

## بررسی نقش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در گرایش شهروندان به سبک زندگی نشاط‌محور

الهه فرزعلیان<sup>۱</sup>

محمد گنجی<sup>۲</sup>

محسن نیازی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۸/۲۳ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۱/۱۷

### چکیده

سبک زندگی نشاط‌محور منبعی ارزشمند برای ارتقای شیوه زندگی افراد جامعه است. بدین ترتیب که این شیوه از زندگی پاسخ‌گوی بعد سلامت روانی، اجتماعی و سلامت جسمانی آنان است. هدف از پژوهش حاضر بررسی اکتشافی و اسنادی ابعاد مختلف سبک زندگی نشاط‌محور و ارائه تعریف جامعی از این مفهوم و عوامل مؤثر بر آن است. جامعه آماری پژوهش پیمایشی حاضر شهروندان تهران هستند. پرسشنامه پژوهش به شیوه نمونه‌گیری چندمرحله‌ای میان ۷۵۰ نفر از شهروندان توزیع شد. به منظور تعیین معرف‌های مفهوم سبک زندگی نشاط‌محور پژوهش‌های پیشین، از مصاحبه با کارشناسان و پژوهشگران حوزه سبک زندگی و شهروندان ساکن شهر تهران استفاده شد. در پایان نیز به کمک تکنیک تحلیل عاملی و ضریب آلفای کرونباخ روایی محاسبه نتایج صورت گرفت. براساس نتایج پژوهش حاضر، شهروندانی که سبک زندگی نشاط‌محور را انتخاب کرده‌اند، اوقات فراغت فعالی دارند، عموماً به مصرف تظاهری گرایش نشان می‌دهند، در بعد مصرف فرهنگی از کتاب‌های طنز و موسیقی‌های شادتر بهره می‌گیرند، گرایش به ورزش‌های گروهی و هوازی دارند، به میزان متناسبی مواد پروتئینی مصرف می‌کنند، به آرایش ظاهری اهمیت می‌دهند، لباس‌های رنگ روشن استفاده می‌کنند و از بهداشت جسمی و روانی مناسب و احساس شادی و خوشحالی بالایی برخوردارند. براساس نتایج آزمون‌های آماری، نقش سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی در ایجاد و تقویت سبک زندگی نشاط‌محور تأیید شده است. نتایج مدل رگرسیونی نشان می‌دهد ۴۷ درصد از متغیر سبک زندگی نشاط‌محور به کمک متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای تبیین می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** سبک زندگی نشاط‌محور، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی، شهروندان شهر تهران.

۱. دکتری علوم اجتماعی دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول)، e.farzalian@kashanu.ac.ir

۲. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، m.ganji@kashanu.ac.ir

۳. استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، niasim@kashanu.ac.ir

## مقدمه و طرح مسئله

سبک زندگی الگوی زندگی فرد است که خود را در فعالیت‌ها، دل‌بستگی‌ها و افکار شخصی نشان می‌دهد (منصوریان و همکاران، ۱۳۸۸). آدلر<sup>۱</sup> سبک زندگی را برای اشاره به حال و هوای زندگی فرد به کار می‌برد؛ به طوری که هدف، خودپنداره و احساس نگرش فرد به دیگران و دنیا را شامل می‌شود. او سبک زندگی را بیش از هرچیز خلاقیتی می‌داند که حاصل کنارآمدن با محدودیت‌ها، موانع، تضادها و بحران‌هایی است که فرد در مسیر پیشرفت به سوی آرمانش بروز می‌دهد (فیست و فیست<sup>۲</sup> ۱۳۸۹: ۱۵) بنابراین سبک زندگی مفهومی است که کل فضای زندگی را دربرمی‌گیرد و براساس آن به بازآفرینی جهان‌بینی، احساسات، روحیات و خلقیات فرد می‌پردازد. می‌توان گفت سبک زندگی افراد می‌تواند جهت‌گیری رفتاری و رسیدن به تعادل روحی و روانی آنان را تعیین کند. به این دلیل می‌توان از گونه‌های متفاوت سبک زندگی نام برد؛ مانند سبک زندگی نشاط‌محور که در این مقاله سبکی از زندگی است که به تأیید جامعه‌شناسان و روانشناسان رسیده است. در میان همه مقالات داخلی و خارجی و پژوهش‌های صورت‌گرفته در مورد سبک زندگی و گونه‌های آن، کمتر پژوهشی به مسئله سبک زندگی نشاط‌محور پرداخته است. حال آنکه به نظر می‌رسد با توجه به مشکلات زندگی مدرن، خلأ پژوهشی در زمینه سبک زندگی نشاط‌محور احساس می‌شود. از سوی دیگر، دنیای جدید با معضلی جدی به نام افسردگی روبه‌روست که پیامدهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و روانی بر جوامع دارد. در صورتی که در مقابل از مؤلفه‌های اصلی سبک زندگی نشاط‌محور، احساسات خوشایند است.

مینکو<sup>۳</sup> در پژوهشی نشان می‌دهد شادی ایران در طول سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۷ در میان ۹۷ کشور رتبه ۵۶ را داشته است که از متوسط نیز پایین‌تر است (مینکو، ۲۰۰۹ به نقل از گنجی ۱۳۸۷). آمارهای دیگری نیز وجود دارد که حاکی از سردی، بی‌انگیزگی، بی‌اعتمادی، منفی‌بافی و گریز از جامعه در اجتماع ایران است که همه این مسائل می‌تواند مسیر رشد و تعالی کشور را ببندد یا به‌کندی صورت دهد (معیدفر، ۱۳۸۵: ۲۳۳). از دلایل این امر می‌توان به این نکته اشاره کرد که ایران از جمله کشورهای در حال توسعه است که در مسیر تحولات دنیای معاصر

---

1. Adler  
2. Fist  
3. Minkove

قرار گرفته است. تحول در بعد شهرنشینی، گرایش به مدرن‌بودن و مهاجرت روستاییان به شهر بوده است و از مهم‌ترین پیامدهای آن می‌توان به چالش میان سنت و مدرنیته اشاره کرد که این چالش خود پیامدهایی داشته است؛ برای مثال مدرنیته سبب کاهش احساس نشاط و شادمانی در افراد شده است. از جمله عوامل تهدیدکننده شادمانی در نظام‌های مدرن از نظر گیدنز عبارت است از: تهدیدهای خشونت‌آمیز ناشی از صنعتی‌شدن جنگ، متزلزل‌شدن ریشه‌های اعتماد به نظام‌های انتزاعی و احساس ناامنی و اضطراب (چلبی و موسوی، ۱۳۸۷: ۳۴).

در این میان، به نظر می‌رسد شهر تهران به‌عنوان پایتخت کشور و جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش از معضل عدم برگزیدن سبک زندگی نشاط‌محور رنج بیشتری می‌برد. از دلایل این امر می‌توان به این مورد اشاره کرد که تهران به‌منزله شهری بزرگ از آلودگی‌های محیطی زیادی رنج می‌برد. آلودگی هوا، آلودگی تشعشعاتی، آلودگی آب و... عواملی مهم در بروز مشکلات جسمانی و روانی هستند. این بیماری‌های روحی و روانی عاملی مهم در کاهش شادی و نبود سبک زندگی نشاط‌محور در میان تهرانی‌هاست. موسوی، رفیعی و قاسم‌زاده (۱۳۹۰) در بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و شادی در میان شهروندان شهر تهران نتیجه گرفتند که میزان شادی شهروندان تهرانی پایین است. همچنین هزارجریبی و آستین‌فشان (۱۳۸۸) با بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی دریافتند که ۵۴ درصد پاسخگویان میزان نشاط اجتماعی خود را در حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. منتظری و همکاران (۱۳۹۱) دریافتند که تنها ۳ درصد از افراد، میزان شادی خود را بسیار زیاد گزارش داده‌اند. در این میان سهم شهر تهران کمتر از ۳ درصد گزارش شده است؛ از این رو می‌توان نتیجه گرفت میزان شادی یکی از معیارهای سبک زندگی نشاط‌محور در ایران و به‌ویژه تهران است که مقدار پایینی دارد. حال آنکه چنین سبکی سبب افزایش انگیزه و امید به زندگی و کاهش نرخ آسیب‌های اجتماعی و فردی و افزایش بهره‌وری ملی خواهد شد؛ بنابراین به نظر می‌رسد لزوم بررسی سبک زندگی مناسبی که هم احتیاجات روانی-اجتماعی و هم احتیاجات جسمی افراد را برطرف کند، به‌شدت احساس می‌شود. سبک زندگی نشاط‌محور گونه‌ای از سبک زندگی است که در آن افراد روشی از زندگی، مصرف، اوقات فراغت، مدیریت بدن و مصرف فرهنگی را برمی‌گزینند که احساس نشاط و شادمانی را در آن‌ها به‌وجود بیاورد. در این پژوهش، پس از

شناسایی و تعریف ابعاد گوناگون سبک زندگی نشاط‌محور، به عوامل اجتماعی مؤثر بر این سبک در میان شهروندان شهر تهران پرداخته شد.

### سبک زندگی

بورديو سبک زندگی را چنین توصیف می‌کند: «سبک و شیوه بیشترین توانایی را برای بیان ویژگی‌هایی دارد که همهٔ دنیای فعالیت‌ها را در خود خلاصه کرده است» (بورديو، ۱۹۸۴: ۲۸۵). وی سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی می‌داند که از ذوق و سلیقهٔ فرد ناشی می‌شود و بیشتر جنبهٔ عینی و خارجی دارند و در عین حال به‌صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقتضای مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. به عبارت دیگر ارزش‌های این فعالیت‌ها از موقعیت‌های آن در نظام تضادها و ارتباط‌ها گرفته می‌شود (همان، ۱۷۳-۱۷۶). وی همچنین می‌گوید: «سبک زندگی دارای‌هایی است که به‌وسیلهٔ آن اشغال‌کنندگان موقعیت‌های مختلف خودشان را با قصد تمایز یا بدون قصد آن از دیگران تمایز می‌بخشند» (همان، ۲۴۹). درحالی‌که وبر و گیدنز در ترجیح بین عاملیت و ساختار شک و تردید دارند، بورديو ساختار را ترجیح می‌دهد. نظریهٔ عمل بورديو براساس مفهوم عادت‌واره و تعامل آن با مفهوم میدان، سعی در ارائهٔ اصول مولد رفتار انسانی دارد. در نتیجه موقعیت عامل در فضای اجتماعی، نقش عمده‌ای در تبیین رفتار تحت نظریهٔ عمل بورديو ایفا می‌کند (جمشیدی‌ها و پرستش، ۱۳۸۶: ۷). به نظر بورديو موقعیت عامل در فضای اجتماعی به حجم و میزان سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) او بستگی دارد؛ یعنی هر قدر سرمایهٔ فرد بیشتر باشد، موقعیت بالاتری در فضای اجتماعی خواهد داشت که این امر بر رفتار و سبک زندگی افراد تأثیر می‌گذارد. بورديو به دنبال ساختن الگویی نظری از عمل اجتماعی بوده است؛ یعنی کاری بیش از بدیهی‌پنداشتن آنچه مردم در زندگی روزانهٔ خود انجام می‌دهند. کتاب بورديو با عنوان تمایز منبعی است که به‌طور ضمنی به تحلیل سبکی از زندگی اشاره می‌کند که با مؤلفه‌های تأمین‌کنندهٔ سلامت روحی و روانی افراد را همراه است. وی نشان می‌دهد که چگونه ساختارهای ذهنی (عادت‌ها) حول یک طبقه، جنبه‌های ویژه‌ای از سبک زندگی نشاط‌محور را به نمایش می‌گذارند. به نظر گیدنز جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به سوی پذیرش اهمیت روبه‌افزایش حوزهٔ مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل‌دادن به هویت شخصی و جمعی است (رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵: ۲۳۸). وی در مورد مدرنیته و وضعیت زندگی اجتماعی حاصل از انقلاب

صنعتی بیان می‌کند که بر سبک‌های زندگی تأثیرگذارند. به نظر وی، مدرنیته احتمال خطر را در بعضی حوزه‌ها و سبک‌های زندگی کاهش می‌دهد (مانند پیشرفت‌های پزشکی، فناوری‌های بهداشتی و از بین رفتن بیماری‌های عفونی واگیردار)، اما در عین حال پارامترهای خطرآفرین نوین و کاملاً ناشناخته‌ای را نیز به همان حوزه‌ها وارد می‌کند (بیماری‌های مزمن، ایدز، اعتیاد، سکنه و سرطان). این پارامترهای احتمالی بدفرجامی را نیز دربردارند. دنیای متجدد کنونی آکنده از تهدیدها و خطرات احتمالی هول‌انگیز است، نه به دلیل آنکه به طرزی اجتناب‌ناپذیر به سوی مصیبت و فاجعه پیش می‌رود، بلکه بدان سبب که خطرهای احتمالی بی‌سابقه‌ای را وارد میدان می‌کند که نسل‌های پیشین به هیچ‌وجه با آن‌ها سروکار نداشتند (گیدنز، ۱۳۸۳: ۱۹). به عقیده وی مدرنیته به دلیل پویایی، تأثیر جهانی‌اش و درجه‌ای از عادات و آداب‌ورسوم سنتی از بین رفته، متفاوت‌تر از اشکال قبلی حالتی اجتماعی است. در نتیجه در نهایت به تنوعی از فرصت‌ها و انتخاب‌های زندگی ارتقا می‌یابد که در دیدگاه گیدنز هیچ فرهنگی چنین فرصت و انتخابی را در کل از بین نمی‌برد (کاکرام، ۲۰۰۰: ۱۶۳). با این وصف سنت یا عادت‌ورسوم جاافتاده برحسب تعریف، زندگی را در محدوده شبکه‌هایی تقریباً از پیش تعیین‌شده به جریان می‌اندازند، اما مدرنیته فرد را رودرروی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به دلیل آنکه کیفیت غیرشالوده‌ای دارد، چندان کمکی به فرد نمی‌کند تا وی را در گزینش‌هایی که باید به عمل بیاورد یاری دهد. این امر پیامدهای گوناگونی دارد که یکی از آن‌ها اهمیت یافتن سبک زندگی و اجتناب‌ناپذیر بودن آن برای فرد عامل مربوط می‌شود؛ البته سخن گفتن از کثرت انتخاب‌ها نباید به این پندار بینجامد که در همه انتخاب‌ها به روی همه افراد باز است، یا اینکه مردم همه تصمیم‌های مربوط به انتخاب‌های خویش را با آگاهی کامل از همه گروه‌ها و الگوهای رفتاری آن‌ها و همچنین زیر نفوذ اوضاع و احوال اجتماعی و اقتصادی صورت می‌دهند (گیدنز، ۱۳۸۳: ۱۱۹). در مجموع گیدنز معتقد است نظام‌های مدرن منجر به ایجاد سبکی از زندگی شده‌اند که افراد را از نشاط و آرامش درونی دورتر می‌کند. عوامل تهدیدکننده شادمانی در نظام‌های مدرن از نظر گیدنز عبارت است از: تهدیدهای خشونت‌آمیز ناشی از صنعتی‌شدن جنگ، متزلزل‌شدن ریشه‌های اعتماد به نظام‌های انتزاعی و احساس ناامنی و اضطراب وجود (چلبی و موسوی، ۱۳۸۷: ۳۴). بدین ترتیب از نظر گیدنز سبک زندگی نشاط‌محور در دنیای مدرن کم‌رنگ‌تر از قبل است.

### سبک زندگی نشاطمحور

سبک زندگی نشاطمحور گونه‌ای از سبک زندگی است که مؤلفه‌های آن به‌نوعی تعریف می‌شوند تا موجبات نیل افراد به نشاط و شادمانی را فراهم کنند. از آنجا که به‌نظر می‌رسد به این‌گونه از سبک زندگی در پژوهش‌های گذشتگان به‌طور اختصاصی پرداخته نشده است، به‌منظور مفهوم‌سازی و کشف ابعاد سبک زندگی نشاطمحور در پژوهش حاضر ابتدا مبتنی بر پیشینه تجربی سبک زندگی (که در این مقاله به‌دلیل محدودیت در حجم کلمات اشاره نشده است)، ابعاد مختلف آن مفهوم مشخص شد. سپس براساس استنادات علمی پژوهشگران و مصاحبه با شهروندان، تعریف هر یک از ابعاد سبک زندگی نشاطمحور صورت گرفت و پس از توزیع تعدادی پرسشنامه در میان شهروندان در پایان با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی، ابعاد عامل‌های موردنظر از نظر آماری نیز تأیید شد. در ادامه به تعریف مؤلفه‌های سبک زندگی نشاطمحور پرداخته شده است.

**الف) نحوه گذران اوقات فراغت:** براساس تئوری انتخاب‌گر بودن انسان، فعالیت‌های اوقات فراغت فعالیت‌هایی هستند که فرد با توجه به علاقه و با آزادی عمل درمورد آن‌ها تصمیم می‌گیرد (مرادی، ۱۳۸۳: ۷۳). پژوهش‌ها در زمینه نحوه گذران اوقات فراغت نشان می‌دهد تمرین‌های هوازی رابطه تنگاتنگی با میزان شادی و سلامت دارند. همچنین ورزش‌های گروهی، افزون بر تأثیرات ورزش‌های فردی، شامل تعاملات اجتماعی است که عامل مهمی در افزایش شادی به‌شمار می‌آید (آرگایل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). بخشی از این آثار ناشی از تعاملات اجتماعی با دیگران است. البته استپتو<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) دریافت که ورزش انفرادی نیز مؤثر است (همان: ۱۸۶). تعلق به کلوپ‌ها و تیم‌ها و رفتن به مهمانی‌ها و رقص‌ها عواملی تأثیرگذار بر میزان شادمانی افراد هستند. این امر مؤید آن است که شبکه‌های شخصی و به‌ویژه شبکه‌های دوستی بر بهزیستی درونی و شادکامی افراد تأثیرگذار است (آرگایل، ۲۰۰۱: ۶۳). یکی از رایج‌ترین انواع اوقات فراغت کنونی، پرداختن به رسانه‌ها و فناوری‌های نوین است که از جمله آن‌ها می‌توان به تماشای تلویزیون اشاره کرد، اما پژوهش‌ها نشان می‌دهد که این امر تأثیری بیش از القای

---

1. Argayle  
2. stepto

خلق مثبت ضعیف ندارد (قنبری، ۱۳۹۴: ۲۱). اوقات فراغت فعال شامل فعالیت‌هایی است که انجام‌دادن آن‌ها مستلزم صرف انرژی جسمی یا روانی مانند ورزش، تفریحات و بازی‌های گروهی است. اوقات فراغت منفعل نیز دربرگیرنده فعالیت‌هایی است که در آن‌ها شخص خود را چندان درگیر فعالیت‌های جسمی و روانی نمی‌کند. نمونه‌ای از این اوقات فراغت رفتن به سینما و تماشای تلویزیون است. گردشگری، صلہ‌رحم و دیدار با خویشاوندان، مطالعه و ورزش کردن از شیوه‌های مطلوب گذران اوقات فراغت است.

در مصاحبه با افراد مختلف درباره انواع فعالیت‌های اوقات فراغت که از نظر آن‌ها نشاط‌آورتر است، زهرا (۳۸ ساله)، نازنین (۲۴ ساله)، ستاره (۴۳ ساله)، محمد (۵۶ ساله)، یونس (۲۱ ساله)، محمدعلی (۲۴ ساله)، محسن (۳۹ ساله) و نفیسه (۳۳ ساله) بودن در جمع کسانی که دوستشان دارند و مهمانی‌رفتن را در میان فعالیت‌های دیگر اوقات فراغت بیشتر سبب نشاط خود می‌دانستند. یونس می‌گفت: «وقتی با بچه‌ها می‌گردم، حتی اگر کار خاصی هم انجام ندم بهم خوش می‌گذره». برخی مصاحبه‌شوندگان که سن کمتری داشتند، بیشتر مهمانی‌هایی را می‌پسندیدند که حالت جشن و پای‌کوبی داشته باشد، اما کسانی که سن بیشتری داشتند مهمانی‌های خانوادگی را ترجیح می‌دادند. زهرا، نفیسه و محمد (۲۶ ساله) گردش در مکان‌های طبیعی و فضاهای سبز را نیز نشاط‌آور می‌دانستند. سارا (۳۳ ساله)، لیلا (۴۳ ساله) و حسین (۶۲ ساله) خریدکردن و انجام کارهای دستی را بسیار نشاط‌آور توصیف کردند. درمجموع آنچه از اظهارات مصاحبه‌شوندگان برداشت می‌شد، این بود که اوقات فراغتی که با عنوان اوقات فراغت فعال نامیده می‌شود به آن‌ها احساس نشاط بیشتری می‌دهد.

**ب) مصرف نشاط‌محور:** مصرف به‌عنوان فعالیتی معنا‌ساز در سبک زندگی مهم‌ترین نقش را برعهده دارد. هدف تحلیل نحوه مصرف، معیارها و موازین آن و معناهای ذهنی متناسب به آن است. هنجارهای مصرف، معیارها و موازینی هستند که هر فرد بر مبنای آن‌ها انتخاب‌ها و تصمیم‌های خود را در زمینه مصرف کالاها و زمان و مکان سازمان می‌دهد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱). مصرف را می‌توان از دو جنبه بررسی کرد: مصرف فایده‌گرایانه و مصرف تظاهری. افراد با ارزش‌های فایده‌گرایانه قوی‌تر، تمایل بیشتری به سبک زندگی ساده‌تر و توجه افزون‌تری به ضروریات مصرفی برای ادامه زندگی دارند. در مقابل افرادی که بر

ارزش‌های لذت‌جویانه تمرکز دارند، مصرف‌کنندگان مدرنی هستند که تمایل دارند درآمد اضافه خود را به‌منظور لذت‌بردن، رضایت و رسیدن به مطلوبیت‌های جدید از مصرف‌کردن به مصرف برسانند (فیشر و آرنولد، ۱۹۹۰).

از بعد مدگرایی در مصرف، برخی پژوهش‌ها پیروی از مد را در بروز احساس نشاط انسان تأثیرگذار می‌دانند (رفعت‌جاه، ۱۳۸۶: ۱۴۲). یافته‌ها نشان می‌دهد در شرایط کنونی جوانان به‌جای اینکه تنها دنباله‌روی سبک‌های زندگی از پیش تعیین‌شده در نظام اجتماعی باشند، تا حدودی انتخاب‌ها و موقعیت‌های خود را تعیین می‌کنند. مدگرایی عرصه خاصی از تجربه افراد است که امتیاز آن اعطای انتخاب، خلاقیت، رضایت‌مندی و لذتی است که خود لذت و شادی بیشتری را به دنبال دارد (مام‌الهی و علمی، ۱۳۹۳: ۸)؛ برای مثال بتی و فلر (۱۹۹۸) نشان دادند که افراد هرچقدر علاقه بیشتری به خرید تفننی داشته باشند، از مدگرایی لذت بیشتری کسب خواهند کرد.

در مصاحبه با یکی از جامعه‌شناسان، به‌ویژه درمورد وضعیت زنان چنین مطرح شد که مصرف‌گرایی زنان در ابعاد مختلف که بیشتر پژوهشگران از آن به‌عنوان تجمل‌پرستی و تجمل‌گرایی یا جامعه مصرف‌گرا یاد می‌کنند شاخصی مهم برای نشاط اجتماعی است. به عبارت دیگر، مصرف‌گرایی در شرایط کنونی جامعه به یکی از بهترین آبخورهای تفریح برای زنان تبدیل شده است. براساس سایر مصاحبه‌ها بیشتر آنان معتقدند که با مصارف تظاهری احساس نشاط بیشتری دارند. کسانی که ازدواج کرده بودند، در خرید وسایل تجملی خانه احساس نشاط می‌کردند و کسانی که مجرد بودند در خرید لباس و زیورآلات و...

از صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان چنین استنباط می‌شود که حتی آنان قسمتی از مصرف تظاهری را به‌دلیل پرکردن اوقات فراغت در پاساژها و عوض‌شدن روحیه خود انجام می‌دهند. آنچه از مجموع مصاحبه‌ها برداشت می‌شود این است که اگر مصاحبه‌شوندگان توانایی مالی داشته باشند، با خریدکردن حداقل برای چند دقیقه احساس خوبی را تجربه می‌کنند. این احساس برای خانم‌ها دوام طولانی‌تری دارد. به‌جز نفیسه و هلیا هیچ‌کدام از مصاحبه‌شوندگان با پیروی از مد احساس رضایت نداشتند و بیشتر آن‌ها از مد پیروی نمی‌کردند. زهرا بیان کرد که «به مد، کاری ندارم؛ چون هم پول ندارم باهاش جلو برم و هم اینکه به خاطر نوع پوشش (چادری بودن) خیلی نمی‌تونم لباس‌های مد روز خریداری کنم». درمجموع مصاحبه‌شوندگان



معتقد بودند چیزی که مد می‌شود ممکن است برای آن‌ها مناسب نباشد (به دلیل اعتقادات مذهبی، نداشتن تناسب اندام، مناسب نبودن با سبک زندگی و...). به همین دلیل بیشتر آن‌ها علاقه‌ای به دنبال کردن مد نداشتند.

**ج) مصرف فرهنگی نشاط‌محور:** مصرف به‌طور کلی بر خرید و استفاده از کالا و خدمات دلالت دارد. براین اساس مصرف فرهنگی عبارت است از خواندن، تماشا کردن، گوش دادن، حضور یافتن، مشارکت و خرید کالا و خدمات فرهنگی (اگرودنیک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰). در این مطالعه، منظور از مصرف فرهنگی، گوش دادن به انواع موسیقی است. موسیقی یکی از ابزارهای مؤثر تغییر خلق است که می‌تواند خلق مثبتی ایجاد کند. به عقیده برچسک (۱۹۵۱) دختران بارها موسیقی را به‌عنوان منبع شادی ذکر کرده‌اند. انواع گوناگون موسیقی حالات خلقی مختلفی را ایجاد می‌کند. موسیقی می‌تواند سطح بالایی از برانگیختگی و هیجان را ایجاد کند. همان‌طور که کنسرت موسیقی پاپ این حالت را ایجاد می‌کند و بخشی از آن متأثر از صدای بلند است. موسیقی می‌تواند آرام‌کننده باشد. کانکنی دریافت که نواختن ملودی‌های ساده با صدای آرام به کاهش پرخاشگری افراد مجروح منجر می‌شود. چرر<sup>۲</sup> و اوشیسکی<sup>۳</sup> (۱۹۷۷) دریافتند که صداهایی شاد هستند که بم باشند و میزان بمی آن‌ها به تدریج و به آرامی افزایش یابد. این صداها تن‌های خاص و ریتم منظمی دارند. همچنین ملودی‌های دنباله‌دار و دستگاه‌های اصلی، صداهای لذت‌آور هستند (آرگایل، ۱۳۸۳: ۷۵).

در میان مصاحبه‌شوندگان بیشتر خانم‌ها معتقد بودند احساس بهتری با آهنگ‌های شاد و ریتمیک دارند. نفیسه معتقد بود آهنگ‌هایی که معانی خوب دارند، رضایت بیشتری برای او دارند. هلیا صرف گوش دادن به هر آهنگی در موقعیت‌های گوناگون را سبب تمدد خاطر می‌دانست. در میان آقایان، محسن و بابک آهنگ‌های سنتی را شادی‌زا توصیف کردند. یونس، محمدعلی و محمد آهنگ‌های پاپ و ریتمیک را نشاط‌آور می‌دانستند.

**د) مدیریت بدن نشاط‌محور:** فدرستون<sup>۴</sup> (۱۹۹۹) بر این باور است که مدیریت بدن به

---

1. egrodenik  
2. cherrer  
3. oshiski  
4. phederston

فهرست بلندی از اعمالی مانند تاتو، پیرسینگ، بریدن بخشی از بدن، ژیمناستیک، بدن‌سازی، رژیم‌گرفتن و... اطلاق می‌شود. مدیریت بدن به معنای نظارت و دست‌کاری مستمر ویژگی‌های ظاهری و مرئی بدن است که به کمک مدیریت و کنترل وزن (از طریق ورزش، رژیم غذایی و دارو)، دست‌کاری پزشکی (جراحی بینی و پلاستیک) و میزان اهمیت‌دادن به مراقبت‌های بهداشتی و آرایشی (استحمام روزانه، آرایش مو، آرایش یا اصلاح صورت، استفاده از عطر، آرایش ناخن و لنز برای خانم‌ها) به شاخصی تجمعی تبدیل شده است (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۴).

برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد دانشجویانی که هر روز صبحانه می‌خورند، روزانه بیش از ۸ واحد میوه و سبزی مصرف می‌کنند، فعالیت بدنی کافی و وضعیت اقتصادی-اجتماعی بهتری دارند، نمرات شادکامی آن‌ها بالاتر است. همچنین براساس پژوهش دیگری، خوردن تخم‌مرغ و ماهی از میزان افسردگی افراد خواهد کاست. مصرف پروتئین و املاح نیز برای حفظ سلامت روانی افراد ضروری است.

همچنین در شاخصی دیگر، پژوهش‌ها نشان می‌دهد افرادی که با آب سرد دوش می‌گیرند، پس از پایان این کار، به احساس سرمستی و نشاط و شادابی دست می‌یابند و روحیه خوبی برای کارکردن پیدا می‌کنند. متخصصان برای درمان افسردگی توصیه می‌کنند دو مرتبه در روز دوش آب سرد به مدت ۲ تا ۳ دقیقه گرفته شود (نوری، ۱۳۸۶: ۱۱). در معیاری دیگر از مدیریت بدن می‌توان به پوشش افراد اشاره کرد. نکته مهم در پوشش رنگ آن است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد رنگ پوشش در انسان سبب تغییرات روحی و جسمی می‌شود؛ مثلاً رنگ قرمز فشارخون را بالا می‌برد و هیجان و برانگیختگی به وجود می‌آورد. از سوی دیگر ظهور حالات روانی و هیجانی انسان در انتخاب رنگ و لباس متجلی می‌شود (میرغفوری، ۱۳۷۳: ۴۷-۴۸).

در مصاحبه‌های صورت‌گرفته تمام مصاحبه‌شوندگان به‌طور تقریبی با رنگ‌های روشن احساس نشاط بیشتری داشتند. برخی از آنها رنگ قرمز را نشاط‌انگیزتر معرفی می‌کردند. البته زنان نسبت به لباس‌های رنگ روشن رغبت بیشتری داشتند. درمورد آرایش ظاهری نیز همه زنان مصاحبه‌شده آرایش کردن را بسیار مؤثر و شادی‌آور معرفی کردند. مردان مصاحبه‌شده مانند یونس، محمدعلی و محمد نیز با انجام‌دادن فعالیت‌های آرایشی و بهداشتی احساس

بهتری داشتند. همه پانزده نفری که مصاحبه شدند، از اینکه اندام متناسبی داشته باشند، بسیار راضی و شاد بودند و با ورزش و رژیم‌های غذایی احساس نشاط بیشتری داشتند. عمل‌های زیبایی یا کارهای زیبایی برای همه زنان مصاحبه‌شونده موجب ارتقای روحیه آنان بود. در میان ورزش‌ها، یونس، محمد و بابک فوتبال را نشاط‌آورتر توصیف کردند. نفیسه، لیلا، فائزه و نازنین شناکردن را نشاط‌آورتر می‌دانستند. در مجموع آقایان ورزش‌های گروهی را بیشتر از خانم‌ها نشاط‌آورتر توصیف کردند.

ه) احساسات و عواطف خوشایند: داینر و ساه پس از مطالعات متعدد از جمله بررسی تحلیل‌های ویلسون در سال ۱۹۶۷ شادی را دارای سه جزء اساسی می‌دانند؛ بعد عاطفی (هیجانی) که در حقیقت خلق و خویهای مثبت و خوشایند در افراد را شامل می‌شود، بعد شناختی که نوعی تفکر و پردازش اطلاعات را دربرمی‌گیرد و به ارزیابی مثبت افراد از زندگی منجر می‌شود و بعد اجتماعی که بیانگر گسترش روابط اجتماعی فرد با دیگران و به دنبال آن افزایش حمایت اجتماعی است (ریانی، ۱۳۸۶: ۴۸).

### چارچوب نظری

از آنجا که نظریه‌های مرتبط با سبک زندگی نشاط‌محور در پژوهش‌ها و دیدگاه‌های پیشین وجود ندارد، به منظور بررسی مبانی نظری پژوهش از نظریه‌های مرتبط با نشاط استفاده شد.

- سرمایه فرهنگی و نشاط: در تقسیم‌بندی انواع سرمایه فرهنگی بورديو معتقد است سرمایه فرهنگی به سه صورت متجلی می‌شود. سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته که با شخصی که در آن تجسم می‌یابد ارتباطی نزدیک دارد. سرمایه تجسم‌یافته نوعی ثروت بیرونی است که بخش جدایی‌ناپذیر فرد است و به صورت آمادگی‌های مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۲). سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته که لازمه سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته است؛ یعنی باید امکانات لازم همراه با افراد واجد شرایطی که لازم و ملزوم یکدیگرند شکل بگیرد تا به کمک آن سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته نمود یابد (رمضانی، ۱۳۸۴: ۲۸) و در نهایت سرمایه فرهنگی نهادی که از یک سو وابستگی و ارتباط متقابل شدید با نوع اول سرمایه دارد و بیش از هر چیز لازمه آن وجود افراد مستعد برای کسب انواع مدرک تحصیلی، دانشگاهی یا

آموزشگاهی است و از سوی دیگر وابسته به نهادهایی است که هم آن مدارک را صادر می‌کنند و هم به آن رسمیت می‌بخشند (تاج‌بخش، ۱۳۸۴: ۱۴). بورديو معتقد است طبقات بالای جامعه تنها امکانات اقتصادی و به تبع آن سلطه سیاسی را در اختیار ندارند، بلکه سرمایه فرهنگی نیز در اختیار آنان است. طبقه بالای جامعه با داشتن امکانات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و از طریق آموزش و پرورش، شیوه رفتار، گفتار و نحوه عمل اجتماعی خود را از دیگر طبقات اجتماعی جدا می‌کنند؛ بنابراین سرمایه فرهنگی تعیین‌کننده سطح پرستیژ فرهنگی سطوح مختلف ساختار طبقاتی در جامعه است. به اعتقاد بورديو گروه‌های اجتماعی در سرمایه مادی خود و در سلیقه‌ها، مهارت‌ها و مجموعه اطلاعاتی که برای رمزگذاری و تفسیر موقعیت‌های اجتماعی چون تحصیل، کار و... استفاده می‌کنند متفاوت‌اند. این میزان تفاوت و تمایز آن‌ها در سبک زندگی و فعالیت‌های مربوط به اوقات فراغت ظهور می‌کند و سبب می‌شود افرادی که سرمایه فرهنگی کمی دارند از کسانی که از این نظر غنی هستند، شیوه زندگی متفاوتی داشته باشند (ربانی و همکاران، ۱۳۸۵). علاوه بر الگوهای فرهنگی این موقعیت اجتماعی مبتنی بر میزان بهره‌مندی فرد از سرمایه اقتصادی نیز به‌شمار می‌آید. به این ترتیب که افراد با داشتن سرمایه اقتصادی بالاتر، از سرمایه فرهنگی بیشتری نیز برخوردارند. از سوی دیگر سرمایه فرهنگی افراد زمینه‌های ارزیابی و تفسیر متفاوت رویدادها و به عبارتی دانش‌های متفاوتی را برای آن‌ها فراهم می‌کند که این مقوله براساس دیدگاه‌های شناختی - که بروز و ظهور هیجانات را تولید تفکر انسان، نوع تفسیر او از رویدادها و به‌طور کلی بازتاب نوع ادراک او را از وقایع می‌دانند- هیجانات متفاوتی در افراد و گروه‌های متعدد ایجاد می‌کند؛ بنابراین میزان دسترسی افراد به سرمایه‌های فرهنگی موجب احراز نوع خاصی از سبک زندگی از سوی آن‌ها می‌شود؛ آن‌چنان‌که سبک زندگی افراد مجموعه تفکرات، تفاسیر و ادراکات آن‌ها را تشکیل می‌دهد و بر بروز هیجانات خاص (شادی، غم و...) مؤثر واقع می‌شود (همان، ۵۶).

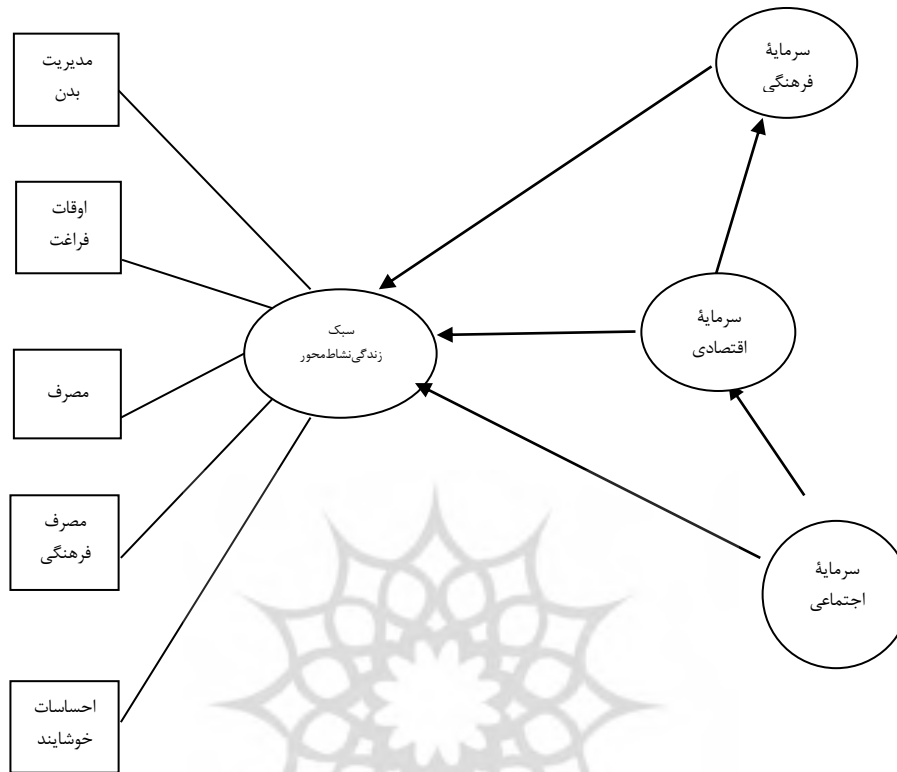
- سرمایه اجتماعی و نشاط: گیدنز سرمایه اجتماعی را به معنای شبکه روابط و تعهد و اعتماد اجتماعی را در جوامع سنتی محدود و درون‌گروهی و در جوامع مدرن وسیع و تعمیم‌یافته می‌داند. اعتماد عام به متخصصان یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی جدید و نوظهور در جوامع مدرن است که پایه اصلی حیات اجتماعی به‌شمار می‌آید. گیدنز مدرنیته متأخر را با فرایندهای

جهانی‌شدن، بازاندیشی و ازجاکنندگی و تهی‌شدن ظروف زمان و مکان در قالب مفهوم فضا زمینه‌ساز کنش‌های از راه دور، تعاملات گسترده و اعتماد انتزاعی و تعمیم‌یافته می‌داند. این امر مفهوم سرمایه اجتماعی را از سطوح محلی و ملی به سطح جهانی گسترش می‌دهد. او سرمایه اجتماعی جدید را با قدیم متفاوت می‌داند. در جامعه سنتی، زندگی مبتنی بر ایمان و قطعیت است و هیچ‌چیزی جز عامل خارجی آن را مختل نمی‌کند، اما انسان مدرن زندگی‌اش بر احتمالات و عدم قطعیت است؛ بنابراین اعتماد او توأم با نوعی اضطراب و دلهره درونی است که ذات زندگی مدرن است. گیدنز در یکی از آثارش با عنوان دگرذیسی صمیمیت از نوعی سرمایه اجتماعی جدید با عنوان رابطه ناب یا رابطه به‌دلیل رابطه یاد می‌کند که در آن افراد، عاری از هر نوع وابستگی اقتصادی، سیاسی، ایدئولوژیک و... تنها به‌دلیل مودت، دوستی، عشق متقابل و باهم‌بودن به تشکیل خانواده‌ای اقدام می‌کنند که در آن هم‌فکری، هم‌دلی، همکاری و اعتماد، احترام و بهره‌مندی و احساس لذت متقابل جای هرگونه نابرابری اجتماعی و تبعیض جنسیتی را می‌گیرد (موسوی، ۱۳۸۶ به نقل از گیدنز ۱۹۹۲) که این امر موجب احساس نشاط می‌شود. افزایش و انباشت سرمایه اجتماعی سبب پدیدآمدن حسن نیت و اعتماد متقابل میان کنشگران می‌شود، هم‌گرایی و هم‌بستگی اجتماعی آنان را تقویت می‌کند و با ایجاد رابطه‌ای پایدار و استوار زمینه همکاری گسترده آنان را برای تحقق هدف‌های مشترک فراهم می‌آورد.

**– سرمایه اقتصادی و نشاط:** در بررسی متغیر سرمایه اقتصادی از رویکرد هالر و هادلر استفاده شده است. از نظر آن‌ها توسعه اقتصادی، رشد مداوم اقتصادی یک جامعه، بهبود وضعیت رفاهی افراد آن، به‌کارگیری ابعاد جدید از ابزارهای تولید، کاهش فقر مطلق و تحقق کامل استعدادها واقعی بشر، فراهم‌کردن کالاهای اساسی زندگی، میزان و رشد GDP سرپرست خانوار در یک دهه و به‌طورکلی بهبود وضع عینی و مادی زندگی افراد در جامعه را شامل می‌شود. براساس دیدگاه هالر و هادلر تمامی ابعاد فوق به‌طور معناداری بر شادی اعضای جامعه تأثیر می‌گذارد. از نظر آنان، درجه بالای اقتصادی و افزایش نابرابری اجتماعی در یک کشور چندان جذاب نیست؛ زیرا سطح بالای نابرابری ممکن است به مسائل عدیده اجتماعی مانند تضاد، سطح بالای جرم و انحراف و تنش‌های سیاسی و اقتصادی منجر شود که آن‌ها نیز به استرس‌ها و اضطراب‌های اجتماعی می‌انجامد؛ از این‌رو موجب کاهش شادی در یک جامعه می‌شوند. آنان منطبق با این استدلال نتیجه می‌گیرند

براساس برخی مطالعات انجام‌شده، یکی از دلایل افزایش معنادار سطح شادی در کشورهای اروپایی، درجه بالای توسعه اقتصادی و کاهش نابرابری‌های اجتماعی در آن ملل است (هالر و هادلر، ۲۰۰۶: ۱۸۱)، اما باید توجه داشت که این پژوهش‌ها، تنها به میزان درآمد افراد مورد مطالعه و نه توسعه اقتصادی کلان توجه می‌کنند؛ مثلاً در کشورهایی مانند هند، درآمد پایین تهدیدکننده نیازهای اساسی انسان است؛ بنابراین با افزایش درآمد، تندرستی ذهنی [بهبودی درونی] نیز افزایش می‌یابد، اما در کشورهای ثروتمند که نیازهای ضروری افراد برآورده شده است، وضعیت متفاوت است. تأثیر درآمد بر شادی در کشورهایی با درآمد پایین، بیشتر از کشورهایی با درآمد بالاتر است. این امر شاید به این دلیل باشد که در این کشورها پول، نیاز به غذا، مسکن و سایر نیازهای اساسی را برآورده می‌کند (عابدی، ۱۳۸۱: ۹۰-۹۱).

براساس نظریه بورديو حجم و تركيب انواع سرمايه‌ها نزد فرد، جايگاه وی را در سلسله‌مراتب ميدان تعيين می‌کند. بورديو در کتاب تمایز که مهم‌ترین کتاب او در این زمینه است، می‌گوید تعداد ميدان‌های ترجیحات به تعداد ميدان‌های سبک‌های ممکن است (بورديو، ۱۳۹۰: ۳۰۹). بدین ترتیب نقش سرمايه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بر میزان سبک زندگی افراد مطابق نظریه بورديو مشخص می‌شود، اما در نظریه وی هریک از سرمايه‌ها ممکن است به سرمايه‌های دیگر تبدیل شوند یا زمینه‌های دستیابی به سرمايه دیگر را فراهم کنند؛ برای مثال سرمايه اقتصادی زمینه‌های دستیابی به سرمايه فرهنگی را فراهم خواهد کرد؛ زیرا افراد با داشتن سرمايه اقتصادی بیشتر می‌توانند کالاهای فرهنگی بیشتری را در اختیار داشته باشند، از امکانات تحصیلی و آموزشی بیشتری برخوردار شوند و از این طریق سرمايه فرهنگی خود را افزایش دهند (خدایی، ۱۳۸۸: ۶۹). از سوی دیگر، سرمايه اجتماعی نیز زمینه‌های دستیابی به سرمايه اقتصادی را فراهم می‌کند. رشد سرمايه اجتماعی در شبکه روابطی که میان کنشگران برقرار می‌شود، فرصت‌های ویژه‌ای را برای همه کنشگران حاضر و فعال در آن شبکه پدید می‌آورد. این کنشگران می‌توانند با بهره‌گرفتن از این فرصت‌ها و با پشتوانه همان روابط، هدف‌های شخصی خود را در شبکه روابط و در جمع پیگیر شوند. این فرصت‌ها قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی را در تحقق اهدافشان ارتقا می‌بخشد که می‌تواند به افزایش سرمايه اقتصادی منجر شود. بدین ترتیب مدل پژوهش با استفاده از چارچوب نظری پژوهش به صورت زیر خواهد بود:



شکل ۱.

### فرضیه‌های پژوهش

۱. با افزایش سرمایه فرهنگی میزان سبک زندگی نشاط‌محور افزایش می‌یابد.
۲. با افزایش سرمایه اقتصادی میزان سبک زندگی نشاط‌محور نیز افزایش می‌یابد.
۳. رشد سرمایه اجتماعی موجب رشد سبک زندگی نشاط‌محور می‌شود.

### روش‌شناسی پژوهش

روش اصلی پژوهش حاضر میدانی و پرسشنامه است، اما به منظور شاخص‌سازی متغیر اصلی پژوهش که سازه‌ای به نسبت جدید در این حوزه است، از مصاحبه با کارشناسان و مصاحبه با افراد عادی استفاده شد. همچنین ادبیات پیشین و تحلیل عاملی نیز در موارد ضروری به کار

گرفته شد. مصاحبه به صورت حضوری و به صورت نیمه ساختاریافته صورت گرفت که پرسش‌هایی درباره مؤلفه‌های سبک زندگی را شامل می‌شد و برای مصاحبه‌شوندگان نشاط‌برانگیز بود. مصاحبه‌شوندگان به صورت هدفمند و براساس سن و جنسیت و از طبقات مختلف انتخاب شدند. تعداد آن‌ها نیز ۱۵ نفر بود.

### نمونه‌گیری و جامعه آماری

روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت طبقه‌ای است. در روش نمونه‌گیری اتفاقی ساده فرض بر این است که افراد جامعه از تجانس نسبی برخوردار و همگون هستند، اما در جامعه آماری مانند شهر تهران افراد جامعه تجانس و همگونی ندارند؛ بنابراین به زیربخش‌ها و زیرگروه‌های خاصی که از تجانس درون‌گروهی برخوردارند تقسیم می‌شوند. به این ترتیب، ابتدا براساس پژوهشی که مناطق تهران را تقسیم‌بندی کرده است عمل شده و سپس متناسب با جمعیت هر منطقه میزانی از حجم نمونه اختصاص داده شده است. براساس پژوهش حاضر، به‌کارگیری روش‌های چندشاخصه برای رتبه‌بندی اقتصادی مناطق شهری به منظور احداث مراکز تجاری، مطالعه موردی شهر تهران (۱۳۹۶) که مقیمی و تقی‌زاده انجام دادند، تیم پژوهشی این مطالعه برای تشخیص میزان درجه توسعه‌یافتگی و سطح برخورداری از خدمات و رفاه در هریک از مناطق ۲۲ گانه پایتخت اقدام به سنجش وضعیت ۳۲ شاخص کرده است. حجم نمونه براساس فرمول کوکران بر مبنای  $d$  برابر با ۰/۰۴ و  $p$  برابر با ۰/۷ به میزان ۷۵۰ نفر محاسبه شد که متناسب با حجم جمعیت هریک از مناطق چهارگانه تقسیم‌شده حجم نمونه تعیین شد. در مرحله بعد، هر منطقه به بلوک‌هایی تقسیم و در هر بلوک به صورت تصادفی خیابان‌ها و کوچه‌ها انتخاب شدند. در مرحله آخر نیز بررسی تصادفی خانه‌هایی در داخل هر کوچه صورت گرفت.

جدول ۱. میزان حجم نمونه برحسب مناطق

منطقه	منطقه	جمعیت	حجم نمونه
فرا توسعه‌ای	۳، ۶، ۷ و ۱	۱.۱۷۶.۰۰۰	۱۱۶
توسعه یافته رو به بالا	۲، ۸، ۱۳، ۴، ۱۲، ۵، ۱۱ و ۱۴	۳.۶۹۷.۰۰۰	۳۶۰
میان توسعه‌ای	۱۵، ۲۰، ۱۹ و ۹	۱.۵۴۴.۰۰۰	۱۵۰
توسعه نیافته	۱۷، ۱۰، ۱۸، ۲۲ و ۱۶	۱.۲۸۲.۰۰۰	۱۲۴



### اعتبار و روایی

منظور از اعتبار میزان دقت شاخص‌ها و معیارهایی است که در راه سنجش پدیده مورد نظر تهیه شده است (صدفی، ۱۳۸۲: ۱۲۰). در پژوهش حاضر به منظور دستیابی به اعتبار دو ضابطه مدنظر قرار گرفت. نخست اینکه سعی شد در طراحی معرف‌ها از معرف‌هایی استفاده شود که پیش از این و در پژوهش‌های پیشین آزموده شده و نتایج مطلوبی را به دنبال داشته است. در مرحله دوم با استفاده از اعتبار صوری سعی شد همه معرف‌های انتخاب شده یکبار دیگر با مراجعه به متخصصان امر درمورد اینکه آیا آن‌ها خصوصیات مورد نظر را می‌سنجند یا نه ارزیابی شود، اما منظور از روایی ثبات نتایج پژوهش است؛ یعنی اگر پژوهش به دفعات مختلف تکرار شود نتایج به دست آمده یکسان است (همان، ۱۳۰). برای دستیابی به میزان روایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. در این پژوهش برای دسترسی به این امر ابتدا از پرسشنامه دست‌ساخته پژوهش پیش‌آزمونی به عمل آمد و پرسشنامه با انتخاب ۵۰ نمونه مورد آزمون اولیه قرار گرفت. سپس ضریب آلفای کرونباخ گویه‌ها بررسی و گویه‌های مطلوب استخراج شد. میزان آلفا برای متغیر سبک زندگی نشاط‌محور = ۰/۹۱، سرمایه اجتماعی = ۰/۹، سرمایه فرهنگی = ۰/۴۷ و سرمایه اقتصادی = ۰/۸۰ است که همگی میزان بالایی دارند. به این ترتیب می‌توان گفت روایی متغیرهای پژوهش برقرار است.

### تحلیل عاملی

به منظور تفکیک و دسته‌بندی پرسش‌های مربوط به سبک گونه نشاط‌محور که مبتنی بر طرح پرسش‌هایی از سوی پژوهشگر، نظرسنجی از کارشناسان، مصاحبه و نظرسنجی از افراد مورد مطالعه در مرحله مقدماتی است، از تکنیک تحلیل عاملی براساس تجزیه به مؤلفه‌های اصلی استفاده شد. براساس پژوهش حاضر، مقدار  $KMO = 0/82$  به دست آمده است و مقدار مناسبی دارد. همچنین مقدار کرویت بارتلت نیز ۱۲۷۵ با سطح معناداری  $P = 0/000$  به دست آمده است و چون این مقدار معنادار است، تفکیک عامل‌ها به درستی صورت گرفته است.

با توجه به اطلاعات جدول ۲ و براساس بارهای عاملی چرخش داده شده به روش واریماکس، ابعاد سبک زندگی نشاط‌محور به ۵ بعد کلی تقسیم شده است؛ به طوری که ۱۷ پرسش مربوط به حس خوشایند، ۱۳ پرسش مربوط به مدیریت بدن، ۸ پرسش مربوط به مصرف تظاهری، ۹ پرسش مربوط به اوقات فراغت و ۳ پرسش مربوط به مدیریت بدن است.

جدول ۲. تفکیک عامل‌ها براساس ضرایب بار عاملی با چرخش واریماکس

ابعاد سبک زندگی نشاط‌محور	بار عاملی
اوقات فراغت فعال (مهمانی، بودن با خانواده، گوش‌دادن به موسیقی، رفتن به تئاتر و کنسرت، مسافرت، طبیعت‌گردی، پاساژگردی)	۰/۹
مدیریت بدن (استفاده از رنگ‌های روشن، جراحی زیبایی، تناسب اندام، ورزش‌های گروهی، ورزش‌های پرتحرک، دوش آب سرد)	۰/۷
مصرف تظاهری (پیروی از مد، رفتن به رستوران‌های لوکس، داشتن وسایل لوکس، داشتن وسایل اضافی، استفاده از موبایل و نت، خرید وسایل آرایشی-بهداشتی)	۰/۸
مصرف فرهنگی (مطالعه کتاب شعر و کتاب طنز)	۰/۶
احساسات و عواطف خوشایند	۰/۸

### تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش با استفاده از پژوهش‌ها و نظریه‌های پیشین تعریف نظری و عملیاتی شده‌اند.

**تعریف نظری و عملیاتی سرمایه فرهنگی:** در تقسیم‌بندی انواع سرمایه فرهنگی، بورديو معتقد است سرمایه فرهنگی به سه صورت متجلی می‌شود. اولین نوع آن سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته است. این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد. نوع دیگر سرمایه فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته است. لازمه این نوع سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته است؛ یعنی باید امکانات لازم همراه با افراد واجد شرایطی که لازم و ملزوم یکدیگرند شکل بگیرد تا از طریق آن سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته نمود یابد. سرمایه فرهنگی نهادی نوع سوم این نوع سرمایه است. این نوع سرمایه از یک سو وابستگی و ارتباط متقابل شدید با نوع اول سرمایه دارد و قبل از هر چیز لازمه آن وجود افراد مستعد برای کسب انواع مدرک تحصیلی، دانشگاهی یا آموزشگاهی است. از سوی دیگر وابسته به نهادهایی است که هم آن مدارک را صادر می‌کنند و هم به آن رسمیت می‌بخشند (رمضانی، ۱۳۸۴).

**تعریف نظری و عملیاتی سرمایه اجتماعی:** سرمایه اجتماعی به شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و شهروندی اطلاق می‌شود که اعتماد میان افراد جامعه را نیز شامل می‌شود (دراکر و کاپلان، ۲۰۰۳). این سرمایه مجموعه‌ای از شبکه‌ها، هنجارها و ارزش‌هاست که همکاری

درون‌گروهی و بین‌گروهی را برای کسب منافع متقابل و رسیدن به اهداف مشترک تسهیل می‌کند (مارموت و بل، ۲۰۱۱). اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، روابط و پیوندهای اجتماعی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در پژوهش‌های نظری هستند.

**تعریف نظری و عملیاتی سرمایه اقتصادی:** از نظر بوردیو، معنا و مفهوم سرمایه اقتصادی از پهنه اقتصادی سرچشمه می‌گیرد (ریتزر<sup>۱</sup>، ۱۳۷۴: ۷۲۵). همچنین سرمایه اقتصادی یا ثروت مادی در واقع قدرت پرداخت برای شکلی از سرمایه است که می‌تواند به کالاهای مادی تبدیل شود.

### یافته‌های توصیفی

نتایج حاصل از پیمایش نشان می‌دهد از مجموع ۷۳۴ نفر از پاسخگویان، ۴۷/۱ آن‌ها را زنان و ۵۱/۸ را مردان تشکیل داده‌اند. بیشترین درصد سن پاسخگویان به سن ۲۶-۳۵ و کمترین تعداد به سن ۴۶-۵۵ مربوط است. بیشترین درصد فراوانی (۶۲/۲) نیز به طبقه متوسط و کمترین میزان درصد فراوانی به طبقه بالا (۱/۲) ارتباط دارد. ۶۶/۴ درصد پاسخگویان متأهل و ۳۱/۵ درصد مجرد هستند. همچنین ۳ درصد افراد تحصیلات زیر دیپلم، ۱۵/۳ درصد دیپلم، ۷۹/۴ درصد لیسانس و فوق‌لیسانس و ۱/۱ درصد دکترا و بالاتر دارند.

جدول ۳. میزان فراوانی و میانگین متغیرهای پژوهش

فراوانی	زیاد	متوسط	کم	میانگین	حداقل نمره	حداکثر نمره
اوقات فراغت فعال	۳۵/۲	۵۱	۲۲	۳۸	۱۳	۶۵
مدیریت بدن	۵/۱	۸۰	۱۴	۶۱	۱۶	۸۰
مصرف	۱۳	۸۰	۷/۲	۱۵	۵	۲۵
مصرف فرهنگی	۱۱/۶	۶۷/۹	۲۰/۲	۲۷	۶	۳۰
احساسات و عواطف خوشایند	۳۷/۵	۵۴/۲	۶/۹	۳۱	۱۱	۴۴
سرمایه اجتماعی	۲/۹	۶۶/۱	۲۹/۶	۳۳	۱۳	۶۰
سرمایه فرهنگی	۶/۱	۷۲/۲	۲۱/۳	۲۹/۶	۱۱	۵۵
سرمایه اقتصادی	۵/۱	۶۳/۹	۳۱	۳/۷	۲	۷
سبک زندگی نشاط‌محور	۱/۱	۵۲/۷	۴۴	۱۱۳	۵۱	۲۴۴

با توجه به جدول ۳، در میان شاخص‌های سبک زندگی نشاط‌محور بیشترین میانگین به احساسات و عواطف خوشایند مربوط است که نشان‌دهنده بالاتر بودن این بعد از ابعاد دیگر متغیر مورد بررسی در میان پاسخگویان است. از بین عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط‌محور بیشترین میانگین به سرمایه اجتماعی مربوط است که نشان‌دهنده میزان بالاتر این متغیر از بقیه متغیرها در میان پاسخگویان است. میانگین سبک زندگی نشاط‌محور ۱۱۳ و پایین‌تر از میزان متوسط است که پایین‌بودن این شاخص در جامعه آماری مورد نظر را نشان می‌دهد.

### یافته‌های تحلیلی

در این بخش به بررسی رابطه متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، سن، جنس و منطقه محل سکونت با متغیر اصلی پژوهش یعنی سبک زندگی نشاط‌محور پرداخته و برای این منظور از آزمون‌های معناداری استفاده شده است.

جدول ۴. بررسی معناداری متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	منطقه محل زندگی	سرمایه فرهنگی	سرمایه اجتماعی	سرمایه اقتصادی	سن
سبک زندگی نشاط‌محور	-۰/۱	۰/۳۹	۰/۱۴	۰/۱۱	-۰/۰۳
معناداری	۰/۶	۰/۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۳	۰/۴

با توجه به رابطه‌های به‌دست‌آمده از آزمون‌ها، میان متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی و متغیر اصلی پژوهش، یعنی سبک زندگی نشاط‌محور هم‌بستگی مستقیم وجود دارد؛ یعنی با افزایش در هر یک از متغیرها، میزان سبک زندگی نشاط‌محور نیز افزایش خواهد یافت.

جدول ۵. بررسی آزمون تفاوت میانگین گرایش به سبک زندگی نشاط‌محور برحسب جنسیت

جنس	تعداد برحسب درصد	میانگین	انحراف معیار	معناداری آزمون t
زن	۴۹	۱۴۳/۱	۱۸/۱	۰/۱۴
مرد	۵۱	۱۴۴	۱۶	

بررسی‌های آماری در جدول ۵ نشان می‌دهد میانگین سبک زندگی نشاط‌محور در زنان ۱۴۳/۱ و مردان ۱۴۴ است، اما در سطح سنجش ۰/۵ این میزان تفاوت میان سبک زندگی نشاط‌محور زنان و مردان معنادار نیست؛ بنابراین میزان سبک زندگی نشاط‌محور در میان زنان و مردان تفاوتی ندارد.

جدول ۶. بررسی آزمون تفاوت میانگین گرایش به سبک زندگی نشاط‌محور بر حسب وضعیت تأهل

جنس	تعداد بر حسب درصد	میانگین	انحراف معیار	معناداری آزمون t
مجرد	۳۲/۲	۱۴۶	۲۰/۸	۰/۱۶
متاهل	۶۷/۸	۱۴۲	۱۶/۲	

بررسی‌های آماری جدول ۶ نشان می‌دهد میانگین سبک زندگی نشاط‌محور در افراد مجرد ۱۴۶ و در متأهلان ۱۴۲ است، اما در سطح سنجش ۰/۵ این میزان تفاوت معنادار نیست.

### تحلیل‌های چندمتغیره

در بررسی روابط آماری فرضیه‌های مختلف پژوهش، متغیرها به صورت دو به دو تحلیل شدند. اکنون برای مطالعه تأثیر هم‌زمان متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. در این تحلیل از روش گام به گام کمک گرفته‌ایم.

جدول ۷. ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط‌محور

متغیرهای مستقل	Beta	S.E	Sig
مقدار ثابت		۱۱/۶	۰/۰۰
سرمایه اجتماعی	۰/۱	۰/۱۷	۰/۰۰۵
سرمایه فرهنگی	۰/۵۵	۰/۱۷	۰/۰۰
سن	-۰/۱۴	۰/۲	۰/۰۰۱

نتایج معادله رگرسیون نشان می‌دهد متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی، ۴۷ درصد از تغییرات سبک زندگی نشاط‌محور را تبیین می‌کند و خطای معیار آن ۱۳/۹ و معنادار است. ضرایب بتا در جدول ۷ به تأثیر مستقیم هریک از عوامل بر روی متغیر وابسته پژوهش مربوط است. در میان این متغیرها، سرمایه فرهنگی با میزان ۰/۵۵، سرمایه اجتماعی با میزان ۰/۱ و سن

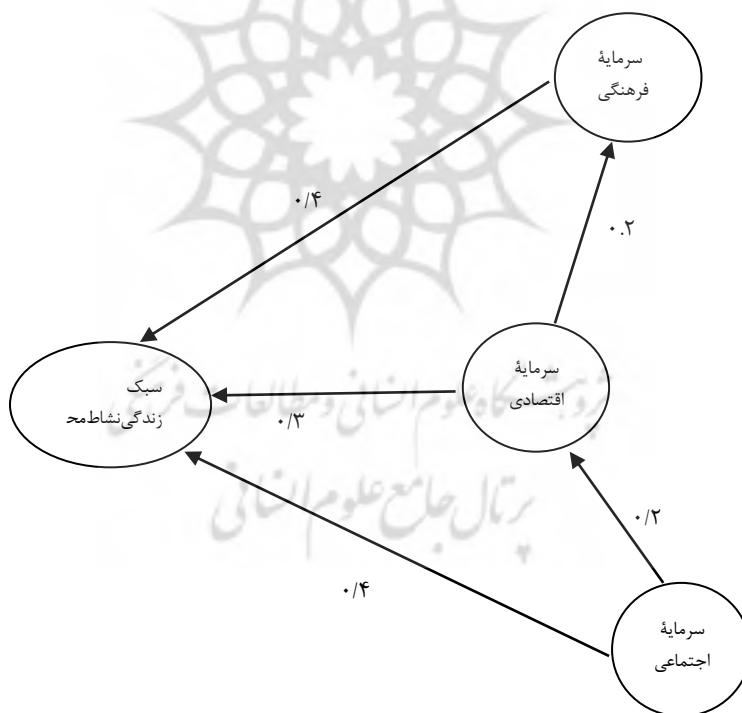
با میزان ۰/۱۴- معنادار هستند که بر متغیر سبک زندگی تأثیر دارند؛ از این رو سرمایه فرهنگی بیشترین تأثیر را بر گرایش شهروندان به سبک زندگی نشاط‌محور دارد.

## گزارش و تحلیل مسیر

در تحلیل مسیر به میزان تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم هریک از متغیرهای پژوهش پرداخته می‌شود.

جدول ۸. تحلیل مسیر

متغیرها	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر کل
سرمایه فرهنگی	۰/۴	۰	۰/۴
سرمایه اجتماعی	۰/۴	۰/۰۷۵	۰/۴۷۵
سرمایه اقتصادی	۰/۳	۰/۰۸	۰/۳۸



شکل ۲. مدل تحلیل مسیر

با توجه به جدول ۸، تأثیر کل سرمایه اجتماعی که حاصل تأثیر مستقیم و غیرمستقیم از طریق سرمایه اقتصادی است، بیشتر از تأثیر کل بقیه متغیرهاست. در مراحل بعدی سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی به ترتیب بیشترین تأثیر را دارند.

### بحث و نتیجه‌گیری

سبک زندگی مفهومی است که جامعه‌شناسان غرب پس از ناکارآمدی مفهوم طبقه برای توصیف و تحلیل رفتارهای اجتماعی به کار گرفتند؛ زیرا افرادی از طبقات مختلف، رفتارهای متفاوت با تعریف آن طبقه داشتند و عملاً مفهوم طبقه<sup>۱</sup> را در علوم اجتماعی به چالش کشیدند. در میان انواع متفاوت سبک زندگی می‌توان به گونه‌ای از سبک زندگی با عنوان سبک زندگی نشاط‌محور اشاره کرد. این نوع از سبک زندگی براساس شاخص‌سازی انجام‌شده در این پژوهش به گونه‌ای است که افراد دارای این سبک در بعد اوقات فراغت از اوقات فراغت فعال بهره می‌گیرند. در بعد مصرف، افرادی هستند که عموماً به مصرف تظاهری گرایش دارند. همچنین در بعد مصرف فرهنگی از کتاب‌های طنز و موسیقی‌های شادتر بهره می‌گیرند. در بعد مدیریت بدن، گرایش به ورزش‌های گروهی و هوازی دارند. همچنین به میزان متناسبی مواد پروتئینی مصرف می‌کنند. در مورد هر دو جنس، آرایش ظاهری و تناسب اندام تأثیر بسزایی در افزایش شادی دارد. استفاده از لباس رنگ روشن از دیگر مشخصات این سبک به حساب می‌آید. همچنین در این سبک، افراد از میزان احساس خوشایند بیشتری برخوردارند.

در میان گویه‌های متغیر سرمایه فرهنگی، بیشترین میانگین به گویه میزان دسترسی به نت (۳/۷) و کمترین میانگین به کسب مدرک در ورزش و داشتن وسایل ورزشی در خانه مربوط است. این متغیر در سه بعد سرمایه فرهنگی تجسم یافته (انواع تخصص و مهارت‌های فرهنگی) سرمایه فرهنگی عینیت یافته (داشتن انواع وسایل و لوازم فرهنگی) و سرمایه فرهنگی نهادی (انواع مدارک مهارتی) مطالعه شد. میانگین سرمایه فرهنگی تجسم یافته بیشتر از ابعاد دیگر است. بعد از آن سرمایه فرهنگی عینیت یافته با میانگین ۸/۸ و سرمایه فرهنگی نهادی با میانگین ۷/۲ قرار دارند. این متغیر با متغیر اصلی پژوهش رابطه مستقیم و مثبتی دارد؛ بنابراین با افزایش

میزان سرمایه فرهنگی بر میزان سبک زندگی نشاطمحور افزوده می‌شود. به عقیده بوردیو سرمایه فرهنگی افراد زمینه‌های ارزیابی و تفسیر متفاوت رویدادها و به عبارتی دانش‌های متفاوتی را برای آن‌ها فراهم می‌کند که این مقوله براساس دیدگاه‌های شناختی - که بروز و ظهور هیجانات را تولید تفکر انسان، نوع تفسیر او از رویدادها و به‌طورکلی بازتاب نوع ادراک او را از وقایع می‌داند- هیجانات متفاوتی در افراد و گروه‌های متعدد ایجاد می‌کند؛ بنابراین میزان دسترسی افراد به سرمایه‌های فرهنگی موجب احراز نوع خاصی از سبک زندگی از سوی آن‌ها می‌شود. آن‌چنان‌که سبک زندگی افراد مجموعه تفکرات، تفاسیر و ادراکات آن‌ها را تشکیل می‌دهد و بر بروز هیجانات خاص (شادی، غم و...) مؤثر است. از سوی دیگر سرمایه فرهنگی بالاتر مجوز ورود به عرصه‌هایی را فراهم می‌کند و مهارت‌هایی را در اختیار شخص می‌گذارد که میزان درآمد فرد و به تبع آن اعتمادبه‌نفس را افزایش می‌دهد. همچنین انتخاب‌های درست‌تری در اختیار فرد می‌گذارد و سبب رضایت خاطر می‌شود. این نتایج با پژوهش‌های ریانی (۱۳۸۶)، نشاط‌دوست (۱۳۸۷)، کیم (۲۰۱۱) و آرگایل (۱۹۹۶) هماهنگی دارد. در میان ابعاد سبک زندگی نشاطمحور، بیشترین هم‌بستگی مربوط به مصرف فرهنگی و در مرتبه بعد به اوقات فراغت با سرمایه فرهنگی افراد مربوط است. به این ترتیب می‌توان گفت کسانی که سرمایه فرهنگی بیشتری دارند، از مصرف فرهنگی بالاتری نیز برخوردارند و اوقات فراغت بیشتری دارند. بیشترین هم‌بستگی سرمایه فرهنگی میان سرمایه تجسم‌یافته و سبک زندگی نشاطمحور است (۰/۳). بیشترین هم‌بستگی بعد مدیریت بدن با سرمایه فرهنگی در میان ابعاد سبک زندگی وجود دارد (۰/۳۶). در مجموع همه روابط معنادار هستند به غیر از سرمایه تجسم‌یافته و احساس خوشایند.

در میان گویه‌های سرمایه اجتماعی، بیشترین میانگین به گویه‌های اعتماد فامیلی و قرض دادن پول به فامیل و کمترین میزان به گویه درددل با فامیل مربوط است؛ بنابراین می‌توان به این موضوع پی برد که در میان پاسخگویان کمترین تمایل به درددل کردن با فامیل است. این متغیر در دو بعد اعتماد فردی و اعتماد تعمیم‌یافته سنجش می‌شود. در بعد اعتماد فردی، بیشترین میانگین به گویه‌های اعتماد فامیلی و قرض دادن پول به فامیل و کمترین میزان به گویه درددل با فامیل مربوط است. در بعد دوم، بیشترین میانگین به گویه احساس ناامنی در خیابان (۳/۲) و کمترین به



گویه امانت‌دادن وسایل به غریبه‌ها مربوط است (۱/۹). در مجموع میانگین میزان اعتماد فردی (۱۳/۷) از میانگین اعتماد تعمیم‌یافته (۱۹/۱) پایین‌تر است که این امر پایین‌بودن میزان اعتماد فردی را نشان می‌دهد. در آزمون رابطه میان این متغیر و سبک زندگی نشاط‌محور، رابطه آن‌ها مستقیم و مثبت ارزیابی شد که البته میزان این رابطه میان سرمایه اجتماعی و اوقات فراغت قوی‌تر به دست آمده است. دورکیم بیان می‌کند که روابط اجتماعی فرد را در مقابل آسیب‌های روان‌شناختی محافظت می‌کند. این نتیجه با یافته‌های لیندکویست (۲۰۰۰)، برگمن (۱۳۸۹)، آرگایل (۱۳۸۶)، ریکوئینا (۲۰۱۰)، وانگ (۲۰۱۲) کار (۱۳۸۷)، دولان<sup>۱</sup> (۲۰۰۸)، هینس<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) و تیلور<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) هم‌خوانی دارد. گیدنز از نوعی سرمایه اجتماعی جدید با عنوان رابطه ناب یا رابطه به دلیل رابطه یاد می‌کند که در آن افراد عاری از هر نوع وابستگی اقتصادی، سیاسی، ایدئولوژیک و... تنها به دلیل مودت، دوستی، عشق متقابل و باهم‌بودن به تشکیل خانواده‌ای اقدام می‌کنند که در آن هم‌فکری، هم‌دلی، همکاری و اعتماد، احترام و بهره‌مندی و احساس لذت متقابل جای هرگونه نابرابری اجتماعی و تبعیض جنسیتی را می‌گیرد (موسوی، ۱۳۸۶ به نقل از گیدنز ۱۹۹۲) که این امر موجب احساس نشاط می‌شود. افزایش و انباشت سرمایه اجتماعی سبب پدیدآمدن حسن نیت و اعتماد متقابل میان کنشگران می‌شود، هم‌گرایی و هم‌بستگی اجتماعی آنان را تقویت می‌کند و با ایجاد رابطه‌ای پایدار و استوار زمینه همکاری گسترده آنان را برای تحقق هدف‌های مشترک فراهم می‌آورد. در رابطه ابعاد سبک زندگی نشاط‌محور و ابعاد سرمایه اجتماعی همه روابط به‌جز مصرف-اعتماد فردی، مصرف-اعتماد تعمیم‌یافته و مدیریت بدن - اعتماد تعمیم‌یافته معنادار هستند. در میان ابعاد اعتماد فردی شدت رابطه اعتماد فردی - اوقات فراغت و احساسات خوشایند از بقیه بیشتر است. همچنین شدت رابطه اعتماد تعمیم‌یافته - اوقات فراغت و احساسات خوشایند نیز از بقیه بیشتر است.

در آزمون رابطه سرمایه اقتصادی و متغیر پژوهش، رابطه تأیید شد، اما میزان آن بالا به دست نیامد که این یافته نیز با یافته‌های داینر و اوشی، برادبرن و وینهوون مطابقت دارد. مایرز (۲۰۰۰) نیز هم‌بستگی ضعیفی میان سطح درآمد و شادی در میان مردم آمریکا، کانادا و اروپا

- 
1. Dolan
  2. Hines
  3. Teylor

به‌دست آورد. آرگایل (۱۹۹۹) معتقد است میان درآمد و نشاط ارتباطی مثبت وجود دارد، اما این ارتباط در میان اقشار کم‌درآمد بیشتر است؛ یعنی درآمد تا اندازه‌ای که نیازهای مادی افراد را برطرف می‌کند بر نشاط تأثیر دارد، اما درآمد بیش‌ازحد مورد نیاز، نشاط را افزایش نمی‌دهد. مردم به‌تدریج به هر چیزی از جمله به سطح زندگی بالاتر عادت خواهند کرد (آرگایل، ۱۳۸۳: ۳۳۸). رابطه سرمایه اقتصادی با بعد اوقات فراغت و مدیریت بدن قوی‌تر از ابعاد دیگر سبک زندگی نشاط‌محور است. در توضیح آن باید به این نکته توجه کرد که با افزایش میزان سرمایه اقتصادی افراد، نیازهای اولیه افراد برطرف می‌شود و نیازهای ثانویه مورد توجه قرار می‌گیرد که این با این قانون مازلو مطابقت دارد، اما ارضای نیازهای ثانویه تاحدی موجب افزایش شادی افراد و گرایش بیشتر آن‌ها به سبک زندگی نشاط‌محور می‌شود، اما پس از آن دیگر اثر زیادی بر متغیرهای نام‌برده نخواهد داشت.

یافته‌های پژوهش درمورد ابعاد مختلف سبک زندگی نشاط‌محور نشان می‌دهد که درمورد متغیر مدیریت بدن، کمترین میانگین مربوط به انجام عمل‌های زیبایی (۱/۵) و بیشترین مربوط به نخوردن صبحانه است (۳/۹). در میان گویه‌های احساس خوشایند بیشترین میانگین (تمایل در بین پاسخگویان) مربوط به کمتر عصبی می‌شوم و کمترین میانگین مربوط به گویه‌های (درمجموع از زندگی راضی هستم و گویه به‌راحتی از خواب بیدار می‌شوم (۲/۶)) است. بیشترین میانگین در میان گویه‌ها به گویه گذران اوقات فراغت با خانواده مربوط با مقدار ۳/۷ است. کمترین تمایل در میان گویه‌های اوقات فراغت مربوط به نواختن موسیقی است. در میان گویه‌های مصرف فرهنگی بیشترین تمایل (میانگین) به گویه علاقه به کنسرت مربوط است. کمترین تمایل (میانگین) به گویه‌های خواندن کتاب شعر و طنز ارتباط دارد. در میان گویه‌های مصرف تظاهری بیشترین تمایل (میانگین) علاقه به وسایل لوکس و کمترین تمایل مربوط به گویه‌های بدون نیاز خرید کردن و داشتن وسایل اضافی در منزل است. در متغیر سبک زندگی نشاط‌محور بیشترین تعداد به طبقه متوسط و کمترین آن به بسیار (۱/۱) مربوط است. میانگین این متغیر پس از کد دهی دوباره ۱/۵۶ و از حد متوسط پایین‌تر است که این امر پایین‌بودن این متغیر را نشان می‌دهد. نتایج این امر با پژوهش‌های ربانی و همکاران (۱۳۸۷)، دهقانی (۱۳۸۹) و پناهی (۱۳۹۱) هم‌خوانی دارد. از سوی دیگر در پژوهش مینکو که در سطح بین‌المللی انجام

داده است، شاخص شادی کشورها محاسبه و نشان داده شده است که شادی ایران در سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۷ در بین ۹۷ کشور رتبه ۵۶ را دارد که از متوسط نیز پایین‌تر است (مینکو، ۲۰۰۹ به نقل از گنجی ۱۳۸۷). همان‌طور که می‌دانیم میزان نشاط روحی از ابعاد مهم این سبک از زندگی است. در ایران تبلیغات کافی برای گرایش مردم به این سبک از زندگی انجام نمی‌شود. همچنین در تعریف ابعاد سبک زندگی نشاط‌محور، تعاریفی وجود دارد که مخالف تعریف حکومتی از دینداری است؛ مانند گوش‌دادن به موسیقی‌های طرب‌انگیز، حرکات موزون و پای‌کوبی‌های گروهی و برخی اوقات فراغت شادی‌زا مانند ورزش‌های گروهی زنان در فضاهای عمومی یا ورزش‌های گروهی دختران و پسران جوان و... همین امر سبب گزینش سبک‌های زندگی غیرسالم و گاهی غیر نرمال و مضر برای جامعه شده است. در میان ابعاد سبک زندگی نشاط‌محور بیشترین میانگین‌ها به احساس خوشایندی و اوقات فراغت مربوط است. در مرتبه‌های بعدی مصرف، مصرف فرهنگی و مدیریت بدن قرار دارد.

همچنین در تحلیل چندمتغیره نشان داده شد که متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سن، ۴۷ درصد از سبک زندگی نشاط‌محور را تبیین می‌کنند. در ادامه به پیشنهادها و پژوهش اشاره می‌شود:

بوردیو مانند گیدنز بر این باور است با اینکه افراد سبک‌های زندگی خود را انتخاب می‌کنند، در اجرای این سبک‌ها آزادی کامل ندارند. سبک زندگی تحت نفوذ قوی ساختار (فرصت زندگی) بر عادت‌واره است که انتخاب‌های سبک زندگی از آن مشتق می‌شود. انتخاب و مشارکت در سبک زندگی ویژه، از فرصت‌های زندگی تأثیر می‌پذیرد؛ بنابراین کار بوردیو نشان می‌دهد انتخاب‌های سبک زندگی نه تنها محدود می‌شوند، بلکه حتی به کمک فرصت‌های زندگی نیز شکل می‌گیرند. (ویلیامز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۵: ۵۸۰). در جامعه ایران فشاری ساختاری بر تمام ابعاد حوزه خصوصی اعمال می‌شود و حکومت سعی دارد تمام ابعاد زندگی خصوصی افراد جامعه را به انقیاد درآورد. به‌زعم هابرماس حوزه عمومی در حال بلعیدن حوزه خصوصی است و عملاً هیچ حوزه خصوصی برای افراد در جامعه ایران وجود ندارد. با نگاهی سطحی می‌توان دید حکومت در زمینه حجاب، نوع دین‌ورزی، روابط اجتماعی، شیوه مدیریت بدن،

انتخاب اوقات فراغت، نوع مصرف فرهنگی در اختیار مردم مانند نوع آهنگ، نوع کتاب و... حتی شیوه مصرف کاملاً دخالت دارد و به این عرصه‌ها وارد شده است که در غالب موارد جزئی از عرصه‌های کاملاً خصوصی زندگی افراد جامعه به‌شمار می‌آید. باید توجه داشت که نمی‌توان بدون تغییر ساختارها و نگاه حکومتی به عرصه خصوصی، خواستار تغییر در سبک زندگی جامعه بود. جامعه‌ای که فرصت‌های خوبی برای گذران اوقات فراغت با فراغ بال ندارد، در زمینه آرایش صورت و لباس با محدودیت‌های فراوانی روبه‌روست؛ یعنی نمی‌تواند به کتاب‌ها و موسیقی‌های گوناگون دسترسی داشته باشد، فرصت‌های ورزش گروهی را به‌ویژه برای زنان ندارد، با وضعیت معیشتی خوبی برای فعالیت‌های فراغتی همراه نیست و در مجموع احساس آزادی روانی و امنیت روحی ندارد؛ از این رو قطعاً نمی‌تواند به احساس خوشایند که رکن اول سبک زندگی نشاط محور است دست یابد و اساساً صحبت در مورد برگزیدن و ترغیب جامعه به سبک زندگی نشاط‌محور سخت و سخت‌تر می‌شود. پیشنهاد مهم پژوهش حاضر این است که برای رسیدن به این‌گونه از سبک زندگی (بهترین گونه از سبک) باید ابتدا ساختارهای حکومتی و فرهنگی جامعه تغییر کند که این امر مستلزم نگاهی جدی و عمقی به مسائل اجتماعی ایران است. به نظر می‌رسد در آینده‌ای به‌شدت نزدیک شاهد فروپاشی روحی جامعه و سوق یافتن بیشتر افراد آن به سبک‌های زندگی مضر و ناسالم خواهیم بود.

## منابع

- آزادارمکی، تقی و چاوشیان، محسن (۱۳۸۱)، «بدن به مثابه رسانه هویت»، *جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۱۶: ۵۷-۷۵.
- آرگایل، مایکل (۱۳۸۳)، *روان‌شناسی شادی*، ترجمه فاطمه بهرامی و همکاران، اصفهان: جهاد دانشگاهی.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰)، *نظریه کنش*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۴)، *سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه*، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: انتشارات شیرازه.
- جمشیدی‌ها، غلامرضا و پرستش، شهرام (۱۳۸۶)، «دیالکتیک منش و میدان در نظریه بوردیو»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۳: ۱-۳۲.
- چلبی، مسعود و موسوی، محسن (۱۳۸۷)، «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان» *جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۱ و ۲: ۳۴-۵۷.
- خدایی، ابراهیم (۱۳۸۸)، «بررسی رابطه سرمایه اقتصادی و فرهنگی والدین دانش‌آموزان با احتمال قبولی آن‌ها در آزمون سراسری سال تحصیلی ۱۳۸۵»، *فصلنامه انجمن آموزش عالی ایران*، شماره ۴: ۶۵-۸۴.
- ربانی، رسول؛ عابدی، علی و گنجی، محمد (۱۳۸۶)، «فرهنگ شادی: رویکردهای نظری و تجربی در زندگی روزمره سرپرستان خوانوار شهر اصفهان»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۸: ۴۱-۷۸.
- رحمت‌آبادی، الهام و آقابخشی، حبیب (۱۳۸۵)، «سبک زندگی و هویت جوانان»، *رفاه اجتماعی*، شماره ۲۰: ۲۳۵-۲۵۶.
- رضایی، نقدعلی؛ جعفری، ابراهیم و صادقی، محمد (۱۳۹۴)، «زمینه‌شناسی سبک زندگی ایرانی اسلامی»، *چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده: ۳۰ و ۳۱ اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۴*

- رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۶)، «هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد»، مطالعات راهبردی، شماره ۳۸: ۱۳۵-۱۷۹.
- رضائی، محمد (۱۳۸۴)، تبیین رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- شالچی، وحید (۱۳۸۷)، «سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ»، فصلنامه پژوهش‌های فرهنگی، شماره ۱: ۹۳-۱۱۵.
- عاشوری، جمال؛ خشنود، قاسمعلی و بابایی (۱۳۹۴)، «رابطه جهت‌گیری مذهبی، شادکامی، منبع کنترل و راهبردهای مقابله‌ای با سلامت معنوی دانشجویان پرستاری»، توسعه پژوهش در پرستاری و مامایی، شماره ۹: ۳-۱۸.
- عابدی، محمدرضا (۱۳۸۴)، شادی در خانواده، تهران: انتشارت حضور.
- عابدی، محمدرضا (۱۳۸۱)، بررسی و مقایسه اثربخشی روش‌های مشاوره شغلی به سبک نظریه یادگیری اجتماعی، سازگاری شغلی و مدل‌شناختی رفتاری فوردایس بر کاهش افسردگی شغلی مشاوران آپ شهر اصفهان، پایان‌نامه دکتری مشاوره، دانشگاه علامه طباطبائی.
- قاسمی، وحید؛ ربانی، رسول و ربانی خوراسگانی، علی (۱۳۸۷)، «تعیین‌کننده‌های ساختاری و سرمایه‌ای سبک زندگی سلامت‌محور»، مسائل اجتماعی ایران، شماره ۶: ۱۱۷-۱۳۸.
- قنبری، محمد (۱۳۹۴)، «بررسی نقش رسانه‌ها در اوقات فراغت»، کنفرانس ملی دانش و فناوری روانشناسی، تهران.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳)، تجدد و تشخص، ترجمه ناصر موفقیان، چاپ دوم، تهران: نشر نی.
- گنجی، محمد (۱۳۸۷)، تحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر میزان احساس شادی سرپرستان خانوار شهر اصفهان، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.

- مرادی، مریم (۱۳۸۳)، بررسی جایگاه، اهمیت و تأثیرات شادمانی در تعلیم و تربیت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان.
- مام‌الهی، بیانیه و علمی، محمود (۱۳۹۲)، «تعیین عوامل اجتماعی مرتبط با مدگرایی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز»، *مطالعات جامعه‌شناسی*، شماره ۱۸: ۷-۲۵.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۵)، *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، تهران: انتشارات نور علم.
- منصوریان، قربانی؛ سلیمانی، محبوبه و مریم، مسعود (۱۳۸۸)، «سبک زندگی و عوامل مؤثر بر آن در دانشجویان دانشگاه‌های شهر گرگان»، *مجله دانشگاه علوم پزشکی جهرم*، شماره ۱: ۶۲-۷۱.
- موسوی، میرطاهر؛ رفیعی، حسن و قاسم‌زاده داوود (۱۳۹۰)، «بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و شادی در بین شهروندان شهر تهران»، *آموزش و ارزیابی*، شماره ۳۰: ۸۷-۹۸.
- مقیمی، معصومه (۱۳۹۶)، «به‌کارگیری روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه برای رتبه‌بندی اقتصادی مناطق شهری جهت احداث مراکز تجاری (مورد مطالعه: شهر تهران)»، *فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری*، شماره ۲۰: ۳۹-۵۱.
- نوری، علی (۱۳۸۶)، «شیوه زندگی سالم در رویکرد نوین»، *نشریه داخلی انجمن ارتقای سلامت و شیوه زندگی سالم*، سال دوم، شماره ۵: ۳۵-۶۶.
- میرغفوری، میلاد (۱۳۹۳)، *لباس و روانشناسی رنگ‌ها*، تهران: نشر آوازه.
- هزارجریبی، جعفر و آستین‌فشان، پروانه (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی با تأکید بر استان تهران»، *نشریه جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره ۱: ۱۱۹-۱۴۶.
- Atlantis, E. et al. (2004), "An Effective Excercise-Based Intervation for Improving Mental Health and Quality of Life Measures", *Preventive Medicine*, No. 2: 424-434.
- Argyle, M., and Lu, L. (2001), *The Psychology of Happiness*, London: Rutledge
- Bourdieu, P. (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Rutledg. Cambridge Dictionary
- Fischer, E., and Arnold, S. J. (1990), "More Than a Labor of Love: Gender Roles and Christmas Gift Shopping", *Journal of Consumer Research*, No. 3: 335.

- Feist, G. J. et al. (1995), **Integration Top – Down and Bottom – Up Structuralmodels of Subjective Well – Being**, A Longitudinal Investigation.
- Haller, M., and Hadler, M., (2006), “How Social Relations and Structures Can Produce Happiness and Unhappiness. An International Comparative Analysis”, **Social Indicators Research**, No.31:169-216.
- Ogrodnik, L. (2000), **Patterns in Culture Consumption and Participation**, Ottawa:Canada’s Culture Statistics Program.
- Piko, B. F., and Vazsonyi, A.T, (2004), “Leisure Activities and Problem Behaviors Amonghungarian Youth”, **Journal of Adolescence**, No. 5: 717-730.
- Drukker, M. C., and Kaplan, (2003), “Children Health– Related Quality of Life, Neighbourhood Socio-Economic Deprivation an Social Capital. A Based Health Promotion. Emerging Theories in Health Promotion Practice and Research”, **Indianapolis: Jossy-Bass**, No. 2: 228-254.

