

۴-۱-۹- پیامدهای دین‌داری (بعد استنتاجی): پیامدها یا آثار دین‌داری شامل باور، عمل، تجربه و دانش دینی در زندگی روزمره فرد معتقد و روابط او با سایرین است (سراج زاده و توکلی، ۱۳۸۰: ۱۳۵). در این پژوهش، عدم خلاف‌کاری یا نگرش منفی افراد به عمل خلاف، معرف بعد پیامدی دین‌داری تلقی شده است. این بعد با پنج گویه در مقیاس لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است. متغیر فوق مانند سایر ابعاد دین‌داری بر اساس جمع گویه‌هایی که به صورت ترتیبی نمره گذاری شده‌اند، اندازه‌گیری شد. دامنه نمرات از ۱ تا ۵ است که نمره ۱ به منزله بدون تاثیر بودن پیامد دینی در سبک زندگی و نمره ۵ به معنای تاثیر کامل آن است. ضریب آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۷۲، بود.

در پژوهش حاضر ضریب پایایی این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ به ترتیب، کل میزان دین داری ۰/۷۳، بعد اعتقادی ۰/۸۱، بعد مناسکی ۰/۷۲، بعد عاطفی ۰/۷۵ و بعد پیامدی ۰/۷۲ به دست آمد.

در کل مجموعاً ۲۶ گویه برای سنجش چهار بعد اعتقادی، مناسکی، عاطفی و پیامدی در قالب طیف لیکرت با دامنه نمراتی از ۱ تا ۵ طراحی شده است.

۵- یافته‌های پژوهش

یافته های پژوهش حاضر در دو بخش قابل ارائه است: بخش توصیفی که به معرفی سیمای پاسخ گوینان می پردازد و بخش استنباطی که به آزمون فرضیات تحقیق اختصاص دارد. یافته های توصیفی پژوهش، حاکی از آن است که از مجموع ۳۸۴ نفر پاسخگوینان، ۳۷/۵ درصد زنان مجرد و مابقی متأهل بوده اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که میانگین سنی افراد ۲۳/۵ سال بوده و کمترین سن پاسخ گوینان ۱۸ سال و بیشترین سن آنها ۴۷ سال است. ۵۸ درصد از پاسخ گوینان در رده سنی ۲۵-۲۹ سال قرار دارند. اکثر پاسخ گوینان دارای تحصیلات بالاتر از دیپلم بوده اند. به لحاظ میزان تحصیلات به ترتیب ۲/۳ درصد بی سواد، ۵/۴ درصد ابتدایی، ۱۰ درصد راهنمایی و ۲۴/۹ درصد دیپلم، ۲۱/۵ فوق دیپلم و ۳۵/۹ درصد لیسانس و بالاتر بوده اند. ۱۷/۵ درصد افراد از پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین، ۶۱/۵ درصد آنان از سطح متوسط و ۲۱ درصد آنان از پایگاه بالایی برخوردارند. بنابراین، بیشتر افراد در پایگاه اقتصادی- اجتماعی متوسط قرار داشتند. از نظر اشتغال تنها ۱۶/۵ درصد زنان به کاری اشتغال داشته اند. از جهت قومیت، ۳۲/۴ درصد از پاسخ گوینان فارس، ۳۳/۷ درصد عرب، ۲۸/۶ درصد لر، ۱/۶ درصد کرد و ۳/۷ درصد ترک بوده اند.

۵-۱- آزمون فرضیه ها

برای بررسی رابطه بین میزان دین داری و سبک زندگی زنان در شهر اهواز سه فرضیه مطرح شد که مورد آزمون قرار گرفت. نتایج این سنجش در جدول های زیر آمده است.

جدول ۱. آزمون رابطه همبستگی بین میزان دین‌داری و مدیریت بدن

متغیر وابسته (مدیریت بدن)			متغیر مستقل (میزان دین‌داری)
سطح معنا داری	میزان همبستگی	تعداد	
۰/۰۰۱	-۰/۷۲۵	۳۸۳	دین‌داری کل
۰/۰۰۲	۰/۷۷۵	۳۸۳	بعد اعتقادی
۰/۰۰۴	۰/۷۴۲	۳۸۳	بعد عاطفی
۰/۸۸۶	۰/۰۵۶	۳۸۳	بعد پیامدی
۰/۰۰۱	۰/۷۸۶	۳۸۳	بعد مناسکی

جدول شماره 1، ضریب همبستگی هریک از ابعاد دین‌داری با مدیریت بدن را نشان می‌دهد. چنان که مشاهده می‌گردد بین میزان کل دین‌داری و مدیریت بدن رابطه منفی معنادار وجود دارد. این بدان معناست که هرچه میزان کل دین‌داری زنان پایین باشد، به همان نسبت میزان مدیریت بدن در آنها افزایش می‌یابد. بالاترین میزان همبستگی در رابطه بعد اعتقادی دین‌داری با بعد مدیریت بدن ($r=0/775$ و $sig=0/02$) می‌باشد. ضریب همبستگی بعد عاطفی با مدیریت بدن زنان برابر است با ($r=0/742$ و $sig=0/004$)، که نشان دهنده رابطه مثبت بین دو متغیر است. ضریب همبستگی بعد پیامدی با مدیریت بدن زنان برابر است با ($r=0/056$ و $sig=0/886$)، که نشان دهنده عدم رابطه معنادار بین دو متغیر است. ضریب همبستگی بعد مناسکی با مدیریت بدن زنان برابر است با ($r=0/786$ و $sig=0/001$)، که نشان دهنده رابطه مثبت بین دو متغیر است.

جدول ۲. آزمون رابطه همبستگی بین میزان دینداری و مصرف فرهنگی

متغیر وابسته (مصرف فرهنگی)			متغیر مستقل (میزان دین داری)
سطح معنا داری	میزان همبستگی	تعداد	
۰/۰۰۱	-۰/۶۳۹	۳۸۳	دین داری کل
۰/۰۰۱	۰/۶۵۵	۳۸۳	بعد اعتقادی
۰/۰۰۳	۰/۵۵۷	۳۸۳	بعد عاطفی
۰/۰۰۲	۰/۵۸۶	۳۸۳	بعد مناسکی
۰/۶۲۲	۰/۰۲۳	۳۸۳	بعد پیامدی

در جدول شماره ۲، ضریب همبستگی هر یک از ابعاد دینداری با مصرف فرهنگی نشان داده می شود. چنان که مشاهده می گردد، بین کل دین داری و مصرف فرهنگی رابطه منفی معنادار مشاهده می شود. این بدان معناست که هرچه میزان کل دینداری زنان پایین باشد، به همان نسبت، میزان مصرف فرهنگی آنها افزایش می یابد.

بالاترین میزان همبستگی، مربوط به رابطه بعد اعتقادی دینداری با بعد مصرف فرهنگی ($r=0/655$ و $sig=0/001$)، است. ضریب همبستگی بعد عاطفی با مصرف فرهنگی زنان برابر است با ($r=0/557$ و $sig=0/003$) که نشان دهنده رابطه مثبت بین دو متغیر است. هم چنین، ضریب همبستگی بعد مناسکی با مصرف فرهنگی زنان برابر است با ($r=0/586$ و $sig=0/002$)، که رابطه مثبت بین دو متغیر را نشان می دهد. در نهایت، ضریب همبستگی بعد پیامدی با مصرف فرهنگی زنان برابر است با ($r=0/023$ و $sig=0/622$)، که حاکی از عدم رابطه معنادار بین متغیرهای نامبرده است.

جدول ۳. آزمون رابطه همبستگی بین میزان دین‌داری و فعالیت‌های فراغت

متغیر وابسته (فعالیت‌های فراغت)			متغیر مستقل (میزان دین‌داری)
سطح معنا داری	میزان همبستگی	تعداد	
۰/۰۰۱	-۰/۶۱۲	۳۸۳	دین‌داری کل
۰/۰۰۲	۰/۶۱۰	۳۸۳	بعد اعتقادی
۰/۰۰۲	۰/۶۷۰	۳۸۳	بعد عاطفی
۰/۰۰۵	۰/۵۴۰	۳۸۳	بعد پیامدی
۰/۷۷۷	۰/۰۹۸	۳۸۳	بعد مناسکی

جدول شماره ۳، ضریب همبستگی هر یک از ابعاد دین‌داری با فعالیت‌های فراغت را نشان می‌دهد. در این جدول مشاهده می‌گردد که بین میزان کل دین‌داری با گذراندن فعالیت‌های فراغت رابطه منفی معنادار وجود دارد. این بدان معناست که هر چه میزان کل دین‌داری زنان پایین باشد، به همان نسبت، میزان فعالیت‌های فراغت در آنها رو به افزایش است. بالاترین میزان همبستگی مربوط به رابطه بعد عاطفی دین‌داری با بعد فعالیت‌های اوقات فراغت ($r=0/670$ و $\text{sig}=0/02$) است. ضریب همبستگی بعد اعتقادی دین‌داری با فعالیت‌های فراغت زنان برابر است با ($\text{sig}=0/002$ و $r=0/610$)، که نشان دهنده رابطه مثبت بین دو متغیر است. هم چنین، ضریب همبستگی بعد پیامدی با فعالیت‌های فراغت زنان برابر است با ($\text{sig}=0/005$ و $r=0/540$)، که حاکی از رابطه مثبت بین متغیرهاست. در نهایت، ضریب همبستگی بعد مناسکی با فعالیت‌های فراغت زنان برابر است با ($\text{sig}=0/777$ و $r=0/098$)، که عدم رابطه معنادار بین دو متغیر را نشان می‌دهد.

۲-۴ - تحلیل رگرسیون

در این مرحله به منظور بررسی تأثیر همزمان متغیرهای مستقل و تنظیم معادله پیش‌بینی از تحلیل رگرسیون چند متغیره به شیوه گام به گام استفاده شده است. در این روش ابتدا متغیری که

بیشترین همبستگی را با متغیر وابسته دارد و سپس متغیری که بعد از متغیر متقدم دارای بیشترین همبستگی است، انتخاب می شود. در این روش در هر مرحله متغیر یا متغیرهایی باقی می ماند که پس از تفکیک مشارکت متغیرهای مقدم بر آنها دارای بیشترین مجذور همبستگی R باشند. پس از انجام رگرسیون چندگانه به روش گام به گام هر چهار متغیر در معادله باقی می ماند. این متغیرها نزدیک به 38/25 درصد از تغییرات متغیر سبک زندگی زنان را تبیین نموده اند.

جدول شماره 4، عناصر متغیرهای مستقل درون معادله برای تبیین ابعاد سبک زندگی را نشان می دهد. بعد اعتقادی دین داری با مقدار $Beta=0/202$ و $sig=0/002$ بیشترین ارتباط را با سبک زندگی دارد. پس از آن بعد عاطفی بیشترین ارتباط را با سبک زندگی داشت. متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیونی قادرند 38/25 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند. در مجموع، طبق مدل رگرسیونی می توان گفت مهم ترین متغیرهایی که در تبیین سبک زندگی زنان شهر اهواز نقش ایفا می کنند، به ترتیب بعد اعتقادی، عاطفی و مناسکی دین داری است.

جدول ۴. تحلیل رگرسیون چند متغیره گام به گام برای پیش بینی متغیر وابسته

متغیرهای مستقل	ضرایب رگرسیونی (B)	ضرایب استاندارد شده (Beta)	T مقدار	سطح معنا داری
۱- اعتقادی	۰/۲۵۷	۰/۲۰۲	۳/۴۹	۰/۰۰۲
۲- عاطفی	۰/۱۶۷	۰/۱۱۵	۲/۳۸	۰/۰۰۵
۳- مناسکی	۰/۹۷	۰/۶۵	۰/۴۷	۰/۰۰۵
۴- پیامدی	۰/۱۷	-۰/۰۲	۰/۱۲	۰/۰۶۶

۶- بحث و نتیجه گیری

در جامعه امروزی ایران، پژوهش درباره سبک زندگی شهروندان و نقش دین داری در آن از اهمیت علمی و اجتماعی خاصی برخوردار است. چنان که به نظر می رسد، در چند دهه اخیر با سرعت تغییر در سبک زندگی، شاهد تغییر در مجموعه ای از رفتار، عادات و عقاید و ارزش های مردم کشورمان بوده ایم. در تحقیق حاضر هدف اصلی، بررسی رابطه بین میزان دین داری و سبک زندگی زنان شهر اهواز است. یافته های تحقیق حاضر نشان می دهد که سبک زندگی زنان اهوازی

تحت تاثیر عامل دین است. طبق یافته‌های تحقیق، دین‌داری با اغلب مؤلفه‌های سبک زندگی رابطه معناداری را نشان می‌دهد، به طوری که می‌توان ویژگی‌های سبک زندگی فرد دین‌دار را از سبک زندگی فردی با اعتقادات دینی کمتر متمایز ساخت. در عین حال، از آنجا که زنان ایرانی هم پایبند سنت‌ها و موازین دینی هستند و هم از طرق گوناگون (مانند: دانشگاه، اینترنت، سفرهای سیاحتی، تبلیغات گسترده و به ویژه با خصوصیات مادی و مصرف تظاهری) در معرض مدرنیته قرار دارند، دائماً در حال گذر از این مرحله‌اند. در مجموع، اکثر جمعیت نمونه، در بعد مدیریت بدن، مصرف فرهنگ و اوقات فراغت مصرفی میانه (ترکیبی از مدرن و سنتی) داشته‌اند.

در همین راستا رابطه متغیرهای مستقل با سبک زندگی بررسی شده است. اکنون به ارائه نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها می‌پردازیم:

فرضیه نخست که رابطه بین میزان دین‌داری و مدیریت بدن را مورد بررسی قرار می‌داد بر اساس یافته‌های تحلیلی این پژوهش مورد تایید قرار گرفت. یافته‌های تحقیق متناسب با بنیان نظری است که فرضیه تحقیق از آن استخراج شده است. نتایج این پژوهش مؤید دیدگاه گیدنز (2002) است که عبارت است از این که کاهش وابستگی جامعه به مذهب، سبب دستکاری فیزیولوژی بدن شده است. از دیدگاه بوردیو (1984) وجود عناصر دینی در فرهنگ رایج در محل زندگی افراد، بر سبک زندگی آن‌ها تاثیر دارد. وی تمایز و تملک انواع سرمایه‌ها را منشأ تفاوت در سبک زندگی افراد و ذائقه‌های آنان و در نهایت گزینش الگوی رفتاری خاص برای دستیابی به سرمایه‌ی بیشتر (اعم از اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین) می‌داند. این الگوها و جلوه‌های عینی آنها (مجموعه‌ای از اعمال و دارایی‌ها) سبک‌های زندگی هستند که می‌توان جایگاه دین را در این مدل جستجو کرد. جامعه آماری ما زنان هستند که خود به خود به نظافت بدن، پوشش و آرایش خود اهمیت زیادی می‌دهند. یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد در تهیه لباس نیز برای حدود نیمی از جمعیت نمونه، مارک داشتن و خارجی بودن لباس و برای نیمی دیگر جمعیت پوشیدگی و ارزانی لباس اهمیت داشته است. در نوع پوشش، جمعیت کمتری به پوشیدن مانتوی کوتاه گرایش داشتند و اکثراً مانتوهای معمولی، بلند و چادر را ترجیح می‌دادند.

نتایج این پژوهش گویای آن است که برای برخی زنان نمونه، داشتن رژیم و ورزش هم زمان یا یکی از آنها اهمیت داشته است. اما در میان نمونه‌های دین‌دار این تقید کمتر دیده می‌شود. این یافته مبتنی بر دیدگاه گیدنز است که اذعان دارد، کاهش وزن و داشتن رژیم‌های غذایی و ورزش مناسب از معیارهای اساسی اهمیت دادن به بدن در زندگی مدرن امروزی برخی زنان است. از جمعیت نمونه، تعداد کمی موافق جراحی زیبایی بینی و صورت به عنوان پدیده‌ای برای زیباتر شدن چهره معتقد

بودند. البته بیشتر آنها افرادی هستند که سطح دین‌داری پایین‌تری دارند. افراد دین‌دار این امر را دخالت در خلقت و آفرینش خداوند می‌دانند. در نهایت بین بعد پیامدی دین‌داری و مدیریت بدن زنان رابطه معناداری مشاهده نگردید. در تحلیل این مسئله می‌توان گفت، تاکید دین اسلام بر رعایت بایدها و نبایدها درحوزه شریعت، موجب کاهش گرایش زنان به مدیریت بدن و آرایش‌های خلاف عرف می‌گردد. نتایج تحقیقات قلعه بندی و ابراهیمی (1387)؛ اخلاصی (1388)؛ لی و ونگ (2007)؛ بحرانی (1390)؛ ربانی و رستگار (1387) هم سو با نتایج تحقیق حاضر است که نشان می‌دهد گرایش به دین با مدیریت بدن مرتبط است. از آنجا که دین به مسایل متعالی اهمیت بیشتری می‌دهد و توجه به بدن، تنها در حد سلامت مورد تأکید قرار گرفته، بنابراین روشن است که زن مسلمان معتقد، کمتر به مدیریت ظاهر خود به شکل امروزی می‌پردازد. امروزه توجه بیش از حد به مدیریت بدن نه در جهت سلامتی بلکه در جهت زیبایی، لاغری که تناسب چندانی با بنیان‌های ارزشی و نشانگان فرهنگی - اسلامی ندارند، به مثابه بخشی از نظام ارزشی زنان، به ویژه دختران جوان در حال شکل‌گیری است. این موضوع می‌تواند سلامت و بهداشت روانی و نظام ارزشی زنان مسلمان را با چالش جدی مواجه سازد.

بررسی فرضیه دوم تحقیق، مبنی بر وجود رابطه بین میزان دین‌داری و مصرف فرهنگی نیز مورد تایید قرار گرفت. یافته‌های تحقیق حاضر، نشان داد در بعد مصرف فرهنگی (چه مادی و چه فرهنگی-هنری) اکثر جمعیت نمونه، مصرفی میانه یعنی ترکیبی از مدرن و سنتی داشته‌اند. در بعد مصرف مادی به خصوص در انتخاب وسایل منزل و خرید لوازم و سبک تزئین منزل، پدیده‌ی مد اهمیت بسیاری داشته است و درصد بالایی، مد بودن و هماهنگ بودن وسایل را ملاک مهمی در انتخاب‌شان دانسته‌اند. البته بیش‌تر افراد نمونه در این پژوهش، به لحاظ اقتصادی در سطح پایینی بوده و بدین جهت در خرید وسائل جدید و تزئین منزل تا حد زیادی معذوریت داشته‌اند. در خرید تابلوهای زینتی، برای دین‌دارها معیار سنتی بودن و برای افراد با سطح دین‌داری پایین‌تر، مدرن بودن به یک اندازه اهمیت داشته است.

نتایج آزمون‌های این پژوهش نشان می‌دهد کمتر از نیمی از پاسخ‌گویان که شامل افراد دین‌دارتر می‌شوند، هرگز به تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای نمی‌نشینند. اما اغلب نمونه‌ها، همیشه یا اکثر اوقات از برنامه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند. زنان در جامعه به عنوان مصرف‌کنندگان عمده‌ای مطرح می‌شوند که توسط تبلیغات رسانه‌ای به مصرف کالاهای متنوع تشویق می‌شوند. گواه این امر، عدم رابطه بین بعد پیامدی دین‌داری و مصرف فرهنگی است. در تحلیل این مسئله می‌توان

گفت، اگرچه دین اسلام بر رعایت باید ها و نبایدها درحوزه شریعت، که می‌تواند موجب کاهش گرایش زنان به مصرف‌گرایی شود، تأکید می‌کند ولی بعد پیامدی دین‌داری درجامعه مورد نظر به دلایل مطرح شده، نقش تعیین‌کننده و موثری درکنترل مصرف‌گرایی نداشته است. این نکته را نیز باید مد نظر قرار داد که بعد پیامدی با ابعاد دیگر همواره هم سو نیستند؛ یعنی فرد ممکن است به آنچه اعتقاد دارد عمل نکند و یا اینکه رفتارهایی در راستای مصرف‌گرایی انجام دهد که به نادرست بودن آن اعتقاد دارد.

این یافته مبتنی بر نظریه‌های زیمل (1892)، گیدنز (2002) و بورديو (1984) می‌باشد، که اذعان دارند، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی از سوئی برای افراد، هویت بخش و از سوئی دیگر متمایز کننده است. این امر با یافته‌های تحقیقات خارجی نظیر: فریدمن (1977)؛ هینبرگ (1999)؛ اندرسون (2004) و تحقیقات داخلی مانند: خواجه نوری (1390)؛ موحد و حسینی (1389)؛ فاتحی و اخلاصی (1387)؛ آزاد ارمکی و چاوشیان (1391)؛ رضایی (1389)؛ ابادری (1381) و مختاری (1388) هم‌خوانی دارد. پژوهش‌هایی که بر جامعه‌ی ایران صورت گرفته نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر با گسترش شهرگرایی، رشد صنعت، تولید انبوه کالاها و به مدد رسانه‌های ارتباطی و موج تبلیغات مصرف‌گرایی رواج بسیاری یافته است. این امر در جامعه‌ی کنونی ایران پیامدهای اجتماعی و فرهنگی نامناسبی را رقم زده است.

نتایج، فرضیه سوم تحقیق را هم تأیید کرد: میان میزان دین‌داری و فعالیت‌های فراغتی رابطه معنادار وجود دارد. در تمام ابعاد میزان دین‌داری، بعد عاطفی پیش‌بینی‌کننده مهم‌تری است و ارتباط بیشتری با فعالیت‌های فراغتی دارد. هرچند بین ابعاد اعتقادی و پیامدی با فعالیت‌های فراغتی نیز رابطه معنادار وجود دارد، ولی بین بعد مناسکی با فعالیت‌های فراغت زنان رابطه معناداری مشاهده نگردیده است؛ به جا آوردن مناسک جمعی و یا کاربرد آموزه‌های دینی در زندگی روزمره، هر چند می‌تواند موجب کاهش گرایش زنان به فعالیت‌های فراغت مدرن و گاه ناپسند شود، ولی در جامعه مورد نظر، بعد مناسکی دینی نتوانسته نقش تعیین‌کننده و موثری در کنترل میزان فعالیت‌های فراغت مدرن درجامعه مورد نظر را داشته باشد.

نتایج داده‌های این پژوهش نشان می‌دهد که گرایش به اوقات فراغت مدرن نسبت به اوقات فراغت سنتی بیشتر است. البته در سنجش رابطه‌ها، افراد دین‌دارتر بیشتر به اوقات فراغت ترکیبی گرایش داشتند و افراد با گرایش دینی کم‌تر شیوه مدرن‌گذران اوقات فراغت را بر شیوه‌های ترکیبی و سنتی ترجیح دادند. با همه‌ی این اوصاف، اوقات فراغت ترکیبی نسبت به گونه‌ی مدرن و سنتی درصد بالاتری دارد.

هم چنین یافته های تحقیق حاضر نشان داد درصد بسیار پایینی از نمونه ها همیشه به مسجد می روند. این مسأله در مورد اماکن مقدس متعادل تر به نظر می رسد. البته گرایش به سفر سیاحتی- زیارتی بیشتر از گرایش به سفر سیاحتی و گرایش به سفر سیاحتی بیشتر از گرایش به سفر صرفاً زیارتی است. رفتن به پارتنی به عنوان فراغتی مدرن برای درصد بالایی از پاسخ گویان چه افراد دین دار و چه غیر دینی هرگز اتفاق نیفتاده بود. هم چنین کمتر از نیمی از پاسخ گویان که بیشتر افراد دین دارتر را شامل می شوند، هرگز معاشرت با جنس مخالف را (به شکل حقیقی یا مجازی) تجربه نکرده اند. درصد پایینی از پاسخگویان نیز، در اکثر اوقات با جنس مخالف معاشرت داشته اند که البته این مسأله بیشتر در میان جوانانی دیده می شود که میزان دین داری آنها پایین تر است.

به طور خلاصه، افراد دین دارتر گرایش بیشتری به رفتن به اماکن مقدس و مسجد، سفرهای زیارتی، خانه اقوام و تماشای تلویزیون نشان می دهند. در حالی که، افراد با میزان دین داری پایین تر بیشتر به پارتنی، باشگاه، سفرهای سیاحتی و تماشای ماهواره علاقه نشان می دهند.

بیشتر زنان پاسخگو در این پژوهش، گرایش و رغبت بالایی به فعالیت های ورزشی و سرگرمی به عنوان فعالیت اوقات فراغت سالم از خود نشان دادند، ولی نبودن امکانات و عدم امکان حضور زنان در برخی محافل و مراکز فرهنگی مانند سالن های سینما، تئاتر، فرهنگ سراها که این امر را با مشکل جدی مواجه کرده است. اغلب فضاهای فراغتی شهر اهواز تحت نظارت مردان قرار دارد. همین مسأله موجب می گردد زنان، بیش تر اوقات خود را با رسانه های جمعی خانگی مانند تلویزیون، ماهواره و شبکه های اجتماعی سپری کنند. دیدن سبک زندگی غیر واقعی و غیر دینی در سریال ها، تبلیغ کالاهای مصرفی (به ویژه کالاهای آرایشی و پوششی) موجب تغییر نگرش آنان نسبت به مسائلی هم چون تشکیل خانواده، نوع پوشش و آرایش و هم چنین سبک زندگی می شود.

به طور کلی نتایج این پژوهش تأییدی است بر دیدگاه بوردیو (1984) و زیمل (1971) که دین داری را در فعالیت های فراغتی به مثابه ی مهم ترین منبع هویت بخشی می دانند. زیمل (1971) اذعان دارد در دنیای امروز و فرهنگ مدرن، مردم سریع تر به مدها و فعالیت های فراغتی جدید و متفاوت جذب می شوند؛ زیرا می خواهند به هویت شخصی متمایز خود شکل دهند. این یافته با پژوهش های کیا (1388)؛ کاظمی (1387)؛ رفعت جاه (1381) که برای دین داری در فعالیت های فراغتی زنان ایران نقشی تعیین کننده قائلند، هم سو است.

از سوی دیگر، نتایج تحلیل رگرسیون چند گانه نشان می‌دهد، مهم‌ترین متغیرهایی که در تبیین سبک زندگی زنان شهر اهواز ایفای نقش می‌کند، به ترتیب بعد اعتقادی، عاطفی و بعد مناسکی دین‌داری هستند. بعد پیامدی کمترین تأثیر را بر متغیر وابسته دارد.

در نهایت باید گفت آنچه امروزه بیش از پیش ضرورت دارد، این است که نهادها و سازمان‌های مختلف دست اندرکار در عرصه‌ی فرهنگ، برنامه‌ریزی مناسبی برای مصرف‌کالاهای مرتبط با بدن و ظاهر زنان انجام دهند. البته در این مورد باید هم ذوق و سلیقه‌ی زنان مد نظر قرار داده شود و هم تا حد امکان الگوهایی برای مصرف این کالاها و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت سالم ارائه گردد که با انگاره‌های هویت بخش سبک زندگی اسلامی- ایرانی جامعه تعارض نداشته باشد. بنابراین بهره‌گیری مؤثرتر از ظرفیت‌های موجود دین و مذهب به عنوان یک گنجینه‌ی مهم سبک زندگی، موضوع مهمی است که سیاست‌گذاری مبتنی بر پژوهش‌های علمی و کاربردی روزآمد را طلب می‌کند.

منابع

۱. اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، ۵ (۲۰)، ۳-۲۷.
۲. آزاد ارمکی، تقی و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). بدن به مثابه هویت. *مجله جامعه شناسی ایران*، ۴(۴)، ۷۵-۵۷.
۳. ادلر، آلفرد. (۱۳۶۱). *روان شناسی فردی*. ترجمه حسن زمانی و میهن بهرامی. تهران: انتشارات پیشگام.
۴. استوری، جان. (۱۳۸۶). *مطالعات فرهنگی در مورد فرهنگ عامه*. ترجمه حسین پاینده، تهران: انتشارات آگه.
۵. امیری، سیدرضا صالحی. (۱۳۹۰). بررسی رابطه‌ی ابعاد دین‌داری و سبک‌زندگی جوانان: مطالعه‌ی موردی دانش‌آموزان پیام نور. پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه پیام نور استان تهران، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی.
۶. باکاک، رابرت. (۱۳۸۱). مصرف، ترجمه خسرو صبری. تهران: انتشارات شیرازه.
۷. بحرانی، شعله، سروش، مریم، حسینی، مریم. (۱۳۹۰). مقایسه جنسیتی رابطه رسانه ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۳ (۴۷)، ۱۳۰-۱۰۳.
۸. بوردیو، پیر. (۱۳۸۱). *نظریه کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیها، چاپ دوم. تهران: انتشارات نقش و نگار.
۹. تنهایی، حسین ابوالحسن، خرمی، شمس. (۱۳۸۹). بررسی رابطه جامعه شناختی باورهای دینی و سبک زندگی براساس نظریه و روش گافمن، مطالعه موردی کرمانشاه، *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، ۶، ۴۱-۱۹.
۱۰. حمیدی، نفیسه و فرجی، مهدی. (۱۳۸۶). سبک زندگی و پوشش زنان در تهران. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۱(۱)، ۹۲-۶۵.

۱۱. خدایاری فرد، محمد. (۱۳۸۵). *آماده سازی و هنجاریابی مقیاس سنجش دینداری در جامعه دانشجویی کشور*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۲. خواجه نوری، بیژن، زهرا ریاحی، ابراهیم مساوات. (۱۳۹۲). رابطه سبک زندگی و میزان دین‌داری جوانان، مورد مطالعه جوانان شهر شیراز، *فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، ۲۰، ۱۳۰-۱۰۳.
۱۳. خواجه نوری، بیژن، هاشمی، سمیه، روحانی، علی. (۱۳۸۹). سبک زندگی و هویت ملی (مطالعه موردی: دانش آموزان دبیرستان های شهر شیراز)، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۱(۴۴)، ۱۵۲-۱۲۷.
۱۴. خواجه نوری، بیژن و روحانی، علی و هاشمی، سمیه. (۱۳۹۰). سبک زندگی و مدیریت بدن ((مطالعه موردی: زنان شهر شیراز)). *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۱، ۱۰۳-۷۹.
۱۵. چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). *سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب های ذوقی به عنوان تمایز و تشابه اجتماعی در دوره مدرنیته اخیر*. پایان نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۱۶. چنی، دیوید. (۱۳۸۲). سبک زندگی، ترجمه حسن چاوشیان. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی.
۱۷. ذوالفقاری، ابوالفضل و سلطانی، لولین. (۱۳۸۹). بررسی رابطه سبک زندگی با هویت قومی جوانان ((مطالعه موردی: شهرستان مهاباد))، *جامعه شناسی ایران*، ۲، ۵۰-۲۴.
۱۸. ربانی، رسول و رستگار، یاسر. (۱۳۸۷). جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی، *فصلنامه مهندسی فرهنگی*، ۳، (۲۳)، ۵۳-۴۴.
۱۹. ربانی، رسول، شیرینی، حامد. (۱۳۸۸). اوقات فراغت جوانان در تهران: بررسی جامعه شناختی الگوهای گذران اوقات فراغت جوانان در تهران، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۲(۸)، ۲۴۲-۲۰۹.
۲۰. رحمت آبادی، الهام، آقا بخشی، حبیب. (۱۳۸۵). سبک زندگی و هویت جوانان، *فصلنامه علمی- پژوهشی، رفاه اجتماعی*، ۵(۲)، ۲۵۳-۲۳۵.
۲۱. رفعت جاه، مریم. (۱۳۸۱). هویت زن در چالش آرایش و مد، *مجله جامعه شناسی و علوم اجتماعی، فصلنامه کتاب زنان*، ۳۸، ۱۷۹-۱۳۵.

۲۲. سنائی نسب، هرمز، رشیدی جهان، حجت، توکلی، حمید رضا. (۱۳۹۲). آموزه های دینی و سبک زندگی سالم در نیروهای نظامی. *مجله سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت*، ۱ (۲)، ۹-۱۳.
۲۳. سراج زاده، حسین، توکلی، مهناز. (۱۳۸۰). بررسی تعریف عملیاتی دین داری در پژوهش های اجتماعی، *نامه پژوهش*، ۲۱، ۱۷۸-۱۵۵.
۲۴. شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۸۴). مدلی برای سنجش دینداری در ایران؛ *مجله جامعه شناسی ایران*، ۶ (۱)، ۳۴-۶۶.
۲۵. شویره، کریستی، فونتین، اولیویه. (۱۳۸۵). *واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی*. تهران: انتشارات نی.
۲۶. فاتحی، ابوالقاسم و اخلاصی، ابراهیم. (۱۳۸۷). مدیریت بدن و رابطه آن با پذیرش اجتماعی بدن (مطالعه موردی زنان شهر شیراز)، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان)*، ۱۱ (۴۱)، ۹-۴۲.
۲۷. فاضل قانع، حمید. (۱۳۹۲). *سبک زندگی بر اساس آموزه های اسلامی (با رویکرد رسانه ای)*، قم: انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی.
۲۸. فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، تهران: انتشارات صبح صادق.
۲۹. فاضلی، محمد. (۱۳۸۶). *تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۱ (۱)، ۱۸۹-۱۷۵.
۳۰. کاظمی، عباس. (۱۳۸۷). *مطالعات فرهنگی، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران*، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.
۳۱. کاویانی ارانی، محمد. (۱۳۸۸). *طرح نظریه سبک زندگی بر اساس دیدگاه و ساخت آزمون سبک زندگی اسلامی و بررسی ویژگی های روان سنجی آن*، پایان نامه دکترا، روان شناسی عمومی، اصفهان، دانشگاه اصفهان.
۳۲. کاویانی، محمد. (۱۳۹۱). *کمی سازی و سنجش سبک زندگی اسلامی، فصلنامه روانشناسی و دین*، ۴ (۲)، ۲۷-۴۴.
۳۳. کرمی فهی، محمد تقی و زادسر، زینب. (۱۳۹۲). *سنجش بررسی رابطه دین داری و سبک زندگی، فصلنامه زن در فرهنگ و هنر*، ۵۴ (۲)، ۸۵-۱۰۱.

۳۴. کوهی کمال، محمد عباس زاده، علی خواجه. (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، ۳(۱)، ۷۹-۹۴.
۳۵. کیوی، ریمون و لوک وان کامپهود. (۱۳۷۵). روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه عبدالحسین نینگ گهر. تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.
۳۶. گیبینز، جان آر و بوریمر. (۱۳۸۱). سیاست پست مدرنیته، ترجمه منصور انصاری. تهران: انتشارات گام نو.
۳۷. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان. تهران: انتشارات نی.
۳۸. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات مرکز.
۳۹. گیویان، عبدالله. (۱۳۷۷). سنجش نگرش مردم تهران راجع به نقش و کارکرد های دین. تهران: انتشارات شورای فرهنگی عمومی.
۴۰. مختاری، مریم. (۱۳۸۸). گراند تئوری از تصویر زنان بدن: چرا زنان درگیر به جراحی آرایشی و بهداشتی؟ پایان نامه دکتری گروه جامعه شناسی، دانشگاه شیراز.
۴۱. مهدوی کنی، محمدسعید. (۱۳۸۶). دین و سبک زندگی. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
۴۲. موحد، مجید، حسینی، مهدی. (۱۳۸۹). عوامل اجتماعی و فرهنگی مربوط به مدیریت و صورت در میان زنان جوان. مجله جامعه شناسی زنان، ۲(۱)، ۷-۴۰.
۴۳. نصرتی شیما، ذوالفقاری، ابوالفضل. (۱۳۹۲). تأثیر میزان دینداری بر سبک زندگی جوانان تهرانی، فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۵(۱۴)، ۱۱۷-۱۰۱.
۴۴. نیازی، محسن، کارکنان نصرآبادی، محمد. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین میزان دینداری و سبک زندگی شهروندان مطالعه موردی شهروندان شهرستان کاشان. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۵(۱۶)، ۲۱۳-۱۷۳.
۴۵. وبر، ماکس. (۱۳۸۷). دین، قدرت و جامعه، ترجمه احمد تدین. تهران: انتشارات هرمس.
۴۶. وبر، ماکس. (۱۳۸۵). اخلاق پروتستانی و روح سرمایه داری، ترجمه عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

۴۷. ویلیامز، ژان پل. (۱۳۸۶). *جامعه شناسی / ادیان*، ترجمه عبدالرحیم گواهی. تهران: انتشارات علم.

48. Adler, A. (2000). *The individual psychology of Alfred Adler*. New York: Basic BOOKS Inc. American Heritage Dic.
49. Adler, A. (1992). *What life should mean to you*. New York: Capricorn.
50. Anderson, E. P. (2004). "A "Coca – Cola" shape: cultural change, body image, and eating disorders in San Anderes, Belize". *Cultuer, medicine and psychiaty*, 28, 561-595.
51. Beckett, S., Toni, M., & Kenneth D. B. (1994). Changing values and lifestyle to accommodate a symbiotic view of consumer choice. *Academy of Marketing Socience*, 17, 418-426.
52. Bourdieu, p. (1984). *Distinction: a social critique of the judgements of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
53. Bradford, V. (2003). Theorizing religion with Bordieu against Bourdieu. *Sociological Theory*, 21(2), 150-174.
54. Cantor, N. & Langston, C. A. (1989). Ups and downs of life style tasks in a life trnslition. *Goal Concept in Personality and Psychology*, 4,127-168.
55. Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. London and New York: Routledge.
56. Cockerham, W. C. (1997). The social determinants of decline of lif expectancy in Russia and Eastern Europe: a life style explanation, *Journal of Health and SocialBehavior*, 38, 131-148.
57. Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
58. Glock, C. Y. & Stark, R. (1965). Religion and society in tension Chicago: rand McNally & company. *Sociology of Religion*, 27 (3), 173-175.

59. Lee, G. Y. & Bhargava, V. (2004). Leisure time: do married and single individuals spend it differently? *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32, 174-254.
60. Heinberg, L. (1996). *Theories of body image disturbance, in: body image, eating disorders and obesity- an integrative guide for assessment and treatment*. Washington DC: American Psychological Association.
61. Gerro, T. C. & Sh, Y. (1998). The stratification of leisure and taste: classes and lifestyle in Israel. *European Sociological Review*, 14(4), 369-386.
62. Kelly, S.A, Melnyk, B.M., & Jacobson, L.D. (2011). Correlates among healthy lifestyle, cognitive beliefs, healthy lifestyle choices, social support and healthy behaviors in adolescents: Implications for behavioral change strategies and future research. *Journal of Pediatric Health Care*, 25(4), 216-223.
63. Matthew, W. (2009). The nonformative element religious life, *Social Compass*, 2(56).
64. Simmel, G. (1971). *The metropolis and mental life*. Chicago: University of Chicago press.
65. Stebbins, R. A. (1997). Lifestyle as a generic concept in ethnographic research, *Kluwer Academic*, 31, 347- 360.
66. Timothy, D. J. (2005). Shopping tourism, retailing and leisure. *Channel View Publication*, 7, 222-235.