

دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، صفحات ۳۱-۱

تاریخ دریافت: ۹۱/۰۷/۰۲

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۱/۱۲/۲۰

بررسی سبک زندگی و عوامل مرتبط با آن در بین دانشجویان مرکز جامع علمی- کاربردی زندان تبریز

عزت‌اله احمدی^۱
یونس اسمعیلی طویل^۲
زهره رسولی^۳

چکیده

سبک زندگی یکی از مفاهیم مهم در علوم اجتماعی و عاملی برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها و هویت اجتماعی افراد است. هدف این مطالعه بررسی سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه جامع علمی- کاربردی زندان تبریز و عوامل مرتبط با آن است. روش تحقیق مورد استفاده این پژوهش، پیمایشی از شیوه تحقیق همبستگی است. جامعه آماری این طرح، دانشجویان دانشگاه جامع علمی- کاربردی زندان تبریز است که تعداد کل این دانشجویان ۳۷۳ نفر که از این تعداد ۱۹۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه نهایی انتخاب شده‌اند. نتیجه نشان‌دهنده وجود رابطه معنی‌دار بین متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی، دینداری و محرومیت نسبی به عنوان متغیرهای مستقل و سبک زندگی به عنوان متغیر وابسته تحقیق است. همچنین نتیجه حاصل از تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که ۰/۶۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای مستقل پژوهش تبیین می‌شود.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی، دینداری، محرومیت نسبی.

۱- استادیار روانشناسی دانشگاه شهید مدنی.
Email: amiraliahmadi91@yahoo.com

۲- کارشناس آسیب‌شناسی اجتماعی.

۳- کارشناس ارشد علوم اجتماعی.

مقدمه

سبک زندگی نشان‌دهنده ارزش‌ها، هنجارها، خواسته‌ها، تمایلات و... فرد است. در حال حاضر افراد هویت اجتماعی خود را از طریق سبک‌های زندگی خود نشان می‌دهند. پس سبک زندگی به نوعی هویت بخش است. سبک زندگی، روش الگومند مصرف، درک و ارزش‌گذاری محصولات فرهنگی مادی است که بازی با معیارهای منزلت را در وضعیت‌های اجتماعی بی‌نام و نشان، ممکن می‌سازد. اکنون یکی از مناقشه‌های عمده جامعه‌شناسی معاصر، این است که مفهوم طبقه اجتماعی قدرت تبیین‌کنندگی خود را از دست داده است (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۳۵).

به عبارت دیگر، گروه‌بندی‌های مبتنی بر فعالیت‌های تولیدی و شغل و موقعیت اقتصادی، نمی‌توانند تشابه و تفاوت را در خصوصیات اجتماعی، رفتاری و اعتقادی توضیح دهند. سخن گفتن از خصوصیات اجتماعی، ارزش‌ها و نگرش‌های متمایز گروه‌های اجتماعی، به معنای سخن گفتن از هویت اجتماعی آنهاست. اما اینکه در جوامع مدرن مبنای هویت اجتماعی را چه چیزی تشکیل می‌دهد، دو رویکرد وجود دارد: در رویکرد اول و قدیمی‌تر، ساختار اجتماعی تولید، مبنای شکل‌گیری هویت بود. این رویکرد در مفهوم طبقه اجتماعی فرمول‌بندی می‌شود. در رویکرد دوم، رفتارهای مصرفی و نگرش‌های هنجاری به مصرف، شالوده هویت‌های اجتماعی محسوب می‌شود. مفهوم کلیدی در این رویکرد «سبک زندگی» است. با توجه به این زاویه دید، جامعه‌شناسی امروز، برای تعریف مبنای هویت اجتماعی افراد، توجه خود را از حوزه تولید، به حوزه مصرف و از تحلیل‌های ساختاری و کارکردی، به تحلیل‌های فرهنگی معطوف کرده که به عاملیت و فرایندهای تأملی در ساختن هویت‌ها نقش بیشتری می‌دهند. بنابر این می‌توان گفت که مفهوم سبک زندگی، بدیل و رقیبی برای مفهوم طبقه اجتماعی شده است. پس سبک زندگی در دوره مدرن، ویژگی بیانگرانه دارند که فرد از طریق آن، خود را به جهان پیرامونش معرفی می‌کند. لذا با توجه به نقش و اهمیت مفهوم سبک زندگی، ضروری به نظر می‌رسد که در هزاره سوم بررسی شود و عوامل مؤثر بر آن شناخته گردد. اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سبک زندگی در علوم اجتماعی ظاهراً ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی‌های موجود، جوابگوی تنوع و

گوناگونی جهان اجتماعی نیستند. در یک کلام، دیگر نمی توان خطوط تحرک اجتماعی و مقصد نهایی طبقاتی افراد را از خاستگاه طبقاتی آنها پیش بینی کرد. در چنین وضعیتی، مفهوم سبک زندگی انعطاف پذیرتر است. سبک زندگی برخلاف طبقه، فقط حاکی از این است که برخی پیشینه ها، فعالیت ها، درآمدها و نگرش ها با یکدیگر سازگارند و تحلیل گر اجتماعی می تواند طرحی را از آنها ترسیم کند. برای شناخت جامعه و چگونگی پیروی افراد در اقشار مختلف از سبک های مختلف زندگی، باید به گروه بندی آنها دست زد. افراد جامعه بستگی به اینکه در جامعه از چه جایگاهی برخوردار باشند، می توانند از رفتارها و نگرش ها، شیوه های تربیتی، فرصت های زندگی، عادات و اوقات فراغت و... مختلفی برخوردار باشند. از طرف دیگر اوقات فراغت افراد متناسب با سبک زندگی او است. فرد می تواند با نوع خاصی از پوشش یا گوش دادن به نوع خاصی از موسیقی، سبک زندگی و هویت اجتماعی خود را نشان دهد. امروزه چون افراد از هویت طبقاتی خودشان فاصله گرفته اند، پس سبک زندگی افراد نمی تواند نشان دهنده طبقه آنها باشد. حتی به عنوان مثال لباس که قبلاً می توانست نشان دهنده طبقه افراد باشد، اکنون نشان دهنده سبک پوشش فرد، فارغ از طبقه اوست، نه اینکه طبقه فرد تعیین کننده سبک زندگی او باشد. البته ارائه سبک های زندگی متعلق به طبقات مختلف از طریق وسایل ارتباطی مختلف، می تواند در جامعه نابرابری هایی ایجاد کند. امروزه در مطالعات فرهنگی مطرح می شود که بر اساس سبک زندگی افراد نمی توان خاستگاه اقتصادی و اجتماعی او را تشخیص داد، چون قشر بندی به شیوه مصرف و گذران اوقات فراغت او وابسته نیست؛ بنابر این گاهی علایق و مصرف افراد فارغ از طبقه او است (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۸).

الگوهای رفتاری و مصرفی افراد می تواند متأثر از عوامل دیگری بجز خاستگاه طبقاتی یا طبقه اجتماعی فرد باشد. مسأله امروز، این است که سبک زندگی در عین اینکه، گاهی متأثر از طبقه است ولی در بسیاری از موارد می تواند فارغ از طبقه انتخاب شود و اگر متناسب با امکانات و روحیات فرد نباشد، می تواند جامعه را با آسیب های جدی مواجه سازد؛ چون همه افراد، نمی توانند تأمین کننده چنین خواسته هایی باشند. بنابراین انتخاب برخی شیوه ها و عادات برای زندگی، می تواند آسیب ها و مشکلاتی را در بین افراد دامن بزند. در جامعه برخی

از گروه‌ها هستند که الگوهای مصرف آنان را، اصولاً وضعیت اقتصادی‌شان تعیین می‌کند تا عوامل اجتماعی و فرهنگی. ولی با این همه امروزه شاهد پدیده‌ای به نام مصرف‌گرایی مدرن هستیم که مطابق آن، افراد حتی در صورتی که استطاعت خرید کالاهایی را که در فیلم‌ها، در مطبوعات و در تلویزیون به تصویر کشیده می‌شوند، نداشته باشند، ممکن است آن کالاها را بخواهند و اغلب نیز چنین اتفاقی می‌افتد. ظهور مصرف‌گرایی مدرن پدیده‌ای است که به وجود آمدن سبک‌های مختلف زندگی را بدون در نظر گرفتن طبقات دامن می‌زند. و مصرف به عنوان امری نگریسته می‌شود که بیشتر مبتنی بر خواست است و نه صرفاً مبتنی بر نیاز (باکاک^۱، ۱۳۸۱: ۴).

با توجه به اینکه هر فرد در جامعه امروزی مختار است که سبک زندگی خاصی را برای خود برگزیند و به صورت مداوم و به تبعیت از برخی عوامل تغییر دهد، سؤال مورد نظر این است که آیا در اوضاع و احوال فعلی ایران که جامعه‌ای در حال گذر است، چه عواملی می‌تواند بر سبک زندگی افراد مؤثر باشد؟ آیا متغیرهای ساختاری (انواع سرمایه، دینداری، محرومیت نسبی) می‌توانند سبک زندگی افراد را تبیین کنند؟ براین اساس هدف کلی تحقیق، تعیین سبک زندگی دانشجویان مرکز علمی کاربردی زندان تبریز و عوامل مرتبط بر آن است.

چارچوب نظری تحقیق

مصرف و سبک زندگی

سبک‌های زندگی را معمولاً مبتنی بر سازمان اجتماعی مصرف می‌دانند، و به جای سازمان اجتماعی تولید - که به طور کلاسیک شالوده ساختارهای طبقاتی است - بر نگرش‌های هنجاری مرتبط با مصرف تأکید می‌کنند. در متن این بحث، مفهوم مصرف به گسترده‌ترین آن به کار می‌رود و منظور از آن، تمامی انواع فعالیت‌های اجتماعی است که در تعیین ویژگی‌ها و هویت مردم، نقش دارند. مصرف در مقایسه با تولید و ساختارهای اجتماعی ناشی از تولید، دامنه بسیار فراخ‌تری دارد؛ زیرا مصرف، همه افراد غیر شاغل را نیز در بر می‌گیرد.

مثل جوانان، پیران و بیکاران و بخصوص زنان را که در اقتصادهای مدرن، نوعاً از آنها انتظار نمی‌رود تولید کننده اقتصادی باشند. این اندیشه که مصرف‌کننده اصلی زندگی اجتماعی و نیز ارزش‌های فرهنگی شده یا می‌شود اساس مفهوم کلی‌تر فرهنگ مصرف است (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۱۷).

با توجه به مطالب ذکر شده می‌توان گفت که مفاهیم ناظر به سبک زندگی، در متن و زمینه فرهنگ مصرف بسط یافته‌اند و شاید بتوان گفت به این زمینه وابسته بوده‌اند و همین ویژگی است که نوعی نظم در سبک‌های زندگی به وجود می‌آورد و آنها را به مفاهیم اجتماعی بدل می‌کند.

بورديو

بورديو مفاهيم سرمايه و طبقه را به معنای کاملاً متفاوت با نظریه مارکسیستی به کار می‌برد. برخلاف مارکس، بورديو اصالتی را که مارکس برای طبقات قائل بود، قبول نداشت و وظیفه‌ای برای طبقات موجود تعریف نکرد. به نظر او فضای اجتماعی امکانات ساخت طبقات را آن هم به صورت تئوریک فراهم می‌کند. به نظر بورديو الگوی فضای اجتماعی که طبقات در آن شکل می‌گیرند، نوعی قدرت پیش‌بینی به تحلیل‌گر اجتماعی می‌دهد. قدرت پیش‌بینی بر خوردها، دوستی‌ها، امیال و... بورديو همیشه از تبدیل شدنش به یک مارکسیسم و همچنین تبدیل شدن مفاهیم ابداعی‌اش به مفاهیم مارکسی و برداشت مارکسی هراس داشته است و دائماً در کتاب‌های خود در صدد تمایز بین خود و مفاهیمش با مارکس بوده است. «افراد هم‌جوار در فضای اجتماعی بدان معنی نیست که به معنای مارکسی، یک طبقه را تشکیل می‌دهند؛ یعنی یک گروه که برای رسیدن به یک هدف مشترک و بخصوص در تضاد با یک طبقه دیگر به جنبش درمی‌آید» (بورديو، به نقل از گوشبر، ۱۳۸۴: ۵۲).

پس از نظر بورديو طبقه، مجموعه‌ای از کنشگران که پایگاه‌های یکسانی را اشغال می‌کنند، در شرایط یکسانی قرار دارند، و محتمل است که تمایلات و علائق یکسانی نیز داشته باشند و به همین دلیل محتمل است که اعمال مشابهی انجام دهند و مواضع مشابهی

اتخاذ کنند. اصل وحدت‌بخش طبقه، منش مشترک آنهاست. منش‌های طبقاتی، اتصالات افقی و تمایزات عمودی در فضای اجتماعی ایجاد می‌کنند. هر طبقه اجتماعی بر اساس ترکیبی از سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی تعریف می‌شود. اعضای هر طبقه در هر میدان جایگاهی مخصوص به خود دارند که بر اساس ترکیب انواع سرمایه تعیین شده است. تحلیل سرمایه در نزد هر طبقه نیز به سه وجه مرتبط است: ۱- میزان سرمایه ۲- ساختار سرمایه ۳- بعد زمانی سرمایه. تعریف طبقه بر مبنای سه وجه مرتبط با سرمایه، امکان شناخت پیچیده‌تری را از ساختار گروه‌بندی‌های اجتماعی نسبت به دیگر تحلیل‌های مارکسیستی فراهم می‌آورد. آخرین وجه مهم از مفهوم طبقه در نزد بوردیو، گسست از مارکسیسم به معنای تعریف کردن طبقه بر مبنای چیزی فراتر از رابطه با تولید در فضای اقتصادی است. وی طبقه را همچنین بر مبنای رابطه‌اش با جایگاه‌ها و عادات مشترکی که در فضای مصرف فعلیت یافته‌اند و همچنین بر مبنای رابطه‌اش با جایگاه‌ها و عادات مشترکی که در فضای مصرف فعلیت یافته‌اند تعریف می‌کند. مصرف کردن وجهی از منازعه بر سر کسب سرمایه است و در شکل دادن به طبقه نقش دارد. به عقیده بوردیو طبقات واقعی محصول طبقه‌بندی و بویژه نتیجه مبارزه طبقه‌بندی‌ها به عنوان مبارزه نمادین سیاسی برای تحمیل بینش خود نسبت به جهان اجتماعی است و در نهایت نوعی ساختن جهان اجتماعی است. در درون طبقات، پیوسته تفاوت‌ها و تشخیص‌ها از تجانس‌ها بیشتر است. عملاً فضای اجتماعی واقعیت اولین و آخرین است؛ چرا که فرمان‌بازنمایی‌ای که عاملان اجتماعی می‌توانند از آن داشته باشند، در دست دارد. جامعه‌شناسی بوردیو بیشتر تفکری مبتنی بر تشخیص و اصول تشخیص و طبقه‌بندی است تا تفکری درباره طبقات واقعی (سازگار، ۱۳۸۲: ۱۲۴).

برخلاف مارکس، بوردیو سرمایه را برای اشاره به برخورداری از منزلت به کار می‌گیرد که نشانگر موقعیت‌های متفاوت در مجموعه‌ای از میدان‌های اجتماعی است. در نظریه بوردیو بحث سرمایه فراتر از مفهوم اقتصادی آن است و اشکال غیرمادی و غیراقتصادی سرمایه بویژه سرمایه‌های فرهنگی و نمادین را هم در بر می‌گیرد. و سرمایه اقتصادی فقط یکی از اشکال متعدد سرمایه است که به شکل‌گیری طبقات و گروه‌بندی طبقاتی منتهی

می‌شود. بورديو در مقاله «انواع سرمايه» هر يك از انواع سرمايه را تعريف مي‌كند. «سرمايه اجتماعي» شامل موقعيت‌ها، ارتباطات، شبكه‌هاي اجتماعي و گروه‌بندي‌ها مي‌شوند و شامل همه منابع واقعي و بالقوه‌اي است كه نمي‌تواند در اثر عضويت در شبكه اجتماعي كنشگران يا سازمان‌ها به دست آيد. «سرمايه فرهنگي» يا مهارت‌هاي بين شخصي و غيررسمي، شامل عادت‌ها، روش‌ها، شبكه‌هاي ساخت زبان، مدارك تحصيلي، سلايق، سبك‌هاي زندگي و غيره مي‌شود. سرمايه فرهنگي در برگيرنده تمايلات پايدار فرد است كه در خلال اجتماعي شدن در وي انباشته مي‌شود. بورديو تحصيلات را نمودي از سرمايه فرهنگي مي‌دانست، ليكن گرايش به اشياي فرهنگي و جمع شدن محصولات فرهنگي در نزد فرد نيز سرمايه فرهنگي او را تشكيل مي‌دهند (فاضلي، ۱۳۸۲: ۳۷).

سرمايه فرهنگي پس از جنگ جهاني دوم در جوامع مرفه غربي به صورت عامل اصلي تعيين‌كننده شانس‌هاي زندگي درآمده، و توزيع نابرابر اين سرمايه تحت لواي استعداد و شايسته سالاري دانشگاهي سبب بازتوليد ساختار طبقاتي اين جوامع مي‌گردد (گوشبر، ۱۳۸۴: ۵۵). مفهوم سرمايه فرهنگي توسط بورديو گسترش يافته كه به وسيله آن، تاثير فرهنگ بر سيستم طبقاتي و روابط بين عملكرد و ساختار اجتماعي، مشخص شود.

در ميان انواع سرمايه، سرمايه فرهنگي نقش بسيار مهمي در اندیشه بورديو ايفا مي‌كند. در واقع جامعه‌شناسي مصرف و تحليل وي درباره سبك زندگي بر همين نوع سرمايه متكي است. سرمايه فرهنگي شامل «...سليقه‌هاي خوب، شيوه و راه و رسم پسنديده، پيچيدگي شناختي، شناختن و توانايي پذيرش محصولات فرهنگي مشروع از قبيل هنر، موسيقي كلاسيك، تئاتر و ادبيات ... است» (فاضلي، ۱۳۸۲: ۳۸).

سه منبع سرمايه فرهنگي عبارتند از: پرورش خانوادگي، آموزش رسمي و فرهنگ شغلي. انباشت سرمايه فرهنگي در افراد از طريق اين سه منبع، سبب بروز تفاوت‌هايي در دارندگان سرمايه فرهنگي و كساني كه فاقد آن هستند مي‌شود. دانيل ميلر^۱ معتقد است كه ارتباط

بین دو نوع سرمایه فرهنگی و اقتصادی ارتباط ساده‌ای نیست. آموزش، از طرفی اسبابی فراهم می‌کند که به وسیله آن سرمایه می‌تواند سامان اجتماعی خود را بازتولید کند. فرزندان ثروتمندان ممکن است در فرهنگ‌های عرضه‌کننده غذای بهداشتی یا سایر کارهای خاص و مورد علاقه کار کنند که به کار تجارب آموزشی‌شان می‌خورد و می‌تواند نوعی قابل قبول‌تر از بازتولید طبقه باشد تا توارث ساده. به هر حال همچنان بین این دو سامان، تضادی وجود دارد؛ زیرا دارندگان سرمایه فرهنگی، سرمایه پولی را به عنوان ثروت صرف و تظاهرات خاص آن را به عنوان هرزه‌گی، سخت به سخره می‌گیرند. در حالی که دارندگان سرمایه پولی ادعاها و شکل‌های سرمایه والای فرهنگی را طفیلی و بی‌فایده می‌دانند. پس، جامعه را نباید بر حسب یک سلسله مراتب ساده فهمید. بلکه باید به عنوان مبارزه‌ای مستمر بر روی سلسله مراتبها فهمید، چه اینکه مثلاً در این مورد ثروت بر دانش غلبه بکند یا نکند. به نظر بوردیو، مبارزه طبقاتی در قالب روزمره خود، اغلب به شکل ناشناخته و به صورت مبارزه برای مشروعیت رفتارهای فرهنگی یا مبارزه برای طبقه‌بندی اجتماعی صورت می‌گیرد. به همین دلیل، از نظر او دارایی‌های فرهنگی در جایگاه و سلسله مراتب خود شناخته می‌شوند. مثلاً نوع فیلم‌ها، تئاترها و تفریحات طبقات مختلف عامل طبقه‌بندی اجتماعی آنهاست (گوشبر، ۱۳۸۴: ۵۶).

به این ترتیب است که کنشگران اجتماعی به وسیله نوع مصرف کالاهای فرهنگی، خود را طبقه‌بندی می‌کنند و با اظهار علاقه به فراورده‌های فرهنگی معین و ابراز سلیقه و ذوق در مورد آن قابل طبقه‌بندی هستند. بنابراین عرصه فرهنگی به صورت یک نظام طبقه‌بندی از سلسله‌مراتب، که از «کمتر مشروع» به «بیشتر مشروع» یا از فرهنگ متشخص تا فرهنگ عادی (مبتذل) یا غیرمتشخص استمرار می‌یابد، به افراد یک طبقه امکان و فرصت می‌دهد که تمایزات راهبردی را نسبت به طبقه دیگر اعمال کنند. بوردیو می‌گوید: «ذوق و سلیقه‌های متفاوت در عین حال نشان‌دهنده بدذوقی‌هاست؛ یعنی در عین آنکه عامل وحدت یکپارچگی یک طبقه است، موجب طرد طبقه دیگر نیز می‌شود». به طور خلاصه، مصارف فرهنگی بر حسب طبقات و اقشار اجتماعی متغیر است و به فضای اجتماعی که فرد در آن زندگی می‌کند، یعنی به حجم سرمایه نمادینی که در دسترس و اختیار هر طبقه است و به

معیارهای فرهنگی که هر طبقه خود را با آن مشخص و متمایز می‌کند. در همین راستا طبقه مسلط درصدد است که جایگاه خود را از طریق راهکار تمایز و تشخیص حفظ کند و در پی آن «خوش ذوقی» خود را به سایر اعضای جامعه و گروه‌ها تحمیل نماید. منطق تشخیص حکم می‌کند که فاصله میان رفتارها و مصارف فرهنگی متمایز از یکدیگر باقی بماند؛ لذا به محض آنکه یک کالای فرهنگی همگانی و مردمی می‌شود رفتار فرهنگی جدیدی که به طبقه مسلط تعلق دارد جانشین آن می‌شود (توسلی، ۱۳۸۳: ۱۵).

بورديو سلیقه را یک شاخص طبقاتی می‌داند. در واقع سلیقه عاملی است که فرد از طریق آن دیگران را طبقه‌بندی می‌کند و به دیگران هم این مجوز را می‌دهد که او را طبقه‌بندی کنند. عموماً برداشت متداولی که از سلیقه وجود دارد بر این مبناست که سلیقه امری دو قطبی بوده و در تقسیم‌بندی عامیانه از سلیقه، آن را به سلیقه زیبا و زشت و در برداشتی که بیشتر متکی بر تجزیه و تحلیل‌های علمی و پژوهشی است، به سلیقه بالا، عام‌پسند و... تقسیم می‌کنند. بنابه تعریف بورديو «سلیقه عبارت است از ظرفیت (توانایی) آن که گروهی از اشیاء یا اعمال را به صورت مادی و نمادین و به معنای مجموعه‌ای از ترجیحات متمایزکننده بتوان به کار گرفت (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳).

کانت می‌گوید: «سلیقه یک موقعیت به دست آمده برای تمایز و تشخیص است؛ به عبارت دیگر یک موقعیت برای نشان دادن تفاوت به وسیله یک فرایند تمایز است» (Bourdieu, 1979: 1).

قریحه (سلیقه) نشاندهنده پیوند میان بعضی محصولات و مصرف‌کنندگان آنها در یک فضای اجتماعی منطقه‌بندی شده است. قریحه مبنای داوری در باره ارزش تجربه‌های مختلف است. از دیگر کارکردهای سلیقه این است که به افراد درکی را از جایگاهشان در نظام اجتماعی می‌دهد و همچنین کسانی را که ترجیح‌های مشابه دارند به هم نزدیک می‌کند و این افراد را از کسان دیگری که سلیقه‌های متفاوت با آنها دارند، متمایز می‌سازد. بدین ترتیب افراد از طریق کاربرد سلیقه امور را طبقه‌بندی می‌کنند و در این فرایند خود را نیز طبقه‌بندی می‌نمایند. این مطلب، سوای اینکه نظریه اجتماعی کلی زیربنای تحلیل

بورديو را يادآوری می‌کند، اصل مطلب را نیز به خوبی بیان می‌نماید: «سلیقه یکی از دال‌ها و عناصر اصلی هویت اجتماعی است» (جنکینز، ۱۳۸۵: ۲۱۲).

به نظر بورديو، شیوه‌های مختلف تملک سرمایه در درون هر طبقه، موجد ذوق و قریحه متفاوتی است. اگر چه ظاهراً قریحه‌ها به صورت مستقل و در فضای اجتماعی سنجش می‌شوند، اما محصول منش‌هایی هستند که ماهیت طبقاتی دارند. قریحه‌ها صرفاً مقولاتی زیباشناختی نیستند، بلکه درک کردن محصولاتی که سنجش قریحه‌ها بر مبنای آنها صورت می‌گیرد، مستلزم مسلط شدن بر مجموعه‌ای از رمزهای نمادین و پرورش فرهنگی است که به ترکیب سرمایه‌ها در جایگاه‌های طبقاتی بستگی دارد. بورديو با تأکید بر سلیقه والا، عامه پسند و پست، تقسیم‌بندی درباره سلیقه را پذیرفته است. البته گاهی سلیقه والا را با نمودهای اخلاقی و ارزشی هم پیوند می‌زند: «سلیقه والا نمود برازندگی و آراستگی است. یک فرد پرهیزکار سلیقه و ذوق خود را در رفتار و چهره خود نشان می‌دهد. بنابر این سلیقه خوب در پوشش، خوراک هم نه تنها طبع زیباپسند هر کسی را نمایان می‌کند، بلکه به همان اندازه اشاره ضمنی هم دارد. در واقع به سنت قدیمی و کلاسیک در باره جنبه‌های زیبایی‌شناسانه سلیقه پایبند است. بورديو، سلیقه و سبک زندگی را یک شاخص طبقاتی فرض می‌کند که «در هر نوع جامعه خاص از نظر طبقاتی، سبک زندگی و سلايق طبقاتی مشابهی وجود دارد و مکانیسم‌های مشابهی را نیز عمل می‌کنند؛ در چنین جوامعی طبقات متفاوت با توجه به نوع سرمایه خود، جایگاه متفاوتی را اشغال می‌کنند. سلايق به عقیده بورديو سلیقه‌های طبقاتی هستند (سازگارا، ۱۳۸۲: ۱۳۶).

طبقه متوسط جدید با شاخص مصرف و مصرف‌گرایی شناخته می‌شود. در واقع فرهنگ طبقه متوسط جدید، فرهنگی است که لذت‌گرایی و لذت‌طلبی را به عنوان یک مؤلفه ساختاری و انگیزشی مورد توجه قرار می‌دهد و آن را معیار مصرف و رفتار خود قرار می‌دهد. در همین شاخص رابطه میان مصرف‌گرایی، لذت‌طلبی، طبقه متوسط جدید و افزایش رو به رشد اوقات فراغت معنی‌دار است و مورد توجه وی قرار دارد. بورديو در تعیین خصوصیات این مصرف‌کننده جدید با ذوق، سلیقه خاص خود و نیز لذت‌طلبی خاص، بورديو تأکید می‌کرد که مصرف‌کننده جدید همه چیز را به فوریت می‌خواهد و به قربانی کردن هیچ چیز

علاقه‌ای ندارد. اگر چه بخش مهمی از آنچه را که می‌توان گزاره‌های نظری بورديو خواند در خلال تشریح مفاهیم وی ارائه کردیم، با این حال در اینجا تلاش می‌کنیم تا گفته‌ها و نگفته‌ها را یک جا و با عطف توجه به مقوله مصرف و سبک زندگی در کنار هم گرد آوریم. موضع کلی بورديو در مورد مصرف با این عبارت از کتاب تمایز آغاز می‌شود که «اقتصاد جدید طالب دنیای اجتماعی‌ای است که در آن، مردم به همان اندازه که بر اساس ظرفیت‌شان در تولید ارزیابی می‌شوند، بر حسب ظرفیت‌شان در مصرف نیز ارزیابی خواهند شد و اقتصاد نوین اخلاق زاهدانه تولید و انباشت را به نفع اخلاق لذت جوینه مصرف نمی‌کند» معلوم می‌شود. وی مصرف را از اصلی‌ترین عناصر دنیای اجتماعی مدرن می‌دانست و به عنوان متغیری مستقل و نه فقط وابسته به عوامل اقتصادی تحلیل می‌کرد. بورديو می‌خواست معلوم کند که گروه‌های فرادست و فرودست طبقات متوسط، درگیر مبارزه‌ای بی‌پایان اما ملایم، برای تثبیت هویت، ارزش و موقعیت اجتماعی خود هستند. مصرف و خصوصاً مصرف فرهنگی ابزاری برای تولید فرهنگی، مشروعیت‌سازی و مبارزه در فضای اجتماعی است. مصرف چیزی بیش از بر آوردن خواسته‌های زیستی است. ارزش‌ها، نشانه و نمادها فعالانه درگیر تولید و باز تولید ساختارهای اجتماعی هستند. طبقات مسلط این قابلیت را دارند که شیوه زیستن خود را به عنوان تعریف فرهیختگی مشروعیت بخشند. بورديو نشان داد که علاوه بر محدودیت‌های مالی و منابع اقتصادی، ساختار دیگری که مصرف را محدود می‌کند، نظام قریحه‌های بر آمده از منش‌های طبقاتی هستند. مفهوم منش، قادر است محدودیت‌های ادراکی ناشی از ترکیب انواع سرمایه را در نزد هر کنشگر و همچنین ویژگی مصرف را در نزد هر طبقه تبیین کند. قریحه‌های بر آمده از منش طبقات دارای سرمایه فرهنگی اندک، بر کارکرد آنچه که مصرف می‌شود تأکید می‌کند، اما قریحه ناب بر شکل و فرم تکیه می‌کند. قریحه طبقات پایین بر مقدار مصرف تأکید دارد و قریحه ناب بر کیفیت آنچه که مصرف می‌شود؛ و فقط در قریحه ناب است که شیوه و راه و رسم مصرف اهمیت دارد. بورديو ذیل عنوان خشونت نمادین، نشان داد که در جریان فرایند مصرف، اعضای طبقات مسلط، بقیه را از حلقه خود می‌رانند و ضمن آنکه توزیع نابرابر ثروت را در جامعه زیر لوای برتری قریحه‌های ملهم از استعداد شخصی می‌پوشانند، انحصار طبقاتی نیز ایجاد می‌کنند و بدین‌سان سرمایه‌های فرهنگی خود را به سرمایه اجتماعی و اقتصادی نیز تبدیل

می‌کنند. نظریه انواع سرمایه بورديو قادر است که یک گام از تحلیل ویلن جلوتر برود و علاوه بر تحلیل الگوهای مصرف در گروه‌بندی‌های عمودی جامعه، تفاوت الگوهای مصرف در سطوح افقی را نیز تبیین کند (اریکسون، به نقل از فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵).

بورديو همچنین در باره شکل‌گیری سبک‌های زندگی نظریه‌ای منسجم ارائه کرده است. مطابق مدلی که وی ارائه می‌کند شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود. منش مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها (قریحه‌ها). نتیجه نهایی تعامل این دو نظام، سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی می‌شوند و حاصل ادراکات خاصی هستند. سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات افراد است که به صورت عمل درآمده و قابل مشاهده هستند. الگویی غیرتصادفی و ماهیت طبقاتی دارد. بورديو با نشان دادن اینکه سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی هستند، و با بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و باز تولید آن را تحلیل کرد. «آموزش رسمی است که گرایش‌هایی پایدار برای ایجاد الگوهای مصرف خاص پدید می‌آورد» (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۹).

زیرا مصرف‌کننده شدن نیازمند به وجود آوردن ناخودآگاه و ذخیره‌ای مناسب از نمادهای فرهنگی است و صرفاً فرایندی زیست‌شناختی نیست.

جورج زیمل^۱

نظریه مصرف زیمل حول محور مفهوم شهر و پیامدهای مترتب بر شهرنشینی سامان یافته است. وی در اهمیت دادن به مفهوم شهر تا بدانجا پیش می‌رود که می‌نویسد: «شهر مدرن یک هویت فضایی با نتایج جامعه‌شناختی نیست بلکه هویتی جامعه‌شناختی است که به نحو فضایی شکل گرفته است. در واقع گمنامی حاصل از زندگی در کلانشهر و همچنین الزامات ساختاری ناشی از زندگی مدرن، فرد را به پیگیری و بسط مجموعه‌ای از الگوهای مصرف

1- G. Simmel

جهت متمایز کردن خود سوق می‌دهد. او مشتاقانه به جستجوی شیوه‌هایی پرداخت که افراد به کمک آنها نمی‌گذارند، زندگی مدرن، آنان را در خود غرق کند. بدین گونه جمله آغازین مقاله «کلانشهر و حیات ذهنی» زیمل در نگرانی از سرنوشت فرد در برابر عقلانی شدن فزاینده جهان با نوشته‌های وبر هم‌نواست، اما بدون به کار بردن تصویر بدبینانه‌ای همچون انگاره قفس آهنین. «ژرف‌ترین مسائل زندگی مدرن، از تلاش فرد برای حفظ استقلال و فردیت در مقابل قدرت‌های حاکم جامعه و در مقابل سنگینی میراث تاریخی و فرهنگ بیرونی و تکنیک زندگی ناشی می‌شود» (احمدی، ۱۳۸۶: ۱۵).

به اعتقاد او فرد فقط از طریق بسط شدید فردگرایی، که هدف آن دنبال کردن نهادهای منزلت و مد است، می‌تواند فشارهای زندگی مدرن را تحمل کند، این‌گونه مصرف کردن راهی برای اثبات خود و حفظ اقتدار فرد است. از نظر زیمل مد شیوه کنشی است که با توسعه صنایع مصرفی بر انگیخته شده است. تغییر و تحولات شیوه‌های گوناگون مد، بدون شک منعکس‌کننده فرایندهای گسترده‌تر شکل‌گیری سبک‌های زندگی هستند. برای زیمل مد منحصر به مدرنیته نیست، بلکه مثال بسیار خوبی از مضمون مورد علاقه او یعنی وابستگی متقابل شکل و محتواست. نوسان بین انسجام و تمایز، که ویژگی فرایند مد است، فقط در یک سطح عمل می‌کند. در جوامع طبقاتی، که طبقات بالاتر هر مدی را به محض تقلید آن از سوی گروه‌های طبقات پایین‌تر رها می‌کنند، فرایند مد پیچیده‌تر می‌گردد، به گونه‌ای که فرایندی عمودی بین طبقات و فرایندی افقی درون هر طبقه وجود دارد. بنابراین مد شیوه‌ای از کنش اجتماعی است که هم چرخه‌ای و هم انتقالی است. در هر نقطه از این چرخه، افراد همواره در حال انتقال به نقطه دیگری هستند. پویای این فرایند ثابت و لایتغیر نیست، بلکه تا حد زیادی تحت تأثیر نوآوری‌های مدرنیته - یعنی فرهنگ کلانشهری - قرار دارند. در کلانشهر پویای تغییرات مد شتاب گسترده می‌گیرند و فرصت‌های عرضه کالاهای مد روز به بازارهای انبوه، در اختیار صنایع قرار می‌گیرد: «هر قدر که یک شی بیشتر در معرض تغییرات سریع مد قرار گیرد. تقاضای بیشتری برای نمونه‌های ارزان‌تر آن به وجود می‌آید» (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۳۷).

گیدنز^۱

ماهیت دگرگونی‌های فرهنگی - اجتماعی دوران اخیر مدرنیته، اصلی‌ترین مضمون مورد توجه آنتونی گیدنز است. گیدنز نیز همانند بورديو، با مسأله رقابت میان جامعه‌شناسی کلان و خرد یا رقابت میان دیدگاه‌هایی که تأکید بر عاملیت دارند یا دیدگاه‌هایی که بر ساختار تأکید می‌کنند، سروکار دارد. ویژگی رهیافت گیدنز تأکید بر اهمیت محوری فرایندهای اجتماعی بازتابی است؛ به عبارت دیگر در متن نظم و ترتیبات مابعد سنتی «خود مبدل به یک پروژه بازتابی می‌شود. بازتابی بودن سبک‌های زندگی، بدین معناست که هر سبک زندگی در متن خود معنایی ضرورتاً باز و نامعین دارد و بنابراین قطعی نبودن معنای سبک زندگی یعنی؛ نفی امکان تبیین کافی معنا توسط تعیین‌کننده‌های ساختاری. بازتابندگی اشاره‌ای است به اینکه معانی فعالیت‌های سبک زندگی، اساساً توسط نیروهای جامعه وسیع‌تر تعیین نمی‌شود. بلکه طی فرایند داد و ستد عملی زیست - جهان‌های متمایز، معانی روش‌های استفاده از مواد و مصالح نمادین مصرف انبوه، مبدل به اشیا و اعمال ملموسی می‌شوند که استعاره‌ای برای خودشان هستند: بازتابندگی اشاره‌ای است به استفاده از اطلاعات مربوط به شرایط فعالیت به عنوان ابزاری برای تنظیم و تعریف مجدد و قاعده‌مند معنا و چپستی رفتار (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۴۱).

بنابراین نزد گیدنز، تحول سبک‌های زندگی و دگرگونی‌های ساختاری مدرنیته به واسطه بازتابندگی نهادی به یکدیگر گره می‌خورند. «به دلیل بازبودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعدد مراجع مقتدر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰-۱۲۴).

برای درک کامل این بحث باید توجه کرد که برای گیدنز هویت شخصی برنامه مدونی است که افراد آن را بر حسب درکی که از روش‌های ابراز وجود، هویت و زندگی‌نامه شخصی خود دارند، می‌فهمند. پس واضح است که از نظر گیدنز سبک‌های زندگی

1- Gedenz

برنامه‌هایی مهم‌تر از فعالیت‌های فراغتی هستند، در واقع او معتقد است که سبک زندگی به دست مصرف‌گرایی تباه می‌شود؛ با این حال، بازار- که در خط‌مشی‌های نولیبرالی به مضمونی ایدئولوژیک تبدیل شده است. ظاهراً عرضه‌کننده آزادی انتخاب و بنابراین باعث ارتقای فردگرایی است. استدلال گیدنز این است که دخل و تصرف و جرح و تعدیل خویش‌ن از رهگذر انواع روایت‌های رسانه‌ها و نیز استراتژی بازاریابی، با تأکید بر سبک و به بهای مایه گذاشتن از معنای شخصی انجام می‌گیرد. اگر سبک زندگی نه به عنوان پیامدهای برنامه‌های بازاریابی، بلکه به عنوان برنامه‌های وجودی فهمیده شود، آن گاه باید مضامین هنجاری و سیاسی و نیز زیباشناختی داشته باشد. در واقع، به عقیده گیدنز، خطی مشی و سیاستی که از اهمیت سبک زندگی در مدرنیته اخیر ناشی می‌شود، باید درک ما را از مفهوم رهایی دگرگون سازد. گیدنز سنت سیاست رهایی‌بخشی را که در آن افراد فعال در پی بهبود سازمان زندگی جمعی برای تقویت خودآیینی فرد بودند، از تحول اخیرتر سیاست زندگی، تمییز می‌دهد. سیاست زندگی در وهله نخست به شرایطی که ما را آزاد می‌سازد تا انتخاب‌هایی به عمل آوریم ربطی ندارد، بلکه خود عبارت است از سیاست انتخاب در حالی که سیاست رهایی‌بخش، سیاست فرصت‌های زندگی است. سیاست زندگی، سیاست سبک زندگی است. از این دیدگاه، سبک زندگی عبارت است از فرایند خود تحقق بخشی، که طی آن کنشگران به طور بازتابی با مسأله چگونگی زیستن در متن جهانی با پیوستگی‌های متقابل روبرو هستند. گیدنز به تفصیل از امکانات تازه‌ای که پیش روی سیاست رادیکال زندگی وجود دارد، سخن می‌گوید، آن هم به هنگامی که ظاهراً برنامه سوسیالیستی مهندسی اجتماعی به دست دولت، به آخر راه خود رسیده است و میراث محافظه‌کاری سستی نیز توسط نولیبرالیستی، که بالاترین امتیاز را به فردگرایی رقابتی می‌دهد، به تاراج رفته است. چارچوبی که او برای سیاست رادیکال زندگی ترسیم می‌کند، با مضامین آشنایی با نظریه‌های جهانی شدن، نظم اجتماعی مابعد سستی و بازتابندگی مضاعف سازگار است و ضرورت خود را نیز از همانجا اخذ می‌کند. محورهای اصلی این چارچوب عبارتند از: نیاز به مرمت همبستگی‌های اجتماعی، مرکزیت سیاست زندگی، مفهومی از سیاست مولد، تأکید بر دموکراسی مبتنی بر گفتگو، دلبستگی به بازانديشی درباره دولت رفاه و تصدیق و ضرورت مواجه با نقش خشونت. در این چارچوب، مضمون سیاست زندگی به مناقشات و مبارزاتی

ناظر است که به چگونگی زیستن در دنیایی که در آن هر آنچه بنا به سنت یا طبیعت، ثابت و مستقر تصور می‌شد اکنون موضوعی برای تصمیم‌های انسانی است. در نتیجه، سیاست زندگی، سیاست هویت و انتخاب نیز است (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۴۱).

گیدنز معتقد است که ویژگی خاص مدرنیته، پویایی، تأثیر جهان گستر و زیاد تغییر دادن رسوم سنتی است. مدرنیته، سبب می‌شود که افراد هر چه بیشتر از قید انتخاب‌هایی که سنت به طور معمول در اختیار آنها قرار می‌دهد، رها شوند و بدین ترتیب فرد را «رو در روی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به دلیل آنکه دارای کیفیتی غیرشالوده‌ای است، چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد».

دورکیم

به اعتقاد دورکیم، دین یک نظام یکپارچه عقاید و اعمال مربوط به چیزهای مقدس است (کوزر، ۱۳۷۳: ۱۹۷). دین یک پدیده سراسر جمعی و وسیله‌ای است که انسان‌ها را به همدیگر پیوند می‌دهد. دین چیزی جز نیروی جمعی جامعه بر افراد نیست. دین نظامی فکری است که افراد، جامعه را به وسیله آن به خودشان باز می‌نمایند و روابط مبهم و در ضمن صمیمانه‌شان را با جامعه، از این طریق بیان می‌کنند (همیلتون، ۱۳۷۷: ۱۴۰).

ماکس وبر

از نظر وبر، دین اساساً پاسخی است به دشواری‌ها و بی‌عدالتی‌های زندگی و می‌کوشد تا این ناکامی‌ها را توجیه کند و در نتیجه، انسان‌ها را به کنار آمدن با آنها قادر می‌سازد و در برابر این مشکلات به آنها اعتماد به نفس می‌بخشد. مفاهیم مذهبی بر اثر این واقعیت پدید می‌آیند که زندگی اساساً مخاطره‌آمیز و نامطمئن است. بی‌اطمینانی به این معنا است که انسان‌ها برخی چیزها را آرزو می‌کنند، ولی آرزوهایشان بر آورده نمی‌شود. تنش ناشی از این اختلاف، سرچشمه معناست. دین کوششی است برای کنار آمدن با واقعیت‌های ناگوار. از طریق آموزه‌های مذهبی چنین وانمود می‌شود که بی‌عدالتی‌های آشکار جهان، تنها ظاهری‌اند. به نظر وبر در جوامع ابتدایی میل به بقا و برخورداری در این جهان مادی، برانگیزاننده رفتار مذهبی است.

کارل مارکس

کارل مارکس دین را محصول از خودبیگانگی می‌انگارد. به گفته خود مارکس، احکام حاکم بر هر زمانه‌ای، معمولاً افکار طبقه حاکم و از جمله افکار مذهبی است و اندیشه‌های مذهبی به پایگاه طبقه حاکم مشروعیت می‌بخشند و از معارضه با آن جلوگیری می‌کنند. مارکس بر کارکرد جبرانی دین و این واقعیت تأکید می‌ورزد که دین نوعی بیان اعتراض است. مارکس همچنین اظهار می‌کند که دین هم می‌تواند بیان اعتراض علیه ستمگری و شوربختی در یک جامعه طبقاتی باشد و هم در جهت پذیرش یک چنین جامعه‌ای عمل کند. از نظر مارکس، دین نوعی اعتراض است که نمی‌تواند ستم‌دیدگان را در غلبه بر شرایط ستم‌یاری کند و نه یک درمان جدی، بلکه یک داروی مسکن است. به همین جهت مارکس می‌گوید دین را به عنوان مایه شادمانی موهوم مردم باید از میان برد تا آنها به شادمانی واقعی دست یابند (همیلتون، ۱۳۷۷: ۱۴۰).

پیشینه تجربی تحقیقات خارجی و داخلی

- آنتونی ول^۱ در کاری پژوهشی با عنوان «فراغت، فرهنگ و سبک زندگی» به بررسی رابطه الگوهای گذران اوقات فراغت، سطح فرهنگی کنشگران و در نهایت چگونگی شکل‌گیری سبک زندگی در انگلیس پرداخته و به این نتیجه رسیده است که ساختارهای تأثیرگذاری مانند طبقه اجتماعی امروزه تأثیرات خود را در خصوص شکل‌دهی به رفتارهای فراغتی حفظ کرده‌اند. او معتقد است که عمده‌ترین اختلاف‌ها در رفتارهای گذران اوقات فراغت هنوز به وسیله سن، جنس و یا طبقه اجتماعی تبیین می‌شود. جنس، سن و پارامترهای اقتصادی - اجتماعی در شکل‌دهی آشکار به سبک‌های زندگی افراد جامعه تأثیرات فراوانی دارند. این متغیرها علل اختلاف به وجود آمده را در تنوعات سبک زندگی تشریح و توضیح خواهند داد (چاوشیان، ۱۳۸۱).

- آلن در ۱۹۷۹ در پیمایش گسترده خود در خصوص سبک زندگی جوانان، نتیجه گرفت که طبقات مختلف، روابط اجتماعی متفاوتی را تجربه می‌کنند. او معتقد بود که دوستان در طبقه

1- Anthony G.Veal

کارگر بیشتر نزدیک خود آنها زندگی می‌کنند و اغلب اوقات با همدیگر هستند. او نشان داد که طبقه کارگر وابستگی بیشتری به کمک خویشاوندان دارد تا دوستانشان و در مقایسه دیگری آن بخش از این تنوعات را که مربوط به طبقه اجتماعی بود تحلیل نمود (گوشبر، ۱۳۸۴: ۷۷).

- برونسو و گرونرت در مقاله‌ای با نام پایان خلاء بین ارزش‌ها و رفتار و پایان تئوری سبک زندگی، درصدد بودند با میانجی قرار دادن سبک زندگی، رفتارها را به ارزش‌ها ربط دهند. هدف آنها این بود که آیا سبک زندگی می‌تواند به عنوان یک میانجی و رابط محکم عمل کند؟ آنها ۶ مدل را با همدیگر مقایسه کردند. در مدل پنجم مدل تأثیر غیرمستقیم، فرض کردند که ارزش‌ها، مؤثر بر سبک زندگی و سبک زندگی، مؤثر بر رفتارهاست. اما تأثیر مستقیم ارزش‌ها بر رفتار وجود ندارد. در این مدل وساطت سبک زندگی قوی است (Brunso and Grunert, 2004).

- در پایاننامه دکتری با عنوان «سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی (طبقه متوسط جدید و قدیم)» که توسط سازگارا در دانشگاه تهران به انجام رسیده است، نتایج نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی در بین دانشگاهیان و بازاریان به یک صورت نیست و این موضوع در نحوه گذران اوقات فراغت و کلاً سبک زندگی تأثیرگذار است (سازگارا، ۱۳۸۲).

- چاوشیان (۱۳۸۱) در پایاننامه دکتری جامعه‌شناسی با عنوان «سبک زندگی و هویت اجتماعی» در دانشگاه تهران، به این نتیجه می‌رسد که تمایزهای فرهنگی، مبنای مناسب‌تری برای طبقه‌بندی‌های اجتماعی فراهم می‌آورد.

جمع بندی پیشینه‌های نظری و تجربی و ارائه مدل تحلیلی

با توجه به توضیحات ارائه شده در قسمت چارچوب نظری می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که بوردیو (در نظریه نقش سرمایه‌های مختلف در تعیین الگوهای زندگی و ذائقه‌های طبقات) سرمایه را برای اشاره به برخورداری از منزلت به کار می‌برد که نشانگر موقعیت‌های متفاوت در مجموعه‌ای از میدان‌هاست. بررسی روش و نگاه تازه به مفهوم کلیدی مارکس با عنوان سرمایه و دسته‌بندی آن به سرمایه‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و نمادین و بهره‌گیری

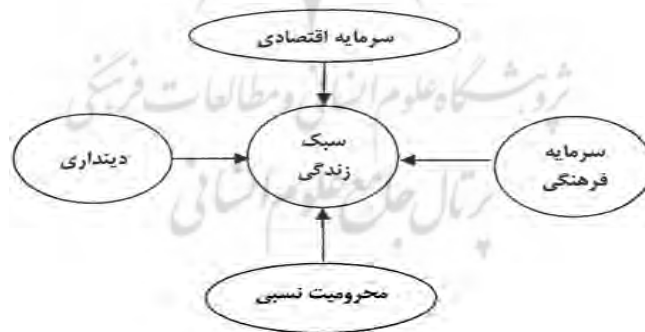
از این مفاهیم در جهت تبیین ساختار طبقاتی جامعه و پیامدهای آن بخصوص سبک‌های زندگی متفاوت موجود در این طبقات و انشقاق درونی طبقاتی از ویژگی‌های تحلیل ساختارگرایی بوردیو از جامعه است. از نظر بوردیو سلیقه، شاخص پایگاه اجتماعی افراد است و بررسی او مبین این نکته است که طبقات و گروه‌های شغلی در فرانسه، سلیقه‌های مختلف در موزیک، هنر، غذا و... دارند و در حقیقت نشان می‌دهد که سلیقه شاخصی است که به وسیله جایگاه اجتماعی شکل می‌گیرد و تثبیت می‌شود (گوشبر، ۱۳۸۴: ۶۹).

مسأله دیگری که باعث می‌شود در مطالعه سبک زندگی و مصرف رویکرد بوردیو مورد توجه قرار گیرد، اهتمام او به نشان دادن اهمیت محوری فرهنگ در جهان مدرن است. فرهنگ و منابع فرهنگی در تفکر بوردیو، هم هدف و هم وسیله مبارزه طبقاتی به شمار می‌آید. همچنین پیامد این رویکرد آن است که در تمایزات اجتماعی در دوران موسوم به مدرنیته اخیر، بیش از پیش از طریق صور فرهنگی بیان می‌شود. این امر را می‌توان به دو عامل در رویکرد بوردیو نسبت داد: اول اینکه از دید او در دوران جدید، مصرف به عنوان متغیری مستقل، نقشی اساسی را در شکل دادن و تعیین جایگاه افراد در نظام قشربندی و نیز هویت یابی افراد ایفا می‌کند. این امر به منزله گسستی از مارکسیسم تلقی می‌شود. بدین معنی که طبقه بر پایه چیزی فراتر از رابطه با تولید در فضای اقتصادی شکل می‌گیرد، یعنی تعریف آن بر پایه جایگاه‌ها و عاداتی است که در فضای مصرف فعلیت یافته‌اند؛ بنابراین «مصرف را باید همچون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی، به عنوان راهی برای بیان ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست نه صرفاً به مثابه راهی برای بیان تفاوت‌هایی که در نتیجه رشته‌ای خودمختار از عوامل اقتصادی که قبلاً به وجود آمده‌اند» (باکاک، ۱۳۸۱).

بوردیو می‌خواست مفهوم منزلت اجتماعی و استفاده‌ای را که گروه‌های منزلتی از الگوهای خاص مصرف به مثابه راهی برای مجزا کردن روش‌های زندگی‌شان از دیگران می‌کنند با این ایده ترکیب کند که مصرف متضمن نشانه‌ها، نمادها، ایده‌ها، ارزش‌ها و دلالت‌های فرهنگی است. وی درباره سبک‌های زندگی نظریه‌ای منسجم ارائه داده است. به نظر او منش مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراکات

و شناخت‌ها. نتیجه نهایی تعامل این دو، سبک زندگی است. سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات افراد است که به صورت عمل درآمده و قابل مشاهده هستند. بورديو با نشان دادن اینکه سبک‌های زندگی محصول منش‌ها هستند و با بیان اینکه الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، میان مفاهیم مصرف و سبک زندگی ارتباط ایجاد می‌کند. زیمل در نظریه (بحث الگوهای مصرفی گروه‌ها و از خودبیگانگی)، معتقد است که ژرف‌ترین مسائل زندگی مدرن، از تلاش فرد برای حفظ استقلال و فردیت در مقابل قدرت‌های حاکم جامعه و در مقابل سنگینی میراث تاریخی و فرهنگ بیرونی و تکنیک زندگی ناشی می‌شود (احمدی، ۱۳۸۶: ۱۵).

به اعتقاد او فرد فقط از طریق بسط شدید فردگرایی که هدف آن دنبال کردن نهادهای منزلت و مد است می‌تواند فشارهای زندگی مدرن را تحمل کند. این گونه مصرف کردن، راهی برای اثبات خود و حفظ اقتدار فرد است. از نظر زیمل، تغییر و تحولات شیوه‌های گوناگون مد، بدون شک منعکس‌کننده فرایندهای گسترده‌تر شکل‌گیری سبک‌های زندگی هستند. از نظر گیدنز به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعدد مراجع مقتدر، انتخاب سبک زندگی، برای ساختن هویت شخصی و در پیش گرفتن فعالیت‌های روزانه به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰).



مدل (۱) مدل تحلیلی

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- بین سرمایه اقتصادی دانشجویان و سبک زندگی آنها رابطه وجود دارد.
- ۲- بین سرمایه فرهنگی دانشجویان و سبک زندگی آنها رابطه وجود دارد.
- ۳- بین احساس محرومیت نسبی دانشجویان و سبک زندگی آنها رابطه وجود دارد.
- ۴- بین دینداری و سبک زندگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر از لحاظ زمانی از نوع مقطعی است. به بیانی بهتر، این پژوهش در یک دوره زمانی خاص و نسبتاً محدود صورت گرفته است. از لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات اسنادی و پیمایشی است. پژوهش حاضر به جهت هدف، یک بررسی کاربردی و از نظر وسعت پهنانگر است.

جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر عبارت است از کل دانشجویان مرکز جامع علمی کاربردی زندان که ۳۷۳ نفرند.

نمونه آماری

برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است.

$$n = \frac{Nt^2 pq}{Nd^2 + t^2 pq} = \frac{373(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{373(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} = 189.46 \cong 190$$

شیوه نمونه‌گیری

شیوه نمونه‌گیری به صورت تصادفی بوده است؛ به این نحو که ابتدا از طریق نمونه‌گیری طبقه‌بندی شد حجم نمونه برای هر مقطع کاردانی و کارشناسی مشخص گردید و سپس پرسشنامه‌ها به میزان حجم نمونه، بر اساس شیوه تصادفی میان دانشجویان توزیع شد.

معرفی ابزار اندازه‌گیری

برای گردآوری داده‌ها، از ابزار پرسشنامه محقق ساخته، و برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، از پرسشنامه کتبی با استفاده از طیف لیکرت استفاده شد. این پژوهش دارای یک پرسشنامه ۱۳۴ سؤالی است که در آن، تمام سؤالات به صورت بسته پاسخ طرح شده است.

از آنجایی که سنج‌های معتبر است که همان چیزی را بسنجد که مورد نظر محقق است (دواس، ۱۳۸۳: ۶۳). در این طرح برای سنجش اعتبار، از اعتبار محتوایی با گردآوری نظرهای استادان، شاخص‌های گزینش و با جمع‌بندی نظرهای ایشان، گویه‌ها و سؤالات انتخاب و ویرایش شده است. قابلیت پایایی سوال‌های پرسشنامه با استفاده از تکنیک آلفای کرونباخ به دست آمده است. و نتایج آلفای کرونباخ به تفکیک متغیرها در جدول شماره (۱) آمده است.

جدول (۱) نتایج ضریب آلفای کرونباخ متغیر وابسته

متغیر	عامل	ضریب‌روایی ضریب‌روایی
سبک زندگی	مدیریت بدن	۰/۶۴
	سلیقه انتخاب لباس	۰/۷۰
	انتخاب وسایل منزل	۰/۶۹
	اوقات فراغت	۰/۱۸۶
	انتخاب غذا	۰/۶۶
	مناسک‌گرایی	۰/۷۲
	نام‌گذاری	۰/۴۰
محرومیت نسبی	مقایسه خود با دیگران، رضایت یا عدم رضایت از داشته‌ها	۰/۷۶
دینداری	رعایت محرم و نامحرم توجه به دعا به حلال و حرام در کسب روزی، انجام واجبات دینی	۰/۷۶
سرمایه فرهنگی	تحصیلات، تعداد زبان‌های خارجی، تعداد کتاب‌های شخصی، مطالعه روزنامه رفتن به موزه علاقه به موسیقی، جمع‌آوری عتیقه شرکت در همایش‌های علمی	۰/۶۶
سرمایه اقتصادی	درآمد ماهیانه، قیمت اتومبیل، قیمت منزل مسکونی	۰/۵۹

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

سبک زندگی

سبک زندگی، بیانگر نظم سلسله‌مراتبی یا مجموعه‌ای از ترجیحات در بین افراد هستند.

سبک زندگی به افراد کمک می‌کند که هویت خویش را، ابراز داشته و در مورد فضای اجتماعی و فرهنگی خود اظهاراتی را مطرح نمایند (هنری^۱ و دیگران، ۱۳۸۰).

در این پژوهش، نحوه گذران اوقات فراغت، سلیقه انتخاب لباس، سلیقه انتخاب وسایل منزل، مناسک‌گرایی، نامگذاری کودکان، سلیقه انتخاب غذا و مدیریت بدن، به عنوان شاخص‌های سبک زندگی در نظر گرفته می‌شود.

سرمایه فرهنگی^۲

سرمایه فرهنگی، در برگزیده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در وی انباشته می‌شوند. سرمایه فرهنگی یا مهارت‌های بین شخصی و غیررسمی، شامل عادت‌ها، روش‌ها، شبکه‌های ساخت زبان، مدارک تحصیلی، سلیقه و غیره می‌شود (احمدی، ۱۳۸۶: ۴۴).

در این پژوهش، «تحصیلات فرد پاسخگو، تعداد زبان‌های خارجی‌ای که بلدند، تعداد کتاب‌های شخصی که دارند، میزان مطالعه روزنامه، شرکت در همایش‌های علمی، رفتن به موزه، علاقه به موسیقی، جمع‌آوری عتیقه‌جات و ...» معرف‌های سرمایه فرهنگی هستند.

سرمایه اقتصادی^۳

بورديو از سرمایه اقتصادی تحت عنوان «درآمد و بقیه انواع منابع مالی‌ای که در قالب مالکیت جلوه نهادی پیدا می‌کند»، نام می‌برد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۰۱).

در این تحقیق، جهت سنجش سرمایه اقتصادی از «میزان درآمد ماهیانه، قیمت اتومبیل، و قیمت منزل مسکونی» استفاده شده است.

متغیر دینداری^۴

در این تحقیق، دینداری به معنای داشتن حساسیت سنتی به رفتارهای دینی و رعایت

1- Heanry

2- Cultural capital

3- Economic capital

4- Religiosity

موازن دینی در اعمال زندگی روزانه است (احمدی، ۱۳۸۶: ۴۳).

برای سنجش این متغیر از معرف‌های «رعایت محرم و نامحرم، توجه به دعا و دعاخوانی، توجه به حلال و حرام در کسب روزی، تلاش در جهت انجام واجبات دینی و...» استفاده شده است.

محرومیت نسبی^۱

به عنوان برداشت بازیگران از وجود اختلاف میان انتظارات ارزشی و توانایی‌های ارزشی انسان تعریف می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۸۴: ۸۳).

جهت سنجش این متغیر از معرف‌های «بیشتر اوقات خودم را با دیگران مقایسه می‌کنم، در مقایسه خودم با دیگران احساس می‌کنم چیزهایی که باید داشته باشم، ندارم» استفاده شده است.

یافته‌های توصیفی

در این قسمت ابتدا به طور خلاصه به یافته‌های توصیفی مربوط به وضعیت عمومی پاسخگویان پرداخته می‌شود:

جدول شماره (۲) نتایج توصیفی وضعیت عمومی پاسخگویان

متغیر	درصد	میانگین
وضعیت تاهل	۵۸/۴ متاهل	-
مقطع تحصیلی	۶۵/۸ کارشناسی	-
جنسیت	۵۶/۳ مرد	-
شغل	۴۵/۳ کارمند	-
سن	-	۲۹/۲۱
درآمد	-	۳۷/۴ درآمد بین ۸۰۰-۶۰۰ هزار تومان

برای سنجش متغیر سبک زندگی از ۷ شاخص (مدیریت بدن، سلیقه انتخاب لباس، الگوی انتخاب وسایل زندگی، نحوه گذران اوقات فراغت، سلیقه انتخاب غذا، مناسک‌گرایی

1- Relative privation

و سلیقه نامگذاری کودکان) استفاده شده است. با توجه به آمارهای توصیفی جدول پایین، میانگین سبک زندگی برابر با ۳۰۶/۲۶ است. همچنین بر طبق اطلاعات جدول حداقل ۲۴۰ و حداکثر ۳۷۴ است. لازم شایان ذکر است که میانگین متغیر فوق و تمامی متغیرهای مستقل بالاتر از حد متوسط است.

جدول شماره (۳) نتایج توصیفی متغیرها

متغیر	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	دامنه	مینیم	ماکزیمم	مقدار متوسط
سبک زندگی	۳۰۶/۲۶	۲۵/۷۵	۶۶۳/۲۷	-۰/۲۲	۱۳۴	۲۴۰	۳۷۴	۲۷۶/۵
سرمایه فرهنگی	۴۱/۵۴	۷/۷۳	۵۹/۷۷	-۰/۲۲	۳۶	۲۳	۵۹	۳۸/۵
سرمایه اقتصادی	۱۰/۵۵	۳/۷۶	۱۴/۲	-۰/۲۷	۱۴	۳	۱۷	۱۰/۵
محرومیت نسبی	۱۵/۰۷	۴/۸	۲۳/۰۹	-۰/۲۸	۲۰	۴	۲۴	۱۴
دینداری	۲۲/۷۳	۴/۹۹	۲۴/۹۲	-۰/۷۲	۲۲	۸	۳۰	۱۷/۵

آزمون فرضیه‌ها

۱- بین سرمایه اقتصادی دانشجویان و سبک زندگی آنها رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از همبستگی پیرسون استفاده شده است. بر اساس نتایج جدول شماره (۳) ضریب همبستگی بین دو متغیر ۰/۰۱ با سطح معناداری ۰/۷۹ است. لذا نتیجه گرفته می‌شود که بین دو متغیر همبستگی وجود ندارد و فرضیه رد می‌شود.

۲- بین سرمایه فرهنگی دانشجویان و سبک زندگی آنها رابطه وجود دارد.

برای آزمون رابطه بین این متغیرها از همبستگی پیرسون استفاده شده است. براساس نتایج حاصل در جدول شماره (۳) ضریب همبستگی بین دو متغیر ۰/۴۲ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. لذا نتیجه گرفته می‌شود که بین دو متغیر همبستگی وجود دارد و فرضیه تأیید می‌شود. و این بدین معناست که هر قدر سرمایه فرهنگی افزایش می‌یابد سبک زندگی نیز بهتر و مناسب‌تر می‌شود.

۳- بین احساس محرومیت نسبی دانشجویان و سبک زندگی آنها رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه نیز با توجه به ماهیت متغیرها از همبستگی پیرسون استفاده شده

است. بر اساس نتایج جدول شماره (۳) ضریب همبستگی بین دو متغیر $0/34-$ با سطح معناداری $0/000$ است. بنابراین بین دو متغیر همبستگی وجود دارد و هر قدر میزان احساس محرومیت نسبی افزایش پیدا می‌کند سبک زندگی آنها نامطلوب‌تر می‌شود.

۴- بین دینداری و سبک زندگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

برای سنجش رابطه بین دینداری و سبک زندگی از همبستگی پیرسون استفاده شده است. براساس نتایج جدول شماره (۴) ضریب همبستگی بین دو متغیر $0/24-$ با سطح معناداری $0/001$ است. بنابراین بین دو متغیر مذکور همبستگی وجود دارد و فرضیه تأیید می‌شود.

جدول (۴) آماره‌های استنباطی رابطه بین متغیرها و سبک زندگی

ضریب همبستگی	سطح معناداری	فراوانی مشاهدات	
$0/01$	$0/79$	۱۹۰	سرمایه اقتصادی
$0/42$	$0/000$	۱۹۰	سرمایه فرهنگی
$-0/34$	$0/000$	۱۹۰	محرومیت نسبی
$-0/24$	$0/001$	۱۹۰	دینداری

مدل رگرسیونی سبک زندگی

در این بخش به تحلیل رگرسیون چندگانه از داده‌ها و روابط بین متغیرها پرداخته شده است. هدف از این تحلیل، مشخص نمودن سهم و تأثیر متغیرهای عمده تحقیق در تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته است. به عبارت دیگر رگرسیون چندمتغیره به تبیین و پیش‌بینی واریانس متغیر وابسته سبک زندگی کمک می‌کند و این کار از طریق برآورد میزان نقش و تأثیر متغیرهای مستقل در ایجاد واریانس انجام می‌گیرد.

جدول (۵) تحلیل واریانس چند متغیره سبک زندگی

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مجزورات	میانگین مجزورات	کمیت F	سطح معنی‌داری
رگرسیون	۴	۴۰۵۴۶/۵۹	۱۰۱۶۱/۶۴	۲۲/۱۹	$0/000$
باقی مانده	۱۸۵	۸۴۷۱۲/۷۲	۴۵۷/۹		
کل	۱۸۹	۱۲۵۳۵۹/۳۱			

جدول (۶) متغیرهایی که در مدل باقی مانده‌اند

متغیر	(ضریب استاندارد شده)	(اشتباه معیار) (ضریب استاندارد شده)	آماره t	سطح معنی داری
سرمایه اقتصادی	-۱/۴۹	۰/۲۲	-۶/۷۵	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی	۱/۶۸	۰/۵۵	۳/۰۳	۰/۰۰۳
محرومیت نسبی	-۱۳/۸۸	۳/۲۲	-۴/۳	۰/۰۰۰
دینداری	-۱۰/۰۰	۳/۶۷	-۲/۷۲	۰/۰۰۷

جدول (۷) آماره‌های تحلیل رگرسیون چندمتغیره سبک زندگی

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین تصحیح شده	اشتباه معیار	دوربین واتسون
۰/۵۶	۰/۳۲	۰/۳۱	۲۱/۳۹	۱/۵۷

یافته‌های تحقیق و ارتباط آنها با چارچوب نظری و تجربی تحقیق

پی‌یر بوردیو ویژگی‌های طبقات اجتماعی را در خصوص تملک سرمایه (سرمایه فرهنگی، اقتصادی) مورد بررسی نظری و تجربی قرار می‌دهد. از نظر او جایگاه کنشگران اجتماعی در فضای طبقات، به حجم و ساخت سرمایه آنها بستگی دارد. از نظر او سرمایه وسیله‌ای برای تشخیص و تمایز است. وی در این میان برای سرمایه فرهنگی و اقتصادی اهمیت زیادی قائل است. همبستگی معنادار بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی نظر وی را تأیید می‌کند و این همبستگی قوی است. بنابر این در کل می‌توان نظریه ایشان را قابل کاربرد در جامعه آماری دانست. بوردیو معتقد است عوامل اجتماعی به دو صورت واجد سرمایه هستند و این سرمایه در شکل بخشیدن به جایگاهشان در ساختار طبقاتی مؤثر است. در بعد اول بر اساس میزان سرمایه‌ای (اقتصادی و فرهنگی) که در اختیار دارند و در بعد دوم بر اساس ساختار سرمایه‌شان؛ یعنی وزن نسبی هر یک از انواع مختلف سرمایه اقتصادی که به صورت مختلف دارا هستند. تحقیق حاضر معناداری رابطه سرمایه اقتصادی و سبک زندگی را تأیید می‌کند و این بخش از نظریه او قابل کاربرد در جامعه آماری است. تدگر معتقد است که هر چه امکانات پیشرفت و ارتقاء در افراد و گروه‌های مرجع دیگر، بیشتر باشد، انتظارات انسان‌ها بیشتر می‌شود و اگر احساس کنند خودشان آن امکانات را ندارند، محرومیت نسبی بیشتر افزایش می‌یابد. در این پژوهش ما متغیر محرومیت نسبی را از نظریه او گرفتیم و آن را با

سبک زندگی آزمودیم و فرضیه مذکور تأیید شد. پس نظریه او قابل کاربرد در جامعه آماری مورد مطالعه است. دورکیم معتقد است که دین نظامی فکری است که افراد، جامعه را به وسیله آن به خودشان باز می‌نمایند. دین یک پدیده سراسر جمعی و وسیله‌ای است که آنها را به هم پیوند می‌زند و کارکرد انضباط‌بخش، حیاط‌بخش و خوشبختی بخش و انسجام بخش دارد. در این پژوهش متغیر دینداری را از این نظریه گرفتیم و با متغیر وابسته سبک زندگی، آزمودیم؛ چون سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر بود فرضیه مذکور تأیید شد، پس نظریه او قابل کاربرد در جامعه آماری مورد مطالعه است. در تحقیقی که چاوشیان در سال ۱۳۸۱ با عنوان «رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی» در تهران انجام داده است، نشان داد که تفاوت‌های فرهنگی پاسخگویان، تا حد زیادی با متغیرهای فرهنگی (سرمایه فرهنگی، جنس و تحصیلات) قابل تبیین است نه با متغیرهای ساختاری (سرمایه اقتصادی). در تحقیق اخیر رابطه بین سرمایه فرهنگی با سبک زندگی معنادار، و رابطه آنها قوی است. سازگارا در تحقیقی با عنوان «سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی (طبقه متوسط جدید و قدیم)» نشان داد که این دو طبقه به یک میزان از سرمایه فرهنگی برخوردار نیستند. به طوری که استادان دانشگاه به عنوان طبقه متوسط جدید بیشتر از بازاریان سنتی از این نوع سرمایه برخوردارند و طبقه متوسط سنتی بیشتر از سرمایه اقتصادی برخوردارند. در تحقیق حاضر نیز همبستگی معناداری بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی وجود دارد. لذا این بخش از نتایج تحقیق ایشان قابل کاربرد در جامعه آماری است. مدرنیته با ارتقا کنشگر به مقام سوژه‌ای نسبتاً آگاه، آن را در مقابل ساختارهای محدودکننده دوران پیشین قرار داد که با عنایت به فرهنگ مصرفی و مسائل مرتبط با هویت گمنام کنشگران کلانشهرهای زیملی، این کنشگر توانست در حوزه‌های مصرف با در اختیار داشتن گزینه‌های متفاوت مصرفی در خلق هویت خود، تعینات ساختاری را تا حدود زیادی بکاهد و حضور خود را در خلق هویت، پررنگ‌تر نشان دهد. از سوی دیگر با افزایش قدرت تبیینی متغیرهای فرهنگی در برابر متغیرهای ساختاری، هویت بیش از پیش، میزان تعیین‌شدگی خود را از طرف این متغیرها (ساختاری) کاهش می‌دهد و فرد و متغیرهای فرهنگی این وظیفه را در قالب هویت‌های متکثر و مصرف فرهنگی بر عهده می‌گیرند. امروزه، ممکن است افراد متعلق به طبقات اجتماعی مختلف، خود را با مصارف یکسانی (موسیقی، فیلم، پوشاک، و ...) به دنیای اطراف خود بشناسانند.

با عنایت به نتایج به دست آمده، در پژوهش حاضر دو نوع پیشنهاد ارائه می‌گردد:

با توجه به نو بودن مسأله سبک زندگی در جامعه‌شناسی بویژه در فضای پژوهشی جامعه‌شناسی ایران، لازم است برای غنای این حوزه، از رویکردها و منظرهای مختلف به آن پرداخته شود. در مطالعات سبک زندگی، علاوه بر حیطه رفتارهای مصرفی، می‌توان از حیطه تمایز و هویت هم آن را مورد توجه قرار داد.

از آنجا که این تحقیق در مرکز آموزشی کوچکی انجام گرفته و نتایج آن با جوامع بزرگ متفاوت خواهد بود، لذا توصیه می‌گردد که تحقیقات بعدی به سوی سطوح سنجش کلان‌تر حرکت کنند، تا نتایج قابل تعمیم به جوامع گسترده‌تر باشد. در شرایطی که به طور گسترده از جهانی شدن، سخن گفته می‌شود و شاخص‌های تجربی دقیقی برای سنجش درستی این سخن در دست نیست، مطالعه سبک زندگی به صورت تطبیقی، راه‌حلی برای مطالعه در پیش می‌نهد. مطالعه سبک زندگی، بسیار کارآمدتر از بررسی‌های منفرد است. پذیرش یک الگوی رفتاری منسجم، توسط فرد، خانواده یا جامعه، بسیار بیشتر از انجام دادن فعالیتی منفرد، نشاندهنده تغییرات ساختاری ایجاد شده در افراد و جامعه است.

پیشنهاد دیگر این است که، چون سبک زندگی از عوامل متعدد و متنوع زیادی تأثیرپذیر است و مطالعه همه آنها در یک تحقیق مشکل است، لذا به محققان توصیه می‌شود در تحقیقات آتی به سایر عوامل مرتبط با سبک زندگی نیز پردازند.

با توجه به یافته‌های تحقیق، سرمایه فرهنگی در دسترس دانشجویان با سبک زندگی آنها در ارتباط است. سرمایه فرهنگی بر پرورش فرهنگی افراد دلالت دارد که شامل آینده‌نگری، نظم شخصی، پرکاری، اهمیت قائل شدن برای تحصیلات، و... می‌شود. لذا دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی باید برای افزایش میزان آن در سطح جامعه بکوشند تا جامعه سالم‌تر داشته باشیم. با توجه به یافته‌های تحقیق افزایش میزان دینداری با سبک زندگی شهروندان رابطه دارد. از نظر دورکیم، دین جنبه انضباط‌بخشی، انسجام‌بخشی، حیاط بخشی و خوشبختی بخشی دارد. پس برای داشتن جامعه‌ای سرزنده، منسجم و منضبط، مراکز مذهبی باید برای افزایش میزان آن تلاش کنند.

منابع

- احمدی، ط. (۱۳۸۶) مدیریت بدن و هویت اجتماعی، پایاننامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه رشت.
- باکاک، ر. (۱۳۸۱) مصرف، ترجمه خسرو صبوری، تهران، نشر شیرازه.
- توسلی، ع. (۱۳۸۳) تحلیلی از اندیشه پی‌یر بوردیو، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، صص ۲۵-۲.
- جنکینز، ر. (۱۳۸۵) پی‌یر بوردیو، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- چاوشیان، ح. (۱۳۸۱) رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی، پایاننامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- دواس، دی.ای. (۱۳۸۳) پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران، نشر نی.
- رفیع‌پور، ف. (۱۳۸۴) توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- سازگار، ا. پ. (۱۳۸۲) بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی، پایاننامه دکتری جامعه‌شناسی - دانشگاه تهران.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲) مصرف و سبک زندگی، قم، انتشارات صبح صادق.
- کوزر، لوئیس آلفرد (۱۳۷۳) زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۸) جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی.
- گوشبر، ف. (۱۳۸۴) طبقه و سبک زندگی، پایاننامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- همیلتون، ملکم (۱۳۷۷) جامعه‌شناسی دین، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، تهران.
- هنری، لویی و دیگران (۱۳۸۰) اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان، ترجمه ملانظر و فرامرز ککولی دزفولی، سازمان ملی جوانان، نشر نسل سوم.
- Bourdieu, P., (1979) Classes and Classifications, Distinctions, A Social Critique of Judgment of Taste, pp. 466-484.

- Brubaker, R., Rethinking Classical Theory, The Sociological Vision of Pierre Bourdieu, Department of Sociology, Columbia University, pp. 745-774.
- Brunso, K., and Grunert, G., (2004) Closing the Gap between Values and Behavior a Means-end Theory of Life Style, Journal of Business Research 57, pp. 670-665.

