

بررسی رابطه بین مصرف فرهنگی و رضایت شغلی در بین مدیران و کارکنان نیروی انتظامی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۲۴

علیرضا حیدرثا‌د^۱، ساسان ودیعه^۲، فرح ترکمان^۳

از صفحه ۱۴۷ تا ۱۷۶

چکیده

زمینه و هدف: رضایت شغلی می‌تواند از عوامل مختلف اثر پذیرد. در این میان مصرف فرهنگی، به عنوان یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی و نیز به عنوان شاخصی از وضعیت زیستی، روانی و اجتماعی؛ می‌تواند پیش‌بینی‌کننده رضایت شغلی باشد. این پژوهش، با هدف بررسی رابطه مصرف فرهنگی و رضایت شغلی کارکنان نیروی انتظامی در شهر تهران انجام گرفته است.

روش‌شناسی: در این تحقیق، از روش پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق، شامل مدیران و کارکنان نیروی انتظامی - که در سال ۱۳۹۴ در شهر تهران مشغول به کار بوده‌اند - است که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۴۰۰ نفر تعیین شده و شیوه نمونه‌گیری نیز به صورت چندمرحله‌ای طبقه‌ای غیرمتناسب بوده است. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد شده معتبر «الگوی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت» (EFQM)، برای متغیر رضایت شغلی و پرسشنامه محقق ساخته، برای متغیر مصرف فرهنگی استفاده شده است. در قسمت تجزیه و تحلیل اطلاعات، علاوه بر استفاده از روش‌های آمار توصیفی، از آزمون رگرسیون و الگوی معادلات ساختاری استفاده شده است.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: بین مصرف فرهنگی و رضایت شغلی، رابطه معناداری ($\text{sig}=0/000$) وجود دارد و این رابطه، یک رابطه مثبت و ضعیف (۰/۲۵۴) است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چند متغیری، نشان داد که از میان متغیرهای موجود در معادله، به ترتیب چهار متغیر سبک‌های مذهبی، فرهنگی، مصرف‌گرا و بدن‌گرا توانستند در معادله باقی‌مانده و روی هم نزدیک به ۰/۲۴ درصد از تغییرات متغیر رضایت شغلی را - در میان نمونه مورد مطالعه از کارکنان - تبیین کنند. اندازه شاخص‌های نیکوئی برآزش، با استفاده از نرم‌افزار لیزرل و تطابق الگوی نظری و تجربی را بر اساس داده‌های این تحقیق مورد تأیید قرار دادند.

کلیدواژه‌ها

رضایت شغلی، مصرف فرهنگی، سبک مذهبی، سبک فرهنگی، سبک مصرف‌گرا، سبک ورزشی، سبک معطوف به بدن.

۱. عضو هیئت‌علمی پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات اجتماعی (نویسنده مسئول)، alirezahaydarnejad@gmail.com

۲. عضو هیئت‌علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز (دانشکده علوم اجتماعی)

۳. عضو هیئت‌علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز (دانشکده علوم اجتماعی)

مقدمه

محققان مباحث نیروی انسانی، پی برده‌اند که نیروی انسانی واجد شرایط و ماهر، عامل با ارزش و سرمایه‌ای بی‌پایان، در جهت رشد و توسعه سازمان‌ها و کشورها هستند. از آنجایی که ناجا از سازمان‌های فعال در ایجاد نظم و امنیت جامعه به شمار می‌رود؛ جایگاه نیروی انسانی در آن بسیار مهم و اساسی است؛ از این رو، توجه به تأمین نیازهای جسمانی، روانی و اجتماعی آنان، می‌تواند انگیزه کارکنان و بالطبع میزان بهره‌وری آنان را افزایش دهد. «رضایت شغلی، شرط بقا و موجودیت هر سازمانی است و هدف هر سازمانی نیز افزایش رضایت شغلی کارکنان خود است» (الوانی، ۱۳۹۱: ۴۵). «در قرن حاضر، یکی از مهم‌ترین چالش‌های مدیران منابع انسانی سازمان‌ها، این است که چگونه با امکانات موجود کارکنان را در حد مطلوبی از رضایت شغلی نگه‌دارند و آنان نیز در خدمت سازمان باشند» (تسلیمی، ۱۳۹۲: ۲۴)؛ بنابراین رضایت شغلی، کیفیتی از منابع انسانی است که اگر به‌طور صحیح مدیریت شود؛ نتایج خوبی را نصیب سازمان می‌کند. از طرفی نیروی انسانی در سازمان‌ها، از اهمیت زیادی برخوردار است. یکی از مسائل مهمی که در هر سازمان باید مورد توجه قرار گیرد؛ خشنودی و رضایت شغلی کارکنان آن است که از ارکان ضروری رضایت از زندگی و از مهم‌ترین متغیرهای رفتار سازمانی به حساب می‌آید. افزایش بهره‌وری، افزایش روحیه، تعهد سازمانی، سلامت فیزیکی و ذهنی، رضایت از زندگی، سرعت در آموزش و سرعت یادگیری مهارت‌های جدید شغلی، از جمله پیامدهای رضایت شغلی برای فرد و سازمان محسوب می‌شود. در مقابل تشویش، غیبت، تأخیر کاری، ترک خدمت، فرسودگی شغلی و بازنشستگی پیش از موعد، از جمله پیامدهای عدم رضایت شغلی برای فرد و سازمان است (شهبازی و همکاران، ۱۳۸۸: ۹۹).

از سوی دیگر، رضایت شغلی می‌تواند از عوامل مختلف اثر پذیرد. برخی از مهم‌ترین آن‌ها نوع محیط کار، نظام سازمانی شغل، روابط انسانی حاکم بر محیط کار، سبک‌های ارتباطی، سبک‌های مدیریتی و ویژگی‌های فردی هستند که طی زمان

ثابت فرض شده است. در این میان «سبک زندگی»^۱ و ابعاد آن، از جمله مصرف فرهنگی نیز به عنوان شاخصی از وضعیت زیستی، روانی و اجتماعی بر مبنای آنچه مورد قبول عموم است؛ می‌تواند پیش‌بینی‌کننده رضایت شغلی باشد. از طرفی، جهانی‌شدن پدیده‌ای است که جوانب گوناگون زندگی فرهنگی، اعم از نگرش جنسیتی دانش، آموزش رسمی، رضایت و سبک زندگی مصرفی مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهد. رواج شیوه‌های جدید رفتار اجتماعی برای پرکردن فضاهاى زندگی (پاساژگردی، توجه به رسانه‌های مختلف، مدیریت بدن، تمرکز بر ورزش و...)، فردی شدن، اهمیت یافتن سیاست زندگی بر اساس ترجیحات سبک‌های زندگی متفاوت، از جمله زمینه‌های اصلی‌ای هستند که شرایط جدیدی را پیش‌روی مدیران سازمان قرار داده‌اند. این تحولات که در قالب جهانی‌شدن فرهنگی رخ می‌دهد؛ علاوه بر تأثیر بر ذوق، سلیقه، مصرف فرهنگی و درنهایت سبک زندگی کارکنان؛ نگرش به خود و جامعه و میزان رضایت آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار داده است؛ به عبارت دیگر، در جامعه مدرن، «نوع و سبک رفتار و کنش‌های مصرفی» یا «سبک زندگی» است که هویت‌های فردی و اجتماعی را شکل می‌دهد (کفاشی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۸). مسئله بودن این موضوع، از آنجا ناشی می‌شود که سیر تغییر رفتار و کنش‌های مصرفی و ورود سبک‌های جدید زندگی؛ موجب تغییر و تهدید فرهنگی، فردی شدن و افزایش شکاف‌های اجتماعی، رواج مصرف‌گرایی، از هم پاشیدگی شبکه‌های سنتی و درنهایت عدم رضایت کارکنان می‌شود. در این وضع کارکنان هویت خود را به جای منابع سنتی هویت؛ از خلال مصرف کالاها و سبک‌های گوناگون زندگی کسب می‌کنند. از سوی دیگر، بنابر نظر دوسرتو^۲ (۲۰۱۰) تغییر شکل جوامع از مراکز تولید صنعتی به مراکز فراغت و مصرف؛ فضایی برای دگرگونی آگاهی فردی ایجاد کرده است. به نظر وی، «عمل مصرف» همان عمل تحقق نفس است؛ بدین معنا که طی آن، افراد آگاهی تأملی بیشتری از خویشتن به دست می‌آورند تا از طریق مصرف، بتوانند به تحقق نفس و خود شکوفایی

1. Lifestyle
2. De certeau

هر چه بیشتر برسند. به گفته چنی^۱ (۲۰۱۱)، فرهنگ مصرفی با تکثیر و تزايد تصاویر و منابعی که به افراد عرضه می‌کند؛ کثرت احساسات و قریحه‌های فرهنگی را به آن‌ها القا می‌کند. به گفته وی: «در نتیجه وسعت دامنه و تنوع رو به افزایش سبک زندگی در جوامع، امکان تأمل‌گری به‌طور روزافزونی بیشتر می‌شود و به این ترتیب، پویایی و نشاط شغلی در شرایط کنونی پرمایه‌تر می‌شود» (بنت، ۱۳۸۹: ۶۵)؛ بنابراین، سؤال اصلی ما در این پژوهش این است که «چه رابطه‌ای بین مصرف فرهنگی و رضایت شغلی در بین مدیران و کارکنان نیروی انتظامی شهر تهران وجود دارد؟»

بیان مسئله: از آنجایی که کارایی و اثربخشی سازمان‌ها، به کارایی و اثربخشی نیروی انسانی آن سازمان بستگی دارد و یکی از مسائل مهمی که در هر سازمان باید مورد توجه قرار گیرد؛ خشنودی و رضایت شغلی کارکنان آن سازمان است؛ «عوامل مختلفی از جمله ویژگی‌های فردی، نوع محیط کار و روابط انسانی حاکم بر محیط کار، در میزان رضایت شغلی کارکنان پلیس مؤثر است» (هرلیگل^۲، ۲۰۰۸؛ به نقل از مصطفایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸۷). علاوه بر این، برخی ویژگی‌های فردی، مانند سن، تحصیلات و سابقه خدمت، بر رضایت شغلی اثر دارند و توجه به این امر نه تنها به شناخت ماهیت رضایت شغلی و فهم بهتر رفتار کمک خواهد کرد؛ بلکه امکان آن را نیز فراهم می‌سازد. احساس رضایت از شغل، بر اثر مشاهده پیشرفت با انجام برخی مسئولیت‌های اجتماعی و به‌ظهور رساندن توانایی‌ها و رغبت‌های فردی نیز به انسان دست می‌دهد. تحقیقات انجام شده (هرزبرگ^۳، ۲۰۰۴؛ دیویس^۴، ۲۰۰۶؛ اسنایدر^۵، ۲۰۰۸؛ امیرتاش، ۱۳۸۲) نیز نشان داده‌اند که فقدان رضایت شغلی پلیس؛ باعث بالا رفتن غیبت، اخراج و استعفای زیاد در مقابل استخدام و بی‌میلی کارکنان در هنگام کار می‌شود. بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیقات به عمل آمده در حوزه رضایت شغلی کارکنان پلیس کشور (شهبازی، ۱۳۹۲؛ علیزاده، ۱۳۹۳؛ عنصری، ۱۳۹۳)؛ میزان غیبت کاری، تأخیر در کار، ترک خدمت، تشویش کاری،

1.Chaney
2.Hellrigel
3.Herzbrg
4.Davis
5.Snaider

بازنشستگی زودرس در میان کارکنان ناجا در شهر تهران در سال ۹۳، نسبت به سال گذشته ۳/۷ درصد رشد داشته است که این موارد برخی از پیامدهای عدم رضایت شغلی است.

صرف نظر از دیدگاه‌ها و تعریف‌های مختلف در مورد رضایت شغلی، مشخص شده است که عوامل متعددی وجود دارند که می‌توانند مستقیم یا غیرمستقیم، به‌طور مثبت یا منفی بر رضایت شغلی افراد اثر بگذارند. «از بین این عوامل، می‌توان به سبک زندگی افراد اشاره کرد که تأثیر مهمی بر فعالیت‌های مختلف و در نهایت رضایت افراد دارد» (مهدی زادگان، ۱۳۸۱: ۸۷). مطالعه کوچر^۱ (۲۰۰۵)، بیانگر آن بود که رضایت شغلی افسران پلیس از سبک زندگی آنان، جایگاه شغلی، درجه، ثبات جایگاه و وضعیت خانوادگی تأثیر می‌پذیرد (کوچر، ۲۰۰۵؛ به نقل از مصطفایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸۷). در مطالعه دمیر^۲ (۲۰۰۲) که به منظور تعیین میزان رضایت شغلی پرستاران درجه‌داری که در بیمارستان‌های نظامی ترکیه مشغول به کار بودند؛ مشاهده شد که رضایت شغلی در میان آن‌ها برحسب گروه‌های مختلف (نوع طبقه اجتماعی افراد) و سابقه شغلی - متفاوت است؛ همچنین رضایت شغلی با تعداد فرزندان و نوبت کاری رابطه منفی و با تحصیلات و سابقه کاری رابطه مثبت معنادار دارد (دمیر، ۲۰۰۲؛ به نقل از مصطفایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸۷). در سال ۲۰۰۸، پژوهشی در اروپا در رابطه با سلامت و بهره‌وری مدیریت، توسط کریستین اجرا شد و نتایج آن نشان داد که «سبک زندگی کاری، به عنوان یک عامل روان‌شناختی در محیط کار، می‌تواند بهره‌وری کارکنان را افزایش دهد» (کریستین^۳، ۲۰۰۸: ۱۵۳). علاوه بر این، مطالعه هاردمن^۴ (۲۰۱۴) حاکی از آن است که رضایت شغلی افسران پلیس، تابعی از میزان مورد علاقه بودن شغل، میزان تناسب تحصیلات و تخصص با شغل، تناسب میان درجه و جایگاه شغلی فرد در مقایسه با همگنان خود و فضای روانی حاکم بر سازمان محل خدمت فرد است. در این مطالعه، «افراد دارای تحصیلات بالاتر از لیسانس و

1.Kochher
2.Demir
3. Kirsteb
4.Hardman

افسران جزء، کمترین رضایت شغلی را ابراز کردند» (هاردمن، ۱۹۹۶؛ به نقل از مصطفایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸۸). با مرور پیشینه پژوهش، ملاحظه می‌شود که با وجود اهمیت سبک زندگی و مصرف فرهنگی و رضایت شغلی نیروهای نظامی؛ اندک مطالعات انجام شده، تنها به بررسی برخی متغیرها پرداخته‌اند. بر این اساس، با توجه به کمبود مطالعات جامع پیرامون رابطه بین مصرف فرهنگی با رضایت شغلی در نیروهای نظامی؛ در این پژوهش، به بررسی این مسئله پرداخته می‌شود که «آیا رابطه‌ای بین مصرف فرهنگی و رضایت شغلی کارکنان، وجود دارد؟»

حال با توجه رویکردی که در ابتدای بحث، مبنی بر تلاش در جهت رضایت شغلی کارکنان نیروی انتظامی در ایران مطرح کردیم و با توجه به اینکه بحث سبک زندگی به یکی از بحث‌های جدید در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و... بدل شده است؛ به نظر می‌رسد که شناسایی مصرف فرهنگی مدیران و کارکنان و رابطه آن بر رضایت شغلی، یکی از موضوع‌های مهم قابل بررسی است. بدین لحاظ، دغدغه و سؤال ما در این تحقیق آن است که «آیا نوع مصرف فرهنگی در رضایت از شغل در بین مدیران و کارکنان نیروی انتظامی شهر تهران تأثیر دارد؟»

بنابراین در این مقاله در پی پاسخ‌گویی به این سؤال‌های اساسی هستیم:

- ۱- وضعیت رضایت شغلی در بین کارکنان ناجا، در شهر تهران چگونه است؟
- ۲- مصرف فرهنگی در بین کارکنان ناجا، در شهر تهران چگونه است؟
- ۳- نوع سنخ‌بندی مصرف فرهنگی - به عنوان یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی در بین کارکنان ناجا- در شهر تهران چگونه است؟
- ۴- آیا بین انواع سنخ‌بندی‌های مصرف فرهنگی با رضایت شغلی کارکنان، رابطه وجود دارد؟

مبانی نظری: در مطالعات رضایت شغلی، معمولاً به دو رویکرد نظری عمده اشاره می‌شود: رویکرد اول، شامل نظریه‌ها در سطح خرد، مانند نظریه‌های نیاز، مقایسه و عدالت توزیعی و رویکرد دوم، نظریه‌های سطح کلان، مانند نظریه‌های طبقه و مصرف فرهنگی که به عنوان یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی به شمار می‌روند.

رویکرد اول، نگاهی «روان‌شناسانه از نوع روان‌شناسی اجتماعی» به مقوله رضایت دارد که مازلو (۱۳۷۶) و 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 خویشتن‌یابی و ... متمرکز شده‌اند و تأکیدشان بر این اصل استوار است که رضامندی از شغل، بیانگر ارضای تمایلات و نیازهای مختلف است (رابینز، ۱۳۸۴: ۱۲۳). دیگر نظریه‌پردازان، همچون فستینگر (۱۳۷۷)، مسئله 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 به وجود خواهد آمد؛ در غیر این صورت، فرد دچار احساس محرومیت گشته که در نهایت احساس نارضایتی در فرد ایجاد خواهد شد و بر مبنای نظریه «لوین» رفتار هر فرد، تابع خصوصیات شخصی و خصوصیات محیطی و نیز تابع شرایط و محدوده زمانی و مکانی خاص است. بر این مبنای، شرایط عینی و بیرونی و شرایط درونی و شخصیتی، می‌تواند بر رضایت شغلی تأثیرگذار باشد؛ اما از جمله نظریه‌هایی که به ارتباط دو متغیر مصرف فرهنگی، به عنوان یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی و رضایت شغلی پرداخته است؛ نظریه وبلن (مصرف و رضایت) می‌باشد. بر اساس نظریه وبلن، بیشتر مسئله رضایت و نارضایتی شغلی را باید در پدیده «مصرف نمایی» - به عنوان یکی از ابعاد سبک زندگی - جستجو کرد (توسلی، ۱۳۸۵: ۲۰-۲۱).

رویکرد نظری دوم، رویکردی کلان است که خود به چندین دسته تقسیم می‌شود: گروهی، رضایت را به میزان برخورداری افراد از امکانات شغلی وابسته می‌دانند (نظریه‌پردازان در حوزه طبقه، همانند مارکس و وبر)؛ عده‌ای دیگر، رضایت را ناشی از روابط اجتماعی می‌دانند. رابطه اجتماعی از حیث نوع، شدت و درگیری عاطفی - به‌طور مستقیم و غیرمستقیم - بر رضایت شغلی اثر می‌گذارد که گیدنز و دورکیم در زمره این افراد قرار می‌گیرند. دسته سوم، به بررسی رضایت شغلی در بخش مصرف فرهنگی - به عنوان یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی - پرداخته است.

از نظر مارکس «طبقه» تعیین کننده رفتارها، احساسات، اندیشه‌ها و نگرش‌های افراد و روابط اجتماعی آنان است. طبقات، افراد را به مقوله‌های اجتماعی تقسیم می‌کند و این تقسیم چنان اساسی است که روابط افراد، نوع زندگی و سرنوشت آن‌ها نیز تابع آن است؛ از سوی دیگر، در نتیجه طبقه‌بندی و برخورداری طبقات بالا از امکانات و عدم برخورداری طبقات پائین از این امکانات؛ باعث به وجود آمدن نابرابری در بین طبقات می‌شود که به نظر مارکس؛ وجود نابرابری در بین طبقات، باعث پیدایش آسیب‌های انسانی و اجتماعی و از خودبیگانگی می‌شود. در میان جامعه‌شناسان کلاسیک، ماکس وبر برای اولین بار به مفهوم سبک زندگی اشاره کرده است. در مکتب مارکسی، همواره سبک زندگی در چارچوب مفهوم طبقه اجتماعی درک شده است. وبر با طرح نظریه قشربندی، گروه‌های منزلتی را بر اساس اصول حاکم بر مصرف کالا و سبک زندگی ناشی از آن طرح می‌کند. آثار نظری مارکس و وبر، از این جهت دارای اهمیت‌اند که آثار بعدی درباره مصرف؛ بازتاب نظریه‌های این نظریه‌پردازان اولیه است. این متون کلاسیک هنوز ارتباط خود را با تحولات بعدی از دست نداده‌اند. «وبلن» نیز گرچه در بررسی پدیده مصرف، تعریفی از سبک زندگی ارائه نکرد؛ ولی تلویحاً پذیرفت که این مفهوم دال بر شیوه زندگی متمایز طبقه مرفه و نمودی از جایگاه طبقاتی آنان است. «زیمل» توجه خاصی به این مفهوم نداشت؛ اما به بررسی ماهیت پول می‌پردازد که در نهایت به سازمان اجتماعی مصرف کالاها و به خصوص عامل مُد می‌انجامد. وی معتقد است که منزلت و پیروی از مدهای گوناگون، بیش از وجوه اقتصادی صرف، در ایجاد فاصله میان افراد جامعه نقش ایفا می‌کند (کمالی، ۱۳۸۹: ۱۰۷).

به اعتقاد «بورديو»، شکل‌گیری سبک‌های زندگی، متناسب با ساخت اجتماعی صورت می‌گیرد. سبک‌های زندگی، حالتی از انباشتگی سرمایه‌ها در فضای اجتماعی است که با توجه به منش فردی به وجود می‌آید. همچنین افراد در فضای اجتماعی، فعالیت‌ها و کنش‌های غایت‌مندی را بر اساس علایقشان انجام می‌دهند و از راه‌های مختلفی برای دستیابی و ارضای علایق استفاده می‌کنند؛ مثل سرگرمی‌ها، بازی و ورزش، روابط اجتماعی، فرهنگ و ... رسیدن به این علایق، می‌تواند هم در حوزه

عمومی باشد؛ هم خصوصی. از آنجاکه انسان، هم محصول اجتماع است و هم سازنده آن؛ در ارتباط با دیگران، می‌تواند جهت‌های متفاوتی را در علایق خود پی‌ریزی کند. این عامل هم می‌تواند جزء سبک زندگی فرد تلقی شود. با توجه به این نکته؛ مکان دیگران و همچنین انواع فعالیت‌هایی که توسط افراد در زمینه و فضای خاص اجتماعی انتخاب می‌شود؛ می‌تواند سبک زندگی را تشکیل دهد (بورديو، ۲۰۰۲: ۲۸۲). به اعتقاد این نظریه‌پرداز؛ اعمال انسان، به‌صورت آنی و در لحظه اتفاق می‌افتد که ممکن است آگاهانه یا ناآگاهانه باشد؛ اما این اعمال، با قصد قبلی انجام می‌گیرد و مشخص است. از نظر بورديو «کنش انسان»، تابع آموخته‌ها، تجربه‌ها، خلق‌وخوها و همچنین گرایش‌هایی است که در تجربه و عمل فراگرفته است. عمل انسان، در زمان و مکان شکل می‌گیرد. عمل انسان، بخشی از زندگی روزمره است که آموخته و بازسازی می‌شود. این اعمال نزد کنشگران، باعث به وجود آمدن هویت اجتماعی می‌شود. رفتار انسان از نظر بورديو، تابع منش است و منش، سازنده رفتار است. منش، در تعاملات بین انسان‌ها و در ارتباط با دیگران به وجود می‌آید. منش، تجربیات انباشته شده برای تفسیر مجموعه‌ای منظم از خلق‌وخوهاست؛ به عبارتی، منش در تجربه عینی آموخته می‌شود. ما اعمالمان را به‌واسطه منش و تعلیماتی که فراگرفته‌ایم؛ برای خود یادآوری می‌کنیم و سپس با سلیقه یکی را برمی‌گزینیم. تمام این رخدادها به موقعیت فرد، فرصت‌ها و الزامات میدان اجتماعی بستگی دارد که فرد در آن قرار گرفته است.

افراد با میدان‌های مختلفی روبه‌رو هستند. آن‌ها با قرار گرفتن در میدان اجتماعی مشابه، سعی می‌کنند؛ منشی مشابه با دیگرانی که در آن میدان قرار دارند، داشته باشند. میدان‌های اجتماعی مشابه، افراد را به سمت سلیقه‌ها، منش‌ها و در نتیجه رفتارهای مشابه سوق می‌دهند؛ در نتیجه می‌توان انتظار داشت که افراد، با سلیق و منش‌های متفاوت و در نتیجه میدان‌های اجتماعی متفاوت، دارای رضایت شغلی متفاوتی باشند. از سوی دیگر «نوکس» در مقاله خود، به رابطه بین سبک زندگی و رضایت از شغل اشاره کرده است.

در الگوی که «کاکرهام» برای سبک زندگی سلامت ترسیم می‌کند؛ «جماعت‌ها» و «شبکه‌های اجتماعی»^۱، از جمله دیگر عوامل ساختاری مؤثر در سبک زندگی سلامت مؤثر است. کاکرهام، جماعت و شبکه‌های اجتماعی را گروه‌هایی از کنشگران می‌داند که توسط روابط اجتماعی خاصی همچون خویشاوند، کار، مذهب و سیاست‌ها به هم مرتبط شده‌اند و هنجارها، ارزش‌ها، ایدئال‌ها و دیدگاه‌های اجتماعی مشترک آن‌ها؛ اجتماع فکری چند فاعلی را ایجاد می‌کند که فراتر از فردیت افراد بوده و انعکاس‌دهنده یک دیدگاه جمعی خاص است (خیرالله، ۱۳۹۰: ۷۳). در این رابطه، مذهب و ایدئولوژی هم می‌توانند نمونه‌هایی از دیدگاه‌های جمعی باشند که اشاره‌هایی به انتخاب‌های سبک زندگی سلامت دارند. آخرین متغیر ساختاری که کاکرهام در رابطه با سبک زندگی سلامت به آن اشاره می‌کند؛ «شرایط زندگی»^۲ است. شرایط زندگی، آن دسته از متغیرهای ساختاری است که مرتبط با تفاوت‌هایی در زمینه کیفیت مسکن و دسترسی به امکانات اولیه (برق، گاز، گرما، آب لوله‌کشی سالم، فاضلاب و ...)، امکانات مجاورتی (سوپرمارکت، پارک و امکانات سرگرمی و اوقات فراغتی) و امنیت شخصی است (همان: ۵۹).

بر اساس الگوی سبک زندگی سلامت کاکرهام، متغیرهای مختلف عوامل ساختاری، از سویی «فرصت‌های زندگی»^۳ را می‌سازند و از سوی دیگر، زمینه «اجتماعی شدن»^۴ و «تجارب»^۵ مختلفی را برای افراد ایجاد می‌کنند. این حالت با دیدگاه بورديو، مبنی بر این که گرایش‌های افراد بر اساس تجربه و اجتماعی شدن، ساخته می‌شوند و جایگاه اجتماعی افراد، شرایط اجتماعی را برای این فرایند فراهم می‌کند، مطابقت می‌کند.

باوجود مباحث نظری و پژوهش‌های تجربی بسیار، در خصوص مصرف فرهنگی - به عنوان یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی - چارچوب نظری وبلن (مصرف و رضایت) در دیدگاه خُرد و چارچوب نظری بورديو و کاکرهام در دیدگاه‌های کلان، برای تحقیق

1. Collectivities
2. Living Conditions
3. Life Chances
4. Socialization
5. Experience

حاضر مناسب‌تر است.

پیشینه تحقیق: در این قسمت، خلاصه‌ای از برخی پژوهش‌های تجربی مربوط به سبک زندگی و رضایت- در قالب دو بخش مطالعات داخلی و خارجی- مورد بحث قرار می‌گیرد.

- حسن‌زاده طباطبایی (۱۳۸۹)، در پایان‌نامه خود به بررسی رابطه سبک زندگی با رضایت شغلی در پرستاران بیمارستان‌های منطقه یک تهران پرداخته است. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه پرستاران بیمارستان‌های ذکر شده در شرایط سنی ۲۰-۴۰ سال است. ابزار این پژوهش، پرسشنامه رضایت شغلی دانت و پرسشنامه سبک زندگی BASIS-A است. برای تجزیه تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. نتایج آماری نشان داد که فرضیه اول، دوم و سوم تأیید شدند؛ یعنی بین مؤلفه‌های تعلق-علاقه اجتماعی، کنار آمدن و مسئولیت‌پذیری با رضایت شغلی، رابطه وجود دارد و همبستگی تأیید شد و فرضیه چهارم و پنجم رد شدند؛ یعنی رابطه‌ای بین مؤلفه‌های نیاز به تأیید و محتاط بودن با رضایت شغلی وجود ندارد.

- آقای (۱۳۹۱)، در پژوهش خود به بررسی رابطه بین سبک زندگی و عمل به باورهای دینی، با رضایت زناشویی در دبیران زن متأهل جوان پرداخته است. هدف از این پژوهش، بررسی قدرت پیش‌بینی سبک زندگی و عمل به باورهای دینی با رضایت زناشویی در دبیران زن متأهل جوان است. نتایج پژوهش نشان داد که بین نیاز به تأیید و تعلق به علاقه اجتماعی (از مؤلفه‌های سبک زندگی)، رابطه معنادار مثبت؛ بین نیاز به تأیید و مسئولیت‌پذیری (از مؤلفه‌های سبک زندگی)، رابطه معنادار مثبت؛ بین کنار آمدن و محتاط بودن (از مؤلفه‌های سبک زندگی) رابطه معنادار منفی؛ بین کنار آمدن و تعلق و علاقه اجتماعی (از مؤلفه‌های سبک زندگی) رابطه معنادار و همچنین بین محتاط بودن، تعلق و علاقه اجتماعی (از مؤلفه‌های سبک زندگی)، رابطه معنادار منفی وجود دارد.

- موسمی (۱۳۹۱)، در تحقیق خود به بررسی رابطه سبک زندگی مردان با رضایت همسران آن‌ها در شهر مشهد (در سال ۱۳۹۱) پرداخته است. ابزار تحقیق پرسشنامه

محقق ساخته سبک زندگی و رضایت از همسر بود. نتایج نشان داد که بر اساس آزمون تحلیل واریانس (F)، بین خوشه‌های سبک زندگی مردان و رضایت همسرانشان، رابطه وجود دارد. به علاوه نتایج نشان داد که متغیرهای تحصیلات، محل سکونت و رضایت اولیه با ازدواج با رضایت از همسر و متغیرهای تفاوت سنی با همسر، مدت ازدواج و محل سکونت با سبک زندگی همسر، رابطه معنادار دارد.

- دمیتروس^۱ (۲۰۱۳)، در مطالعه‌ای به بررسی رابطه سبک زندگی (اوقات فراغت)، با رضایت از زندگی پرداخت. هدف از انجام پژوهش، بررسی رابطه بین اوقات فراغت، سبک زندگی با رضایت از زندگی (SWL) در یونان بود. نمونه انتخابی ۳۵۳ نفر از بین زنان و مردان بود. نتایج این تحقیق نشان داد که کار، یک عامل بسیار مهم در توضیح سبک زندگی درک شده توسط افراد است. همچنین به نظر می‌رسد؛ رضایت از زندگی، بیشتر تحت تأثیر سبک زندگی و به میزان کمتر، تحت تأثیر اوقات فراغت است.

- سیمپسون^۲ و سیگوا^۳ (۲۰۱۲)، در مطالعه‌ای به بررسی رابطه سبک زندگی و رضایت از زندگی، در بین مهاجران زمستانی پرداختند. تعداد زیادی از سالمندان - به دلایل قابل توجه اقتصادی - در زمستان به سمت جنوب که دارای آب و هوای گرم است، مهاجرت می‌کنند. این مطالعه با نمونه‌ای ۱۴۴۳ نفره - از افراد مهاجر زمستانی - به جمع‌آوری اطلاعاتی در مورد اینکه چه عواملی در سبک زندگی و مهاجرت مهم است و میزان رضایت از این نوع سبک زندگی (همراه با مهاجرت) پرداخته شد. اثر جنس، سن، سطح تحصیلات در سبک زندگی و عوامل خطر مؤثر در مهاجرت، شناخته شده است. نتایج نشان داد که امنیت، وضعیت مالی و زندگی اجتماعی، مهم‌ترین عوامل رفاه هستند. مهاجران، از سبک زندگی مهاجرت زمستانی خود راضی بودند؛ چهار عامل خطر سبک زندگی مهاجران زمستانی مشخص شد و در نهایت نتایج بیانگر این موضوع بود که مدیران باید برای درک بهتر سبک زندگی و کمتر مبتلا

1. Dimitrios
2. Penny M. Simpson
3. Judy A. Sigauw

شدن به خطرات مهاجرت، به مهاجران کمک کنند.

- لینگ^۱ و همکاران (۲۰۰۹)، در مطالعه‌ای به بررسی رابطه سبک زندگی و برنامه‌ریزی مجدد شغلی، با رضایت از زندگی پرداختند. هدف از انجام پژوهش، بررسی تأثیر سبک زندگی و برنامه‌ریزی مجدد شغلی، بر رضایت از زندگی بود. نمونه انتخاب شده ۱۲۴۷ نفر از زنان و مردان (۶۷-۱۸سال) هنگ‌کنگ بود که پرسشنامه‌های رضایت از زندگی، سبک زندگی و برنامه‌ریزی شغلی، بر روی آن‌ها اجرا شد. نتایج بیانگر ارتباط معنادار، بین سبک زندگی و برنامه‌ریزی شغلی و رضایت از زندگی است. همچنین مشخص شد که افرادی که دارای بیشترین برنامه‌ریزی و انضباط شغلی هستند؛ رضایت از زندگی بالاتری، نسبت به دیگران دارند.

- میشل، کارولین^۲ (۲۰۰۷)، در پژوهشی به بررسی رابطه سبک زندگی، با رضایت از زندگی پرداخت. هدف از این تحقیق، یافتن رابطه معناداری بین سبک زندگی و رضایت از زندگی - بین تاجرانی که بین زمین و خشکی در حرکت هستند- بود. نمونه انتخاب شده ۳۲ نفره (۱۴ نفر نیمه سازمان‌یافته و ۱۸ نفر زیرمجموعه) انتخاب شده است و آزمون‌های سبک زندگی و رضایت از زندگی، روی آن‌ها اجرا شد. نتایج نشان‌دهنده این است که بین دلبستگی افراد به موبایل و رضایت از زندگی‌شان، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین در سبک زندگی تجاری، استفاده از موبایل تأثیر بسیار زیادی بر رضایت از زندگی دارد. در واکاوی آثار مربوط به رابطه بین سبک زندگی و رضایت شغلی نیز متغیرها و مؤلفه‌های سبک زندگی، بیشتر بر تأثیرگذاری بر رضایت زناشویی و رضایت از زندگی پرداخته شده بود و فقط در یک تحقیق، بررسی بر روی رابطه بین این دو متغیر؛ یعنی سبک زندگی و رضایت شغلی در بین پرستاران شهر تهران انجام گرفته که آن هم در رشته مشاوره بوده؛ اما محقق توانست با برخی از نظریه‌های سبک زندگی، متغیرهای سبک زندگی و تعاریف متغیرهای کلیدی آشنا شود. بنابراین در بین این آثار نیز هیچ تحقیقی یافت نشد که به رابطه بین سبک زندگی و رضایت شغلی در بین کارکنان نیروی انتظامی و پلیس پرداخته شود؛ پس

1. Ling & all
2. Carolin Meisel

مقاله حاضر از این لحاظ از نوآوری خاص خود برخوردار است.

تعریف عملیاتی متغیرها و شاخص‌سازی: در این مرحله از تحقیق، متغیرها شاخص‌سازی می‌شوند. در واقع این مرحله، به ما کمک می‌کند که بتوانیم ابعاد مفاهیم را اندازه‌گیری کنیم. به عقیده کیوی و کامپنهود؛ شاخص‌ها، نشانه‌های عینی قابل شناسایی و قابل اندازه‌گیری ابعاد یک مفهوم هستند (کیوی و کامپنهود، ۱۳۹۰: ۱۱۴).

رضایت شغلی: رضایت شغلی در این تحقیق از ترکیب ۱۵ خرده‌مقیاس حاصل شده است. هر کدام از این مؤلفه‌ها و گویه‌ها از «الگوی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت» (EFQM) - که توسط علیزاده و همکاران (۱۳۸۹) استانداردسازی شده و مورد استفاده قرار گرفته - اقتباس شده‌اند. این مقیاس‌ها - در قالب طیف لیکرت - با پاسخ‌های مندرج ۷ گانه طراحی شده که دارای دامنه امتیاز حداقل ۱ و حداکثر ۷ و در سطح سنجش ترتیبی سنجیده شده است. این عوامل با توجه به مبانی نظری تحقیق و محتوای سؤال‌های قرار گرفته روی عوامل تحت عنوانین: ۱- توسعه ارتقای شغلی، ۲- ارتباطات سازمانی، ۳- توانمندسازی، ۴- ایجاد فرصت‌های یکسان در سازمان، ۵- مشارکت، ۶- رهبری، ۷- فرصت‌های یادگیری و دستیابی به اهداف، ۷- قدردانی، ۹- تبیین اهداف و ارزیابی‌ها، ۱۰- آموزش و توسعه منابع انسانی، ۱۱- تسهیلات و خدمات، ۱۲- حقوق و مزایا، ۱۴- ارتباط با همکاران، ۱۴- مدیریت تغییر و تحول، ۱۵- شرایط محیط کار نام‌گذاری شدند.

مصرف فرهنگی: برای عملیاتی کردن مفهوم مصرف فرهنگی - به عنوان متغیر مستقل - در این تحقیق، از الگوهای مصرف فرهنگی استفاده شد؛ زیرا غالباً کمتر از بقیه فعالیت‌ها، مستلزم هزینه کردن هستند و قدرت انتخاب افراد در این زمینه زیاد است. در این مقاله تمام الگوهای مصرف، به صورت ترتیبی و در مقیاس لیکرت سنجیده شده‌اند. در این تحقیق با توجه به تحقیقات پیشین (خواجه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۳؛ معدن‌دار، ۱۳۸۹؛ اگنیو و پیترسون، ۲۰۰۸؛ به نقل از کردی، ۱۳۹۱:

۳۲)، پنج سبک با توجه به جامعه آماری مورد نظر استخراج شده که در ادامه هر یک توضیح داده می‌شود.

۱- سبک مذهبی: مشخصه این گروه، پایبندی به اعتقادات مذهبی و مناسک دینی است. فعالیت‌های فرهنگی و فراغتی آن‌ها، مجاز و در چارچوب عرف و قوانین پذیرفته شده است که از ترکیب ۷ گویه ساخته شد.

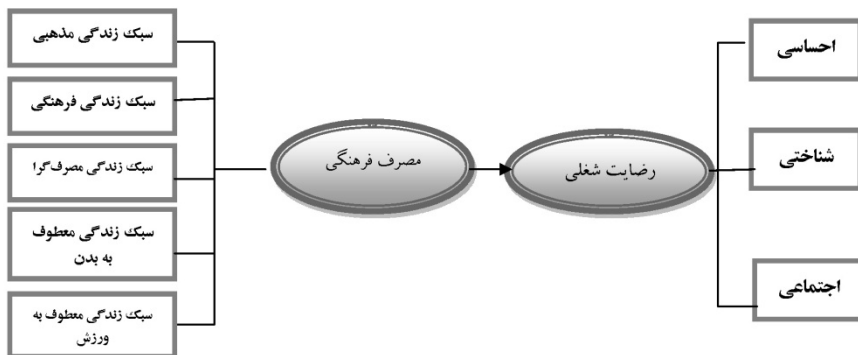
۲- سبک فرهنگی: این گروه عموماً جزء افراد روشنفکر هستند و بیشتر از کتاب و مطبوعات استفاده می‌کنند. فعالیت‌های فراغتی آن‌ها در حیطه هنر و ورزش است که از ترکیب ۸ گویه ساخته شد.

۳- سبک مصرف‌گرا: این گروه بیشتر به کیفیت لباس و آراستگی بدن توجه دارند که از ترکیب ۱۰ گویه ساخته شد.

۴- سبک معطوف به بدن: در این گروه به انواع استفاده از کِرِم‌ها و استفاده از روش‌های تناسب اندام اهمیت داده می‌شود که از ترکیب ۵ گویه ساخته شد.

۵- سبک معطوف به ورزش: این گروه از طریق انواع روش‌های موجود (ورزش، رژیم غذایی و ...) به کنترل وزن خود می‌پردازند که از ترکیب ۴ گویه ساخته شد.

الگوی مفهومی تحقیق



فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی:

بین مصرف فرهنگی و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

- ۱- بین سبک زندگی مذهبی و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین سبک زندگی فرهنگی و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین سبک زندگی مصرف‌گرا و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- بین سبک زندگی معطوف به بدن رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین سبک زندگی معطوف به ورزش و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر، روش پیمایشی است. هدف تحقیق، کاربردی است. واحد تحلیل، فرد و سطح تحلیل، خرد است. جامعه آماری این تحقیق، شامل مدیران و کارکنان نیروی انتظامی - که در سال ۱۳۹۴ در شهر تهران مشغول به کار بوده‌اند - است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۴۰۰ نفر تعیین شده و شیوه نمونه‌گیری نیز به صورت چندمرحله‌ای طبقه‌ای غیرمتناسب بوده است. برای جمع‌آوری اطلاعات، از ابزار پرسشنامه استفاده شد. به منظور تعیین اعتبار ابزار تحقیق، از روش اعتبار صوری و مشاوره اساتید، صاحب‌نظران و مدیران انتظامی که در این زمینه آگاهی داشتند، استفاده شد. به منظور سنجش روایی، از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آلفای کرونباخ برای رضایت شغلی ۰/۹۲ و برای مصرف فرهنگی ۰/۸۵ به دست آمد که در سطح قابل قبول و مناسبی است. جدول (۱) نتایج تحلیل روایی متغیر وابسته و متغیر مستقل را نشان می‌دهد.

جدول ۱: نتایج تحلیل روایی متغیرهای اصلی تحقیق

ردیف	متغیر	تعداد گویه‌ها	ضریب روایی
۱	رضایت شغلی (کلی)	۳۵	۰/۹۲۸
۲	مصرف فرهنگی	۳۴	۰/۸۵۱

به منظور تشخیص مصارف فرهنگی، از روش تحلیل عامل استفاده شد. بر اساس اطلاعات مندرج در جدول (۲)، می‌توان ادعا کرد 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 سؤال‌های مندرج در هر عامل، از همبستگی ریشه‌ای بالایی برخوردار است. از طرف دیگر، با توجه به میزان واریانس جمعی، به نظر می‌رسد که تقلیل گویه‌ها به ۵ عامل، مناسب است. با توجه به گویه‌های قرار گرفته در هر عامل، سبک‌های استخراج شده نام‌گذاری و جمعیت نمونه در سبک‌های مصرف‌گرا، بدن‌گرا، ورزشی، فرهنگی، مذهبی توزیع شدند.

جدول ۲: ضریب KMO و آزمون بارتلت مصرف فرهنگی

معیار	مصرف فرهنگی	فعالیت‌های فراغتی
ضریب KMO	۰/۸۲۳	۰/۷۹۳
ضریب آزمون بارتلت	۵/۱۹۳	۱/۶۵۱
درجه آزادی	۶۳۰	۱۲۰
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
درجه واریانس جمعی دوران یافته	۶۲/۶۰	۶۱/۶۰۲
تعداد عامل‌ها	۵	۳

یافته‌های تحقیق

الف) یافته‌های توصیفی

توصیف رضایت شغلی

برای به دست آوردن رضایت شغلی؛ رضایت شغلی در بُعد احساسی، شناختی و اجتماعی کارکنان را ترکیب کرده و سپس در جداول و نمودارهای زیر، وضعیت آماره‌های توصیفی مشخص شده است. برای توصیف فراوانی این متغیر در بین پاسخگویان، نمره‌ها به سه دسته زیر تقسیم می‌شوند:

جدول ۳: توزیع آماری رضایت شغلی در بین پاسخگویان

نمرات	رضایت شغلی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی معتبر	فراوانی جمعی
۹/۵۱ تا ۴/۹۳	پایین	۱۴۸	٪۳۷	۳۷/۲	۳۷/۲
۱۴/۰۹ تا ۹/۵۱	متوسط	۱۹۶	٪۴۹	۴۹/۲	۸۶/۴
۱۸/۶۸ تا ۱۴/۰۹	بالا	۵۴	۱۳/۵	۱۳/۶	۱۰۰
	جمع کل	۴۰۰	۱۰۰	۱۰۰	-

همان طور که در جدول (۱) مشاهده می شود؛ بیشترین درصد فراوانی در دسته متوسط (۴۹/۲ درصد) و ۳۷/۲ درصد پاسخ گویان رضایت شغلی پایین دارند. با مشاهده آماره های توصیفی، شامل شاخص های مرکزی، پراکندگی و وضعی در جدول زیر، اطلاعات دقیق تری درباره این متغیر مشخص می شود.

جدول ۴: توزیع آماره های رضایت شغلی پاسخگویان

شاخص های رضایت شغلی						
آماره	عدد	آماره	عدد	آماره	عدد	آماره
میانگین	۱۰/۸۳	میان	۱۰/۶۰	نما (مد)	۹/۷۷	عدد
حداقل	۴/۹۳	حداکثر	۱۸/۶۸	دامنه تغییرات	۱۳/۷۵	عدد
خطای انحراف معیار	۰/۱۴۳	واریانس	۸/۲۴	انحراف معیار	۲/۸۷	عدد
چولگی	۰/۴۰۲	کشیدگی	-۰/۳۵۸			
صدکها	۱۰	صدکها	۵۰	بازه نمرات نمونه	۴/۹۳-۱۸/۶۸	
	۷/۱۵		۱۲/۳۹			
	۲۵		۷۵			
	۸/۶۸					

همان طور که جدول (۴) نشان می دهد؛ مقدار میانگین برای رضایت شغلی کارکنان برابر با ۱۰/۸۳ در بازه ۴/۹۳-۱۸/۶۸ است؛ به این معنی که متوسط نمرات نمونه در این شاخص در دسته سوم (رضایت شغلی متوسط به بالا) قرار گرفته است. استاندارد از میانگین (۰/۱۴۳) مقدار انحراف نمره ها را نشان می دهد. مقدار میان (۱۰/۶۰) نشان می دهد که نمره رضایت شغلی ۵۰ درصد از نمونه، کمتر از ۱۰ و نمره ۵۰ درصد، بیش از ۱۰ است. کمی دقت در معنای این شاخص، نشان می دهد که نیمی از کارکنان نیروی انتظامی در شهر تهران، رضایت شغلی متوسط رو به بالا دارند. نما برابر با ۹/۷۷ است؛ یعنی بیشترین فراوانی در نمره ۱۰ مشاهده شده است که نزدیک به میانگین است. ضریب چولگی (۰/۴۰۲)، نشان می دهد که چولگی مثبت، به راست و متوسط به بالا است؛ به این معنی که بیشتر کارکنان، نمره رضایت شغلی در حد متوسط رو به بالا دارند. ضریب کشیدگی (-۰/۳۵۸) نیز نشان می دهد که کشیدگی منفی است؛ یعنی کارکنان نمونه، از لحاظ نمره رضایت شغلی، تشابه کمی با هم دارند و تا حدی پراکندگی بین نمرات وجود دارد. توزیع صدکها نیز حائز اهمیت است. حدود یک چهارم نمونه، در حد پایینی از رضایت شغلی قرار دارند؛ نیمی از نمونه، در حد متوسط رو به بالا و ۲۵ درصد نمونه، نمرات بالای ۱۲/۳۹ دارند که

نشان‌گر رضایت بالا شغلی است.

توصیف مصرف فرهنگی

جدول (۳) نیز مقدار میانگین و انحراف استاندارد را در مؤلفه‌های مختلف مصرف فرهنگی نشان می‌دهد. بازه نمرات هر یک از این مؤلفه‌ها، بین ۱ تا ۵ است.

جدول ۵: توزیع آماره‌های مربوط به شاخص‌های مصرف فرهنگی

مؤلفه‌ها	تعداد گویه	میانگین	انحراف استاندارد
سبک مذهبی	۷	۳/۶۹	۰/۰۳۴
سبک فرهنگی	۸	۲/۴۸	۰/۰۳۹
سبک مصرف‌گرا	۱۰	۳/۵۴	۰/۰۲۴
سبک معطوف به بدن	۵	۳/۱۲	۰/۰۳۴
سبک ورزشی	۴	۳	۰/۰۳۵

با توجه به مقادیر موجود در جدول بالا، بیشترین میانگین، متعلق به متغیر سبک مذهبی با مقدار ۳/۶۹ است؛ به این معنا که از بین انواع مصرف فرهنگی در بین کارکنان، سبک مذهبی که شامل شرکت در مراسم مذهبی، نماز جماعت، خواندن کتب مذهبی، حضور در مکان‌های مذهبی، تماشای برنامه‌های مذهبی و پایبندی به امور مذهبی می‌شود؛ نسبت به سایر سبک‌ها بیشتر است و هم‌چنین کمترین میانگین، متعلق به سبک فرهنگی با میانگین ۲/۴۸ است. کمی دقت در معنای این شاخص، نشان می‌دهد که شرکت در گردهمایی‌هایی مثل انجمن‌ها، بازدید از موزه و آثار هنری، رفتن به تئاتر و سینما، شرکت در فعالیت‌های هنری و کلاس‌های ورزشی و رفتن به مسافرت، نسبت به سایر سبک‌ها کمتر است.

ب) یافته‌های استنباطی

آزمون فرضیه‌های پژوهش

در این بخش، به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخته می‌شود. از آنجایی که سطح سنجش متغیرهای مورد بررسی، فاصله‌ای است؛ در آزمون رابطه متغیر مصرف فرهنگی و ابعاد آن با رضایت شغلی، از آزمون همبستگی پیرسون (در جایی که توزیع هر دو متغیر نرمال بود) و اسپیرمن (توزیع حداقل یکی از متغیرهای کمی غیرنرمال بود) استفاده شد که نتایج آن در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها

شماره	فرضیه‌ها	میزان همبستگی	سطح معناداری	نتایج
۱	بین مصرف فرهنگی و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد	۰/۲۵۴	۰/۰۰۰	تأیید H1
۲	بین سبک مذهبی و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد	۰/۳۰۲	۰/۰۰۰	تأیید H1
۳	بین سبک فرهنگی و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۳۲۳	۰/۰۰۰	تأیید H1
۴	بین سبک مصرف‌گرا و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.	-۰/۰۶۸	۰/۱۷۲	تأیید H0
۵	بین سبک معطوف به بدن و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد	۰/۰۵۸	۰/۲۴۸	تأیید H0
۶	بین سبک معطوف به ورزش و رضایت شغلی، رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۱۶۰	۰/۰۰۱	تأیید H1

در خصوص فرضیه یک؛ نتایج جدول حاکی از آن است که بین مصرف فرهنگی و رضایت شغلی آنان، رابطه معناداری ($\text{sig}=0/000$) وجود دارد و این رابطه یک رابطه مثبت و ضعیف ($0/۲۵۴$) است؛ به عبارتی دیگر، هر چه مصرف فرهنگی در بین کارکنان بالاتر باشد؛ میزان رضایت شغلی در بین آنان بیشتر است و متقابلاً هر چه این مصرف در بین کارکنان پایین‌تر باشد؛ میزان رضایت شغلی در بین آنان کمتر است.

در خصوص فرضیه دو؛ نتایج جدول حاکی از آن است که بین سبک مذهبی کارکنان و رضایت شغلی آنان، رابطه معناداری ($\text{sig}=0/000$) وجود دارد و ضریب همبستگی این دو متغیر، مثبت و مستقیم ($0/۳۰۲$) است؛ یعنی کارکنانی که از سبک مذهبی‌تری برخوردارند، میزان رضایت شغلی در بین آنان بالاتر است و متقابلاً هر چه سبک مذهبی در بین کارکنان ضعیف‌تر باشد؛ میزان رضایت شغلی در بین آنان کمتر است.

در خصوص فرضیه سه؛ نتایج جدول حاکی از آن است که بین سبک فرهنگی کارکنان و رضایت شغلی آنان، رابطه معناداری ($\text{sig}=0/000$) وجود دارد و ضریب همبستگی این دو متغیر، مثبت و مستقیم ($0/۳۲۳$) است؛ بدین معنی که هر چه سبک فرهنگی در بین کارکنان بالاتر باشد؛ میزان رضایت شغلی در بین آنان بیشتر است و متقابلاً هر چه سبک فرهنگی در بین کارکنان پایین‌تر باشد؛ میزان رضایت شغلی در بین آنان کمتر است.

در خصوص فرضیه چهار و پنج؛ نتایج جدول حاکی از آن است که بین سبک مصرف‌گرا و معطوف به بدن و رضایت شغلی آنان، رابطه معناداری (۰/۲۴۸ و sig=0/172) وجود ندارد و سطح معناداری به دست آمده بیشتر از ۰/۰۵ بود.

در خصوص فرضیه شش؛ نتایج جدول حاکی از آن است که بین سبک ورزشی کارکنان و رضایت شغلی آنان، رابطه معناداری (sig=0/001) وجود دارد و ضریب همبستگی این دو متغیر، مثبت و مستقیم (۰/160) است؛ بدین معنی که هر چه سبک معطوف به ورزش در بین کارکنان بالاتر باشد؛ میزان رضایت شغلی در بین آنان بیشتر است و متقابلاً هر چه این نوع سبک در بین کارکنان پایین‌تر باشد؛ میزان رضایت شغلی در بین آنان کمتر است.

بر اساس تحلیل رگرسیونی انجام شده، مؤلفه‌های متغیرهای مستقل (سبک زندگی مذهبی، فرهنگی، مصرف‌گرا، معطوف به بدن) با متغیر رضایت شغلی ارتباط معناداری دارند که در این بین، به ترتیب متغیر سبک مذهبی با ضریب $B=0/266$ ، سبک مصرف‌گرا $B=-0/216$ ، سبک فرهنگی $B=0/191$ و سبک زندگی معطوف به بدن $B=-0/114$ تغییرات رضایت شغلی را تبیین می‌کنند. ضریب تعیین $0/258$ است که نشان می‌دهد ۲۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته (رضایت شغلی) را این متغیرهای مستقل توضیح می‌دهند. از میان همه متغیرهای مستقل تعریف شده در این رابطه، نقش متغیر سبک مذهبی اساسی‌تر از سایر متغیرها است؛ به عبارت دیگر، سبک مذهبی، بیش از سایر متغیرها، تأمین‌کننده رضایت افراد از شغل است. قابل ذکر است که در معادله رگرسیونی انجام شده با ابعاد متغیرهای مستقل، اندازه R^2 یا ضریب تعیین متغیر رضایت شغلی، به ۵۱ درصد رسید.

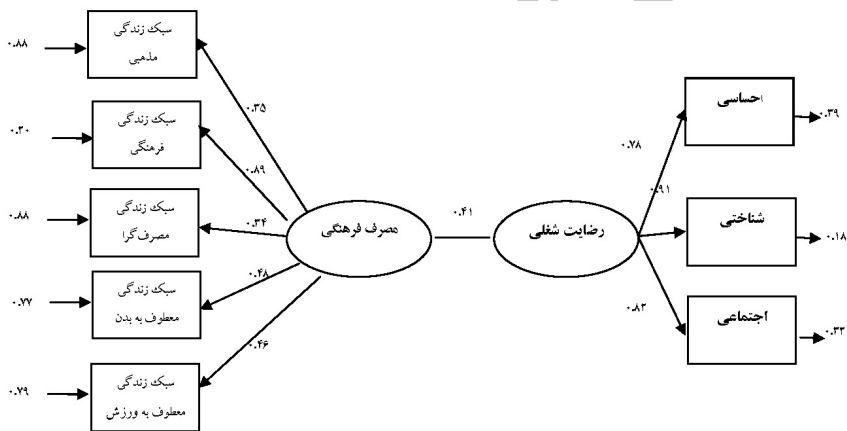
جدول ۵: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون برای متغیر رضایت شغلی

متغیر سبک زندگی	مذهبی	فرهنگی	مصرف‌گرا	معطوف به بدن	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
الگوی رگرسیونی	۰/۰۰۰	۰/۱۹۱	-۰/۲۱۶	-۰/۱۱۴	۰/۲۵۸	۰/۲۴۳

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

آزمون نیکویی برازش

به منظور بررسی نیکویی برازش الگوی تحلیلی این تحقیق، از نرم افزار آماری لیزرل استفاده شده است. اندازه شاخص های نیکویی برازش، تطابق الگوی نظری و تجربی را بر اساس داده های این تحقیق، مورد تأیید قرار دادند. شاخص CFI، یک الگوی مستقل که در آن هیچ ارتباطی بین متغیرها وجود ندارد را با الگوی پیشنهادی مقایسه می کند. در این الگو، این شاخص برابر ۰/۹۴ است که نشان دهنده ارتباط خوب متغیرها در این الگو است. آماره جذر برآورد واریانس تای تقریبی (RMSEA) که برای الگوهای خوب کمتر و یا برابر ۰/۰۵ می باشد؛ در این الگو ۰/۰۹ است که نشان دهنده نیکویی برازش الگوی پیشنهادی و تطابق آن با الگوی تجربی است.



Chi-square=195/58 df=41 p-value=0/000 RMSEA=0/097

نمودار ۱: الگوی معادله های ساختاری (لیزرل) بین سبک زندگی و رضایت شغلی

بحث و نتیجه گیری

همان طور که در این مقاله بیان شد؛ مصرف فرهنگی در حکم مفهومی اجتماعی- فرهنگی است که ارتباط نزدیک و پیچیده ای با مفاهیمی چون فرهنگ، تغییرات اجتماعی، مدرنیته و ... دارد؛ اما یکی از مفاهیمی که ضمن ارتباط تنگاتنگ با مصرف فرهنگی، تأثیر به سزایی از آن می پذیرد؛ مفهوم «رضایت شغلی» است.

از این رو مطالعه حاضر، رابطه مصرف فرهنگی - به عنوان یکی از جنبه‌های مهم تحقق سبک زندگی - با رضایت شغلی را در بین کارکنان نیروی انتظامی در شهر تهران مورد بررسی قرار داد. نتایج بررسی تحلیل توصیفی، نشان داد که میزان رضایت شغلی کارکنان نمونه در شهر تهران، متوسط رو بالا است؛ این نتیجه با تحقیق سایرین در این زمینه، مطابقت دارد. به عنوان مثال، علیزاده (۱۳۸۹) نیز در تحقیقی که در ناجا انجام داده است؛ رضایت کارکنان را بیش از متوسط، ارزیابی کرده است.

همچنین از بین مؤلفه‌های پنج‌گانه، «مصرف فرهنگی» بیشترین میانگین متعلق به متغیر سبک مذهبی با مقدار ۳/۶۹ است؛ به این معنا که از بین انواع مصارف فرهنگی در بین کارکنان، سبک مذهبی که شامل شرکت در مراسم مذهبی، نماز جماعت، خواندن کتب مذهبی، حضور در مکان‌های مذهبی، تماشای برنامه‌های مذهبی و پایبندی به امور مذهبی می‌شود؛ نسبت به سایر سبک‌ها، تأثیر بیشتری بر روی رضایت شغلی کارکنان دارد؛ بنابراین از آنجایی که جامعه ایرانی (حتی کارکنان) هم پایبند به سنت‌ها و موازین دینی (به خصوص در ابعاد اعتقادی و عاطفی) هستند و هم در معرض مدرنیته بوده و از طریق دانشگاه، اینترنت، سفر، تبلیغات گسترده و دانش امروزی، با خصوصیات به خصوص مادی و مصرف تظاهری مدرنیته آشنا می‌شوند؛ بنابراین، دائماً در حال تعارض و گذر از این مرحله‌اند و توجه به این نوع سبک زندگی (مذهبی و اعتقادی)، باعث بالا رفتن میزان رضایت شغلی در بین کارکنان می‌شود. بر اساس نتایج آزمون همبستگی صورت گرفته؛ از میان متغیرهای مستقل تحقیق، ارتباط سبک زندگی مذهبی، فرهنگی و ورزشی - به عنوان مؤلفه‌های مصرف فرهنگی - با متغیر رضایت شغلی کارکنان رابطه مثبت و مستقیمی است.

مصرف فرهنگی افراد نمونه - با استفاده از تحلیل عاملی - در پنج نوع سبک مصرف‌گرا، سبک بدن‌گرا، سبک ورزشی، سبک فرهنگی، سبک مذهبی خلاصه شد. در این رابطه نیز می‌توان گفت که این کارکنان با ظهور سبک‌های جدید زندگی، در زمینه‌های مختلف از جمله در حوزه مذهبی و اعتقادی، ورزش، هنر، مدیریت بدن و... در آن‌ها مشارکت کرده و زندگی و رضایت خود را بر پایه آن‌ها تفسیر و تعریف می‌کنند. همچنین روابط بین متغیرهای مصرف فرهنگی با رضایت شغلی، با استفاده از تکنیک

آماري رگرسيون چند متغيري نيز مورد بررسي قرار گرفت و نتايج به دست آمده نشان داد که از میان متغيرهای موجود در معادله، به ترتيب چهار متغير سبک‌های مذهبي، فرهنگي، مصرف‌گرا و بدن‌گرا توانستند در معادله باقی‌مانده و روی هم نزدیک به ۰/۲۴ درصد از تغييرات متغير رضایت شغلي را در میان نمونه مورد مطالعه از کارکنان تبیین کنند. از میان این عوامل، سهم متغير سبک مذهبي بر رضایت شغلي قابل توجه بوده و میزان همبستگی آن با رضایت شغلي، بیش از سایر متغيرهاست. همچنین در معادله رگرسيون، بالاترين ضريب استاندارد شده، مربوط به این متغير (مذهبي) است. تحقیقات متعدد و از جمله (کوچر، ۲۰۰۵ و پارکر، ۲۰۰۴)، نشان از تعیین‌کنندگی متغير مصرف به عنوان یکی از مؤلفه‌های مصرف فرهنگي بر رضایت از آن دارد.

نتايج این تحقيق، در موافقت با صاحب‌نظرانی همچون وبلن (۱۳۸۵)، بوردیو (۱۹۸۴)، کارهام (۲۰۱۰) و لینگ (۲۰۰۹) است که بیان می‌دارند: تغيير رضایت شغلي از تعیین‌کنندگی موقعیت اجتماعی افراد به حوزه مصرف و سبک زندگی، فضايی را برای دگرگونی آگاهی فردی و رضایت، ایجاد کرده است. از این منظر، سبک زندگی، گزینه‌ای است که شیوه زندگی دلبخواه را در شرایط مکانی و زمانی ویژه، به نمایش می‌گذارد و در واقع نشان‌دهنده رضایت شغلي از طریق امکان بهترین انتخاب است. فرهنگ مصرفی با تکثیر و تزاید تصاویر و منابعی که به افراد عرضه می‌دارد؛ کثرت ذوق و سلیقه و قریحه‌های فرهنگي را امکان‌پذیر ساخته و به افراد باوجود همه محدودیت‌ها، توانائی تصمیم‌گیری و گزینش را القا می‌کند. وسعت دامنه و تنوع رو به افزایش مصرف فرهنگي؛ امکان فعالیت و مشارکت انجمنی و احساس رضایت بر شغل را افزایش داده که نتیجه آن، احساس پویایی و نشاط در محیط کار در شرایط پرتنش کنونی است.

پیشنهادها

- با توجه به رابطه معنادار، بین سبک مذهبي و رضایت شغلي؛ پیشنهاد می‌شود که سازمان عقیدتی- سیاسی، ضمن تقویت دین‌داری کارکنان که عامل مؤثري در افزایش رضایت شغلي به شمار می‌آید؛ زمینه کنترل سبک زندگی به خصوص در

زمینه ارتقای سطح کیفی رضایت را برای آنان فراهم کرد. البته لازم به ذکر است که در تقویت دین‌داری، باید به بُعد اعتقادی و عملی (رفتاری) دین‌داری تأکید شود.

- با توجه به تأیید رابطه سبک فرهنگی و رضایت شغلی؛ برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران، می‌توانند با استفاده از نتایج به دست آمده، برنامه و سیاست‌هایی از جمله فراهم کردن برنامه‌های آموزشی، فرهنگی، تفریحی- ورزشی، فعالیت‌های هنری از جمله گذاشتن کلاس‌های ورزشی گوناگون، بازدید از موزه‌ها و آثار هنری، رفتن به تئاتر و ... توسط معاونت نیروی انسانی ناجا، معاونت آموزش ناجا، معاونت اجتماعی ناجا را در جهت ارتقای رضایت شغلی ارائه کنند.

- تأکید بیشتر بر حضور گروه‌های مرجع، شامل علما و روحانیون، شخصیت‌های دانشگاهی، لشکری و کشوری، هنرمندان و متخصصان علمی در بحث سبک زندگی و پخش دیدگاه‌های آنان در این مورد، با توجه به الگو بودن بسیاری از آنان برای کارکنان جهت ارتقای رضایت شغلی، در قالب برنامه‌های فرهنگی و هنری از طریق معاونت آموزش و اجتماعی ناجا.

- با توجه به آنکه بنیادی‌ترین روش برای بالا بردن رضایت شغلی کارکنان، گسترش سبک مذهبی و شناخت معارف الهی و باورهای مذهبی است؛ مسئولان و معاونان از طریق برنامه‌ریزی جهت تقویت باورهای دینی کارکنان و شناخت بیشتر نوع سبک مذهبی آنان- به خصوص در بدو استخدام- زمینه لازم را برای ارتقای رضایت شغلی آنان فراهم کنند.

- از آنجایی که عناصر سبک مصرفی (خریده‌های با کیفیت بالا، مد روز بودن، ارزان بودن، خارجی بودن، تک بودن و مارک بودن)، رابطه تنگاتنگی با رضایت شغلی کارکنان- با توجه به یافته‌های تحقیق- دارد؛ پس مهم‌ترین راهبرد به‌منظور بالا بردن رضایت شغلی، بالا بردن قدرت خرید از جمله پوشاک (لباس، کیف و کفش و...) مسکن و ... از طریق افزایش حقوق و مزایای آنان است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود که با اتخاذ برنامه‌ها و تدابیری در این زمینه، در جهت ارتقای قدرت خرید کارکنان و خانواده‌های آنان، زمینه افزایش رضایت آنان را فراهم کنند.

- با توجه به رابطه معنادار، بین سبک زندگی معطوف به بدن (کنترل وزن از طریق

ورزش، رژیم غذایی و ... و رضایت شغلی، پیشنهاد می‌شود که معاونت آموزش ناجا و معاونت بهداشت، آموزش و درمان، ضمن تقویت وضعیت جسمانی کارکنان - از جمله فراهم کردن برنامه‌ها و فعالیت‌های ورزشی و آزمایش‌های سلامتی آنان - که عامل مؤثری در افزایش رضایت شغلی به شمار می‌آید؛ زمینه کنترل سبک زندگی، به خصوص در زمینه ارتقای سطح کیفی رضایت را برای آنان فراهم کنند.

- به نظر می‌رسد؛ تأکید بر عناصر اجتماعی و فرهنگی کارکنان و هنجارسازی آن‌ها، انجام تحقیقات کاربردی هر چه بیشتر جهت شناسایی دقیق سبک زندگی و مؤلفه‌های این سبک در بین کارکنان و پر کردن اوقات فراغت آنان با منابع فرهنگی و اجتماعی نیز دارای اهمیت به سزایی باشد.

منابع

- ابادری، یوسف و حسن چوشیان (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، ۲۸-۳.
- اسمی، رضا (۱۳۸۳)، بررسی میزان رضایت مردم تهران از زندگی. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما، شماره ۴۳.
- آقای، وحیده (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین سبک زندگی و عمل به باورهای دینی با رضایت زناشویی در دبیران زن متأهل جوان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- الوانی، مرتضی (۱۳۹۲)، بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر رضایتمندی شغلی (مطالعه موردی: کارکنان ناجا شهر تهران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- امتحان، حبیب‌الله (۱۳۹۲)، شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی کارکنان مرکز آموزشی درجه‌داری ناجا، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده فرماندهی و ستاد، تهران: دانشگاه علوم انتظامی.
- امیر تاش، خدیجه و دامدا باجا قرآنی (۱۳۸۲)، رابطه بین حمایت اجتماعی و

- رضایت از شغلی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲۶، ۸۰-۵۳.
- بنت، اندی (۱۳۸۶)، فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، چاپ اول، تهران: نشر اختران.
- تامین، ملوین (۱۳۸۳)، جامعه‌شناسی قشربندی و نابرابری‌های اجتماعی نظری و کاربردی، ترجمه عبدالحسین نیک گوهر، چاپ اول، تهران: نشر توتیا.
- توسلی، غلام عباس (۱۳۸۵)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، چاپ دهم، تهران: انتشارات سمت.
- حسن‌زاده طباطبایی، مریم (۱۳۸۹)، بررسی رابطه سبک زندگی با رضایت شغلی در پرستاران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- شولتز، دوان و آلن سیدنی (۱۳۷۸)، نظریه‌های شخصیت، ترجمه یحیی سید محمدی، تهران: انتشارات هما.
- رایبیز استیفن (۱۳۷۴)، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیلو و محمد اعرابی، جلد دوم، تهران: موسسه مطالعات و پژوهش بازرگانی.
- رضایی، محسن و محمد دلال خراسانی (۱۳۹۱)، تبیین عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر رضایت شغلی شهروندان، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲۷، ۱۹۸-۲۲۵.
- علیزاده، ابراهیم (۱۳۸۸)، شاخص‌های خشنودی شغلی کارکنان ناجا و استانداردسازی ابزار اندازه‌گیری، طرح پژوهشی، مرکز تحقیقات کاربردی معاونت طرح و برنامه و بودجه ناجا.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- فتحی آشتیانی، علی و غلام جعفری (۱۳۹۰)، مقایسه سبک زندگی، کیفیت زندگی و سلامت روان کارکنان دو دانشگاه با وابستگی نظامی و غیرنظامی، مجله طب انتظامی، سال اول، شماره سوم.
- کریستنسن، لئون و الیوت ارونسون (۱۳۹۱)، پیدایش و کاهش ناهماهنگی در بافت‌های اجتماعی، ترجمه پرویز سرنودی، دانشگاه تبریز.

- کمالی، علی (۱۳۸۹)، *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی نابرابری‌های اجتماعی*، تهران: انتشارات سمت.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: چاپ دوم، نشر نی.
- مازلو، آبراهام (۱۳۷۶)، *انگیزش و شخصیت*، ترجمه رضوانی، مشهد: انتشارات قدس.
- مرآئی، سیده عقیله (۱۳۸۹)، *رابطه بین سبک زندگی و نگرش هویت جنسی در بین نسل مادران و دختران: مجموعه مقالات سمینار الگوهای سبک زندگی ایرانیان*، چاپ اول، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- مصطفایی، فاطمه و رسول روشن (۱۳۸۹)، *بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیت و رضایت شغلی در افسران پلیس راهور تهران بزرگ*، *فصلنامه دانش انتظامی*، سال یازدهم، شماره چهارم، اسفند ۱۳۸۹.
- موسمی، احمد (۱۳۹۱)، *رابطه سبک زندگی مردان با رضایت همسران آنها در شهر مشهد در سال ۱۳۹۱*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- ویر، ماکس (۱۳۸۴ الف)، *اقتصاد و جامعه*، ترجمه عباس منوچهری، مهرداد ترابی نژاد و مصطفی عمادزاده، تهران: انتشارات سمت.
- وبلن، 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(2002) **Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste**, Translated by Richard Nice, Routled & Keagan Paul.
- Brulde,B.(2006),"happiness theories of the good life", journal of happiness studies,no.3.
- Diemeros,E.D. and Suh (20013), **measuring qualiity of life**, social indicators research,no.32.
- Cockerham,William C. and Rutten, (2005),"Alfred and Abel. Thomas **Conceptualizing Contemporary Health Lifestyles: Moving Beyond Weber**. The Sociological Quarterly. www.proquest.com.
- Chaney, David.(2012)," **life styles**". London: Routledge.

- Diener,E., Suh E (1997), **measuring quality of life: Economic, social, and subjective indicators**, social indicators research, vol.40, no ½, 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.
- hardman, J. K. (20014)."A Structural Model Depicting Sales people's Job Stress, "Journal of the Academy of Marketing Science, 22 (winter), and 74-85.
- Jackson, S. E., & Randal. S. S. (۲۰۱۰)."AMeta-Analysis and Conceptual Critique of Research on Role Ambiguity and Role Conflict in Work Settings,"Organizational Behavior andHuman Decision Processes, 36 (August), 16-78.
- Khasta N, Fenton, S, (2008),”what make young adults happy? employment and non work as determinants of life satisfaction”, sociology, vol.43, no 1, 11-26.
- Kochher W. (2005). Health and Productivy Management in Europe, InternationalJournal of Workplace Health Management; 1 (2):136-44.
- 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, (2006),” the four quality of life, ordering concepts and measures of good life’ ,journal of happiness studies, vol.1, 1-39.
- Yang, M, (2000), <http://mumford.albany.edu/chinanet/conferences/yuan.doc>.