

سبک زندگی خانواده‌های تهرانی و جنبه‌های آسیب‌زای آن

مریم رفعت‌جاه^۱، مرجان رشوند^۲، فاطمه منصوری^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۵/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۲۸

چکیده

با توجه به گسترش زندگی مدرن و آسیب‌زا بودن برخی از پیامدهای آن از جمله فردگرایی، مصرف‌زدگی و مادی‌گرایی و تضاد آن با فرهنگ اسلامی که بر خدامحوری، معنویت‌گرایی و اعتدال در مصرف استوار است، این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی در شهر تهران تلاش دارد نشان دهد که خانواده‌ها در انتخاب سبک زندگی، بیشتر از کدامیک از ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن یا دینی بهره می‌برند. برای مطالعه سبک زندگی و عوامل مؤثر بر آن، از نظریه بورديو استفاده شده و تأثیر سرمایه فرهنگی (از جمله دین‌داری)، اقتصادی، اجتماعی و همچنین ارزش‌ها و نگرش‌ها (نظام ترجیحات) بر سبک زندگی خانوادگی (متشکل از چگونگی فراغت، نوع روابط بین اعضا، و تقسیم جنسیتی کار) مورد مطالعه قرار گرفته است. پژوهش حاضر به روش پیمایش و با استفاده از ابزار پرسشنامه، بر روی ۱۵۰ نفر از زنان متأهل ساکن تهران انجام شده است. براساس یافته‌ها ۶۴ درصد خانواده‌ها دارای سبک زندگی سنت‌گرا بوده‌اند؛ یعنی در ۶۴ درصد خانواده‌ها روابط صمیمی بین اعضا وجود داشته است که در هر دو فرهنگ مدرن و دینی ترویج می‌شود. ۹۳ درصد خانواده‌ها دارای تقسیم‌کار جنسیتی بوده‌اند که در هر دو فرهنگ مذموم است و شیوه گذران فراغت در ۷۸ درصد خانواده‌ها، با انفعال و سرگرمی و در ۲۲ درصد فعالانه و با برنامه‌ریزی توأم بوده است. غلبه ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن در ۵۷ درصد خانواده‌ها و تأثیر نداشتن دین‌داری بر سبک زندگی نشان می‌دهد که تحولی تدریجی و رو به کم‌رنگ شدن برای فرهنگ دینی، در حال وقوع است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، فرهنگ دینی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، نظام ترجیحات

۱ دانشیار گروه انسان‌شناسی دانشگاه تهران، پست الکترونیکی: rafatjah@utacir

۲ استادیار گروه جمعیت‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی، پست الکترونیکی: mrashvand@utacir

۳ کارشناس ارشد مطالعات زنان دانشگاه تربیت مدرس، پست الکترونیکی: fatememansoori@modaresacir

مقدمه و بیان مسئله

خانواده، واحد بنیادی جامعه و نخستین نهاد اجتماعی است که از ابتدای زندگی اجتماعی انسان وجود داشته است و در آن، تولید نسل و تعلیم و تربیت فرزندان و رشد اجتماعی شان تحقق می‌یابد. از این گذشته، اولین مرجعی است که ارزش‌ها و نگرش‌ها و الگوهای فکری و رفتاری در آن شکل می‌گیرد. در دوره پیشامدرن آنچه شیوه زندگی خانواده را تعیین می‌کرد، شرایط زیست‌محیطی و اکولوژیک و باورهای دینی و فرهنگ بومی و محلی بود اما در دوره کنونی، گسترش مدرنیته غربی و ارزش‌ها و جهان‌بینی زیربنایی آن، تغییرات وسیعی را هم در بُعد اعتقادی و هم در بُعد رفتاری ایجاد کرده است که بخشی مهم از آن، در پیدایش سبک‌های جدید زندگی فردی و اجتماعی نمایان است. این دگرگونی‌ها، در جنبه‌های گوناگون زندگی خانوادگی از جمله در روابط بین اعضا، معیارهای پرورش و تربیت فرزندان، الگوها و معیارهای خرید و مصرف، نحوه گذران فراغت، نوع پوشش، روابط خانوادگی و نوع تغذیه و الگوهای تهیه و مصرف مواد غذایی تأثیر گذاشته است.

مفهوم «سبک زندگی» که طی چند دهه اخیر، توجه صاحب‌نظران عرصه‌های گوناگون را به خود جلب کرده است، عمدتاً به معنای مجموعه رفتارهای مربوط به حوزه مصرف فرهنگی و مادی زندگی افراد است که در عرصه عمل محقق شده و قابل مشاهده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۸۰). در جوامع مدرن امروزی، تولید انبوه کالا، مصرف انبوه را ایجاد می‌کند. در چنین جوامعی، آنچه هویت و شخصیت و در نتیجه الگوهای فکری و رفتاری افراد را شکل می‌دهد، دیگر، فرهنگ سنتی و بومی و باورهای دینی نیست، بلکه سبک زندگی (مادی) و شیوه مصرف آنهاست. در جامعه مدرن امروزی، هرچه نظام ترجیحات و سلیقه فرد با مدرنیته غربی سازگارتر و در نتیجه مادی‌گراتر، مدرکاتر و در نتیجه مصرف‌گراتر باشد، او منزلت و شخصیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا ارزش‌هایی که در چنین جامعه‌ای رواج دارد، مادی‌گرایی، فردیت و غلبه معیارهای ظاهری است که با معیارهای کسب منزلت و احترام در جوامع سنت‌گرا و دین‌مدار مغایرت دارد. از ابتدای تاریخ بشریت، هر ملتی براساس فرهنگ و باورهای خود و از حیث دسترسی به امکانات، دارای ارزش‌ها و هنجارها و قواعد خاص خود بوده است اما با توسعه و پیشرفت تمدن بشری، تنوع فزون‌تری در این زمینه و به‌ویژه در شیوه زندگی افراد پدید آمده است. از طرف دیگر، با اهمیت یافتن سبک زندگی^۱ در جوامع مدرن غربی و معنا و پارادایم خاصی که در پس آن نهفته است، یعنی اختیار و آزادی کامل انسان برای ساختن سرنوشت و هویت فردی و اجتماعی خود که بر رشد فردگرایی، انسان‌گرایی خودبنیاد^۲ و مادی‌گرایی و علم‌گرایی فزاینده مبتنی است، امروزه شاهد آنیم که بدون توجه به تضادهای ریشه‌ای این مفهوم و تفاوت‌های بنیادی و معرفت‌شناختی فرهنگ دینی با سبک زندگی غربی، عناصر و

1 Life Style

2 Autonomous Humanism

ابعادى از آن، در جامعه و خانواده‌ها به‌ویژه در شهرهاى بزرگ همچون تهران رواج یافته و شماری قابل‌توجه از خانواده‌هاى تهرانى، به ارزش‌ها و نگرش‌هاى مدرن و رفتارهاى متناسب با آن همچون مدیریت بدن، خرید مسرفانه کالاهای و استفاده بیشتر از الگوهاى تغذیه مدرن و روى آوردن به فراغت‌هاى سرگرمی‌خواهانه (رفت‌جاه، ۱۳۹۴) مى‌پردازند که وجه مشترک آنها غفلت از معناها و غایت‌ها در زندگى روزمره است. این روند- چه آگاهانه و چه ناآگاهانه- در خانواده‌هاى کلان‌شهر تهران جریان دارد و با ورود فزاینده تکنولوژى غربى و گسترش رسانه‌هاى مدرن، سرعتى بیشتر پیدا کرده است.

تأمل در ارزش‌ها و شیوه زندگى و سامان‌دهى آن برای هر جامعه‌اى از دو جهت ضرورى است: اولین جهت، بررسى میزان انطباق شیوه زندگى با مؤلفه‌هاى فرهنگى و باورهاى دینى و ملی است، و دوم آنکه با اصلاح رويه‌هاى زندگى فردى و خانوادگى مى‌توان امیدوار بود که در سایر نهادها و در کل جامعه، سعادت و پیشرفت اقتصادى، سیاسى و فرهنگى، امکان بیشتری برای تحقق پیدا کند.

این پژوهش در راستای این هدف، به شناخت توصیفى و تبیینى سبک زندگى خانواده‌هاى امروزی در شهر تهران پرداخته است تا چندوچون تأثیرات مدرنیته و آسیب‌هاى احتمالى آن بر این نهاد بنیادى مطالعه و تحلیل شود. در مطالعه حاضر، پرسش‌هاى اولیه از این‌قرار بوده‌اند: سبک زندگى مدرن تا چه حد در میان خانواده‌هاى تهرانى رواج یافته است؟ نظام ترجیحات، ارزش‌ها و نگرش‌ها، و الگوهاى مصرف، الگوهاى تغذیه و تعاملات رایج در بین اعضاى خانواده‌هاى مورد مطالعه، به فرهنگ دینى نزدیک‌تر است یا فرهنگ مدرن؟ چه عواملی در تعیین سبک زندگى خانوادگى نقش دارد؟ و جنبه‌هاى آسیب‌زای آن کدام است؟

پیشینه تجربى

بررسى پیشینه تحقیق نشان مى‌دهد که مطالعات متعددى در ارتباط با سبک زندگى در کشورهای مختلف و در کشور ایران انجام شده است (چاوشیان و ابادری، ۱۳۸۱؛ گوشبر، ۱۳۸۴؛ رحمت‌آبادى و آقابخشى، ۱۳۸۵؛ ربانى و رستگار، ۱۳۸۷؛ فتحى و دیگران، ۱۳۹۳؛ شریفى، ۱۳۹۴؛ فرقانى و مهاجرى، ۱۳۹۶؛ ربیکاردو پراندینى^۱، ۲۰۱۴؛ ویگارد جارس^۲ و لنارت روزنلاند^۳، ۲۰۱۷).

پژوهش چاوشیان و ابادری (۱۳۸۱) با عنوان «از طبقه اجتماعى تا سبک زندگى- رویکردهاى نوین در تحلیل جامعه‌شناختى هویت اجتماعى» نخستین کار جدی است که در زمینه سبک زندگى در ایران انجام شده است. آنها کار خود را با این رویکرد آغازیده‌اند که امروزه «طبقه اجتماعى» نمى‌تواند تمایزهاى هویتى افراد را توضیح دهد و حوزه مصرف و فعالیت‌هاى سبک زندگى، در شکل‌دادن به هویت اجتماعى اهمیتی روزافزون یافته است، و با استفاده از دیدگاه‌هاى گیدنز و بوردیو تأثیر عوامل جنسیت، تحصیلات، پایگاه

1 Riccardo Prandini

2 Vegard Jarness

3 Lennart Rosenlund

اجتماعی- اقتصادی، سرمایه فرهنگی و میزان حساسیت دینی را بر سبک زندگی مطالعه کرده‌اند. یافته‌های تحقیق چاوشیان و ابادری که در شهر تهران انجام شده است، حاکی از آن است که سلیقه هنری با سرمایه اقتصادی ارتباط ندارد اما با سرمایه فرهنگی ارتباط دارد. همچنین سرمایه فرهنگی، تحصیلات و پایگاه اقتصادی- اجتماعی، بر روی سبک زندگی خانواده تأثیر می‌گذارد.

گوشبر (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان «طبقه اجتماعی و سبک زندگی» به بررسی سبک زندگی در طبقات بالا، متوسط و پایین پرداخته است. از آنجا که مؤلفه‌های سبک زندگی مدرن، با استانداردهای بالای مصرف کالاها از جمله مسکن و لوازم زندگی، بالا بودن نرخ اشتغال زنان، پایین بودن تعداد فرزندان، اهمیت بیشتر آموزش فرزندان و استفاده بیشتر از کالا و خدمات تجاری و اوقات فراغت خاص تعریف شده است، چنین نتیجه می‌گیرد که خانواده‌های اقشار جدید به‌ویژه مدیران و متخصصان، در شرایط درآمدی یکسان، گرایش بیشتری به رفتارهای فوق دارند.

رحمت‌آبادی و آقابخشی (۱۳۸۵) در پژوهش «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان» با بهره‌گیری از روش دلفی و پرسشنامه، از شاخص‌های مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فراغت، مدیریت بدن و الگوی خرید، به‌عنوان نمایش انتخاب سلیقه‌ای برای کسب هویت اجتماعی جوانان نام برده‌اند. این پژوهش نتیجه گرفته است که اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی در دهه اخیر موجب شده است که جوانان زیر سی سال در تمامی طبقات اجتماعی، به یک منظومه فرهنگی واحد جذب شوند که از شیوه‌های جدید زندگی دیجیتال نشئت گرفته است.

ربانی و رستگار (۱۳۸۷) در پژوهش «جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی» که بر روی جوانان شهر شیراز انجام شده است، ظهور نوعی سبک زندگی مصرف‌گرایانه در میان جوانان شیرازی و عوامل اجتماعی و فرهنگی آن را مطالعه کرده‌اند. رویکرد نظری آنها برگرفته از آرای بوردیو و فدرستون بوده و یافته‌هایشان نشان‌دهنده ارتباط دین‌داری و سبک زندگی و عدم ارتباط پایگاه اقتصادی- اجتماعی با سبک زندگی مصرفی است که حاکی از آن است که افراد طبقات مختلف، گرایشی یکسان به سبک زندگی مصرفی داشته‌اند.

فتحی و دیگران (۱۳۹۳) در پژوهش «بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان»، با استفاده از پرسشنامه، ارتباط مصرف شبکه‌های مجازی با ابعاد مدیریت بدن، میزان و نوع مصرف و اوقات فراغت در سبک زندگی را در میان جوانان خلخال بررسی کرده‌اند. این پژوهش در پی مطالعه تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی بر زندگی افراد در سطوح مختلف جامعه و پاسخ به این پرسش بوده است که آیا می‌توان استفاده از این شبکه‌ها را به‌گونه‌ای کنترل نمود تا تعارضات اجتماعی و فرهنگی ناشی از ورود آنها به حداقل برسد؟ در بعضی از فرضیه‌ها، این نکته اثبات شده است که استفاده از

شبکه‌های مجازی، به سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و باعث می‌شود که افراد در حوزه‌های مختلف زندگی‌شان، از الگوهایی متفاوت (از جمله در پوشش و تناسب‌اندام، معیارهای ازدواج و غیره) پیروی کنند. شریفی (۱۳۹۴) در کتاب *سبک زندگی اسلامی/ ایرانی* به آسیب‌شناسی سبک زندگی ایرانیان پرداخته و شکاف میان ظاهر و باطن، تکلف‌های اجتماعی، تنبلی و مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی و موارد دیگری را ذیل این آسیب‌ها برشمرده است. از طرفی مستحکم‌بودن بنیان خانواده، اهمیت‌دادن به حلال و حرام و صلۀ ارحام، احترام به والدین و بزرگ‌سالان و همسایه‌داری را از نقاط قوت این سبک دانسته است. در آخر هم به روش‌های اصلاح سبک زندگی از جمله آموزش همگانی از طریق رسانه، مراوده با دیگر ملل و غیره اشاره کرده، نقش خانواده را در این امر، مهم و ضروری برشمرده است.

فرقانی و مهاجری (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان» به این نتایج رسیده‌اند که بین مؤلفه‌های سبک زندگی همچون تغییر سلیقه در نوع پوشش، تغییر در شیوه تغذیه، تغییر در خودآرایی، تغییر در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل، تغییر در سبک خرید، تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح و تغییر در تعاملات و ارتباطات رودرروی کاربران، با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد، به طوری که با افزایش ساعات استفاده از این شبکه‌ها تغییر در هر یک از مؤلفه‌های سبک زندگی نیز بیشتر می‌شود.

ریکاردو پراندینی (۲۰۱۴) در مقاله خود تحت عنوان «روابط خانوادگی به عنوان سرمایه اجتماعی» ارتباط روابط خانوادگی (به عنوان سرمایه اجتماعی خانوادگی) را با توجه به منافع مشترک (به عنوان سرمایه اجتماعی عمومی) مطالعه کرده است. وی در وهله اول به این نکته پرداخته است که چرا با وجود رواج فرهنگ مدرنیستی در ایتالیا، روابط خانوادگی به عنوان سرمایه اجتماعی در مباحث علمی چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در بخش بعدی کوشیده است فایده علمی تبدیل روابط خانوادگی به سرمایه اجتماعی را با توجه به تحقیقات تجربی ایتالیا نشان دهد. او در بخش سوم مقاله‌اش، خلاصه‌ای از نتایج مطالعات تجربی درباره روابط خانوادگی و نقش آن در رشد سلامت اعضای خانواده و توسعه سرمایه اجتماعی را مطرح کرده است که اهمیت روابط خانوادگی را در انتقال فضایل مدنی، روابط متقابل و اعتماد به نفس از خانواده به جامعه گسترده‌تر نشان می‌دهد.

ویگارد جرنس و لنارت روزنلاند (۲۰۱۷) در پژوهشی در نروژ با عنوان «فضای اجتماعی و طبقه‌بندی فرهنگی: شکل‌های جدید سرمایه و سبک‌های زندگی مدرن» نشان داده‌اند که چگونه در درون طبقات اجتماعی معاصر، سبک‌های زندگی متفاوتی وجود دارد. فضای اجتماعی شامل دو بعد حجم و ترکیب سرمایه است. در این پژوهش با توجه سلايق متفاوت، ۱۶۸ مورد سبک زندگی در این فضا وجود داشته است؛ به عنوان مثال، برای کسانی که ثروت زیادی دارند، سرمایه اقتصادی، صرف هیجانانگیز و گرایش‌های

گران‌قیمت و تجمل‌گرایانه می‌شود و افرادی دارای سرمایه فرهنگی بالای، شیوه زندگی صرفه‌جویانه‌تر و عاقلانه‌تری دارند. همچنین این تحقیق نشان داده است که در برخی از افراد طبقات پایین نیز سلاقی متفاوت در برخی موارد دیده می‌شود. این پژوهش، مدل طبقه اجتماعی بوردیو را به کار بسته، اذعان داشته است که افراد، تمایل به شبیه‌شدن به وضع اجتماعی موجود دارند.

در هیچ‌یک از پژوهش‌های یادشده، سبک زندگی خانوادگی و عوامل مؤثر بر آن، واکاوی نشده و بیشتر به مطالعه سبک زندگی در اقشار و گروه‌های مختلف و یا مؤلفه‌های آن از جمله نحوه گذران فراغت، شیوه مصرف، نوع روابط اجتماعی و مدیریت بدن پرداخته شده است، درحالی‌که در پژوهش پیش‌رو، تلاش پژوهشگران بر آن بوده است که ضمن شناسایی سبک زندگی خانواده‌ها و مهم‌ترین عوامل مؤثر بر آن در شهر تهران، به مقایسه تأثیرات مدرنیته غربی و فرهنگ اسلامی در سبک زندگی خانواده‌های تهرانی و تحلیل جنبه‌های آسیب‌زای آن بپردازند.

چارچوب نظری

موضوع مطالعه این پژوهش، با استفاده از رویکرد بوردیو به سبک زندگی و براساس مؤلفه‌هایی مطالعه شده است که او برای این مفهوم معرفی کرده است. پیر بوردیو^۱ از جمله صاحب‌نظران متأخر سبک زندگی است که همچون وبر از سبک زندگی، به‌عنوان شاخص و نماد منزلت اجتماعی بهره گرفته است. او سبک زندگی را مجموعه رفتارهای منسجمی تعریف کرده است که عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش قرار می‌دهد، در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است و الزاماً برای همگان قابل تشخیص نیست. سبک زندگی، شامل فعالیت‌هایی نظام‌مند است که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و درعین حال به‌صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. اما نکته مهم این است که از دیدگاه او، سبک زندگی حول محور مصرف سامان می‌یابد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۹)؛ بدین‌سان، از دیدگاه بوردیو، سلاقی و ترجیحات زیباشناختی گوناگون، سبک‌های زندگی متفاوتی را ایجاد می‌کنند. از طرف دیگر، مصرف، دربردارنده نظامی از نشانه‌ها و نمادهاست که کارکردهایی همچون تمایزگذاری اجتماعی دارد. البته به نظر بوردیو معنای مصرف، از همین تفاوت و تمایز ناشی می‌شود و چیزی جز آن نیست؛ از این‌رو، در این دیدگاه، مصرف فقط پاسخ به نیازهای زیستی نیست، بلکه مکانیسمی از نشانه‌ها و نمادهاست که البته خود این نشانه‌ها و نمادها از خلال فرایند مصرف تولید می‌شوند؛ بنابراین، در اندیشه بوردیو برخلاف مارکسیسم کلاسیک، مصرف صرفاً یک متغیر وابسته نیست، بلکه می‌تواند متغیری مستقل نیز باشد (چاوشیان و ابادری، ۱۳۸۱: ۷۴).

به اعتقاد بوردیو، منش یا عادت‌واره، مولد و انسجام‌بخش اعمال و متأثر از شرایط طبقاتی است. عمل، مَنشی است که بروز کرده و دارای اجزایی متعدد از جمله نوع فعالیت بدنی، نوع فعالیت ذهنی، حالت

عاطفی، آگاهی‌انگیزی و غیره است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۰-۳۹). او با استفاده از مفهوم مَنیش، فرایندی را توضیح می‌دهد که به‌واسطه آن سبک زندگی تغییر می‌کند یا بازتولید می‌شود. مجموعه‌ای از مَنیش‌های پایدار در افراد موجب ایجاد کرداری خاص در آنها می‌شود (ایگلتن، ۱۳۸۱: ۲۴۰). براساس این رویکرد، افرادی که در یک جامعه یا فضای اجتماعی مدرن زندگی می‌کنند، بسته به نوع و میزان سرمایه‌های دراختیارشان، صاحب سلیقه‌ها و مَنیش‌هایی متفاوت می‌شوند که اساس انتخاب‌های زندگی روزمره‌شان را تشکیل می‌دهد و به سبکی خاص از زندگی می‌انجامد، و سبک زندگی را می‌توان در نحوه خرید و مصرف و چگونگی گذران اوقات فراغت و شبکه روابط اجتماعی مشاهده کرد (رفعت‌جاه و وفادار، ۱۳۹۳: ۱۲۰).

بورديو بر این باور است که سبک زندگی، اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی همچون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، آداب سخن‌گفتن، راه‌رفتن، نوع پوشش، نوع خوراک و غیره را دربرمی‌گیرد و در مصرف کالاهای فرهنگی و نظام ترجیحات و سلیقه‌های افراد نمایان می‌شود؛ اینکه داشتن چه کالاهایی را بر چه کالاهایی دیگر و چه رفتارهایی را بر چه رفتارهایی دیگر ترجیح می‌دهند (بورديو، ۱۳۸۹: ۳۵).

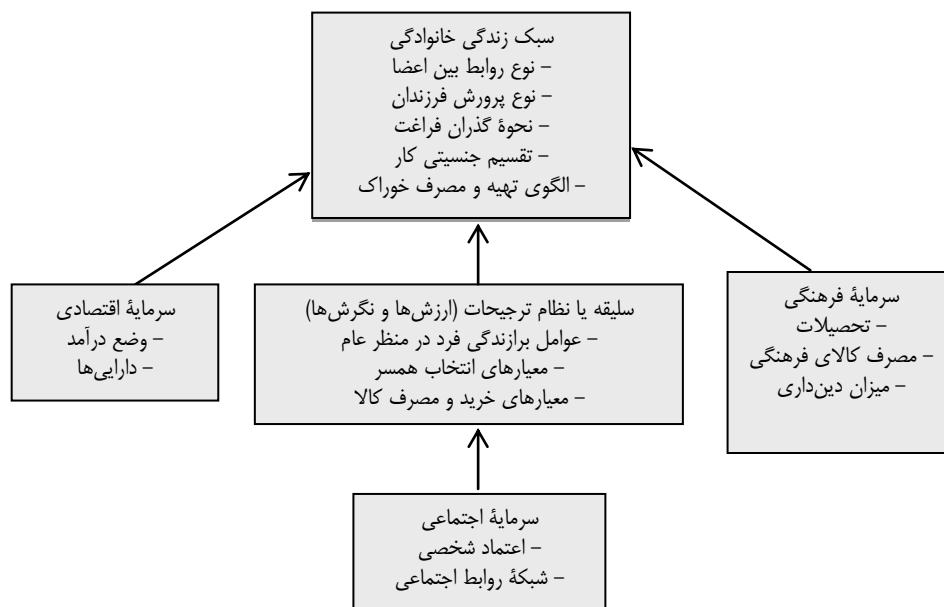
شناخت بهتر عوامل مرتبط با سبک زندگی از نظر بورديو، نیازمند آشنایی با سایر مفاهیم او در تبیین تمایزهای اجتماعی است. یکی از این مفاهیم، میدان است. میدان در نظریه بورديو، پهنه اجتماعی کمابیش محدودی است که در آن، تعداد زیادی از کنشگران اجتماعی با مَنیش‌ها یا عادت‌واره‌های مشخص و سرمایه‌های گوناگون وارد عمل می‌شوند و به رقابت، همکاری یا مبارزه با یکدیگر می‌پردازند تا بتوانند به حداکثر امتیازات ممکن دست یابند. نیروهای درون میدان نسبتاً خودمختارند. وجود رقابت و منازعات درون میدان‌ها، مستلزم پیش‌فرض گرفتن نابرابری در میدان است. جامعه درواقع از تعدادی بی‌شمار میدان تشکیل شده است؛ مانند میدان دانشگاهی، میدان هنری و غیره (همان: ۳۷).

مفهومی دیگر که بورديو به آن می‌پردازد سرمایه است. از نظر بورديو، سه نوع سرمایه وجود دارد؛ سرمایه اقتصادی شامل سرمایه‌های مالی و دارایی‌های گوناگون و سرمایه فرهنگی شامل تحصیلات و قابلیت‌های فرهنگی، هنری، بیانی و کلامی است. سه منبع سرمایه فرهنگی عبارت‌اند از: پرورش خانوادگی، آموزش رسمی و فرهنگ شغلی. سرمایه اجتماعی نیز به معنای به‌دست‌آوردن موقعیت‌های اجتماعی و برخورداری از شبکه‌های کمابیش گسترده‌ای از روابط، دوستان و آشنایان است که می‌توانند در مواقع ضروری به نفع فرد وارد عمل شوند. نوعی سرمایه دیگر نیز هست به نام سرمایه نمادین که جزئی از سرمایه فرهنگی است و به دلیل موقعیت‌های کاریزماتیک و یا با تکیه بر نمادها و قدرتهای زمینه‌ای همچون نهادها، سازمان‌ها، دین و قومیت برای فرد ایجاد می‌شود. آنچه به میدان معنا می‌دهد، سرمایه است. حجم و ترکیب انواع سرمایه‌ها نزد فرد، جایگاه وی را در سلسله‌مراتب میدان تعیین می‌کند (همان: ۳۸).

براساس رهیافت نظری بوردیو، سبک‌های زندگی متفاوت افراد، به بازتولید سلیقه‌ها و مَیْس‌های متمایز می‌انجامد، زیرا سبک زندگی، همان فضایی است که کنشگران ذیل آن می‌آموزند چگونه زندگی کنند، چه چیز را ارجح بدانند و در نهایت چه چیز را زیبا بشمارند؛ بدین ترتیب، بوردیو در کتاب *تَماییز* (۱۹۸۴) به تبیین رابطه میان سلیقه زیباشناختی و زمینه اجتماعی آن پرداخته است (بوردیو، ۱۹۸۴ به نقل از مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۷۳).

از طرف دیگر، در نظر بوردیو، دین مشتمل بر یک جهان‌بینی و نظام معنایی است که نوعی سرمایه فرهنگی را در اختیار افراد می‌گذارد. از این گذشته، بوردیو معتقد است که دین فقط شامل باورها و عمل‌هایی آشکار و آگاهانه که درون یک سنت دینی وجود دارد نیست، بلکه جنبه‌هایی ناپیدا و مهم همچون عادت‌واره‌ها، سلیقه‌ها و اشکالی از سرمایه فرهنگی را نیز دربرمی‌گیرد که در تعیین سبک زندگی و نیز هویت افراد نقشی مهم ایفا می‌کنند (بوردیو ۱۹۸۴ به نقل از مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۲۱).

بنابراین، با توجه به جامعیت رویکرد بوردیو به سبک زندگی و اهمیتی که او به انواع سرمایه در ایجاد سبکی خاص از زندگی می‌دهد، در تحقیق حاضر از رویکرد و مفاهیم بوردیویی استفاده شده است.



مدل نظری پژوهش

محورهایی که برای پرسشنامه و در راستای پرسش اصلی پژوهش و با در نظر گرفتن سه نوع سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی طراحی شده، به بحث گذاشته شدن این‌ها قرار بوده‌اند: نحوه گذراندن اوقات

فراغت، شبکه معاشران خانوادگی، نحوه تقسیم کار خانگی، معیارهای فرد یا خانواده برای تهیه و مصرف مواد غذایی، نوع مصرف کالای فرهنگی، روابط عاطفی و میزان صمیمیت اعضای خانواده، و اهمیت‌دادن به تربیت دینی و اخلاقی فرزندان؛^۱ بنابراین، جهت پی‌بردن به عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانواده‌های تهرانی باید مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی مورد توجه قرار گیرند. در مدل سعی شده است عوامل نامبرده، در قالب یک دسته‌بندی به صورت نظام‌مند معرفی و درج شوند.

فرضیه‌ها

- ۱- بین سرمایه فرهنگی و سلیقه یا نظام ترجیحات، رابطه‌ای معنادار وجود دارد.
- ۲- سرمایه اجتماعی، بر روی سلیقه یا نظام ترجیحات تأثیر می‌گذارد.
- ۳- با افزایش سرمایه اقتصادی، سلیقه یا نظام ترجیحات به سوی مدرن‌تر شدن میل می‌کند.
- ۴- هرچه سلیقه یا نظام ترجیحات نوگراتر و مدرن‌تر باشد، سبک زندگی خانوادگی نیز مدرن‌تر می‌شود.

روش تحقیق

داده‌های این بررسی، حاصل از پیمایشی مقطعی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی در شهر تهران» است که با استفاده از ابزار پرسشنامه ساخت‌یافته گردآوری شده و در تابستان ۱۳۹۷ در شهر تهران انجام گرفته است.

متغیر وابسته تحقیق، سبک زندگی خانوادگی و متغیرهای مستقل شامل سلیقه یا نظام ترجیحات (ارزش‌ها و نگرش‌ها)، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی‌اند. در این پژوهش، مفاهیم سبک زندگی خانوادگی، ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی، به شرح ذیل تعریف مفهومی و عملیاتی شده‌اند:

سبک زندگی خانواده: سبک زندگی، مجموعه‌ای از ذائقه‌ها، باورها و کردارهایی نظام‌مند است که به نظر بوردیو یک طبقه یا بخشی از یک طبقه را مشخص می‌کند. سبک زندگی شامل اعتقادات اخلاقی، ترجیحات زیبایی‌شناختی و نیز روبه‌های غذایی، پوشاک، فرهنگی و غیره می‌شود (مهدوی، ۱۳۸۷: ۱۶۳). در این تحقیق جهت سنجش سبک زندگی خانواده، از شاخص‌های نوع روابط بین اعضا، نحوه گذران فراغت اعضا، تقسیم جنسیتی کارهای منزل، الگوهای تهیه و مصرف خوراک، و نوع پرورش فرزندان استفاده شده است.

۱ از آنجاکه افراد برای تربیت فرزند، از معیارهای ارزشی موردقبولشان پیروی می‌کنند، منطقی است که ذیل عنوان سرمایه فرهنگی قرار گیرد

سلیقه یا نظام ترجیحات (ارزش‌ها و نگرش‌ها): نظام ترجیحات یعنی سلیقه و ذائقه که منشأ انتخاب‌های افراد در زندگی است و ارزش‌ها و نگرش‌های فرد با آن ارتباط زیادی دارد و براساس آن فرد بین انتخاب‌های گوناگون، یکی را بر دیگری ترجیح می‌دهد. برای سنجش و بررسی متغیر ارزش‌ها و نگرش‌ها، از مؤلفه‌های معیارهای انتخاب همسر و همچنین عوامل برازندگی فرد در منظر عام و معیارهای خرید و مصرف کالا استفاده شده است. سپس از جمع این مؤلفه‌ها (معیارهای انتخاب همسر و عوامل برازندگی فرد در منظر عام و معیارهای خرید و مصرف) متغیر ارزش‌ها و نگرش‌ها ساخته شده است.

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی نیز به معنای به‌دست‌آوردن موقعیت‌های اجتماعی و برخورداری از شبکه‌های کمابیش گسترده‌ای از روابط، دوستان و آشنایان است که می‌توانند در مواقع ضروری به نفع فرد وارد عمل شوند (بورديو، ۱۳۸۱: ۳۸). در این تحقیق جهت سنجش سرمایه اجتماعی، از اعتماد شخصی و شبکه روابط اجتماعی استفاده شده است.

سرمایه فرهنگی: سرمایه فرهنگی شامل تحصیلات و قابلیت‌های فرهنگی، هنری، بیانی و کلامی است. سه منبع سرمایه فرهنگی عبارت‌اند از: پرورش خانوادگی، آموزش رسمی و فرهنگ شغلی (بورديو، ۱۳۸۱: ۳۸). در این تحقیق جهت سنجش سرمایه فرهنگی، از میزان و نوع مصرف کالای فرهنگی، سطح تحصیلات و میزان دین‌داری والدین در خانواده استفاده شده است.

سرمایه اقتصادی: سرمایه‌ای است که به‌طور مستقیم قابل تبدیل به پول است و ممکن است به شکل حقوق مالکیت درآید (بورديو به نقل از تاجبخش، ۱۳۸۹: ۱۳۶). سرمایه اقتصادی در این پژوهش از ترکیب دو شاخص درآمد و دارایی‌های والدین تشکیل می‌شود.

تمام گویه‌ها برای بررسی شاخص‌ها و مقولات، با استفاده از طیف لیکرت با گزینه‌های پنج‌تایی مطرح شدند که پس از بررسی مقدماتی^۱ و پس از محاسبه ضرایب آلفای کرونباخ به‌منظور تعیین پایایی آنها برای بررسی نهایی انتخاب شدند. گویه‌های انتخاب‌شده برای هر یک از متغیرهای موردبررسی، آلهایی بودند که از ضریب بالا و قابل قبولی (معرف پایایی بالا) برخوردار بودند و گویه‌هایی که ضریب پایین‌تری داشتند از بررسی حذف شدند. براساس نتایج تحلیل داده‌ها، آزمون آلفای کرونباخ برای مقیاس‌های سرمایه اقتصادی برابر با ۰/۸۸ و برای مقیاس‌های سبک زندگی خانوادگی، ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی بالای ۰/۷ بوده است که همه در حدی قابل قبول قرار دارند.

حجم جامعه آماری یعنی تعداد کل زنان ۳۰ تا ۴۹ ساله ساکن مناطق ۳، ۱۰ و ۱۷ شهر تهران معادل ۱۴۱،۱۸۴ نفر بوده است. با استفاده از فرمول کوکران و سطح اطمینان ۹۵ درصد و مقدار خطای مجاز ۰/۰۸ حجم نمونه برابر با ۱۵۰ نفر شده است. علت انتخاب زنان، اشراف آنها روی اطلاعات افراد خانواده و شیوه زندگی خانواده بوده است و علت گزینش این بازه سنی، داشتن حداقل یک فرزند مجرد

در خانه بوده است. دلیل انتخاب این مناطق، شمول مناطقی با سطح توسعه‌یافتگی بالا، متوسط و پایین در نمونه بوده است؛ براین اساس، منطقه ۳ به‌عنوان منطقه دارای سطح توسعه‌یافتگی بالا، منطقه ۱۰ به‌عنوان منطقه دارای سطح توسعه‌یافتگی متوسط و منطقه ۱۷ به‌عنوان منطقه دارای سطح توسعه‌یافتگی پایین در نظر گرفته شده است^۱. نکته‌ای که در طی این مراحل در نظر گرفته شده است، حجم یا تراکم جمعیتی هر منطقه و ناحیه نسبت به سایر مناطق (دو منطقه دیگر) و سایر نواحی هر منطقه^۲ است. شیوه نمونه‌گیری، ترکیبی از نمونه‌گیری طبقه‌ای و منظم بوده است که با مراجعه نظام‌مند به بلوک‌های مناطق یادشده انجام گرفته است.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی و دومتغیره

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهند که میانگین سنی زنان در خانواده‌های موردبررسی قریب به ۳۹ سال است. میانگین سنی شوهران ۴۴ سال بوده است. همچنین بالغ بر ۶۰ درصد زنان دارای تحصیلات دیپلم و زیردیپلم و حدود ۴۰ درصد آنها دارای تحصیلات دانشگاهی بودند، درحالی‌که ۷۰ درصد شوهران دارای تحصیلات دیپلم و زیردیپلم بودند و فقط ۳۰ درصد آنها تحصیلات دانشگاهی داشتند. عمر ازدواج (مدت ازدواج) حدود دوسوم خانواده‌ها کمتر از ۱۶ سال و یک‌سوم آنها بیشتر از ۱۶ سال بوده است. به‌علاوه، دوسوم خانواده‌ها یک یا دو فرزند، و یک‌سوم آنها سه فرزند و یا بیشتر داشتند. همچنین در خانواده‌های مورد مطالعه، تنها ۱۱/۳ درصد زنان شاغل و بیش از ۸۸ درصد آنها غیرشاغل بودند. به لحاظ سبک زندگی، ۶۳/۵ درصد افراد نمونه تحقیق، دارای سبک زندگی خانوادگی نسبتاً سنتی و سنتی بودند و ۳۶/۵ درصد سبک زندگی نسبتاً مدرن و مدرن داشتند. ۷۸ درصد پاسخگویان دارای شیوه گذران فراغت منفعل و نسبتاً منفعل و تنها ۲۲ درصد آنها دارای شیوه گذران فراغت فعال و نسبتاً فعال بودند. ۶۱ درصد از خانواده‌ها ماهواره در منزل داشتند، درحالی‌که ۴۷ درصد از آنها دارای کتابخانه بودند.

از نظر چگونگی روابط بین اعضای خانواده، حدود ۶۴ درصد نمونه دارای روابط صمیمی و ۳۶ درصد دارای روابط غیرصمیمی بودند. همچنین با بررسی تقسیم جنسیتی کار مشخص شد که حدود ۹۳ درصد

۱ برای دسته‌بندی مناطق، از مقاله «تحلیل فضایی سطح توسعه‌یافتگی تهران به تفکیک مناطق شهری» نوشته رفیع‌بیان و شالی (۱۳۹۱) استفاده شده است در این مقاله، مناطق ۱، ۲، ۳ و ۶ به‌عنوان مناطق توسعه‌یافته، مناطق ۵ و ۷ به‌عنوان مناطق نسبتاً توسعه‌یافته، مناطق ۴، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۶، ۲۰، ۲۱ و ۲۲ مناطقی با توسعه‌یافتگی متوسط و مناطق ۱۵، ۱۷، ۱۸ و ۱۹ به‌عنوان مناطق توسعه‌نیافته ذکر شده‌اند در این پژوهش به‌صورت تصادفی از مناطق توسعه‌یافته، مناطق دارای توسعه‌یافتگی متوسط و مناطق توسعه‌نیافته، یک منطقه انتخاب گردید؛ بدین ترتیب، منطقه ۳ به‌عنوان منطقه توسعه‌یافته، منطقه ۱۰ به‌عنوان منطقه‌ای با توسعه‌یافتگی متوسط و منطقه ۱۷ به‌عنوان منطقه توسعه‌نیافته انتخاب شده است

۲ حجم جمعیت مناطق، از نتایج آخرین سرشماری عمومی استخراج گردیده که در سال ۹۵ انجام شده است

مردان، یا در کارهای منزل مشارکت ندارند یا مشارکتشان پایین است و فقط ۷ درصد مردان مشارکت نسبتاً بالا یا بالا دارند. به لحاظ الگوی تهیه و مصرف خوراک، بیش از ۵۴ درصد نمونه تحقیق، دارای الگوی نسبتاً سالم و سالم بودند و بقیه الگوی ناسالم و نسبتاً ناسالم داشتند.

حدود ۶۰ درصد نمونه تحقیق دارای سطح دین‌داری نسبتاً پایین و پایین بودند. به لحاظ نظام ترجیحات یا ارزش‌ها و نگرش‌ها ۵۷ درصد زنان ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن یا نسبتاً مدرن داشتند. سرمایه فرهنگی ۶۴ درصد نمونه، پایین یا نسبتاً پایین و سرمایه فرهنگی ۳۶ درصد نسبتاً بالا و بالا بود. همچنین ۷۲ درصد از زنان دارای سرمایه اجتماعی پایین و نسبتاً پایین و ۲۸ درصد دارای سرمایه اجتماعی نسبتاً بالا و بالا بودند. در تحلیل سرمایه اقتصادی این نتیجه به دست آمد که بیش از ۵۲ درصد نمونه تحقیق، سرمایه اقتصادی نسبتاً پایین و پایین داشتند و بقیه از سرمایه اقتصادی بالا و نسبتاً بالا برخوردار بودند.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تحلیل نتایج توصیفی، تصویری کلی از وضعیت سبک زندگی خانواده‌ها و سه نوع سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و ارزش‌ها و نگرش‌ها را ترسیم می‌نماید که از چند جهت آسیب‌زا به نظر می‌رسد. سطح دین‌داری و میزان سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در قریب به دوسوم پاسخگویان پایین بود، گذران فراغت انفعالی داشتند و ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن نیز در ۵۷ درصد آنها غالب بود.

با توجه به نقش تعدیل‌کننده این عوامل (دین‌داری، سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و ارزش‌ها و نگرش‌های فرامادی) در مادی‌نگری، مصرف‌گرایی و در نتیجه غلبه الگوهای غربی ناسالم و آسیب‌زا در روابط بین اعضا، نوع پرورش فرزندان و الگوی تهیه و مصرف خوراک، مسئله‌مندی سبک زندگی خانوادگی در غالب خانواده‌های مورد مطالعه را آشکار می‌سازد.

جدول شماره ۱، رابطه دومتغیره بین سبک زندگی خانوادگی و متغیرهای مستقل کلان تحقیق را نشان می‌دهد. رابطه بین ارزش‌ها و نگرش‌ها و سبک زندگی خانوادگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است، جهت این رابطه مثبت و مستقیم است؛ بدین معنا که هرچه ارزش‌ها و نگرش‌ها مادی‌گرایانه‌تر می‌شود، سبک زندگی به سمت سبک زندگی مدرن تغییر می‌یابد.

جدول شماره ۱. رابطه دومتغیره بین سبک زندگی خانوادگی و متغیرهای مستقل

رابطه بین سبک زندگی خانوادگی و متغیرهای مستقل کلان	ضریب پیرسون	سطح معناداری
ارزش‌ها و نگرش‌ها	۰/۳۰۷	۰/۰۰۰
سرمایه اجتماعی	۰/۴۴۶	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی	۰/۵۲۷	۰/۰۰۰
سرمایه اقتصادی	۰/۳۴۶	۰/۰۰۰

ادامه جدول شماره ۱. رابطه دومتغیره بین سبک زندگی خانوادگی و متغیرهای مستقل

سطح معناداری	ضریب پیرسون	رابطه بین سبک زندگی خانوادگی و زیرشاخه‌های متغیرهای مستقل
۰/۰۱۸	۰/۱۳۹	معیارهای انتخاب همسر
۰/۰۰۰	۰/۳۰۳	عوامل برزندگی فرد در منظر عام
۰/۰۰۰	۰/۴۳۵	اعتماد شخصی
۰/۰۰۰	۰/۳۷۴	شبهه روابط اجتماعی
۰/۰۰۱	۰/۲۶۳	تحصیلات
۰/۰۰۰	۰/۵۲۶	مصرف کالای فرهنگی
۰/۷۵۸	۰/۰۲۶	میزان دین‌داری
۰/۰۰۱	۰/۲۶۵	وضع درآمد
۰/۰۰۰	۰/۳۷۰	دارایی‌ها

از دیگر نتایج جدول شماره ۱، رابطه سرمایه اجتماعی و سبک زندگی خانوادگی است. مطابق نتایج، این رابطه در سطح ۰/۰۱ معنادار است و جهت مستقیم این رابطه بیانگر این است که هرچه سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد، سبک زندگی خانوادگی مدرن‌تر می‌شود. همچنین رابطه بین میزان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی خانوادگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است؛ بدین ترتیب که با افزایش میزان سرمایه فرهنگی فرد، سبک زندگی خانوادگی اش مدرن‌تر می‌شود. درنهایت، رابطه بین سرمایه اقتصادی و سبک زندگی خانوادگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است. جهت مستقیم این رابطه بیانگر این است که هرچه سرمایه اقتصادی زوجین بیشتر باشد، سبک زندگی خانوادگی آنها نوگراتر و مدرن‌تر خواهد بود.

از دیگر نتایج جدول شماره ۱، رابطه بین زیرشاخه‌های متغیرهای مستقل و سبک زندگی خانوادگی است. مطابق نتایج، به جز متغیر دین‌داری، تمامی متغیرها رابطه‌ای معنادار با سبک زندگی خانوادگی دارند. جهت تمامی این روابط، مثبت و مستقیم است؛ بدین صورت که با مادی‌گراتر شدن عوامل برزندگی فرد در منظر عام، افزایش اعتماد شخصی، گسترش شبکه روابط اجتماعی، و با افزایش تحصیلات و میزان مصرف کالای فرهنگی و نیز افزایش درآمد و دارایی‌های زوجین، سبک زندگی خانوادگی نوگراتر و مدرن‌تر می‌شود. همچنین هرچقدر معیارهای انتخاب همسر ظاهرگراتر و مادی‌گراتر باشد، سبک زندگی خانوادگی نوگراتر و مدرن‌تر می‌شود.

بنابراین، نتایج تحلیل دومتغیره حاکی از آن است که تمامی متغیرهای مستقل کلان تحقیق اعم از ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی، رابطه‌ای معنادار با متغیر وابسته سبک زندگی خانوادگی دارند. همچنین نتایج تحلیل دومتغیره زیرشاخه‌های متغیرهای مستقل با

سبک زندگی خانوادگی حاکی از آن است که به جز متغیر دین‌داری، تمامی متغیرهای مستقل، رابطه‌ای معنادار با متغیر وابسته تحقیق دارند.

نتایج تحلیل چندمتغیره

در این بخش به منظور بررسی چگونگی تأثیرگذاری هم‌زمان متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (سبک زندگی خانوادگی) و نیز به سبب آنکه متغیر وابسته، در سطح فاصله‌ای سنجیده شده است، با استفاده از روش رگرسیون چندمتغیره، به تحلیل چندمتغیره داده‌ها پرداخته شده است. در این قسمت، هدف از انجام تحلیل چندمتغیره آن بوده است که به این سؤال پاسخ داده شود: «مهم‌ترین عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی چه هستند؟»؛ براین اساس، متغیر وابسته، سبک زندگی خانوادگی است.

جدول شماره ۲ خروجی رگرسیون چندمتغیره عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی را نشان می‌دهد. به‌منظور فهم دقیق‌تر عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی، رگرسیون چندمتغیره در دو مرحله انجام شده است؛ در مرحله اول رگرسیون چندمتغیره براساس چهار متغیر مستقل کلان (ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی) و متغیر وابسته تحقیق (سبک زندگی خانوادگی) صورت گرفته و در مرحله دوم، این آزمون، بین زیرشاخه‌های متغیرهای مستقل (عوامل برزندگی فرد در منظر عام، معیارهای انتخاب همسر، شبکه روابط اجتماعی، اعتماد شخصی، تحصیلات، مصرف کالای فرهنگی، میزان دین‌داری و وضع درآمد و دارایی‌ها) با متغیر وابسته سبک زندگی خانوادگی انجام شده است.

نتایج رگرسیون چندمتغیره عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی براساس چهار متغیر مستقل نشان از آن دارد که با توجه به مقدار $F(20/135)$ و معناداری آن ($sig=0/000$) می‌توان نتیجه گرفت که در این مدل رگرسیونی، مجموعه متغیرهای مستقل قادرند حدود ۴۷ درصد تغییرات سبک زندگی خانوادگی را تبیین کنند. ضرایب رگرسیونی گزارش شده نشان می‌دهند که همه چهار متغیر مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی، تأثیری قابل توجه و معنادار بر متغیر وابسته سبک زندگی خانوادگی داشته‌اند.

ضریب تأثیر استاندارد (Beta) گویای جهت و به‌ویژه شدت تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل، بر سبک زندگی خانوادگی است؛ براین اساس، متغیر سرمایه اجتماعی با بالاترین ضریب (۰/۳۰۲) قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده سبک زندگی خانوادگی است. متغیرهای ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی به ترتیب در مرتبه بعدی اهمیت قرار دارند. در مجموع، چهار متغیر مذکور حدود ۴۷ درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند. جهت رابطه متغیرهای مستقل با سبک زندگی خانوادگی مثبت بوده است؛ بدین معنا که هرچه ارزش‌ها و نگرش‌ها نوگراتر باشد، سبک زندگی نیز مدرن‌تر خواهد شد. همچنین هرچه سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی فرد افزایش یابد، سبک زندگی خانوادگی اش نوگراتر و مدرن‌تر خواهد شد.

جدول شماره ۲. نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره درباره عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی

متغیرهای مستقل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده Beta	مقدار t	سطح معناداری	
	Std. Error	B				
متغیرهای کلان	ارزش‌ها و نگرش‌ها	۰/۳۱۳	۰/۱۹۹	۳/۵۴۰	۰/۰۰۰	
	سرمایه اجتماعی	۰/۶۰۰	۰/۳۰۲	۵/۱۰۰	۰/۰۰۰	
	سرمایه فرهنگی	۰/۰۹۲	۰/۱۵۵	۲/۷۰۰	۰/۰۰۷	
	سرمایه اقتصادی	۰/۴۴۸	۰/۱۸۰	۳/۱۴۸	۰/۰۰۲	
ضرایب رگرسیون		$R^2.AD= ۰/۴۶۸$	$R^2= ۰/۴۹۲$		$R= ۰/۷۰۲$	
متغیرهای مستقل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده Beta	مقدار t	سطح معناداری	
	Std. Error	B				
زیر شاخه‌های متغیرهای کلان	عوامل برزندگی فرد در منظر عام	۱/۴۹۵	۰/۸۲۳	۳/۵۸۳	۰/۰۰۱	
	شبکه روابط اجتماعی	۰/۶۴۵	۰/۲۲۰	۲/۱۰۷	۰/۰۳۸	
	اعتماد شخصی	۰/۹۵۹	۰/۲۹۴	۲/۷۸۶	۰/۰۰۷	
	تحصیلات	۱/۱۰۱	۰/۶۶۱	۲/۷۶۱	۰/۰۰۷	
	مصرف کالای فرهنگی	۰/۱۵۸	۰/۲۴۸	۲/۶۹۲	۰/۰۰۹	
	درآمد	۴/۱۷۵	۰/۷۱۷	۴/۹۵۹	۰/۰۰۰	
	دارایی	۲/۳۷۵	۰/۵۹۳	۴/۲۱۴	۰/۰۰۰	
	معیار انتخاب همسر	-۰/۵۶۲	-۰/۱۵۵	-۱/۵۰۳	۰/۱۳۷	
	میزان دین‌داری	۰/۲۴۰	۰/۰۹۹	۱/۲۶۹	۰/۲۰۸	
	ضرایب رگرسیون		$R^2.AD= ۰/۶۱۶$	$R^2= ۰/۶۶۰$		$R= ۰/۸۱۲$

از دیگر نتایج جدول شماره ۲، نتایج رگرسیون چندمتغیره عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانوادگی براساس زیرشاخه‌های متغیرهای مستقل است. مطابق نتایج با توجه به مقدار $F(۱۴/۲۹۷)$ و معناداری آن ($sig=۰/۰۰۰$) می‌توان نتیجه گرفت که در این مدل رگرسیونی، مجموعه متغیرهای مستقل قادرند بیش از ۶۱/۵ درصد تغییرات سبک زندگی خانوادگی را تبیین کنند. ضرایب رگرسیونی گزارش شده نشان می‌دهند که به جز متغیرهای معیار انتخاب همسر و میزان دین‌داری، مابقی متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی، تأثیری قابل توجه و معنادار بر متغیر وابسته سبک زندگی خانوادگی داشته‌اند.

بر اساس ضریب تأثیر استاندارد (Beta)، متغیرهای عوامل برزندگی فرد در منظر عام با ضریب ۰/۸۲۳، درآمد با ضریب ۰/۷۱۷، تحصیلات با ضریب ۰/۶۶۱ و دارایی با ضریب ۰/۵۹۳، به ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های سبک زندگی خانوادگی‌اند. متغیرهای اعتماد شخصی، مصرف کالای فرهنگی و شبکه روابط اجتماعی به ترتیب در مرتبه بعدی اهمیت قرار دارند. در مجموع، ده متغیر وارد شده در مدل رگرسیونی حدود ۶۲ درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند. جهت رابطه متغیرهای مستقل با سبک زندگی خانوادگی مثبت بوده است؛ بدین معنا که هرچه عوامل برزندگی فرد در منظر عام مادی‌گراتر، شبکه روابط اجتماعی گسترده‌تر، و اعتماد شخصی، تحصیلات، میزان مصرف کالای فرهنگی و درآمد و دارایی‌های فرد بیشتر باشد، سبک زندگی خانوادگی‌اش نوگراتر و مدرن‌تر خواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مطالعه، عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانواده‌های تهرانی بررسی شده است. زمینه ورود به این موضوع از آنجا شکل گرفت که خانواده ایرانی بر اثر گسترش مدرنیته غربی، تغییراتی را تجربه کرده است که هرچند برخی از آنها همچون توجه به حقوق زنان و توانمندسازی آنها و برقراری ساختار قدرت دموکراتیک در خانواده، افزایش مصرف کالاهای فرهنگی، توجه به حقوق فردی اعضای خانواده در کنار مسئولیت‌ها و افزایش روابط عاطفی بین زن و مرد، مثبت و با ارزش‌های دینی و ملی سازگار بوده است اما برخی جنبه‌هایش از جمله غلبه ارزش‌ها و نگرش‌های غربی، رواج فردگرایی و خودنگری، فایده‌گرایی، و غلبه مصرف‌زدگی و ظاهرگرایی، ضمن تعارض جدی با فرهنگ دینی، دارای جنبه‌های مسئله‌آفرین و آسیب‌زا است. برای مطالعه چگونگی پیدایش این تغییرات در خانواده‌های ایرانی در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر سبک زندگی خانواده‌های امروزی در تهران پرداخته شده است؛ لذا، سؤال مطالعه حاضر این بوده است که سبک زندگی مدرن تا چه حد در میان خانواده‌های امروزی رواج یافته است؟ همچنین در سبک زندگی خانوادگی در نمونه مورد مطالعه چه عواملی نقش داشته‌اند و میزان تأثیر هر کدام چقدر بوده است؟

نتایج تحلیل‌های دومتغیره و چندمتغیره متغیرهای مستقل کلی حاکی از آن است که تمامی متغیرهای مستقل کلی، رابطه‌ای معنادار با متغیر وابسته (سبک زندگی خانوادگی) دارند. رابطه ارزش‌ها و نگرش‌ها با سبک زندگی، مستقیم است؛ بدین صورت که هرچه نظام ترجیحات افراد خانواده مادی‌گراتر باشد، سبک زندگی‌شان مدرن‌تر خواهد بود. رابطه بین متغیر سرمایه اجتماعی و سبک زندگی معنادار است و به این معناست که هرچه سرمایه اجتماعی بیشتر شود، سبک زندگی مدرن‌تر خواهد شد. رابطه بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی نیز معنادار شد، بدین معنا که هرچه سرمایه فرهنگی افزایش یابد، سبک زندگی خانوادگی نوگراتر می‌شود. در نهایت، بین دو متغیر سرمایه اقتصادی و سبک زندگی خانوادگی، رابطه‌ای

معنادار وجود دارد؛ بدین شکل که هرچه سرمایه اقتصادی افزایش یابد، سبک زندگی خانوادگی نوگراتر و مدرن‌تر می‌شود.

بنابراین، در پاسخ به اینکه چه عواملی در سبک زندگی خانوادگی نقش دارند، رابطه چهار متغیر مستقل ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی با سبک زندگی ارزیابی شد، زیرا طبق نظر بوردیو، این چهار مؤلفه، بر انتخاب سبک زندگی مؤثرند. مطابق نتایج این پژوهش مشخص شد که رابطه ارزش‌ها و نگرش‌ها با سبک زندگی خانوادگی، مستقیم و دارای شدتی نسبتاً بالاست؛ یعنی هرچه ارزش‌ها و نگرش‌ها (نظام ترجیحات فرد) مادی‌گراتر باشد، سبک زندگی مدرن‌تر می‌شود. رابطه سرمایه اجتماعی (شبکه روابط اجتماعی و اعتماد شخصی) با سبک زندگی خانوادگی نیز مستقیم و دارای شدتی بالاست؛ به این معنا که هرچه سرمایه اجتماعی فرد بالاتر باشد، سبک زندگی خانوادگی مدرن‌تر می‌شود. همچنین بین سرمایه فرهنگی با سبک زندگی خانوادگی، رابطه مستقیم و با شدتی بالا وجود داشت، به این معنا که هرچه سرمایه فرهنگی خانواده افزایش یابد، سبک زندگی خانوادگی مدرن‌تر می‌شود. درنهایت، بین سرمایه اقتصادی (درآمدها و دارایی‌های خانواده) با سبک زندگی خانوادگی نیز رابطه مستقیم و با شدتی نسبتاً بالا وجود داشت؛ به این معنا که هرچه سرمایه اقتصادی خانواده بالاتر باشد، سبک زندگی مدرن‌تری خواهند داشت.

در ادامه، در پاسخ به این سؤال که سبک زندگی مدرن تا چه حد در میان خانواده‌های امروزی رواج یافته است، مطابق نتایج این پژوهش، حدود ۶۴ درصد خانواده‌ها دارای سبک زندگی سنت‌گرا یا نسبتاً سنت‌گرا بودند و ۳۶ درصد سبک زندگی مدرن یا نسبتاً مدرن داشتند. از نظر مؤلفه‌های سبک زندگی که شامل نوع روابط بین اعضا، تقسیم جنسیتی کار، الگوی تهیه و مصرف غذا، نحوه گذران فراغت و شیوه پرورش فرزندان بود، در ۶۴ درصد خانواده‌ها روابط صمیمی بین والدین و فرزندان و بین زوجین وجود داشت که رابطه صمیمانه بین اعضای خانواده، هم در مدرنیته غربی و هم در فرهنگ دینی تبلیغ و ترویج می‌شود. ۹۳ درصد خانواده‌ها دارای تقسیم کار جنسیتی و غیرمشارکتی بوده‌اند، یعنی مردان، در انجام وظایف خانگی مشارکتی نداشتند که این از نظر فرهنگ ایرانی - اسلامی و مدرن - که هردو مروج تقسیم غیرجنسیتی کار خانگی‌اند - مذموم است. ۵۴ درصد خانواده‌ها دارای الگوی سالم تهیه و مصرف خوراک بودند که مطابق با فرهنگ دینی است. شیوه گذران فراغت در ۷۸ درصد خانواده‌ها منفعلانه و سنتی و در ۲۲ درصد فعالانه و توأم با برنامه‌ریزی بوده است.

برای پاسخ‌دادن به این سؤال که کدام‌یک از متغیرهای مستقل (ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی) تأثیر بیشتری در انتخاب سبک زندگی دارند، از رگرسیون چندمتغیره استفاده شد و تأثیر هم‌زمان متغیرهای ارزش‌ها و نگرش‌ها، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی بر سبک زندگی سنجیده شد. مطابق نتایج، تمامی متغیرها تأثیری معنادار بر سبک زندگی

خانوادگی دارند. بیشترین میزان تأثیر بر سبک زندگی خانوادگی، نخست به سرمایه اجتماعی و سپس به ارزش‌ها و نگرش‌ها و سرمایه اقتصادی و درنهایت به سرمایه فرهنگی متعلق است.

در این پژوهش رابطه دین به‌عنوان مؤلفه مهم سرمایه فرهنگی با سبک زندگی خانواده نیز مورد بررسی قرار گرفت و مشاهده شد که بین دین‌داری و سبک زندگی خانوادگی رابطه معنادار وجود ندارد. این نتیجه احتمالاً بدان سبب است که در برخی از مؤلفه‌های سبک زندگی خانوادگی از جمله نوع روابط بین اعضا، تقسیم جنسیتی کار و نحوه گذران فراغت، رهنمودهای دین اسلام و فرهنگ مدرن و نهادهای علمی و کارشناسان آنها مشابهت داشته است؛ برای مثال، وجود روابط صمیمی و دموکراتیک بین اعضا، تأکید بر مشارکت مردان در کار خانگی و توصیه به گذران فعالانه، سازنده و توأم با برنامه‌ریزی اوقات فراغت، هم در فرهنگ دینی و هم توسط رویکردهای مدرن تبلیغ و تشویق می‌شود. با این حال، بین پابندی دینی، با سرمایه اجتماعی، نوع پرورش فرزندان و الگوی تهیه و مصرف خوراک رابطه‌ای مستقیم و معنادار مشاهده شد؛ یعنی هرچه پابندی دینی بیشتر باشد، افراد از سرمایه اجتماعی بیشتر یعنی شبکه روابط اجتماعی گسترده‌تر و اعتماد شخصی بیشتری برخوردار بوده، نظارت دینی و اخلاقی بیشتری در پرورش فرزندان خود اعمال کرده، الگوی تهیه و مصرف خوراک سالم‌تری خواهند داشت.

درنهایت، در پاسخ به اینکه نظام ترجیحات و ارزش‌ها و نگرش‌های خانواده امروزی، به فرهنگ دینی نزدیک‌تر است یا به فرهنگ مدرن، مطابق نتایج، ۵۷ درصد پاسخ‌گویان، دارای ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن بودند؛ یعنی در معیارهای انتخاب همسر و عوامل برآزنده‌شناخته‌شدن در منظر عام، بیشتر به ارزش‌ها و نگرش‌های مادی‌گرا و غیردینی گرایش داشتند که به‌نوبه خود تأمل‌برانگیز است و می‌تواند آسیب‌زا باشد.

مقایسه یافته‌ها با چارچوب نظری پژوهش که با الهام از نظریه تمایز بورديو تدوین شده است حاکی از تأیید آن است، زیرا مشاهده شد که سبک زندگی خانواده‌های تهرانی در کلان‌شهر نسبتاً مدرن تهران با دین‌داری رابطه‌ای ندارد اما با سرمایه اجتماعی، نظام ترجیحات (ارزش‌ها و نگرش‌ها)، سرمایه اقتصادی و در مرتبه آخر با سرمایه فرهنگی آنها ارتباط دارد؛ یعنی انتخاب‌های زندگی روزمره خانواده‌های تهرانی بیشتر از آنکه بر آموزه‌های دینی و ارزش‌های فرامادی مبتنی باشد، بر ارزش‌ها و نگرش‌های مدرن، سرمایه اجتماعی و اقتصادی و سرمایه فرهنگی متکی است، و جالب آنکه سرمایه فرهنگی که انتظار می‌رود موجب بینش انتقادی و تعدیل مادی‌گرایی، مصرف‌زدگی و لذت‌جویی فرهنگ سرمایه‌دارانه غرب باشد، با وزن و تأثیری کمتر از سایر عوامل، رابطه مستقیم با سبک زندگی داشته و این، ناشی از رسوخ ارزش‌ها و نگرش‌های زیبایی‌شناسانه مدرن و افسون کالاها و تکنولوژی‌های متنوع غربی در افراد دارای سرمایه فرهنگی بالا و دین‌داران امروزی است که به‌جای کاربردگرایی صرف در خرید و مصرف کالاها، به معیارهای زیبایی‌شناختی و مدگرایی نیز در انتخاب‌های روزمره‌شان توجه می‌کنند.

این امر نشان می‌دهد که تحولی تدریجی و رو به کمرنگ‌شدن برای فرهنگ دینی در حال وقوع است. از یک طرف، افراد به ارزش‌های مادی و مصرف‌گرا و شیوه‌های تربیتی‌ای روی می‌آورند که نقش اخلاق و دین در آنها کمتر است. از طرف دیگر، اعضای خانواده و به‌ویژه زوجین، دچار نگرش غیرانتقادی و رفتار انفعالی در مقابل مدهای گوناگون فرهنگ مصرف‌گرا و مادی‌نگر غربی شده‌اند که بر روی تربیت و سلامت نسل بعد و در نتیجه سلامت جامعه تأثیرات منفی بر جای خواهد گذاشت. اگر این رویکرد انفعالی تداوم یابد نه تنها نمی‌توان ایجاد جامعه‌ای دارای استقلال و خودباوری و در نتیجه توانمند را از نسل بعد انتظار داشت، بلکه مسائل اجتماعی و فرهنگی و آسیب‌های گوناگونی را در پی خواهد آورد.

منابع

- ایگلتون، تری (۱۳۸۱). *درآمدی بر ایدئولوژی*. ترجمه: اکبر معصوم بیگی. تهران: نشر آگه.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۹). *نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی*. ترجمه: مرتضی مردیپا. تهران: انتشارات نقش و نگار.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۹). *سرمایه اجتماعی اعتماد، دموکراسی، توسعه*. ترجمه: افشین خاکباز و حسن پویان. چاپ سوم. تهران: نشر شیرازه.
- چاوشیان، حسن و ابادری، یوسف (۱۳۸۱). از «طبقه اجتماعی» تا «سبک زندگی» / رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، دوره ۱۰، شماره ۲۰: ۲۷-۳.
- حجازی، سیدناصر و حیدرخانی، هاییل (۱۳۹۱). بررسی رابطه میزان دین‌داری و سبک زندگی جوانان. *مطالعه جامعه‌شناسی*، شماره ۱۶: ۱۴۴-۱۲۷.
- حمیدی، نفیسه و فرجی، مهدی (۱۳۸۷). سبک زندگی و پوشش زنان در تهران. *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۱، شماره ۱: ۹۲-۶۵.
- ربانی، رسول و رستگار، یاسر (۱۳۸۷). جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی. *مجله مهندسی فرهنگی*، شماره‌های ۲۳ و ۲۴: ۵۳-۴۴.
- رحمان‌زاده، سیدعلی و طهماسی، زهره (۱۳۹۰). تأثیر تماشای سریال‌های ماهواره‌ای بر سبک زندگی بانوان دانشجو. *مطالعات رسانه‌ای*، سال ششم، شماره ۱۴: ۱۶-۱.
- رحمت‌آبادی، الهام و آقابخش، حبیب (۱۳۸۵). سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، شماره ۲۰: ۲۵۶-۲۳۵.
- رفعت‌جاه، مریم و وفادار، زینب (۱۳۹۳). سبک زندگی و نسبت آن با هویت دینی. *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*، دوره ۳، شماره ۲: ۱۳۷-۱۱۳.
- رفیعیان، مجتبی و شالی، محمد (۱۳۹۱). تحلیل فضایی توسعه‌یافتگی تهران به تفکیک مناطق شهری. *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، دوره ۱۶، شماره ۴: ۴۸-۲۵.
- شریفی، احمدحسین (۱۳۹۴). *سبک زندگی اسلامی/ ایرانی*. تهران: انتشارات آفتاب توسعه.

- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. چاپ اول. قم: انتشارات صبیح صادق.
- فتحی، سروش؛ وثوقی، منصور و سلمانی، گودرز (۱۳۹۳). بررسی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان. *دانشگاه آزاد اسلامی*، شماره ۱۳: ۶۹-۸۸
- فرقانی، محمدمهدی و مهاجری، ربابه (۱۳۹۶). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال چهارم، شماره ۱۳: ۲۵۹-۲۹۲.
- گوشبر، فرهاد (۱۳۸۴). *طبقه اجتماعی و سبک زندگی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۷). مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی. *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۱: ۱۹۹-۲۳۰.
- Bourdieu, Pierr (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Jarness, V; Rosenlund, L (2017). Social Space and Cultural Class Divisions: the Forms of Capital and Contemporary Lifestyle Differentiation. *BJS*, 69 (12): 124-153.
- Katz-Gerro, L (1999). Cultural Consumption and Social Stratification: Leisure Activities, Musical Tastes, and Social Location. *Sociological Perspectives*, 42 (4): 627-646 .
- Prandini, R (2014). Family Relations as Social Capital: The Transformation of Family Relationships in Italy. *Journal of Comparative Family Studies*, 45 (2): 221-234
- Scott, M (1996). An Interactive Model of Religiosity Inheritance: The Importance of Family Context. *American Sociological Review*, 61 (5): 858-866.