

بررسی سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل

حسین کردی^{۱*} و سکینه هادیزاده^۲

چکیده

این پژوهش به بررسی تفاوت بین سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل اختصاص دارد. جامعه آماری این پژوهش را زنان شاغل و غیر شاغل متاهل ۲۵-۴۹ سال شهر ساری مرکز استان مازندران تشکیل می‌دهند که حجم نمونه با استفاده از نمونه گیری خوشه ای تصادفی ۴۵۰ نفر می باشد. روش پژوهش پیمایشی و از ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری داده‌ها استفاده شده است. برحسب یافته‌های پژوهش اکثر زنان دارای سبک زندگی سنتی می باشند. و آزمون‌های مقایسه میانگین ها نشان می دهد بین سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل تفاوت وجود دارد، این تفاوت در ابعاد سبک زندگی (روابط اجتماعی، مدیریت بدن، الگوی خرید) کاملاً مشهود است. دیگر نتایج ناشی از تحلیل همبستگی پژوهش نشان می‌دهند بین سن، تحصیلات، درآمد خانواده با سبک زندگی، رابطه معناداری وجود دارد و منزلت شغلی زنان شاغل از عوامل تاثیر گذار بر نوع سبک زندگی آنان است. تحلیل رگرسیون چند متغیری نشان می دهد به ترتیب سن افراد و سپس نوع فعالیت و دررتبه بعدی درآمد خانواده و تحصیلات به گونه نسبی قدرت تبیین نوع سبک زندگی را دارند. در نهایت، بر اساس نمودار تحلیل مسیر، تحصیلات زنان نقش اصلی را در نوع سبک زندگی دارا می باشد.

واژه های کلیدی: سبک زندگی، نوع فعالیت، نوع سلیقه، مدیریت بدن، زنان.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی

۱- استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور تهران. تهران، ایران.

۲- سکینه هادیزاده، کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل .

Samin.hadizadeh@yahoo.com

*- نویسنده مسئول مقاله: Hosseinkordi@gmail.com

پیشگفتار

ورود زنان به محیط های اجتماعی و ایجاد فرصت های شغلی و گزینش آن ها برای شغل های موجود در جامعه سبب تنوع نقش های آنان در اجتماع و خانواده و تعدد روابط اجتماعی و تعلقات گروهی شده است. این پدیده موجب تغییر دیدگاهها و نگرش آنان شده و مسائل جدیدی را بوجود آورده است. زنان شاغل نسبت به زنان غیر شاغل دارای فرصت ها و موقعیت های بیش تری بوده و به لحاظ سلايق و علايق و شرايط و نیازهای شان، سبک ها و شیوه های زندگی متفاوتی را در پیش می گیرند، به گونه ای که می توان ادعا کرد امروزه زنان با استقرار در موقعیت های اجتماعی جدید و دستیابی به سرمایه های اقتصادی و فرهنگی بیش تر به سبک های زندگی و سلايق خاصی روی آورده اند. با ورود زنان به نهادهای شغلی، آموزشی و سایر نهادهای سبک زندگی آنان تعدد و تکثر یافته و در پی آن، شغل و فرهنگ شغلی نیز بر سبک زندگی آنان تاثیرگذار بوده است که متفاوت از سبک زندگی زنانی است که دارای شغل تعریف شده نیستند.

سبک زندگی را می توان به شیوه زندگی طبقات و گروههای اجتماعی گوناگون جامعه تعبیر کرد که در آن افراد با پیروی از الگوهای رفتاری خاص، باورها، هنجارها و ارزش های اجتماعی ویژه یا انتخاب نمادهای فرهنگی و منزلتی خاصی (نوع مسکن، محل سکونت و...) تا الگوهایی که مبتنی بر مولفه های مصرف کالاها، فرهنگی، فعالیت های فرهنگی (کتاب، مجله و...)، هنری (فیلم، موسیقی و...) و نحوه گذران فراغت هستند، تعلقات خود را نسبت به آن به نمایش می گذارد. زنان به عنوان یک قشر اجتماعی که نیمی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می دهند با توجه به وضعیت فعالیت (شاغل-غیرشاغل) دارای تفاوت ها و تمایزاتی در سبک زندگی می باشند که در این پژوهش به آن پرداخته شده است. تا از این راه نوع و میزان تفاوت ها و عوامل موثر بر آن شناسایی شوند.

مبانی نظری

در ادبیات جامعه شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و مفهوم سازی متفاوت تعبیر شده است. در فرمول بندی نخست که پیشینه آن به دهه ۱۹۲۰ باز می گردد، سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت افراد و اغلب به عنوان شاخصی برای طبقه اجتماعی بکار می رفته است (Chapin, 1935). در فرمول بندی دوم سبک زندگی نه در مطالعات قشر بندی اجتماعی و راهی برای تعیین طبقه بلکه شکل اجتماعی مدرنی دانسته می شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرن و رشد و گسترش فرهنگ مصرف معنا می یابد (Bourdieu, 1984 & Giddens, 1991). در این

معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها، رفتارها یا هویت افراد، که در تحلیل‌های اجتماعی روز به روز افزایش می‌یابد (Chavoshian, 2001, p36).

. در طول دهه ۱۹۸۰، به طور کلی مفهوم سبک زندگی از سوی جامعه‌شناسان علاقمند به ساختار اجتماعی مثل اسکیز (Sckey, 1987)، بوردیو (Bourdieu, 1980) و سوبل (Sobel, 1981) مورد توجه قرار گرفت. مقاله‌های مهمی برای مباحثه توسط سو (Sue, 1986)، کوئل (Quell, 1981)، پاره (Pare, 1985) و توکراسکی (Tokaraski, 1984) گردآوری شدند و گانس (Gattas, 1986) برنامه عملی برای پژوهش در زمینه فراغت و سبک زندگی را مطرح کرد و دیدگاهش را متوجه ارتباط آن با سبک زندگی نمود (Veal, 2001, p 360). هم‌چنین، دلاورانتی (De la Durantaye, 1988) پژوهش چند رشته‌ای را درباره فراغت و شیوه زندگی گردآوری کرد و مورهاوس (Moorhouse, 1989) استدلالش این بود که از راه مفاهیم منزلت گروهی و سبک زندگی می‌تواند راهی برای تحلیل علمی و مناسب مفهوم گذران اوقات فراغت بدست آورد.

از سوی دیگر، در پایان دهه ۱۹۸۰، مجموعه معتبری از مقالات درباره موضوع اوقات فراغت (سبکی از زندگی) توسط انجمن پژوهش و جامعه‌شناسی بین‌المللی منتشر شد. با این وجود، برای استفاده از مفهوم سبک زندگی، مقاومت و مخالفتی وجود داشت. یک مقاله منتشر شده در سال ۱۹۸۹ پیشنهاد کرد که رویکرد وبری درباره سبک زندگی می‌تواند چهارچوبی مناسب باشد. نوامارکسیست‌هایی مانند کریت چر (Critcher, 1989) و پژوهشگران فمینیستی از جمله اسکارتون و تالبوت (Scarton & Talbot, 1989) به مخالفت با این موضوع پرداختند. این روند با نقد شدید جامعه‌شناسان انتقادی مثل جاروی و مگوایر (Jarvie & Maguire, 1994) ادامه یافت (Ibid, p 361). با وجود انتقادات فراوان، حمایت از مفهوم سبک زندگی در طول دهه ۱۹۹۰ رو به شده بود. در این دهه، موماس (Mommaas, 1999) این مفهوم را با مفهوم کار و بلن، وبر و زیمل، متصل نمود. کریت چر برای معین شدن جایگاه اولیه این مفهوم پیشنهاد داد که سبک زندگی یکی از مفاهیم طبقه متوسط است که باید در مطالعات فراغت کشف شود و مورد بررسی قرار گیرد (critcher, 1995, p120).

زیمل (Simmel, 1971) در تحلیل مصرف‌گرایی جامعه‌مدرن، بر مقوله‌ای همچون مد تأکید دارد. به نظر وی، مصرف کالاها و ایجاد سبک‌های زندگی از سویی برای فرد هویت بخش بوده و از سویی دیگر متمایزکننده است. سبک زندگی از دیدگاه زیمل، یکی از شیوه‌هایی است که افراد برای تعریف هویتشان در ارتباط با جامعه توده‌ای جستجو می‌کنند. در حقیقت، ارتباط پیچیده بین سبک زندگی مدرن به عنوان یک شکل اجتماعی و جستجوی افراد برای کسب هویت شالوده بحث وی را تشکیل می‌دهند. سبک‌های زندگی از نظر زیمل، استراتژی‌هایی برای تحقق یافتن

تسلط فرهنگ عینی برای زندگی روزمره در جامعه مدرن می‌باشند (Cockerham, 1997, p134). وبلن (Veblen, 2004) در پی این مسئله بود که افراد چگونه منزلت اجتماعی کسب می‌کنند. به نظر وی، ثروت مهم‌ترین عامل کسب منزلت است که باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمود آن مصرف تظاهری و نمایشی است. برای نمونه، افراد با نوع پوشش، آرایش و زیورآلات، خود و طبقه خود را از سایرین متمایز می‌کنند. به نظر وی، در ابتدا « فراغت خود نمایانه» که از راه اشتغال فرد به کارهای غیر تولیدی نمایش داده می‌شد، نشان دهنده ثروت فرد بود. کار غیر تولیدی نشان می‌داد که فرد برای فراغت و تفریح کار می‌کند و اشتغال به کار مولد به طبقات پایین‌تر اختصاص دارد (Fazeli, 2002).

در دیدگاه وبلن (Veblen, 2004, pp 52-59) مشاغل متفاوت، الگوهای زندگی و سبک اندیشیدن و انتظار طبقاتی متفاوتی دارند، ولی در ساختار طبقاتی آن‌هایی که مشاغل کلیدی جامعه را اشغال کرده‌اند، بیش‌ترین تفاوت را با بقیه تیپ‌های جامعه دارند و طوری رفتار می‌کنند که شکاف بیش‌تری با دیگر طبقات دارند و این‌گونه وانمود می‌کنند که سبک فکرشان و عمل و کردارشان از سایر افراد جامعه برتر است افرادی که مشاغل مهم را در اختیار خود دارند درآمد بیش‌تری را کسب می‌کنند و شیوه زندگی را انتخاب می‌کنند که برای آن‌ها نشانه افتخار و حیثیت است. برای مثال پوشش، آرایش و کلماتی که افراد طبقات گوناگون نشان می‌دهند معرف جایگاه طبقاتی آن‌هاست و در عرصه رقابت برای خودنمایی افراد سعی می‌کنند لباس، آرایش و واژه‌هایی را برای گفتگوها استفاده کنند که در جامعه مورد احترام است.

وبر (Weber, 1978) نخستین کسی بود که اصطلاح سبک زندگی را به کار برد. او بر مبنای تعریف چند بعدی خود از قشربندی اجتماعی و تاکید بر منزلت به عنوان یکی از ابعاد و مولفه‌های قشربندی، اصطلاح سبک زندگی را در ارتباط با این بعد به کار گرفت (Goshbar, 2005, p42). از نظر وبر (Weber, 1978) سبک زندگی تفاوت بین گروهی را ایجاد می‌کند و به برتری‌های منزلتی و طبقاتی مشروعیت می‌بخشد. گروه‌های منزلت از راه سبک‌های زندگی به گروه مرجع تبدیل می‌شوند و معیار قضاوت اجتماعی قرار می‌گیرند (Bocock, 2001 & Veblen, 2004 cited in Khdemian, 2009, p 75). بدین ترتیب از نظر وبر سبک زندگی پیوستگی بسیار نزدیکی با نوع اشتغال فرد دارد (Ibid, p75).

بورديو (Bourdieu, 1984) با بسط اندیشه‌های زیمل (Simmel, 1971) و وبر (Weber, 1978)، سبک زندگی را بازتاب منزلت اجتماعی در نظر می‌گرفت. وی به تحلیل انتخاب‌های سبک زندگی پرداخته و آن را از این جهت با اهمیت دانسته که تمایزات اجتماعی و ساختاری در دهه اخیر به گونه‌ای روز افزون از رهگذر صور فرهنگی بیان می‌شوند. وی در کتاب "تمایز" به نقدی درباره

سلاقی می‌پردازد و مشخص می‌سازد که چگونه گروه‌های خاص بویژه طبقات خاص اقتصادی و اجتماعی، انواع کالاهای مصرفی، روش ارائه خوراک و غذا خوردن، لباس پوشیدن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل را بکار می‌گیرند تا روش مجزای زندگی خویش را مشخص کنند. وی بر این باور است که مصرف را باید همچون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی به عنوان راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست. برای مثال، تفاوت‌هایی عمده بین شیوه‌های مصرف خوراکی، نوشیدنی، تماشای تلویزیون، ویدئو، مبلمان و آرایش منزل، اتومبیل و پوشاک طبقه‌های کارگر و متوسط و پایین وجود دارد (Bocock, 2001, pp 92-97). لذا، در بحث بوردیو مصرف همانند پاسخ به نیازهای زیستی مطرح نمی‌شود بلکه مصرف به منزله استفاده از نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است (Shalchi, 2005, p34). بنابراین، سبک زندگی همان فضایی است که کنشگران در ذیل آن می‌آموزند که چگونه زندگی کنند، چه چیز را ارجح بدانند و چه چیز را زیبا بشمارند (Jamshidiha & Parastash, 2007, p9). به باور او هرآنچه سلیقه فرهنگی، انتخاب‌های هنری و... نامیده می‌شود و ممکن است کاملاً طبیعی و ناشی از قریحه‌های ذاتی افراد شمرده شود، رابطه مستقیم و قابل اثباتی با وضعیت و موقعیت اجتماعی آن‌ها دارد (Rafatjah, 2008, p141). بوردیو (Bourdieu, 1984) بیان می‌کند که افراد سبک زندگی خود را انتخاب می‌کنند، اما نه بصورت آزادانه (Williams, 1995, pp580-585). بوردیو رابطه بین ساختمان ذهنی و سبک زندگی را هم مورد توجه قرار می‌دهد. در این جا بدن و اجزای مرتبط با آن از اهمیت زیادی برخوردار می‌شوند (Jenkins, 2002, p161).

گیدنز (Giddens, 2002) بر این باور است سبک زندگی کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند. جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های کنش جلوه می‌کنند؛ چنین رفتارهایی بازتاب‌کننده 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 منزلت جویانه است که با این حال، توسط موقعیت اجتماعی افراد و امکان و میزان دسترسی آنان به منابع اقتصادی و فرهنگی مشروط می‌شود (Cockerham, 1997, p 32). به نظر گیدنز (Giddens, 1991, pp86-87) زنان به ویژه براساس ویژگی‌ها جسمانی شان مورد قضاوت قرار می‌گیرند و احساس شرم‌سازی نسبت به بدنشان ارتباط مستقیمی با انتظارات اجتماعی دارد. با برداشتی که گیدنز از مقوله سبک زندگی دارد، مطالعه سبک زندگی عبارت است از تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها با الگوهای کنش که افراد آن‌ها را انتخاب کرده، واکنش‌شان در زندگی روزمره به واسطه آن‌ها هدایت می‌شود (Fazeli, 2002, p 66).

در دیدگاه چنی (Chaney, 1996) پدیده سبک زندگی تلاشی در جهت نمایش هویت فردی و تعریف ویژگی مدرنیته بوده است (khademian, 2009, p 21). سبک های زندگی، الگوهای متمایز کنش در میان مردم است و مردم در زندگی روزانه خود از مفهوم سبک زندگی بی آن که توضیح منظور خود را ضروری ببینند، استفاده می کنند زیرا این مفهوم به توضیح رفتار افراد، علل آن و معنایی که این رفتار برای آن ها دارد کمک می کند (Chaney, 1996, 9).

مایک فدرستون (Featherston, 1991) می گوید اصطلاح سبک زندگی مد است که تن، پوشاک، طرز صحبت کردن، وقت گذرانی، ترجیحات خوردنی و نوشیدنی، منزل، اتومبیل، انتخاب محل تفریح و سایر کارهای شخصی را باید به عنوان شاخص های فردیت و سلیقه ای او بشمار آورد. امروزه به طرف جامعه ای بدون گروه های ثابت منزلتی حرکت می کنیم که در آن دیگر انطباق با سبک های زندگی که برای گروه های ویژه تثبیت شده باشد معنی ندارد. جامعه ای که فدرستون به آن اشاره دارد جامعه ای است که دارای گروه های ثابت طبقه اجتماعی است که تعیین کننده الگوهای جدید مصرف عملاً از بین رفته اند (Bocock, 2001, p 47).

شغل و فرهنگ شغلی دو عامل مرتبط با هم هستند که تاثیر آن ها بر سبک زندگی در برخی پژوهش ها آزموده شده است. پارکر (Parker, 1995) سعی کرد تا سبک گذاران اوقات فراغت و تفریح افراد را بر اساس کار و شغلشان توضیح دهد، البته شغل و کار می توانند بر بقیه عرصه های سبک زندگی نیز موثر باشند. این تاثیر ناشی از چندبعد قابل توضیح هستند؛ در بعد اقتصادی، میزان درآمد حاصل از کار فرد میزان دسترسی وی به امکانات لازم برای تحقق برخی سبک های زندگی را تعیین می کند. در بعد اجتماعی، کار وسیله ای برای ایجاد ارتباطات اجتماعی و داخل شدن در برخی شبکه های اجتماعی است، همین شبکه های اجتماعی قادرند تا برخی سبک های زندگی را ایجاد یا تقویت کنند. همچنین، ابعاد اجتماعی دیگری نیز برای کار متصور است؛ کار کردن باعث می شود تا زمان در دسترس افراد برای انجام فعالیت های گوناگون محدود شود، لذا، در مطالعه سبک زندگی متغیر فرهنگ شغلی اهمیت ویژه ای یافته است (Fazeli, 2002, p 99).

رابرت باکاک (Bocock, 2001, p 33) در کتاب مصرف عنوان می کند: مصرف کردن متظاهرانه در آمریکا تبدیل به نقش اصلی زنان شد و زنان برای فراهم نمودن کالاهای مصرفی و لوازم اضافی جدید، شغل کارمندی می گرفتند. تاثیر طبقه شغلی بر الگوی مصرف در دو شکل عمده در نظر گرفته می شد. اول از همه سطح درآمد مهم بود. در نظام طبقه بندی بعضی از شغل ها حتی اگر درآمد اعضای آن کم تر از درآمد طبقه پایین تر باشد، به علت منزلت اجتماعی بالاتر در جایگاه بالاتری قرار دارد. دیگر این که منزلت اجتماعی بالاتر یک شغل، مرتبط با صلاحیت های تحصیلی می باشد. لذا، سطوح تحصیلی به علت اینکه بر الگوی مصرف تاثیر می گذارد مهم هستند به نظر

باکاک برای زنان نقش‌های شغلی مبنایی بود تا هویت اجتماعی و روان‌شناسی شان را بر آن بنا کنند (Ibid, p 45).

پیشینه پژوهش

رفعت‌جاه (Rafatjah, 2008) در مقاله‌ای با عنوان "تاثیر موقعیت شغلی برسبک زندگی زنان شاغل" سعی کرده تاثیر موقعیت اجتماعی و شغلی زنان را بر سبک زندگی آنان مورد بررسی و تبیین قرار دهد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که هر چه موقعیت شغلی و سرمایه اقتصادی زنان مورد مطالعه ارتقا پیدا می‌کند، روابط اجتماعی آن‌ها کاهش می‌یابد؛ هم‌چنین، میزان اوقات فراغت زنان رده‌های متوسط شغلی، نسبت به شاغلان رده‌های پایین و بالای شغلی بیش‌تر بوده است. این مطالعه نشان داد؛ زنانی که دارای موقعیت شغلی بالا بوده‌اند، نسبت به زنان رده‌های شغلی پایین، سبک زندگی از مصرف‌گرایی فاصله گرفته و توجه به جنبه‌های فایده‌ای و کاربردی کالاها بیش‌تر می‌شود. هم‌چنین، نتایج حاکی از آن است که سبک زندگی زنان را نمی‌توان صرفاً از روی موقعیت شغلی آنها شناخت، بلکه باید تاثیر سایر عوامل فرهنگی از جمله جنسیت، تحصیلات را در شکل‌گیری سبک زندگی زنان مورد مطالعه قرار داد.

اعظم‌خاتم (Khatam, 1999) در پژوهشی با عنوان «سبک زندگی و جایگاه آن در فرهنگ مصرفی جامعه شهری تهران» تغییر روابط خانوادگی در نتیجه افزایش نقش و مسئولیت‌های زنان را نماد تجدد عرصه خصوصی معرفی می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده بالاتر بودن اشتغال زنان در فعالیت‌های اقتصادی و پایین بودن تعداد فرزندان، با اهمیت بیش‌تر آموزش فرزندان و استفاده بیش‌تر از کالاها و خدمات تجاری و گذران اوقات فراغت قابل‌پیش‌بینی است.

فردروو صداقت‌زادگان (Fardro & sedaghatzadegan, 1998) در پژوهشی با عنوان "پایگاه اقتصادی و اجتماعی و مصرف کالاها و فرهنگی" با بهره‌گیری از روش پیمایشی در دو منطقه شمال و جنوب شهر تهران انجام شده این نتیجه رسیدن که میزان تحصیلات و جنسیت با میزان و نوع مصرف کالاها و فرهنگی رابطه دارند.

ربانی و همکار (Rabani & Rostgar, 2008) در مقاله پژوهشی خود با عنوان "جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی" به این نتیجه اشاره می‌کنند که بین دو متغیر جنس و پایگاه اقتصادی-اجتماعی با سبک زندگی رابطه وجود ندارد.

اخلاصی (Ekhlasi, 2008) به پژوهشی در مورد مدیریت بدن در زنان پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد زنان به میزان زیادی توجه به بدنشان دارند و این موضوع با پایگاه اقتصادی-اجتماعی آنان رابطه دارد.

سازمان مینتل (Mintel, 1988) در پژوهش "سبک زندگی در بریتانیا" به جنبه های گوناگون زندگی جوانان و زنان و اطلاعاتی درباره نقش تصمیم گیرندگی زنان به ویژه در امر گذران اوقات فراغت اشاره شده است. در این پژوهش، به عامل تفاوت جنسیت و سبک زندگی پرداخته شده است، نتیجه پژوهش نشان دهنده آن است که در بین جوانان، زنان بیش از مردان به ظاهر شخصی و کتاب اهمیت می دهند (Chaney, 1996).

میچمان (Michman, 1989) پژوهشی در مورد تفاوت های فرهنگی انجام داده است. وی به دگرگونی اشاره دارد که در نقش های جنسیتی در حال حادث شدن است. مشارکت بیش تر مردان در امور مربوط به خانه داری که نشان می دهد سبک های زندگی مردان در حال تغییر است. همین طور در مورد زنان که اکنون عده بیش تری از آنان مشاغل تمام وقت دارند. برای پاسخگویی به این حساسیت های در حال تغییر، عرضه کنندگان کالا و خدمات مصرفی باید نسبت به معانی نمادین کالاهای خویش هشیار باشند (chaney, 1996).

هاکیم (Hakim, 2002) در مقاله پژوهشی "سبک زندگی و تفاوت در انتخاب بازار کار زنان"، نتایج نشان می دهد ترجیحات سبک زندگی تاثیر بسزایی بر انتخاب نوع شغل زنان دارد و تنوع در سبک زندگی در میان کارمندان زن در مشاغل خاص (پاره وقت و نیمه وقت) قابل ملاحظه است. ویل (Veal, 2001) در کار پژوهشی خود با عنوان فراغت، سبک زندگی و فرهنگ به این نتیجه می رسد که عمده ترین اختلاف ها در رفتارهای گذران اوقات فراغت هنوز بوسیله سن و جنس و طبقه اجتماعی تبیین می شود و این متغیرها علل اختلاف بوجود آمده در تنوعات سبک زندگی را تشریح و توضیح خواهند داد.

تورچ (Torche, 2007) در مقاله ای با عنوان "پایگاه اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی" به این نتیجه رسیده است که نوع فعالیت اقتصادی و منزلت شغلی افراد در کشور کانادا با سبک مصرف کالاهای فرهنگی رابطه دارد و نیز درآمد و تحصیلات آنان موثر بر نحوه مصرف کالاهای فرهنگی است.

چارچوب نظری پژوهش

زنان به منزله مصرف کنندگان محصولات خاص در پژوهش های سبک زندگی از جایگاه ویژه ای برخوردارند، لذا، توجه به نقش جنسیت در توضیح و تبیین سبک زندگی دل مشغولی بسیاری از پژوهش های اجتماعی بوده است. از سوی دیگر، حضور گسترده این گروه در عرصه های اجتماعی بویژه در بازار کار به نظر می رسد الگوهای زندگی متفاوتی برای این گروه به ارمغان آورده است، لذا

وضعیت فعالیت (اشتغال) زنان از عوامل تاثیر گذار برسبک زندگی است، چنانکه در ادبیات جامعه شناسان کلاسیک و معاصر ساز و کار رابطه بین این دو مورد بحث قرار گرفت.

در دیدگاه وبلن (Veblen, 2004) افراد در مشاغل متفاوت (نوع فعالیت) سبک زندگی متفاوتی دارند و آنهایی که مشاغل کلیدی جامعه را اشغال کرده اند، به گونه ای وانمود می کنند که سبک فکرشان و عمل و کردارشان از دیگر افراد جامعه برتر است و این را جایگاه شغلی آنها تعیین می کند این افراد درآمد بیش تری را کسب می کنند، لذا شیوه زندگی متفاوتی که برای آنها نشانه افتخار است، انتخاب می کنند برای مثال، در پوشش، آرایش و گذران اوقات فراغت و... نشان می دهند با دیگران متفاوت هستند و در دیدگاه وبر شغل یکی از مهم ترین عوامل لایه های اجتماعی است که پیوستار نزدیکی با سبک زندگی دارد. وی سبک های زندگی را برای اشاره به شیوه های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش هایی که مشخص کننده گروه های منزلتی متفاوت هستند، معرفی می کند.

بورديو (Bourdieu, 1984) اذعان دارد که سبک زندگی منشا طبقاتی دارد، به بیان دیگر، هر طبقه لباس خاصی می پوشد، نوشیدنی خاص می خورد، اوقات فراغت و ورزش متفاوتی دارد (Gmow, 1997: 21). وی بر این باور است که سلیقه مشخصه پایگاه اجتماعی است. بررسی بورديو بیانگر این نکته است که طبقات و گروه های شغلی متفاوت تمایل به سلیقه های گوناگون در موزیک و غذا و... دارند (Smith, 2001, p137) و در دیدگاه پارکر شغل و کار می توانند بر عرصه های سبک زندگی نیز تاثیر بگذارند (Fazeli, 2002, p 99).

در همین رابطه رابرت باکاک (Bocock, 2001, p33) در تبیین جایگاه نوع فعالیت زنان عنوان می کند زنان برای فراهم نمودن کالاهای مصرفی شغل اختیار می کنند. هم چنین، با توجه به این که مشاغل بالاتر مرتبط با صلاحیت های تحصیلی می باشد، لذا سطوح تحصیلی زنان هم بر الگوی سبک زندگی تاثیر می گذارد. سوبل (Sobel, 1983, p531) درباره تاثیر گذاری تحصیلات بر سبک زندگی بیان می کند ارتباط تعاملی سه متغیر درآمد، تحصیلات و شغل با هم برسبک زندگی زنان موثر هستند.

بنابراین، در این پژوهش وضعیت فعالیت (شاغل و غیر شاغل) زنان به عنوان تبیین کننده اصلی تفاوت در سبک زندگی این گروه مورد نظر می باشد با پذیرش این نکته که دیگر متغیرهای مرتبط با اشتغال زنان از جمله درآمد خانواده، تحصیلات هم سبک ها و شیوه های زندگی متفاوتی را برای زنان شاغل در مقایسه با زنان غیر شاغل خلق نموده است.

فرضیه های پژوهش

- ۱- بین سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل تفاوت وجود دارد.
- ۲- بین ابعاد سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل تفاوت وجود دارد.
- ۳- بین متغیرهای زمینه ای (تحصیلات، سن و درآمد خانواده) با نوع سبک زندگی زنان رابطه وجود دارد.
- ۴- بین منزلت شغلی زنان شاغل با نوع سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش مورد استفاده در این مطالعه پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه زنان متاهل شاغل و غیر شاغل ۲۵-۴۹ سال شهر ساری مرکز استان مازندران در سال ۱۳۹۰ که تعداد آن‌ها ۶۵۱۸۰ نفر می باشد (Statistical Center of Iran, 2009). بمنظور انتخاب نمونه از روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی متناسب با حجم نمونه استفاده شده است. ۴۵۰ نفر حجم نمونه آماری این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردید. ابزار اصلی جمع آوری داده ها و اندازه گیری متغیرها از راه پرسشنامه بوده که با توجه به مطالعات تجربی و مبانی نظری، معرف ها شناسایی و پرسشنامه اولیه تهیه شد و در معرض ارزیابی داوران قرار گرفت و اعتبار محتوایی آن تایید گردید، پس از تعیین اعتبار برای سنجش پایایی پرسشنامه با توزیع ۳۰ پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ (جدول ۱) محاسبه شد. جهت آزمون فرضیه ها از آزمون های مقایسه میانگین ها و رگرسیون چند متغیری و تحلیل مسیر استفاده شده است.

تعریف متغیرهای پژوهش: وضعیت فعالیت (متغیر مستقل اصلی) که شامل زنان شاغل و غیر شاغل (خانه دار...) برابر تعریف مرکز آمار ایران می باشد و ویژگی های فردی و اجتماعی دیگر که متغیرهای پیشینه ای یا زمینه ای را در بر می گیرند، از قبیل: سن، تحصیلات، درآمد خانواده که از پاسخگویان پرسیده شد. همچنین، منزلت شغلی زنان شاغل را در ۳ گروه بالا، متوسط، پایین سنجیده ایم (Kazamipour, 1998).

تعریف عملیاتی متغیر سبک زندگی

جدول ۱- ابعاد، معرف‌ها و ضرایب پایایی

نام	ابعاد	نوع	معرف‌ها	آلفای
متغیر		سبک		کرونباخ
		زندگی		
			<ul style="list-style-type: none"> - غذاهای محلی و سنتی ایرانی - استفاده از سطح زمین برای صرف غذا و استراحت - مسکن و تزیینات غیرتجملی - آراستن منزل با استفاده از لوازم ساده و سنتی - انتخاب موسیقی محلی و سنتی ایرانی 	۰/۸۴۵
	نوع		<ul style="list-style-type: none"> - غذاهای فرنگی و آماده - استفاده از میز غذاخوری و پیشخوان آشپزخانه برای صرف غذا - آپارتمان لوکس و خانه ویلایی - آراستن منزل با استفاده از کالاهای لوکس و تزیینات تجملی - انتخاب موسیقی رپ، پاپ و غربی 	
	سلیقه			
		مدرن		
			<ul style="list-style-type: none"> - تاکید بر روابط خانواده دوستی و خویشاوندی - محدود بودن شبکه روابط باجنس مخالف - تاکید بر دید و بازدید - مسافرت با خانواده و خویشاوندان - مسافرت به مناطق حومه شهرو جنگل و دریاومناطق مذهبی 	۰/۷۵۹
	روابط			
	اجتماعی		<ul style="list-style-type: none"> - کم توجهی به روابط خانوادگی و خویشاوندی - داشتن رابطه جنسی و تجربه این روابط فراتر از حیطه خانواده - کم شدن دید و بازدید - مسافرت و گردش با دوستان و همکاران و به تنهایی - مسافرت به مناطق مرزی (کیش، قشم) و کشورهای خارجی 	
		مدرن		
			<ul style="list-style-type: none"> - توجه به پوشش‌های ساده - کم توجهی به آرایش موی سر و صورت - عدم توجه به جراحی‌های زیبایی و تناسب اندام 	۰/۹۰۰
	مدیریت			
	و نظارت		<ul style="list-style-type: none"> - توجه به پوشش‌های مدرن - توجه زیاد به آرایش موی سر و صورت - توجه به جراحی‌های زیبایی و استفاده از روش‌های تناسب اندام 	
	بدن	مدرن		

دنباله جدول ۱				
نام	ابعاد	نوع	معرف ها	آلفای
متغیر	سبک	زندگی	کرونباخ	
			مکان‌های تهیه لباس (عمده فروشی، بازارهای هفتگی و...)	
		سنتی	خرید لباس با توجه به عقاید مذهبی، پوشیده بودن، ساده بودن، موقعیت خانوادگی، پایین بودن قیمت	
	الگوی		مکان‌های تهیه لباس (مجموع‌های تجاری، خارج از کشور و...)	
	خرید	مدرن	خرید لباس با توجه به مارک، مدروز بودن، خارجی بودن، شیک بودن و عدم توجه به عقاید مذهبی	۰/۷۲۵
	لباس			
			استفاده از سرگرمی‌ها و ورزش‌های فرهنگی و ارزان مانند خواندن کتاب و مجلات، دویدن و قدم زدن، پیاده روی	
	سبک		توجه به مراسم مذهبی و دعا و نیایش و زیارت اماکن مقدسه	
	زندگی	سنتی	توجه به کارهای هنری (خیاطی، گلدوزی و...)	
			تاکید بر گذران فراغت مبتنی بر استفاده از فناوری‌های جدید مانند (رایانه، اینترنت، کنسرت، سینما)	
	نحوه		تاکید بر الگوهای ورزشی و فراغتی گران قیمت (کنسرت، موسیقی، اسکیت، تنیس و...)	۰/۷۵۱
	گذران	مدرن	کم توجهی به شرکت در مراسم و مجالس مذهبی و دعا و نیایش	
	اوقات		عدم توجه به کارهای هنری (خیاطی، گلدوزی و...)	
	فراغت		استفاده از موسیقی‌های سنتی و اکتفا به فیلم‌ها و برنامه‌های	
			رادیویی و تلویزیونی	
	مصرف		خواندن روزنامه و مجلات	
	فرهنگی		توجه به خرید کالاهای فرهنگی و آموزشی مانند لوح فشرده،	۰/۷۴۳
		مدرن	اینترنت (دانلود کتاب و موسیقی)، ماهواره، کنسرت‌های موسیقی (غربی و پاپ)، اینترنت، کتابخانه دیجیتال	
				۰/۹۴۵
				سبک زندگی (کل)

یافته های پژوهش

جدول ۲ و ۳ ویژگی های عمومی نمونه مورد مطالعه را نشان می دهد.

جدول ۲- توزیع فراوانی جامعه مورد مطالعه بر حسب وضعیت فعالیت و سن

گروه های سنی	شاغل		غیر شاغل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۲۵-۲۹	۶۰	۴۰	۱۲۶	۴۲
۳۰-۳۴	۳۲	۲۱/۳	۵۹	۱۹/۶
۳۵-۳۹	۲۶	۱۷/۳	۴۰	۱۳/۳
۴۰-۴۴	۱۷	۱۱/۳	۲۵	۸/۳
۴۵-۴۹	۱۵	۱۰	۵۰	۱۶/۶
جمع	۱۵۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰

جدول ۳- توزیع فراوانی جامعه مورد مطالعه بر حسب وضعیت فعالیت و تحصیلات

مدرک تحصیلی	شاغل		غیر شاغل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
بیسواد	-	-	۱۰	۳/۳
ابتدایی	۱	۰/۷	۲۵	۸/۳
راهنمایی	۳	۲	۳۶	۱۲
دیپلم	۳۹	۲۶	۱۳۱	۴۳/۷
فوق دیپلم	۳۶	۲۴	۴۶	۱۵/۳
لیسانس	۶۶	۴۴	۵۲	۱۷/۳
فوق لیسانس و بالاتر	۵	۳/۳	-	-
جمع	۱۵۰	۱۰۰	۳۰۰	۱۰۰

همان گونه که در جداول بالا ملاحظه می شود، بالاترین فراوانی متعلق به گروه سنی ۲۵-۲۹ ساله هاست و در نمونه ۳۳ درصد شاغل و بقیه شاغل نبودند، هم چنین، در گروه شاغلان بیشترین افراد در گروه تحصیلات لیسانس و در غیر شاغلان بیشترین فراوانی متعلق به دیپلمه هاست.

تحلیل فرضیه ها

فرضیه نخست: بین سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل تفاوت وجود دارد.

جدول ۴- خلاصه آماری سبک زندگی بر حسب وضعیت فعالیت

وضعیت فعالیت	کل	شاغل	غیر شاغل	مقدار آزمون	سطح معنی داری
	درصد	درصد	درصد		
				۷/۷۳	۰/۰۴۱
سبک زندگی سنتی	۶۸/۷	۶۸/۰	۷۰/۰		
مدرن	۳۱/۳	۳۲/۰	۳۰/۰		
جمع	۰/۱۰۰	۰/۱۰۰	۰/۱۰۰		

*مقدار آزمون و سطح معنی داری براساس تفاوت میانگین ها (نمره ها) محاسبه شده است. بمنظور آزمون این فرضیه ابتدا لازم است توصیفی از داده های جمع آوری شده صورت گیرد. جدول ۴ توزیع فراوانی نوع سبک زندگی را بر حسب وضعیت فعالیت نشان می دهد حدود ۷۰ درصد زنان مورد مطالعه دارای سبک زندگی سنتی هستند و ۳۰ درصد بقیه مدرن می باشند، با وجود این که تفاوت نوع سبک زندگی در بین زنان شاغل و غیر شاغل قابل ملاحظه نمی باشد، ولی داده های این جدول تاییدی بر فرضیه اصلی پژوهش می باشد و نشان دهنده تفاوتی معنی دار بین دو گروه است.

فرضیه دوم: بین ابعاد سبک زندگی زنان شاغل و غیرشاغل تفاوت وجود دارد.
جدول ۵- خلاصه آماری ابعاد سبک زندگی برحسب وضعیت فعالیت

فعالیت	وضعیت	کل	شاغل	غیرشاغل	مقدار آزمون	سطح معنی داری	ابعاد	
							درصد	درصد
نوع سلیقه	سنتی	۷۴/۰	۶۸/۰	۷۷/۰	۴/۰۴	۰/۰۷۳	نوع سلیقه	سنتی
	مدرن	۲۶/۰	۳۲/۰	۲۳/۰				مدرن
روابط اجتماعی	سنتی	۴۹/۵	۴/۷	۷۲/۰	۸/۴۲۱	۰/۰۲۶	روابط اجتماعی	سنتی
	مدرن	۵۰/۴	۹۵/۳	۲۸/۰				مدرن
مدیریت و نظارت بدن	سنتی	۶۳/۷	۳۷/۳	۷۷/۰	۴/۱۹۹	۰/۰۱۲	مدیریت و نظارت بدن	سنتی
	مدرن	۳۶/۲	۶۲/۷	۲۳/۰				مدرن
الگوی خرید	سنتی	۶۳/۷	۴۱/۳	۷۵/۰	۴/۲۹	۰/۰۰۱	الگوی خرید	سنتی
	مدرن	۳۶/۲	۵۸/۷	۲۵/۰				مدرن
گذران اوقات فراغت	سنتی	۵۳/۶	۵۲/۰	۵۴/۳	۲/۱۹	۰/۲۶۷	گذران اوقات فراغت	سنتی
	مدرن	۴۶/۴	۴۸/۰	۴۵/۷				مدرن
مصرف محصولات فرهنگی	سنتی	۸۱/۵	۶۵/۳	۸۹/۶	۴/۸۹	۰/۰۹۲	مصرف محصولات فرهنگی	سنتی
	مدرن	۱۸/۴	۳۴/۶	۱۰/۳				مدرن

بمنظور نشان دادن واضح تر تفاوت‌ها و باتوجه به ابعاد سبک زندگی، نتایج توصیفی و آزمون فرضیه های اصلی در جدول ۵ ترسیم شده است. داده ها نشان می دهند به جز بعد روابط اجتماعی با تفاوتی بسیار کم در سایر ابعاد اکثریت زنان مورد مطالعه دارای سبک زندگی سنتی می باشند، اما در این ابعاد تفاوت زنان شاغل با غیر شاغل مشهود می باشد. به گونه‌ای که کلیه زنان شاغل به گونه‌ای نسبی از فراوانی بیش‌تری در سبک زندگی مدرن برخوردار هستند، بویژه در روابط اجتماعی، مدیریت بدن و الگوی خرید کاملاً قابل ملاحظه می باشد، اما در زنان غیر شاغل در کلیه ابعاد مذکور برتری از آن تعداد زنان سنتی می‌باشد.

بطور کلی مقایسه بین دو گروه نشان می‌دهد در همه ابعاد سبک زندگی تعداد زنان شاغل مدرن بیش‌تر از زنان غیر شاغل مدرن می‌باشد، نکته دارای اهمیت در این است که در گذران اوقات فراغت تفاوت بین دو گروه بسیار ناچیزاست، اما این تفاوت در تمامی ابعاد سبک زندگی مورد تایید نمی‌باشد (جدول ۵). چنانکه در نوع سلیقه، گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی تفاوت‌ها تایید نشده‌اند، اما در روابط اجتماعی، مدیریت بدن والگوی خرید تفاوتها معنادار هستند، که البته با توجه به این‌که زنان شاغل در بیرون خانه حضور دارند، بدیهی است؛ شبکه روابط اجتماعی‌شان بیش‌تر است، هم‌چنین، این زنان به علت دسترسی به منابع مالی مستقل در نظارت بر بدن (لباس، آرایش و...) والگوی خرید متفاوت از زنان غیر شاغل هستند.

فرضیه سوم: بین متغیرهای زمینه‌ای (تحصیلات، سن و درآمد خانواده) بانوع سبک زندگی زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۶- همبستگی بین سبک زندگی با تحصیلات، سن و درآمد

متغیر	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
تحصیلات	۰/۳۱	۰/۰۰۰
سن	-۰/۳۰۴	۰/۰۰۰
درآمد خانواده	۰/۲۳۷	۰/۰۰۰

جدول ۷- خلاصه آماری تحلیل واریانس سبک زندگی برحسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	میانگین	انحراف معیار	مقدار آزمون	سطح معنی داری
بیسواد	۲۷۰/۹۰۰۰	۲۰/۰۱۹۱۶		
ابتدایی	۲۷۳/۷۶۹۲	۱۷/۶۹۵۸۹		
راهنمایی	۳۰۲/۲۰۵۱	۴۲/۷۸۷۲۲		
متوسطه	۳۲۱/۲۵۸۸	۳۸/۳۷۱۴۸	۲۰/۷۰۹	۰/۰۰۰
فوق دیپلم	۳۳۲/۲۹۲۷	۳۴/۰۵۱۳۴		
لیسانس	۳۳۵/۰۵۹۳	۳۲/۶۵۶۲۸		
فوق لیسانس و بالاتر	۳۹۲/۶۰۰۰	۴۰/۴۴۵۰۲		

بمنظور شناخت میزان تاثیر متغیرهای زمینه‌ای (تحصیلات، سن و درآمد خانواده) بر نوع سبک زندگی، همان‌گونه که در جدول‌های ۶ و ۷ نمایش داده شده است، با بالا رفتن سن گرایش به سبک زندگی سنتی افزایش می‌یابد و درآمد خانواده افراد با سبک زندگی آنان رابطه مستقیم دارد و هم‌چنین، با افزایش میزان تحصیلات گرایش به سبک زندگی مدرن افزایش می‌یابد. بنابراین،

ارتباط بین این سه متغیر زمینه ای با نوع سبک زندگی تایید شده است.
فرضیه چهارم: بین منزلت شغلی زنان شاغل با نوع سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.

جدول ۸- خلاصه آماری تحلیل واریانس سبک زندگی بر حسب منزلت شغلی زنان شاغل

منزلت شغلی	فراوانی نسبی	میانگین	انحراف معیار	مقدار آزمون	سطح معنی داری
پایین	۳۱/۴	۳۳۹/۰۱۱۴	۳۰/۴۵۳۴۷		
متوسط	۵۸/۶	۳۴۱/۲۵۵۳	۳۵/۸۵۳۸۵	۳/۴۲۴	۰/۰۳۵
بالا	۱۰	۳۶۳/۳۳۳۳	۴۱/۴۸۲۶۴		

جدول ۸ بیانگر این موضوع است، به گونه‌ای که زنان با منزلت شغلی بالاتر دارای گرایش‌های سبک زندگی مدرن می‌باشند.

تحلیل رگرسیون چندگانه

جدول ۹- نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیری سبک زندگی با متغیرهای سبک زندگی

متغیرها	ضرایب غیراستاندارد شده		ضرایب استاندارد شده		سطح معنی داری (sig)
	B	انحراف استاندارد	β	t	
(ضریب ثابت)	۳۱۶/۲۰۸	۱۱/۰۵۶		۲۸/۶۰۰	۰/۰۰۰
وضعیت فعالیت	۱۹/۷۸۷	۳/۶۹۷	۰/۲۳۵	۵/۳۵۲	۰/۰۰۰
سن	-۱/۱۵۵	۰/۲۰۷	-۰/۲۵۰	-۵/۵۹۳	۰/۰۰۰
تحصیلات	۶/۴۷۵	۱/۵۰۳	۰/۲۰۸	۴/۳۰۹	۰/۰۰۰
درآمد خانواده	-۰.۵E۱/۰۷۸	۰/۰۰۰	۰/۲۱۴	۵/۱۸۱	۰/۰۰۰
	Sig = ۰/۰۰۰	F = ۴۷/۴۸۲	R ² = ۰/۲۹۹	R = ۰/۵۴۷	

جهت پیش بینی و تعیین میزان تاثیر و سهم هر یک از متغیرها مستقل بر متغیر سبک زندگی از روش تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است که نتایج آن بیانگر این حقیقت است که حدود ۳۰ درصد نوع سبک زندگی توسط متغیرهای یاد شده تبیین می‌شوند. با توجه به جدول زیر می‌توان قضاوت نمود سن سپس وضعیت فعالیت و درآمد خانواده و در آخر میزان تحصیلات افراد به ترتیب در پیش بینی نوع سبک زندگی سهم متفاوتی دارند.

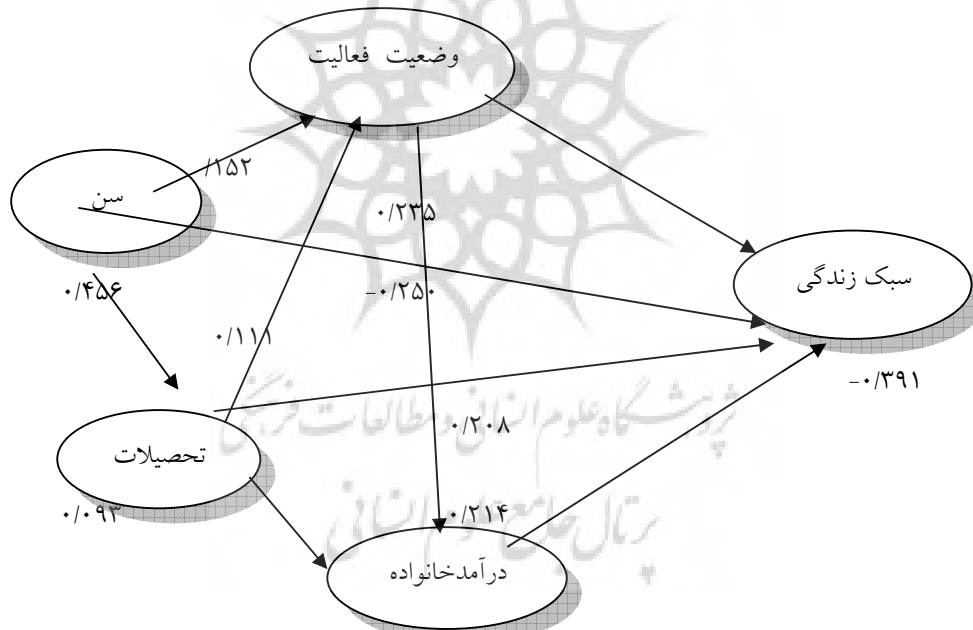
یافته های تحلیل مسیر

در پایان با جدول و نمودار تحلیل مسیر که بر مبنای روابط علی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته در آن روابط و تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها مشخص می‌گردد تلاش می‌شود تا اثرات مستقیم و غیر مستقیم هر متغیر و نقش هر یک از متغیرها را در جدول مربوطه و دیاگرام مسیر مشخص شود.

جدول ۱۰- اثرات متغیرهای مستقل بر وابسته

نام متغیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل
وضعیت فعالیت	۰/۲۳۵	۰/۰۲۳	۰/۲۵۸
سن	-۰/۲۵۰	-۰/۰۵۴	-۰/۳۰۴
تحصیلات	۰/۲۰۸	۰/۱۳۶	۰/۳۴۴
درآمد خانواده	۰/۲۱۴	-	۰/۲۱۴

همان گونه که در جدول ملاحظه می‌شود قوی‌ترین متغیر برای پیش بینی متغیر سبک زندگی، متغیر تحصیلات است که با تأثیر گذاری مستقیم و غیر مستقیم سهم بیش تری در مقایسه با سایر متغیرها در پیشگویی متغیر وابسته (سبک زندگی) دارد و کم اهمیت‌ترین متغیر، درآمد خانواده است. در نمودار زیر چگونگی ارتباط بین متغیرهای مورد مطالعه نمایش داده شده است.



نمودار ۱- تحلیل مسیر

نتیجه گیری و بحث

این پژوهش با هدف مقایسه سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل صورت گرفته است با توجه به نتایج پژوهش اکثریت زنان مورد مطالعه دارای سبک زندگی سنتی می باشند، با تایید فرضیه اول بین سبک زندگی زنان شاغل و غیرشاغل تفاوت وجود دارد، بطوری که زنان شاغل در مقایسه با زنان غیرشاغل از فراوانی بیش تری در سبک زندگی مدرن برخوردار هستند، هرچند این تفاوتها اندک است، ولی معنادار می باشد. این نتایج با یافته‌های رفعت جاه (Rafatjah, 2008) و تورچ (Torche, 2007) همخوانی دارد، با این توضیح که زنان مورد مطالعه در برخی از ابعاد سبک زندگی سنتی و در برخی دیگر دارای سبک زندگی مدرن می‌باشند، براساس نتایج پژوهش و تایید فرضیه دوم تفاوت ابعاد سبک زندگی بین دو گروه زنان مورد مطالعه معنادار است، بویژه در ابعاد روابط اجتماعی، مدیریت بدن و الگوی خرید (مصرف) تفاوتها قابل ملاحظه و تایید شده است، این نتایج با یافته‌های مطالعه خاتم (Khatem, 1999) و اخلاصی (Ekhlasi, 2008) همسو است.

از سوی دیگر، در هر دو گروه (زنان شاغل و غیرشاغل) فرضیه (سوم) تاثیر گذاری میزان تحصیلات، سن و درآمد مورد تایید قرار گرفته است که این نتایج همسو با نتایج تورچ (Torche, 2007) می باشد و مضاف به این که با تایید فرضیه چهارم در گروه زنان شاغل منزلت شغلی رابطه مستقیم با سبک زندگی دارد. لذا، سه متغیر درآمد، تحصیلات و شغل در تعامل با هم بر سبک زندگی تاثیرگذار هستند که همسو با نتایج پژوهش‌های رفعت جاه (Rafatjah, 2008) و هاکیم (Hakim, 2002) است.

از سوی دیگر، نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد سن سپس وضعیت فعالیت، درآمد و در آخر میزان تحصیلات افراد بر نوع سبک زندگی آنان موثرند که این نتایج با یافته‌های تورچ (Torche, 2007) همسو است، همچنین، نتایج تحلیل مسیر داده‌ها نشان می‌دهد قوی ترین متغیر تاثیر گذار بر نوع سبک زندگی میزان تحصیلات افراد است که در پژوهش‌های بسیاری مورد تایید قرار گرفته است.

بطور کلی نتایج این پژوهش تاییدی بر دیدگاه وبر (Weber, 2005) و بوردیو (Bourdieu, 1984) در خصوص تأثیرپذیری سبک زندگی از وضعیت فعالیت در دوره معاصر و همچنین، دیدگاه وبلن (Veblen, 2004) درباره تاثیر شغل بر سبک زندگی است، مضاف بر این که تاییدی بر دیدگاه پارکر (Parker, 1995)، باکاک (Bocock, 2001) و سوبل (Sobel, 1983) در مورد تاثیرگذاری منزلت شغلی، میزان درآمد و تحصیلات بر سبک زندگی می باشد.

در پایان قابل ذکر است براساس نتایج بدست آمده و با توجه به روند افزایشی حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی انتظار می‌رود گرایش‌های به سبک زندگی مدرن افزایش یابد، لذا پژوهش‌های پیش‌تر بمنظور شناسایی ابعاد و میزان گرایش‌های یاد شده لازم و ضروری است.

References

- 1- Bocoock, R. (2001). Consumption, Translated by Kh. Sabori, Tehran, Shirazeh Publications, (Persian).
- 2- Bourdieu, p. (1984). Distinction: A Social Critique of the Judgements of Taste, London: Routledge & Kegan Paul.
- 3- Chaney, D. (1996) Life Style, London: Routledge.
- 4- Chvoshian, H. (2001). Lifestyle and Social Identity, Phd. Thesis, Tehran University, Faculty Social Sciences, (Persian).
- 5- Cockerham, W. C. (1997). "The Social Determinants of Decline of Life Expectancy in Russia and Eastern Europe": A Life Style Explanation and Eastern Europe: A Life Style Explanation, Journal of Health and Social Behavior, vol. 38, pp. 131- 148.
- 6- Critcher, C. (1995). "Is There anything on the Box"? Leisure Studies and Media Studies. Leisure Studies, 11(2), pp. 91-122
- 7-Ekhlasi, E. (2008). "Management of Body and It Relationship with Social Acceptance of Body ". Women's Strategic Studies, Vol.11,No.41,pp. 9-42, (Persian).
- 8- Fardro, M. and Sedaghatzadegan, Sh. (1998). Economic Status-Social and Consumption Cultural Goods, Tehran, Zohd Publications, (Persian).
- 9- Fazeli, M. (2002). Consumption and Lifestyle, Qum, Sobeh Sadegh, (Persian).
- 10- Giddens, A. (1991), Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age, Cambridge: Polity Press.
- 11-Giddens, A. (2002). Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age, Translated by N.S Moafaghyan, Nashreny, (Persian).
- 12- Goshbar, F. (2002). Lifestyle and Social Class, M.A. Thesis, Tehran University, Social Sciences Faculty, (Persian).
- 13- Gronow , G. (1997). Sociology of Taste, London, Routledge.
- 14- Hakim, C. (2002). "Lifestyle Preferences as Determinants of Women's Differentiated Labor Market Careers". Work and occupations, Vol. 29 No.4, November, pp.428-459.
- 15-Jamshidiha, Gh. and Parestash, Sh. (2007). "Habitus and Field Dialectics on Bourdisu's Theory of Practice", Social Sciences Letter, Spring, No.30, pp.10-15, (Persian).
- 16- Jenkins, R. (2002). Pierre Bourdieu: key Sociologists. New York: Routledge.

- 17- Kazempour, Sh. (1998). "Model in Determining Economic Status- Social and Measuring Social Mobility", Social Sciences Letter, Fall & Winter, No.14. pp. 139-172, (Persian).
- 18- Khademian, T. (2009). Lifestyle and Cultural Consumption. Tehran, cultural Institution and Artistic World of Book, (Persian).
- 19- Khatem, A. (1999). The study Lifestyle and Consumer Culture in Tehran, M.A. Thesis, Allamah University, (Persian).
- 20- Rabani, R. & Rostgar, Y. (2008). "Adolescent, Lifestyle and Consumer Culture", Journal of cultural Engineering Year 3th, No. 23-24, December & January, pp.44-53, (Persian).
- 21- Rafatjah, M. (2008). "Effect of Position Job on the Employed Women Lifestyle", Cultural and Communication Studies, No.11, pp.137-157, (Persian).
- 22- Shalechi, V. (2005). The Study Comparative Postmodern Lifestyle and Revolutionary Islamist, M.A. Thesis, Tehran University, (Persian).
- 23- Smith, P. (2001). Cultural Theory; an Introduction , New York: Blackwell publishers
- 24- Sobel, M. (1983). "Lifestyle Expenditure in Contemporary American: Relations between Stratification and Culture", American Behavioral Scientist, vol.26, No.4, pp.521-533.
- 25- Statistical Center of Iran. (2009). General Population Census of Housing, 2006, (Persian).
- 26- Torche, F. (2007). "Social Status and Cultural Consumption: The Case of Reading in Chile", Poetics, Vol. 35, No.2-3, pp.70-92.
- 27- Veal, A.J. (2001). "Leisure, Culture and Lifestyle". Society and Leisure, Vol. 24, No.2, PP.359-376.
- 28- Veblen, T. (2004). The Theory of The Leisure Class, by Translated Farhang Arshad, Tehran, Nashreney, (Persian).
- 29- Williams, S. (1995). "Theory Class, Health and Life Style: Can Bourdieu Help Us"? Sociology of Health & Illness, Vol. 17, No. 5, pp. 577 – 604.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی