

نقش سبک زندگی، حیات رابطه‌ای و کنترل زندگی در رابطه بین موقعیت اجتماعی و رضایت از زندگی

منصوره اعظم آزاده^۱، لیلا معدن دار^۲

تاریخ دریافت: ۹۲/۶/۲۰، تاریخ تایید: ۹۲/۱۰/۱۱

چکیده

مقاله حاضر به نقش موقعیت اجتماعی در ایجاد رضایت از زندگی می‌پردازد. براساس مبانی تئوریک، موقعیت اجتماعی افراد و گروه‌ها که خود از پایگاه اجتماعی اقتصادی، توانایی کنترل بر زندگی و برقراری حیات رابطه‌ای و سبک زندگی ناشی از آن شکل می‌گیرد، می‌تواند از جمله مبین‌های رضایت از زندگی در نظر گرفته شود. بدین ترتیب پایگاه اجتماعی، اقتصادی و سبک زندگی انتخابی، بعنوان دو مولفه اصلی شکل‌دهنده موقعیت اجتماعی افراد، از طریق سازوکارهای واسط حیات رابطه‌ای و کنترل بر زندگی، با یکدیگر ارتباط برقرار می‌نمایند. نتیجه این فرآیند در زندگی کنشگران اجتماعی، رضایت آنها از زندگی خواهد بود. در بررسی تجربی سازوکارهای مطرح شده در پیوند بین موقعیت اجتماعی و رضایت از زندگی از روش پیمایش استفاده شده و اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه و مصاحبه با ۳۹۰ نفر از افراد ۱۸ سال به بالای ساکن تهران بدست آمده است. نتایج نشان داده است که گرچه میزان رضایت از زندگی در بین افراد مورد مطالعه در حد قابل توجهی قرار دارد، اما موقعیت اجتماعی افراد از طریق برقراری ارتباطات اجتماعی مطلوب، کنترل آنها را بر زندگی افزایش داده است و سبک زندگی انتخابی آنها را شکل می‌بخشد و در نهایت این همه، اندازه رضایت از زندگی آنها را متاثر می‌سازد.

واژگان کلیدی: رضایت از زندگی، پایگاه اقتصادی اجتماعی، سبک زندگی، کنترل زندگی، حیات رابطه‌ای.

maazadeh@yahoo.com

lmandandar@yahoo.com

۱. دانشیار دانشگاه الزهراء.

۲. کارشناسی ارشد پژوهشگری اجتماعی.

طرح مسأله

موج دوم پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۲) با در نظر گرفتن برخی از مولفه‌های شادمانی و رضایت از زندگی نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد از مردم ایران از زندگی خود ناراضی هستند. بر اساس پیمایش ارزش‌های جهانیان اینگلهارت^۱ (موج چهارم) متوسط سطح شادمانی ایران از بین ۶۹ کشور در رتبه ۶۱ قرار دارد. مشابه با آن، نگرش سنجی منوچهر محسنی در تهران و هفت شهر دیگر (۱۳۷۴) نشان می‌دهد که بیش از نیمی از پاسخ‌گویان یعنی ۵۰/۴ درصد آنها، تمایلی به زندگی دوباره ندارند.

رضایت از زندگی یکی از ضروری‌ترین خواسته‌های فطری و نیازهای روانی انسان بشمار می‌رود و به دلیل تاثیرات عمده بر سالم‌سازی و بهسازی جامعه و ارتقاء کیفیت ذهنی زندگی، مدت مدیدی است که ذهن متولیان امور اجتماعی را به خود مشغول کرده است. مشاهدات حاکی از آنست که احساس رضایت شهروندان، رفاه ذهنی و کیفیت زندگی را افزایش داده و بر ارزیابی مثبت از روابط و حمایت اجتماعی می‌افزاید (فیتز پتریک، ۱۳۸۱ / نایی، ۱۳۷۵ / نیازی و دلال خراسانی، ۱۳۹۱، سفیری و قرآنی دامدا باجا، ۱۳۹۱).

احساس رضایت از زندگی پدیده‌ای روانشناختی- اجتماعی است که دارای ابعاد گوناگونی می‌باشد. این احساس ناشی از تجربه‌های مستقیم و غیر مستقیم افراد از شرایط و اوضاع محیط پیرامونی است. احساس رضایت سازه‌ای چند بعدی است و در ارتباط با شرایط اجتماعی و افراد مختلف به گونه‌های متفاوت ظهور یافته و به اشکال مختلف نیز قابل سنجش و اندازه‌گیری است. بر این مبنای نظر می‌رسد که احساس رضایت با بسیاری از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه ارتباط داشته باشد، بطوریکه بر اساس نظر فیتزپتریک رضایت از زندگی از پیامدهای رفاه اجتماعی محسوب می‌گردد. رفاه اجتماعی بعنوان یکی از مهمترین شاخص‌های توسعه، در احساس رضایت و خرسندی از زندگی موثر واقع می‌شود (فیتز پتریک، ۱۳۸۱: ۲۰). از طرف دیگر اینگلهارت در بررسی روند آمار ۱۵ ساله رضایت از زندگی در ۹ کشور اروپایی به تفاوت‌های میان فرهنگی این کشورها اشاره می‌کند و نتیجه می‌گیرد که یکی از مهمترین علل اختلاف فرهنگی، سطح توسعه اقتصادی جامعه است: امنیت اقتصادی، احساس عمومی رضایت از زندگی را در جامعه افزایش داده است. او در ادامه با بررسی همبستگی کلی بین تولید سرانه ناخالص ملی و رضایت از زندگی ۲۴ کشور در می‌یابد که رونق و شکوفایی اقتصادی با سطوح نسبتاً بالای رضایت از زندگی مرتبط است (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۳۳). بر این اساس، در درون هر جامعه معین نیز احتمال افزایش رضایت از

زندگی در بین اقشار مرفه‌تر، بیشتر می‌شود. اما بنابر نظر دوسرتو^۱ تغییر شکل جوامع از جوامع تولیدی به جوامع مصرفی، فضائی برای دگرگونی آگاهی فردی ایجاد کرده است. به نظر وی، در نتیجه وسعت دامنه و تنوع رو به افزایش سبک زندگی در جوامع، امکان تأمل‌گری به طور روزافزونی بیشتر شده و به این ترتیب پویایی و نشاط زندگی روزمره در شرایط کنونی پرمایه‌تر گردیده است (بنت، ۱۳۸۶).

بنابراین عوامل و زمینه‌های متعددی در جامعه در شکل‌گیری رضایت از زندگی نقش ایفا می‌کنند که در این میان نقش موقعیت اجتماعی افراد و سبک زندگی آنها جایگاه ویژه‌ای دارند. در مقاله حاضر سعی شده است کیفیت و فرایند این رابطه، واکاوی شده و از این طریق، سازوکارهای پیوند دهنده بین موقعیت اجتماعی افراد که در جوامع کنونی هم از پایگاه اقتصادی اجتماعی و هم از سبک زندگی آنها ناشی می‌شود، با رضایت از زندگی، مورد بررسی نظری و تجربی قرار گیرد.

مروری بر تحقیقات پیشین

در مرور ادبیات، بمنظور روشن شدن حیطه موضوعی تحقیق، ابتدا خلاصه‌ای از چند تحقیق گزارش شده و سپس به بررسی نظرات مربوطه در حوزه موقعیت اجتماعی، سبک زندگی و رضایت از زندگی پرداخته می‌شود.

نایبی در سنجش احساس خوشبختی سرپرستان تهرانی، رضایت از زندگی خانوادگی، مسکن، شغل و سلامت را مورد بررسی قرار داده است. این تحقیق که با روش پیمایش و ابزار پرسشنامه انجام شده است، نشان می‌دهد که احساس خوشبختی با رتبه شغلی، تحصیلات، در آمد، امنیت اقتصادی و رضایت شغلی رابطه‌ای مثبت دارد (نایبی، ۱۳۷۵).

در تحقیق دیگری که توسط رضا اسمی (۱۳۸۳) در مرکز تحقیقات صدا و سیما، به روش پیمایش و با حجم نمونه ۸۴۷ نفر انجام شده است، مشخص می‌شود که تحصیلات، میزان رضایت شخصی، اجتماعی، اقتصادی، خانوادگی، شغلی و رضایت کلی از زندگی را افزایش می‌دهد. علاوه بر تحصیلات، در آمد و وضعیت تاهل نیز با رضایت دارای ارتباط است. در این تحقیق رضایت کلی مردم به میزان بیش از متوسط گزارش شده است.

یانگ در مطالعه‌ای با عنوان «تاثیر نابرابری بر میزان رضایت از زندگی»، از افراد مقیم شهر یوهان چین با روش پیمایشی و به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی اطلاعاتی را جمع‌آوری کرده است. فرضیه اصلی تحقیق این است که نابرابری، رضایت از زندگی افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد. به طوریکه در آمد یا پایگاه شغلی بالاتر، رضایت کلی از زندگی را ایجاد می‌نماید. این

مقاله به میانگین تفاوت‌های رضایت از زندگی در بین سطوح نابرابر درآمد و پایگاه شغلی اشاره می‌کند. در سطوح درآمدی و پایگاه شغلی بالا، رضایت از زندگی کلی بالا می‌باشد. در این مقاله، رضایت از زندگی درحوزه‌هایی همچون سلامت و مراقبت پزشکی، ازدواج، محیط خانه، روابط اجتماعی و فراغت بررسی شده است. یافته‌ها، نشان می‌دهد که تفاوت‌های قابل مشاهده‌ای در میزان رضایت با مقوله‌های اوقات فراغت، روابط اجتماعی، محیط خانه و مراقبت پزشکی تا رضایت از ازدواج و سلامت دیده می‌شود. بدین ترتیب هرچه پایگاه اقتصادی (درآمد و شغل) افراد بالاتر رود، میزان رضایت از زندگی آنها هم بیشتر می‌شود (یانگ، ۲۰۰۰).

نبیل خطاب و استیو فنتون در مطالعه‌ای با عنوان «چه چیزی جوانان و نوجوانان را خوشحال می‌سازد» با هدف بررسی رابطه میان متغیرهای اقتصادی و غیر اقتصادی (ارتباطات اجتماعی، رضایت از خانه و خانواده) با رضایت از زندگی، اطلاعاتی از ۱۱۰۰ نفر جوان، را با استفاده از نظریات دورکیم، جمع‌آوری کرده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که اشخاص با روابط اجتماعی قوی، بودن در کنار دوستان و زندگی با فرزندان، شاغلین و زنان، بیشترین میزان رضایت از زندگی را دارند و احساس کنترل بر زندگی، هم به عنوان متغیر واسطه و هم بطور مستقیم بر رضایت از زندگی اثرگذار است. در این صورت، موقعیت اجتماعی و اقتصادی برتر با ایجاد کارکرد همبستگی در نظم اجتماعی مدرن، فضایی تسهیل‌کننده را، برای ارتباطات اجتماعی افراد مهیا می‌سازد. برقراری ارتباط سبب کنترل بیشتر در زندگی شده که این خود به رضایت از زندگی می‌انجامد (خطاب و فنتون، ۲۰۰۹).

رویکرد نظری

در مطالعات رضایت از زندگی معمولاً به دو رویکرد نظری عمده اشاره می‌شود. رویکرد اول شامل نظریات در سطح خرد مانند تئوری‌های نیاز، مقایسه و عدالت توزیعی هستند و رویکرد دوم به تئوری‌های سطح کلان مثل تئوری‌های طبقه و سبک زندگی می‌پردازند. رویکرد اول نگاهی «روان‌شناسانه یا روانشناسی اجتماعی» به مقوله رضایت دارد، مازلو (۱۳۷۶)، آلدرفر (۱۹۷۲)، در این رویکرد قرار می‌گیرند. آنها در مطالعات خود بر دسته‌بندی نیازهای مختلف از جمله نیازهای زیستی، نیازهای فیزیولوژیک، نیاز ارتباط با دیگران، نیازهای رشد، نیاز خویش‌نمایی و ... متمرکز شده‌اند و تاکیدشان بر این اصل استوار است که رضامندی از زندگی بیانگر ارضاء تمایلات و نیازهای مختلف است (رابینز ۱۳۷۴). دیگر نظریه‌پردازان همچون فستینگر (۱۳۷۷)، مسأله رضایت یا نارضایتی را به تطبیق و مقایسه شرایط خود با دیگری یا با شرایط استاندارد نسبت می‌دهند. در صورتی که این مقایسه مطلوب باشد احساس رضایت بوجود خواهد آمد در غیر این صورت فرد دچار احساس محرومیت گشته که در نهایت احساس

نارضایتی در فرد ایجاد خواهد شد.

رویکرد نظری دوم رویکردی کلان است که خود به چندین دسته تقسیم می‌شود: گروهی همچون مارکس و وبر رضایت را در ارتباط با میزان برخورداری افراد از امکانات و برخورداری از درآمد دانسته و معتقدند نابرابری در توزیع امکانات منجر به نارضایتی می‌شود. از نظر مارکس طبقه تعیین کننده رفتارها، احساسات، اندیشه‌ها، نگرش‌های افراد و روابط اجتماعی آنان است. طبقه مجموعه شرایط مادی است که انسان‌ها را در بر می‌گیرد و الگوی موجودیت و هویت اجتماعی آنها را ترسیم می‌کند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). وبر نیز اولین کسی بود که مفهوم سبک زندگی را در ارتباط با قشربندی اجتماعی و منزلت بکار گرفت. از نظر وی سبک زندگی فرصت‌های زندگی از پیامدهای قشربندی اجتماعی محسوب می‌شود. به واقع، وی سبک زندگی را عاملی برای ایجاد شرف یا تشخص در رفتارهای فردی معرفی می‌نماید (تامین، ۱۳۷۷).

عده‌ای دیگر رضایت را ناشی از روابط اجتماعی می‌دانند، رابطه اجتماعی از حیث نوع، شدت و درگیری عاطفی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر رضایت از زندگی اثر می‌گذارد. دورکیم و گیدنز در زمره این افراد قرار می‌گیرند. از نظر دورکیم رابطه اجتماعی از یک سو با تامین نیازهای عاطفی، شناختی و از سوی دیگر از طریق مهار تمایلات افراد از آرزوهای بی‌پایان و ارضاء نشدنی، رضایت آنها را افزایش می‌دهد (عبدی و گودرزی، ۱۳۷۸: ۱۲۵). گیدنز بر این باور است که امروزه همانند نظام مصرفی، تعدد انتخاب در مورد روابط با دیگران نیز مطرح است. ارتباطات از میان امکانات گوناگون انتخاب می‌شود و رابطه‌ای ناب، عاطفی و صمیمانه را بوجود می‌آورد که اهمیت خاصی در خودسازی افراد دارد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۹-۱۳۷).

سامپسون از نظریه‌پردازان رویکرد اجتماعی معتقد است که وجود ارزش‌های مشترک مستحکم، پیوندهای اجتماعی قوی، انسجام اجتماعی بالا و سرمایه اجتماعی در میان افراد می‌تواند باعث احساس امنیت و در نهایت احساس رضایت شود و در مقابل زمانیکه در بین افراد کنترل زندگی و سرمایه اجتماعی تضعیف می‌شود به طور قطع شرایط احساس ناامنی و نارضایتی در افراد افزایش خواهد یافت (سامپسون و همکاران، ۱۹۹۷).

در نهایت عده‌ای دیگر رضایت از زندگی را ناشی از نوع زندگی می‌دانند. جامعه‌شناسانی مانند گیدنز، بوردیو و بلن که رضایت را در دو حوزه سبک زندگی و کنترل بر زندگی جستجو می‌کنند، از این جمله‌اند. از نظر بلن مصرف چشم‌گیر در طبقه مرفه، به برتری در چشم همسایگان منتهی می‌شود که این خود، ارزش بیشتری را برای مصرف کنندگان بوجود می‌آورد. از نظر وی حرمت نفس نتیجه مصرف تظاهری است و در صورتیکه شخصی چنین حرمتی را بدست نیاورده، از فقدان حرمت نفس رنج برده و در حالتی از نارضایتی باقی می‌ماند (بلن، ۱۳۸۳). از نظر گیدنز، کنشگر در محیط اجتماعی، دارای قدرت انتخابگری است. از این منظر، انتخاب سبک‌های زندگی، دارای نقشی پر اهمیت و فزاینده

در شکل‌گیری هویت افراد در جامعه کنونی است. در باورگیدنز، افراد در دوران جدید که سنت، مرجعیت و اقتدار خود را از دست داده است، بیشتر مجبورند که در میان گزینه‌های فراوان، به گونه‌ای تاملی، دست به انتخاب بزنند. اگر افراد قادر باشند که از مجموعه اصول درونی شده انتخاب، استفاده نمایند پس دارای احساس کنترل بیشتری بر زندگی بوده و در نتیجه نوعی احساس امنیت و بدنبال آن رضایت را تجربه خواهند کرد (گیدنز ۱۳۸۲). بوردیو معتقد است که علی‌رغم حذف همه موانع حرکت آزاد کالا، مصرف، افسار گسیخته نیست بلکه منش آن را کنترل می‌کند. در واقع منش و ذائقه با تبدیل ضرورت به اولویت، مصرف را جهت داده و مجموعه‌ای از انتخاب‌های سبک زندگی را بوجود می‌آورد. تمایزات ناشی از سبک‌های زندگی، شکل‌هایی از قدرت را امکان پذیر کرده و مشروعیت می‌بخشد. در این صورت سبک زندگی یا منش همان الگوی منحصر به فرد ویژگی‌ها، عادات و رفتار است که افراد را به هدف نهایی یعنی برتری و کمال رهنمود می‌شود (بوردیو ۱۹۸۴).

مرور ادبیات نظری نشان می‌دهد که بین رضایت از زندگی و متغیرهایی همچون پایگاه اقتصادی اجتماعی و سبک زندگی افراد رابطه وجود دارد. اما مطالعات انجام شده در این حوزه همچنین حاکی از واسطه‌گری متغیرهایی مانند کنترل زندگی و حیات رابطه‌ای در این رابطه می‌باشد. پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا برای افراد می‌تواند این معنا را تداعی کند که اولاً بر محیط بلافصل خود دارای کنترل و نظارت هستند و ثانیاً توانا به برقراری شبکه‌ای از روابط گسترده و دلخواه با دیگران و در نهایت قادر به انتخاب سبک زندگی مورد علاقه خود می‌باشند توانایی در برقراری سبک زندگی مطلوب دارای عوارضی همچون رضایت از زندگی می‌باشد. پایگاه اقتصادی اجتماعی هم می‌تواند بطور مستقیم ایجاد رضایت از زندگی نماید و هم قادر است از طریق ایجاد ذهنیاتی مانند توانایی کنترل بر زندگی و عینیاتی مانند برقراری شبکه‌ای از روابط مطلوب اجتماعی که نتیجه آن گزینش سبک زندگی دلخواه است بر میزان رضایت از زندگی اثرگذار باشد.

به طور خلاصه می‌توان مجموعه‌ای از متغیرهای تاثیرگذار رضایت از زندگی را به شرح ذیل فهرست کرد:

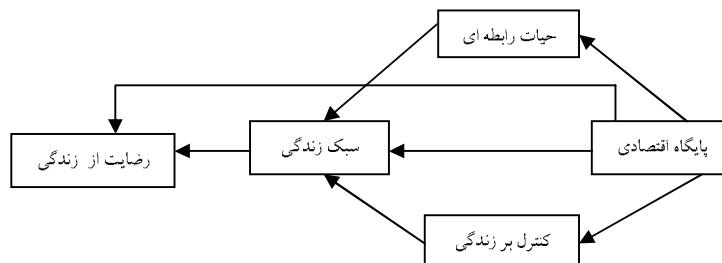
۱) پایگاه اقتصادی اجتماعی (خطاب، ۲۰۰۹)

۲) حیات رابطه‌ای (یانگ، ۲۰۰۰)

۳) کنترل زندگی (گاندلاچ، ۲۰۰۴)

۴) سبک زندگی (ویلن، ۱۳۸۳)

بدین ترتیب، وجود سطح بالایی از احساس کنترل بر زندگی، حیات جمعی و سبک‌های مختلف زندگی که همگی ناشی از وجود پایگاه اجتماعی اقتصادی برتر می‌باشند، باید بتواند مانع از پیدایش احساس نارضایتی شود.



فرضیه تحقیق

با استعانت از نظریات مطرح شده و تحقیقات انجام شده در این حوزه، مدل و فرضیه اصلی این تحقیق بر اساس این گمانه نظری تدوین شده است که:

پایگاه اجتماعی اقتصادی افراد از طریق حیات و روابط اجتماعی آنها و همچنین کنترلی که بر زندگی ایجاد می‌کند سبب بوجود آمدن سبک خاص در زندگی می‌شود که این خود در کنار سایر متغیرهای ذکر شده بر رضایت از زندگی اثر می‌گذارد.

روش‌شناسی

روش تحقیق در پژوهش حاضر روش پیمایش است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه شهروندان بالغ بالای ۱۸ سال ساکن در شهر تهران می‌باشد که بر اساس سرشماری سال ۸۵ تعداد ۵۲۲۴۳۳۸ نفر می‌باشند. روش نمونه‌گیری این تحقیق، روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای می‌باشد که در این روش در ابتدا مناطق ۲۲گانه تهران براساس مطالعات انجام شده قبلی و مصاحبه با متخصصین و نیز در نظر گرفتن موقعیت مکانی به سه بخش تقسیم شد و در هر حوزه یک منطقه به تصادف انتخاب گردید. سپس در هر منطقه منتخب، با توجه به تعداد خانوارهای ساکن و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم جمعیت، تعداد نمونه‌های مورد نیاز، مشخص شد. پس از آنکه حجم نمونه در هر منطقه مشخص شد نقشه مناطق تهیه شده و تمام بلوک‌های موجود در نقشه شماره‌گذاری گردید. به کمک روش نمونه‌گیری تصادفی متناسب با حجم بلوک‌ها در هر منطقه تعدادی از این بلوک‌ها به صورت تصادفی انتخاب شدند. برای دسترسی به نمونه تصادفی نیز فهرستی از اعضای ۱۸ سال به بالای حاضر در هر خانواده ثبت و سپس با توجه به جدول اعداد تصادفی فرد مورد نظر برای پاسخگویی به سئوالات انتخاب شد و تقاضا گردید که آن فرد برای پاسخگویی حاضر شود. براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با دقت برآورد $d=0/05$ و حداکثر واریانس به ازای $p,q=0/5$ و سطح اطمینان ۹۹ درصد، تعداد حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد گردید که برای اجتناب از بی‌پاسخی و کاهش آن، تعداد ۳۹۰ پرسشنامه تکثیر و جهت گردآوری اطلاعات مورد استفاده قرار گرفت. سهم حجم نمونه در هر منطقه با روش p.p.s محاسبه گردید و داده‌های مورد نیاز این تحقیق به صورت

مصاحبهای و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است.

تعریف عملیاتی مفاهیم و نحوه سنجش مقیاس‌ها

رضایت از زندگی: ارزیابی افراد از کلیت زندگی و بخش‌های متعدد آن، بروز صفات و عواطف خوشایند و ظهور علائم و علائق مثبت اجتماعی در افراد که در مجموع تعاریف احساسی، شناختی و اجتماعی را در برمی‌گیرد. (ات، ۲۰۰۵). تعریف احساسی، رضایت مستقیم و بی‌واسطه را شامل می‌شود که شامل احساسات و عواطف مثبت شبیه لذت و خوشی در یک لحظه خاص است (همان، ۲۰۰۵). تعریف شناختی به معنای قضاوت و ارزیابی فرد از کیفیت زندگی بعنوان یک کلیت مطلوب می‌باشد (وینهوون، ۲۰۰۰: ۲۲). تعریف اجتماعی، گرایش‌ها و تمایلات فرد نسبت به اجتماع را شامل می‌شود (داینر و ساه، ۱۹۹۷: ۹۵).

سبک زندگی: بنابر نظر بوردیو سبک زندگی مجموعه‌ای از رفتار، اعمال و کارهایی است که افراد را با استفاده از الگوهای مصرفی، به شیوه خاصی طبقه‌بندی می‌کند. در واقع سبک زندگی مجموعه منظمی از رفتارها با الگوهای کنش است که افراد آن را انتخاب می‌کنند و کنش‌شان در زندگی روزمره، بواسطه آنها هدایت می‌شود. (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵) در این تحقیق برای عملیاتی کردن سبک زندگی از مصرف و فعالیت‌های فرهنگی و فراغتی، و الگوهای مدیریت بدن و خرید، استفاده شده است. با استفاده از روش تحلیل عاملی، از بین این مصارف و الگوها، ۷ نوع سبک زندگی، شامل سبک مذهبی (۶ گویه)، سبک لذت جو (۷ گویه)، سبک فرهنگی (۱۰ گویه)، سبک پرسه زن رسانه‌ای (۶ گویه)، سبک مصرف‌گرا (۱۱ گویه) سبک بدن‌گرا (۵ گویه) و سبک ورزشی (۴ گویه) بدست آمد.

پایگاه اقتصادی و اجتماعی: پایگاه اقتصادی یک فرد به میزان دارایی‌ها و ثروت او مربوط است و پایگاه اجتماعی فرد به میزان وسیعی در قید تصویری است که دیگران در جامعه از وی دارند. ارزیابی افراد نیز به نوبه خود به درجه برخوردارگی یا محرومیت او از معیارهای پایگاه اجتماعی او بستگی دارد (کاظمی‌پور، ۱۳۷۸). پایگاه اجتماعی اقتصادی به عنوان جایگاه فرد برحسب میزان بهره‌مندی از سرمایه اقتصادی و اجتماعی به صورت یک شاخص ترکیبی از معرفهای ثروت و منزلت شغلی، مورد سنجش قرار گرفته است.

موقعیت اجتماعی: منظور از موقعیت اجتماعی، در واقع همان پایگاه اقتصادی اجتماعی و سبک زندگی افراد می‌باشد که هر کدام بصورت شاخصی جداگانه در این تحقیق سنجیده و بکار گرفته شده‌اند.

کنترل زندگی: به معنای داشتن آزادی، قدرت انتخاب و داشتن میزان تسلط بر زندگی است و افراد با این ویژگی‌ها اعتقاد دارند که حوادث زندگی آنها تحت کنترل رفتارها و ویژگی‌های

آنهاس‌ت(شولتز و شولتز، ۱۳۷۸). شاخص کنترل زندگی نیز از ۱۰ گویه در ابعاد آزادی، قدرت انتخاب و تسلط در تصمیم‌گیری بوجود آمده است.

جدول ۱: اجزاء و مولفه‌های شاخص رضایت از زندگی

مولفه‌ها	اجزای رضایت
۱. احساس خوشحالی ۲. احساس امید نسبت به آینده ۳. احساس قدرت در کنترل تمامی جنبه‌های زندگی ۴. احساس دلگرم بودن زندگی ۵. احساس لذت بردن از وضعیت موجود ۶. احساس ارزشمندی و عشق ورزیدن به آن ۷. احساس راحتی و آرامش ذهنی ۸. احساس زیبا دیدن جهان و آنچه در آن است ۹. احساس افتخار به خود ۱۰. احساس خوشبینی نسبت به وقایع اطراف	جزء احساسی
۱. رضایت کلی از زندگی ۲. رضایت از بخش‌های متعدد زندگی ۲،۱ رضایت از وضعیت مسکن ۲،۲ رضایت از درآمد ۲،۳ رضایت از وضعیت جسمی ۲،۴ رضایت از وضعیت تغذیه ۲،۵ رضایت از امکانات زندگی ۲،۶ رضایت از اوقات فراغت ۲،۷ رضایت از تحصیل ۲،۸ رضایت از همسر ۲،۹ رضایت از شغل	جزء شناختی
۱. علاقه به انسان‌های دیگر و دوست داشتن آنها ۲. تاثیرگذاری مثبت روی انسان‌های دیگر ۳. شوخ‌طبعی و شوخی با دیگران ۴. خندان بودن یا تبسم در برخورد با دیگران ۵. کنترل اعصاب هنگام بروز اتفاق‌های ناخوشایند ۶. شرکت در مجالس عمومی	جزء اجتماعی

حیات رابطه‌ای: منظور از این اصطلاح شرایطی است که فرصت ایجاد ارتباط و مناسبات اجتماعی را میان افراد را فراهم می‌آورد. در این تحقیق ارتباط و مناسبات اجتماعی افراد بصورت فراوانی تماس افراد، شیوه تماس آنها با هم، صمیمیت در رابطه، اولویت‌های رابطه‌ای و میزان فعالیت‌های داوطلبانه بعنوان شاخص‌ها و مولفه‌های این بعد مطرح می‌باشند. در نهایت پایایی و اعتبار ابزار اندازه‌گیری این تحقیق با استفاده از آماره آلفای کرونباخ و اعتبار صوری مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۲: ضرایب آلفای کرونباخ

متغیرها	ضریب پایایی
رضایت احساسی	۰/۸۶
رضایت ادراکی	۰/۸۸
رضایت اجتماعی	۰/۸۴
رضایت از زندگی	۰/۷۵
الگوی خرید	۰/۵۵
میزان انجام فعالیت‌های فراغتی	۰/۸۰
میزان انجام فعالیت‌های فرهنگی	۰/۷۶
سبک زندگی	۰/۸۳
دارایی	۰/۶۷
منزلت	۰/۶۵
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۰/۶۶
کنترل زندگی	۰/۷۶
حیات رابطه‌ای	۰/۶۰

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در دو قسمت ارائه می‌گردد. در قسمت اول به توصیف شاخص‌های رضایت از زندگی، سبک زندگی، پایگاه اقتصادی اجتماعی، کنترل زندگی و حیات رابطه‌ای اشاره شده و در قسمت دوم به رابطه هر یک عوامل یاد شده با رضایت از زندگی پرداخته می‌شود.

سیمای پاسخگویان

کل پاسخگویان از ۵۷/۱ درصد زن و ۴۲/۹ درصد مرد تشکیل شده است. در این بین ۵۱/۳ درصد متأهل و ۴۶/۸ درصد مجرد و ۱،۹ درصد نیز مطلقه بوده‌اند. نسبت سنی پاسخگویان در

گروه سنی ۱۸-۲۹ سال حدود ۵۱/۸ درصد، گروه سنی ۳۰-۴۹ سال ۲۷/۴ درصد و گروه سنی ۵۰ سال به بالاتر ۱۷/۲ درصد می‌باشد. از حیث فعالیت ۳۳/۸ درصد از پاسخگویان شاغل و ۶۵/۲ درصد غیرشاغل بوده‌اند. از میان افراد غیرشاغل ۲۰/۵ درصد دانشجو، ۱۹/۲ درصد خانه‌دار، ۷/۷ درصد دانش‌آموز، ۲/۶ درصد بیکار و ۲/۱ درصد سرباز هستند.

جدول ۳: توصیف رضایت از زندگی و ابعاد آن

رضایت توزیع نسبی	اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
رضایت	۰/۳	۲/۶	۳۱/۳	۴۱/۳	۲۴/۶	۳/۸۷
بعد احساسی	۱	۶/۴	۳۰/۸	۴۵/۹	۱۵/۹	۴
بعد شناختی	۰/۳	۵/۶	۳۳/۱	۴۷/۷	۱۳/۳	۴
بعد اجتماعی	-	۵/۴	۲۲/۸	۵۳/۸	۱۷/۹	۳/۸۴

یافته‌های این تحقیق، حکایت از میزان بالای رضایت از زندگی در بین پاسخگویان دارد. میانگین رضایت از زندگی ۳/۸۷ (در حد زیاد) می‌باشد. و در میان ابعاد آن، رضایت احساسی و شناختی از میزان بیشتری در مقایسه با رضایت اجتماعی، برخوردار است.

جدول ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مصرف فرهنگی

میزان انجام فعالیت‌های فرهنگی	اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
مطالعه آزاد	۱۵/۶	۱۷/۷	۳۴/۶	۲۳/۱	۸/۵	۲/۹۱
مطالعه مجلات یا مطبوعات	۱۶/۴	۱۶/۹	۳۰/۳	۳۱/۳	۴/۹	۲/۹۱
تماشای فیلم	۲۰/۸	۱۵/۱	۱۹/۷	۳۰	۱۴/۱	۳/۰۲
موسیقی مجاز داخلی	۱۶/۲	۱۶/۲	۲۴/۴	۲۶/۴	۱۵/۹	۳/۱۰
موسیقی غیرمجاز	۱۶/۹	۱۰	۱۹/۵	۲۴/۶	۲۷/۲	۳/۳۶
تئاتر	۵۰/۵	۱۸/۲	۱۵/۴	۱۱	۴/۱	۱/۹۹
سینما	۲۱/۸	۱۸/۵	۲۴/۶	۲۴/۹	۹/۲	۲/۸۱
بازدید از موزه‌ها و آثار هنری	۴۵/۱	۱۸/۷	۲۰/۵	۱۱/۳	۳/۶	۲/۰۹
خواندن کتب مذهبی	۳۱	۲۶/۲	۲۴/۴	۱۳/۸	۴/۶	۲/۳۵
شرکت در مراسم مذهبی	۲۹/۵	۱۵/۹	۲۶/۲	۱۹/۲	۷/۴	۲/۵۸
شرکت در فعالیت‌های هنری	۴۵/۴	۱۷/۷	۱۸/۵	۱۱/۳	۶/۲	۲/۱۴
شرکت در نماز جماعت	۵۴/۶	۱۶/۲	۱۵/۹	۹/۷	۲/۱	۱/۸۷
تماشای ماهواره	۲۰	۱۰/۳	۱۵/۶	۲۶/۷	۲۶/۲	۳/۲۹
تماشای تلویزیون	۲/۶	۹/۷	۲۱/۸	۴۲/۳	۲۳/۶	۳/۷۵

میانگین	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً	توزیع نسبی مصرف فرهنگی
۲/۳۵	۶/۲	۱۴/۹	۲۲/۸	۱۹/۷	۳۵/۹	گوش دادن به رادیو
۳/۳۰	۲۶/۷	۲۶/۴	۱۵/۹	۹/۷	۲۰/۳	استفاده از کامپیوتر
۳	۱۲/۳	۳۹/۷	۲۸/۵	۱۲/۳	۶/۹	پایبندی به امور مذهبی
۴	۱۷/۴	۳۹/۵	۲۴/۱	۱۱/۸	۶/۹	رعایت امور مذهبی
۲/۷۲	۱۰/۳	۲۰/۵	۲۲/۶	۲۲/۶	۲۲/۸	شرکت در کلاس‌های ورزشی
۱/۸۷	۲/۸	۱۱/۵	۱۲/۸	۱۴/۴	۵۶/۷	شرکت در کلاس‌هایی از قبیل یوگا و...
۱/۷۰	۲/۶	۷/۹	۱۱/۵	۱۱/۵	۶۴/۹	شرکت در گردهمایی‌هایی مثل انجمن اسلامی
۲/۹۷	۱۴/۶	۲۳/۳	۲۴/۴	۱۶/۴	۱۹/۵	پاساز گردی
۲/۰۷	۵/۴	۱۲/۸	۱۷/۲	۱۱/۳	۵۲/۳	رفتن به پارتنی‌های مختلط
۳/۲۲	۱۵/۴	۳۲/۸	۲۳/۸	۱۱	۱۵/۴	رفتن به مهمانی‌های دوستانه
۲/۸۶	۱۱	۲۶/۲	۲۲/۳	۱۶/۷	۲۲/۶	رفتن به رستوران و کافی شاپ با دوستان
۳/۰۳	۵/۶	۲۸/۷	۳۷/۷	۱۷/۷	۹/۵	گردش در پارک و خیابان
۳/۴۳	۱۴/۶	۳۷/۹	۲۸/۲	۱۳/۶	۵/۴	تلفن زدن به دوستان
۳/۰۶	۴/۶	۱۳/۸	۲۴/۴	۲۶/۲	۳۱	مسافرت
۴/۱۵	۴۰/۳	۴۰/۳	۱۵	۳/۱	۱/۳	استحمام روزانه
۲/۷۶	۱۲	۱۹/۹	۲۴/۳	۱۹/۴	۲۴/۳	آرایش صورت بر طبق مدل‌های روز
۲/۷۳	۱۰/۴	۲۰/۳	۲۵/۵	۱۹/۳	۲۴/۵	اصلاح موی سر بر طبق مدل‌های روز
۳/۶۵	۲۹/۶	۳۲/۷	۱۸/۸	۱۱	۷/۹	استفاده از عطر و ادکلن
۳	۱۰/۳	۳۴/۲	۲۰/۸	۱۴/۵	۲۰/۳	رفتن به آرایشگاه و سالن‌های زیبایی
۲/۹۵	۱۷/۸	۲۴/۴	۱۸/۸	۱۵	۲۳/۹	آرایش ناخن
۲/۰۲	۵/۲	۱۵/۶	۱۲/۲	۱۰/۱	۵۶/۹	استفاده از لنزهای رنگی
۱/۸۸	۴/۷	۱۳/۳	۹/۹	۹/۱	۶۳	استفاده از زیورآلات
۴/۳۳	۴۸/۵	۳۷/۷	۹	۲/۱	۱	کیفیت بالا
۳/۲۶	۲۲/۱	۲۴/۶	۲۳/۸	۱۱/۳	۱۵/۹	مد روز بودن
۳/۹۱	۳۲/۳	۳۷/۲	۲۰/۳	۵/۱	۳/۶	قیمت مناسب داشتن
۳/۳۰	۲۳/۶	۲۳/۸	۲۳/۶	۱۱/۵	۱۵/۱	خارجی بودن
۴/۰۲	۳۲/۸	۴۱/۸	۱۷/۹	۳/۶	۲/۱	راحتی و ساده بودن لباس
۳/۵۰	۱۹	۳۴/۱	۲۸/۵	۱۰	۶/۴	استفاده از رنگ‌های شاد و روشن
۳/۵۷	۳۳/۸	۲۳/۸	۱۷/۷	۹/۵	۱۳/۱	تک بودن

همان گونه که بیان شد سبک زندگی از طریق بررسی میزان فعالیت‌های فرهنگی فراغتی و مدیریت بدن و خرید، سنجیده شده است. در مقوله مصرف فرهنگی و بعد فعالیت‌های آن، رعایت امور مذهبی و سپس تماشای تلویزیون از بالاترین میانگین برخوردار است. گوش کردن

به موسیقی و استفاده از کامپیوتر و ماهواره و تماشای فیلم مراتب بعدی این بعد از شاخص مصرف فرهنگی را تشکیل می‌دهد. در مقابل، حدود ۵۰ درصد از پاسخگویان اصلاً به تئاتر نمی‌روند و ۳۳/۶ درصد هم کم و خیلی کم، اهل رفتن به آن هستند. بعبارت دیگر، تماشای تئاتر جایگاه بسیار نازلی در بین مصارف فرهنگی افراد نمونه را بخود اختصاص می‌دهد. بعد دیگر شاخص سبک زندگی را فعالیت‌های فراغتی بوجود می‌آورد. تلفن زدن و میهمانی‌های دوستانه، مسافرت و گردش در پارک و خیابان، در این بعد، دارای بیشترین میزان است. در این بعد از شاخص سبک زندگی، توزیع گویه‌ها دارای تناسب بیشتری در همه گزینه‌های طیف مربوطه می‌باشد. بیش از نیمی از جمعیت نمونه اصلاً در گردهمایی‌هایی مانند انجمن اسلامی، کلاس‌هایی مثل یوگا و مجالس میهمانی مختلط شرکت نمی‌کنند. به منظور تشخیص سبک‌های زندگی از میان گویه‌های فعالیت‌های فراغتی و مصارف فرهنگی، از روش تحلیل عامل استفاده شد. بررسی برطبق اطلاعات مندرج در جدول ۶، می‌توان ادعا نمود که تعداد نمونه‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب است. همچنین اندازه آماره کرویت بارتلت و سطح معناداری آن نشان می‌دهد که تفکیک عامل‌ها نیز به درستی انجام شده و سئوالات مندرج در هر عامل از همبستگی ریشه‌ای بالایی برخوردار است. از طرف دیگر با توجه به میزان واریانس تجمعی، بنظر می‌رسد که تقلیل گویه‌ها به ۷ عامل مناسب می‌باشد. با توجه به گویه‌های قرار گرفته در هر عامل، سبک‌های استخراج شده نام‌گذاری و جمعیت نمونه در سبک‌های مصرف‌گرا، بدن‌گرا، ورزشی، فرهنگی، مذهبی، رسانه‌ای و لذت‌جو، توزیع شدند. جزئیات قرار گرفتن گویه‌ها در عامل‌ها، به پیوست است.

جدول ۵: ضریب KMO و آزمون بارتلت سبک‌های زندگی

معیار	مدیریت بدن و الگوی خرید	فعالیت‌های فرهنگی فراغتی
ضریب KMO	۰/۹۰	۰/۸۸
ضریب آزمون بارتلت	۳۰۷۰/۳۵۴	۴۹۹۵/۷۹
درجه آزادی	۲۷۶	۴۳۵
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
درجه واریانس تجمعی دوران یافته	۵۵/۰۶	۵۲/۳۹
تعداد عامل‌ها	۳	۴

پایگاه اقتصادی اجتماعی

توزیع نسبی پایگاه اقتصادی اجتماعی نشان می‌دهد که بیش از نیمی از پاسخگویان از دارایی و منزلت اجتماعی متوسطی برخوردار می‌باشند. حدود ۳۰ درصد از پاسخگویان نیز به پایگاه اجتماعی و اقتصادی

پائین تعلق دارند. بقیه جمعیت نمونه، در زمره طبقات بالای جامعه محسوب می‌شوند.

جدول شماره ۶: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی

پایگاه اقتصادی - اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
پایین	۱۱۶	۲۹/۷	۲۹/۷
متوسط	۲۲۱	۵۶/۷	۸۶/۴
بالا	۵۳	۱۳/۶	۱۰۰
تعداد کل	۳۹۰	۱۰۰	

حیات رابطه‌ای

حیات رابطه‌ای که از ترکیب فراوانی و عمق ارتباطات اجتماعی بدست آمده است، نشانگر اینست که حدود ۷۲ درصد از پاسخگویان دارای تماس‌های اجتماعی صمیمی و مکرری با اطرافیان خود می‌باشند. یافته‌های این تحقیق بیانگر این موضوع است که فقط ۵/۴ درصد از جمعیت نمونه یا اصلاً با دیگران ارتباطی ندارند و یا میزان ارتباط آنها خیلی کم است. ارتباط اجتماعی بقیه افراد نمونه در حد کم گزارش شده است.

جدول ۷: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان حیات رابطه‌ای

حیات رابطه‌ای	فراوانی	درصد
اصلاً	۲	۰/۵
خیلی کم	۱۹	۴/۹
کم	۸۸	۲۲/۶
زیاد	۱۹۰	۴۸/۷
خیلی زیاد	۹۱	۲۳/۳
تعداد کل	۳۹۰	۱۰۰

کنترل زندگی

همانطور که جدول نشان می‌دهد به طور متوسط، میانگین کنترل بر زندگی افراد نمونه این تحقیق، در حد زیاد است. با مقایسه توزیع نسبی گویه‌ها در بین افراد، میتوان به این نتیجه رسید که افرادی که به میزان زیادی بر زندگی خود کنترل دارند به نسبت، بسیار بیش از کسانی هستند که اصلاً یا فاقد این کنترل هستند و یا خیلی کم، بر زندگی خود کنترل دارند. در این میان، بیشترین میانگین

این شاخص، به گویه‌ای اختصاص دارد که نشان می‌دهد افراد نمونه، اطمینان کامل به اجرای تصمیمات خود داشته و معتقدند که تصمیم‌گیری خود افراد در تعیین نقشه راه زندگی، دارای نتیجه بهتر و ثمر بخش‌تری می‌باشد. تسلط و آزادی در تصمیم‌گیری نیز از جمله گویه‌هایی است که اکثر پاسخگویان (حدود ۶۶ درصد) به آن پاسخ مثبت داده‌اند.

جدول ۸: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان موافقت با گویه‌های شاخص کنترل زندگی

میزان موافقت با گویه‌ها	اصلاً	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
احساس کنترل بر حوادث زندگی	۱۵/۶	۲۸/۲	۲۴/۶	۲۵/۴	۵/۴	۲/۷۶
آزادی کامل در تصمیم‌گیری	۲/۱	۸/۲	۲۳/۶	۴۵/۶	۱۹/۵	۳/۷۳
احساس عدم کنترل کافی بر مسیر زندگی	۹	۲۲/۳	۴۵/۶	۱۶/۷	۵/۴	۲/۸۷
احساس عدم تسلط کافی برای تصمیم‌گیری	۰/۸	۶/۷	۲۴/۱	۴۹	۱۷/۲	۳/۷۷
احساس بی‌ارتباطی بخت و اقبال در رسیدن به خواسته‌ها	۵/۹	۱۶/۲	۳۹/۷	۲۵/۹	۱۱/۳	۳/۲۱
نتیجه بهتر تصمیم‌گیری خود در تعیین راه زندگی	۰/۵	۵/۹	۲۳/۱	۴۹	۲۰/۸	۳/۸۴
باور به اتفاق افتادن هر آنچه باید اتفاق بیفتد	۲/۳	۱۰/۸	۳۱/۸	۴۱/۵	۱۲/۶	۳/۵۲
باور به بد شانسی در زندگی	۸/۷	۱۶/۴	۳۸/۷	۲۸/۷	۶/۷	۳/۰۸
نیاز به کمک دیگران برای تشخیص راه زندگی	۲۶/۲	۳۲/۳	۲۱/۸	۱۵/۶	۳/۱	۲/۳۷
اطمینان به اجرای تصمیمات گرفته شده	۰/۸	۴/۶	۲۱/۸	۲۱/۵	۲۰/۵	۴

یافته‌های تحلیلی (روابط دو متغیره و چند متغیره)

یافته‌ها نشانگر رابطه بین پایگاه اقتصادی اجتماعی با رضایت از زندگی است. به این معنا که هرچه پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر باشد میزان رضایت از زندگی افزایش می‌یابد. اما در میان ابعاد رضایت از زندگی، تنها رضایت شناختی یا ارزیابی و قضاوت مثبت در مورد کیفیت کلی زندگی، آن هم در حدی متوسط (۰/۱۷) با پایگاه اقتصادی اجتماعی رابطه دارد.

جدول ۹: رابطه میان ابعاد پایگاه اقتصادی اجتماعی و ابعاد رضایت از زندگی

موارد	رضایت از زندگی	رضایت احساسی	رضایت شناختی	رضایت اجتماعی
پایگاه اقتصادی	۰/۱۲*	۰/۰۵	۰/۱۷**	۰/۰۳
اجتماعی	۰/۰۱	۰/۲۸	۰/۰۰	۰/۴۴

همچنین براساس یافته‌ها در بین سبک‌های زندگی، بالاترین میزان همبستگی با رضایت از زندگی

و تمامی ابعاد آن مربوط به سبک مصرف‌گرا، لذت‌جو و رسانه‌ای می‌باشد. لازم به ذکر است که میزان همبستگی رضایت از زندگی با سبک مصرف‌گرا (۰/۴۱)، لذت‌جو (۰/۴۰) و رسانه‌ای (۰/۲۵) است. سبک زندگی مذهبی و بدن‌گرا با رضایت از زندگی و ابعاد آن هیچ‌گونه رابطه‌ای ندارند. سبک فرهنگی تنها با رضایت شناختی یعنی رضایت از کیفیت زندگی (۰/۱۸) و سبک ورزشی با رضایت اجتماعی و یا ارزیابی مثبت از روابط با دیگران (۰/۱۵)، دارای رابطه می‌باشد.

جدول ۱۰: همبستگی دو متغیره الگوهای مختلف سبک زندگی با متغیر وابسته

رضایت اجتماعی	رضایت شناختی	رضایت احساسی	رضایت از زندگی	موارد	
				سبک فرهنگی	سبک مذهبی
-۰/۰۱	۰/۱۸**	۰/۰۵	۰/۰۸	ضریب اسپیرمن	سبک فرهنگی
۰/۷۱	۰/۰۰	۰/۳۱	۰/۱۰	سطح معناداری	
۰/۰۴	۰/۰۱	۰/۰۸	۰/۰۵	ضریب اسپیرمن	سبک مذهبی
۰/۳۵	۰/۸۵	۰/۱۱	۰/۲۹	سطح معناداری	
۰/۲۳**	۰/۳۱**	۰/۲۰**	۰/۲۵**	ضریب اسپیرمن	سبک رسانه‌ای
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	سطح معناداری	
۰/۳۷**	۰/۲۵**	۰/۳۳**	۰/۴۰**	ضریب اسپیرمن	سبک لذت‌جو
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	سطح معناداری	
۰/۳۷**	۰/۳۸**	۰/۳۴**	۰/۴۱**	ضریب اسپیرمن	سبک مصرف‌گرا
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	سطح معناداری	
-۰/۱۱	۰/۰۰۹	-۰/۰۵	-۰/۰۷	ضریب اسپیرمن	سبک بدن‌گرا
۰/۰۷	۰/۸۸	۰/۳۷	۰/۲۳	سطح معناداری	
-۰/۱۵*	۰/۰۷	۰/۰۴	-۰/۰۲	ضریب اسپیرمن	سبک ورزشی
۰/۰۰۸	۰/۲۵	۰/۴۵	۰/۷۰	سطح معناداری	

همانطور که جدول ۱۰، نشان می‌دهد کنترل زندگی به عنوان یکی از متغیرهای میانجی در مدل تدوین شده برای این تحقیق، دارای همبستگی (۰/۳۸) با رضایت از زندگی و ابعاد تشکیل‌دهنده آن می‌باشد. به این معنی که افرادی که اعتقاد دارند حوادث و وقایع زندگی آنها تحت کنترل، نظارت و تسلط آنهاست و رفتار آنها تابع تصمیمات اخذ شده از جانب خود آنها صورت می‌گیرد، دارای رضایت بیشتری نیز از زندگی خود می‌باشند.

بر اساس همین اطلاعات، حیات رابطه‌ای نیز با رضایت از زندگی و رضایت احساسی و شناختی رابطه دارد. به این معنا که هرچه ارتباطات و مناسبات اجتماعی یک فرد قویتر باشد به همان میزان رضایت از زندگی و نیز رضایت از نوع احساسی و شناختی آن نیز افزایش می‌یابد. آنچه در این میان قابل ذکر و توجه است عدم ارتباط بین حیات رابطه‌ای و رضایت اجتماعی، یا ارزیابی

مثبت از روابط با دیگران می‌باشد. به عبارت دیگر وجود روابط و مناسبات اجتماعی، تعیین کننده ارزیابی مثبت یا منفی از این مناسبات نمی‌باشد.

جدول ۱۱: همبستگی دو متغیره کنترل زندگی با متغیر وابسته

شاخص	رضایت از زندگی	رضایت احساسی	رضایت شناختی	رضایت اجتماعی
کنترل زندگی	۰/۳۸**	۰/۳۶**	۰/۳۴**	۰/۳۵**
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
حیات رابطه‌ای	۰/۱۱*	۰/۱۴**	۰/۱۸**	۰/۰۶
سطح معناداری	۰/۰۲	۰/۰۰۶	۰/۰۰۰	۰/۲۳

بر اساس تحلیل رگرسیونی انجام شده متغیرهای مستقل (کنترل زندگی، سبک زندگی، حیات رابطه‌ای انجمنی و پایگاه اقتصادی اجتماعی) با متغیر رضایت از زندگی ارتباط معنی‌داری دارند که در این بین به ترتیب، متغیر کنترل زندگی با ضریب $B=0/36$ ، سبک زندگی $B=0/15$ ، حیات رابطه‌ای انجمنی $B=0/14$ ، پایگاه اقتصادی اجتماعی $B=0/11$ تغییرات رضایت از زندگی را تبیین می‌کنند. ضریب تعیین $0/21$ است که نشان می‌دهد ۲۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته (رضایت از زندگی) را، این متغیرهای مستقل توضیح می‌دهند. از میان همه متغیرهای مستقل تعریف شده در این رابطه، نقش متغیر کنترل بر زندگی اساسی‌تر از سایر متغیرها می‌باشد. به عبارت دیگر، کنترل و تسلط بر زندگی، بیش از سایر متغیرها، تأمین کننده رضایت افراد از زندگی می‌باشد. قابل ذکر است که در معادله رگرسیونی انجام شده با ابعاد متغیرهای مستقل، اندازه R^2 یا ضریب تعیین متغیر رضایت از زندگی، به ۵۷ درصد رسید.

جدول ۱۲: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر رضایت از زندگی

متغیر	کنترل زندگی	سبک زندگی	حیات رابطه‌ای	پایگاه اقتصادی اجتماعی	ضریب تعیین شده
مدل رگرسیونی	***	***	*	**	
	۰/۳۶	۰/۱۵	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۲۰

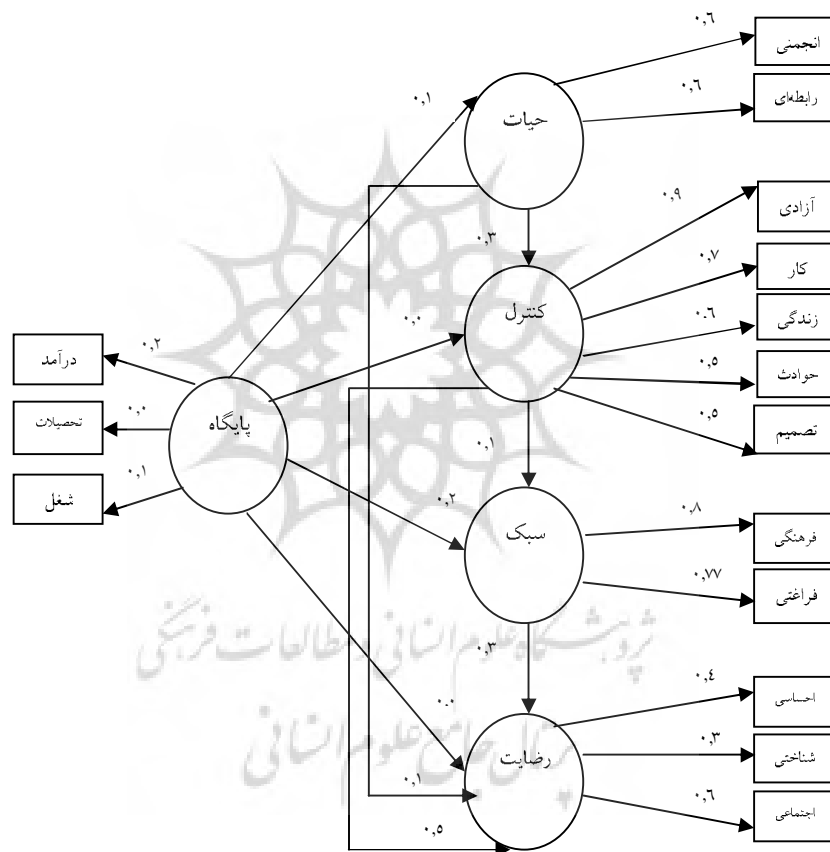
*** $p \leq 0/001$ ** $p \leq 0/01$ * $p \leq 0/05$

آزمون نیکویی برازش

به منظور بررسی نیکویی برازش مدل تحلیلی این تحقیق از نرم افزار آماری لیزرل استفاده شده است. اندازه شاخص‌های نیکویی برازش، تطابق مدل نظری و تجربی را بر اساس داده‌های این

تحقیق مورد تأیید قرار دادند. شاخص CFI یک مدل مستقل که در آن هیچ ارتباطی بین متغیرها وجود ندارد را با مدل پیشنهادی مقایسه می‌کند. در این مدل این شاخص برابر ۰/۹۰ است که نشان‌دهنده ارتباط خوب متغیرها در این مدل می‌باشد. آماره جذر برآورد واریانس تای تقریبی (RMSEA) که برای مدل‌های خوب کمتر و یا برابر ۰/۰۵ است در این مدل ۰/۰۴ می‌باشد که نشان‌دهنده نیکویی برازش مدل پیشنهادی و و تطابق آن با مدل تجربی است.

مدل نظری تحقیق



Chi-square = ۳۷۱/۷۹ df= ۱۶۰ p-value = ۰/۰۰۰ RMSEA= ۰/۰۴

بحث و نتیجه‌گیری

واژه رضایت از زندگی به لحاظ مفهومی از مناظر متعدد تعریف و تشریح شده بطوریکه که از

یکسو سخن از رضایت مستقیم و بی‌واسطه می‌رود و از سوی دیگر رضایت، پدیده‌ای پیچیده، عقلانی و منطقی فرض می‌شود که در آن قضاوت‌ها و ارزشیابی‌های انسان از موقعیت‌های متعدد، موثر واقع می‌شود. تعریفی دیگر، به نوعی در صدد تلفیق تعاریف دو دسته قبل برآمده و با رویکرد ترکیبی، تلاش میکند تا عناصر مفید و مثبت هر دو تعریف را در حوزه رضایت از زندگی مورد استفاده قرار دهد. این تعریف علاوه بر رضایت درونی از کلیت زندگی بر اساس قضاوت‌ها و ارزشیابی‌های منطقی، بر ظهور عواطف و احساسات مثبت و فقدان عواطف و احساسات منفی و همچنین علایق اجتماعی تأکید می‌نماید.

از آنجا که تعدد مناظر در مطالعات نظری رضایت، مراجعه به رویکردهای متنوعی را نیز برای توضیح آن طلب می‌کند، مقاله حاضر سعی دارد که از میان آنها به نقش موقعیت اجتماعی اقتصادی و سبک زندگی افراد، از طریق مداخله حیات رابطه‌ای و انجمنی و مفهوم کنترل زندگی، بپردازد. بنا به تعریف، موقعیت اقتصادی و اجتماعی افراد، تعیین کننده رفتارها، احساسات، ایده، نگرش و روابط اجتماعی آنها است. این موقعیت روابط بین افراد، نوع زندگی و سرنوشت آنها را در جامعه تعیین می‌کند.

همچنین، رفتار انسان، تابع منش وی می‌باشد. منش در تعاملات بین انسانها و در ارتباط با دیگران بوجود آمده و حاصل تجربیات انباشته شده است که برای تفسیر مجموعه‌ای منظم از خلق و خوها بوجود می‌آید. درگزينش و انتخاب رفتار و خصوصاً رفتار مصرفی و سبک زندگی، منش از طریق ذائقه و سلیقه‌های فردی وارد عمل می‌شود که خود تا حدود زیادی به موقعیت در ساختار اجتماعی، فرصت‌ها و الزامات میدانی بستگی دارد که وی در آن قرار گرفته است. ازسوی دیگر کنترل زندگی نیز با سبک زندگی در ارتباط است. در واقع سبک زندگی همان بخشی از زندگی است که عملاً تحقق می‌یابد. شرط تحقق سبک زندگی، گزینشگری و میزان برخورداری از حق انتخاب و تسلط بر زندگی، در محدودیت‌ها و مضایق ساختاری جامعه است. کنترل زندگی، احساس شایستگی، کفایت و توانایی درونی برای مقابله با مضایق را افزایش داده و از این طریق رضایت از زندگی را افزایش می‌دهد.

نتایج این تحقیق با استعانت از مدل نظری تدوین شده، نشان می‌دهد که در مجموع همه متغیرهای ذکر شده با رضایت از زندگی در ارتباط می‌باشند که این خود در همراهی با یافته‌های نایبی، ۱۳۷۵/اسمی، ۱۳۸۳/یانگ، ۲۰۰۰/خطاب، ۲۰۰۹ و دیگرانی است که در این حوزه مطالعه کرده‌اند. میزان رضایت از زندگی افراد نمونه در شهر تهران، در حد زیاد می‌باشد. این نتیجه با تحقیق سایرین در این زمینه، مطابقت دارد. بعنوان مثال رضا اسمی (۱۳۸۳) نیز در تحقیقی که برای مرکز تحقیقات صدا و سیما انجام داده است، رضایت شهروندان تهرانی را بیش از متوسط، ارزیابی کرده است.

جمعیت مورد بررسی در این تحقیق، میزان انتخابگری، آزادی و تسلط خود را در زندگی را که با شاخص کنترل زندگی مشخص شده است، در حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. در مقابل حیات ارتباطی خود را که از ترکیب دو معرف ساختار ارتباطی و ساختار انجمنی بدست آمده است را زیاد بیان داشته‌اند.

سبک زندگی افراد نمونه، با استفاده از تحلیل عاملی، در هفت نوع سبک مصرف‌گرا، سبک بدن‌گرا، سبک ورزشی، سبک فرهنگی، سبک مذهبی، سبک رسانه‌ای و سبک لذت‌جو، خلاصه شد که در بین تمام آنها، تنها سبک‌های مصرف‌گرا، لذت‌جو و رسانه‌ای، رضایت از زندگی را افزایش می‌دادند. از میان این عوامل، سهم متغیر کنترل زندگی بر رضایت از زندگی قابل توجه بوده و میزان همبستگی آن با رضایت از زندگی، بیش از سایر متغیرهاست. هم‌چنین در معادله رگرسیون بالاترین ضریب استاندارد شده، مربوط به این متغیر است. تحقیقات متعدد و از جمله، (یانگ، ۲۰۰۰ و گاندلاچ، ۲۰۰۴)، نشان از تعیین‌کنندگی متغیر کنترل زندگی بر رضایت از آن دارد. کنترل زندگی به معنای داشتن میزان آزادی و انتخاب و تسلط افراد در زندگی است. کنترل زندگی، آزادی عمل افراد در انتخاب سبک‌های زندگی و برقراری ارتباطات اجتماعی دلخواه را ممکن می‌گرداند و این خود، احساس نشاط و سرزندگی را افزایش می‌دهد. در مقابل، عدم تسلط بر زندگی، با محدود و محصور کردن شرایط، کانال‌های فرصت‌های زندگی را بر افراد مسدود کرده، بر احساس ناامیدی و درماندگی دامن زده و رضایت از زندگی را کاهش می‌دهد.

در مجموع، متغیرهای پایگاه اقتصادی اجتماعی و سبک زندگی، حیات رابطه‌ای و کنترل زندگی، در کنار یکدیگر، ۰/۲۱ درصد از تغییرات رضایت از زندگی را تبیین می‌کنند که در صورت ورود ابعاد متغیرها به جای شاخص کل، میزان واریانس تبیین شده به ۰/۵۷ افزایش می‌یابد.

نمودار تحلیل مسیر مدل علی تحقیق نیز، نشان می‌دهد که تمامی متغیرها علاوه بر تاثیر مستقیم‌شان از طریق سایر متغیرها با رضایت از زندگی رابطه دارند. از سوی دیگر همانطور که این مدل نشان می‌دهد سبک زندگی متغیری واسطه‌ای است که متغیرهای پایگاه اقتصادی اجتماعی و حیات رابطه‌ای و کنترل زندگی بر آن تاثیر می‌گذارند و خود در عین حال با رضایت از زندگی در ارتباط است. همچنین در معادله رگرسیون بعد از متغیر کنترل زندگی، سبک زندگی، بیشترین تاثیر را بر رضایت از زندگی دارد. و در نهایت حیات رابطه‌ای و پایگاه اقتصادی اجتماعی به یک میزان بر رضایت از زندگی تاثیر می‌گذارند.

نتایج این تحقیق در موافقت با صاحب نظرانی همچون گیدنز، ۱۳۸۲ / بوردیو، ۱۹۸۴ / ویلن، ۱۳۸۳ / یانگ، ۲۰۰۰ / گاندلاچ، ۲۰۰۴ است که بیان می‌دارند تغییر زندگی از تعیین‌کنندگی

موقعیت اجتماعی افراد به حوزه مصرف و سبک زندگی، فضائی را برای دگرگونی آگاهی فردی و کنترل زندگی و روابط اجتماعی، ایجاد کرده است. از این منظر، سبک زندگی گزینه‌ای است که شیوه زندگی دلخواه را در شرایط مکانی و زمانی ویژه، به نمایش می‌گذارد و در واقع نشان‌دهنده تسلط بر زندگی و روابط اجتماعی و بروز هویت فردی از طریق امکان بهترین انتخاب است. فرهنگ مصرفی با تکثیر و تزاید تصاویر و منابعی که به افراد و از طریق روابط اجتماعی عرضه می‌دارد، کثرت ذوق و سلیقه و قریحه‌های فرهنگی را امکان‌پذیر ساخته و به افراد علی‌رغم همه محدودیت‌ها، توانائی تصمیم‌گیری و گزینش را القا می‌کند. وسعت دامنه و تنوع روبه افزایش سبک‌های زندگی، روابط اجتماعی، امکان فعالیت و مشارکت انجمنی، احساس کنترل بر زندگی را افزایش داده که نتیجه آن، احساس پویایی و نشاط زندگی در شرایط پر تنش کنونی می‌باشد.



منابع

- اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱) «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰.
- اسمی، رضا (۱۳۸۳) «بررسی میزان رضایت مردم تهران از زندگی»، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما، شماره ۴۳.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) *تحول فرهنگی در کشورهای پیشرفته صنعتی*، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر.
- بنت، اندی (۱۳۸۶) *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر اختران، چاپ اول.
- پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۲) تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- تامین، ملوین (۱۳۷۳) *جامعه‌شناسی قشربندی و نابرابری‌های اجتماعی نظری و کاربردی*، ترجمه عبدالحسین نیک گوهر، تهران: نشر توتیا، چاپ اول.
- سفیری، خدیجه و قرآنی دامدا باجا (۱۳۹۱) «رابطه بین حمایت اجتماعی و رضایت از زندگی»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲۶.
- شولتز، دوان و شولتزسیدنی آلن (۱۳۷۸) *نظریه‌های شخصیت*، ترجمه یحیی سید محمدی، تهران: انتشارات هما.
- رایبیز استیفن (۱۳۷۴) *مدیریت رفتار سازمانی*، ترجمه علی پارسائیانلو و محمد اعرابی، تهران: موسسه مطالعات و پژوهش بازرگانی، جلد دوم.
- زیمل، گئورگ (۱۳۷۲) «کلان شهر و حیات ذهنی»، ترجمه یوسف اباذری، *نامه علوم اجتماعی*، دوره جدید، جلد دوم، شماره ۳.
- عبیدی، عباس و محسن، گودرزی (۱۳۷۸) *تحولات فرهنگی در ایران*، انتشارات روش، چاپ اول.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲) *مصرف و سبک زندگی*، قم: انتشارات صبح صادق.
- فستینگر، لئون و ارونسون، الیوت (۱۳۷۷) *پیدایش و کاهش ناهماهنگی در بافت‌های اجتماعی*، ترجمه پرویز سرنودی، دانشگاه تبریز.
- فیتزپتریک، تونی (۱۳۸۱) *نظریه رفاه، سیاست اجتماعی چیست؟*، ترجمه هرمز همایون پور، تهران: گام نو.

- کاظمی پور، شهلا، (۱۳۷۸) «الگوی در تعیین پایگاه اجتماعی اقتصاد یا افراد و سنجش تحرک اجتماعی» *نامه علوم اجتماعی*، دوره ۱۴.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲) **تجدد و تشخیص**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ دوم.
- مازلو، ابراهام (۱۳۷۶) **انگیزش و شخصیت**، ترجمه رضوانی، مشهد: انتشارات قدس.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۴) «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی-فرهنگی در ایران»، تهران: دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور.
- نیازی، محسن و دلال خراسانی، محمد (۱۳۹۱) «تیین عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر کیفیت زندگی شهروندان» *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲۷.
- نایبی، هوشنگ (۱۳۷۵) «سنجش میزان احساس خوشبختی سرپرستان خانواده‌های تهرانی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- وبر، ماکس (۱۳۸۴ الف) **اقتصاد و جامعه**، ترجمه: عباس منوچهری، مهرداد ترابی نژاد، مصطفی عمادزاده، تهران: انتشارات سمت.
- ویلن، تورستین (۱۳۸۳) **نظریه طبقه مرفه**، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.
- Aldefer, C (1972), *Existence, Relatedness, Growth: human needs in organizational setting*, New York, Free press.
- Bourdieu, P(1984) **Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste**, Translated by Richard Nice, Routled & Keagan Paul.
- Diener, E., Suh E (1997), **measuring quality of life: Economic, social, and subjective indicators**, social indicators research, vol.40, no 1/2, 189-216.
- Englehart R, et al, (2004), *Human believe and values: A cross cultural source book based on the 1999-2002 surveys*.
- Gudelach P, Kreiner S, (2004),” **happiness and life satisfaction**”, cross cultural research, vol.38, no 4, 359-386.
- Khattab N, Fenton, S, (2009),”what make young adults happy? employment and non work as determinants of life satisfaction”, *sociology*, vol.43, no 1, 11-26.
- Moore, G.(1990) **Structural determinants of men’s and woman’s personal network** “, *American sociological Review*, vol.55, 726-735”.
- Sampson, R J, et al , (1997) “Neighborhoods and violent crime: a multilevel study of collective efficacy”. *Science*, 277, 918-924.
- Ott, J,(2005) **Level and equality of happiness in nations: “Does greater happiness for a greater number imply greater inequality in happiness?”** *Journal of Happiness Studies*, vol. 6, 397-420
- Veenhoven, R, (2000),” the four quality of life, ordering concepts and measures of good life’ *journal of happiness studies*, vol.1, 1-39.
- Yang, s M ,(2000), <http://mumford.albany.edu/chinanet/conferences/yuan.doc>



پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی