

مجموعه مقالات

۴

سبک زندگی

گروه مترجمان:

امیر قربانی

حسام گودرزی

محمد حقانی فضل

www.ketab.ir



اثری از پیتر بروگل (۱۵۲۵-۱۵۶۹) نقاش

هلندی. بروگل در آثارش تصویرگر زندگی

شهری و روستایی است.

- سرشناسه: قربانی، امیر، ۱۳۵۸-
عنوان و نام پدیدآور: مجموعه مقالات سبک زندگی؛ جلد چهارم، سرویراستار: امیر قربانی.
تهیه کننده: پژوهشکده سبک زندگی اسلامی
مشخصات نشر: انتشارات تیماس (وابسته به مؤسسه فرهنگی هنری دین و معنوی آل یاسین)، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری: ۲۷۲ ص.: نمایه.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۹۰-۶۳-۲
شابک دوره: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۹۰-۵۹-۵ ◆
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: کتابنامه.
موضوع: شیوه زندگی - جنبه های روان شناسی
رده بندی کنگره: HQ ۲۰۴۲/م۲۷۱۳۹۶
رده بندی دیویی: ۳۰۶/۴
شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۷۱۱۸۰

مجموعه مقالات سبک زندگی؛ جلد چهارم

سرور استار: امیر قریانی

تهیه: پژوهشکده سبک زندگی اسلامی

ناشر: تیماس (وابسته به مؤسسه فرهنگی هنری دین و معنویت آل یاسین)

طراح جلد و صفحه آرا: اکبر موسوی

نوبت چاپ: اول، پاییز ۱۴۰۰

چاپخانه: بوستان کتاب

شمارگان: ۳۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۹۰-۶۳-۲

شابک دوره: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۹۰-۵۹-۵

قیمت: ۹۰۰۰۰ تومان

مراکز پخش

دفتر مرکزی: قم، خیابان صفاشهر، کوچه چهارم، پلاک ۵۰

مؤسسه فرهنگی هنری دین و معنویت آل یاسین

تلفن: ۰۲۵۳۲۶۰۳۰۹۱ - ۰۹۱۰۰۳۰۸۷۳۰

بوستان کتاب قم: چهارراه شهدا، تلفن ۰۲۵۳۷۷۴۳۴۲۶

بوستان کتاب اصفهان: خیابان مسجد سید، تلفن ۰۳۱۳۲۲۲۰۳۷۰

بوستان کتاب مشهد: خیابان خسروی نو، تلفن ۰۵۱۳۲۲۳۳۶۷۲

بوستان کتاب تهران: خیابان انقلاب، تلفن ۰۲۱۶۶۹۶۹۸۷۸

کلیه حقوق چاپ و نشر در قالب های کاغذی، الکترونیکی و صوتی
انحصاراً برای انتشارات تیماس محفوظ است.

www.timaas.ir

فهرست

دییاجه ۱۱

سبک‌های زندگی و کنش / لونیجی برزانو و کارلو جنوا مترجم: امیر قربانی

۱. مصرف	۱۸
۲. زندگی روزمره	۳۱
۳. کنش‌ها	۴۶
نکات مهم	۵۳
منابع	۵۴
پی‌نوشت	۵۹

فرهنگ مصرف‌کننده و کیفیت کالا / آلن تاملینسون

مترجم: حسام گودرزی

فرهنگ مصرف‌کننده و کیفیت کالا	۶۱
پی‌نوشت‌ها	۱۰۲

از سبک یگانه به سبک‌های چندگانه / لونیجی برزانو

مترجم: امیر قربانی

۱. تعریف سبک‌های زندگی	۱۰۹
۲. زیبایی‌شناختی کردن جاسعد	۱۱۴

۱۲۳	منابع
۱۲۵	پی نوشت

رشد اوقات فراغت / کن رابوتز مترجم: محمد حقانی فضل

۱۲۷	مقدمه
۱۲۸	۱. گسترش فراغت مدرن
۱۳۰	۱-۱. کاهش ساعات کار
۱۳۹	۲-۱. درآمدهای بالاتر
۱۴۲	۳-۱. زندگی خانگی
۱۴۵	۲. شکل‌گیری فراغت مدرن
۱۴۵	۱-۲. قرن نوزدهم
۱۴۸	۲-۲. از ۱۹۰۰ تا ۱۹۴۵
۱۵۲	۳-۲. بعد از ۱۹۴۵
۱۵۷	۴-۲. فناوری اطلاعات
۱۶۰	۳. روندهای دیرپا
۱۶۰	۱-۳. تجاری‌سازی
۱۶۰	۲-۳. کم‌رنگ شدن تقسیم‌بندی‌ها
۱۶۳	۳-۳. فردی شدن
۱۶۳	۴-۳. آرامش و صلح‌جویی
۱۶۴	۴. ملاحظات و قید و شرط‌ها
۱۶۵	۱-۴. فراغت بیشتر برای همه یا فقط برای بعضی؟
۱۶۷	۲-۴. آیا کار کم‌تر به معنای فراغت بیشتر است؟
۱۶۹	۳-۴. معیار تاریخی
۱۷۰	۴-۴. روند در حال آهسته شدن کاهش زمان کار
۱۷۷	۵-۴. کیفیت فراغت جدید
۱۷۹	۵. روندهای کنونی و چشم‌اندازهای آینده
۱۷۹	۱-۵. توزیع فراغت

۱۸۰	۵-۲. خوش بین ها و بدبین ها
۱۸۲	۵-۳. پیشگامان وقت ؟
۱۸۴	خلاصه
۱۸۶	برای مطالعه بیشتر

فضای عمومی، انواع سبک زندگی و هویت / جمعی متس لیبرگ مترجم: حسام گودرزی

۱۸۹	۱. جوانی و مدرنیسم
۱۹۱	۲. جوانی، هویت و سبک های زندگی محلی
۱۹۵	۳. هویت جمعی و اجتماع محلی
۱۹۷	۴. طرح و هدف مطالعات موردی تجربی
۱۹۸	۵. مطالعه موردی مالدن
۲۰۳	۶. استفاده از مکان های محلی زندگی
۲۰۵	۷. مطالعه موردی لامپوهونگ
۲۱۴	تجیدگیری
۲۱۸	منابع
۲۲۲	پی نوشت

ارزیابی روان شناسی سبک زندگی / کاترین ثیرلوی مترجم: امیر قربانی

۲۲۴	۱. الگوهای سبک زندگی
۲۳۰	۲. اصول روان شناختی رفتارهای سبک زندگی
۲۳۰	۲-۱. درک امکان خطر (ریسک)
۲۳۵	۲-۲. خودکارآمدی
۲۳۷	۲-۳. تحقق اهداف
۲۳۷	۲-۴. هنجارهای اجتماعی
۲۳۹	۲-۵. الگوی فرانظری و مصاحبه انگیزشی
۲۴۰	۲-۶. مصاحبه انگیزشی

دیباچه

اصطلاح سبک زندگی از جمله اصطلاحاتی است که به طور چشمگیر در حوزه علوم اجتماعی، روان‌شناسی و زیرشاخه‌های آن‌ها به کار می‌رود. این مفهوم که در واقع برای تشریح وضعیت زندگی انسان در همه ابعاد آن توضیح یافته است، در حوزه‌های مختلف علوم انسانی به وفور مورد استفاده قرار می‌گیرد و دامنه کاربرد آن چنان گسترده شده است که امروزه برخی از اندیشمندان ایده جایگزینی این مفهوم به جای برخی از مفاهیم مرسوم و سنتی را مطرح می‌سازند. مفهوم سبک زندگی یا مجموعه قابل توجهی از مفاهیمی همچون فرهنگ، منزلت، رفتار، سلیقه و مدل پیوندی ناگسستنی دارد و گستره آن تمامی ابعاد فردی و اجتماعی آدمی را در بر می‌گیرد. به باور برخی، سبک زندگی در دامان علوم انسانی غربی سربرآورده و باینده گشته است. فارغ از داوری در این باب، آنچه مهم است دنبال کردن نحوه پدیدآیی این مفهوم، پیشینه آن، رهیافت‌های مختلف به سبک زندگی و مفاهیم و حوزه‌های همبسته با آن در علوم ناظر به این مبحث است. این مهم بدون مطالعه آثار صاحب نظران و اندیشمندان این حوزه میسر نخواهد شد.

از آنجا که موضوع سبک زندگی به مثابه موضوعی آکادمیک در کشور ما عمر چندانی ندارد و زمینه دسترسی به مجموعه نسبتاً جامعی از آثار اصلی ناظر به این حوزه چندان هموار نیست، ضرورت معرفی تعدادی از آن‌ها احساس می‌شود. بر این اساس، پس از تتبع فراگیر و شناسایی منابع اصلی حوزه سبک زندگی، آثاری از آن بین انتخاب و پروژه ترجمه آن‌ها در دستور کار گروه سبک

زندگی پژوهشگرده سبک زندگی قرار گرفت. ماحصل تلاش‌های صورت گرفته، پیش‌تر در قالب سه جلد منتشر شد و جلد چهارم از این مجموعه، حاوی ۶ اثر از چهره‌های شاخص در حوزه علوم اجتماعی و روان‌شناسی، با هدف معرفی محوری‌ترین مؤلفه‌های مربوط به سبک زندگی گردآوری شده است که در ادامه مروری بر آن‌ها خواهیم داشت.

۱. سبک‌های زندگی و کنش، لوییجی برزانو و کارلو جنوا.

از دهه ۶۰ میلادی به این سو، مطالعات سبک زندگی مسیر دیگری را در پیست گرفته و ساخت کنش را در محور تحلیل خود قرار داده است. در این چشم‌اندازها کنش‌ها یا همان رفتارها عنصری محوری برای سبک زندگی شمرده می‌شوند و سه شاخه اصلی به چشم می‌خورد: شاخه نخست توجهی خاص به مصرف دارد و در آن‌ها عناصری همچون محصولات، خدمات دریافتی و اتحاف، مصرف‌انحاف می‌شود. شاخه دوم این مطالعات به نحوی فراگیرتر تمام قلمرو زندگی روزمره را دربرمی‌گیرد و از طریق ساماندهی فعالیت‌ها و زمان ایجاد آن‌ها تعریف می‌شود. و سرانجام، شاخه سوم مصرف خود را به‌طور کلی صرف کنش‌های افراد می‌کند و ارزش‌ها، نگرش‌ها و اموری از این قبیل را صرفاً عناصری فرعی در نظر می‌گیرد.

۲. فرهنگ مصرف‌کننده و کیفیت کالا. آرن لاملینسون: استاد مطالعات حوزه فراغت در دانشگاه برایتون انگلیس.

مباحث این نوشتار حول معنای زندگی افراد به‌عنوان مصرف‌کننده است و به اوقات فراغت، سبک زندگی و بازارها در فرهنگ مصرفی امروز می‌پردازد. نویسنده معتقد است اگر زمانی تماشای تلویزیون بخش محدودی از ساعات افراد را به خود اختصاص می‌داد، امروزه افراد بیشتر زمان خود را در خانه و به تماشای تلویزیون صرف می‌کنند. در دنیای صنعتی پیشرفته که همان دنیای سرمایه‌داری است، اگر سرمایه‌داری را به عنوان یک هدف مهم اجتماعی دنبال کنند، تولید منجر به شکل‌هایی از مصرف‌گرایی در برابر وضعیت غفلت از نیازهای عمومی خواهد شد. نیز او خاطرنشان کرد که خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کننده مرفه، دیگر حتی برای خود مصرف‌کننده نیز، واضح و مبرهن نیست.