

سبک زندگی به منزله نوعی مقاومت (مطالعه موردی جوانان شهر دزفول)*

منصور وثوقی^۱

نسیم خواجه زاده^۲

چکیده

گرچه سبک زندگی، مجموعه‌ی عملکردهای روزانه‌ی کنشگران اجتماعی است که در بستر زندگی روزمره‌ی آنها جاری می‌شود، اما نه تنها سبک‌های زندگی در حال نوشدن و افکندن طرح‌هایی دیگر است، بلکه همین سبک‌ها مجالی می‌شود برای به چالش کشیدن نظم مستقر و بازسازی معنا. تحقیق حاضر در پی واکاوی این امر در شهر دزفول از روش پدیدارشناسی هرمنوتیک و ابزار مصاحبه عمیق بهره گرفته‌است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، کنشگران اجتماعی منفعل نیستند و به گونه‌ای فعالانه به دنبال راه‌های بدیلند و با سبک‌های زندگی خود در جریان زندگی روزمره، راهی برای مقاومت می‌یابند.

کلید واژه: سبک زندگی، مقاومت، زندگی روزمره، دزفول.

* تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۶/۳

۱- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران vosooghi_mn@yahoo.com

۲- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاداسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران n.khajezade@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

گرچه زندگی روزمره، عرصه‌ای است که در آن کنشگران اجتماعی، نقش‌های اجتماعی و هنجارهای رفتاری را درونی می‌کنند، اما از منظری دیگر، زندگی روزمره فضایی برای شکل‌های نوین هویت فردی می‌گشاید (نوری، ۱۳۸۸: ۷۵) و به عرصه‌ای بدل می‌شود برای مقاومت کنشگران اجتماعی و به چالش کشیدن قدرت.

سبک زندگی مشخصه‌ی جامعه‌ی مصرفی است. جامعه‌ی ایران در سال‌های اخیر همراه با گسترش مصرف‌گرایی و رشد صنعت و تولید انبوه کالاها و به مدد رسانه‌های ارتباطی و موج تبلیغات کالاها با پدیده جدید مصرف‌گرایی به اشکال مختلف مواجه شده است؛ چرا که الگوی مصرف، وسایل خانگی، تزئینات منزل، خوراک، پوشاک و غیره که می‌توان از آنها به عنوان سبک زندگی نام برد، در این سال‌ها به شدت تغییر کرده است (ازکیا و حسینی، ۱۳۸۹: ۲۴۳) و منازعات، رقابت‌ها، تبادل‌ها و تطورات فرهنگی، فرهنگ جوانان ایران را بسیار متنوع ساخته است (شالچی، ۱۳۸۶: ۹۴).

سبک و شیوه‌ی زندگی عملکردهای روزمره‌ای هستند 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 (گیدنز، ۱۳۸۸: ۱۲۰).

تغییر چهره‌ی شهرها و گسترش مراکز خرید، رستوران‌ها، کافی‌شاپ‌ها، فست‌فودی‌ها، مراکز تفریحی و پارک‌ها و اقبال بیش از پیش مردم به این اماکن از نشانگان مهم تغییر سبک زندگی است. نشانگانی که به کلان شهرها محدود نشده و در شهری چون دزفول نیز قابل مشاهده است. دگرگونی در ابعاد فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی از مشخصه‌های جامعه‌ی ایران است.

بهره‌گیری از تکنولوژی‌های ارتباطی و تسهیل ارتباطات به کمک وسایل نقلیه‌ای چون قطار، هواپیما و استفاده از رسانه‌های ارتباطی، منجر به شکاف برداشتن غشای فرهنگی شهرهای دور و نزدیک می‌شود تا سبک‌های زندگی سنتی جای خود را به سبک‌های متنوع و جدید یا سبک‌های سنتی بازبینی شده بدهند. چنین است که آداب، رسوم، ارزش‌ها و هنجارها، دیگر به سختی سابق نیست و الگوهای خوراک، پوشاک، دکوراسیون منزل و اوقات فراغت جلوه‌های جدید می‌یابد.

اما در این میانه امر دیگری نیز مشهود است و آن هم نبود حوزه‌ی عمومی است که به نوعی حائل میان دولت و حوزه‌ی خصوصی است. در غیاب حوزه عمومی کارآمد، مردم در واکنش به این واقعیت و برای تاب آوردن شرایط موجود، سبک‌های زندگی خود را تغییر داده‌اند و سبک‌های زندگی جدید متبلور گشته است. به عبارت دیگر آزمون گونه‌های زیستن و ابداع تنوعاتی در زندگی (Deleuze, 2004)

می‌تواند در درازمدت حوزه عمومی فرهنگی و سیاسی را تحت شعاع قرار دهد. به یک معنا تغییر در سبک زندگی، تغییر در جهان‌بینی، ایدئولوژی و شیوه‌ی هستی‌شناسی فرد ایجاد می‌کند و جهان فرد را تغییر می‌دهد.

۲- پیشینه تجربی پژوهش

- پورغلام (۱۳۸۶)، در «سبک‌های زندگی یا رفتارهای خرده‌فرهنگی در بین دختران نوجوان» به فرهنگ خصوصی دختران در خانه اشاره دارد که نشان دهنده‌ی موقعیت تابع و پوشیده‌ی زنان و دختران در جامعه است.

- شهابی (۱۳۸۶) در مقاله‌ی «سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه در میان جوانان ایرانی و دلالت‌های سیاسی آن» عنوان می‌کند که با غیرقانونی شدن سبک‌های زندگی و جلوگیری از بازنمایی آنها در سبک‌های زندگی جوانان دوگانگی ایجاد شده و به همین دلیل، افراد حوزه‌های زندگی خود را جدا می‌کنند. شالچی (۱۳۸۶) به بررسی «سبک زندگی جوانان کافی شاپ منطقه ۳ تهران» می‌پردازد و تلاش می‌کند ویژگی‌های سبک زندگی این گروه از جوانان را مشخص کند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در این فضای اجتماعی، ویژگی‌های سبک زندگی پسامدرن از قبیل مد و سلیقه التقاطی، تعامل امر محلی و جهانی، اهمیت سرگرمی و مصرف و نقش حیاتی لذت دیده می‌شود.

- ابادزی و دیگران (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان «احساس نا امنی در تجربه زنانه از زندگی روزمره»، احساس ناامنی زنان در فضاهای شهری را بررسی می‌کنند و سه دسته‌بندی از زنان بر اساس تاکتیک‌هایی که ایشان به کار می‌گیرند، ارائه می‌دهند.

- سفیری و مدیری (۱۳۸۷) در «تفاوت‌های جنسیتی در اوقات فراغت» که به روش اسنادی و با مطالعه‌ی ۴۳ مقاله‌ی علمی پژوهشی و پایان‌نامه به شیوه فراتحلیل، انجام گرفته است، عنوان می‌کنند که اوقات فراغت عرصه‌ای برای نمایش بی‌دغدغه‌ی ارزش‌ها و علایق افراد و قدرت و مقاومت آنهاست تا به عنوان نماینده‌ای از طبقه‌ی اجتماعی خود اجرای نقش کنند. اما جنسیت به مثابه عاملی فراطبقاتی، موجب تفاوت و ایجاد نابرابری میان زنان و مردان است که باعث می‌شود اوقات فراغت زنان، مبهم، اندک و منقطع باشد، بیشتر در خانه سپری شود و آمیخته با فعالیت‌های خانگی و مادری باشد. امری که در نهایت به رضایت کمتر زنان از مردان در زمینه اوقات فراغت منجر می‌شود.

- پالومتس^۱ (۲۰۰۲) در تحقیق خود در مورد سبک زندگی در استونی، بر اساس ترکیب سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی مورد نظر پیر بوردیو، سه گروه معین می‌کند: گروه اول با سرمایه اقتصادی و سرمایه

تحصیلی بالا، گروه دوم با سرمایه اقتصادی بالا و گروه سوم با سرمایه تحصیلی بالا از هم متمایز می‌شوند که هر کدام سبک زندگی خاصی دارند.

- تحقیق پیک و پان^۱ (۲۰۰۴) با عنوان «گسترش مصرف‌گرایی جهانی: تأثیر رسانه‌های جمعی و تبلیغات بر ارزش‌های مصرف‌گرایانه در چین»، تأثیر رسانه‌ها و تبلیغات را در شکل‌گیری جهت‌گیری‌های مصرف‌گرایانه در شهرهای چین بررسی می‌کند.

- بینکلی^۲ (۲۰۰۷) اشاره می‌کند که پژوهش‌های اخیر به مسأله‌ی سبک زندگی بسیار پرداخته‌اند، اما آنچه او نتیجه می‌گیرد آن است که شادی به عنوان ویژگی سبک زندگی معاصر و به عنوان موضوعی از تحقیق جامعه‌شناسانه است و پیشنهاد می‌کند که حوزه میان رشته‌ای از مطالعات شادی نه تنها یک تحقیق سبک زندگی است؛ بلکه به همان نسبت مطالعه حکومتی هم محسوب می‌شود.

- کریویال و همکاران^۳ (۲۰۰۹) به دنبال پاسخ به این پرسش که آیا زنان و مردان واقعاً به طور متفاوت خرید می‌کنند، در هند عادت‌های خرید افراد را مورد مذاقه قرار می‌دهند. یافته‌های تحقیق با انتخاب ۲۷۲۱ مصرف‌کننده‌ی مراکز خرید در هفت شهر هند، نشان می‌دهد که تفاوت‌های معناداری در رفتار خرید وجود دارد که می‌تواند مرتبط با جنسیت باشد.

۳- جمع‌بندی پیشینه تجربی تحقیق

پژوهش‌های جامعه‌شناسی از بسیاری از منظرهای گوناگون به سبک زندگی پرداخته‌اند. پژوهش حاضر از چند نظر با دیگر پژوهش‌ها متمایز است. اولین نکته در تفاوت روش‌شناسی است. ضمن اینکه تحقیق حاضر، به بررسی خلاقیت کنشگران در سبک زندگی و تأکید بر زندگی روزمره و مصرف دیگرگونه به عنوان نوعی مقاومت می‌پردازد که در پژوهش‌های دیگر بدان اشاره نشده است. در نهایت می‌توان اشاره کرد که در پژوهش‌های مشابه، عموماً شهرهای بزرگ، به عنوان مکان تحقیق انتخاب می‌شوند، در حالی که در این پژوهش، شهری کوچک مد نظر است که در امان از امواج مدرنیته نمانده است.

۴- چارچوب نظری

لوفبور معتقد است «زندگی روزمره آن پایه و اصل و اساسی است که فعالیت‌های اصطلاحاً برتر بشر مانند: فلسفه و علم و اخلاق و هنر، بر آن استوار است (لاجوردی، ۱۳۸۸: ۴۰). هرچند وی جامعه‌ی جدید

1. Paek & Pan
2. Binkley
3. Kuruvilla

را جامعه‌ای تروریست^۱ می‌نامد (لاجوردی، ۱۳۸۴: ۱۳۴). اما به زندگی روزمره نگاهی مثبت دارد و در دل این زندگی، روزنه‌هایی برای برون‌رفت از سیطره سرمایه‌داری می‌یابد. گرچه نظم اقتصادی و سیاسی حاکم، فضا را تولید می‌کند (Lefebvre, 1971: 151)، اما مردمان عادی در زندگی روزمره، با مصرف دیگرگونه‌ی این فضاها، مقاومت خود را به نمایش می‌گذارند (Lefebvre, 1991: 26-27) و به اعتقاد دوسرتو، با مصرف که وی آن را تولید ثانوی می‌خواند (استوری، ۱۳۸۶: ۲۹۰) و با ویژگی‌های بر خلاف مقررات بودن، پنهانی بودن، خستگی‌ناپذیر بودن، تدریجی بودن و در عین حال نامرئی بودن معرفی می‌شود، نظام‌های قدرت متمرکز را از درون خراب کنند (Moran, 2005: 10).

پس در زندگی روزمره پذیرش و هم‌نوایی با قدرتی که بر همه‌ی شئون زندگی انسان‌ها چنگ انداخته است، همواره همراه با مقاومت بوده است که البته چندان آشکار نیست (کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۱۱). در واقع دوسرتو از عزل قدرت سخن می‌گوید که نه به معنای واژگون‌سازی است، بلکه به این معنا است که قدرت، دیگر توان تحمیل اراده‌ی خود بر ضعفا را ندارد. وی از کنار آمدن به عنوان هنر هم‌زیستی سخن می‌گوید که در واقع نوعی مقاومت است که به شکل مبارزه برای معنا متبلور می‌شود. مبارزه‌ای که در آن طبقات فرودست می‌کوشند معانی‌ای به وجود آورند که در خدمت منافع خودشان باشد (کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۱۵).

مفاهیمی چون استراتژی و تاکتیک که دوسرتو در تشریح نظریه‌ی خود به کار می‌برد، نشان دهنده‌ی گونه‌ای از جنگ و گریز در زندگی روزمره است (اباذری و کاظمی، ۱۳۸۳: ۱۰۱). استراتژی برخاسته از نوعی مناسبات قدرت است. اما تاکتیک‌ها، «به کارگیری اختراعی و ابداعی توان‌ها و فرصت‌ها در بطن موقعیت استراتژیک‌اند و اساساً تاکتیک‌ها خارج از استراتژی‌هایی که با آن روبرو هستند عمل نمی‌کنند. بسیاری از کردارهای زندگی روزمره مانند: صحبت کردن، قدم زدن، خرید کردن و آشپزی، تاکتیک‌هایی به این معنا هستند و در حقیقت شیوه عمل‌اند»، شیوه‌هایی که نتیجه آن غلبه ضعفا بر اقویا است (کاظمی، ۱۳۸۸: ۳۷).

تاکتیک‌ها با نظم اجتماعی کنار می‌آیند و با آن وارد تضاد و تخاصم نمی‌شوند (اباذری و کاظمی، ۱۳۸۳: ۱۰۱). استراتژی‌ها قادر به تولید و تحمیل فرهنگ هستند، حال آن که تاکتیک‌ها صرفاً می‌توانند فرهنگ را استفاده یا دستکاری کنند. تاکتیک، هنر ضعیفای جامعه است که در تقابل با استراتژی‌های حاکم آشکار، مترصد فرصت‌هایی‌اند که درون چارچوب نظم موجود نه بر علیه آن، برای رسیدن به اهداف خود، ابتکار عمل را به دست گیرند (De Certeau, 1980: 6-7). مفهوم استراتژی، فرض مکانی مناسب را درون خود لحاظ می‌کند (De Certeau, 1988: xix)، اما تاکتیک بدون اینکه کلیت مکان

را غصب کند، به طور ضمنی خود را در زمین دیگران به نمایش می‌گذارد و در زمینی غصبی قصد خود را به کرسی می‌نشاند (Ibid:488).

مقاومت در زندگی روزمره هم می‌تواند ناشی از نوعی بی‌حرکتی و قبول وضعیت و هم ناشی از اشکال خلاقانه‌ای از متناسب کردن موقعیت‌ها باشد. مقاومت از نظر دوسرتو صرفاً مترادف مخالفت و گذشتن از یک عقیده نیست؛ در اینجا مقاومت هم به معنای نگه‌داشتن یک چیز قدیمی و هم به معنای خلق یک چیز نو است به جای ارائه‌دادن مفهوم برعکس قدرت، مقاومت توجیهی متفاوت یا متکثر از قدرت ارائه می‌دهد (اباذری و دیگران، ۱۳۸۷: ۸۱).

به نظر جان فیسک هم زندگی روزمره قلمرویی است که در آن منافع متعارض جوامع سرمایه‌داری دائماً به مبارزه کشیده می‌شود (اباذری و کاظمی، ۱۳۸۳: ۱۰۱). او خرید از فروشگاه‌ها و اعمال فرهنگی را عرصه‌های کلیدی کشمکش می‌داند (Fiske, 1989b: 307). مصرف، همیشه نیازمند صرف پول نیست، بدون در اختیار داشتن پول اما به شرط داشتن زمان کافی، هم می‌توان مصرف کرد. در این معنا، در واقع افراد مکان و تصاویر را مصرف می‌کنند، بدون اینکه کالایی بخرند (Fiske, 1989a: 38). از دید وی کالاها ناتمام تولید می‌شوند، اما این مصرف‌کنندگان هستند که کالاها را تکمیل می‌کنند. بنابراین در نفس رفتار مصرفی، نوعی مقاومت و تولید دیده می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۸: ۵۲).

فیسک دو نوع مقاومت را که در عین حال با یکدیگر پیوند متقابل دارند، معرفی می‌کند: مقاومت نشانه‌شناختی و مقاومت گریز. مقاومت نشانه‌شناختی به وسیله‌ی تولید معانی متضاد از متون رسانه‌ای به دست می‌آید، در حالی که مقاومت گریز، با رهایی جستن از هر گونه قیود معنا در متون، به وسیله‌ی تولید لذت است که معناهای این چینی را لغو می‌کند (Laughey, 2007: 171).

به نظر فیسک کالا‌های فرهنگی در دو حوزه‌ی اقتصادی متقارن گردش می‌یابد: بازار فرهنگی و بازار مالی (Ibid). بازار مالی، ارزش‌های مبادله و بازار فرهنگی ارزش مصرفی کالا‌های فرهنگی را در نظر دارد. در بازار فرهنگی، مصرف‌کنندگان با تعبیر و تفسیر معناسازی خود در مقابل بازار مالی مقاومت می‌کنند و به نوعی به «جنگ چریکی نشانه‌ها» دست می‌یازند (فیسک، ۱۳۸۱: ۱۱۰).

از نظر فیسک لذت، گونه‌ای مقاومت است. لذت از رابطه‌ای خاص میان معناها و قدرت ناشی می‌شود. لذت برای فرودستان با تأکید بر هویت اجتماعی‌شان در مقاومت علیه ساختار مسلط و در استقلال از این ساختار به دست می‌آید. از دید وی، فرهنگ عامه در کل و تلویزیون به طور خاص، قادر به تولید لذت‌های «غیرمجاز» و در نتیجه معانی شورشی و برهم زننده است. به باور فیسک، فرهنگ عامه، بالقوه - و غالباً بالفعل - ماهیتی ترقی خواهانه (اما نه بنیادستیز) دارد (Fiske, 1989a: 24-28).

متون عامه‌پسند می‌توانند از این حیث ترقی‌خواه باشند که موجد معانی‌ای هستند که عملکردشان معطوف به تغییر یا بی‌ثبات ساختن نظم اجتماعی است؛ لیکن این متون هرگز نمی‌توانند بنیادستیز باشند؛ به این معنا که هرگز قادر نیستند مستقیماً با آن نظم اجتماعی مقابله کنند یا آن را براندازند (استوری، ۱۳۸۶: ۳-۱۸۲). التذاذ از ناباوری و فریب نخوردن و لذت عامیانه «خواندن دست آنها (آنهای قدرتمند)، نتیجه تاریخی قرن‌ها تبعیت است که مردم نگذاشته‌اند به انقیاد تبدیل شود (همان: ۱۸۴).

فیسک با اشاره به خبرهایی مثل دیده شدن موجودات فضایی در آسمان در نشریات عامه‌پسند که مضمون فرعی آن مبنی بر پنهان کردن خبر توسط دولت است، نتیجه می‌گیرد موضوع مهم در این اخبار عبارت است از تقابل بین آگاهی عموم و آگاهی جبهه قدرت (همان: ۱۸۵) و تقابل جویی با امر عادی یا امر رسمی (همان: ۱۸۶). این قبیل خبرها حکم نوعی یورش «خیال‌پردازانه» به «عادی‌سازی» را دارند که برای کارکرد بی‌تناقض روندهای مبتنی بر نظم و انضباط جبهه قدرت ضروری است (همان: ۱۸۵-۱۸۶).

۵- سؤال تحقیق

کنشگران اجتماعی در سبک زندگی خود، از چه راه‌هایی در برابر نظم مسلط، دست به مقاومت می‌زنند؟

۶- روش‌شناسی

روش تحقیق پژوهش حاضر، کیفی و از نوع پدیدارشناسی هرمنوتیک است. روش پدیدارشناسی که از فلسفه پدیدارشناسی سرچشمه می‌گیرد، فلسفه‌ی تحقیقی است که پدیده‌ی اجتماعی را به عنوان برساخته اجتماعی می‌بیند (Saunders, 2007: 597) و در پی ذهنیت افراد در مورد پدیده است.

در واقع سؤال کلی پدیدارشناسی این است که مفهوم، ساختار و اساس تجربه‌ی موجود در مورد این پدیده برای شخص یا گروه مورد نظر چیست و واقعیت ذهنی هر فرد چگونه در معنی‌دار کردن تجربیات به کار می‌رود (توحیدی اردهایی و حیدری‌زاده، ۱۳۹۰: ۲۰۱).

ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق، مصاحبه‌های عمیق فردی و شیوه‌ی نمونه‌گیری نیز به صورت کیفی، هدفمند (Iphofen, 2005: 26) و مبتنی بر اشباع نظری است. در ضمن مشارکت‌کنندگان از گروه‌های متفاوت انتخاب شدند تا روایت‌های غنی و یگانه‌ای به دست آید. بر این اساس طی ۶ ماه با ۱۴ نفر، مصاحبه عمیق به عمل آمد. از آنجا که در تحقیق حاضر از روش پدیدارشناسی تفسیری استفاده

می‌کنیم، روش دیکلمن و همکاران (Diekelmann et al., 1989؛ عابدی، ۱۳۸۹: ۲۱۶؛ عابدی، ۱۳۸۳: ۶۶؛ محمدپور و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۶) را برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به کار می‌بریم و درون‌مایه‌ها را استخراج می‌کنیم (Loiselle, 2010: 65; Parsons, 2010: 330; et al., 2010).

۷- یافته‌ها

با توجه به اصول پیش‌گفته درباره روش کار، از مصاحبه‌شوندگان خواستیم تجارب خود در زندگی روزمره و برنامه‌ریزی‌های روزانه‌ی خود را برای ما شرح دهند. پس از طی مراحل لازم در روش پدیدارشناسی هرمنوتیک، درون‌مایه‌های زیر از مصاحبه‌ها استخراج شد:

۷-۱- تفریح:

فراغت عرصه‌ای است که بسیاری مقاومت خود را در آن به نمایش می‌گذارند، چنان‌که نرگس " ۳۲ ساله که معلم است، آشکار تفریحش را با ناخرسندی از وضع موجود گره می‌زند:

"مسافرت را خیلی دوست دارم...، مسافران زیاد شدن، اصلاً بلیط قطار گیر نمی‌آید. مردم از واقعیت فرار می‌کنند. مسافرت باعث می‌شود پای اخبار نشینی، دور شوی، ورزش، پیاده‌روی، کنار آب رفتن، همه برای در رفتن".

۷-۲- رستوران‌های فست‌فود:

فضای رستوران‌های فست‌فود، تجربه‌ای از زندگی مدرن در اختیار افرادی قرار می‌دهد که بسیاری آگاهانه سمت آن کشیده می‌شوند، روابط آزاد، جمع‌های دختر و پسرها و شیوه‌ی زیستی که در این فست‌فودی‌ها جاری است، همان چیزی است که در جامعه‌ی مجال‌چندانی برای آن نیست. به این ترتیب فضای فست‌فودی‌ها، فقط مکانی برای صرف غذا نیست، بلکه بدل به آزمون سبک زیستی می‌گردد که سبک زندگی متداول جامعه‌ی بیرونی نیست. ژیللا ۲۲ ساله در این باره می‌گوید:

"کافی شاپ و رستوران جدید و مکان تفریحی جدیدی تو شهر باز نمیشه، مگه ما اونجا رفته باشیم و کشفش کرده باشیم".

ایمان ۲۲ ساله و دانشجو نیز چنین بیان می‌کند:

"فضای فست‌فودی مدرن‌تر و متفاوت‌تر از جامعه است، دیدن آدم‌هایی که فاصله گرفته‌اند از زندگی سنتی و گسست ایجاد کرده‌اند با آن، اینکه چند تا دختر دور هم می‌شینند و اونجا هم می‌بینند در حالی‌که مادران آنها در روضه(هیأت) همدیگر رو می‌بینند، ۳،۴ دختر که مدرسه با هم دوستن به کافی شاپ پناه میارند که شکل نوین زندگی را نشان می‌ده".

۷-۳- اصلت یافتن مکان‌های غیر رسمی

نه تنها کافی‌شاپ‌ها و فست‌فودی‌ها، بلکه خانه‌ها نیز امکان وجود مکان‌هایی غیر رسمی را می‌دهند که حلقه‌های گفت‌وگو، بحث، گردهمایی و مذاکره و گاه نواختن موسیقی در آنها شکل می‌گیرد، حلقه‌هایی که عملاً جبرانی بر نیازهای اجتماعی و روانی است که جامعه‌ی بزرگتر پاسخی در خور به آن نمی‌دهد. در کلام مهران که مهندس مکانیک ۲۹ ساله‌ای است، این گونه مقاومت در برابر مقررات بیرونی به چشم می‌خورد:

"شرایط اجتماعی را با سرگرم کردن خودمان تحمل می‌کنیم. وقتی جمع هم‌فکر داشته باشیم، شرایط موجود قابل تحمل‌تر می‌شود. با بچه‌ها در کتاب‌فروشی قرار می‌داریم و راجع به کتاب‌های جدید حرف می‌زنیم، هم بچه‌های ادبیات، هم فلسفه، زبان و ... متنوعند رشته‌ها، منم که مکانیکم".

فرهاد، مصاحبه‌شونده دیگری است که از آنجا که در تدریس رسمی و مباحثه در فضای آکادمیک راهی ندارد، دست به اقدامی دیگر زده است:

"فضای آکادمیک از من دریغ شده، مؤسسه ندارم، جلسه‌هایی را رقم می‌زنم یا در شکل‌گیریشان مؤثر بوده‌ام که حلقه‌های فکری است و به طور مستمر و به صورت شبانه برگزار می‌شود".

۷-۴- ورزش و رژیم غذایی:

پیاپیاده‌روی و ورزش در سال‌های اخیر از اقبال بسیار زیادی برخوردار شده‌است، که گاه نه برای نفس ورزش و پیاپیاده‌روی، بلکه برای خوش‌گذرانی و خنده و دور بودن از نگرانی‌ها و ناراحتی‌ها انجام می‌گیرد و برای برخی، کارکرد درمانی و معنابخشی دارد. پارک‌ها و برخی از معابر شهری در سال‌های اخیر، محل پیاپیاده‌روی کسانی است که مدام در حال افزایشند، گویی برای عده‌ای ورزش و توجه به رژیم غذایی بدل به مناسکی مدرن در زندگی امروزی شده است

مینو ۲۴ ساله، مجرد و مغازه‌دار می‌گوید:

"به برنامه غذایی‌ام خیلی اهمیت می‌دم، روغن کنجد، زیتون و هسته انگور استفاده می‌کنم، از محصولاتتی که مواد نگهدارنده دارن استفاده نمی‌کنم، شیرینی رو تو خونه می‌پزم".

مینا ۳۲ ساله و مدیر رستوران، با کوهنوردی بر برخی مشکلات در تعامل با مادرش فائق آمده‌است و ورزش برای او بدل به عنصری معنابخش در زندگی‌اش می‌شود:

"کوهنوردی مستقل‌تر و محکم‌تر و خودساخته‌ترم کرده، اعتماد به نفسم بیشتر شده هر کار دوست دارم انجام می‌دم، قبلاً از مامانم می‌پرسیدم بیرون می‌خوام برم چی بپوشم بهتره، اما الان هرکار دوست دارم می‌کنم ولی دلش را نمی‌شکنم".

۷-۵- پوشش:

کنشگران اجتماعی راه‌های کنار آمدن با استراتژی‌های مختلف و تغییر شکل دادن آن را در زندگی روزمره خود فرا می‌گیرند، مینا چنین بیان می‌کند:

"نمی‌ذارم حجاب کردن بم فشار بیاره، عادت کردم ست لباس بپوشم، وقتی مانتویی می‌خرم، شال و کفشم رو باش ست می‌کنم و خودم رو راضی نگه می‌دارم. دیگه روسری برام مهم نیست که سرمه".

۷-۶- جنگیدن:

جنگ و گریز در زندگی روزمره، امری است که بر خود مصاحبه‌شوندگان نیز پوشیده نیست و در لابه لای کلامشان به این امر اشاره می‌کنند و تاکتیک‌های خود را در جبهه جنگ پارتیزانی زندگی روزمره برمی‌شمرند برای مثال مینا عنوان می‌کند:

"برای هر کدام از این‌هایی که می‌خوایم به دست بیاریم باید بجنگیم، یک جنگ با داد و بیداد و سر و صداست؛ جنگ دیگر با آرامی و پله پله جلو رفتن و کار خودت را کردن و چشم گفته که کار من اینه. مثلاً برای شوهرم خیلی عجیب بود که پسرای مختلف تو فیس بوک با من حرف می‌زنند و صمیمی هستیم وقتی نشست و دید هیچ حرف خاصی نیست، برایش عادی شد. من برای این عادی شدن جنگیدم، اما از نوع جنگ دوم".

ایمان نیز چنین حسی دارد:

"تاب آوردن وضعیت مد نظر است و داشتن کورسوی امیدی با علاقیمی که داریم... با امید وارد دانشگاه شدم، بعد می‌بینی هیچ خبری نیست، بعد از تحصیل بازار کاری نیست، باید باقی ماند و جنگید، با نوشتن و خواندن ادامه می‌دیم. سعی می‌کنم به آینده و پیش رو امید داشته باشم، هم شخص خودم و هم به فضای اجتماعی امید را انتقال می‌دم".

۷-۷- دنیای شخصی من:

کنشگران اجتماعی در واکنش به نظم مسلط و دنیای نامطلوب بیرونی که گاه با نیازها و خواسته‌های آنها منطبق نیست، دست به آفرینش دنیای کوچک خود می‌زنند، تا در مواقعی که این دنیا را طرد و نفی کنند، به حیات خلوت خود پناه برند که پادشاه مطلق آنند و اغیار را به آن راهی نیست. این دنیا گاه دنیای ذهنی است که البته سبب دوام آوردن افراد در فضای اجتماعی نامطلوبشان می‌شود. در این فضای کوچک

خودساخته، آنها گونه‌ای از رهایی را تجربه می‌کنند. لایلا ۳۱ ساله که لیسانس دارد و جویای کار است، دیگران را به این طریق طرد می‌کند:

"تصمیم گرفتم کاری به قضاوت دیگران نداشته باشم، چون از زندگی غافلم می‌کنن، هی بنحوام براشون توضیح بدم".

برای تیمور ۳۰ ساله که کارمند است، مهم نیست از طرف جامعه‌ی بزرگتر بیرونی به رسمیت شناخته شود، چون در دنیای خودش قراردادهای متفاوتی جاری است:

"مسافرت و مواجهه با آدم‌ها و درگیری کلامی (خانوادگی) باعث شد به شناخت انسان‌ها برسم، حالا دنیای دیگری دارم که آزادی دارم و تابوها را شکوندم، به پوچی قراردادهای اجتماعی پی بردم و آنها را کنار گذاشتم... در روبرو شدن با تابو برای حفظ خلاقیت نویسندگی دیگه برام مهم نیست که به رسمیت شناسنم".

۷-۸- خرید

خرید عنصر مهم زندگی امروزی است که دیگر کارکرد رفع نیازهای زیستی را ندارد، بلکه خود بدل به یک نیاز و چه بسا تفریحی مفرح و لذت‌بخش گشته است که مولد احساس شغف و شادمانی است. عاطفه ۲۹ ساله که کارشناس ارشد و طراح داخلی است، می‌گوید:

"همیشه پول ندارم، وقتی می‌افتم تو خرج کردن، بدجور خرج می‌کنم، تهران رفتن برایم لذت بخش است، خرج می‌کنیم، خوش می‌گذره، رستوران، مراکز خوب بازی برای پسر، دیگه می‌دونه می‌گه تیرازه بریم اینجا بریم، اونجا بریم".

راضیه ۳۲ ساله هم با خرید سرحال می‌آید:

"ایام عید که شلوغ است اصرار به خرید ندارم من وقتی حس کنم با خرید سرحال میام یا نیاز داشته باشم که جنس مورد نظر خود رو تهیه‌کنم، خرید می‌کنم".

سیمیما ۲۷ ساله چنین می‌گوید:

"برای خرید یک قلم جنس می‌رم تو سوپر و همیشه بایه عالم بسته‌بندی‌های مختلف میام بیرون... تو فصل حراجی‌ها می‌رم تهران".

خرید برای لایلا هم کارکرد روانی دارد:

"من هر موقع احساس می‌کنم حالم باید خوب بشه خرید می‌کنم، خصوصاً لوازم زینتی و پوشش".

۷-۹- اهمیت گفتگوهای روزانه:

در بطن گفتگو نوعی پالایش وجود دارد، افراد در گفتگو با یکدیگر خود را به نمایش می‌گذارند و در مقایسه با دیگری به جرح و تعدیل شخصیت خود می‌پردازند. صرف نظر از جنبه‌ی روانی و تخلیه، گفتگو واجد جنبه‌هایی از مداری اجتماعی و شراکت در بحث علی‌رغم وجود تفاوت‌هاست. برای عاطفه گفتگو عنصر بسیار مهمی است:

"حرف زدن و معاشرت مهمه، در حرف زدن روایت‌های روزانه از منظر هر کس جالبه، ابعاد جدیدی از قضیه رو می‌شه، در طرز فکر اثر می‌گذاره، کسی که در روایتش به جزییات می‌پردازه روی من که کلی نگاه می‌کنم، مؤثر است که من چرا به این بعد نگاه نکردم، زن‌ها، برخوردهای مختلف و رفتار اطرافیان را تحلیل می‌کنن و مردها در باره ورزش و سیاست حرف می‌زنن، از صحبت‌ها نمی‌خواهیم به نتیجه‌ی خاصی برسیم ولی حاضریم یک عالمه زحمت بکشیم و تدارکات ببینیم، به خاطر اینکه این جمع باشد،... حتی این مسأله را آدم‌هایی که سطح فرهنگ پایین هم دارن، می‌پذیرن. سر یک نکته که اتحاد نظر نداریم یاد گرفتیم، چه جووری کات کنیم و ادامه ندیم و باعث دلخوری نشه به یک بلوغ اجتماعی رسیدیم".

تیمور نیز در جستجوی چنین فضایی است:

"شعرهای اروتیک یا شعر در باب آزادی می‌گم و از دریچه فیس‌بوک حرف‌هامو می‌ذارم یا در گفتگوهای خصوصی با دوستان. فضای مجازی و حقیقی یعنی محافلی که بتونیم حرف خودمون رو بزنین، رو خیلی اهمیت می‌دم".

۷-۱۰- الگوی خواب:

خواب نه تنها مفری است که کنشگر اجتماعی می‌تواند خود را در آن گم کند و برای ساعاتی پنهان شود، جایگاهی است که امکان دستکاری و دخل و تصرف در آن وجود دارد، تا فرد خسته از جامعه، مسیری کاملاً متفاوت از مسیر متعارف و معمول جامعه انتخاب کند. الگوی خواب مهران چنین تفاوتی را نشان می‌دهد:

"سر کار نباشم، خیلی می‌خوابم، بد خوابی دارم، گاهی ۱۱ ظهر می‌خوابم تا ۶ بعد از ظهر".

ایمان نیز به گونه‌ای مشابه می‌گوید:

"وقتی همه خوابن من بیدارم وقتی همه بیدارن من خوابم".

۷-۱۱- تنهایی

تنهایی، خلوت حریم خصوصی، رها شدن از قید دیگران، مورد توجه بسیاری از مصاحبه‌شوندگان این تحقیق بود. چنانکه ایمان معتقد است:

"در خانه و اتاقم که کتاب‌ها ریخت و پاشند و کاغذ ریختس طوری که یک خودکار به سختی پیدا می‌شه و معمولاً شب تا صبح که خانواده‌ام صدام نمی‌کنن و گوشیم روی ویره است، فضایی است که می‌تونم خودم رو پیدا کنم. معنادهیم به زندگی، بخشیش اونجاست".

اما خود وی پس از اندکی فکر کردن جواب خود را این گونه می‌دهد:

"بیشتر این تنهایی سلبی و منفعله، در تنهایی‌ام رخداد مهمی رخ نداد، مثلاً نویسنده بزرگی بشم یا آهنگساز برجسته‌ای. اگر آرامشی اونجاست به این دلیل که دیگری مزاحم نمی‌شه".

۷-۱۲- موسیقی

موسیقی عرصه مهمی است که کنشگران اعتراض خود را با آن بیان می‌کنند و گاه با انتخاب مصرف موسیقی، خط فکری خود را به رخ می‌کشند و به نظم مسلط نه می‌گویند. در این معنا موسیقی به دلیل اهمیت معانی اجتماعی آن مورد توجه قرار می‌گیرد و بار مفهومی و کلامی آن بر بار ریتمیک آن می‌چربد. نظر ایمان این است:

"موسیقی ایرانی بخشی از سنتی رو علاقه‌مندم مثل بنان و شجریان پسر، نامجو رو خیلی حال می‌کنم. هرچند الان خیلی‌ها ازش برگشتن، اما من همچنان حال می‌کنم. اینکه نامجو کلام سیاسی اجتماعی رو چگونه ادا می‌کنه برام مهمه. شعر براهنی نه نوع خواندنش هم برابیم مهمه. قواعد مرسوم زبان فارسی رو به چالش می‌کشه. حالا نامجو هم شعر براهنی رو به چالش می‌کشه، اما موسیقی غربی بیشتر ریتمش برام مهمه، فرهاد هم جز خواننده‌های مورد علاقه منه".

لیلا، نیز چنین نظر می‌دهد:

"سنتی در اولویت است، عهدیه، بنان، ترانه‌های خیلی قدیم عرب، ترکی، موسیقی بی‌کلام تخلیه‌ام می‌کنه. از جدید نامجو رو دوست دارم، تغییراتی که در شعرها انجام می‌ده رو دوست دارم، شاهین نجفی را کمتر دوست دارم، ترانه‌های جدیدش را گوش می‌دم ولی نامجو رو همیشه گوش می‌دم، بیشتر به معنای شعر توجه می‌کنم".

۷-۱۳- والایش

برای درمان درد اجتماعی، نارضایتی و پرکردن سوراخ‌ها و کمبودها، راه‌هایی برای ظهور شخصیت می‌توان جست که همچون بدیلی برای فقدان‌ها عمل می‌کند، گونه‌ای جبران برای افراد که همچون یک راه فرار هم باعث بروز آنان و هم درمانشان می‌شود.

تیمور، چنین راه حلی اتخاذ کرده است:

" ادبیات کار می‌کنم و در شعر بروز می‌دم، والایش رو به کار می‌برم، فشار روحانی و اجتماعی رو در ادبیات والایش کردم...جنبه درمانی داره برای من و زندگی است. حرف خودم و دنیای خودم رو خلق می‌کنم."

۷-۱۴- تاکتیک کنار آمدن

کنار آمدن با مشکلات، راه حلی دیگر است، لیلا نیز با اشاره به " کنار آمدن " که شیوه‌ای "دوسرتویی" است، از روش خود می‌گوید:

" من شخصاً برای کنار آمدن با این اتفاقات سعی می‌کنم رشد کنم آدم باید کنار بیاد، هر کس به یک طریق حالش رو خوب می‌کنه. ظاهره رو فرم باشه، برام مهمه. دایره دوستانم که آدمای موفق هستن، مهمه. سعی می‌کنم در این باتلاق خودمو بکشم بالا، یک روز آنقدر پیاده رفتم برا کار پیدا کردن که پا درد گرفتم ولی سعی می‌کنم بلند شم."

امیر ۳۲ ساله هم می‌گوید:

"بهترین راه حل، بعضی وقت‌ها سازگاریه. بیماری لاعلاجی داشته باشم که هیچ کاریش نمیشه کرد، باید باش کنار اومد. معنای خاص در زندگیته باشی، کمک می‌کند. مثلاً به‌عنوان هدف زندگی‌ات تلاش کنی به دیگران خدمت کنی، نه اینکه دنبال سود مادی و روانی برای خودت نباشی."

۷-۱۵- پناه‌گیری در مطالعه:

پناه گرفتن در دنیای کتاب‌ها و مطالعه متون و دور شدن از هیاهوی زندگی واقعی راه دیگری است که برخی به آن روی می‌آورند، پروین در این زمینه می‌گوید:

"در شرایط سخت مطالعه می‌کنم، درد شدید داشتم همین که کتاب را بستم، درد شروع شد، تا می‌خواندم متوجه درد نبودم."

۸- نتیجه گیری

احساس قدرت کردن لزوماً به دنبال داشتن لشکری قوی و توان تحمیل اراده‌ی خود بر دیگران نیست، چه بسا با کنار آمدن با دیگری قدرتمند و جستن روزنه‌ای کوچک برای تنفس، احساس قدرت کنیم. توانایی پذیرش شرایط سخت و یافتن معنا در هول و ولا، البته توان کمی نیست و این همان قدرتی است که کنشگران اجتماعی در بطن زندگی روزمره و با نوع سبک زندگی و برنامه‌ریزی‌های خود، آن را می‌نمایانند.

چنین برنامه‌ریزی‌هایی نوعی مقاومت نامحسوس را در خود ملحوظ دارد، کنشگران اجتماعی با نظم مسلط وارد نبرد و رویارویی نمی‌شوند، بلکه با کنار آمدن با آن، در درونش، رخنه‌هایی ایجاد می‌کنند. یکی از راه‌های ایجاد رخنه، تولید تنوع در زندگی است. در بیانی دیگر کنشگران اجتماعی، در میانه این سبک زندگی جدید و تنوع یافته، معنا را می‌یابند و در روزگار سختی رو به جلو حرکت می‌کنند. به کارگیری راه‌های باقی ماندن در برابر طوفان حوادث، تلاش برای حفظ زیبایی ظاهری، مطالعه، کمک گرفتن از ادبیات و موسیقی‌های اعتراضی، پناه گرفتن در تنهایی، پالایش خویش در گفت‌وگوهای روزانه، تنوع در الگوی خواب، خرید، ورزش، گذران وقت در فست فودی‌ها و توجه بیش از پیش به تفریح، مؤلفه‌هایی است که بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر، در سبک‌های جدید زندگی به چشم می‌خورد.

این مؤلفه‌ها، در عین حال تاکتیک‌هایی هستند که در زمینه‌ی موجود، به یاری کنشگران می‌آیند تا فضا را برای آنها قابل هضم کنند. با مسدود شدن انتخاب‌های اجتماعی، شرایطی ایجاد می‌شود که کنشگران اجتماعی که خود را در بند نظم مسلط می‌بینند، ناگزیر دست به اقداماتی می‌زنند تا اوضاع پیش آمده را تاب آورند و با تاکتیک‌هایی که اتخاذ می‌کنند، بازی را به نفع خود عوض کنند و در درازمدت، وضعیت را دگرگون کنند. ایجاد تنوع در سبک زندگی، راهی است که به کنشگران اجازه می‌دهد تا تهدید را به فرصت تبدیل کنند و جهان درونی خود را بنا کنند.

کنشگران اجتماعی می‌آموزند سخت و محکم در برابر مشکلات موجود، قد علم نکنند تا بشکنند، بلکه مشکل را دور می‌زنند و بازی را عوض می‌کنند. راه انتخابی آنان، ایجاد تنوع در زندگی، به خود پرداختن و دنیای خود را ساختن است، راهی که در درازمدت، بر کل نظام اجتماعی هم اثر می‌گذارد.

فهرست منابع

۱. ابادری، یوسف و صادقی فسایی، سهیلا و حمیدی، نفیسه، (۱۳۸۷)، احساس ناامنی در تجربه زنانه از زندگی روزمره، پژوهش زنان، ۶(۱): ۷۵-۱۰۳.
۲. ابادری، یوسف و کاظمی، عباس، (۱۳۸۳)، زندگی روزمره و مراکز خرید در شهر تهران، نامه انسان شناسی، ۳(۶): ۹۷-۱۱۶.
۳. ازکیا، مصطفی و حسینی رودبارکی، سکینه، (۱۳۸۹)، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، رفاه اجتماعی، ۱۰(۳۷): ۲۴۱-۲۶۴.
۴. استوری، جان، (۱۳۸۶)، مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، ترجمه‌ی حسین پاینده: نشر آگه، تهران.
۵. پور غلام، زهرا، (۱۳۸۶)، سبک‌های زندگی یا رفتارهای خرده فرهنگ در بین دختران نوجوان، زیر نظر رضا صالحی‌امیری: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، تهران.
۶. توحیدی اردهائی، فاطمه و حیدرزاده، الهه، (۱۳۹۰)، تحقیق کیفی با تأکید بر روش گروه کانونی، در مجموعه مقالات روش‌های تحقیق کیفی در پژوهش‌های اجتماعی / زیر نظر رضا صالحی‌امیری: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، تهران.
۷. سفیری، خدیجه، و مدیری، فاطمه، (۱۳۸۷)، تفاوت‌های جنسیتی در اوقات فراغت، فصلنامه تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری، ۱(۵۹): ۱۴۷-۱۷۰.
۸. شالچی، وحید، (۱۳۸۶)، سبک زندگی جوانان کافی شاپ، تحقیقات فرهنگی ایران، ۱(۱): ۹۳-۱۱۵.
۹. شهابی، محمد، (۱۳۸۶)، سبک‌های زندگی جهان‌وطنانه در میان جوانان ایرانی و دلالت‌های سیاسی آن، در پژوهش‌های اجتماعی / زیر نظر رضا صالحی‌امیری: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، تهران.
۱۰. عابدی، حیدرعلی، عباس حیدری و مهوش صلصالی، (۱۳۸۳)، تجارب دانش‌آموختگان پرستاری از آمادگی حرفه‌ای در جریان گذر به نقش بالینی خود، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۴(۱۲): ۶۰-۷۸.
۱۱. عابدی، حیدرعلی، (۱۳۸۵)، تحقیقات کیفی، فصلنامه حوزه و دانشگاه، ۱۲(۴۷): ۶۲-۸۰.
۱۲. عابدی، حیدرعلی، (۱۳۸۹)، کاربرد روش تحقیق پدیده‌شناسی در علوم بالینی، فصلنامه راهبرد، ۱۹(۵۴): ۲۰۷-۲۲۴.

۱۳. فیسک، جان، (۱۳۸۱)، فرهنگ و ایدئولوژی، ترجمه مژگان برومند، فصلنامه ارغنون، ۱(۲۰): ۱۱۷-۱۲۶.
۱۴. کاظمی، عباس، (۱۳۸۴)، پروبلماتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی و نسبت آن با جامعه ایران، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱(۴): ۱۲۳-۱۴۹.
۱۵. کاظمی، عباس (۱۳۸۸)، پرسه زنی و زندگی روزمره ایرانی: نشر آشیان، تهران.
۱۶. گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۸)، تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان: نشر نی، تهران.
۱۷. لاجوردی، هاله، (۱۳۸۴)، نظریه‌های زندگی روزمره، نامه علوم اجتماعی، ۱۱(۲۶): ۱۲۳-۱۴۰.
۱۸. لاجوردی، هاله، (۱۳۸۸)، زندگی روزمره در ایران مدرن با تأمل بر سینمای ایران: نشر ثالث، تهران.
۱۹. محمدپور، علی؛ زهره پارسا یکتا؛ علیرضا نیکبخت نصرآبادی و مینو محرز، (۱۳۸۹)، تجربه‌ی مبتلایان به HIV/AIDS از تعامل با دیگران: یک مطالعه پدیدار شناسی، *افتق دانش*: فصلنامه دانشگاه علوم پزشکی درمانی گناباد، ۱۶(۱): ۲۴-۳۶.
۲۰. نوری، صبا، (۱۳۸۸)، معرفی کتاب فرهنگ و زندگی روزمره، کتاب ماه علوم اجتماعی، ۲(۱۶): ۷۲-۷۸.
21. Binkley, S.(2007). Governmentality and Life style Studies, *Sociology Compass*. 1(1): 111-126.
22. Iphofen, R.(2005).*Ethical Issues in Qualitive Health Research* edited by Holloway, E. in *Qualitive Research in Health Care*. Berkshire:Open University Press- McGraw-Hill International.
23. Deleuze ,Gilles. (2004). *Desert Islands and Other Texts*. Retrieved at 24/5/2013 From (<http://orkney-solstice.wikispaces.com/file/view/Desert+Islands.pdf>).
24. Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S.(1994). *Handbook of Qualitative Research*. California:Sage.
25. De Certeau, M .(1980). On the Oppositional Practice of Everyday Life. translated by Jameson F. And Lovitt C. *Social Text*. 1(3):3-43.
26. De Certeau, M.(1988). *Practice of Everyday Life*, Translated by Rendall,S. Los Angeles:Berkeley and London: University of Colifornia Press.
27. Diekelmann. N; Allen, D. And Tanner. C.(1989). *The national league for nursing criteria for appraisal of baccalaureate programs: A critical hermeneutic*. New York: NLN Press.

28. Fiske, J .(1989a). *Understanding Popular Culture*. London and New York: Routledge.
29. Fiske, J. (1989b). *Shopping for Pleasure: Malls, Power and Resistance in The Consumer Society Reader*. edited by Schor. J. And Holt.D. New York :New Press.
30. Kuruvilla, S. J. ; Nishank, J. And Nidhi, S. (2009). “Do men and women really shop differently? An exploration of gender differences” in mall shopping in India. *International Journal of Consumer Studies*. 33(6): 715-723.
31. Laughey,D.(2007). *Key Themes in Media Theory*. Berkshire: Open University Press.
32. Lefebvre, H.(1971). *Everyday Life in the Modern World*, translated by Rabinovitch, S. And Lane. A. London: The Penguin Press.
33. Lefebvre, H. (1991). *Production of Space*. translated by Nicholson Smith,D. Oxford: Blackwell.
34. Loiselle, C. G; Profetto, Mc.G ; Polit, D. F. And Beck, C. T.(2010). *Canadian Essentials of Nursing Research*. Philidelphia: Lippincott Williams &Wilkins.
35. Moran, J. (2005). *Reading the Everyday*. London and New York: Routledge.
36. Paek, H. J. And Pan, Zh. (2004). Spreading Global Consumerism:Effects of Mass Media and Advertising on Consumerist Values in China, *Mass Communication and Society* .7(4):491-515.
37. Palumets, L. (2002). *Space of lifestyles in Estonia in 1991*. Potsdam: pro ethnologia.
38. Parsons, K .(2010). Exploring how Heideggerian philosophy underpins phenomenolgical research. Canada. *Nurse researcher*. 17(4):60-9.
39. Saunders, M, L. And Thornhill, A. (2007). *Research Methods for Business Students*(4th edition). New Jersey: Prentice Hall.