



مطالعه تطبیقی سبک زندگی شهروندان تهرانی با تأکید بر عوامل جمعیت‌شناختی (مطالعه موردی: مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران)

فضه هوشیار مهربان^۱

۱- کارشناسی ارشد علوم اجتماعی گرایش جمعیت‌شناسی

چکیده

هدف از این پژوهش مقایسه «سبک زندگی» افراد با تأکید بر عوامل جمعیتی نظیر: سن و جنس و تحصیلات و شغل و تعداد افراد خانوار و قومیت می‌باشد. همچنین برای سنجش مفهوم سبک زندگی، پس از بررسی ادبیات تجربی و نظری تحقیق، از دو شاخص «مصرف فرهنگی» و «نحوه گذران اوقات فراغت» استفاده و مورد تعریف عملیاتی قرار گرفت تا بتوان از طریق سنجش آنها به میزان تفاوت‌ها و شباهت‌های میان سبک زندگی شهروندان مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران دست یافت. به دلیل گستردگی جمعیت آماری و محدودیت‌های جمع‌آوری اطلاعات حجم نمونه برای هر منطقه ۱۵۰ نفر مشخص گردید. همچنین با توجه به وجه توصیفی، گستردگی جامعه آماری و ضرورت تعمیم‌پذیری داده‌ها در این تحقیق از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شده است. نتیجه این تحقیق نشان داده که با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت بین متغیرهای مستقل و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: سبک زندگی، مصرف فرهنگی، اوقات فراغت

۱. مقدمه

امروزه با توجه به گسترش شهرها، افزایش شهرنشینی و پیچیده‌تر شدن امور، برای موفقیت در بسیاری از زمینه‌ها، بایستی کارشناسان امور مختلف و رشته‌های گوناگون با یکدیگر تبادل اطلاعات کنند. به عبارت دیگر در بسیاری از پروژه‌ها، کارشناسان رشته‌های مختلف که شاید در ظاهر ارتباطی به هم نداشته باشند گرد هم می‌آیند تا برای گرفتن نتایج مطلوب‌تری از پروژه برنامه‌ریزی کنند. یکی از نمونه‌های مهم و مؤثر، همکاری برنامه‌ریزان شهری با کارشناسان علوم اجتماعی بویژه جمعیت‌شناسی است. برنامه‌ریزان شهری برای ساختن شرایط مناسب زندگی برای شهرنشینان نیاز به شناختن خواسته‌ها و نیازهای زندگی شهروندان دارند. آنان با شناخت بهتر شهروندان می‌توانند امکانات بهتر و مفیدتری برای رفع نیازهای شهروندان ارائه کنند.

یکی از موضوعاتی که امروزه اهمیت زیادی پیدا کرده است، سبک زندگی و نحوه مصرف افراد در زندگی روزمره است؛ چراکه سبک زندگی افراد بر بسیاری از جنبه‌های مهم زندگی تأثیر زیادی می‌گذارد. سبک زندگی، بر نوع تفریح کردن افراد، بر نوع روابط افراد و چگونگی گذران زمان زندگی آن‌ها بسیار تأثیر گذار است. سبک زندگی ابعاد مختلفی را در بر می‌گیرد که برخی از آنها شامل تغذیه، ورزش، مراقبت از خود، استفاده از سیگار، الکل و داروهای غیر مجاز، روابط اجتماعی و کنترل استرس است. گذران مفید زمان فراغت می‌تواند در جهت ارتقا و شادابی فرد، خانواده، و جامعه تأثیر مثبت بگذارد همانطور که اگر این اوقات به بطالت بگذرد و یا موجب آسیب‌های فردی و اجتماعی شود، مشکلات عدیده‌ای برای جامعه بوجود می‌آید. همچنین شاخص‌های فراغتی در ایران فعال یا غیر فعال هستند. از سوی دیگر فضاهای فراغتی را می‌توان به دو نوع رسمی و غیر رسمی تقسیم‌بندی نمود و فضاهایی که در ایران برای جوانان در حال رشد است، اغلب به صورت غیر رسمی نمود پیدا می‌کند.



نحوه مصرف افراد تحت تأثیر عوامل مختلفی چون طبقه اجتماعی و اقتصادی و باورهای فرهنگی افراد قرار دارد که از آن به سبک زندگی یاد می‌شود. انسان امروزی چنان به استفاده از اتومبیل، انواع ماشین‌ها، آپارتمان‌نشینی، تلویزیون و انواع رسانه‌ها، غذاهای آماده و بسیار چیزهای دیگر عادت کرده که از تأثیری که این سبک زندگی بر زندگی، احساسات، تفکر و فرهنگش دارد، غافل است. از هم‌پاشیدگی شبکه‌های سنتی، همسایگی، و خوشاوندی و نوسازی شهری، باعث بوجود آمدن سبک جدیدی از زندگی بویژه برای نوجوانان و جوانان شده است. بچه‌هایی که در این فضا رشد می‌کنند، دارای سبک زندگی خاصی می‌شوند که دوست دارند بسیاری از موضوعات را خودشان انتخاب و دنبال کنند. بنابراین با توجه به اهمیت این موضوع می‌توان گفت بررسی سبک زندگی افراد و تأثیری که بر جنبه‌های مختلف زندگی‌شان از جمله اوقات فراغت دارد، بسیار ضروری است. در این پژوهش این اهداف دنبال می‌شود.

- شناخت شاخص‌های سبک زندگی در میان شهروندان مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران
- بررسی نقش عوامل جمعیت‌شناختی در ایجاد سبک زندگی افراد
- بررسی نقش مصرف فرهنگی در شکل‌گیری سبک زندگی افراد
- بررسی نقش اوقات فراغت در شکل‌گیری سبک زندگی افراد
- بررسی تفاوت‌ها و مشابهت‌های سبک زندگی شهروندان مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران

بر طبق اهداف مشخص شده فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل می‌باشد:

- به نظر می‌رسد بین سبک زندگی شهروندان مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران و هر یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی: (۱- جنس، ۲- سن، ۳- تحصیلات، ۴- شغل، ۵- درآمد، ۶- وضعیت مسکن، ۷- وضعیت تاهل، ۸- تعداد افراد خانوار، ۹- محل تولد، ۱۰- قومیت، ۱۱- منطقه محل سکونت و ۱۲- مدت سکونت) رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین سبک زندگی و مصرف فرهنگی شهروندان مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین سبک زندگی و اوقات فراغت شهروندان مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران رابطه وجود دارد.

۲. پیشینه پژوهش

پایان‌نامه‌ای با عنوان «بررسی ارتباط بین رسانه و سبک زندگی» توسط مرجانه خرم‌جاه و با راهنمایی شراره مهدیزاده و مشاوره استاد محسن گودرزی در مقطع کارشناسی ارشد در سال ۱۳۹۰ در دانشگاه الزهراء انجام گرفته است. رسانه‌ها اغلب به عنوان پلی بین زندگی خصوصی و شخصی ما و جهان عمومی عمل می‌کنند. ما خودمان و جایگاهمان در جامعه را از طریق رسانه‌های جمعی می‌بینیم. به همین علت است که اگر می‌خواهیم چگونگی کارکردهای اجتماعی را بفهمیم باید به رسانه‌ها توجه کنیم. تماشای تلویزیون و اجتماعی شدن موضوعی است که بر اساس آن تلویزیون با پخش اطلاعات مربوط به قواعد و اصول رفتار اجتماعی به طور مستقیم رفتار آشکار افراد را که همان سبک زندگی می‌باشد شکل می‌بخشد. بر این اساس تحقیق حاضر به بررسی ارتباط بین رسانه (با تأکید بر تلویزیون و ماهواره) و سبک زندگی یعنی همان رفتارهای تحقق یافته افراد می‌پردازد. این پژوهش با استفاده از روش پیمایش انجام شده و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است. پس از آزمون مقدماتی و نمونه‌گیری متناسب با حجم جمعیت نمونه، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه توسط افراد ۱۵ تا ۶۵ ساله مناطق ۱، ۵ و ۲۰ شهر تهران تکمیل شد.

پایان‌نامه‌ای نیز با عنوان «بررسی میزان سرمایه (اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) و رابطه آن با سبک‌های زندگی جوانان شهر تهران در دانشگاه الزهراء توسط طیبه مهریزی و با راهنمایی استاد سوسن باستانی در مقطع کارشناسی ارشد در سال ۱۳۸۶ انجام پذیرفته است. سبک زندگی، مفهوم نسبتاً جدیدی است که طی دهه‌های اخیر بخش قابل توجهی از مطالعات و پژوهش‌های جامعه‌شناسی را در کشورهای غربی به خود اختصاص داده است. وسعت این توجه تا به آن پایه است که کوکرام، جامعه‌شناس معاصر، بر آن است که پژوهش درباره سبک‌های زندگی می‌رود تا کانون تمرکز جامعه‌شناسی شود. از زمانی که ماکس وبر این مفهوم را در مباحث قشربندی اجتماعی خود برای بیان وضعیت گروه‌های منزلی به کار برد و آن را شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن،



اندیشیدن و نگرش‌های مشخص‌کننده آن گروه‌ها دانست، تاکنون جامعه‌شناسان بسیاری در این باره به ایده‌سازی و طرح مباحث نظری و پژوهش‌های میدانی پرداخته‌اند. بالاخص در دوره جدید که توجه به زندگی روزمره، یکی از کانون‌های توجه جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی شده، تمرکز این بحث خود را بیشتر نمایان کرده است. پژوهش حاضر به منظور شناسایی انواع سبک‌های زندگی جوانان تهرانی و سنجش رابطه میزان سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، با انواع سبک‌های زندگی جوانان است. در واقع، سؤال اصلی تحقیق این است که آیا برخورداری از انواع مختلف سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با شکل‌گیری انواع سبک‌های زندگی جوانان رابطه دارد یا خیر؟ بدین منظور، با بررسی تنوع‌های مختلف در زمینه سبک زندگی و انواع سرمایه‌ها به بیان نظری مسئله پرداخته شده است. با استفاده از روش پیمایش، فرضیات تحقیق مورد آزمون قرار گرفته‌اند.

میشل سوبل^۱ (۱۹۸۱) در کتاب «سبک زندگی و ساختار اجتماعی: مفاهیم، تعاریف و تحلیل‌ها»، ابتدا تلاش کرد تا مفهوم روشنی از سبک زندگی ارائه دهد به عقیده او سبک زندگی «هر شیوه متمایز و بنابراین قابل تشخیص زیستن» است. شرایط بیانگرانه‌ای که از طریق گزینش بین شقوق مختلف بوجود می‌آید، سوبل بر روی رفتارهای قابل مشاهده، نگرشها، ارزشها و جهت‌گیریهای رفتاری برای تحلیل سبک زندگی، کشف یکپارچگی و الگوهای رفتاری در سبک زندگی، تأکید می‌کند. اساس نظریه سوبل بر این اصل است که سبک‌های زندگی از تجارب کنشگران ناشی می‌شود و اینکه تجارب اعضای گروه‌ها بطور گسترده از سوی موقعیت‌های کنشگران در ساختار اجتماعی تعیین می‌شود. نتایج بدست آمده از روشهای تحلیل کمی بکار گرفته شده توسط سوبل، نشان می‌دهد اثرات اقتصادی اجتماعی (متغیرهای مستقل)، خصوصاً درآمد و منزلت، بر روی سبک زندگی بهم تنیده هستند، همچنین اندازه خانواده، ترتیب درآمد خانواده را در تنگنا قرار می‌دهد، و موقعیت اجتماعی با یکپارچگی سبکی پیوسته است. همچنین برخلاف نظریه «رابرت میشل» (۱۹۷۲)، که عملکردهای آموزشی را متغیر مؤثری برای سبک زندگی می‌دانست، نتایج تحقیق سوبل در بررسی اثرات متغیرهای اقتصادی اجتماعی نشان می‌دهد که آموزش در تمایز سبک زندگی، خیلی کم اهمیت دارد.

همچنین درباره اوقات فراغت، استود ولسکا (۲۰۰۶) مطالعه‌ای با عنوان «فرامیتی و اوقات فراغت» روی مهاجرین موقت مکزیکی در ایلات متحده انجام داده است. در این بررسی نشان داده شده است که چگونگی گذراندن اوقات فراغت تحت تأثیر پایگاه خاص خانوادگی و همچنین شبکه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است.

۳. مبانی نظری پژوهش

سبک زندگی^۲

مفهوم سبک زندگی از مفاهیم اجتماعی مهمی است که از دهه ۱۹۲۰ میلادی مطرح و از دهه ۱۹۷۰ وارد ادبیات جامعه‌شناسی شد (رفعت جاه، ۱۳۸۷). یک نقطه شروع خوب در بررسی سبک زندگی، ملاحظه مفهوم قیاسی سبک است. سبک را می‌توان نوعی سنجش و در عین حال نوعی توصیف پنداشت. هر نامی توصیف خاصی دارد (هنری و دیگران، ۱۳۸۰).

در زمینه حاضر، کاربردهای سنجشی و توصیفی سبک، به پدیده‌های توضیحی اشاره دارد. سبک، عنصری مرئی در دنیایی از نمادهاست که از دیگران دعوت می‌شود تا آن را مطالعه کنند (گافمن، ۱۹۷۱). بنابراین سبک زندگی، حداقل، شیوه قابل شناختی از زندگی است. سبک‌های زندگی، صرفاً ابزارهایی برای طبقه‌بندی نیستند، اما همان‌گونه که استفاده سنجشی از واژه سبک نشان می‌دهد، بیانگر نظم سلسله مراتبی یا مجموعه‌ای از ترجیحات هستند. سبک‌های زندگی، به طور خلاصه، ریشه در چیزی دارند که بریک آن را نمادگرایی ظاهر می‌نامد (هنری و دیگران، ۱۳۸۰)، به نقل از بریک، (۱۹۸۴). وفور اقتصادی، شرایطی را پدید آورده بود که تحلیل کنش‌های افراد بر مبنای مفاهیمی نظیر طبقه اجتماعی، بیش از حد ساختارگرایانه به نظر می‌رسید و ظاهراً باید جایی برای تحلیل خلاقانه‌تر کنش - تحلیلی که آزادی بیشتری برای افراد قائل شود - باز می‌شد (فاضلی، ۱۳۸۲).

1- Sobel

2- Lifestyle

مصرف فرهنگی^۳

مصرف امروزه به عنوان یکی از اساسی ترین مفاهیم برای فهم جامعه مدرن بدل شده است؛ بطوری که از زوایای مختلف مورد بحث صاحب نظران قرار گرفته است. اگر چه تلفی اولیه از مصرف، فعالیتی برای رفع نیاز یا عملی اقتصادی بود، اما اندیشمندان قرن بیستم، بیش از همه بر شکل فرهنگی مصرف تأکید کرده، و مصرف فرهنگی را مهمترین مؤلفه جامعه جدید دانسته اند. مصرف فرهنگی، فعالیتی اجتماعی و کرداری روزمره است. به واسطه همین کردارهایی که مصرف فرهنگی می نامیم، فرهنگ تولید یا بارور می شود. مصرف فرهنگی، سبک زندگی ما را شکل می دهد، نیازها و تمایلات ما را سامان می دهد، مواد لازم برای تولید تخیلات و رویاهای ما را فراهم می کند، نشان دهنده تفاوت ها و تمایزات اجتماعی است، و در نهایت، نمایانگر تولیدات ثانویه ما در بکارگیری ابزارهای موجود است (کاملی، ۱۳۸۸، به نقل از استوری، ۱۹۹۹). مصرف فرهنگی و هویت نقش مهمی در سبک زندگی افراد می توانند داشته باشند (Paterson, 2006))

اوقات فراغت^۴

اصطلاح اوقات فراغت از ریشه لاتین *licere* به معنی اجازه دادن و رخصت دادن می آید. انسان برای گذراندن زندگی ناگزیر از کار کردن است و ساعات خسته کننده و یکنواخت کار را به امید اوقات فراغت سپری می کند. در واقع اوقات فراغت، زمان راحتی و فراغت از دل مشغولی هاست. اوقات فراغت را نمی توان مجموعه ای از فعالیت های براحتی قابل شناسایی یا نوعی اختصاص وقت و زمان در زندگی افراد جوان انگاشت. هر فردی، اوقات فراغت را با توجه به درک و شناخت خویش از کار با مزد، وظایف و مسئولیت های درون خانواده، الزامات مدرسه و غیره تعریف می کند (هنری و دیگران، ۱۳۸۰). اوقات فراغت مهم ترین و دلپذیرترین اوقات آحاد بشر و بخشی از ساعات زندگی روزانه انسان هاست که فرد با رضایت خاطر به استراحت، تفریح، توسعه آگاهی ها و مشارکت اجتماعی می پردازد (سنایی، ۱۳۹۲). برای آشنایی با تعاریف عمده ای که از فراغت شده، باید اظهار کرد که سه نگرش و تعریف متمایز در مورد فراغت وجود دارد: در نگرش اول، فراغت بیشتر به معنای زمان آزاد از کار در نظر گرفته می شود و اوقات فراغت را زمانی می دانند که شخص در درجه اول، برای پول کار نمی کند. در یک نگرش دیگر، فراغت به منزله فعالیت در نظر گرفته می شود. فعالیتی که از کار متمایز است و شامل شماری از مشغولیت ها است که فرد به اختیار خود از آنها برای استراحت، سرگرمی، افزودن به دانش خود یا توسعه مهارت هایش سود می گیرد. در نگرش سوم فراغت به منزله حالتی از بودن در نظر گرفته می شود. در این تعریف، فراغت مشتمل بر یک حالت روحی و روانی (فارغ البال بودن) است و نتیجه ساده عوامل خارجی نیست. نتیجه وقت آزاد و تعطیل هم نیست. بلکه در درجه نخست یک نوع طرز فکر و یک حالت روحی (فراغت بال) است (رفعت جاه، ۱۳۸۶). سبک های فراغتی عبارتند از: سبک فرد محور، سبک خانواده محور، سبک دوست محور، سبک درآمد / هزینه محور، سبک لذت محور، سبک دانش محور، سبک مکان محور، سبک اعتقاد محور.

۴. روش تحقیق

با توجه به وجه توصیفی، گستردگی جامعه آماری و ضرورت تعمیم پذیری داده ها در این تحقیق از روش پیمایش استفاده شده است. با توجه به تعاریف مختلف از روش پیمایشی، دو ویژگی اساسی آن عبارت است از: نخست، وجود ابزار استاندارد برای گردآوری داده ها که اصلی ترین آنها پرسشنامه است. دوم، استنباط نمونه ای تا قابلیت تعمیم آماری نتایج از نمونه ای کوچک به جامعه آماری فراهم آید. بنابراین با توجه به ماهیت انتخابی موضوع که مطالعه تطبیقی سبک زندگی شهروندان تهرانی می باشد به نظر می رسد روش پیمایش (که کاربرد آن در زمینه موضوعاتی است در زمان حال صورت می گیرد)

³ - Cultural Consumption

⁴ - Leisure

متناسب‌ترین روش باشد که با بهره‌گیری از این روش می‌توان نتایج داده‌ها را در صورت دارا بودن اعتبار و پایایی به محدوده وسیع‌تری تعمیم داد. جامعه آماری (جامعه هدف) در این تحقیق، شهروندان ساکن در مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران می‌باشد که بر اساس آخرین آمار جمعیتی سال ۱۳۸۸ منطقه ۱۹ دارای ۲۴۹ هزار ساکن و منطقه ۲ دارای ۶۴۵ هزار ساکن بوده است. در تحقیق حاضر نیز برآورد حجم نمونه در بین افراد جامعه آماری از طریق فرمول عمومی کوکران مورد محاسبه قرار گرفته است.

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{N.d^2 + t^2.p.q} = \frac{N \times (1/96)^2 \times (0/5) \times (0/5)}{N \times (d)^2 + (1/96)^2 \times (0/5) \times (0/5)}$$

N: ۶۴۵۰۰۰ (جامعه آماری منطقه ۲)

n : ۳۸۴ (حجم نمونه)

N: ۲۴۹۷۸۶ (جامعه آماری منطقه ۱۹)

n : ۳۸۴ (حجم نمونه)

N: ۹۲۵۰۰۰ (مجموع مناطق ۱۹ و ۲)

n : ۳۸۴ (حجم نمونه)

بر اساس جدول کرجسی و مورگان نیز میزان حجم نمونه با توجه به حجم بالای جامعه آماری نیز برابر با ۳۸۴ نمونه می‌باشد که به دلیل گستردگی جمعیت آماری و محدودیت‌های جمع‌آوری اطلاعات، میزان حجم نمونه برای هر منطقه ۱۵۰ نفر مشخص گردید. همچنین شیوه نمونه‌گیری با توجه به پراکنندگی جمعیت آماری و نبود فهرست اعضای جامعه آماری (چهارچوب نمونه‌گیری) در این مطالعه از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده گردید تا واریانس حجم نمونه متناسب و به لحاظ ویژگی‌های نمونه آماری در هر دو منطقه ۱۹ و ۲، معرف و نمایا باشد. در این پژوهش، ابزار سنجش و اندازه‌گیری صفات و ویژگی‌های مورد نظر، پرسشنامه است که به روش مصاحبه از واحدهای نمونه که در طراحی سئوالات اغلب از طیف لیکرت استفاده شده است. ابزار سنجش و اندازه‌گیری صفات و ویژگی‌های مورد نظر پرسشنامه نسبتاً بسته با شیوه اجرای متمرکز مستقیم خواهد بود تا جمعیت نمونه انتخاب شده (ساکنان مناطق ۱۹ و ۲ شهر تهران) بدون دخالت متغیری مزاحم همه در یک موقعیت یکسان پرسشنامه را تکمیل و تحویل نمایند.

در این تحقیق، سنجش میزان اعتبار ابزار اندازه‌گیری از طریق روش اعتبار محتوا (اعتبار صوری) انجام گرفته است. بدین معنی که در این روش، پرسشنامه پس از تدوین اولیه طرح و با تئوری چند از کارشناسان و محققان موضوعی در میان گذاشته شد و سپس پس از بازخورد و اعمال نظرات آنان در پرسشنامه و جرح و اصلاح آن، قابلیت اعتبار پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفت.

همچنین، در این تحقیق برای سنجش میزان اعتماد و پایایی ابزار اندازه‌گیری (که بر تکرارپذیری و تعمیم‌پذیری پرسشنامه و این نکته صخه می‌گذارد که آیا چنانچه پرسشنامه در شرایط مشابه تکرار شود، نتایج مشابهی به دست خواهد داد یا خیر) از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. در این روش، به سنجش میزان هم‌سازی گویه‌ها در راستای بررسی مقیاس یا شاخص مورد نظر پرداخته شده است. بدین طریق که ابتدا ۳۰ پرسشنامه جهت پیش‌آزمون انتخاب شده و پرسشنامه اولیه تحقیق در میان آن‌ها تکمیل شد. در ادامه، پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌های تکمیل شده در این مرحله، میزان آلفای کرونباخ مقیاس‌ها و شاخص‌های پرسشنامه محاسبه و سپس بعد از اصلاح پرسشنامه (حذف گویه‌های زائد و اضافه کردن گویه‌های لازم)، پرسشنامه نهایی تحقیق تهیه که در میان نمونه آماری منتخب از جامعه آماری تکمیل خواهد شد.

جدول ۱- مقدار آلفای کروناخ متغیرهای تحقیق

متغیر	آلفای کروناخ
مصرف فرهنگی	۰.۶۴۲
سبک زندگی	۰.۶۱۷
اوقات فراغت	۰.۷۳۶

۵. یافته‌های پژوهش

طبق داده‌های حاصله؛ ۶۹ درصد نمونه آماری زن و ۳۱ درصد آن مرد می‌باشند. جامعه آماری این پژوهش کلیه ساکنان مناطق ۲ و ۱۹ شهر تهران می‌باشد. با توجه به شاخص‌های مرکزی، میانگین سن افراد نمونه آماری حدود ۳۸ سال و میانه سن آنها نیز ۳۲ است. از نظر شاخص‌های پراکنندگی نیز انحراف معیار سن افراد ۵ می‌باشد. بر اساس جدول فوق میزان فراوانی‌های بدست آمده نشان می‌دهد که ۲۲ درصد از نمونه آماری بین ۱۷ تا ۲۷ سال دارند. ۴۵ درصد بین ۲۸ تا ۳۸ سال، ۲۱ درصد نیز بین ۳۹ تا ۴۹ سال و ۱۲ درصد نیز از ۴۹ سال بالاتر هستند. بررسی این متغیر در بین نمونه آماری نشان می‌دهد که ۷ درصد بی‌سواد، ۲۵ درصد زیر دیپلم، ۳۶ درصد دیپلم و فوق دیپلم، ۲۷ درصد در مقطع کارشناسی، ۴ درصد کارشناسی ارشد و ۱ درصد نیز در مقطع دکتری مشغول به تحصیل هستند. نتایج حاصله از سنجش متغیر شغل در بین پاسخگویان، بیانگر آن است که ۲۵ درصد خانه دار، ۱۲ درصد خانه دار، ۳۸ درصد دانشجو و محصل، ۸ درصد کارمند، ۱۰ درصد کارگر و ۵ فرهنگی و ۲ درصد نیز سایر مشاغل می‌باشند. داده‌های بدست آمده از بررسی وضعیت تأهل افراد نشان می‌دهد که ۵۷ درصد از افراد هرگز ازدواج نکرده، ۴۰ درصد همسر دار، ۲ درصد بدون همسر بر اثر فوت و ۱ درصد نیز بدون همسر بر اثر طلاق می‌باشند. نتایج حاصله نشان می‌دهد که بیشترین درصد فراوانی ۳۲ درصد افراد دارای خانواده‌ای با تعداد ۴ نفر می‌باشند. همچنین ۲۱ درصد افراد خانواده‌ای با تعداد ۳ و ۵ نفره می‌باشد. داده‌های حاصل از بررسی وضعیت مسکن افراد نشان می‌دهد که ۳۳ درصد ملکی عرصه و اعیان، ۳۶ درصد ملکی اعیان، ۲۹ درصد اجاره ای و ۲ درصد نیز در برابر خدمت می‌باشد. همانطور که نتایج بدست آمده نشان می‌دهد محل تولد ۶۳ درصد افراد شهر تهران و ۳ درصد افراد نیز شهرستان‌های استان تهران می‌باشند. همچنین محل تولد ۲۶ درصد افراد شهرستان و ۸ درصد نیز روستا بوده است. طبق داده‌های حاصله از بررسی قومیت پاسخگویان، ۴۳ درصد فارس و ۱۹ درصد آذری بیشترین میزان درصد فراوانی را دارا می‌باشند. همچنین سپس به ترتیب فراوانی و درصد شمالی ۱۲ درصد، لری ۱۰ درصد و کردی و جنوبی نیز هر کدام با میزان ۸ درصد فراوانی در رتبه‌های بعد قرار دارند. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد درآمد ۴۴ درصد افراد (کمتر از ۵۰۰ هزار تومان)، ۳۹ درصد (۵۰۱ تا ۹۰۰ هزار تومان)، ۱۳ درصد (۹۰۱ تا ۱۲۰۰۰۰۰ هزار تومان) و ۴ درصد نیز (بالاتر از ۱۲۰۰۰۰۰ هزار تومان) می‌باشد. همانطور که داده‌ها نشان می‌دهد مدت سکونت افراد در منطقه فعلی بر حسب بیشترین میزان درصد فراوانی بدین ترتیب می‌باشد: ۳۴ درصد (۱۱ تا ۱۵ سال)، ۳۰ درصد (۱۶ تا ۲۰ سال)، ۱۶ درصد (۶ تا ۱۰ سال)، ۱۳ درصد (بیشتر از ۲۰ سال) و ۷ درصد نیز کمتر از ۵ سال.

نتایج بدست آمده (جدول ۲) از بررسی متغیر مصرف فرهنگی نشان می‌دهد میزان مصرف تظاهری در منطقه ۲ (۷۱ درصد) و در منطقه ۱۹ (۵۸ درصد) و همچنین میزان مصرف غیر تظاهری در منطقه ۲ (۲۹ درصد) و در منطقه ۱۹ (۴۲ درصد) می‌باشد.

جدول شماره ۲ - توزیع فراوانی و درصدی جامعه مورد مطالعه بر حسب نوع مصرف فرهنگی به تفکیک منطقه محل سکونت

جمع	منطقه ۱۹		منطقه ۲		مصرف فرهنگی
	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	
۱۹۳	۵۸	۸۷	۷۱	۱۰۶	تظاهری
۱۰۷	۴۲	۶۳	۲۹	۴۴	غیر تظاهری
۳۰۰	۱۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۵۰	جمع

منبع: یافته‌های نگارنده

داده‌های حاصله (جدول ۳) از بررسی نحوه گذران اوقات فراغت افراد حاکی از آن است که بیشترین میزان درصد فراوانی در منطقه ۲ (۲۹ درصد) و منطقه ۱۹ (۴۳ درصد) برای شرکت در کانون‌های فرهنگی و همچنین کمترین میزان درصد فراوانی در منطقه ۲ (۹ درصد) و منطقه ۱۹ (۸ درصد) برای مطالعه کتاب، روزنامه، مجله و ... می‌باشد.

جدول شماره ۳ - توزیع فراوانی و درصدی جامعه مورد مطالعه بر حسب نحوه گذران اوقات فراغت

جمع	منطقه ۱۹		منطقه ۲		نحوه گذران اوقات فراغت
	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	
۲۵	۸	۱۲	۹	۱۳	مطالعه (کتاب، روزنامه، مجله و...)
۶۰	۱۵	۲۳	۲۵	۳۷	گردش در مراکز خرید و خرید کردن
۵۲	۹	۱۳	۲۶	۳۹	اینترنت (وب گردی و چت)
۱۰۹	۴۳	۶۴	۲۹	۴۵	شرکت در کانون‌های فرهنگی
۵۴	۲۵	۳۸	۱۱	۱۶	ورزش
۳۰۰	۱۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۵۰	جمع

منبع: یافته‌های نگارنده

نتایج بدست آمده (جدول ۴) از بررسی انواع گذران اوقات فراغت در بین پاسخگویان نشان می‌دهد که بیشترین میزان درصد فراوانی در منطقه ۲ (۱۹ درصد) سبک خانواده محور و منطقه ۱۹ (۲۴ درصد) سبک درآمد/هزینه محور و همچنین کمترین میزان درصد فراوانی در منطقه ۲ (۰.۴ درصد) سبک اعتقاد محور و منطقه ۱۹ (۰.۵ درصد) سبک فرد محور می‌باشد.

جدول شماره ۴ - توزیع فراوانی و درصدی جامعه مورد مطالعه بر حسب نوع گذران اوقات فراغت به تفکیک منطقه محل سکونت

جمع	منطقه ۱۹		منطقه ۲		انواع گذران اوقات فراغت
	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	
۶۸	۱۲	۱۸	۱۱	۱۶	سبک دوست محور
۳۲	۷	۱۱	۱۴	۲۱	سبک لذت محور
۴۵	۱۴	۲۱	۱۶	۲۴	سبک مکان محور
۶۲	۲۲	۳۳	۱۹	۲۹	سبک خانواده محور
۶۳	۲۴	۳۶	۱۸	۲۷	سبک درآمد / هزینه محور
۲۲	۵	۷	۱۰	۱۵	سبک فرد محور
۲۰	۹	۱۴	۴	۶	سبک اعتقاد محور
۲۲	۷	۱۰	۸	۱۲	سبک دانش محور
۳۰۰	۱۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۵۰	جمع

منبع: یافته‌های نگارنده

در بررسی (جدول ۵) سبک زندگی افراد این نتایج بدست آمد: سبک زندگی تشخیص گرا در منطقه ۲ (۶۹ درصد) و در منطقه ۱۹ (۵۸ درصد) و همچنین سبک زندگی صرفه گرا در منطقه ۲ (۳۱ درصد) و در منطقه ۱۹ (۴۲ درصد) می‌باشد.

جدول شماره ۵ - توزیع فراوانی و درصدی جامعه مورد مطالعه بر حسب سبک زندگی به تفکیک منطقه محل سکونت

جمع	منطقه ۱۹		منطقه ۲		سبک زندگی
	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	درصد معتبر Valid percent	فراوانی مطلق Frequency	
۱۹۳	۵۸	۸۷	۶۹	۱۰۳	تشخیص گرا
۱۰۷	۴۲	۶۳	۳۱	۴۷	صرفه گرا
۳۰۰	۱۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۵۰	جمع

منبع: یافته‌های نگارنده

جدول شماره ۶ میزان روابط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته را با استفاده از آزمون آماری خی دو و ضرایب وابسته نشان می‌دهد. بررسی رابطه متغیر «جنسیت» به عنوان متغیر مستقل با سبک زندگی به عنوان متغیر وابسته گویای وجود رابطه معنی دار در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد است. میزان همبستگی این دو

متغیر $\Phi = 0.62$ می باشد که نشانگر همبستگی قوی و مستقیمی است. بدین معنا که میان جنسیت افراد و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد. از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵٪ درصد معنادار است قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز داراست. از دیگر متغیرهای مستقل جمعیت شناختی که رابطه آن با سبک زندگی در نظر گرفته شد " سن افراد " است. میزان همبستگی این دو متغیر $V = 0.66$ است که نتایج حاصله نشان می دهد با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطا است لذا فرض صفر رد می شود. به عبارتی دیگر در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد می توان گفت که داده های نمونه دلالت کافی برای تأیید فرض صفر را ندارد و بنابراین با ۹۵٪ درصد اطمینان می توان گفت بین متغیر سن و سبک زندگی رابطه وجود دارد. سومین متغیر مستقل تحصیلات می باشد که در رابطه با متغیر سبک زندگی نشان می دهد که با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطا است لذا فرض صفر رد می شود. به عبارتی دیگر در سطح اطمینان ۹۵٪ درصد می توان گفت که داده های نمونه دلالت کافی برای تأیید فرض صفر را ندارد و بنابراین با ۹۵٪ درصد اطمینان می توان گفت بین متغیر تحصیلات و سبک زندگی رابطه وجود دارد. میزان همبستگی این دو متغیر $V = 0.58$ می باشد.

فرضیه دیگری که با استفاده از آزمون آماری خی دو و ضریب V کرامر مورد بررسی قرار گرفت بررسی رابطه بین متغیر شغل و سبک زندگی می باشد که نتایج نشان می دهد با خطایی کمتر از ۱٪ درصد رابطه وجود دارد. مقدار شدت همبستگی این دو متغیر $V = 0.53$ بیانگر همبستگی نسبتاً قوی می باشد.

بررسی رابطه متغیر وضعیت زناشویی و سبک زندگی نشان می دهد بین این دو متغیر رابطه معنی داری هست و ضریب همبستگی آن $V = 0.47$ نشان دهنده رابطه ای با شدت متوسط می باشد.

متغیر تعداد افراد خانواده در رابطه با سبک زندگی نشان دهنده رابطه معنادار با شدت همبستگی $V = 0.38$ می باشد که حاکی از همبستگی متوسط بین این دو متغیر است.

فرضیه دیگر بررسی رابطه متغیر نحوه تصرف واحد مسکونی و سبک زندگی می باشد که نشان از وجود رابطه معنی داری بین این دو متغیر با ضریب همبستگی $V = 0.41$ است که نشان دهنده رابطه ای با شدت متوسط می باشد.

اما بررسی رابطه متغیر محل تولد و سبک زندگی نشان می دهد بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد که ضریب همبستگی آن $V = 0.62$ نشان دهنده رابطه ای قوی بین این دو متغیر می باشد.

همچنین متغیر قومیت در رابطه با سبک زندگی نشان دهنده رابطه معنادار با شدت همبستگی $V = 0.45$ می باشد که حاکی از همبستگی متوسط بین این دو متغیر است.

دهمین متغیر مستقل درآمد می باشد که در رابطه با متغیر سبک زندگی نشان می دهد که با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطا است لذا فرض صفر رد می شود. به عبارتی دیگر در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که داده های نمونه دلالت کافی برای تأیید فرض صفر را ندارد و بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت بین متغیر تحصیلات و سبک زندگی رابطه وجود دارد. میزان همبستگی این دو متغیر $V = 0.72$ می باشد.

همچنین فرضیه دیگر بررسی رابطه منطقه سکونت فعلی و سبک زندگی می باشد که نشان از وجود رابطه معنی داری بین این دو متغیر با ضریب همبستگی $\Phi = 0.67$ است که نشان دهنده رابطه ای با شدت قوی می باشد.

اما بررسی رابطه متغیر مدت سکونت در منطقه فعلی و سبک زندگی نشان می دهد بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد که ضریب همبستگی آن $V = 0.33$ نشان دهنده رابطه ای متوسط بین این دو متغیر می باشد.

جدول شماره ۶- بررسی روابط بین متغیرهای مستقل (جمعیت شناختی) و متغیر وابسته (سبک زندگی)

ردیف	متغیرهای مستقل		نتیجه
	متغیر وابسته	سبک زندگی	
۱	جنسیت	Sig (سطح معناداری)	بیانگر رابطه قوی میان دو متغیر
		ضریب همبستگی فی Phi	
۲	سن	Sig (سطح معناداری)	وجود رابطه قوی میان دو متغیر
		ضریب همبستگی V کرامر	
۳	تحصیلات	Sig (سطح معناداری)	بیانگر رابطه نسبتاً قوی میان دو متغیر
		ضریب همبستگی V کرامر	
۴	شغل	Sig (سطح معناداری)	رابطه نسبتاً قوی میان دو متغیر وجود دارد
		ضریب همبستگی V کرامر	
۵	وضعیت زناشویی	Sig (سطح معناداری)	بیانگر رابطه متوسط میان دو متغیر
		ضریب همبستگی V کرامر	
۶	تعداد افراد خانواده	Sig (سطح معناداری)	رابطه متوسط میان دو متغیر وجود دارد
		ضریب همبستگی V کرامر	
۷	نحوه تصرف واحد مسکونی	Sig (سطح معناداری)	وجود رابطه متوسط میان دو متغیر
		ضریب همبستگی V کرامر	
۸	محل تولد	Sig (سطح معناداری)	بیانگر رابطه قوی میان دو متغیر
		ضریب همبستگی V کرامر	
۹	قومیت	Sig (سطح معناداری)	رابطه متوسط میان دو متغیر وجود دارد
		ضریب همبستگی V کرامر	
۱۰	درآمد	Sig (سطح معناداری)	بیانگر وجود رابطه بسیار قوی میان دو متغیر
		ضریب همبستگی V کرامر	
۱۱	منطقه سکونت فعلی	Sig (سطح معناداری)	وجود رابطه قوی میان دو متغیر
		ضریب همبستگی فی Phi	

بیانگر رابطه متوسط میان دو متغیر	۰.۰۰۰	Sig (سطح معناداری)	مدت سکونت در منطقه فعلی	۱۲
	۰.۳۳	ضریب همبستگی V کرامر		

بررسی رابطه متغیر «مصرف فرهنگی» به عنوان متغیر مستقل با سبک زندگی به عنوان متغیر وابسته گویای وجود رابطه معنی دار در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. میزان همبستگی این دو متغیر $\Phi = 0/68$ می باشد که نشانگر همبستگی قوی و مستقیمی است. بدین معنا که میان مصرف فرهنگی افراد و سبک زندگی آنها رابطه وجود دارد. از آنجایی که این رابطه در سطح معناداری ۹۵ درصد معنادار است قابلیت تعمیم به جمعیت آماری را نیز داراست. اما بررسی رابطه متغیر نحوه گذران اوقات فراغت با سبک زندگی نشان می دهد بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد که ضریب همبستگی آن $V = 0/57$ نشان دهنده رابطه ای با شدت متوسط رو به قوی بین این دو متغیر می باشد. همچنین بررسی انواع گذران اوقات فراغت در رابطه با سبک زندگی نشان دهنده رابطه معنادار با شدت همبستگی $V = 0/53$ می باشد که حاکی از همبستگی متوسط بین این دو متغیر است.

جدول شماره ۷- روابط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

سبک زندگی	متغیر وابسته	
	متغیرهای مستقل	متغیر وابسته
۰.۰۰۰	Sig (سطح معناداری)	مصرف فرهنگی
	ضریب همبستگی فی Phi	
۰.۶۸	Sig (سطح معناداری)	نحوه گذران اوقات فراغت
	ضریب همبستگی V کرامر	
۰.۰۰۰	Sig (سطح معناداری)	انواع گذران اوقات فراغت
	ضریب همبستگی V کرامر	

منبع: یافته های نگارنده

۶. نتیجه گیری و پیشنهادها

بر اساس نظریه های بحث شده بویژه دیدگاه پیر بوردیو، جهت سنجش سبک زندگی شهروندان مناطق ۱۹ و ۲ شهر تهران، مفهوم مصرف فرهنگی، اوقات فراغت و متغیرهای جمعیت شناختی را انتخاب و بر اساس آن فرضیه های پژوهش تعیین و مورد بررسی قرار گرفت. اگرچه تحقیقات گذشته به صورت دقیق شبیه پژوهش حاضر نبوده اما از مؤلفه های آن در سؤالات استفاده شده است که می بینیم نتایج مشابهی را نشان می دهد. بنابراین همانطور که از نتایج فوق می توان فهمید سبک زندگی شهروندان تهرانی نه تنها با متغیرها و عوامل جمعیت شناختی رابطه معناداری دارد، بلکه آزمون فرضیات پژوهش بیانگر آن است که طبق نظریه بوردیو، نقش مفاهیم مصرف فرهنگی، اوقات فراغت و بخصوص مفهوم تمایز که تعیین کننده نحوه سبک زندگی افراد می باشد، در این پژوهش نیز مورد تأیید و تأکید قرار می گیرد.

همانطور که در نتایج بدست آمده از بررسی سبک زندگی شهروندان تهرانی بیان شد، سبک زندگی شهروندان منطقه ۲ نسبت به شهروندان منطقه ۱۹ بیشتر تشخیص گرا و همچنین به لحاظ مصرف فرهنگی نیز بیشتر تظاهرگرا می‌باشند. علاوه بر شرایط اقتصادی و اجتماعی این دو منطقه و سطح طبقاتی آنها، شاید آن دلیلی که در حوزه مطالعات شهر و بویژه برنامه ریزی شهری قابل مطالعه می‌باشد تعداد بیشتر مراکز بزرگ خرید، پاساژها و فروشگاه‌های بزرگ و کوچک و زنجیره‌ای در منطقه ۲ نسبت به منطقه ۱۹ می‌باشد که به واسطه مجاورت شهروندان منطقه ۲ در میان این مراکز و پرسه زنی در آنها به بخشی از زندگی روزمره این شهروندان تبدیل شده است که در نهایت سبب شکل‌گیری سبک زندگی تشخیص گرا و تظاهری نسبت به شهروندان منطقه ۱۹ شده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود مراکز خرید و ارائه محصولات فرهنگی و همچنین مکان‌های گذران اوقات فراغت در این دو منطقه مورد باز توزیع و تجدید نظر و کاربری قرار گیرد تا شهروندان تهرانی در بکارگیری فضاهای شهری از قدرت انتخاب و گزینش عقلانی بیشتری برخوردار باشند و بتوانند سبک زندگی شان را مبتنی بر عقاید و ارزش‌های خود سازماندهی و هدایت کنند.

با توجه به نتایج بدست آمده از پژوهش حاضر که حاکی از بالا بودن میزان سبک زندگی تظاهری، مصرف تشخیص گرا و همچنین پایین بودن میزان مطالعه در بین شهروندان مناطق ۱۹ و ۲ شهر تهران، پیشنهاد می‌شود برای پیشگیری از گسترش و افزایش سبک زندگی مصرفی و غیر عقلانی، برنامه‌ها و اقدامات لازم جهت گسترش فرهنگ مطالعه در بین شهروندان ساکن در شهر تهران صورت پذیرد.

همچنین از نتایج تحقیق پیش‌رو بدست آمد که در نحوه و نوع گذران اوقات فراغت، میزان انتخاب سبک اعتقاد محور در بین شهروندان تهرانی نسبت به سایر سبک‌های فراغتی پایین تر و سبک‌های فرد محور و لذت محور بویژه در منطقه ۲ تهران بالاتر می‌باشد. بنابراین به نظر می‌رسد علاوه و ساماندهی فضاهای شهری جهت خرید و فراغت شهروندان، در خصوص نوع و نحوه گذران اوقات فراغت اقدامات و برنامه‌های فرهنگی و آموزشی لازم جهت پیشگیری از سست شدن اعتقادات و باورها در میان جوانان و جلوگیری از گسترش فردگرایی در بین خانواده‌های تهرانی پیشنهاد می‌شود.

بررسی برنامه فراغتی هر کدام از سبکها با توجه به میزان زمان مصرفی، هزینه، شکل گذراندن از لحاظ تعداد افراد شرکت کننده، نوع رابطه بین آنها، وجوه کارکردی - مصرفی فراغت و همچنین الگوهای زیبایی‌شناسانه فراغت و سبک زندگی نیز می‌تواند مورد پژوهش قرار گیرد. همچنین مطالعه الگوهای سبک زندگی با توجه به طبقه، که مؤلفه مهم آن منزلت شغلی است می‌تواند دستاوردهای پژوهشی در چارچوب قشربندی جامعه امروز ایران داشته باشد.

مطالعه‌ی این موضوع می‌تواند هم چنان با گذشت زمان و ایجاد تغییرات در زندگی شهری، به عنوان مبنای تحقیقات جمعیت‌شناسی و جامعه‌شناسی شهری ادامه یابد و راه را برای انجام پژوهش‌های کاربردی باز گذارد.

مراجع

- امید تاش، ع.، (۱۳۸۳)، «فوق برنامه اوقات فراغت با تاکید بر فعالیت‌های ورزشی»، المپیک، سال ۱۲، ش ۲، تابستان.
- امیدخدا، م.، سپهر، ف.، (۱۳۸۸)، «بررسی موضوعات مورد علاقه اعضای جوان کتابخانه‌های عمومی شهر تهران جهت مطالعه در اوقات فراغت»، فصلنامه تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، شماره ۵۸.
- بوردیو، پ.، (۱۳۸۶)، «نظریه کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی»، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار.
- رفعت‌جاه، م.، (۱۳۸۶)، «جنسیت و اوقات فراغت در عرصه‌های زندگی شهری»، فصلنامه انسان‌شناسی، شماره ۲.
- ربانی ر.، رشیدی، ح.، (۱۳۸۸)، «اوقات فراغت و هویت اجتماعی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۸.
- فاضلی، م.، (۱۳۸۲)، «مصرف و سبک زندگی»، قم: صبح صادق، چاپ اول.
- کاظمی، ع.، (۱۳۸۸)، «پرسه زنی و زندگی روزمره»، تهران: آشیان، چاپ اول.
- سنایی، ن.، (۱۳۹۲)، «هندسه مفهومی اوقات فراغت با رویکرد جامعه‌شناختی، روان‌شناختی، اخلاقی»، دوفصلنامه معرفت اخلاقی، سال چهارم، شماره اول، ص ۹۲-۱۱۱.

شارع پور، م. و دیگران (۱۳۸۹)، «تحلیل جنسیتی تصادف با تاکید بر مفهوم سبک زندگی سالم»، پژوهش زنان، دوره ۸، ش ۲



میرزایی، ح.، امینی، س. (۱۳۸۵)، «تحلیل محتوای پیام‌های بازرگانی تلویزیونی با تأکید بر طبقه اجتماعی و سبک زندگی»، فصلنامه انجمن ایرانی و مطالعات فرهنگی و ارتباطات ش ۶.

هنری، ل. و دیگران (۱۳۸۰)، «اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان»، ترجمه مرتضی ملانظر و فرامرز ککولی دزفولی، سازمان ملی جوانان، تهران، نسل سوم.

Goffman, E (1971)., The presentation of self in Everyday life, Harmondsworth.

Stodolska, M. Liven good, J (2006)., "The Influence of religion on the leisure Behavior of Immigrant Muslims in the United States". Journal of leisure research, vol.38, ISSUE, P.293-320.

Sobel, Michael. (1981)., "Lifestyle and social structure : Concepts, Definition, and Analysis" Academic press. Internet

Paterson, Mark (2006)., Consumption and everyday life, London: Routledge