

ارائه مدل ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور

محسن نیازی*

زهرا صادقی آرانی**

ندا خداکرمیان گیلان***

چکیده:

این پژوهش با هدف شناسایی ابعاد و شاخص اصلی مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور و ارائه مدل ساختاری - تفسیری آن انجام گرفته است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و گردآوری داده ها توصیفی از پیمایش بوده و ابزار گردآوری اطلاعات پرسش نامه است. ابتدا مؤلفه های سبک زندگی نشاط محور مشخص شده و مصاحبه با خبرگان و متخصصان انجام گرفته، سپس با استفاده از متدولوژی تحلیلی نوین مدل سازی ساختاری - تفسیری روابط بین این مؤلفه ها تعیین و تحلیل شده است؛ در نهایت با استفاده از تحلیل MICMAC نوع مؤلفه ها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر مؤلفه ها مشخص شده است. در این راستا نتایج پژوهش نشان می دهد عوامل سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، دین داری، مصرف فرهنگی، فعالیت های اوقات فراغت، حقوق شهروندی، هویت فردی، هویت جمعی و مدیریت بدن از ابعاد و شاخص های سبک زندگی نشاط محور به شمار می آیند. همچنین دو عامل سرمایه اجتماعی و سرمایه اقتصادی به ترتیب مجموع با میزان قدرت نفوذ ۹ بیشترین تأثیر و اوقات فراغت، حقوق شهروندی و مدیریت بدن به ترتیب مجموع میزان قدرت نفوذ ۳ کمترین تأثیر را دارند.

واژگان کلیدی: سبک زندگی نشاط محور، شادمانی، سبک زندگی، مدل سازی ساختاری -

تفسیری، تحلیل MICMAC.

* استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران. (نویسنده مسئول)

niazim@kashanu.ac.ir

** استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

sadeqiarani@kashanu.ac.ir

*** دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

n.khodakaramian.g@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۳/۱

مقدمه

نشاط به عنوان عامل مهمی در مفهوم سلامت و از شاخص های مهم کیفیت زندگی به شمار می رود. جامعه ای که فرد در آن احساس نشاط، خشنودی و رضایت مندی نکند را نمی توان جامعه توسعه یافته، به ویژه در توسعه اجتماعی قلمداد کرد (زیبایی ۱۳۹۱). سبک زندگی نشاط محور گونه ای از سبک زندگی است که دارای ابعاد از شاخص های سبک زندگی است که اسباب شادی، نشاط و رضایت از زندگی افراد را فراهم می آورد. به این ترتیب، کسانی که از سبک زندگی نشاط محور برخوردارند، افرادی هستند که از میزان افسردگی کمتر و بهره وری بیشتری برای جامعه برخوردارند و در برخورد با مسائل و مشکلات زندگی، توان مقابله بیشتری دارند (فرزعلیان و همکاران ۱۳۹۸). سبک زندگی نشاط محور باعث شده است که افراد جهان بینی مثبتی داشته باشند و افراد خلاق و پرتلاش شوند و به سلامت روحی و روانی خود اهمیت دهند. افرادی که در طول زندگی خود شاد هستند اضطراب و استرس را در خود از بین می برند. این افراد افکار و احساسات مثبت دارند و این امر باعث شده که انرژی مثبت نیز به اطرافیان خود انتقال دهند. از منظر ادیان الهی، شادی هایی که هم روحاً و هم جسماً باعث رشد و ترقی انسان بوده و او را از مسیر زندگی خارج ننماید، ممدوح شمرده می شود (میریان و همکاران ۱۳۹۱).

با این وجود، گزارش جهانی در سال ۲۰۱۸ نشان می دهد که ایران در بین ۱۵۶ کشور رتبه ۱۰۶ را در شاخص های نشاط به خود اختصاص داده است که برای ایران جایگاه مناسبی نیست (منتظری و همکاران ۱۳۹۷). لزوم پرداختن به مقوله احساس شادی و نشاط و عوامل ایجادکننده آن از آنجا ناشی می شود که به نظر می رسد، امروزه پیشرفت هر جامعه در گرو استفاده بهینه از سرمایه انسانی آن جامعه است و یکی از مهم ترین اصول در حوزه مدیریت سرمایه انسانی، توجه به مقوله شادی و نشاط انسان هاست؛ زیرا انسان با نشاط، انسانی کارا، مبتکر، مولد و سازنده است و همین اعمال مثبت به سلامت فیزیکی و روانی او نیز کمک شایانی خواهد کرد (رضادوست و همکاران ۱۳۹۳). بر این اساس، در نظر گرفتن این مقوله در سیاست گذاری های کلان جامعه مستلزم شناخت و بررسی دقیق و علمی آن پدیده است. تحقیقات حاکی از آن است که عوامل متعددی بر نشاط افراد یک جامعه تأثیرگذار است که این مؤلفه ها نیز به نوبه خود ارتباطات و تأثیر و تأثرهای متعددی بر یکدیگر داشته و از حیث اهمیت و محرک بودن، یکسان نیستند. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤلفه های مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور و همچنین ارائه مدلی جامعی از ارتباطات ساختاری این عوامل با استفاده از رویکرد مدل سازی ساختاری تعاملی انجام گرفته است؛ بنابراین، دو سؤال اصلی که پژوهش حاضر به دنبال پاسخ گویی

به آن است، به صورت زیر است:

- مؤلفه‌های مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور با استفاده از پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه چیست؟
- مدل ساختاری - تعاملی مؤلفه‌های مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور چگونه است؟

۱) مبانی نظری

الف) سبک زندگی و تاریخچه آن

وبلن^۱، معتقد است که سبک زندگی، تجلی رفتاری مکانیسم روحی، عادات فکری و معرفت فرد است. در جایی دیگر، سبک زندگی را الگوی رفتار جمعی می‌داند (وبلن ۱۸۹۹). به‌زعم زیمل، انسان برای بیان معنای خود و تمایزبایی از دیگران، مدل و شیوه رفتاری خاصی را برمی‌گزیند و سعی دارد به این ترتیب جایگاه خود را در نظام اجتماعی حفظ کند که به آن سبک زندگی می‌گویند (زیمل ۱۹۱۴ به نقل از صمد زاده و همکاران ۱۳۹۵). سبک زندگی نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی، بلکه شکل اجتماعی نوینی است که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (گیدنز ۱۹۹۱). در این معنا، سبک زندگی راهی است برای تعیین ارزش، نگرش و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل اجتماعی روزبه‌روز رو به افزایش است. اهمیت و رواج سبک زندگی در علوم اجتماعی ظاهراً ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی‌های موجود نمی‌توانند تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح دهند. مفهوم طبقه که برای مدت طولانی اصل طلایی این تبیین بود به تدریج سودمندی و کارایی خود را از دست داده است (اباذری و چاوشیان ۱۳۸۱). از دهه ۱۹۴۰ به بعد، سبک زندگی به‌عنوان ابزاری سیاسی برای تمایز، به بلوک‌بندی غرب در مقابل نازی‌ها، در جنگ جهانی دوم، سپس بلوک شرق، در سال‌های بعد و طی جنگ سرد، کمک می‌کرد (بندیکنتر^۲ ۲۰۱۱). با گسترش فناوری اطلاعاتی و ارتباطاتی نظیر ماهواره، اینترنت و گسترش شبکه ارتباطی و ماهواره‌ها با اینکه فرآیند یکسان‌سازی فرهنگ جهانی را دنبال می‌کنند؛ اما این‌ها باعث خلق تمایزات گوناگون میان افراد شدند (خواجانه‌نوری ۱۳۸۴).

1. Veblen

2. Binder

ب) نشاط

نشاط^۱ از احساسات مثبت بشری است که از مفاهیم اثرگذار در تحقیق حاضر است. اولین مطالعه در مورد نشاط در سال ۱۹۱۲ میلادی در بین دانش‌آموزان انگلیسی انجام شد. در دهه ۱۹۶۰ سازمان‌های نظرسنجی آمریکا، پرسشی را راجع به نشاط و رضایت از زندگی شروع کردند و این کار منجر به تعدادی کار کلاسیک اولیه شد: کانتریل^۲ (۱۹۶۵) الگوی دغدغه‌های انسان که یک پیمایش بین‌المللی با حجم نمونه ۲۳۸۷۵ نفری را به انجام رساند. مجلات روان‌شناختی نظیر مجله شخصیت و روان‌شناسی اجتماعی نیز انتشار مقالات نشاط را آغاز کردند. در سال ۱۹۹۹، وینهوون کتاب سه‌جلدی همبسته نشاط را که در آن ۶۳۰ زمینه‌یابی عمده را در جهان دوباره تجزیه و تحلیل کرد، پدید آورد. وی معتقد است از سال ۱۹۱۱ تا ۱۹۷۵، ۲۴۵ پژوهش تجربی در مورد نشاط انجام شده است. به اعتقاد روان‌شناسان، نشاط دارای سه جز اساسی است؛ هیجان مثبت، رضایت از زندگی و نبود هیجانات منفی. همچنین عده‌ای معتقدند روابط سازنده و مثبت با دیگران، هدفمند بودن زندگی، رشد شخصیتی، دوست داشتن دیگران از اجزای مؤلفه‌های نشاط است (آگاریل ۱۳۸۳). نشاط به احساسات مثبت فرد و رضایت خاطر او از زندگی مربوط می‌شود. نشاط، عواطف مثبت، تعادل عاطفی، رضایت خاطر^۳، عوامل شخصیتی هستند که باهم همبستگی بالایی دارند. نشاط در زندگی به معنای احساس خوشبختی، اعتماد متقابل، احساس تعهد و نشانه‌ای از نگرش مثبت به زندگی و محیطی که فرد در آن زندگی می‌کند را در برمی‌گیرد (ربانی و همکاران ۱۳۸۸، ۵). از نظر آلان کار^۴، نشاط حالات روانی مثبتی است که با سطح رضایت‌مندی از زندگی، سطح بالای عاطفه مثبت مشخص می‌شود. نشاط پیامد مثبتی را برای فرد و جامعه دارد. فردیکسون نشاط را با در اختیار داشتن ابزارها و راه‌های مناسب برای تحقق اهداف مرتبط می‌داند و درعین حال به روابط نقش، پایبندی به هنجارها و جامعه‌پذیری مناسب و به‌طورکلی سرمایه اجتماعی در این خصوص می‌اندیشد (تمیزی فر و عزیززی مهر ۱۳۹۶، ۲۲۰).

ج) سبک زندگی نشاط‌محور و عوامل آن

سبک زندگی نشاط‌محور گونه‌ای از سبک زندگی است که مؤلفه آن به‌نوعی تعریف می‌شود تا موجب نیل افراد به نشاط و شادمانی شود. کسانی که از سبک زندگی

-
1. Vitality
 2. Kanteryeel
 3. Satisfaction
 4. AlanCarr

نشاط‌محور برخوردارند افرادی هستند که از میزان افسردگی کمتر و بهره‌وری بیشتر برای جامعه برخوردارند و در برخورد با مسائل و مشکلات زندگی، توان مقابله بیشتری دارند. دنیای مدرن با وجود محاسن زیاد، معایبی نیز در خود دارد. به نظر گیدنز، مدرنیته امکان خطر را در بعضی حوزه‌های سبک زندگی کاهش داده است؛ ولی در عین حال پارامترها خطرآفرین نوین و کاملاً ناشناخته نیز به همان حوزه‌ها وارد می‌کند. این پارامترها خطر احتمالی بدفرجامی را نیز در بردارند. دنیای متجدد کنونی آکنده از تهدید و خطرات هول‌انگیز است، نه به دلیل اینکه به طرزی اجتناب‌ناپذیر به سوی مصیبت و فاجعه پیش می‌رود، بلکه بدان سبب که خطر احتمالی بی‌سابقه را وارد میدان می‌کند که نسل پیشین به هیچ‌وجه با آن سروکار نداشتند (گیدنز ۱۳۸۳، ۱۹). در این رابطه، شرایط لزوم پرداختن به مبحث سبک زندگی نشاط‌محور بیشتر احساس می‌شود.

یک) رابطه مصرف فرهنگی و سبک زندگی نشاط‌محور

مصرف به‌عنوان فعالیتی معنا‌ساز در سبک زندگی مهم‌ترین نقش را بر عهده دارد. افرادی که بر ارزش لذت‌جویانه تمرکز دارند، مصرف‌کنندگان مدرنی هستند که تمایل دارند، درآمد اضافه خود را به منظور لذت بردن، رضایت و رسیدن به مطلوبیت‌های جدید از مصرف کردن، به مصرف برسانند. به همین دلیل، مصرف‌کنندگان با ارزش‌های لذت‌جویانه قوی‌تر ممکن است فقط از ارزش عملکردی محصولات، به ارزش احساسی آن‌ها مانند نام تجاری، طراحی، ظاهر و بسته‌بندی محصولات علاقه‌مند باشند. در جنبه دیگر نگاه به مصرف، برخی از تحقیقات پیروی از مد را در نشاط، راحتی، آزادی و لذت انسان معرفی می‌کنند. مصرف نمادی است که مجموعاً روایتی را برمی‌سازد که از ورای آن، فرد هویت شخصی و اجتماعی خود را به‌صورت تأملی یا انعکاسی، بازگو می‌کند. برای نمونه معیارهای انتخاب پوشاک و اولویت‌های هزینه‌ای مصرف را می‌توان از دو جنبه بررسی کرد: مصرف فایده‌گرایانه و مصرف تظاهری (رفعت‌جاه ۱۳۸۶، ۱۴۲). یکی از عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط‌محور، مصرف فرهنگی است. مصرف بر خرید و استفاده از کالا و خدمات اشاره دارد. بر این اساس، مصرف فرهنگی عبارت است از خواندن، تماشا کردن، گوش کردن، حضور یافت، مشارکت، خرید کالا و خدمات فرهنگی است (آگروودنیک^۱ ۲۰۰۰). منظور از مصرف فرهنگی، گوش دادن به انواع موسیقی و خواندن کتاب، طنز و شعر است. موسیقی می‌تواند خلق مثبت ایجاد کند و به‌عنوان یکی از ابزارهای مؤثر تغییر خلق شناخته شود.

دو) رابطه مدیریت بدن و سبک زندگی نشاطمحور

فدرستون^۱ بر این باور است که مدیریت بدن به فهرست بلندی از اعمالی نظیر تاتو، پیر سینگ، بریدن بخشی از بدن، ژیمناستیک، بدن سازی و رژیم گرفتن و... اطلاق می شود (فدرستون ۱۹۹۹). در مورد مصرف مواد غذایی و توجه به سلامت، تحقیقات نشان داده اند، دانشجویانی که هر روز صبحانه می خورند و بیش از ۸ واحد میوه و سبزی روزانه مصرف می کنند، فعالیت بدنی کافی و همچنین وضعیت اقتصادی - اجتماعی بالاتری دارند و نشاط آنان بالاتر است. اگر به بعد مراقبت بهداشتی پردازیم متخصصان معتقدند که افرادی که با آب سرد دوش می گیرند، بعد از پایان این کار، به احساس سرمستی و نشاط رسیده و روحیه خوبی دارند. (نوری ۱۳۸۶، ۱۱). جراحی زیبایی، نظارت و دست کاری مستمر ویژگی ظاهری و مرئی بدن است. این مفهوم به کمک مصرف کنترل وزن (از طریق ورزش، رژیم غذایی و دارو) دست کاری پزشکی (جراحی بینی و پلاستیک) و میزان اهمیت دادن به مراقبت بهداشتی و آرایشی (استحکام روزانه، آرایش مو، آرایش با اصلاح صورت، استفاده از عطر، آرایش ناخن و لنز برای خانم ها) به یک شاخص تجمعی تبدیل شده است (اباذری و چاوشیان ۱۳۸۱، ۶۴).

سه) رابطه فعالیت های اوقات فراغت و سبک زندگی نشاطمحور

فعالیت های اوقات فراغت به یکی از مؤلفه های سبک زندگی نشاطمحور، منبع مناسبی برای ایجاد نشاط است و نشاط آفرینی این فعالیت ها با استفاده از تئوری انتخاب گر بودن انسان و تئوری انگیزشی اجتماعی قابل تبیین است. بر اساس تئوری انتخاب گر بودن انسان، فعالیت اوقات فراغت فعالیتی هستند که فرد با توجه به علاقه و با آزادی عمل در مورد آنان تصمیم می گیرد. این گونه فعالیت ها حتی زمانی که فرد را از نظر جسمی خسته می کند نیز موجب نشاط او می شود. (مرادی ۱۳۸۳). اوقات فراغت برای تلطیف عواطف و تخلیه هیجانات کاربردی تأثیر دارد و انتخاب الگوی مناسب در گذراندن اوقات فراغت این امکان را می دهد که فرد متعادل بوده و بتواند هیجانات خود را کنترل کند. تمرین و ورزش فیزیکی سریع ترین راه رسیدن به خلق مثبت است. موسیقی روش آسان دیگری است که به ایجاد خلیقات مثبت منجر می شود. مشهورترین نوع اوقات فراغت اکنون تلویزیون است (آرگایل ۱۳۸۳، ۶۳).

چهار) رابطه سرمایه اقتصادی و سبک زندگی نشاطمحور

از نظر بوردیو، سرمایه اقتصادی از پهنه اقتصادی سرچشمه می گیرد (ریترز ۱۳۷۴، ۷۲۵). همچنین سرمایه اقتصادی یا ثروت مادی در واقع، قدرت پرداخت برای شکلی از سرمایه است که می تواند تبدیل به کالای مادی شود. افراد با داشتن سرمایه اقتصادی می توانند،

کالای فرهنگی بیشتری را در اختیار داشته باشند و از این طریق سرمایه فرهنگی خود را افزایش دهند (خدایی ۱۳۸۸). بدین طریق، موقعیت افراد برحسب حجم و نوع سرمایه آنان مشخص می‌شود و جایگاه آنان ابتدا در خانواده و سپس در جامعه مشخص می‌شود (آیزیک^۱ ۱۳۸۷). ازجمله نظریه‌پردازان کلاسیک که معتقد است وضعیت نشاط افراد جامعه به‌وسیله موقعیت مادی تحت تأثیر قرار داده است، کارل مارکس است. وی می‌گوید که وضعیت عینی و مادی زندگی، رفاه و سعادت را به ارمغان آورده است. همچنین برخی از اقتصاددانان نیز در این خصوص معتقدند که درآمد بالا همگام با توزیع مناسب ثروت در بین اقشار جامعه، به نشاط اعضای آن جامعه منجر می‌شود (گنجی ۱۳۸۷).

پنج) رابطه هویت اجتماعی و سبک زندگی نشاطمحور

با رجوع به فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد درمی‌یابیم که واژه هویت^۲ ریشه در زبان لاتین دارد و دو معنای اصلی دارد: اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است؛ این با آن مشابه است. معنای دوم آن به مفهوم تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را مدنظر دارد (جکینز^۳ ۱۳۸۱). مهم‌ترین ویژگی هویت این است که هویت به‌وسیله فرد ابراز می‌شود و به تعریف و شناسایی فرد از خودش و یا انتسابش به گروه مربوط است، اما مقوله‌ای اجتماعی است؛ چراکه فرد هویت خود را در روند اجتماعی یا در طی تماس با دیگران کسب می‌کند (عبداللهی ۱۳۷۴). ساختار اجتماعی می‌تواند منجر به انواع هویت در بین افراد شود و به‌خوبی قابل تشخیص است؛ لذا به‌وضوح می‌توان هویت فرد آسیایی را از فرد اروپایی تشخیص داد. تنوع هویت فرآورده اجتماعی است که به‌واسطه آن وجود خود را آشکار می‌سازد (مایرز^۴ ۲۰۰۹).

شش) رابطه دین‌داری و سبک زندگی نشاطمحور

دین^۵ عبارت است از احساس اعتقاد به قوای لاهوتی و ماورای طبیعی و رعایت یک سلسله قواعد اخلاقی در زمینه ارتباط با خود، سایر بندگان و خدا و انجام مناسک عبادی در جهت کسب تقرب خالق و جلب رضایت او به منظور تعالی روح است (گنجی ۱۳۸۳). دین بر شادی افراد تأثیرگذار است. یکی از مکانیسم‌های اثرگذار دین بر نشاط، نقش آن در ایجاد

-
1. Isic
 2. Identity
 3. Jkins
 4. Maiser
 5. Religion

سرمایه اجتماعی است (فوکویاما^۱ ۱۳۷۳). اوکولیکس کوزاریان^۲ (۲۰۱۰) بیان می کند که مذهب اجتماعی از طریق افزایش سرمایه اجتماعی رضایت از زندگی را افزایش می دهد، همچنین اجتماع مذهبی می تواند از طریق ساخت و نگهداشت ساختار معقول رضایت از زندگی را افزایش دهد. مذهب از طریق تسکین دادن رنج زندگی در افزایش شادمانی مشارکت دارد.

هفت) رابطه حقوق شهروندی و سبک زندگی نشاط محور

شهروندی به عنوان مجموعه ای از حقوق و تعهدات در یک جامعه مدنی، یکی از نهادهای اساسی جوامع معاصر است. افراد جامعه در رابطه با دولت دارای سه گونه حقوق مدنی، سیاسی و اجتماعی هستند (مارشال^۳ ۱۹۷۳). افراد در برابر این حقوق ملزم به برخی تعهدات و تکالیف در قبال جامعه و دولت هستند (فیتزپاتریک^۴ ۲۰۰۵). تحقق و توسعه فرهنگ شهروندی، مستلزم آگاهی از حقوق شهروندی است. آگاهی از حقوق شهروندی، مجموعه ای از افکار، عقاید، حساسیت نسبت به زندگی و توجه به هر آنچه در وسیع ترین معنا به امور عمومی اعم از سیاسی یا اجتماعی مربوط می شود، است (اختر محقق ۱۳۸۷).

هشت) رابطه سرمایه اجتماعی و سبک زندگی نشاط محور

در رابطه با نشاط و سرمایه اجتماعی، یکی از اولین بینش های جامعه شناسی که با تحقیق دورکیم پیوند خورده است، به تأثیر مثبت و سودمند انسجام اجتماعی بر سلامتی و بهزیستی ذهنی مربوط می شود. دورکیم نشان داد هرچه پیوندهای افراد با جامعه ضعیف تر باشد، احتمال اقدام به خودکشی افزایش می یابد. او معتقد است روابط اجتماعی فرد را در مقابل صدمات و آسیب های روان شناسی محافظت می کند. پس از دورکیم، سنت تحقیقی فراگیری شکل گرفت که به شرح جزئیات نقش روابط اجتماعی در بهبود سلامتی و بهزیستی ذهنی از طریق تأمین نیازهای اساسی نیازهای مادی و احساسی پرداخت (لیند کویست^۵ ۲۰۰۰).

نه) رابطه هویت فردی و سبک زندگی نشاط محور

هویت فردی ما از تجربیات منحصر به فرد ما، از ارزش ها و احساسات ما نشئت می گیرد، اغلب در تجربیات شخصی ما ریشه دارد (عبداللهی ۱۳۸۵). هویت به معنی «چه کسی بودن» است و از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن و شناسانده شدن به چیزی یا جایی برمی آید.

1. Fukuyama

2. Ovoliks Kosraean

3. Marshal.

4. Fitzpatrick

5. Lined cost

این حس تعلق، بنیادی ذاتی در وجود انسان دارد. برآورده شدن این نیاز، «خودآگاهی» فردی را در انسان سبب می‌شود و ارضای حس تعلق میان یک گروه انسانی، خودآگاهی جمعی و مشترک یا هویت بومی یا ملی آن گروه انسانی را تعیین می‌کند؛ بنابراین هویت در قالب فردی و ملی قابل تعریف است. هویت فردی شامل ویژگی‌های شخصیتی یک فرد است که این ویژگی‌ها موجب تمایز او از دیگری می‌شود. در حقیقت ابعاد مختلف شخصیت یک فرد هویت آن فرد را مشخص می‌کند.

در این پژوهش، سعی بر آن است که به دلیل پیچیدگی موضوع تحقیق و بین‌رشته‌ای بودن آن (جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی) ترکیبی از نظریات سبک زندگی و نشاط برای چهارچوب نظری بهره گرفته شده است. مطابق نظر بوردیو، حجم و ترکیب انواع سرمایه‌ها در نزد فرد، جایگاه وی را در سلسله‌مراتب میدان تعیین می‌کند. بوردیو به تعداد میدان‌های ترجیحات به تعداد میدان سبک ممکن می‌پردازد. او معتقد است هریک از نوشیدنی‌ها، اتومبیل‌ها، روزنامه‌ها یا پاتوق تعطیلات، دکوراسیون یا وسایل خانه یا باغ و باغچه چند ویژگی متمایز اندک را دارند که به منزله نظام تفاوت عمل می‌کنند که این امر به بنیادی‌ترین تفاوت اجتماعی مجال بروز و ظهور می‌دهد. می‌توان دید که کل این میدان‌ها امکانات اتمام ناپذیری برای دنبال کردن تمایز و تشخیص ارائه کرده‌اند (بوردیو ۱۳۹۰). بوردیو با بهره‌گیری از مفاهیم سرمایه اقتصادی، فرهنگی و استفاده از مفهوم منش که از آن به‌مثابه الگوی اندیشه، درک، مصرف و سبک زندگی تعبیر می‌کند، به تبیین مدلی جهت ساختار طبقاتی و بازتولید طبقه دست زد و معتقد بود که افراد موقعیت طبقاتی خود را درونی کردند و آن را از طریق انتخاب خویش بیان کردند (فاضلی ۱۳۸۲). بوردیو تأثیر دین بر سبک زندگی را مدنظر قرار داد که با مفهوم سرمایه در ارتباط است. در دیدگاه بوردیو، ترکیب و حجم سرمایه است که منجر به تفاوت در ذائقه می‌شود. عادت‌واره و سرمایه فرد در میدان مختلف در درون فضای اجتماعی، الگوی مصرف و سبک زندگی خاصی را برای فرد و گروه به وجود آورده است که منجر به تمایز می‌شود (رحمانی و همکاران ۱۳۹۲). در رویکرد بوردیو، سبک زندگی افراد متأثر از سرمایه فرهنگی آنان است. از این رو، فعالیت مذهبی نیز به‌عنوان یک عنصر از فعالیت فرهنگی به واسطه کارکرد متفاوتی که دارد، می‌تواند بر ظهور احساسات مثبت از جمله شادی و نشاط مؤثر باشد. دستورات و مناسب مذهبی مانعی در برابر فشار روانی و استرس عمل می‌کنند و آثار زیان‌بار آن‌ها برطرف می‌شود. ایجاد شبکه اجتماعی و همبستگی و پیوستگی، تحکیم عواطف مشترک، همکاری و تعاون می‌تواند مبنای سرمایه اجتماعی قلمداد شود و در نتیجه، بر شادی انسان‌ها مؤثر واقع شود. از نظر گیدنز، سبک زندگی افراد با هویت افراد رابطه مستقیم دارد. تحولات تکنولوژی و گسترش استفاده از فناوری ارتباطی نظیر اینترنت و ماهواره و همچنین تعاملات

با دنیای مدرن باعث شده است که افراد جامعه به دنبال ارزش و الگوی جدید برای زندگی خود باشند.

۲) پیشینه تجربی تحقیق

در این پژوهش سعی شده است که در گردآوری پیشینه تحقیق، مقالات و تحقیقاتی گردآوری شود که دارای ارتباط بیشتر با موضوع تحقیق باشند. در جستجوی اولیه از پایگاه‌های ایراندک، پورتال علوم انسانی، نورمگز، Sid و مگ‌ایران، تنها مقاله‌ای که به‌طور خاص به عبارت «سبک زندگی نشاط‌محور» اشاره کرده، مقاله فرزعلیان و همکاران (۱۳۹۸) است. بر این اساس، با یک مرور نظام‌مند با استفاده از واژگان کلیدی سبک زندگی، سبک زندگی نشاط‌محور، نشاط و شادی در پایگاه‌های مذکور، پژوهش‌هایی که به بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط‌محور و معرفی آن‌ها پرداخته استخراج شده است. در تمامی این پژوهش‌ها که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود، به‌طور موردی، یک یا تعداد محدودی از ابعاد نشاط در زندگی بررسی و عوامل مؤثر بر آن را سنجیده شده است. با بررسی تحقیقات انجام گرفته در حیطه موضوع تحقیق در تمامی تحقیقات، جامعه آماری مورد مطالعه یک قشر خاصی از جامعه هستند؛ مانند زنان یا افراد فقیر و... که نمی‌تواند معرف همه افراد یک ناحیه یا شهر باشند و تنها قشر خاصی را پوشش می‌دهند. به این ترتیب، نمی‌توان نتیجه مطالعات را به جامعه با وسعت بیشتر تعمیم داد؛ اما در پژوهش حاضر قشر خاصی مورد توجه قرار نگرفته است و جامعه آماری آن کلی است. همچنین، همان‌گونه که اشاره شد تنها در تحقیق فرزعلیان و همکاران (۱۳۹۸) اصطلاح «سبک زندگی نشاط‌محور» مورد اشاره قرار گرفته و به‌صورت خاص به ابعاد آن پرداخته شده است. بر این اساس، وجه تمایز پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌های انجام گرفته تلاش برای شناسایی ابعاد مختلف «سبک زندگی نشاط‌محور» و ارائه یک مدل جامعه و کل‌نگر برای تبیین ساختار تأثیر و تأثیری و تعاملی بین این ابعاد بوده که در هیچ‌کدام از پژوهش‌های قبل به آن پرداخته نشده است.

الف) تحقیقات داخلی

در پژوهشی که توسط فرزعلیان و همکاران (۱۳۹۸) انجام گرفته، ابعاد سبک زندگی نشاط‌محور بررسی شده است. جامعه آماری این پژوهش، شهروندان تهران هستند. پرسش‌نامه پژوهش به شیوه نمونه‌گیری چندمرحله‌ای میان ۷۵۰ نفر از شهروندان توزیع شد. بر اساس 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. بر اساس نتایج آزمون‌های آماری، نقش سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی در ایجاد تقویت سبک زندگی نشاط محور تأیید شده است. نتایج مدل رگرسیونی نشان می‌دهد ۴۷ درصد از متغیر سبک زندگی نشاط محور به کمک متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای تبیین می‌شود.

تمیزی فر و عزیزی مهر (۱۳۹۶) به بررسی رابطه بین اوقات فراغت و نشاط اجتماعی در شهر اصفهان پرداختند، نشان دادند که بین اوقات فراغت و نشاط و نیز رضایت از گذراندن اوقات فراغت با نشاط رابطه معناداری وجود دارد؛ با افزایش رضایت از اوقات فراغت بر میزان نشاط نیز افزوده می‌شود. همچنین شیوه گذراندن اوقات فراغت نسبت به شیوه غیرفعال آن، همبستگی قوی با نشاط وجود دارد.

در پژوهشی که توسط سلامتی و ابراهیم‌پور (۱۳۹۵) انجام شد به این نتیجه رسیدند که بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و فرهنگی با میزان نشاط اجتماعی در بین کودکان و نوجوانان ۱۲-۱۸ ساله تحت حضانت پرداختند به این نتیجه رسیدند که بین میزان سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی با نشاط اجتماعی کودکان تحت حضانت بهزیستی و اقوام رابطه معنادار وجود دارد، بین سن و میزان سرمایه اجتماعی هر دو گروه رابطه معناداری گزارش نشده است. میزان سرمایه اجتماعی بر جنسیت، در بین کودکان تحت حضانت اقوام متفاوتی نداشته؛ اما در بین کودکان بهزیستی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان نشاط در استان خوزستان» انجام شد. نتیجه این پژوهش نشان داد که پاسخگویان از میزان نشاط متوسط رو به بالایی برخوردارند. احساس انومی، احساس امنیت، اعتماد اجتماعی، دین‌داری، احساس محرومیت و سن تأثیر معناداری بر نشاط دارد، به نحوی که این شش متغیر با توجه به ضرایب رگرسیون به ترتیب بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته داشته است (رضادوست و همکاران ۱۳۹۳)

در تحقیق «بررسی تأثیر سرمایه اقتصادی بر نشاط جوانان» که توسط دهقان و همکاران (۱۳۹۱) انجام شد به بررسی این موضوع پرداختند که آیا کسانی که پولدارند شادترند؟ نتیجه آن نشان داد که رابطه بین جنسیت، تحصیلات و وضعیت تأهل معنادار نیست؛ در حالی که متغیر سرمایه اقتصادی و اشتغال با نشاط رابطه معنادار دارد. دلیل اینکه افراد به سرعت به سطح درآمد خود عادت می‌کنند.

پژوهشی که توسط ربانی و همکاران (۱۳۸۸) تحت عنوان «تبیین اجتماعی در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی» انجام شد، نشان داد که میزان نشاط در بین اقوام متفاوت،

متفاوت بوده است. در این پژوهش سه قوم آذری، کرد و لر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. میانگین آن ۲۱/۹۰ است و بیشترین مقدار مربوط به قوم آذری است. رابطه هویت اجتماعی، هویت محلی و ملی در ارتباط با نشاط قرار گرفته است و هویت ملی بیشترین ارتباط را با نشاط دارد.

در تحقیق «رابطه بین دین‌داری با نشاط دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شهر اصفهان» که توسط عابدی و همکاران (۱۳۸۷) انجام شد، نشان دادند که بین ابعاد مختلف دین‌داری (بعد اعتقادی، بعد عاطفی، بعد پیامدی، بعد مناسکی) با میزان شادی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج به دست آمده حاکی از آن است که بعد اعتقادی ۰/۲۲، بعد مناسکی ۰/۱۹، بعد پیامدی ۰/۱۷ و بعد عاطفی ۰/۱۵ به ترتیب پیش‌بینی کننده میزان نشاط دانش‌آموزان هستند.

(ب) تحقیقات خارجی

در تحقیقی با عنوان «آیا نشاط منجر به سبک زندگی فعال‌تر می‌شود؟»، کتلیور و یانگ (۱۹۹۹) به این نتیجه دست یافتند کسانی که در شرایط روحی مثبت و منفی قرار دارند نسبت به کسانی که در شرایط خشی هستند، تمایل کمتری به ورزش دارند. کسانی که در شرایط روحی منفی قرار دارند، نگرش نامطلوب نسبت به دو گروه دیگر در مورد ورزش کردن و فعالیت فیزیکی دارند. در کل این تحقیق نشان داده است که شرایط روحی منفی نقش قابل توجهی در تصمیم‌گیری فرد در مورد فعالیت فیزیکی دارد.

جی لی و بارگوا (۲۰۰۴) در تحقیقی با نام «اوقات فراغت و نشاط اجتماعی» به این نتیجه دست یافتند که افراد متأهل زمان کمتری را به اوقات فراغت در مقایسه با افراد مجرد می‌پردازند. در میان عامل‌های اجتماعی - جمعیتی، درآمد، اشتغال، سن، جنس و نژاد عامل مؤثری در استفاده از اوقات فراغت و به نسبت نشاط اجتماعی هستند.

هیلر و آرگایل تحقیق «تجارب مذهبی و موسیقایی و ارتباط آن با نشاط» (۲۰۰۵) را انجام دادند. در این پژوهش محققان به این نتیجه رسیدند که تجارب مذهبی و موسیقایی تا حدودی در ایجاد نشاط مؤثر است. یکی از نتایج این پژوهش این است که تأثیر مثبت موسیقی و مذهب بر نشاط به واسطه این است که روابط اجتماعی افراد را توسعه می‌دهند. تیان و یانگ (۲۰۰۸) در پژوهشی دیگر به عنوان «عوامل درآمدی و غیر درآمدی در ارتقا نشاط چه تفاوتی با یکدیگر دارند؟»، به این نتیجه رسیدند که درآمد باعث نشاط می‌شود، اما تنها در یک نقطه معین، اما هنگامی که سطوح عوامل غیر درآمدی به دست آمد، افزایش این نقطه که قبلاً نیز افزایش یافته بود منجر به تخصیص ناکارآمد شده است و نشاط افراد را کاهش می‌دهد.

خلاصه تحقیقات در حوزه مورد مطالعه نشان داده است که عوامل تأثیرگذار بر سبک زندگی نشاط محور شامل مصرف فرهنگی، سرمایه اقتصادی، فعالیت‌های اوقات فراغت، مدیریت بدن، حقوق شهروندی، هویت اجتماعی، هویت فردی، دین داری، سرمایه اجتماعی هستند.

۳) روش مورد بررسی

پژوهش حاضر از نظر هدف گذاری کاربردی و از نظر روش شناسی به صورت توصیفی - تحلیلی است. در روند تهیه و تولید داده‌ها، ابتدا عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور با استفاده از نظر خبرگان، در دانشگاه از طریق روش دلفی شناسایی شدند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از مدل سازی تفسیری - ساختاری ISM بهره گرفته شده است. مدل سازی تفسیری - ساختاری یک روش سیستماتیک و ساختاریافته برای ایجاد فهم روابط میان عناصر یک سیستم پیچیده است که در سال ۱۹۷۴ توسط وارفیلد معرفی شد. ISM یک ابزار قدرتمند کیفی در حوزه‌های مختلف و تکنیکی مناسب برای تحلیل یک عنصر بر عنصر دیگر است. ایده اصلی مدل سازی ساختاری - تفسیری تجزیه یک سیستم پیچیده به چند زیرسیستم با استفاده از تجزیه عملی و دانش خبرگان جهت ساخت یک مدل ساختاری چند سطحی است.

الف) روش نمونه گیری

روش مدل سازی ساختاری - تفسیری ایجاب می کند که اطلاعات از خبرگان دریافت و تحلیل شده است. برای انتخاب تیم دلفی و تیم ISM و از روش نمونه گیری هدفمند استفاده شده و معیارهای انتخاب خبرگان تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی است. نکته قابل توجه در تعیین تعداد خبرگان، کسب اطمینان از جامعیت دیدگاه‌های مختلف در پژوهش است. تعداد خبرگان شرکت کننده در مقالات بررسی شده ۱۵ نفر انتخاب شده است. با در نظر گرفتن معیارهای یاد شده در نهایت ۱۵ نفر از خبرگان در دانشگاه انتخاب شدند.

ب) ابعاد و شاخص مورد استفاده در پژوهش

در گام نخست که انتخاب مطالعات است. پژوهش‌های مرتبط با موضوع انتخاب شدند. برای یافتن مقالات منتشر شده در مجلات مختلف، جستجوی نظام مند با استفاده از واژگان کلیدی (سبک زندگی، سبک زندگی نشاط محور، نشاط، شادی) انجام شده است. در این پژوهش از پایگاه‌های داده (پورتال علوم انسانی، نورمگز، Sid، science direct) استفاده شده است. در گام بعدی، کیفیت روش پژوهش‌ها و مطالعات ارزیابی شده‌اند. پژوهشگران پس از بررسی تناسب مقالات به دنبال حفظ پژوهش‌هایی بودند که در آن عوامل مؤثر بر سبک

زندگی نشاط محور مطرح شده و دسته بندی از این عوامل انجام داده بودند. بر این اساس، ابعاد و عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور بررسی شد. عوامل مؤثر حاصل از ادبیات در زیر آمده است.

جدول ۱: مؤلفه های سبک زندگی نشاط محور

| منابع | تعریف | عوامل | ردیف |
|---|---|------------------------|------|
| اگرودنیک (۲۰۰۰)، هیلر و آرگایل (۱۹۹۸)، چور و اوشیسکی (۱۹۷۷) | مصرف فرهنگی عبارت است از خواندن، تماشا کردن، گوش دادن، حضور یافتن، مشارکت و خرید کالا و خدمات فرهنگی است. | مصرف فرهنگی | ۱ |
| آیزیک (۱۳۸۷)، ریتزر (۱۳۷۴)، آرگایل (۱۳۸۳)، خدایی (۱۳۸۸)، گنجی (۱۳۸۷) | سرمایه اقتصادی قدرت پرداخت برای شکلی از سرمایه است که می تواند تبدیل به کالای مادی شود. | سرمایه اقتصادی | ۲ |
| مرادی (۱۳۸۳)، وینهوون (۱۹۹۴)، ریجسکی و می هاکو (۲۰۰۱)، آتلاتیس و همکاران (۲۰۰۴). | اوقات فراغت فعلیتی است که فرد با توجه به علاقه و با آزادی عمل در مورد آن تصمیم می گیرد. | فعالیت های اوقات فراغت | ۳ |
| فدرستون (۱۹۹۹)، یونسی (۱۳۹۱)، نوری (۱۳۸۶)، تایر (۱۹۸۹)، استپتو (۱۹۹۸). | مدیریت بدن به معنای نظارت و تغییر مستمر ویژگی های ظاهری و مرئی بدن است. | مدیریت بدن | ۴ |

| ردیف | عوامل | تعریف | منابع |
|------|----------------|--|--|
| ۵ | هویت فردی | هویت هر فردی عبارت است از مجموعه خصوصیات و توانمندی‌ها و صفات نیک و بد او که باید باهم در نظر گرفته شوند و همین مسئله سبب می‌شود که در جهت تضعیف نقاط ضعف و بدی‌ها و تقویت نقاط قوت و خوبی‌ها و پویایی هویت اقدام شود. | تاجفل (۱۹۷۹)، تاجبخش، (۱۳۸۷)، شایگان (۱۳۸۰)، گیدنز (۱۳۸۷). |
| ۶ | حقوق شهروندی | حقوق شهروندی یعنی حقوقی که وجود آن مایه قوام و نبود آن‌ها، موجب زوال شخص یا شخصیت انسان می‌شود؛ بنابراین حقوق شهروندی، از جمله حقوقی است که در صورت نبود آن شخصیت شهروند شکل نمی‌گیرد. | کامیار (۱۳۹۳)، شبانی و فاطمی (۱۳۸۸)، توسلی و نجاتی (۱۳۸۳)، مارشال (۱۹۷۳). |
| ۷ | هویت اجتماعی | امکان برقراری ارتباط پایدار و معنادار روان‌شناختی با دیگران را که محور و مبنای زندگی اجتماعی است فراهم می‌سازد. | جنکینز (۱۳۸۱)، عبداللهی (۱۳۸۴)، حاجیانی (۱۳۷۹)، اریکسون، (۱۹۶۸)، گیدنز (۱۳۷۸). |
| ۸ | دین‌داری | احساس اعتقاد به قوای لاهوتی و ماورای طبیعی و رعایت یک سلسله قواعد اخلاقی در زمینه ارتباط با خود، سایر بندگان و خدا و انجام مناسک عبادی در جهت کسب تقرب خالق و جلب رضایت او به منزله تعالی روح است. | گنجی (۱۳۸۳)، عابدی (۱۳۸۱)، علوی (۱۳۸۸)، فوکویاما (۱۳۷۳). |
| ۹ | سرمایه اجتماعی | سرمایه اجتماعی عبارت است از ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی‌ای که می‌توانند حس همکاری و اطمینان را در میان افراد یک جامعه پدید آورند. | اجتهادی (۱۳۸۶)، سعادت (۱۳۸۵)، برگمن (۱۳۸۹)، وانگ و همکاران (۲۰۱۲). |

منبع: مطالعات نگارندگان

۴) نتایج و یافته‌های تحقیق

الف) شناسایی ابعاد و شاخص‌های سبک زندگی نشاط‌محور

در تحقیق حاضر با بررسی ادبیات در زمینه سبک زندگی نشاط‌محور و با استفاده از تحلیل محتوایی مطالعات انجام شده، در سطح جهان ابعاد و شاخص‌های سبک زندگی نشاط‌محور کامل‌تری شناسایی و استخراج شده است. ابعاد و شاخص‌های حاصل از بررسی ادبیات پس از اعمال نقطه نظرات متخصصین در جدول (۲) آمده است. پس از آن به روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری مدل سبک زندگی نشاط‌محور استخراج شده است که گام‌های این روش به صورت زیر است:

ب) گام اول: ماتریس خود تعاملی ساختاری^۱

پس از شناسایی ابعاد و شاخص‌های سبک زندگی نشاط‌محور، این عوامل در ماتریس خودتعاملی ساختاری (ISSM) وارد شده است. به این منظور، نخست پرسش‌نامه‌ای طراحی شد که کلیت آن مانند جدول ۲ است. در این جدول ۹ فاکتور انتخاب شده است. در سطر و ستون اول جدول از پاسخ‌دهندگان خواسته شده است که نوع ارتباطات دو به دویی عوامل را مشخص کنند. مدل‌سازی ساختاری - تفسیری پیشنهاد می‌کند که از نظارت نخبگان بر اساس تکنیک‌های مختلف مدیریتی از جمله توفان فکری^۲، گروه اسمی^۳ و غیره در توسعه روابط محتوایی میان متغیرها استفاده شود؛ بنابراین ماتریس خود تعاملی با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل شد و توسط ۱۵ نفر از خبرگان و متخصصین تکمیل شده است. اطلاعات حاصل بر اساس متد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری جمع‌بندی و ماتریس خودتعاملی ساختاری نهایی تشکیل شده است. علائم و حالت‌های مورد استفاده در این رابطه مفهومی به شرح زیر است.

نماد $V: i$ منجر به j می‌شود.

نماد A : یعنی j منجر به i می‌شود.

نماد X : ارتباط دوطرفه از i به j و برعکس.

نماد O : هیچ‌گونه ارتباطی بین i و j نیست.

1. Structural Self - Interaction Matrix

2. Brain storming

3. Nominal Group

جدول ۲: ماتریس خودتعاملی ساختاری شاخص های سبک زندگی نشاط محور

| | | | | | | | | | J | I |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| C _۹ | C _۸ | C _۷ | C _۶ | C _۵ | C _۴ | C _۳ | C _۲ | C _۱ | | |
| A | A | A | A | X | X | A | A | - | اوقات فراغت | C _۱ |
| V | V | V | V | V | V | X | - | | سرمایه اجتماعی | C _۲ |
| V | V | V | V | O | V | - | | | سرمایه اقتصادی | C _۳ |
| A | A | A | A | X | - | | | | مدیریت بدن | C _۴ |
| A | A | A | A | - | | | | | حقوق شهروندی | C _۵ |
| V | O | X | - | | | | | | دین داری | C _۶ |
| V | V | - | | | | | | | مصرف فرهنگی | C _۷ |
| X | - | | | | | | | | هویت فردی | C _۸ |
| - | | | | | | | | | هویت اجتماعی | C _۹ |

منبع: یافته های پژوهش

ج) گام دوم: ماتریس دسترسی اولیه^۱

ماتریس دسترسی اولیه از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی (صفر - یک) حاصل شده است. برای استخراج ماتریس دسترسی باید در هر سطر عدد یک جایگزین علامت های V و X و عدد صفر را جایگزین علامت های A و O در ماتریس اولیه شود. حاصل تبدیل تمام سطرها نتیجه حاصله ماتریس دسترسی اولیه است (جدول ۳). سپس روابط ثانویه بین بعد/ شاخص ها کنترل شده است. رابطه ثانویه به گونه ای است که اگر بعد J منجر به بعد I شود و بعد K را منجر شود. بعد J منجر به بعد K خواهد شد. با تبدیل نماد روابط ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک برحسب قواعد زیر می توان به ماتریس دست یافت:

۱. اگر خانه (j, i) در ماتریس SSIM نماد V گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد ۱ و خانه قرینه آن یعنی خانه (i, j) عدد صفر می گیرد.
۲. اگر خانه (j, i) در ماتریس SSIM نماد A گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد صفر و خانه قرینه آن یعنی خانه (i, j) عدد ۱ می گیرد.

1. Initial reachability matrix

۳. اگر خانه (j, i) در ماتریس SSIM نماد X گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد ۱ و خانه قرینه آن یعنی خانه (i, j) عدد ۱ می گیرد.
۴. اگر خانه (j, i) در ماتریس SSIM نماد O گرفته است، خانه مربوط به ماتریس دسترسی عدد صفر و خانه قرینه آن یعنی خانه (i, j) عدد صفر می گیرد. با توجه به قوانین تکنیک ISM ماتریس دسترسی اولیه به صورت جدول ۳ تبدیل شده است.

جدول ۳: ماتریس دسترسی اولیه

| C_9 | C_8 | C_7 | C_6 | C_5 | C_4 | C_3 | C_2 | C_1 | J I |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C_1 |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | C_2 |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | C_3 |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C_4 |
| ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C_5 |
| ۱ | ۰ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C_6 |
| ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C_7 |
| ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C_8 |
| ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C_9 |

منبع: یافته‌های پژوهش

د) گام سوم: ماتریس دسترسی نهایی^۱

پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه سبک زندگی نشاط محور با دخیل کردن انتقال پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می شود. تا ماتریس دسترسی اولیه سازگار شود. بدین صورت که اگر (i, j) باهم در ارتباط باشند و نیز (k, j) رابطه داشته باشند؛ آنگاه (k, i) باهم در ارتباط هستند. انتقال پذیری روابط مفهومی بین متغیرها در مدل سازی ساختاری تفسیری یک فرض مبنایی بوده و بیانگر این است که در صورتی که متغیر A بر متغیر B تأثیر داشته باشد و متغیر B بر متغیر C تأثیر گذارد، A بر C تأثیر می گذارد. در این مرحله تمام روابط ثانویه بین متغیرها بررسی می شود و ماتریس دسترسی نهایی مطابق جدول ۴ به دست آمده است. در این ماتریس، قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نشان داده شده

است. قدرت نفوذ هر متغیر عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی که موجب ایجاد متغیر یادشده می‌شوند. استفاده از قانون بولین برای حالت پایداری که بدین ترتیب برخی از عناصر صفر نیز تبدیل به ۱ خواهد شد که به صورت $(*)$ نشان داده می‌شود.

$$M^* = M^k = M^{k+1}, k > 1$$

جدول ۴: ماتریس دسترسی نهایی

| قدرت نفوذ | C9 | C8 | C7 | C6 | C5 | C4 | C3 | C2 | C1 | J |
|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---------------|
| ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C1 |
| ۹ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | C2 |
| ۹ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | *۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | C3 |
| ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C4 |
| ۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C5 |
| ۷ | ۱ | *۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C6 |
| ۷ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C7 |
| ۵ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C8 |
| ۵ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱ | ۰ | ۰ | ۱ | C9 |
| | ۶ | ۶ | ۴ | ۴ | ۹ | ۹ | ۲ | ۲ | ۹ | میزان وابستگی |

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۴ قدرت نفوذ (میزان تأثیری که هر یک از عوامل بر سایر عوامل دارند) ۹ شاخص شناسایی شده در حوزه سبک زندگی نشاط محور آمده است. نتایج بیانگر این است که دو عامل سرمایه اجتماعی و سرمایه اقتصادی به ترتیب مجموع با میزان قدرت نفوذ ۹ بیشترین تأثیر و اوقات فراغت و حقوق شهروندی و مدیریت بدن به ترتیب مجموع میزان قدرت نفوذ ۳ کمترین تأثیر را دارند. بر این اساس، نخستین ابعاد کلی مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور ابعاد اقتصادی و در مراحل بعد ابعاد فرهنگی است.

ه) گام چهارم: سطح بندی عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور

ماتریس دسترسی نهایی باید به سطوح مختلف دسته بندی شود. برای تعیین سطح متغیرها در مدل نهایی به ازای هر کدام از آن‌ها سه مجموعه قابل دستیابی، مجموعه متقدم و مجموعه مشترک تشکیل می‌شود. در نخستین جدول شاخص یا متغیرهای که اشتراک

مجموعه قابل دستیابی و متقدم آن یکی است. در فرآیند سلسله مراتب به عنوان مجموعه مشترک محسوب می‌شوند؛ به طوری که این متغیرها در ایجاد هیچ متغیر دیگری مؤثر نیستند. آن متغیرها پس از شناسایی بالاترین سطح از فهرست سایر متغیرها کنار گذاشته می‌شوند. این تکرارها تا مشخص شدن سطح همه متغیرها ادامه می‌یابد. در این پژوهش، سطوح شش گانه متغیرها در نه جدول به دست آمده که نتیجه نهایی آن‌ها در جدول ۵ جمع بندی شده است. شاخص‌های سبک زندگی نشاط محور که مجموعه قابل دستیابی و مشترک آن‌ها کاملاً یکسان است، در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل ساختاری تفسیری قرار می‌گیرد.

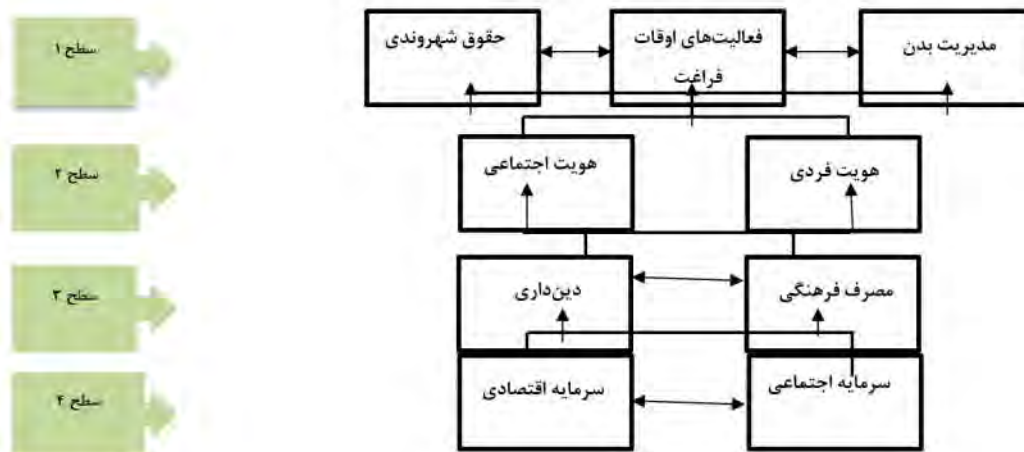
جدول ۵: سطح بندی عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور

| R | ابعاد | مجموعه قابل دستیابی | مجموعه متقدم | مجموعه مشترک | سطح |
|----|----------------|---------------------|-------------------|--------------|-------|
| C1 | اوقات فراغت | ۱,۴,۵ | ۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹ | ۱,۴,۵ | سطح ۱ |
| C2 | سرمایه اجتماعی | ۲,۳,۶,۷ | ۲,۳ | ۲,۳ | سطح ۴ |
| C3 | سرمایه اقتصادی | ۲,۳,۶,۷ | ۲,۳ | ۲,۳ | سطح ۴ |
| C4 | مدیریت بدن | ۱,۴,۵ | ۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹ | ۱,۴,۵ | سطح ۱ |
| C5 | حقوق شهروندی | ۱,۴,۵ | ۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸,۹ | ۱,۴,۵ | سطح ۱ |
| C6 | دین داری | ۶,۷ | ۲,۳,۶,۷ | ۶,۷ | سطح ۳ |
| C7 | مصرف فرهنگی | ۶,۷ | ۲,۳,۶,۷ | ۶,۷ | سطح ۳ |
| C8 | هویت فردی | ۸,۹ | ۲,۳,۶,۷,۸,۹ | ۸,۹ | سطح ۲ |
| C9 | هویت اجتماعی | ۸,۹ | ۲,۳,۶,۷,۸,۹ | ۸,۹ | سطح ۲ |

منبع یافته‌های پژوهش

بر اساس جدول ۵، عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط محور به چهار سطح طبقه بندی شده است. در گراف ISM روابط متقابل و تأثیرگذاری بین معیارها و ارتباط معیارهای سطوح مختلف نمایان شده است که موجب بهتر فضای تصمیم گیری می‌شود. در این بخش، دو عامل سرمایه اجتماعی و سرمایه اقتصادی قرار گرفته‌اند که مانند سنگ زیربنای مدل عمل می‌کنند، در نتیجه، ارتقای سطح سبک زندگی نشاط محور باید از این متغیرها آغاز شود و به سایر متغیرها تعمیم یابد. این دو متغیر ارتباط دوسویه با یکدیگر دارند. عوامل ایجاد مصرف فرهنگی و دین داری در سطح سوم، هویت فردی و هویت اجتماعی در سطح دوم،

مدیریت بدن، فعالیت‌های اوقات فراغت، حقوق شهروندی در سطح اول قرار دارند. تمامی شاخص‌های یادشده از مهم‌ترین عوامل کلیدی در سبک زندگی نشاط‌محور به شمار آمده‌اند. عامل‌هایی که در سطح بالایی مدل‌سازی ساختاری - تفسیری قرار گرفته‌اند از تأثیرپذیری بیشتری برخوردارند (شکل ۱).



(و) تحلیل MICMAC

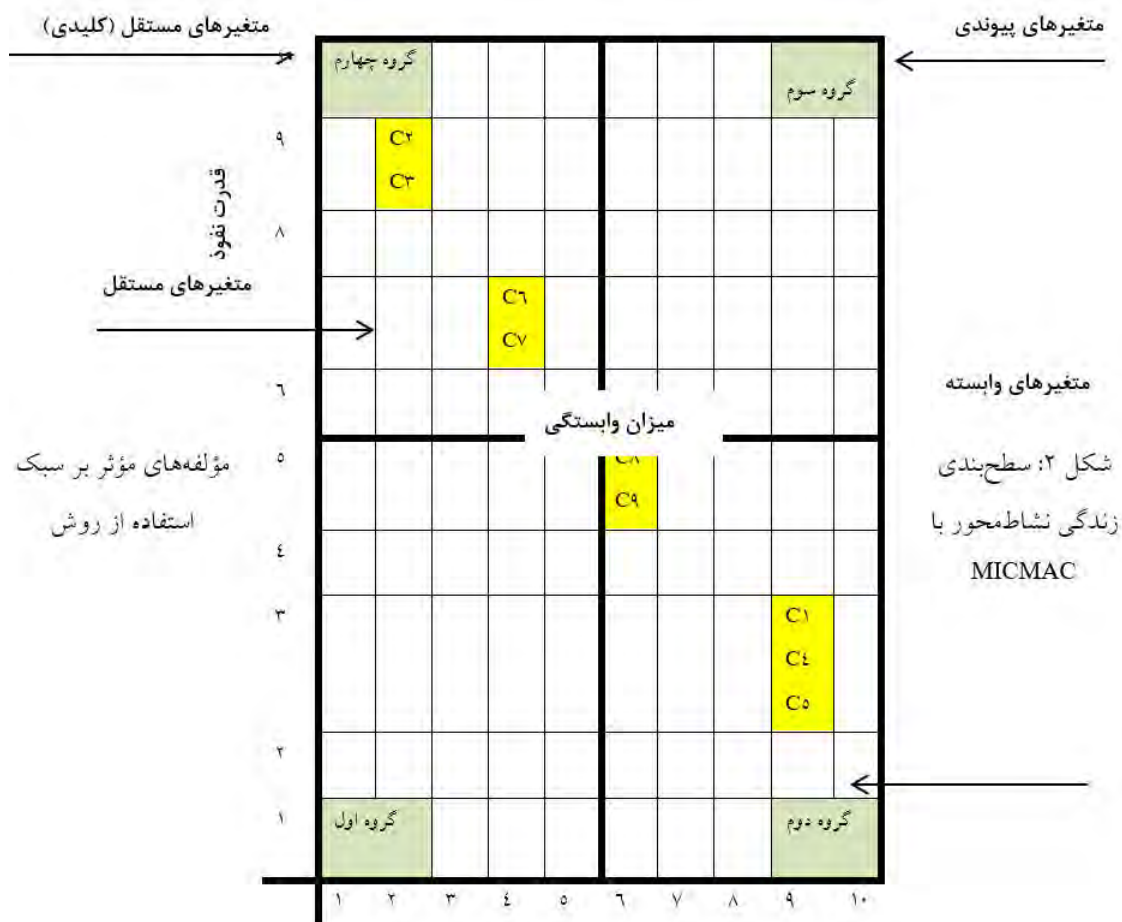
در این مرحله با استفاده از روش MICMAC نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها مشخص شده است. پس از تعیین قدرت نفوذ یا اثرگذاری و قدرت وابستگی عوامل می‌توان تمامی عوامل مؤثر بر سبک زندگی نشاط‌محور را در یکی از خوشه‌های چهارگانه روش ماتریس اثر متغیر طبقه‌بندی کرد. نخستین گروه شامل متغیر مستقل (خودمختار) می‌شود که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی دارند. این متغیرها تا حدودی از سایر متغیرها جداست و ارتباط کمی دارند. گروه دوم متغیرهای وابسته^۱ که از قدرت نفوذ ضعیف، ولی وابستگی بسیار بالایی برخوردارند. گروه سوم متغیرهای پیوندی^۲ که قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. در واقع، هرگونه عملی بر این شاخص متغیرها سبب تغییر سایر شاخص‌ها می‌شود. گروه چهارم متغیرهای مستقل^۳ (کلیدی) را در برمی‌گیرد. این متغیرها دارای قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی هستند. بر اساس شکل ۲، متغیرهای «فعالیت‌های اوقات فراغت، مدیریت بدن، حقوق شهروندی، هویت فردی، هویت اجتماعی» بیشتر تحت تأثیر سایر عوامل بوده و از منظر سیستمی جزء عناصر اثرپذیر

1. Dependent variables
2. Linkage variable
3. Autonomous variables

وابسته است؛ به عبارت دیگر، برای ایجاد این متغیر عوامل زیادی دخالت دارند و خود آن‌ها کمتر می‌توانند زمینه‌ساز متغیرهای دیگر شوند. متغیرهای «سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، دین‌داری، مصرف فرهنگی» جزو متغیرهای کلیدی برای توسعه سبک زندگی نشاط‌محور به شمار می‌روند. این متغیرها تأثیر بسیاری بر تحقق و ارتقای سبک زندگی نشاط‌محور و قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی دارند. اصولاً متغیرهایی که قدرت نفوذ بالایی دارند، به اصلاح متغیرهای کلیدی خوانده می‌شوند. قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر یک از عوامل مؤثر سبک زندگی نشاط‌محور در جدول ۶ و شکل ۲ نشان داده شده است.

جدول ۶: درجه قدرت هدایت و وابستگی متغیرها

| متغیرها | C۱ | C۲ | C۳ | C۴ | C۵ | C۶ | C۷ | C۸ | C۹ |
|---------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| قدرت نفوذ | ۳ | ۹ | ۹ | ۳ | ۳ | ۷ | ۷ | ۵ | ۵ |
| میزان وابستگی | ۹ | ۲ | ۲ | ۹ | ۹ | ۴ | ۴ | ۶ | ۶ |



نتیجه گیری و پیشنهادها

انسان موجودی هدفمند و جویای نشاط، خوشبختی و سعادت است و تا زمانی که به آنچه می‌خواهد دست نیابد، احساس نشاط، خوشبختی و سعادت نمی‌کند. شاید به‌جرئت بتوان گفت همه تلاش هر انسان در جهت یافتن شادی، نشاط و خوشبختی در آینده است. این پژوهش بینش و شناختی جدید از ساختار تعاملی مؤلفه‌های سبک زندگی نشاط‌محور به ما داده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد از لحاظ قدرت نفوذ (میزان تأثیرپذیری که هر عامل بر سایر عوامل دارد) در زمینه سبک زندگی نشاط‌محور ۹ شاخص شناسایی شده در حوزه سبک زندگی نشاط‌محور آمده است. نتایج بیانگر این است که دو عامل سرمایه اجتماعی و سرمایه اقتصادی به ترتیب مجموع با میزان قدرت نفوذ ۹ بیشترین تأثیر و اوقات فراغت، حقوق شهروندی، مدیریت بدن به ترتیب مجموع میزان قدرت نفوذ ۳ کم‌ترین تأثیر را بر سایر مؤلفه‌های سبک زندگی نشاط‌محور دارند. بر این اساس، نخستین ابعاد کلی مؤثر بر سبک زندگی نشاط‌محور ابعاد اقتصادی و در مراحل بعد ابعاد فرهنگی است. این پژوهش با تکیه بر تحلیل MICMAC نشان می‌دهد، متغیرهای «فعالیت‌های اوقات فراغت، مدیریت بدن، حقوق شهروندی، هویت فردی، هویت اجتماعی» بیشتر تحت تأثیر بوده سایر عوامل بوده و از منظر سیستمی جزء عناصر اثرپذیر وابسته است؛ به‌عبارت‌دیگر، برای ایجاد این متغیر عوامل زیادی دخالت دارند و خود آن‌ها کمتر می‌توانند زمینه‌ساز متغیرهای دیگر شوند. متغیرهای «سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، دین‌داری، مصرف فرهنگی» جزو متغیرهای کلیدی برای توسعه سبک زندگی نشاط‌محور به شمار می‌روند. این متغیرها تأثیر بسیاری بر تحقق و ارتقای سبک زندگی نشاط‌محور و قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی دارند. اصولاً متغیرهایی که قدرت نفوذ بالایی دارند به اصلاح متغیرهای کلیدی خوانده می‌شوند. قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر یک از عوامل مؤثر سبک زندگی نشاط‌محور در جدول ۶ و شکل ۲ نشان داده شده است. اریکسون (۱۹۶۸) می‌گوید هویت اجتماعی امکان برقراری ارتباط پایدار و معنادار روان‌شناختی با دیگران را که محور و مبنای زندگی اجتماعی است، فراهم می‌کند. آرگایل (۱۹۹۹) نشان داد بین درآمد و نشاط ارتباط مثبتی وجود دارد، درآمد تا اندازه‌ای که نیاز مادی افراد را برطرف می‌کند بر نشاط تأثیر دارد؛ ولی درآمد بیش از اندازه نشاط را افزایش نمی‌دهد (آرگایل ۱۳۸۳، ۳۳۸). کلمن سرمایه اجتماعی را انرژی نهفته در جامعه می‌داند که سبب فعال شدن ارتباطات در مردم می‌شود. وی این منابع را اعتماد، همدلی، تفاهم و ارزش مشترکی می‌داند که شبکه انسانی و اجتماعی را به هم متصل می‌کند (وحیدا و دیگران ۱۳۸۳). این نتیجه با یافته پژوهش‌های فرای و استوترز (۲۰۰۰)، خدایی (۱۳۸۸)، لیندکویست (۲۰۰۰) هم‌خوانی دارد.

با توجه به آنکه سرمایه اجتماعی - اقتصادی و مصرف فرهنگی و دین داری سنگ بنای سبک زندگی نشاط محور است در این پژوهش پیشنهاد می شود نسبت به افزایش این سرمایه ها در جامعه تلاش شود. ایجاد فرصت های شغلی، مهار تورم و بالا بردن قدرت خرید و باعث افزایش سرمایه اقتصادی مردم و در نهایت بهبود مؤلفه نشاط در جامعه می شود. از منظر فرهنگی نیز همان گونه که جامعه شناسان مطرح می کنند جامعه ایران در دوران گذار به سر می برد و این امر منجر به بحران هویت متعدد خصوصاً برای جوانان شده است. هویت به عنوان فاکتوری مهم و تأثیرگذار در برگزیدن سبک زندگی به شمار آمده است که در این تحقیق نیز به آن اشاره شده است. حضور فعال کارشناسان در حوزه جامعه شناسی و روان شناسی گذر از این مرحله را راحت تر کرده است. این کارشناسان باید در عرصه عمومی و به صورت عملی نقش ایفا کنند و راهکار این کارشناسان را در اختیار همگان قرار داد و از این طریق می توان از بروز بحران جلوگیری کرد و جهت ترویج و تبلیغ سبک زندگی نشاط محور تلاش کرد. از طرف دیگر، ترویج فرهنگ شادی و ترغیب جامعه به استفاده از سرگرمی های مفید مانند مسافرت، ورزش، تغذیه و... می توان جامعه را در تغییر سبک زندگی افراد جامعه به سمت سبک زندگی نشاط محور یاری رساند و از مزایای جامعه ای سرزنده و سالم بهره مند شد. همچنین با توجه به نتایج این پژوهش می توان موارد زیر را برای توسعه و بهبود تحقیق حاضر پیشنهاد کرد:

- بررسی راه کارهایی برای تقویت سرمایه فرهنگی و اجتماعی جامعه؛
- بررسی راه کارهایی برای تغییر سبک مصرف فرهنگی اعضای جامعه؛
- بررسی راه کارهایی برای افزایش و ترغیب افراد جامعه به خصوص جوانان به پایبندی به الزامات دینی و شرعی و پیشگیری از دین گریزی آنان؛
- بومی سازی و تخصصی کردن مدل ارائه شده در این پژوهش با توجه به مؤلفه های خاص اثرگذار بر ایجاد نشاط در جوامع کوچک تر با توجه به متغیرهای فرهنگی، جامعه شناختی، اقتصادی و... جامعه هدف.

از محدودیت های اصلی انجام این پژوهش می توان به نبود تحقیقات پیشین در مورد موضوع پژوهش که به طور خاص به بررسی مؤلفه های سبک زندگی نشاط محور پردازد، اشاره کرد. همچنین تغییر مؤلفه های ایجاد نشاط در جامعه در گذر زمان و با توجه به متغیرهای مؤثر بر سبک زندگی، از دیگر محدودیت های این تحقیق است.

منابع

۱. آیزیک، مایکل. همیشه شاد باشید. ترجمه: زهرا چلونگر. ۱۳۷۸. تهران: نشر نسل نواندیش.
۲. ابادزی، یوسف، و حسن چاوشیان. ۱۳۸۱. از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردی نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی. فصل‌نامه علوم اجتماعی ۲۰ (۵): ۳-۲۷.
۳. اجتهادی، مصطفی. ۱۳۸۶. سرمایه اجتماعی. پژوهش‌نامه علوم انسانی ۵۳: ۱-۱۲.
۴. آرگایل، مایکل. ۱۳۸۳. روان‌شناسی شادی، مسعود گوهری انارکی و دیگران. اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان.
۵. بروگمن، برون. درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی. ترجمه خلیل میرزایی. ۱۳۸۹. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۶. بوردیو، پیر. نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب، عقلانی، مرتضی مردی‌ها. ۱۳۸۰. تهران: انتشارات نقش و نگار.
۷. تمیزی فر، ریحانه، و خیام عزیزی مهر. ۱۳۹۶. بررسی رابطه بین اوقات فراغت و نشاط اجتماعی در شهر اصفهان. پژوهش‌نامه مددکاری اجتماعی ۲(۶): ۲۰۹-۲۳۱.
۸. توسلی، غلام عباس، و سید محمود حسینی نجاتی. ۱۳۸۳. واقعیت اجتماعی شهروندی در ایران. مجله جامعه‌شناسی ایران ۵(۲): ۳۲-۶۲.
۹. حاجیانی، ابراهیم. ۱۳۷۹. تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه. فصل‌نامه مطالعات ملی ۲(۵): ۵.
۱۰. چلبی، مسعود، و محسن موسوی. ۱۳۸۷. بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان. فصل‌نامه جامعه‌شناسی ایران ۱ و ۲(۹): ۳۴-۵۷.
۱۱. خدایی، ابراهیم. ۱۳۸۸. بررسی رابطه بین سرمایه اقتصادی و فرهنگی والدین دانش‌آموز با احتمال قبولی آن‌ها در آزمون سراسری سال تحصیلی ۱۳۸۵. فصل‌نامه انجمن آموزش عالی ایران، شماره ۴ (۱): ۶۵-۸۴.
۱۲. خواجه‌نوری، بیژن، و علی‌اصغر مقدس. ۱۳۸۷. بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذراندن اوقات فراغت: مورد مطالعه دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان آباده. پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی. ویژه‌نامه پژوهش‌های اجتماعی: ۱۳۳-۱۵۶.
۱۳. دهقان، حمید، و فاطمه اکبرزاده. ۱۳۹۱. بررسی تأثیر سرمایه اقتصادی بر شادی جوانان. فرهنگ در دانشگاه اسلامی ۲: ۵۳-۹۴.
۱۴. ربانی، رسول، کریمی زاده اردکانی، سمیه، نظری، جواد، و حسین رضایی امینلویی. ۱۳۸۸. تبیین نشاط اجتماعی در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی (مطالعه موردی اقوام آذری، کرد و لر). فصل‌نامه جامعه‌شناسی ۱(۴): ۹۵-۱۱۵.
۱۵. رفعت جاه، مریم. ۱۳۸۶. هویت انسانی زن در چالش آرایش و مد. فصل‌نامه مطالعات راهبردی زنان ۹(۳۸): ۱۳۵-۱۷۱.
۱۶. رضادوست، کریم، فاضلی، عبدالله، و فاطمه مقتدایی. ۱۳۹۳. بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان نشاط در استان خوزستان توسعه اجتماعی ۸ (۴): ۲۹-۴۶.

۱۷. زیبایی، نسرين. ۱۳۹۱. بررسی نشاط اجتماعی و عوامل مرتبط با آن در ایلام. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام نور.
۱۸. سلامتی، رقيه، و داود ابراهيم ژور. ۱۳۹۵. بررسی رابطه بين سرمايه اجتماعي و فرهنگي با ميزان نشاط اجتماعي در بين کودکان و نوجوانان ۱۲-۱۸ سال مقيم مراکز تحت حضانت بهزيستي و کودکان و نوجوانان تحت حضانت اقوام. مطالعات جامعه‌شناختي ۸(۳۲): ۷۳-۹۶.
۱۹. سعادت، رحمان. ۱۳۸۷. برآورد روند سرمايه اجتماعي در ايران (با استفاده از روش فازی). مجله تحقيقات اقتصادي ۴۳(۲).
۲۰. شريفیان، پروانه. ۱۳۹۱. بررسی جامعه‌شناختي رابطه سبک زندگی و شادکامی (مطالعه موردی: کارکنان مرد شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان). پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور.
۲۱. شيبانی، مليحه، و سیاوش فاطمی نیا. ۱۳۸۷. میزان آگاهی شهروندان تهرانی از حقوق و تعهدات شهروندی. فصل نامه راهبرد یاس ۱۸: ۲۹-۱۰۳.
۲۲. منتظری، علی، و دیگران. ۱۳۹۷. شادکامی زنان و مردان ایرانی ۲۰ تا ۴۰ ساله و عوامل مرتبط با آن: یک مطالعه ملی. پایش (۱۷) ۴: ۴۰۹-۴۲۰.
۲۳. میریان، سید احمد، باقری، حسین، و سوسن براری کوهی. ۱۳۹۱. مطالعه تطبیقی شادی و نشاط از دیدگاه اسلام و عهدین. فرهنگ در دانشگاه اسلامی ۲(۱): ۸۰-۵۱.
۲۴. علوی، حمیدرضا. ۱۳۸۸. عامل‌های مرتبط با شادی در دانشجویان دانشگاه، علوم تربیتی ۸۸: ۱۹-۴۰.
۲۵. عابدی، احمد، شوخی، علیرضا، و مریم تاجی. ۱۳۸۷. رابطه بين ابعاد دين‌داری با شادی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شهر اصفهان. مجله مطالعات اسلام و روان‌شناسی ۲: ۴۵-۵۸.
۲۶. عبداللهی، محمد. ۱۳۷۵. جامعه‌شناسی بحران هویت. فصل نامه پژوهش ۲.
۲۷. عبداللهی، محمد، و برزو مروت. ۱۳۸۵. هویت جمعی در بين دانشجویان دانشگاه‌های شهر سنندج. فصل نامه علوم اجتماعي ۳۲: ۷۷-۱۱۲.
۲۸. فاضلی، محمد. ۱۳۸۲. مصرف و سبک زندگی. قم: انتشارات صبح صادق.
۲۹. فاطمی نیا، سیاوش. ۱۳۸۶. فرهنگ شهروندی: محصول و محمل حاکمیت خوب، سازمان کارا و شهروند فعال. فصل نامه رفاه اجتماعي ۷(۲۶): ۳۵-۵۸.
۳۰. فرزعلیان، الهه، گنجی، محمد، و محسن نیازی. ۱۳۹۸. بررسی نقش سرمايه‌های اجتماعي، فرهنگي و اقتصادي در گرايش شهروندان به سبک زندگی نشاط‌محور. مطالعات و تحقيقات اجتماعي در ايران ۸(۲): ۳۷۹-۴۱۰.
۳۱. کامیار، غلامرضا، و عباس کریمی. ۱۳۹۶. محیط‌زیست شهری در پرتو حقوق شهروندی. فصل نامه علمی - پژوهشی حقوق پزشکی ۱۱: ۸۱-۱۰۹.
۳۲. کاظمیان، مهرداد، ابراهیمی، قربانعلی، و زهرا همتی. ۱۳۹۳. مصرف فرهنگي و عوامل مرتبط با آن مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران. فصل نامه جامعه پژوهی فرهنگي ۵(۲): ۱۳۳-۱۵۳.
۳۳. گنجی، محمد. ۱۳۸۷. تحلیل عوامل جامعه‌شناختي مؤثر بر میزان احساس شادی سرپرستان خانوار شهر اصفهان. پایان نامه دکتری جامعه‌شناسی.

۳۴. گلابی، فاطمه. ۱۳۹۴. مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی. فصل نامه جامعه‌شناسی کاربردی ۲۶ (۲): ۲۶-۳۲.
۳۵. مرادی، مریم. ۱۳۸۳. بررسی جایگاه، اهمیت و تأثیرات شادمانی در تعلیم و تربیت. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی دانشگاه اصفهان.
۳۶. یوسفی، فرزانه، و نوشیروان خضری مقدم. ۱۳۹۵. هویت فردی و اجتماعی و عوامل مؤثر در بهسازی خود، اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی و مطالعات اجتماعی ایران.
۳۷. نوری، علی. ۱۳۸۶. شیوه زندگی سالم در رویکرد نوین. نشریه داخلی انجمن ارتقای سلامت و شیوه زندگی سالم (۲) ۵.
38. Atlantis, e. Chow, C. kirbay, A. singh, M, F. 2004. An effective excersisebased intervation for imporoving mental health and quality of life measure. Preventive medicine: 39(2): 424-434.
39. Ames, C. 1992. Classrooms: Goals, Structure and Students' Motivation. Journal of Educational Psychology 84(3): 261-271.
40. Argyle. M.1996 . The Social psychology of Leisure. London: Rutledge.
41. Bernhard. K .2010. Between poverty and a Lifestyle: The Leisure Activities of Homeless people in Las Vegas Journal of Contemporary Ethnography 39(2): 441-466.
42. Elliot, A. J.1997 . Integrating Classic and Contemporary Approaches to Achievement Motivation: A Hierarchical Model of Approach and Avoidance Motivation«. In M. L. Maher & P. R. Pint rich (Eds.) Advances in Motivation and Achievement 143-179.
43. Feast, G. 1995. Integration top - down and bottom - up structural models of subjective well-being: A longitudinal investigation.
44. Larsen, R. J. and Diner. E. 1987. Emotional response intensity as an individual difference characteristic. J. Res. Pers 21: 1-39.
45. Lindquist, Christen H. 2000. Social Integration Mental Well. Being among Jail Inmate. Sociological 15(3).
46. Larsen, R. J. and Diner. E. 1987. Emotional response intensity as an individual difference characteristic. Jars. pers 21:1-39.
47. Mayer's. D. 2000. The Friends and Faith of Happy people. American psychologist 55: 56-87.
48. Peter G. 2005. Happiness and Life Satisfaction in Advanced European Countries. Cross-Cultural Research 38 (4): 359-386.

49. Turner, B. 1996. *The Body and Society (Explorations in Social Theory)*. London: Sage Publications.
50. Shilling, Chris. 1993. *Body and Social Theory*. London: Seage Publication.
51. Katz-Gerro, Tally and Oriel Sullivan. 2010. 'Voracious Cultural Consumption: The Intertwining of Gender and Social Status', *Time and Society* 19(2).
52. Veal, A. J2000 .. *Leisure and lifestyle bibliography*. School of Leisure. Sport& Tourism. Sydney: University of Technology Sydney.
53. Veblen, T.1899 . *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study ofInstitutions*. New York: B. W. Huebsch.
54. Veenhoven, R..1994 *World data bases of happiness: Correlates of happiness*. Rotterdam: Erasmus University.