

سبک زندگی جوانان:

بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی و مؤلفه‌های

آن در بین دختران و پسران شهر بابلسر

قربانعلی ابراهیمی¹

عباس بهنوئی گدنه²

دریافت 1388/2/20 تأیید 1388/8/25

چکیده

سبک زندگی، از جمله موضوعاتی است که در دهه‌های اخیر مورد توجه صاحب‌نظران و نظریه‌پردازان علوم انسانی و اجتماعی قرار گرفته است. زیرا توجه به این مسأله، برخاسته از تحولات اجتماعی و فرهنگی عمیقی است که؛ سهم زنان و مردان را در عرصه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جهان مدرن نمایان کرده است. با توجه به اهمیت هرچه بیشتر نقش اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... دختران و پسران جوان در ساختن و بازآفرینی الگوها و رفتارهای مصرفی (سبک زندگی) جوان‌پسند، تأکید ما در این مقاله، معطوف به جوانان است. مطالعه حاضر، درصدد بررسی سبک زندگی جوانان برحسب جنسیت، منزلت، سن و غیره است؛ از این‌رو، برای بررسی موضوع مذکور، تعداد 380 نفر از جوانان دختر و پسر بین 15 – 25 سال شهر بابلسر، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. نتایج تحقیق نشان داد که؛ گرایش جوانان دختر و پسر به رفتارهای مصرفی فرهنگ مدرن، بیش از گرایش آنان به رفتارهای مصرفی فرهنگ سنتی است؛ از سوی دیگر، نتایج تحقیق حاکی از آن است که رفتارهای مصرفی (مؤلفه‌های سبک زندگی) در بین دختران و پسران، در بُعد مصرف فرهنگی، فعالیت‌های زمان فراغت و مدیریت بدن، متفاوت است. همچنین، بین سبک زندگی دختران و پسران جوان نیز تفاوت معناداری دیده می‌شود.

واژگان کلیدی: جنسیت، سبک زندگی، جوانان، سرمایه فرهنگی، پایگاه

اقتصادی – اجتماعی.

1-استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران ghorbanaliebrahimi@gmail.com

2-کارشناس ارشد جامعه‌شناسی از دانشگاه مازندران abbas.behnoei@gmail.com

بیان مساله

سبک زندگی، از جمله مکانیسم‌های تمایز بخش در جامعه امروز بوده که سبب توجه دانشمندان علوم اجتماعی شده است. اهمیت معنای سبک زندگی و نوع آن بین افراد، موجب توجه مضاعف نسبت به انتخاب سبک زندگی براساس ذوق و سلیقه شخصی افراد می‌شود. بعلاوه در دنیای مدرن، سبک‌های زندگی متفاوتی وجود دارد که، سهم هر یک از افراد را در مناسبات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... برای رسیدن به اهداف مورد نظر آنان، مشخص می‌کند. از این‌رو، همه افراد جامعه تلاش می‌کنند که سبکی از زندگی داشته باشند؛ تا در برخورداری از منافع فردی و جمعی در مبادلات اجتماعی عقب نمانند، زیرا کم و کیف سبک زندگی، میزان و نحوه تعاملات اجتماعی و نوع معانی کنشی که رد و بدل می‌شود، از اهمیت زیادی در بین زنان و مردان، به ویژه جوانان جامعه برخوردار است. با مشاهده وضعیت موجود در جوامع مختلف به ویژه ایران، در می‌یابیم تفاوت‌های برجسته‌ای به لحاظ نوع سبک زندگی، بین زنان و مردان وجود دارد. بر این اساس، زنان و مردان، با توجه به ذوق و سلیقه شخصی خود، نمی‌وانند از سهم یکسانی در داشتن نوع سبک زندگی برخوردار باشند. به گونه‌ای که با تأمل در این ناهمسانی‌ها، متوجه تفاوت‌های قابل توجهی در بین آنان خواهیم شد. مثلاً؛ تفاوت‌های جنسیتی که ناشی از عوامل اجتماعی، فرهنگی و ساختاری است؛ عموماً، نقش مهمی در مناسبات اجتماعی بین زنان و مردان در مسائل مختلف ایفا می‌کند، به طوری که این مسأله، اغلب در طول تاریخ اجتماعی جهان، منجر به جدایی جهان زیست زندگی روزمره مردان از زنان شده است.

تفکیک جنسیتی در حوزه‌های مختلف جامعه مثل خانواده، مدرسه، نظام شغلی و... همواره مطرح و مورد حمایت بسیاری از گروه‌های اجتماعی بوده است زیرا منافع بسیاری از این گروه‌های اجتماعی بطور مستقیم یا غیرمستقیم به این تمایز بخشی گره خورده است. لذا، همین مسأله تفکیک حوزه اجتماعی زنان از مردان، یعنی جدایی جنسیتی، سبب دامن زدن به بسیاری از مسائل مشهود در جهان معاصر شده است. از طرفی، تفکیک در حوزه‌های عمومی، فرصت و شانس زنان را جهت داشتن سبک‌های متنوع زندگی تا حد زیادی کاهش داده است، دیگر اینکه، نگرش‌های سنتی و قالب‌های فکری کلیشه‌ای نسبت به نقش زنان در زندگی روزمره، موجب شده که آنان از داشتن سبک‌های متنوع زندگی، هم‌طراز با مردان، محروم شوند. بررسی تفاوت در میزان نمره سبک زندگی و مؤلفه‌های آن (مصرف فرهنگی، اوقات فراغت، الگوی‌های خرید و...) در بین دختران و پسران، و همچنین میزان دخالت آنان در نحوه انتخاب

و تصمیم‌گیری مبتنی بر ذوق و سلیقه شخصی، از اهمیت خاصی برخوردار است. با توجه به اینکه نوعی تفکیک اجتماعی جدا از تفاوت‌های زیستی، همواره بین دختران و پسران وجود داشته و دارد، بررسی سبک زندگی و مؤلفه‌های آن در بین آنها سبب می‌شود که ما، ضمن آگاهی از نمره آنان در این سازه و مؤلفه‌ها، تفاوت‌های‌شان را نیز تبیین نماییم. از این رو، مقاله حاضر با مد نظر قرار دادن سبک زندگی جوانان، ضمن توجه به جنسیت و ویژگی‌های اجتماعی آنان، درصدد است که تفاوت‌های‌شان را براساس کسب میزان نمره در رابطه با مؤلفه‌های سبک زندگی و خود این سازه، مورد بررسی قرار دهد. در ضمن، آگاهی از این تفاوت‌ها، سبب تقویت نگاه واقع بینانه ما نسبت به مسائل جوانان می‌شود. گفتنی است که هدف اصلی این مقاله، بررسی سبک زندگی جوانان، برحسب جنسیت و دیگر مشخصه‌های اجتماعی آنان مانند منزلت اقتصادی - اجتماعی، سن و زبان است. واکاوی تفاوت‌های جنسیتی سبک زندگی جوانان؛ که هدف مطالعه حاضر است، جنبه‌های مختلفی دارد. اما آنچه در این مقاله دنبال می‌شود تحلیل مؤلفه‌های مصرف فرهنگی، فعالیت‌های اوقات فراغت، و الگوی خرید و مدیریت بدن دختران و پسران است. چنین هدفی، ما را به سمت این پرسش سوق می‌دهد که آیا در جامعه شهری بابلسر، سبک زندگی دختران و پسران متفاوت است یا خیر؟ بررسی این پرسش، نه تنها، رویکردهای فرهنگی را پیش‌روی ما قرار می‌دهد، بلکه سبب می‌شود برای تحلیل جامعه-شناختی فرهنگ جمعی جامعه ایران، در حوزه مسائل جوانان از آنها استفاده نماییم.

پیشینه تحقیق

تاکنون تحقیقات گسترده‌ای درباره جنسیت و ارتباط آن با دیگر مفاهیم و سازه‌های مرسوم در علوم اجتماعی و دیگر علوم انسانی صورت گرفته است، که حاکی از اهمیت مقوله جنسیت در مطالعات اجتماعی است.

آزادارمکی و کمالی (1383)، در تحقیقی با عنوان «اعتماد، اجتماع و جنسیت بررسی تطبیقی اعتماد متقابل در بین دو جنس»، به بررسی تأثیر متغیر جنس، و اثر انتزاعی آن بر اعتماد پرداخته‌اند. محققان در این تحقیق، با توجه به اهمیت زنان در عرصه اجتماع و حتی عامل محوری قلمداد کردن نقش زنان در توسعه کشور، به پیروی از شومپیتز، درصدد آن هستند که ضمن شناسایی ابعاد و سطوح اعتماد متقابل، به‌عنوان یکی از مباحث اصلی در موضوع اعتماد اجتماعی و بررسی عوامل مؤثر بر آن، تأثیر عامل جنسیت در آن را با سایر متغیرهای موردنظر، مقایسه و بررسی کنند. این مطالعه در سطح شهرهای بیست و هشت

استان کشور، و با حجم نمونه 8206 نفر، در سال 1381 انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان داده که؛ سطح اعتماد متقابل در بین زنان (5/23) نسبت به مردان (5/32) کمتر است. همچنین، سطح اعتماد متقابل زنان نسبت به دیگران (4/79) و در بین مردان (5/13) است. از سوی دیگر، نتایج تحقیق مذکور حاکی از آن است که؛ سطح اعتماد نسبت به خانواده و خویشاوندان بالاست.

در تحقیقی، حجازی و فرتاش (1385)، به بررسی تفاوت‌های جنسیتی در سبک‌های هویت، تعهد هویت و کیفیت دوستی پرداخته‌اند. برای این منظور، 400 دانش‌آموز دختر و پسر به صورت تصادفی از مناطق نوزده‌گانه آموزش و پرورش تهران انتخاب شدند. نتایج تحقیق نشان داد که؛ دختران در استفاده از سبک هویت اطلاعاتی، بر پسران پیشی می‌گیرند. لیکن دختران و پسران در استفاده از سبک‌های هویت هنجاری و سبک هویت مغشوش - اجتنابی و تعهد هویت، تفاوت معناداری نشان ندادند. همچنین، در ارتباط با مؤلفه‌های کیفیت دوستی، دختران به‌صورت معناداری، در صمیمیت و افشای خود و تقابل دوستی بر پسران برتری دارند. در مؤلفه‌های مجاورت و اعتماد، تفاوت معناداری بین دو جنس مشاهده نشده است.

در تحقیق دیگری، لطیفی و غفاری (1387)، «تفاوت‌های جنسیتی در انگیزه‌های خرید الکترونیکی» را مورد بررسی قرار داده‌اند. محققان در این مطالعه، با تأکید بر این که جنسیت از جمله عواملی است که می‌تواند؛ متفاوت بودن میزان اهمیت انگیزه خرید را در بین افراد بوجود آورد، این فرضیه را طرح کرده‌اند که؛ عامل جنسیت با انگیزه‌های خرید رابطه دارد. آزمون فرضیه تحقیق نشان داده است که؛ بین جنسیت و انگیزه‌های احساسی - اجتماعی خرید، رابطه‌ای معنادار وجود دارد. بعلاوه اینکه، این انگیزه‌ها برای زنان مهم‌تر از مردان بوده است. در صورتی که بین جنسیت و انگیزه‌های کاربردی و هویتی خرید، رابطه معناداری دیده نشده است. ریاحی (1384)، در تحقیق خود به «بررسی تطبیقی تفاوت‌های جنسیتی در عادات‌های غذایی دانشجویان ایرانی و هندی» پرداخته است. محقق، ضمن مد نظر قرار دادن عوامل روانی، اجتماعی و فرهنگی (جنسیت، فرهنگ، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، دانش بهداشتی و باورها درباره سلامت)، در تحقیق مذکور، به بررسی الگوهای عادات‌های غذایی در بین دختران و پسران دانشجوی دانشگاه مازندران و دانشگاه پنجاب پرداخته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که؛ عادات غذایی با متغیرهای جنسیت، فرهنگ (ملیت)، پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده، میزان توجه به سلامتی، باورها درباره سلامتی و دانش بهداشتی رابطه وجود دارد. در-

مجموع، دختران بیش از پسران، و دانشجویان هندی بیش از دانشجویان ایرانی عادات غذایی سالم و سودمند دارند که آنها را در برابر بیماری‌های مزمن غیرعفونی مقاوم می‌سازد. باستانی و صالحی (1386)، در تحقیق خود با عنوان «سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت»، به بررسی ویژگی‌های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان تهران پرداخته‌اند. محققان، ضمن تأکید بر این نکته که؛ تعاملات اجتماعی از عناصر بنیادین هر جامعه‌ای محسوب می‌شود، به بررسی سرمایه اجتماعی شبکه زنان و مردان در تهران پرداخته‌اند. آنان فرض را بر این گرفته‌اند که؛ زنان و مردان به دلیل تفاوت در ساختار زندگی، و به دلیل نابرابری‌های جنسیتی، دارای سرمایه اجتماعی متفاوتی هستند. این پژوهش، با روش پیمایش انجام شده است. حجم نمونه را 320 نفر از افراد 18 سال به بالای شهر تهران، که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای با احتمال متناسب انتخاب شده بودند، تشکیل داده‌اند. نتایج بدست آمده پژوهش نشان داده که؛ شبکه‌های زنان و مردان از نظر ساخت (اندازه و ترکیب شبکه)، تفاوت قابل-ملاحظه‌ای ندارند، اما از نظر خصوصیات تعاملی و کارکردی متفاوت هستند. زنان انواع زنانه‌تر حمایت (عاطفی)، و مردان انواع مردانه‌تر حمایت (مالی و اطلاعاتی) را فراهم می‌کنند. افراد شاعل و متأهل سرمایه اجتماعی بالاتری دارند. آنچه شبکه روابط زنان و مردان را از هم متمایز می‌سازد، فرصت‌ها و محدودیت‌هایی است که زنان و مردان دارند و ناشی از نابرابری‌های جنسیتی و عدم توزیع برابر امکانات و فرصت‌ها در جامعه است.

چارچوب نظری

جامعه‌شناسان، تمایزات مهمی میان جنس و جنسیت قایل می‌شوند. اصطلاح «جنس»، بر تفاوت‌های بیولوژیک میان مردان و زنان دلالت دارد، حال آن‌که، «جنسیت»، ناظر بر ویژگی‌های شخصی و روانی، و تفاوت‌های اکتسابی فرهنگی، اجتماعی و روان‌شناختی میان زنان و مردان است که جامعه آن را تعیین می‌کند (گیدنز، 1379: 75). پسر یا دختر به دنیا آمدن، تبعات اجتماعی زیادی را از نظر فرهنگی، اجتماعی و ساختاری برای آنان به دنبال دارد. به-عبارت دیگر، پسر و دختر بودن نوعی اعتبار اجتماعی را برای سبک‌های متنوع زندگی آنان به همراه خواهد داشت. درک این استدلال اساسی بسیار مهم است، زیرا نابرابری اعتبار اجتماعی مبتنی بر سبک زندگی هر یک از طرفین، سبب برخورداری عده‌ای از امتیازات و فرصت‌های موجود برای ادامه حیات در زندگی روزمره، و محروم ماندن دیگر از همان امتیازات و فرصت‌ها خواهد بود. از این‌رو، تعریف سبک زندگی افراد جامعه براساس برخی معیارهای

فرهنگی و اجتماعی؛ کیفیت‌های متنوع زندگی را براساس تفکیک جنسیتی آنان به‌دنبال خواهد داشت. به‌عبارت دیگر، همین معیارهای تفکیک و تمایز بین زنان و مردان براساس سبک زندگی آنان است که، به بیان گیدنز (1991) هویت فردی آنان را بیان می‌کند (ذکایی، 1386). همچنین از نظر بوردیو (1984)، سبک زندگی افراد است که هویت آنان را نشان می‌دهد (همان، 1385: 103). زیرا زنان و مردان، هرکدام براساس سبک زندگی‌شان، دارای ذائقه و منش خاصی هستند که آنها را از یکدیگر منفک و متمایز می‌سازد. بر این اساس، می‌توان گفت که سبک زندگی، نشان‌دهنده هویت جنسیتی افراد است. زیرا در چنین شرایطی که سبک زندگی، به یک امر نمادین و اجتماعی تبدیل شده، خودش قادر است تبدیل به بیانی؛ برای هویت‌های فردی زنان و مردان شود. لذا آنان می‌توانند برای رساندن پیام هویتی خود از سبک زندگی استفاده کنند و از این طریق، بر دیگرانی که اطراف آنها هستند تأثیر بگذارند.

آنچه سبب شده تا سبک زندگی به ابزاری برای نشان دادن تمایز بین زنان و مردان در دنیای امروزین تبدیل شود، قدرت بازتابندگی و نمادین بودن آن است. به عبارتی، سبک زندگی ابزاری است؛ برای آن که افراد بر حسب ذائقه و منش فردی خود آن را انتخاب کرده، و عاملیت و جنسیت خود را نشان دهند.

نوع مصرف و رفتارهای مصرفی زنان و مردان، که تعیین کننده سبک زندگی آنان است، علاوه بر این که نشان‌دهنده تمایزات جنسی است؛ مرزبندی‌های اجتماعی و ساختاری مبتنی بر جنسیت را نیز می‌سازد. بدین‌سان، سبک زندگی افراد به آنان یاد می‌دهد که چه نوع رفتار مصرفی در جامعه داشته باشند. در مجموع، براساس این رویکرد می‌توان گفت که؛ منشأ بسیاری از تفاوت‌های جنسیتی در داشتن نوع سبک‌های زندگی متفاوت است که پیامدهای اجتماعی زیادی به دنبال دارد. به بیان دیگر، سبک‌های متفاوت زندگی، نشان‌دهنده میزان بهره‌مندی اقشار و افراد مختلف از فرصت‌های موجود جامعه، برحسب موقعیت زیستی و اجتماعی است. لذا برای بررسی تفاوت‌های سبک زندگی برحسب جنسیت بین دختران و پسران، از نظریه پیر بوردیو و گیدنز در این مقاله استفاده شده است.

پیر بوردیو و سبک زندگی

براساس رهیافت نظری بوردیو، سبک‌های زندگی متفاوت افراد، به بازتولید ذائقه‌ها و در نتیجه، منش متمایز می‌انجامد، زیرا سبک زندگی، همان فضایی است که کنشگران در ذیل آن می‌آموزند چگونه زندگی کنند، چه چیز را ارجح بدانند و در نهایت، چه چیز را زیبا بشمارند.

بدین ترتیب، بورديو در کتاب تمایز (1984)، به تبیین رابطه میان ذائقه زیباشناختی و زمینه اجتماعی آن می‌پردازد و می‌کوشد دعاوی کانت، مبنی بر نوعی زیباشناسی ناب و منتزع از حیات اجتماعی را، با توجه به داده‌های فراهم آمده از گروه‌های اجتماعی مختلف نقد نماید، زیرا مطالعات میدانی، تفاوت‌های عظیم ذائقه را نشان می‌دهند و این تفاوت‌ها، با نگرش فرازمانی کانت توضیح‌پذیر نیست. در نهایت، می‌توان گفت که مدرنیته، میل به تمایز دارد، میل به تکوین منش‌های متمایز از یک سو، و میل به تکوین میدان‌های متمایز از سویی دیگر. بنابراین، بورديو با هرگونه اندیشه انتزاعی خداحافظی کرده و با درک و دریافتی نوآیین نسبت به واقعیت اجتماعی، به تبیین کنش در قالب نظریه عمل می‌پردازد (پرستش، 1386). همچنین وی در کتاب تمایز، برحسب منطق دیالکتیکی نشان داده است که مصرف، صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز هست. مفهوم تمایز، به معنی مجموعه-ای متفاوت از رفتارها و سبک‌های زندگی افراد جامعه است که به دلیل موقعیت‌های متفاوت در برخورداری از سرمایه و قرار گرفتن در میدان‌های اجتماعی گوناگون ظاهر می‌شود. به باور بورديو، همه آنچه که سلیقه فرهنگی، انتخاب‌های هنری و... نامیده می‌شود؛ و کاملاً «طبیعی» و ناشی از قریحه‌های ذاتی افراد شمرده شود، ممکن است رابطه مستقیم و قابل اثباتی با وضعیت و موقعیت اجتماعی افراد داشته باشد (فکوهی، 1384).

بدین‌سان، در دیدگاه بورديو، ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی گوناگون، سبک‌های زندگی متفاوتی را ایجاد می‌کنند؛ سبک زندگی محصول نظام‌مند منش‌هایی است که از خلال رابطه دوجانبه با رویه‌های منش درک می‌شود، و تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ای جامع مورد ارزیابی واقع می‌شود. در واقع، این‌گونه که بورديو می‌گوید، مصرف به عنوان نظامی از نشانه‌ها و نمادها است که کارکردهایی همچون؛ تمایزگذاری اجتماعی دارد، البته به نظر بورديو، معنای مصرف از همین تفاوت و تمایز ناشی می‌شود و چیزی جز آن نیست. از این‌رو، در دیدگاه بورديو، مصرف، تنها پاسخ به نیازهای زیستی نیست، بلکه به عنوان مکانیسمی از نشانه‌ها و نمادها است که، البته خود این نشانه‌ها و نمادها، از خلال فرایند مصرف تولید می‌شوند. لذا در اندیشه بورديو برخلاف مارکسیسم کلاسیک، مصرف صرفاً یک متغیر وابسته نیست. بلکه یک متغیر مستقل نیز می‌تواند باشد (بورديو، 1984). بنابراین، از نظر بورديو، تمایزاتی که سبک زندگی فراهم می‌کند در ذوق و سلیقه افراد نهفته است. ذوق و سلیقه، در وهله اول و قبل از هر چیز، بی‌میلی و اکراه نسبت به سلیق و علایق دیگران است. دلیل این امر آن است که؛ اعمال و رویه‌های فرهنگی (مثل پوشیدن لباس جین یا توپید، بازی گلف یا

فوتبال، بازدید از موزه یا نمایشگاه اتومبیل، گوش دادن به موسیقی جاز یا تماشای سریال‌های کمدی، و کارهایی نظیر آن)، معنی اجتماعی خود، و قابلیت مشخص ساختن تفاوت و فاصله اجتماعی را از برخی ویژگی‌های ذاتی خود نمی‌گیرند، بلکه آن را کسب می‌کنند (چاوشیان، 1381).

گیدنز و سبک زندگی

تأکید گیدنز (1991) در رهیافت نظری خویش، بر اهمیت محوری فرآیندهای اجتماعی بازتابی است. به عبارت دیگر، از نظر وی، عاملیت در متن نظم و ترتیبات جامعه مابعد سنتی تبدیل به یک پروژه بازتابی می‌شود (گیدنز، 1378: 32). از این منظر است که گیدنز، سبک‌های زندگی را به عنوان یک پروژه بازتابی تعریف می‌کند. از نظر وی، بازتابی بودن سبک‌های زندگی بدین معنی است که؛ هر سبک زندگی در متن خود معنایی ضرورتاً باز و نامتعیّن دارد. لذا قطعی نبودن معنای سبک زندگی، یعنی نفی امکان تبیین کامل معنا توسط تعیین‌کننده‌های ساختاری، و بازتابندگی اشاره دارد به اینکه؛ معانی فعالیت‌های سبک زندگی اساساً توسط نیروهای کلان جامعه تعیین نمی‌شود، بلکه طی فرآیند دادوستد عملی زیست-جهان‌های متمایز، معانی روش‌های استفاده از مواد و مصالح نمادین مصرف انبوه، مبدل به اشیاء و اعمال ملموسی می‌شوند که استعاره‌ای برای خودشان است. بازتابندگی، اشاره‌ای است به استفاده از اطلاعات مربوط به شرایط فعالیت، به‌عنوان ابزاری برای تنظیم و تعریف مجدد و قاعده‌مند معنا و چیرستی رفتار (همان: 86).

گیدنز معتقد است که؛ ویژگی خاص مدرنیته، پویایی تأثیرات جهانی و تغییرات پیوسته در رسوم سنتی است. مدرنیته سبب می‌گردد که افراد، هر چه بیشتر از قید انتخاب‌هایی که سنت به‌طور معمول در اختیار آنها قرار می‌داد رها شوند و بدین ترتیب، فرد را «... رودرروی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به دلیل آنکه دارای کیفیتی غیرشالوده‌ای است، چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد تا وی را در گزینش‌هایی که باید به عمل آورد یاری دهد» (همان: 119). در مجموع، گیدنز سبک زندگی را مجموعه‌ای کم و بیش جامع از کارکردها تعبیر می‌کند که فرد آنها را بکار می‌گیرد، تا از طریق آن، هم نیازهای جاری خود را برآورده سازد و هم، روایتی ویژه را که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برابر دیگران مجسم سازد (همان: 120).

این پژوهش، در چارچوب تئوریک بوردیو و گیدنز انجام شده است. در مجموع، دسته‌بندی سبک زندگی که از طریق کاربست الگوی بوردیویی و گیدنزی بدست می‌آید؛ نه تنها توصیف مجموعه‌ای از واقعیت‌ها نیست، بلکه از آن جهت که اجازه پیش‌بینی سایر اوصاف و خصایل را به تحلیل‌گران می‌دهد، می‌تواند قدرت تحلیل و پیش‌بینی را نیز فراهم سازد. بنابراین، تبیین بوردیویی و گیدنزی از سبک زندگی دختران و پسران جوان، مناسب‌ترین تحلیل برای تفسیر سبک زندگی آنان است. زیرا در منطق بوردیویی و گیدنزی، بین عاملیت و ساختار یک رابطه دیالکتیکی برقرار است که این رابطه دیالکتیکی، در تحلیل و تفسیر سبک زندگی دختران و پسران جوان اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا جنسیت و سبک زندگی دارای یک رابطه تعاملی و دیالکتیکی با هم هستند، به عبارتی تقویت‌کننده یکدیگر بشمار می‌روند. به علاوه، متغیرهای دیگر مانند سن، زبان مادری و پایگاه اقتصادی- اجتماعی در کنار جنسیت، مورد بررسی قرار گرفته‌اند تا مشخص شود در چارچوب نظری فوق، چه رابطه تعاملی بین کنشگران و مشخصه‌های اجتماعی و زیستی مزبور وجود دارد.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌ای که می‌تواند بر مبنای رویکرد نظری و اهداف تحقیق مطرح باشد این است که؛ بین سبک زندگی جوانان برحسب جنسیت آنان تفاوت وجود دارد. بدین معنی که، برخلاف برخی از تصورات رایج، در دوران معاصر، نیز بین دختران و پسران جوان در نحوه داشتن سبک- های متنوع زندگی براساس ذائقه و منش شخصی‌شان، که متأثر از ساختارهای اجتماعی یک جامعه است، تفاوت دیده می‌شود. با توجه به نوع ارتباط متغیرهای مستقل (جنسیت، زبان مادری، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سرمایه فرهنگی)، با متغیر تابع سبک زندگی و مؤلفه‌های آن، فرضیات زیر قابل استنتاج است:

فرضیات اصلی پژوهش

1. بین سبک زندگی دختران و پسران جوان تفاوت معناداری وجود دارد؛
2. بین نمره‌ای که دختران و پسران در باب مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی (مصرف فرهنگی، اوقات فراغت، الگوی خرید) کسب کرده‌اند؛ تفاوت معناداری وجود دارد.

فرضیات فرعی پژوهش

3. بین زبان مادری جوانان و نمره‌ای که آنان در خصوص سبک زندگی و مؤلفه‌های آن کسب کرده‌اند، تفاوت وجود دارد؛

4. بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی جوانان و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد؛ یعنی اینکه هرچه افراد به طبقات بالا تعلق داشته باشند داری سبک زندگی پرمنزلت‌تری هستند و برعکس؛
5. بین میزان سرمایه فرهنگی جوانان و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد؛ یعنی اینکه هر چه میزان سرمایه فرهنگی جوانان بالاتر باشد، آنان داری سبک زندگی پرمنزلت‌تر هستند و بالعکس؛
6. با بالا رفتن میزان سن جوانان، نگاه آنان به سبک زندگی‌شان اهمیت می‌یابد.

روش تحقیق

با توجه به اهداف، سؤالات و فرضیه‌های موجود، روش پژوهش، پیمایش بوده و ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها، پرسشنامه است. قابل ذکر است که پرسشنامه مذکور حاوی اطلاعات مربوط به متغیرهای زمینه‌ای و اطلاعات مرتبط با شاخص‌های تعریف شده برای متغیرهای مورد توجه در فرضیه‌ها است. جامعه آماری این تحقیق، شامل همه پسران و دختران (25-15) ساکن شهر بابلسر است. تعداد این افراد بر طبق آمارگیری سال 1385 اداره بهداشت شهرستان بابلسر؛ 9905 نفر بوده است. حجم نمونه (نمونه آماری)، با استفاده از فرمول کوکران 369 نفر تعیین شد که برای بالا بردن اعتبار تحقیق، نمونه آماری به 380 نفر افزایش داده شده است.

روش نمونه‌گیری

از آنجایی که هیچ فهرستی از جامعه آماری در دست نبوده است، لذا انتخاب نمونه احتمالی با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و یا سیستماتیک از افراد میسر نبود. بنابراین، مناسب‌ترین روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای طبقه‌ای متناسب بود. در این روش نمونه‌گیری، با توجه به هدف اصلی تحقیق، ابتدا از میان حوزه‌ها (خوشه‌ها)، چند حوزه انتخاب گردید. متعاقباً از میان حوزه‌ها، نمونه‌گیری بعمل آمد و رفته‌رفته از هر حوزه با شمارش بلوک‌های هر حوزه، متناسب با تعداد بلوک‌ها در هر حوزه، نمونه‌ها به‌صورت کاملاً تصادفی از بین خانوارهای هر حوزه انتخاب گردیدند.

تعریف نظری و عملی مفاهیم و متغیرها

سبک زندگی: در تعریف سبک زندگی با واژه فراگیری روبرو هستیم. مثلاً بورديو بر این باور است که؛ سبک زندگی شامل اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده فرد در عرصه-

هایی چون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، آداب سخن گفتن، راه رفتن، نوع پوشش، نوع خوراک و... محسوب می‌شود (بورديو، 1984). در این تحقیق، سبک زندگی توسط چهار مؤلفه که شامل مصرف فرهنگی، نحوه گذران اوقات فراغت، الگوی خرید و مدیریت بدن است، سنجیده شده و در نهایت، با ترکیب این چهار مؤلفه و از طریق استاندارد کردن آنها (Z)، متغیر سبک زندگی ساخته شد. این متغیر دارای سطح سنجش فاصله‌ای است. به این معنا که، هر چه نمره پاسخگویان به تفکیک دختر و پسر بیشتر بوده، سبک زندگی آنان نوگرایانه‌تر (مدرن‌تر)، و هر چه نمره او کمتر بوده دارای سبک زندگی سنتی‌تری بوده است.

مصرف فرهنگی: اینکه شاخص‌های سبک زندگی، بیشتر از عرصه مصرف فرهنگی استخراج شده‌اند به این دلیل است که؛ مصرف فرهنگی غالباً کمتر از بقیه فعالیت‌ها مستلزم هزینه کردن است و قدرت انتخاب افراد در این زمینه زیاد است. به‌علاوه قریحه، که از عناصر سازنده سبک زندگی است بیش از هر چیز دیگر، در الگوی انجام دادن فعالیت و مصرف فرهنگی بروز می‌کند. در غالب تحقیقات، و به منظور بررسی نظریه بورديو درباره سنجش مصرف فرهنگی، اغلب رفتارهای مرتبط با مطالعه، علاقه به هنر، دانسته‌های هنری، فعالیت‌های هنری، ذائقه موسیقایی، خواندن کتاب و مواردی از این قبیل تعریف شده است. با توجه به اینکه همه موارد را می‌توان جزئی از مصرف فرهنگی به حساب آورد، در اینجا برای سنجش مصرف فرهنگی، ترکیبی از: 1. عادت‌های مطالعه و خواندن 2. دانسته‌های هنری پاسخگویان شامل خواننده‌ها (ایرانی، خارجی)، بازیگران (ایرانی، خارجی)، کارگردانان (ایرانی، خارجی)، نویسندگان (ایرانی، خارجی) و 3. نوع عادت‌های موردعلاقه موسیقایی درخصوص مصرف‌های فرهنگی را به‌عنوان شاخص‌های مصرف فرهنگی جوانان در نظر گرفته‌ایم.

در مجموع، از 10 گویه برای عملیاتی کردن این متغیر استفاده شده است. مقدار آماره آلفای کرونباخ برای مقیاس مصرف فرهنگی برابر با 0/59 است. به علاوه اینکه پاسخ پاسخگویان در باب خوانندگان، نویسندگان، کارگردانان و بازیگران موردعلاقه، از طریق ارزیابی اجتماعی 100 داور نسبت به پاسخ آنان، دوباره پرسشنامه‌ای برحسب ملاک‌های مورد نظر تهیه شده است و سپس پرسشنامه مذکور مورد ارزیابی و سنجش داوران، از خیلی ضعیف (نمره 1) تا خیلی عالی (نمره 9) قرار گرفته است. نهایتاً، با بدست آمدن میانگین هر یک از خوانندگان، نویسندگان، کارگردانان و بازیگران؛ در تجزیه و تحلیل نهایی، از میانگین‌های بدست آمده استفاده شده است. به علاوه اینکه برای ترکیب کردن این داده‌ها با داده‌های سایر گویه‌های مؤلفه مصرف

فرهنگی از استاندارد کردن (Z) استفاده شده است. نکته قابل توجه اینکه؛ چاوشیان (1381) و فاضلی (1387) نیز برای سنجش این مفهوم، از همین روش بهره گرفته‌اند.

فعالیت های فراغت: مجموعه‌ای از اشتغالات است که افراد، آن را پس از آزاد شدن از الزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی به منظور استراحت، تفریح، توسعه اطلاعات، آموزش غیر-انتفاعی و مشارکت اجتماعی بکار می‌برند (فکوهی، 1382). برای سنجش و اندازه‌گیری متغیر اوقات فراغت، از شاخص‌های سرگرمی با کامپیوتر، فعالیت‌های ورزشی، بودن با خانواده، فعالیت دینی، استفاده از محصولات هنری و فرهنگی، و بودن با دوستان و گروه همالان استفاده شده است. در کل، برای سنجش این متغیر از 36 گویه استفاده شده است. مقدار آماره آلفای کرونباخ برای مقیاس فعالیت‌های فراغت برابر با 0/81 است.

مدیریت بدن: چاوشیان (1381)، به سه دسته از شاخص‌های سبک زندگی، در تحقیق خود اشاره می‌کند. از میان آنها می‌توان به مدیریت بدن، که از مفاهیم کاربردی زمان حال جامعه است نام برد. انواع عادات در لباس پوشیدن، آرایش موی سر و استفاده از پیرایه‌ها، همچنین، شیوه مدیریت بهداشت و سلامت بدن در زمره این شاخص هستند. برای سنجش و اندازه‌گیری متغیر مدیریت بدن دختران و پسران و عملیاتی کردن آن، از شاخص‌های آرایش کردن، نوع پوشش، استفاده از پیرایه‌ها و مکانیسم‌های کنترل وزن بدن و تناسب اندام استفاده شده است. در مجموع، برای سنجش این متغیر از 24 گویه استفاده شده است. مقدار آماره آلفای کرونباخ برای مقیاس مدیریت بدن مردان برابر با 0/79، و برای دختران برابر با 0/70 است.

الگوی خرید: شیوه خرید کردن و نوع کالاهایی که خریداری می‌شوند، شاخصی برای سبک زندگی هستند. البته این شاخص، زمانی کارآمد است که درباره گالایی بکار برده شود که انواع مختلف آن وجود دارد و به لحاظ قیمت، برای بخش عمده جامعه دست‌یافتنی باشد (فاضلی، 1382، 129). برای سنجش و اندازه‌گیری متغیر الگوی خرید، از شاخص‌هایی همچون ذوق و سلیقه شخصی، قیمت، به مد بودن و تأثیر والدین و جمع‌های دیگر برای خرید کردن استفاده شده است. برای سنجش این متغیر، از 24 گویه و یک سؤال استفاده شده است. مقدار آماره آلفای کرونباخ برای مقیاس الگوی خرید برابر با 0/55 است.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی: پایگاه اقتصادی - اجتماعی، جایگاه سلسله مراتبی افراد با توجه به قدرت اقتصادی و منزلت اجتماعی آنهاست، که از طریق ترکیب معرف‌های درآمد خانواده، شغل پدر و مادر و میزان تحصیلات پدر و مادر بدست آمده است. بُعد شغل براساس

نمره منزلت شغلی (نابی و عبدالهیان، 1381) بدست آمده و نهایتاً، پس از استاندارد کردن ابعاد سه گانه فوق و ترکیب آنها، متغیر مورد نظر بدست آمده است.

سرمایه فرهنگی: بورديو در مقاله شکل‌های سرمایه (1384)، سرمایه فرهنگی را در برگیرنده تمایلات پایدار فرد می‌داند، که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند. وی تحصیلات را، نمودی از سرمایه فرهنگی می‌داندست، لیکن گرایش به اشیای فرهنگی و جمع شدن محصولات فرهنگی در نزد فرد را سرمایه فرهنگی می‌خواند (فاضلی، 1386: 42). در غالب تحقیقات و به منظور بررسی نظریه بورديو درباره بازتولید فرهنگی از طریق سرمایه فرهنگی و از درون سازوکارهای مدارس، سرمایه فرهنگی براساس رابطه با مدرسه، و رفتارهای مرتبط با مطالعه و خواندن کتاب تعریف شده است. با توجه به اینکه همه موارد را می‌توان جزیی از سرمایه فرهنگی به حساب آورد، در اینجا برای سنجش سرمایه فرهنگی ترکیبی از: 1) میزان تحصیلات پاسخگویان، 2) فعالیت‌های هنری مورد علاقه، 3) میزان هزینه کردن برای خرید محصولات فرهنگی، 4) رفتن به مراکز هنری، و 5) رفتن به مکان‌های تاریخی را به‌عنوان شاخص‌های سرمایه فرهنگی جوانان در نظر گرفته‌ایم. در مجموع، از 8 گویه برای عملیاتی کردن این متغیر استفاده شده است. مقدار آماره آلفای کرونباخ برای مقیاس سرمایه فرهنگی برابر با 0/60 است.

نتایج تحقیق

جدول 1. توزیع فراوانی پاسخگویان را برحسب جنس، سن و زبان مادری نشان می‌دهد.

جدول 1: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنس، سن و زبان مادری

| متغیر | طبقات پاسخ گویان | تعداد | درصد |
|------------|------------------|-------|------|
| جنسیت | دختر | 191 | 50/3 |
| | پسر | 189 | 49/7 |
| سن | 15 - 20 | 227 | 59/7 |
| | 21 - 25 | 153 | 40/3 |
| زبان مادری | مازنی | 207 | 54/5 |
| | ترکی | 28 | 7/4 |
| | گیلکی | 37 | 9/7 |
| | فارسی | 107 | 28/2 |
| | ترکمن | 1 | 30/ |

چنانکه جدول 1 نشان می‌دهد، نسبت پاسخگویان دختر (50/3) و پسر (49/7) نسبتاً برابر است. از نظر سنی؛ 59/7 درصد از پاسخگویان در گروه سنی 20-15 سال و 40/3 درصد از پاسخگویان در گروه سنی 25-21 سال قرار دارند. لذا بیشتر پاسخگویان (227 نفر) سن خود را در گروه سنی 20-15 سال ابراز نموده‌اند. همچنین به لحاظ زبان مادری، 54/5 درصد مازندرانی، 7/4 درصد ترکی، 9/7 درصد گیلکی، 28/2 درصد فارسی و 0/3 دهم ترکمن بوده‌اند. از این‌رو، همان‌گونه که توزیع فراوانی متغیر زبان مادری نشان می‌دهد؛ اکثریت پاسخگویان این نمونه را مازنی‌ها (207 نفر)، و کمترین تعداد نمونه را ترکمن‌ها (1 نفر) تشکیل داده‌اند.

جدول 2: میزان میانگین و انحراف معیار هریک از مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی (مصرف محصولات فرهنگی، فعالیت‌های زمان فراغت، مدیریت بدن، الگوی خرید لباس) را به تفکیک جنس در میان جوانان شهر بابلسر نشان می‌دهد.

بر اساس میزان میانگین‌های بدست آمده در جدول 2، در مجموع می‌توان گفت که به‌جز مؤلفه اوقات فراغت، که بیشترین میزان میانگین را پسران، و در مؤلفه مدیریت بدن بیشترین میزان میانگین را دختران دارا هستند، در بین مؤلفه‌های دیگر، تقریباً میزان میانگین‌ها یکسان است. اینکه چرا میزان میانگین دختران در مؤلفه مدیریت بدن بیشتر از پسران است؛ شاید به روحیه دختران، که همان حس مقایسه در میان آنها باشد برگردد. در مقابل، میزان میانگین پسران در گذران فعالیت‌های فراغتی بیش از دختران است. این نتیجه شاید به شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران برگردد؛ که فضای اجتماعی بیرون از خانواده را برای انجام فعالیت‌های اجتماعی توسط زنان و دختران مطلوب نمی‌داند و برعکس انجام فعالیت‌های بیرون را شایسته مردان و پسران می‌داند. به‌طور کلی، این نتیجه شاید به این دلیل باشد که زنان و دختران همیشه با بودن در کنار خانواده خود احساس امنیت اجتماعی و روانی می‌کنند در صورتی که مردان و پسران می‌توانند بدون خانواده از عهده امور شخصی و اجتماعی خود برآیند.

جدول 2: آماره شناسه‌های سازنده سبک زندگی به تفکیک جنسیت

| دختر | | پسر | | جنسیت شاخص |
|--------------|---------|--------------|---------|-----------------|
| انحراف معیار | میانگین | انحراف معیار | میانگین | |
| 5/50 | 43/45 | 6/58 | 43/70 | مصرف فرهنگی |
| 10/79 | 50/80 | 12/92 | 57/27 | فعالیت‌های زمان |
| 6/73 | 60/57 | 7/63 | 60/56 | الگوی خرید لباس |
| 6/28 | 39/07 | 7/56 | 34/24 | مدیریت بدن |

جنسیت پاسخگویان، سبک زندگی و مؤلفه‌های آن

در این قسمت میزان تشابه و تمایز دختران و پسران، براساس میزان میانگین نمره سبک زندگی و مؤلفه‌های آن بررسی می‌شود. وجود یا عدم وجود تفاوت میزان میانگین نمره سبک زندگی و مؤلفه‌های آن در بین دو گروه (دختر و پسر) را می‌توان نشانه تأیید یا رد فرضیه تحقیق دانست. به این منظور، در این قسمت ابتدا موارد تشابه و تمایز دو گروه (دختر و پسر)، از نظر میزان میانگین نمره سبک زندگی و مؤلفه‌های آن نشان داده می‌شود، سپس صحت و سقم فرضیه‌های دیگر مورد بررسی قرار داده می‌گیرد.

جدول 3. آزمون T سبک زندگی و مؤلفه‌های

(مصرف فرهنگی، فعالیت‌های زمان فراغت، الگوی خرید) برحسب جنسیت

| ردیف | متغیر | جنسیت | میانگین | درجه آزادی | میزان T | سطح معنی داری | تفاوت معنادار یا عدم تفاوت |
|------|-----------------------|-------|---------|------------|---------|---------------|----------------------------|
| 1 | مصرف فرهنگی | دختر | 96/21 | 377 | - | 0/012 | تفاوت معناداری وجود دارد |
| | | پسر | 97/58 | | | | |
| 2 | فعالیت‌های زمان فراغت | دختر | 50/80 | 378 | - | 0/000 | تفاوت معناداری وجود دارد |
| | | پسر | 57/27 | | | | |
| 3 | الگوی خرید | دختر | 60/57 | 378 | 0/013 | 0/989 | تفاوت معناداری وجود ندارد |
| | | پسر | 60/56 | | | | |
| 4 | سبک زندگی | دختر | 1821/8 | 370 | -2/362 | 0/019 | تفاوت معناداری وجود دارد |
| | | پسر | 1839/2 | | | | |

همان‌گونه که در جدول 3 دیده می‌شود؛ بین دختران و پسران از نظر میزان نمره‌ای که در سبک زندگی کسب کرده‌اند تفاوت دیده می‌شود، و این تفاوت در سطح 95 درصد به لحاظ آماری معنادار است. همچنین میانگین نمره پسران در باب مؤلفه مصرف فرهنگی، 1/37 بیش از میانگین نمره دختران است. این نتیجه با توجه به میزان T بدست آمده در سطح 95 درصد معنی‌دار است، از این‌رو، می‌توان گفت که میزان مصرف محصولات فرهنگی در بین پسران بیشتر از دختران است. این نتیجه شاید متأثر از انتظاراتی باشد که از دختران، در استفاده از مصرف محصولات فرهنگی در جامعه می‌رود. داده‌ها نشان می‌دهد که میزان میانگین نمره پسران 6/47 صدم بیش از میانگین نمره دختران در چگونگی گذران اوقات فراغت است. این

نتیجه با توجه به میزان T بدست آمده در سطح 99 درصد معنی دار است، از این رو، می توان گفت که تمایل پسران به انجام فعالیت های گذران اوقات فراغت بیشتر از دختران است. این نتیجه شاید به شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران برگردد که، به پسران در انجام فعالیت های مرتبط به خودشان، استقلال نسبی بیشتری درمقایسه با دختران داده می شود.

بنابر نتایج جدول 3، میزان میانگین نمره دختران و پسران در مؤلفه الگوهای خرید تقریباً یکسان است. این نتیجه با توجه به میزان T بدست آمده در سطح 95 درصد معنی دار نیست، لذا می توان گفت که تفاوت زیادی بین میزان میانگین دختران و پسران در چگونگی انتخاب نوع لباس و کالاها و خرید آنان وجود ندارد. با توجه به نتایج بالا، این ایده در ذهن شکل می گیرد که؛ در جامعه مصرفی، پویایی اجتماعی مصرف یعنی مدل همنوایی، انطباق و رقابت که متأثر از فضای اجتماعی حاکم بر جوامع مدرن است، مدل فعالی در جامعه شهری بابلر ساخته است. دیگر اینکه، با توجه به نتیجه ای که از جدول بالا حاصل شده می توان گفت که؛ در جوامع امروزی کارکردهای ساده و اولیه جنسیت کم رنگ شده و در عوض کارکردهای پیچیده تری مانند خلق سبک های زندگی متفاوت، و ایجاد تمایزات اجتماعی برای آن متصور می شود. بنابراین، در مجموع روند مشاهده شده منطبق بر نتایج تحقیق، حاکی از جایگزینی تدریجی سبک های زندگی مدرن در فرآیند پیچیده جهانی است.

زبان مادری، سبک زندگی و مؤلفه های آن

جدول (4)، آزمون معنی داری تفاوت میانگین نمره زبان مادری را برحسب مؤلفه های سبک زندگی به طور جداگانه نشان داده است.

جدول 4: تحلیل واریانس زبان مادری برحسب مؤلفه های سبک زندگی

| متغیرها | نوع پراکندگی | درجه | F | سطح معنی | تفاوت معنادار یا عدم تفاوت |
|-------------------|--------------|------|-------|----------|----------------------------|
| سبک زندگی | بین گروهی | 4 | 0/922 | 0/451 | تفاوت معناداری وجود ندارد |
| | درون گروهی | 372 | | | |
| مدیریت بدن دختران | بین گروهی | 3 | 1/3 | 0/27 | تفاوت معناداری وجود ندارد |
| | درون گروهی | 186 | | | |
| مدیریت بدن پسران | بین گروهی | 4 | 1/4 | 0/22 | تفاوت معناداری وجود ندارد |
| | درون گروهی | 185 | | | |
| الگوی خرید لباس | بین گروهی | 4 | 4/9 | 0/001 | تفاوت معناداری وجود دارد |
| | درون گروهی | 375 | | | |

| | | | | | |
|---------------------------|------|-----|-----|------------|-----------------------|
| تفاوت معناداری وجود ندارد | 0/77 | 0/4 | 4 | بین گروهی | فعالیت‌های زمان فراغت |
| | | | 374 | درون گروهی | |
| تفاوت معناداری وجود ندارد | 0/13 | 1/8 | 4 | بین گروهی | مصرف محصولات فرهنگی |
| | | | 375 | درون گروهی | |

براساس نتایج حاصل از این جدول، بین زبان مادری، سبک زندگی و مؤلفه‌های آن تفاوت معناداری وجود ندارد. این نتیجه با توجه به میزان F بدست آمده در سطح 95 درصد، برای مؤلفه‌های مدیریت بدن، گذران فعالیت‌های فراغتی و مصرف محصولات فرهنگی معنادار نیست. از این رو، می‌توان گفت که میزان برخورداری جوانان با زبان‌ها و گویش‌های مختلف از مؤلفه‌های سبک زندگی، تقریباً یکسان است. نکته مورد توجه اینکه؛ در بین مؤلفه‌های سبک زندگی، الگوی خرید لباس در بین جوانان برحسب زبان مادری، تفاوت معناداری را در بین نمره میانگین جوانان نشان می‌دهد، این نتیجه شاید به نوع پوشش و ملاک‌هایی برگردد که در بین جوانان برحسب آداب و رسوم و عرف‌های رایج در بین آنان وجود دارد.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی پاسخگویان (دختران و پسران)، سبک زندگی و مؤلفه‌های آن
فرضیه مطرح براساس مفهوم سبک زندگی آن است که؛ افراد و خانواده‌ها برحسب نوع پایگاه اقتصادی - اجتماعی‌شان از سبک‌های زندگی مختلفی برخوردار هستند. جدول 5، شدت همبستگی و سطح معنی‌داری میان مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی را نشان می‌دهد.

جدول 5. ضریب همبستگی پایگاه اقتصادی و اجتماعی با مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی

| متغیر | ضریب همبستگی پیرسون | سطح معنی‌داری | رابطه یا عدم رابطه |
|------------------------|---------------------|---------------|--|
| مصرف محصولات فرهنگی | 0090/ | 8810/ | رابطه وجود ندارد |
| فعالیت‌های اوقات فراغت | -0/006 | 9120/ | رابطه وجود ندارد |
| الگوی خرید | 0350/ | 5000/ | رابطه وجود ندارد |
| مدیریت بدن | 1670/ | 0210/ | رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد |
| | 1120/ | 1250/ | رابطه وجود ندارد |
| سبک زندگی | -0/003 | 0/951 | رابطه وجود ندارد اما همبستگی معکوس وجود دارد |

همان‌گونه که در جدول بالا ملاحظه می‌شود، میزان همبستگی آماری بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مصرف محصولات فرهنگی جوانان حدود 0/009 است که، نشان‌دهنده همبستگی مثبت و ضعیف بین دو متغیر است. اما همبستگی این دو متغیر از لحاظ آماری معنادار نیست. بدین معنی که؛ بین دو متغیر (پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مصرف محصولات فرهنگی) رابطه وجود ندارد.

بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و نوع فعالیت‌های گذران اوقات فراغت جوانان حدود 0/006- همبستگی وجود دارد؛ که نشانه همبستگی منفی و ضعیف بین دو متغیر است که از لحاظ آماری معنادار نیست.

یافته‌های تجربی همچنین نشان می‌دهد که؛ همبستگی بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی با الگوی خرید و پوشش لباس 0/035 است، که نشان‌دهنده همبستگی مثبت و ضعیف بین دو متغیر است. به‌علاوه همبستگی مذکور با توجه به سطح معنی‌داری مشاهده شده، معنی‌دار نیست. بدین معنی که، بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی با الگوی خرید و پوشش لباس در سطح 0/95 رابطه وجود ندارد.

همبستگی بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی با مدیریت بدن دختران، برابر با 0/167 است. از این‌رو، این ضریب بدست آمده نشان می‌دهد که همبستگی بین دو متغیر مثبت است. یعنی با بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی، اهمیت دادن به مدیریت بدن در بین دختران بیشتر می‌شود. به علاوه با توجه به سطح معنی‌داری محاسبه شده می‌توان عنوان کرد که؛ همبستگی بین دو متغیر معنی‌دار است.

میزان همبستگی آماری بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مدیریت بدن پسران، حدود 0/112 است که نشان‌دهنده همبستگی مثبت بین دو متغیر است. همبستگی این دو متغیر از لحاظ آماری، معنادار نیست. به عبارتی با بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی، اهمیت دادن به نوع مدیریت بدن افزایش می‌یابد. لیکن بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مدیریت بدن پسران رابطه‌ای در سطح 0/95 وجود ندارد. از سوی دیگر، همچنان که دیده می‌شود به جز متغیر مدیریت بدن دختران، همه مؤلفه‌های سبک زندگی و خود این سازه در سطح 95 درصد اطمینان، رابطه معناداری با متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی ندارد. در مجموع، این‌گونه می‌توان عنوان نمود، همچنانکه ابادری و چاوشیان (1381) نیز بیان می‌کنند؛ در دنیای متجدد و مدرن، رفتارهای مصرفی (سبک زندگی) فرد بیشتر از آنکه متأثر از طبقه و پایگاه اقتصادی-

اجتماعی افراد باشد، متأثر از مصرف تظاهری افراد و فرهنگ مصرف‌گرایی دوران مدرنیته متأخر است.

سرمایه فرهنگی پاسخگویان (دختران و پسران)، سبک زندگی و مؤلفه‌های آن
فرضیه مطرح این است که؛ افراد برحسب میزان سرمایه فرهنگی، دارای سبک‌های زندگی متنوعی هستند. همچنین، سرمایه فرهنگی افراد تعیین‌کننده میزان‌های مختلف برخورداری از الگوها و مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی اعم از مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فراغت، الگوی خرید و الگوی مدیریت بدن است. جدول (6)، شدت همبستگی و سطح معنی‌داری میان مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی و میزان سرمایه فرهنگی پاسخگویان را نشان می‌دهد.

جدول 6: ضریب همبستگی سرمایه فرهنگی پاسخگویان با سبک زندگی و مؤلفه‌های آن

| متغیر | ضریب همبستگی | سطح معناداری | رابطه یا عدم‌رابطه |
|-----------------------|--------------|--------------|-------------------------------|
| مصرف فرهنگی | 0/655 | 0/000 | رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد |
| مدیریت بدن زنان | 0/307 | 0/000 | رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد |
| مدیریت بدن مردان | 0/381 | 0/000 | رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد |
| فعالیت‌های زمان فراغت | 0/589 | 0/000 | رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد |
| الگوی خرید | 0/166 | 0/001 | رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد |
| سبک زندگی | 0/470 | 0/000 | رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد |

نتایج حاصل از جدول بالا نشان می‌دهد که؛ بین سرمایه فرهنگی پاسخگویان و مؤلفه‌های مختلف سبک زندگی (مصرف فرهنگی، فعالیت‌های زمان فراغت، الگوی خرید و مدیریت بدن) و سازه سبک زندگی جوانان، همبستگی مثبت و مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر، با بالا رفتن میزان سرمایه فرهنگی جوانان، میزان اهمیتی که آنان به سبک زندگی و رفتارهای مصرفی مختلف خود می‌دهند افزایش می‌یابد. البته این نکته قابل ذکر است که؛ بیشترین میزان همبستگی سرمایه فرهنگی با مصرف فرهنگی و فعالیت‌های زمان فراغت است. به عبارتی سرمایه فرهنگی افراد مشخص می‌کند که دارای چه نوعی از مصرف کالاهای فرهنگی باشند و همچنین، زمان فراغت خود را به چه فعالیت‌هایی اختصاص یا در چه مکان‌هایی بگذرانند. از

سوی دیگر، قابل ذکر است که الگوی‌های خرید جوانان، مدیریت بدن آنان و خود سبک زندگی جوانان نیز، از میزان سرمایه فرهنگی متأثر است. در مجموع، این فرضیه که سرمایه فرهنگی افراد بر نوع سبک زندگی افراد تأثیرگذار است تأیید می‌گردد.

جدول 7. عناصر متغیرهای درون معادله برای پیش‌بینی سبک زندگی جوانان دختر و پسر

| نام متغیر | B | Beta | T | sig.T |
|--------------------------|---------------|-------------|-----------------------|-------|
| سرمایه فرهنگی | 5/70 | /517 0 | 10/65 | 0/000 |
| پایگاه اقتصادی - اجتماعی | -2/25 | /113 -0 | -2/34 | 0/000 |
| سن پاسخگویان | -3/78 | /173 -0 | -3/63 | 0/000 |
| | $R^2 = 0/510$ | $F = 33/39$ | $\text{sig.F} = 0/26$ | 0/000 |

عواملی که در مدل رگرسیونی بر روی سبک زندگی جوانان مؤثر دانسته شده، سرمایه فرهنگی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سن جوانان هستند. جدول شماره 7، تحلیل‌های رگرسیونی نشان می‌دهد که از میان عوامل تأثیرگذار، سرمایه فرهنگی با ضریب بتای 0/517 بیشترین تأثیر را بر سبک زندگی جوانان داشته است. پس از آن، به ترتیب پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سن پاسخگویان قرار دارند. همچنین همه این متغیرها، رابطه آماری معناداری نیز با سبک زندگی داشته‌اند. در ضمن، علامت منفی رابطه متغیرهای پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سن پاسخگویان، با سبک زندگی در جدول فوق بیانگر آن است که؛ با بالا رفتن منزلت اقتصادی - اجتماعی و سن جوانان دختر و پسر، تأثیر آنان در شکل‌دهی به سبک زندگی کاهش می‌یابد. به عبارت دیگر، داده‌ها بیانگر آن است که؛ جوانان دختر و پسر با سن کمتر و منزلت اقتصادی - اجتماعی پایین‌تر، بیشتر به دنبال شکل‌دهی به سبک زندگی و تغییر وضعیت خود هستند. همه متغیرهای مذکور با هم 0/26 سبک زندگی جوانان را توضیح می‌دهند.

بحث و نتیجه‌گیری

واکاوی سطح‌های زیرین ساخت فرهنگی جوامعی چون ایران در مباحث جنسیتی، می‌تواند ما را با دو رویکرد همگرا و واگرا آشنا سازد. زیرا جامعه ایران در فرآیند گذار با عرصه‌هایی از رقابت، تنازع و همزیستی سبک‌های متنوع زندگی همراه بوده و است. این سبک‌های متنوع

زندگی، فضاهای متفاوت اجتماعی، فرهنگی و فکری را برای هر کدام از گروه‌های اجتماعی از جمله زنان و مردان به‌دنبال داشته است. از این‌رو، هر یک از انواع سبک‌های زندگی روایت خاصی را در جامعه متناسب با فضای فرهنگی آن جامعه بازنمایی می‌کند. بازنمایی ساختارهای فرهنگی سبک زندگی زنان و مردان، می‌تواند حاکی از تفاوت‌های نگرشی اقشار مختلف نسبت به یکدیگر باشد. زیرا اینگونه است که سبک‌های متفاوت و گاه متضاد زندگی، سبب بروز دیدگاه‌های متفاوت زنان و مردان نسبت به سبک زندگی‌شان شده است. بدین‌سان، می‌توان فضای جامعه ایران را، فضایی دوگانه تصور کرد که ریشه در تضاد بین فرآیندهای سنت و مدرنیته در باب شیوه‌های متفاوت زندگی دارد.

به نظر می‌رسد؛ با حضور زنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... سبک زندگی آنان نیز متأثر از فضاهای جدید تغییر کرده است. از این‌رو، مقاله حاضر به این موضوع پرداخته که؛ بین سبک زندگی دختران و پسران که سازگاری بیشتری با فرآیندهای مدرنیته و سبک‌های جدید زندگی دارند، تفاوت دیده می‌شود یا نه. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که بین دختران و پسران در باب نمره‌ای که در خصوص مؤلفه‌های سبک زندگی و خود این سازه کسب کرده‌اند، به جز در مولفه‌الگوی خرید، در بقیه مؤلفه‌ها تفاوت دیده می‌شود. این نتیجه بیان‌کننده این است که سبک زندگی دختران و پسران از هم متمایز است. به گونه‌ای که دختران و پسران رفتارهای مصرفی خاصی دارند، یا در میزان اهمیتی که به رفتارهای مصرفی مختلف می‌دهند تفاوت وجود دارد. این نتیجه می‌تواند ریشه در تاریخ اجتماعی و فرهنگی جامعه ما داشته باشد که دختران و پسران را به داشتن رفتارهای خاص، مطابق انتظارات جامعه و به ویژه خانواده‌ها سوق می‌دهد. به بیان دیگر، یافته‌ها حاکی از آن است، تفاوت سبک زندگی یک امر طبیعی نیست بلکه یک امر اجتماعی است، یعنی این‌که، دختران و پسران جوان به عنوان یک کنشگر در تعامل با ساختار اجتماعی، سعی می‌کنند ذائقه خود را در انتخاب سبک زندگی متجلی کنند.

تحلیل همبستگی در جدول 6 نشان می‌دهد که؛ میزان سرمایه فرهنگی با نمره‌ای که جوانان در باب مؤلفه‌های سبک زندگی و خود سبک زندگی کسب کرده‌اند، همبستگی مثبت و معناداری دارد. این بدان معناست که؛ افرادی با میزان سرمایه فرهنگی بالا از سبک زندگی مدرن‌تری نیز برخوردارند. با تأیید ارتباط سرمایه فرهنگی و سبک زندگی، بار دیگر بر مدعای اصلی نظریه بوردیو که سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی اثرگذار است، صحه گذارده می‌شود.

براساس رهیافت نظری بورديو و فرضیه وی، باید ارتباط پایگاه اقتصادی- اجتماعی (طبقه اجتماعی) با سبک زندگی تأیید شود. به این ترتیب، باید افراد براساس پایگاه اقتصادی- اجتماعی خود دارای سبک‌های متنوع زندگی باشند. جدول (5 و 7)، خلاف فرضیه بورديو را فراهم می‌آورد. با در نظر گرفتن این نکته که؛ سبک زندگی ماهیتی طبقاتی دارد و طبقات اجتماعی بالا دستی سبک زندگی پرمزلفتی را دارند، اما با توجه به عدم رابطه بین وضع اقتصادی با نمره سبک زندگی جوانان، می‌توان فرضیه بورديو را در این تحقیق رد کرد. این نتیجه شاید ریشه در دولتی بودن اقتصاد در جامعه ایران داشته باشد و عدم اظهار واقعی جایگاه اقتصادی از طرف مردم ایران به سبب نگرشهایی که ریشه در تاریخ اجتماعی و سیاسی ایران دارد. از سوی دیگر، نتیجه این تحقیق با نتایج حاصل از تحقیقات بنت، امیسن و فرا (1999)، همخوانی دارد چرا که نتایج تحقیقات آنان نشان داد که سن و جنسیت بیش از طبقه در تعیین سلیقه و مصرف فرهنگی مردم استرالیا نقش دارند (اسمیت، 1387). دیگر اینکه این نتیجه نشان داد؛ متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی نیست که سبب ایجاد منش‌های خاص برای سوق دادن جوانان به سمت سبک زندگی خاص می‌شود، بلکه سرمایه فرهنگی جوانان است که بیش از هر چیزی تعیین‌کننده سبک زندگی آنان خواهد بود. شاهد دیگر این مدعا، رابطه معکوس بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی با سبک زندگی است. از سوی دیگر، داده‌ها نشان می‌دهد که مدیریت ظاهر دختران با پایگاه اقتصادی- اجتماعی، همبستگی مثبت و رابطه معناداری دارد. این نتیجه شاید به فرضیه بورديو برگردد که؛ بدن را غیرقابل منازعه‌ترین مظهر تجلی سلیقه طبقاتی می‌داند (ذکایی، 1386) که خود را در صور متفاوتی نشان می‌دهد.

تحلیل رگرسیونی جدول 7 نشان می‌دهد که؛ سرمایه فرهنگی هنوز از عوامل اثرگذار بر سبک زندگی جوانان بشمار می‌رود، در صورتی که پایگاه اقتصادی- اجتماعی (طبقه اجتماعی) از جمله عواملی است که نه تنها با سبک زندگی رابطه ندارد بلکه نمی‌توان آن را از عواملی دانست که سبک زندگی افراد برحسب طبقه اجتماعی آنان شکل می‌گیرد.

اهمیت پیدا کردن سبک زندگی، محصول شرایط دوران تجدد است که مصرف‌گرایی و مصرف متظاهراانه، همراه با رفتارهای مصرفی در مناسبات اجتماعی بین آنان نقش بسزایی را ایفا می‌کند. از این‌رو، در مقاله حاضر با در نظر گرفتن اهمیت سبک زندگی به عنوان سازه‌ای تمایزساز بین جوانان؛ نتایج نشان داد، براساس نمره‌ای که دختران و پسران در باب سبک زندگی خود کسب کرده‌اند تفاوت وجود دارد. در مجموع، براساس نمره‌ای که دختران و پسران در خصوص سبک زندگی کسب کرده‌اند؛ می‌توان گفت که سبک زندگی دختران و پسران،

نمایش‌دهنده سبک زندگی مدرن و متمایل به سبک زندگی متظاهرانه است تا سبک زندگی سنتی. بعلاوه اینکه بین دختران و پسران در خصوص نمره‌ای که در خصوص مولفه مصرف فرهنگی و اوقات فراغت کسب کرده‌اند؛ تفاوت دیده می‌شود. این نتیجه می‌تواند ریشه در آموزه‌های دینی و خانوادگی جامعه ما داشته باشد که؛ انجام بعضی رفتارهای مصرف فرهنگی و گذران زمان فراغت در برخی مکان‌ها را برای دختران شایسته نمی‌داند. نکته دیگر اینکه، براساس نتایج حاصل از جدول 4 باید در نظر داشت؛ اینکه افراد دوست داشته باشند به چه زبانی صحبت کنند؛ نمی‌تواند از عوامل مؤثر در ایجاد تمایز بین افراد شمرده شود. از دیگر یافته‌های این تحقیق براساس جدول 7، اینکه با بالا رفتن سن جوانان میزان اهمیتی که آنان به سبک زندگی بر اساس ذوق و سلیقه خود می‌دهند؛ کاهش پیدا می‌کند. این نتیجه شاید به این دلیل باشد که؛ با بالا رفتن سن جوانان، آنان برای اینکه در بین اعضای خانواده خود، محل و حتی در جامعه خود کسب منزلت نماید، بیشتر با هنجارها و ارزشهایی که مورد پذیرش اکثریت جامعه در خصوص سبک زندگی‌شان است؛ هم‌نوابی دارند.

در مجموع، نتایج این پژوهش نشان داد که، ویژگی‌های سبک زندگی دختران و پسران جوانان حکایت از اهمیت و نقش مصرف، همگام با ذوق و سلیقه آنان در جامعه امروزین را به همراه دارد.

لذا اینکه بیان شود هنوز جامعه ایران، شرایط یک جامعه مصرفی را پیدا نکرده است و صحبت کردن از جامعه مصرفی و روی آوردن مردم به مصرف، گزافی بیش نیست، به نظر می‌رسد این ایده دور از واقعیت‌های جامعه ایران باشد، زیرا تغییرات ساختی ایجاد شده در جهان جهانی شده، جامعه ایران را نیز درگیر این تغییرات ساخته است. از جمله این تغییرات می‌توان به رواج مصرف‌گرایی (عبور و مرور مردم در بازارها و پاساژها)، اهمیت استقلال عمل فردی، آزادی افراد در انتخاب‌های‌شان به‌ویژه جوانان، استفاده روز افزون هر روزه از ماهواره و دیگر رسانه‌های جمعی و... همه از درگیر و همگام شدن جامعه ایران، با تغییرات ایجاد شده در سطوح مختلف زندگی مردم، از جمله سبک زندگی آنان حکایت دارد.

منابع

- آزادارمکی، تقی؛ شالچی، وحید (1384) دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ، فصلنامه فرهنگی و ارتباطات: شماره 4، صص 163 - 185.
- آزادارمکی، تقی و چاوشیان، حسن (1382) مدیریت بدن به مثابه رسانه هویت، مجله انجمن جامعه‌شناسی، صص 57 - 74.
- آزادارمکی، تقی؛ کمالی، افسانه (1383) اعتماد، اجتماع و جنسیت بررسی تطبیقی اعتماد متقابل در بین دو جنس، مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران: شماره 5، صص 100 - 132.
- ابادری، یوسف؛ چاوشیان، حسن (1381) از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناسی هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی: شماره 20، صص 27 - 3.
- استونز، راب (1385) متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه: مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.
- اسمیت، فیلیپ (1387) درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه: حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- باستانی، سوسن؛ صالحی، مریم (1386) سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت: بررسی ویژگی‌های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان در تهران، نامه علوم اجتماعی: شماره جدید پایانی 30، صص 95 - 63.
- پرستش، شهرام؛ جمشیدی‌ها، غلامرضا (1386) دیالکتیک منس و میدان در نظریه عمل پی-یر بوردیو، نامه علوم اجتماعی: صص 32 - 1.
- توسلی، غلامعباس (1385) جامعه‌شناسی فرهنگی بوردیو، مطالعات فرهنگی جهاد دانشگاهی تهران، صص 50 - 43.
- (1382) تحلیلی از اندیشه پیر بوردیو درباره فضای منازعه‌آمیز اجتماعی و نقش جامعه‌شناسی، نامه علوم اجتماعی: شماره 23، صص 25 - 1.
- جنکینز، ریچارد (1385) پی‌یر بوردیو، ترجمه: لیلا جوافشان و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- چاوشیان، حسن (1381) سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به-عنوان تمایز و تشابه اجتماعی در دوره مدرنیته اخیر. پایان‌نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

- حجازی، الهه؛ فرتاش، سهیلا (1385) تفاوت‌های جنسیتی در سبک‌های هویت، تعهد هویت و کیفیت دوستی، پژوهش زنان: شماره 4، پاییز، صص 61-76.
- ذکایی، محمدسعید؛ پورغلامی، زهرا (1384) خرده‌فرهنگ یا مصرف فرهنگی، فصلنامه فرهنگی و ارتباطات: شماره 4، صص 1-27.
- ذکایی، محمدسعید (1386) جامعه‌شناسی جوانان، تهران: نشر آگاه.
- (1385) فرهنگ مطالعات جوانان، تهران: نشر آگاه.
- رسولی، محمدرضا (1383) بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در تبلیغات تجاری تلویزیون، فصلنامه علوم اجتماعی: شماره 26، صص 91-43.
- رضوی‌زاده، نورالدین (1385) بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی، فصلنامه علوم اجتماعی: شماره 31، صص 143-111.
- ریاحی، محمداسماعیل (1384) بررسی تطبیقی تفاوت‌های جنسیتی در عادات غذایی دانشجویان ایرانی و هندی، مطالعات زنان: شماره 8، صص 97-126.
- ساروخانی، باقر؛ رفعت‌جاه، مریم (1383) عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در بازتعریف هویت اجتماعی زنان، پژوهش زنان: شماره 1، صص 91-71.
- سازگارا، پروین (1382) بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی، پایان‌نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- سعیدی، علی‌اصغر (1383) جامعه مصرفی و جوانان، فصلنامه مطالعات جوانان.
- شارع‌پور، محمود؛ خوش‌فر، غلام‌رضا (1381) رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان، نامه علوم اجتماعی: شماره 20، صص 147-133.
- شکوری، علی (1385) تمایزپذیری و هویت اجتماعی مبتنی بر مصرف: مطالعه موردی جوانان شهر تهران، نامه علوم اجتماعی، 25-55.
- شفرز، برنهارد (1383) مبانی جامعه‌شناسی جوانان، ترجمه: کرامت‌اله راسخ، تهران: نشر نی.
- فاضلی، محمد (1386) جامعه‌شناسی مصرف موسیقی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.
- (1382) مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
- فدرستون، مایک (1382) زیباشناختی کردن زندگی روزمره. ترجمه: مهسا کرم‌پور، مجله ارغنون: شماره 19، صص 53-34.

- فکوهی، ناصر؛ انصاری، فرشته (1382) *ارقات فراغت و شکل‌گیری شخصیت فرهنگی (نمونه موردی دو دبیرستان دخترانه شهر تهران)*، نامه انسان شناسی: شماره 4.
- گیدنز، آنتونی (1382) *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ دوم.
- (1379). *جامعه‌شناسی*، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گوشبر، فرهاد (1384) *طبقه و سبک زندگی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- لطیفی، فریبا؛ غفاری، لیلا (1387) *تفاوت‌های جنسیتی در انگیزه‌های خرید الکترونیکی*، مطالعات زنان: شماره 6، صص 35 - 52.
- نایی، هوشنگ؛ عبدالهیان، حمید (1381) *تبیین قشریندی اجتماعی*، نامه علوم اجتماعی، صص 205 - 236.

-Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction: A social Critique of the Judgment of tats*, Rout ledge.

-Longman, Lauren (2003) *Culture, Identity and Hegemony: The Body in a Global Age*, Current Sociology, 51: 223-247.