بررسی تأثیر مؤلفه‌های سبک زندگی بر نگرش دختران مجرد درباب ازدواج

(مطالعهٔ شاغلان دانشگاه علوم‌پزشکی شیراز)

زینب کاوه‌فیروز،* اعظم صارم**

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف بررسی نگرش دختران مجرد به ازدواج، با تأکید بر سبک زندگی آنها، در بین شاغلان دانشگاه علوم‌پزشکی شیراز انجام شده‌است. ابتدا، به بررسی نظریه‌های موجود در حوزهٔ سبک زندگی و ازدواج و سپس، به تدوین چارچوب نظری با تلفیق نظریه‌های مناسب و منطبق با هدف تحقیق پرداخته شده‌است. در حوزهٔ سبک زندگی، از نظریات وبر، بوردیو، گیدنز و در حوزهٔ ازدواج از نظریهٔ مدرنیزاسیون بهره جسته شده‌است. سپس، با استفاده از تکنیک‌های آماری و چارچوب نظری تحقیق، تأثیرپذیری نگرش نمونه به ازدواج، با چهار مؤلفهٔ ارتباطات اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، مدیریت بدن و مصرف فرهنگی، که به‌نظر می‌رسید بر متغیر وابستهٔ تحقیق اثرگذار باشند، سنجیده شده است. جامعهٔ آماری تحقیق، دختران مجرد شاغل در دانشگاه علوم‌پزشکی شیراز هستند، حجم نمونه ۳۴۵ نفر است و داده‌ها به روش پیمایش و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه جمع‌آوری شده است.

یافته‌های پژوهش نشان داد که درصد درخور توجهی از افراد نمونهٔ تحقیق (۳۹/۱ درصد) به ازدواج نگرش منفی داشته‌اند. همهٔ مؤلفه‌های سبک زندگی بر نگرش به ازدواج اثرگذار بوده‌اند. مصرف فرهنگی با ضریب بتای ۰/۶۱۰ مهم‌ترین متغیر اثرگذار بر نگرش دختران به ازدواج بوده و از بین مؤلفه‌های اثرگذار بر نگرش به ازدواج، ارتباطات اجتماعی یگانه مؤلفه‌ای است که از سه مؤلفهٔ دیگر سبک زندگی (پایگاه اقتصادی- اجتماعی، مصرف فرهنگی و مدیریت بدن) اثر می‌پذیرد و به‌صورت بلافصل با ضریب بتای ۰/۵۵۳ بر نگرش به ازدواج اثرگذار است.

کلیدواژه‌ها: ارتباطات اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، مدیریت بدن، مصرف فرهنگی.

* استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسئول) z.kavehfirouz@gmail.com

** کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه خوارزمی a.sarem90@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۵/۲/۲۲ تاریخ پذیرش: ۹۵/۹/۱۴

مسائل اجتماعی ایران، سال هشتم، شمارهٔ ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۶، صص ۷۳- ۹۵

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

مقدمه و بیان مسئله

در طول چند دههٔ اخیر، ایران تحولات اجتماعی شگرفی به خود دیده که آثار چشمگیری در عرصه‌های مختلف زندگی ـ ازجمله خانواده و ازدواج ـ گذاشته‌است. باوجود تغییر و تحولاتی که در الگوهای ازدواج صورت گرفته، همچنان ازدواج مهم‌ترین عامل کسب هویت و منزلت اجتماعی زنان است و فشار برای ازدواج در جامعهٔ ما همچنان باقی است. روندهای موجود نیز مؤید آن است که علی‌رغم تغییرات فرهنگی جامعهٔ ایران، فشارهای اجتماعی برای ازدواج از عمومیت بالایی نزد زنان برخوردار است. در جامعهٔ ایران، در سطح کلان، نگرش مثبتی به خانواده و ازدواج وجود دارد، بااین‌حال، شواهدی مبتنی بر افزایش امتناع و انصراف از ازدواج در بین دختران مجرد دیده می‌شود؛ تاآنجاکه روند افزایشی تجرد قطعی زنان از ۲/۱ درصد در سال ۱۳۷۵، به ۸ درصد در سال ۱۳۹۰رسیده است. عده‌ای نیز ازدواج خود را به تأخیر می‌اندازند؛ به‌طوری‌که میانگین سن ازدواج دختران در سال ۱۳۷۵، ۲۲/۴ سال بوده که این‌رقم در سال ۱۳۹۰ به ۲۳/۴ سال رسیده است (خلج‌آبادی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۹).

کمرنگ‌شدن ازدواج، به‌ویژه در میان دختران مجرد، مشکلات زیادی برای آنها و جامعه به‌همراه دارد؛ به‌ویژه در جامعهٔ ما، که تجرد و طلاق، درعین‌حال که وجود دارد، ناپسند است و اغلب مجردان تحت فشار هستند. از بعد روان‌شناختی، زنانی که در سن بالا هستند و ازدواج نکرده‌اند، دچار استرس زیادی می‌شوند. زنان مجرد به‌مراتب بیشتر از زنان متأهل درگیر اختلالات عصبی هستند (حیدری و همکاران، ۱۳۸۳: ۸۷). از بعد جمعیت‌شناختی، با توجه به اینکه یکی از کارکردهای ازدواج، فرزندآوری است، اختلال در ازدواج باعث عدم تعادل در ساختار جمعیتی می‌شود و می‌تواند یکی از عوامل اثرگذار بر کاهش باروری باشد؛ چراکه با بالارفتن میانگین سن ازدواج، تعداد زیادی از زنان مستعد باروری، باروری کمتری خواهند داشت یا از دایرهٔ باروری خارج می‌شوند. ازمنظر جامعه‌شناختی نیز نگرش منفی به ازدواج باعث می‌شود که جوانان به‌جای پای‌بندی به ارزش‌های ازدواج، به روابط جنسی خارج از چارچوب ازدواج دامن بزنند که می‌تواند برای شخص و برای جامعه پرمخاطره باشد.

ازطرف دیگر، در ایران روابط جنسی فقط در محدوده ازدواج مجاز است و روابط خارج از آن با مجازات سنگین روبه‌رو می‌شود. نکته درخور توجه اینکه معیارهای دوگانه‌ای در این‌زمینه وجود دارد، یعنی برای این‌گونه روابط، زنان نسبت به مردان تاوان بیشتری، هم از جانب خانواده و هم از سوی اجتماع، خواهند پرداخت، بنابراین، آسیب بیشتری متوجه زنان است. در ایران، این‌گونه روابط به‌شکل‌های مختلفی ظهورکرده و افراطی‌ترین شکل آن پدیده‌ای به‌نام هم‌خانگی[1]است که طی آن دو جنس مخالف بدون ازدواج زیر یک سقف زندگی می‌کنند.

[1] Cohabitation

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

هرچند ممکن است در برخی جوامع غربی این الگو پذیرفته‌شده باشد و حتی گاهی آن را فرصتی برای آشنایی قبل از ازدواج می‌دانند، در ایران، این‌پدیده خلاف عرف جامعه و جزء انحرافات اخلاقی و اجتماعی محسوب می‌شود. در محیط‌هایی که هم‌خانگی رواج گسترده‌ای دارد، این‌پدیده دیگر مرحلهٔ آمادگی برای ازدواج نیست، بلکه جانشین آن است (بهنام، ۱۳۸۳: ۱۷۷). در جامعهٔ ما مفهوم جدیدی از ازدواج در حال پیدایش است که از فرهنگ غرب نشئت گرفته است. این مفهوم ازدواج را قراردادی می‌داند که با گزینش کاملاً آزادانه صورت می‌گیرد و بر مبنای عشق رمانتیک استوار شده است که با توجه به ناپایداربودن احساسات عاشقانه، افراد به‌همان سرعتی که درگیر روابط عاشقانه می‌شوند، ممکن است از این روابط خارج شوند (گلچین و سیدی، ۱۳۸۷: ۱۲۷). اصطلاح «همسرگزینی آزاد» یعنی انتخاب همسر بدون دخالت مستقیم خانواده، که در جوامع صنعتی با تأکید بر اهمیت «عشق»، و در کشورهای دیگر مثل ایران با تأکید بر علاقهٔ دو نفر همراه است (اعزازی، ۱۳۹۱: ۹۶). گرایش دختران به تک زیستی نیز پدیده‌ای دیگر در جامعه ماست که اخیراً رواج یافته است. از آنچه گفته شد چنین برمی‌آید که نوعی تغییر نگرش به ازدواج در کشور ایران در حال شکل‌گیری است و با توجه به جمعیت زیادی که در سن ازدواج قرار دارند، حدود یک‌سوم از جمعیت ایران در سنین ۲۹-۱۵ سال قرار دارند (مرکز آمار ایران، سرشماری ۱۳۹۰)، پرداختن به موضوع نگرش دختران مجرد به ازدواج ضرورت دارد. با توجه به بررسی‌های انجام‌شده، تحقیقات بسیار کمی در این‌زمینه انجام‌گرفته و چون ازدواج تحت تأثیر عوامل فرهنگی هر جامعه است، از نوعی ابزار تحلیلی ـ فرهنگی به‌منزلهٔ عامل تأثیرگذار بر نگرش به ازدواج ـ به نام «سبک زندگی»ـ استفاده شده‌است. «سبک زندگی ابزار کارآمد تحلیلی برای دوران معاصر است» (راسخی‌نژاد، ۱۳۹۱: ۳۱). به‌عبارتی‌دیگر، مطالعه سبک زندگی می‌تواند جایگزینی مناسب برای بررسی نگرش‌ها و ارزش‌ها باشد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۶۹).

سبک زندگی مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار و سلیقه‌های افراد در زندگی روزمره است که با مطالعهٔ آن می‌توان به دریافتی از این ارزش‌ها و رفتارها رسید. به‌کمک سبک زندگی است که می‌توان آنچه مردم انجام می‌دهند، چرایی آن و معنایی را که برای آنها و دیگران دارد، درک کرد. به این‌دلیل است که در دنیای امروز، برای برنامه‌ریزی و مدیریت در عرصه‌های مختلف زندگی مردم جامعه، پیش از هر اقدامی، لازم است سبک زندگی و مؤلفه‌های آن برای برنامه‌ریزان و مدیران حوزه‌های مختلف مشخص شود تا آنها بر مبنای آن بتوانند برنامه‌های علمی و مبتنی بر واقعیت در حوزه‌های تحت مدیریت خود ترسیم کنند (رسولی و بک‌آبادی، ۱۳۹۰: ۹۸)؛ به‌خصوص در جامعهٔ ما، که نوعی گذار از جامعهٔ سنتی به جامعهٔ مدرن رخ داده و سبک جدیدی از زندگی به وجود آمده‌است که با ابعاد وسیعی در همهٔ پدیده‌های اجتماعی

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

ـ ازجمله ازدواج و همسرگزینی ـ روبه‌رو است. در جامعه‌های در حال تجددگرایی، همه‌چیز در حال تحول است و به‌دلیل وابستگی‌های بخش‌های مختلف جامعه به یکدیگر، شروع تحول در یک بخش به‌سرعت بخش‌های دیگر را متأثر می‌کند. در کشور ما، تجددگرایی، از حدود نیم قرن پیش، بخش‌هایی از جامعه را متحول کرده و این تحولات موجب تحول در خانواده و ازدواج نیز شده‌است. با تجددگرایی و تمایز اجتماعی و ایجاد سبک‌های جدید زندگی، افراد جامعه مانند گذشته افکار و عقاید و الگوهای مشابهی ندارند، بلکه هر گروه ـحتی هر فردـ از الگوهای رفتاری و سبک زندگی متفاوتی پیروی می‌کنند و این موضوع خود را در همسرگزینی به‌وضوح نشان می‌دهد.

با توجه به آنچه گفته شد، پژوهش حاضر در نظر دارد با تحلیل مؤلفه‌های سبک زندگی به این پرسش‌ها پاسخ دهد که دختران مجرد شاغل در دانشگاه علوم‌پزشکی شیراز چه نگرشی به ازدواج دارند؟ آیا ارتباطات اجتماعی، پایگاه اقتصادی ـ اجتماعی، مدیریت بدن و مصرف فرهنگی به‌منزله مؤلفه‌های سبک زندگی بر نگرش نمونهٔ تحت بررسی تأثیرگذار است؟ در بین مؤلفه‌های سبک زندگی، کدام مؤلفه بیشترین تأثیر را بر نگرش به ازدواج داشته است؟

پیشینهٔ تحقیق

الف) تحقیقات داخلی

شیرزاد (۱۳۸۳) در تحقیقی با عنوان «بررسی دیدگاه دانشجویان مجرد پیرامون عوامل مؤثر در ازدواج» نشان می‌دهد که بین سه‌مؤلفهٔ موفقیت یا شکست یکی از اعضای خانواده در ازدواج، میزان پای‌بندی به اعتقادات مذهبی خانواده، جنسیت و نگرش به ازدواج رابطهٔ معناداری وجود دارد، اما بین سه‌مؤلفهٔ میزان تبعیت فرزندان از والدین، پایگاه اقتصادی ـ اجتماعی، محل سکونت و نگرش به ازدواج رابطهٔ معناداری وجود ندارد.

پژوهشی باعنوان «سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج و شناخت آثار و پیامدهای آن با تأکید بر ازدواج‌های دانشجویی» به کوشش کاظمی‌پور (۱۳۸۸) نشان می‌دهد ازدواج‌ها در بین دانشجویان به‌سمت غیررسمی‌شدن پیش می‌رود. ازسوی دیگر، در جامعهٔ ایران نهاد خانواده و تعاملات درون اعضای آن به میزان توسعهٔ صنعتی‌شدن و شهرنشینی در کشور رشد نکرده‌است. در این بین، طلاق میان افراد با پایگاه اجتماعی پایین‌تر، بیش از بقیه بوده است. درنهایت، براساس نظریهٔ مبادله، بسیاری از جوانان برای انتخاب همسر بیشتر به انتخاب عقلانی توجه دارند و نگرش به ازدواج در بین جوانان به امری عقلانی تبدیل شده‌است.

در پژوهش«تجددگرایی و همسرگزینی»، که ساروخانی و مقربیان (۱۳۹۰) با هدف شناسایی گرایش به تجدد و نگرش به مراسم ازدواج و آثار آن در واسطه‌های گزینش همسر و

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

نگرش به مهریه انجام داده‌اند، بین تجددگرایی و همسرگزینی رابطهٔ معناداری گزارش شده است. به‌عبارتی، هرچقدر متغیر مستقل افزایش یابد، نقش واسطه‌های انسانی در انتخاب همسر و برپایی مراسم ازدواج کمرنگ می‌شود، ولی نگرش به مهریه و انتخاب فردی کمترین رابطه را با تجددگرایی داشته‌است.

ب) تحقیقات خارجی

در مطالعه‌ای که مک‌دونالد و همکاران (۱۹۹۴) انجام داده‌اند، آنها علل افزایش سن ازدواج تحصیلات عالی زنان بیان شده است که با تأخیر ازدواج همبستگی نشان می‌دهد. دومین عامل اشتغال زنان است. از عوامل دیگر، دشواری دسترسی به زوج مناسب است که در اثر پدیده‌ای به نام عدم تعادل جنسی در هنگام ازدواج ناشی می‌شود. عامل دیگر میزان آزادی در انتخاب همسر است. ازدواج‌های کاملاً سنتی امری عمومی و عادی است. وقوع ازدواج‌های کاملاً سنتی در خانواده‌های هسته‌ای احتمالاً کمتر از خانواده‌های گسترده است. چنین ازدواج‌هایی (کاملاً سنتی) مسئولیت بزرگی برای خانواده محسوب می‌شود و به واسطهٔ والدین یا خویشان یا دایه‌ها صورت می‌گیرد.

در مطالعهٔ لیزا سرویتی و وبر[1](۲۰۱۰) با عنوان «رابطهٔ بین جنس و نگرش به ازدواج»، نگرش دختران به ازدواج مثبت‌تر از پسران به دست آمده‌است. همچنین، دختران اعتقاد بیشتری به‌این‌موضوع دارند که عشق اساس ازدواج است، اما این‌فرضیه که دختران در کانون ازدواج احساس حمایت بیشتری می‌کنند، رد شده و تفاوت معناداری بین دوجنس به دست نیامده‌است. با وجود اینکه تغییرات نگرشی در زمینهٔ ازدواج رخ داده‌است، همچنان ازدواج در بین جوانان از اهمیت برخوردار است.

همان‌گونه که بررسی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد، غالب مطالعات انجام‌شده درباب نگرش نمونه‌های مختلف به موضوعاتی همچون ازدواج، علل تأخیر در ازدواج یا بررسی پیامدهای ازدواج دیرهنگام پرداخته‌اند و مطالعات کمتری رابطهٔ بین سبک زندگی و نگرش به ازدواج را واکاوی کرده‌اند. این‌مطالعه سعی دارد رابطهٔ بین دو متغیر سبک زندگی و نگرش به ازدواج را واکاوی کند.

[1] Lisa Servaty and Kirsten Weber

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

مبانی نظری

الف) نظریهٔ نوسازی[1]

رویکرد نوسازی، با الهام از نسخهٔ غربی توسعه، بر مشخصه‌ها و عناصری نظیر صنعتی‌شدن، شهرنشینی، آموزش مدرن، بهداشت مدرن، فناوری، رسانه‌های ارتباطی، حمل‌ونقل و ارتباطات تأکید دارد و معتقد است با ورود آنها به هر جامعهٔ سنتی، تغییرات و دگرگونی‌های ساختاری ایجاد می‌شود. نظریهٔ نوسازی تغییرات خانواده را انطباق سازمان‌یافته با تغییر در نظام اجتماعی پیرامونی در نظر می‌گیرد. برپایهٔ این دیدگاه، نهاد خانواده، تحت تأثیر عناصر نوسازی، هم به‌لحاظ ساختی و هم به‌لحاظ کارکردی دچار تغییر و دگرگونی می‌شود (عسکری ندوشن و همکاران، ۱۳۸۸: ۴-۵). ویلیام گود (۱۹۶۳)، با مطرح‌کردن نظریهٔ انقلاب جهانی در الگوهای خانواده، به گسترهٔ تأثیرات فرآیند نوسازی بر خانواده و الگوهای ازدواج اشاره می‌کند و معتقد است این فرآیند در سطوح مختلف فردی و اجتماعی، ازدواج و الگوهای آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد (صادقی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۸). گود، براساس این نظریه، دگرگونی‌های به‌وجود آمده در خانواده را نتیجهٔ اجتناب‌ناپذیر دگرگونی‌های ساختاری (جامعه) و دگرگونی‌های ایدئولوژیک می‌داند به‌عقیدهٔ گود، زمانی که دگرگونی‌های ساختاری در سطح کلان (مانند صنعتی‌شدن، شهرنشینی و...) و دگرگونی‌های ایدئولوژیک نیز در سطح کلان رخ می‌دهد، سازمان‌های سطوح خرد (خانواده) نیز اجباراً باید خود را با دگرگونی‌های سطح کلان انطباق دهند (اعزازی، ۱۳۹۱: ۱۷).

طبق نظریهٔ هم‌گرایی، مدرنیزاسیون در سطح فردی و اجتماعی با تأثیرگذاری بر زمان ازدواج صورت می‌گیرد. از بین مهم‌ترین شاخص‌های مدرنیزاسیون می‌توان به گسترش فرصت‌های تحصیلی، تغییرات وسیع در نیروی کار و فعالیت‌های شغلی، اشتغال زنان و شهرنشینی اشاره کرد. افرادی که در مناطق شهری زندگی می‌کنند، به‌دلیل شیوه‌های زندگی متفاوت و نیز کنترل اجتماعی ضعیف‌تر نسبت به مناطق روستایی، ازدواجشان با تأخیر صورت می‌گیرد (محمودیان، ۱۳۸۳: ۴۳). به‌باور گود (۱۹۶۳)، فرایند نوسازی در سطوح مختلف فردی و اجتماعی، نهاد خانواده و ابعاد فردی و اجتماعی آن را به‌شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. نظام‌های خانوادهٔ گسترده و دیگر گروه‌های خویشاوندی از هم می‌پاشند و حرکتی جهانی در جهت برتری خانوادهٔ هسته‌ای ایجاد می‌کنند. در جریان نوسازی و نفوذ اندیشه‌های غربی، تعهد به گروه خانوادگی در برقراری پیوند ازدواج اهمیت خود را از دست می‌دهد. کاهش کارکردهای شبکهٔ قدرتمند خویشاوندی و خانوادهٔ گسترده به کاهش اقتدار والدین و افزایش استقلال فرزندان در امور فردی، ازجمله شیوهٔ همسرگزینی منجر شده‌است. زنان از حق انتخاب بیشتری

[1] Modernization theory

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

در ازدواج و تصمیم‌گیری در خانواده برخوردار شده‌اند. انتخاب آزادانهٔ همسر، توافق اولیه بین زن و شوهر و ضرورت علاقهٔ دوجانبه بین آنها، از نتایج سازگاری خانواده با زندگی مدرن است. درنتیجه، از رواج ازدواج‌های کاملاً سنتی و خویشاوندی، که مشخصهٔ فرهنگ‌های سنتی بود، کاسته شده است (حسینی، ۱۳۸۹: ۱۱).

به‌اعتقاد گیدنز، مهم‌ترین و خاص‌ترین گسست‌ها با دوران مدرن ملازم‌اند. شیوه‌های زندگی یا زیستی ملازم با مدرنیته سبب جدایی و دورشدن افراد از تمام انواع نظم اجتماعی سنتی شده است (نوذری، ۱۳۷۸: ۲۴۲). گیدنز یکی از مهم‌ترین آفت‌های اجتماعی را، که مخل نظم هر جامعه‌ای است و آن را با مشکل جدی مواجه می‌سازد، فقدان اعتماد میان اعضای جامعه یا، به‌اصطلاح، بی‌اعتمادی می‌داند. گسترش بی‌اعتمادی در روابط اجتماعی و گسترش انواع انحرافات اخلاقی در سطح جامعه به نهاد خانواده و مناسبات انسانی نیز تسری یافته و اساساً کیفیت ارتباط با دیگران را دچار تزلزل کرده است (گیدنز، ۱۳۸۸: ۱۴۴). بنابراین وقتی افراد جامعه به یکدیگر اعتماد ندارند، با احتیاط بیشتری ازدواج می‌کنند و حتی گاهی ممکن است از این‌کار انصراف دهند. نوگرایی سبب می‌شود افراد هرچه بیشتر از قید انتخاب‌هایی که سنت به طور معمول در اختیار آنان قرار می‌دهد، رها شوند و بدین‌ترتیب فرد را «... رودرروی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به‌دلیل آنکه دارای کیفیت غیرشالوده‌ای است، چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد تا وی را در گزینش‌هایی که باید به‌عمل آورد یاری دهد» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱۹). دراین‌میان، امنیت هستی‌شناختی فرد آسیب می‌بیند. فرد برای اعادهٔ امنیت هستی‌شناختی خود از میان انتخاب‌های موجود برخی را برمی‌گزیند. این مجموعهٔ الگومند، راهنمایی برای کنش می‌شود و فرد را از این‌معضل که در هر لحظه مجبور به تصمیم‌گیری آگاهانه باشد، می‌رهاند (همان: ۱۲۰-۱۲۱).

یکی از ویژگی‌های نظام اجتماعی مدرن این است که ارتباط‌های دوستانه و خصوصی با افراد را می‌توان از میان گزینه‌های گوناگون انتخاب کرد. در دنیای جدید، هرگاه شخصی مایل باشد خارج از آداب و اصول سنتی انتخاب‌هایی برای برقراری ارتباط‌های دوستانه و شخصی با دیگران به‌عمل بیاورد، گزینه‌های گوناگون در پیش خواهد یافت. تنها هنگامی که پیوندهای دوستی و صمیمیت به‌طرزی کم‌وبیش آزادانه انتخاب شده باشد، می‌توانیم از مفهوم رابطه یاد کنیم.ازدواج‌ها، روابط دوستانه و صمیمیت‌های پایدار امروزه بیش از پیش به صورت نوعی رابطهٔ ناب درمی‌آیند (همان، ۱۲۹). درواقع، ازدواج‌ها از شکل نهادی[1]به الگوی رابطه‌ای[2]تغییر شکل داده‌است. در جدول ۱، تفاوت این تغییرات مشاهده می‌شود.

[1] Institutional
[2] Relational

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

جدول ۱. تفاوت اشکال و مدل‌های نهادی و رابطه‌ای ازدواج

ازدواج به‌عنوان نهاد	ازدواج به‌عنوان یک رابطه
- آزادی کمتر در انتخاب	- آزادی بیشتر در انتخاب
- تأثیرپذیری ازدواج از الزامات شدید اجتماعی و خویشاوندی	- جدایی نسبی ازدواج از الزامات شدید اجتماعی و خویشاوندی
- تأکید بر ابعاد اقتصادی ازدواج مانند مالکیت و تقسیم کار جنسیتی	-تأکید بر ابعاد عاطفی و بین فردی ازدواج
- اهمیت بعد عمومی ازدواج	- اهمیت بعد خصوصی ازدواج
- ازدواج به عنوان مجموعه‌ای از روابط و شبکه‌های اجتماعی	- ازدواج به عنوان مبنای بزرگسال قلمدادشدن فرد
- نابرابری نسبی در درون ازدواج	- برابری نسبی در درون ازدواج
- تأکید کمتر بر تمایل جنسی متقابل	- تأکید مثبت بر تمایل جنسی متقابل
- اهمیت روابط جنسی برای تولیدمثل	- اهمیت مسائل جنسی به عنوان نمادی از مسائل زناشویی

(رینولدز و مانزفیلد، ۱۹۹۹، به نقل از صادقی و همکاران، ۱۳۸۸: ۸۵)

ب) نظریات مرتبط با سبک زندگی وبر[1]

وبر در مطالعات تاریخی گستردهٔ خود روشن کرد که نمی‌توان کنش‌های اجتماعی (جامعه‌ای) را صرفاً با اتکا به مفاهیم اقتصادی درک کرد؛ چراکه حتی در ارزیابی منافع اقتصادی نیز اندیشه‌های ناشی از خرده‌فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی مؤثرند (بندیکس، ۱۳۸۵: ۱۲۹). در مفهوم گروه‌های منزلتی وبر، در هر طبقه نیز می‌توان سبک‌های زندگی متفاوتی را مشاهده کرد. وبر سبک زندگی را شامل شیوه‌های رفتار، لباس‌پوشیدن، سخن‌گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی می‌داند که مشخص‌کنندهٔ گروه‌های منزلتی متفاوت است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸).

از دیدگاه وبر، هر گروه منزلتی از اعضای خود انتظار دارد سبک زندگی خاصی را دنبال کنند. نقش تعیین‌کنندهٔ سبک زندگی چنان است که هرگونه سبک بخشیدن به زندگی یا از درون‌گروه‌های منزلتی آغاز می‌شود یا به‌وسیلهٔ آنها تداوم می‌یابد (نیازی،۱۳۹۰: ۱۳۴). به‌زعم او، سبک زندگی در سه مفهوم کاربرد دارد: شیوهٔ زندگی،[2]تدبیر زندگی[3] و بخت زندگی.[4]تدبیر زندگی بر انتخاب‌های افراد دلالت دارد، اما بخت زندگی احتمال تحقق‌یافتن انتخاب‌هاست (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸). مقولهٔ ازدواج نیز که در این تحقیق محلّ بحث است، هر دو مفهوم را شامل می‌شود؛ زیرا شخص در موقعیت انتخاب قرار می‌گیرد و نوعی بخت است. در جامعهٔ ما این واژه گاهی به‌جای لغت ازدواج به‌کار برده می‌شود. طبق نظر وبر، ویژگی اصلی سبک زندگی انتخابی‌بودن آن است، اما انتخابی که در محدودهٔ ساختارهایی قرار می‌گیرد که احتمال تحقق آن را محدود می‌کنند (محمدی‌تلوار، ۱۳۸۷: ۴۷)، درست مانند تصمیم‌گیری برای ازدواج که اگرچه انتخاب با خود شخص است تحت سازوکار و نظم اجتماعی صورت می‌پذیرد و شخص در

[1] Weber
[2] Life Style
[3] Stylization of life
[4] Lifeconduct

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]
[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

انتخاب خود درگیر قیدوبندهای جامعه می‌شود. مفهوم گروه‌های منزلتی نیز، که وبر به آن اشاره دارد و در پیشینهٔ تحقیق آمده است، مؤید این قضیه است. گروه‌های منزلتی در تمام عرصه‌های زندگی ازجمله در تعامل اجتماعی دوستانه، ازدواج، نوع سبک‌های والدین و دیگر عرصه‌های زندگی جمعی خطوطی را ترسیم و متناسب با گروهی که در آن قرار دارند تعاریف مشخصی تعیین می‌کنند، یعنی افراد به‌لحاظ ساختاری و قرارگرفتن در گروه‌های منزلتی تعریف خاصی از ازدواج دارند.

بوردیو

از دیدگاه پیر بوردیو،[1]سبک زندگی مجموعه‌ای از ذائقه‌ها، باورها و کردارهای نظام‌مندی است که طبقه یا بخشی از طبقه‌ای معین را مشخص می‌کند. ذائقه‌ها و ترجیحات زیبایی‌شناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوتی ایجاد می‌کنند. می‌توان انتظار داشت که عناصر مختلف سبک‌های زندگی هر طبقهٔ اجتماعی با یکدیگر انسجام و سازگاری داشته باشد؛ یعنی ذوق و سلیقه در وهلهٔ اول و قبل از هر چیز بی‌میلی و اکراه درباب سلایق دیگران است. دانستن قریحهٔ هرکس دربارهٔ چیز به‌خصوصی، مثل نقاشی یا موسیقی، این امکان را به تحلیلگر می‌دهد که انتخاب‌های دیگر آنها را، مثل غذا یا نگرش به ازدواج، با اطمینانی پذیرفتنی پیش‌بینی کند. برخلاف سطح زندگی، که با کمیت کالاها و خدماتی مطابق است که فرد یا گروه می‌تواند در اختیار داشته باشد، سبک زندگی را می‌توان با انگارهٔ ژانر یا شیوهٔ زندگی، با تأکید بر بعد کیفی اعمال، یکی دانست. بنابراین، در سطح زندگی واحد، سبک‌های زندگی بسیار متفاوتی می‌تواند وجود داشته باشد، که به‌باور بوردیو، به عادت‌واره‌های متمایز مربوط است (بونویتز، ۱۳۹۱: ۹۷).

بوردیو با مفهوم "فضای اجتماعی"، سبک‌های زندگی مختلف را نشان می‌دهد. فضای اجتماعی به این‌ترتیب ساخته می‌شود که عاملان و گروه‌های اجتماعی براساس حجم و میزان سرمایهٔ اقتصادی و سرمایهٔ فرهنگی با برخی افراد اشتراک‌هایی می‌یابند و با برخی دیگر فاصله پیدا می‌کنند. بوردیو استدلال می‌کند مردمی که در فضای اجتماعی مشترکی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند، حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. به‌عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های مشابه و سبک‌های زندگی مشابه دارند (نیازی، ۱۳۹۰: ۱۳۵).

یکی از عناصر عینی و سنجیدنی که می‌توان به‌وسیلهٔ آن، مفاهیم پیش‌گفته را ارزیابی کرد، مصرف است. ازنظر بوردیو، مصرف ارضای نیازهای زیستی نیست، بلکه متضمن نشانه‌ها، نمادها، ایده‌ها و ارزش‌هاست. به‌تعبیر او، مصرف در دوران جدید روندی است که در آن خریدار کالا

[1] Bourdieu

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

ازطریق به‌نمایش‌گذاشتن کالاهای خریداری شده، فعالانه درتلاش برای خلق هویت و حفظ هویت خویش است. به‌عبارت دیگر، افراد هویت خود، یعنی چه‌کسی‌بودن، را ازطریق آنچه مصرف می‌کنند ایجاد می‌کنند. بنابراین، می‌توان گفت مصرف، امروزه، هویت‌بخش است. از دیدگاه بوردیو، کلیهٔ اعمال مصرف یعنی دخل و تصرف، باید به‌منزلهٔ نمایشی از تسلط بر یک رمز ارتباطی درنظر گرفته شود و نیز به‌منزلهٔ «گرایشی زیبایی‌شناختی» درک شود که پرتقاضاترین عنوانی است که دنیای فرهنگ (همیشه به‌طور ضمنی) تحمیل می‌کند (آجیلی و بیکی، ۱۳۹۲: ۹۵). نقطهٔ قوت نظریهٔ بوردیو رابطهٔ دیالکتیک است که در نظریهٔ او میان عاملیت و ساختار برقرار است. این رابطهٔ دیالکتیک در تحلیل سبک زندگی اهمیت ویژه‌ای دارد. ساختار نظری منسجم و غنای نظریهٔ بوردیو سبب شده‌است تا بسیاری از اصحاب مطالعات فرهنگی در تحلیل مصرف و سبک زندگی از این‌رویکرد نظری استفاده کنند (مک‌رابی، ۲۰۰۷: ۶).

بوردیو سه طبقهٔ سطح بالا، متوسط و سطح پایین را براساس سطح ذائقهٔ افراد دسته‌بندی می‌کند که خود این طبقات توضیح می‌دهند که چرا دوستی‌ها و ازدواج‌ها به‌ندرت از خط مرزهای سبک زندگی خارج می‌شود (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶۶). بوردیو مفهوم فضای اجتماعی را مطرح می‌کند که افراد در این فضا وجوه مشترکی دارند که باعث تمایز و فاصله‌گیری از بقیه می‌شود و سبک‌های مختلف زندگی را نشان می‌دهد. سپس، به معرفی انواع سرمایه می‌پردازد که چهار شاخص متغیر مستقل تحقیق حاضر، یعنی مصرف فرهنگی از مفهوم سرمایهٔ فرهنگی، ارتباطات اجتماعی از مفهوم سرمایهٔ اجتماعی، مدیریت بدن از مفهوم سرمایهٔ فیزیکی، و پایگاه اقتصادی-اجتماعی از مفاهیم سرمایهٔ اقتصادی و اجتماعی، استخراج شد.

گیدنز

گیدنز، سبک زندگی را مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همهٔ رفتارها و فعالیت‌های فردی معین در جریان زندگی روزمرهٔ خود می‌داند که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌هاست و بر همین‌اساس از نوعی وحدت برخوردار است (آجیلی و بیکی، ۱۳۹۲: ۸۷). گیدنز معتقد است سبک زندگی به‌صورت عملکردهای روزمره درمی‌آید، عملکردهایی که در نوع پوشش، خوراک و طرز کار، و محیط‌های مطلوب برای ملاقات با دیگران تجسم می‌یابد، ولی این امور روزمره، در پرتو ماهیت متحرک هویت شخصی، به‌طرزی بازتابی دربرابر تغییرات احتمالی باز و پذیرا هستند. هریک از تصمیم‌گیری‌های کوچک شخصی در زندگی روزانه - چه بپوشم، چه بخورم، در محیط کار چگونه رفتار کنم، با چه‌کسی مراوده کنم- همه‌وهمه در تعیین و تنظیم امور روزمره مشارکت دارند.

او معتقد است تعداد الگوهای کلی سبک زندگی بسیار کمتر از تعداد انتخاب‌های موجود در تصمیم‌گیری‌های راهبردی روزمره یا حتی درازمدت است. هر سبک زندگی مستلزم مجموعه‌ای

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین، برخورداری از نوعی وحدت است که علاوه‌بر اهمیت خاص خود از نظر امنیت وجودی، پیوند بین گزینش‌های فرعی موجود در الگویی کم‌وبیش منظم را نیز تأمین می‌کند. شخصی که خود را به‌شیوهٔ معینی متعهد می‌داند، انتخاب‌های دیگر را لزوماً خارج از موازین و معیارهای خویش می‌بیند، کسانی هم که با او در کنش متقابل قرار می‌گیرند، عین همین عقیده را دارند. افزون‌براین، گزینش یا ایجاد سبک‌های زندگی تحت تأثیر فشارهای گروه و الگوهای رفتاری آنها، و نیز زیر نفوذ اوضاع و احوال اجتماعی و اقتصادی صورت می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۲).

گیدنز سعی دارد تحول سبک زندگی را در پرتو بازتابی‌شدن زندگی اجتماعی توضیح دهد. زندگی‌کردن در عصر اطلاعات به‌معنای افزایش بازتابی‌شدن اجتماعی است. بازتابی‌شدن به این معنی است که ما مجبوریم پیوسته و بی‌وقفه دربارهٔ اوضاع زندگی‌مان فکر یا تأمل کنیم. زمانی جوامع به رسم و سنت وابستگی بیشتری داشتند و از روش‌های مرسوم و ثابتی پیروی می‌کردند و کارها به‌شیوهٔ غیرتأملی به انجام می‌رسید. بسیاری از حوزه‌های زندگی که برای نسل‌های پیشین به‌سادگی درشمار بدیهیات بود برای نسل‌های جدید به موضوعاتی برای تصمیم‌گیری‌های آزادانه تبدیل شده‌اند (صبوری شاهی، ۱۳۸۹: ۹۲). بنابراین، نزد گیدنز تحول سبک‌های زندگی و دگرگونی‌های ساختاری مدرنیته به یکدیگر گره می‌خورند. به‌دلیل بازبودن زندگی اجتماعی امروز، کثرت زمینه‌های کنش و تعدد مراجع مقتدر، انتخاب سبک زندگی برای ساختن هویت شخصی و درپیش‌گرفتن فعالیت‌های روزانه به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد.

گیدنز در حوزهٔ خانواده مشخصاً به برخی مؤلفه‌های سبک زندگی تحقیق حاضر، ازجمله دلالت‌های مختلف بدن و روابط اجتماعی، اشاره می‌کند. بدن در نگاه او صرفاً یک جسم مادی نیست، بلکه وسیله‌ای عملی برای کنارآمدن با اوضاع و احوال و رویدادهای بیرونی است.

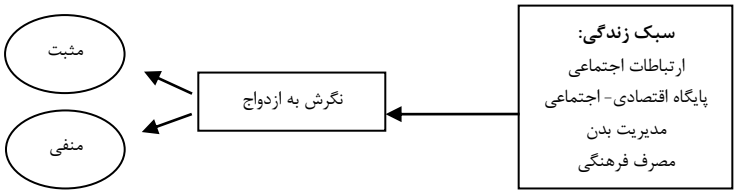
او معتقد است برای آنکه بتوانیم به‌گونه‌ای برابر در تولید روابط اجتماعی با دیگران شریک شویم، باید قادر باشیم نظارتی مداوم بر بدن خویش اعمال کنیم (خواجه‌نوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۰).

از نظر گیدنز، هرچه وضعیت جامعه‌ای که فرد در آن به‌سر می‌برد بیشتر با دنیای مابعد سنتی و تجدد قرابت داشته باشد، سبک زندگی او نیز بیشتر با هستهٔ واقعی هویت شخصی‌اش و همچنین با تجدد سروکار خواهد داشت (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۰). درواقع، رشد فردیت بیشتر خواهد بود و افراد بیشتر برای سرنوشت خود تصمیم می‌گیرند. البته، تجدد از نظر گیدنز نوعی نظم پس از جامعهٔ سنتی است، ولی نه نظمی که در آن احساس امنیت و قطعیت وجود داشته باشد (گیدنز، ۱۳۸۸: ۳۲۵)، چه‌بسا او در زمینهٔ تأثیر نوسازی یا مدرنیزاسیون از بی‌اعتمادی سخن گفته و آن را مخل نظم اجتماعی دانسته است. اینکه افراد در جامعهٔ مدرن با احتیاط بیشتری ازدواج می‌کنند و حتی گاهی ممکن است از ازدواج انصراف دهند خود حاکی از تغییر نگرش به ازدواج در جهت منفی است.

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

بنابر آنچه گفته شد، سبک زندگی راهی برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتار افراد است، که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). با استناد به این مطلب و با درنظرگرفتن نظریات پیش‌گفته، در این کار پژوهشی، چهار مؤلفهٔ سبک زندگی، که به‌نظر می‌رسید بر نگرش افراد در زمینهٔ ازدواج، تأثیرگذارتر باشند، با استفاده از الگوی نظری ماکس وبر، پیر بوردیو و آنتونی گیدنز بررسی شده‌اند. نمودار ۱ الگوی نظری تحقیق را نشان می‌دهد.



نمودار ۱. الگوی نظری تحقیق

روش و نحوهٔ گردآوری داده‌ها

در این تحقیق از روش پیمایش و از ابزار پرسش‌نامه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. جمعیت تحقیق، دختران مجرد شاغل در ۱۶ واحد تابعهٔ دانشگاه علوم‌پزشکی شیراز در چهار ردهٔ شغلی هیئت علمی، کارمند، پرستار و کارکنان بخش خدمات در سال ۱۳۹۳ هستند. پاسخگویان از بین کارکنان دانشگاه علوم‌پزشکی شیراز، دانشکدهٔ دندان‌پزشکی، دانشکدهٔ توان‌بخشی، دانشکدهٔ داروسازی، درمانگاه شهیدمطهری، درمانگاه نادر کاظمی، بیمارستان‌های نمازی، خلیلی، شهید فقیهی، شهید چمران، حضرت زینب (ع)، شهید رجایی، حافظ، شهید دستغیب، قطب‌الدین و امیر انتخاب شده‌اند. انتخاب جامعهٔ آماری از این حیث که در بین کارکنان دانشگاه علوم‌پزشکی تنوع و گستردگی کارکنان از نظر تحصیلات، طبقهٔ اجتماعی و احتمالاً سبک زندگی متفاوت وجود دارد، به نظر مناسب می‌آید.

با استفاده از فرمول کوکران، ۳۴۵ نفر از دختران مجرد شاغل در دانشگاه علوم پزشکی شیراز به منزلهٔ نمونهٔ تحقیق تحت بررسی قرار گرفته‌اند. برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای طبقه‌ای استفاده شده‌است. در مرحلهٔ اول، دختران مجرد دانشگاه علوم‌پزشکی شیراز ازنظر نوع شغل به چهاردسته (جدول ۱) تقسیم شدند و سپس با استفاده از روش نسبتی[1] حجم نمونه در هریک از رده‌های شغلی محاسبه شد.

[1] $(n_A = \frac{n * N_A}{N})$

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

جدول ۱. جامعهٔ آماری و نمونهٔ انتخابی به روش نسبتی

پست سازمانی	تعداد	تعداد نمونه به روش نسبتی
هیئت علمی	۸۰	۹
کارمند	۱۳۳۳	۱۸۹
پرستار	۱۹۰۰	۱۳۵
خدمات	۱۲۰	۱۲
کل	۳۴۳۳	۳۴۵

در مرحلهٔ آخر، با توجه به تعداد نمونه در هر ردهٔ شغلی و با استفاده از روش تصادفی ساده، دختران مجرد در هریک از رده‌های شغلی انتخاب شدند و پرسش‌نامه‌ای به هریک از آنها جهت جمع‌آوری اطلاعات لازم تحویل داده شد.

تعریف‌های نظری و عملیاتی

مصرف فرهنگی: مصرف فرهنگی یکی از شیوه‌های رایج برای هویت‌یابی و بازنمایی خویشتن به‌ویژه در دوران معاصر است. افراد در مصرف فرهنگی، انواع کالاها و نمادهای ارزشمند را نه به‌خاطر ارزش مادی‌شان، بلکه به‌دلیل ارزش فرهنگی آنها و به منظور ایجاد تصاویری مطلوب از خویش در ذهن دیگران مصرف می‌کنند (قانعی‌راد و خسروخاور، ۱۳۸۵: ۱۲۹). در این تحقیق، این سازه درقالب میزان مصرف فرهنگی در زمان فراغت بررسی شده‌است. برای عملیاتی‌کردن این شاخص، از پاسخگویان خواسته شده میزان مصرف فرهنگی خود را در قالب چهارده نوع محصول فرهنگی مشخص کنند. محصولات فرهنگی مشخص شده عبارت بودند از: تماشای تلویزیون داخلی، تماشای ماهواره، شنیدن برنامه‌های رادیو، مطالعهٔ کتاب، مطالعهٔ روزنامه و مجلات، استفاده از اینترنت، گوش‌دادن به موسیقی، تماشای فیلم، استفاده از امکانات صوتی و بصری، رفتن به سینما، بازدید از موزه‌ها و اماکن گردشگری، بازدید از نمایشگاه نقاشی و خوش‌نویسی و عکس، بازدید از جشنواره‌های فرهنگی و اجتماعی و حضور در کلاس‌های آموزشی.

ارتباطات اجتماعی: روابط اجتماعی از شاخص‌های سبک زندگی است و در این پژوهش به‌معنای میزان روابطی است که افراد با والدین و اجتماع ازجمله همکاران و دوستان دارند یا میزان عضویت آنها در فعالیت‌های اجتماعی، و همچنین مسافرت‌های سالانهٔ داخلی و خارجی آنهاست. برای عملیاتی‌کردن این متغیر از پاسخگویان خواسته شد میزان ارتباطات اجتماعی خود را بر اساس نوع ارتباطات اجتماعی مشخص شده در ذیل که دوازده نوع ارتباط اجتماعی را دربرمی‌گیرد مشخص کنند. نوع ارتباطات اجتماعی درنظرگرفته‌شده عبارت بودند از: مشورت با والدین، ارتباط با دوستان، میزان صمیمیت با همکار، عضویت در شبکه‌های مجازی، عضویت در انجمن‌های فرهنگی- اجتماعی، حضور در همایش‌ها و سمینارها، مشارکت در گروه‌های

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

غیردولتی، مشارکت در گروه‌های مجازی، مسافرت‌های داخلی، مسافرت‌های خارجی، گفت‌وگو در محیط اینترنت، استفاده از نرم‌افزارهای وایبر، واتس‌آپ و اسکایپ و... .

مدیریت بدن: مدیریت بدن به‌معنای دستکاری و دخل‌وتصرف فرد در ظاهر جسمانی خود است که شامل دست‌کاری پزشکی، دست‌کاری آرایشی و بهداشتی، کنترل وزن و تناسب اندام می‌شود (رسولی و بک‌آبادی، ۱۳۹۰: ۱۰۶). برای عملیاتی‌کردن این متغیر از پاسخگویان خواسته شد تا میزان مدیریت بدن خود را در موارد مشخص شده اعلام کنند. معرف‌های سنجش مدیریت بدن عبارت‌اند از: رژیم غذایی، فعالیت ورزشی، جراحی‌های زیبایی، استفاده از مواد خوشبوکننده، پوشیدن لباس طبق مد روز، آرایش طبق مد روز، اهمیت دادن به مارک لوازم آرایش، شیک‌بودن ظاهر، استفاده از کرم‌ها، و امور مربوط به جوان‌سازی پوست.

پایگاه اقتصادی- اجتماعی: پایگاه اقتصادی- اجتماعی، جایگاه سلسله‌مراتبی افراد با توجه به قدرت اقتصادی و منزلت اجتماعی آنهاست (ابراهیمی و بهنویی، ۱۳۸۸: ۱۵۰). رایج‌ترین شیوهٔ اندازه‌گیری این شاخص این است که پایگاه اقتصادی‌ـ اجتماعی را به‌کمک سه معرف درآمد، تحصیلات و منزلت شغلی به یک شاخص ترکیبی تبدیل می‌کنند (چاوشیان، ۱۳۸۱). در این پژوهش نیز با ترکیب اطلاعات دموگرافیک، که در پایان پرسشنامه آمده و شامل میزان تحصیلات پاسخگو، میزان تحصیلات پدر و مادر پاسخگو، مسئولیت سازمانی افراد، درآمد شخص و درآمد خانواده است، سازهٔ پایگاه اقتصادی- اجتماعی عملیاتی شده‌است.

نگرش به ازدواج: ازدواج را می‌توان رابطهٔ جنسی بین دو نفر تعریف کرد که از نظر اجتماعی پسندیده و به‌رسمیت شناخته‌شده است. نگرش[1]نیز به آمادگی فکری و روانی افراد گفته می‌شود که براساس تجربهٔ سازمان‌یافته شکل می‌گیرد و پاسخ فرد را به موقعیت‌های مختلف شکل می‌دهد و رفتارش را هدایت می‌کند. شناخت، احساس و آمادگی برای انجام عمل، سه‌جزئی هستند که نگرش را تشکیل می‌دهند؛ به این‌معنی که افراد با دسته‌بندی اشیا به شناخت دست می‌یابند و این جزء شناختی می‌تواند به شخص احساس خوشایند یا ناخوشایندی بدهد و درنهایت این دو جزء شناخت و احساس با هم می‌توانند فرد را به انجام عمل خاصی سوق دهند یا از آن بازدارند (منوچهرآبادی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۶-۶۷). در این پژوهش سعی شده‌است گویه‌های شناختی، احساسی و آمادگی در باب ازدواج به‌کار برده شود. برای این منظور، بیست و چهار گویه طراحی شد که نگرش افراد را به دربارهٔ دوازده کارکرد ازدواج سنجیده است. این کارکردها عبارت‌اند از: آرامش روحی‌ـ روانی، رفع نیاز جنسی، به‌دست‌آوردن حمایت، فرزندآوری، استقلال، گریز از تنهایی، برطرف‌کردن نیاز اقتصادی- مالی،

[1] Attitude

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

معنابخشیدن به زندگی، پیشرفت اقتصادی- اجتماعی، رهایی از فشارهای اجتماعی، پذیرش مسئولیت‌های زندگی، به‌دست‌آوردن منزلت اجتماعی.

اعتبار و پایایی

گویه‌ها و سؤالات پرسش‌نامه را استادان و کارشناسان ارزیابی کرده‌اند. برای آزمون پایایی سازه‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شده‌است. جدول ۲ نتایج آلفای کرونباخ را دربارهٔ متغیرها و گویه‌های تحت بررسی نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، سازه‌ها از اعتباری پذیرفتنی برخوردار بوده‌اند.

جدول ۲. پایایی سؤالات مربوط به سازه‌های تحت بررسی

سازه	تعداد سؤالات	مقدار آلفا
ارتباطات اجتماعی	۱۲	۰/۶۳۱
مدیریت بدن	۹	۰/۸۳۴
مصرف فرهنگی	۱۴	۰/۷۴۸
نگرش نسبت به ازدواج	۲۴	۰/۶۲۴

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه شده‌است. جدول ۳ توصیفی از برخی متغیرهای زمینه‌ای و نیز متغیر وابسته و متغیرهای مستقل نشان می‌دهد.

جدول ۳. توزیع درصدی نمونهٔ تحقیق برحسب برخی متغیرهای زمینه‌ای

متغیر		توزیع فراوانی	توزیع درصدی
گروه سنی	کمتراز۲۵ سال	۵۴	۱۵/۷
	۲۹-۲۵	۱۱۹	۳۴/۵
	۳۴-۳۰	۹۲	۲۶/۷
	۳۹-۳۵	۴۲	۱۲/۲
	۴۴-۴۰	۲۷	۷/۸
	۴۵ و بالاتر	۱۱	۳/۲
میزان تحصیلات	دکتری	۱۷	۴/۹
	فوق‌لیسانس	۶۲	۱۸/۰
	لیسانس	۲۱۵	۶۲/۳
	فوق‌دیپلم	۲۸	۸/۱
	دیپلم	۱۵	۴/۳
	زیردیپلم	۸	۲/۴

طبق یافته‌های جدول ۳، ۳۴/۵ درصد نمونهٔ تحقیق در گروه سنی ۲۹-۲۵ قرار گرفته‌اند و تنها ۳/۲ درصد پاسخگویان در گروه سنی ۴۵ سال و بالاتر قرار دارند. همچنین، طبق نتایج جدول ۳ می‌توان گفت که در نمونهٔ تحقیق، ۶۲/۳ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی بوده‌اند، و فقط ۲/۴ درصد پایین‌تر از دیپلم بوده‌اند. علت این‌است که بیشترین افراد نمونهٔ

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

تحقیق را پرستاران و کارمندان تشکیل می‌دهند که غالباً دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. بوردیو (۱۹۸۴) در تحقیق خود اشاره می‌کند که دسترسی بیشتر به تحصیلات عالی، میزان گرایش مصرف‌کنندگان را به نظام‌های طبقه‌بندی هنری افزایش می‌دهد و توانایی آنها را در تفسیرهای مختلف و مناسب از فرهنگ بسط می‌دهد. همچنین، گانزبوم (۱۹۸۲) نیز اشاره می‌کند تفاوت‌های فردی در ظرفیت پردازش اطلاعات، که به‌احتمال زیاد با آموزش افزایش می‌یابد، در تفاوت‌ها یا الگوهای مصرف فرهنگی منعکس می‌شود (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۳).

جدول ۴. توزیع درصدی نمونهٔ تحقیق برحسب متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

متغیر		توزیع فراوانی	توزیع درصدی
مصرف فرهنگی[۱]	بالا	۲۰	۵/۸
	متوسط	۲۱۹	۶۳/۵
	پایین	۱۰۶	۳۰/۷
ارتباطات اجتماعی[۲]	بالا	۷	۰/۴
	متوسط	۱۶۷	۴۹/۴
	پایین	۱۷۱	۵۰/۲
مدیریت بدن[۳]	بالا	۵۵	۱۵/۹
	متوسط	۲۲۳	۶۴/۶
	پایین	۶۷	۱۹/۵
پایگاه اقتصادی- اجتماعی[۴]	بالا	۲۰	۵/۸
	متوسط	۱۶۶	۴۸/۱
	پایین	۱۵۹	۴۶/۱
سبک زندگی [۵]	مدرن	۵۱	۱۴/۸
	مدرن-سنتی	۲۴۳	۷۰/۴
	سنتی	۵۱	۱۴/۸
نگرش به ازدواج[۶]	مثبت	۲۱۰	۶۰/۹
	منفی	۱۳۵	۳۹/۱

[۱] با توجه به نمره‌هایی که پاسخگویان از این قسمت دریافت کردند، بالاترین نمرهٔ میزان مصرف فرهنگی در بین پاسخگویان ۷۷ و پایین‌ترین نمره، ۱۶ بوده است. براساس نمرات کسب‌شده، مؤلفهٔ مصرف فرهنگی در سه‌سطح بالا (امتیاز بین ۱۷ تا ۳۶)، متوسط (امتیاز بین ۳۷ تا ۵۷) و پایین (امتیاز بین ۵۸ تا ۷۷) دسته‌بندی شده است.

[۲] نمرهٔ کامل در این قسمت ۷۲ است. بالاترین نمرهٔ پاسخگویان در میزان ارتباطات اجتماعی ۷۲ و پایین‌ترین نمره ۱۹ بوده است. بنابراین مؤلفهٔ ارتباطات اجتماعی به سه‌دستهٔ ارتباطات اجتماعی قوی (امتیاز بین ۱۹ تا ۳۷)، متوسط (امتیاز بین ۳۸ تا ۵۶) و ارتباطات اجتماعی ضعیف (امتیاز بین ۵۷ تا ۷۲) رده‌بندی شده‌است.

[۳] بالاترین نمرهٔ میزان مدیریت بدن در بین پاسخگویان ۵۴ و پایین‌ترین نمره ۱۹ بوده است. براین‌اساس، پاسخگویان به‌لحاظ مدیریت بدن، در سه سطح پاسخگویان با مدیریت بدن بالا (امتیاز بین ۱۱ تا ۲۶)، متوسط (امتیاز بین ۲۷ تا ۴۲) و پایین (امتیاز بین ۴۳ تا ۵۴) رده‌بندی شدند.

[۴] تقریباً نیمی از پاسخگویان (۴۸/۱ درصد)، پایگاه اقتصادی‌ـ اجتماعی پایین و نیمی دیگر(۴۶/۱ درصد) متوسط داشتند و درصد بسیار کمی از پایگاه اقتصادی‌ـ اجتماعی بالا (۵/۸ درصد) برخوردار بودند.

[۵] پس از محاسبهٔ چهار مؤلفهٔ سبک زندگی تحقیق، از ترکیب آنها با هم، سطوح سبک زندگی محاسبه شد. بالاترین امتیاز پاسخگویان ۱۸۹ و پایین‌ترین ۵۷ بوده است. بنابراین، به‌لحاظ شاخص سبک زندگی، سبک زندگی سنتی (امتیاز بین ۵۷ تا ۱۰۱)، مدرن‌ـ سنتی (امتیاز بین ۱۰۲ تا ۱۴۶) و مدرن (امتیاز بین ۱۴۷ تا ۱۸۹) تعیین شد.

[۶] نمرهٔ کامل در این قسمت ۱۲۰ است. بیشترین امتیاز پاسخگویان در این قسمت،۹۰ وکمترین امتیاز ۵۴ است. امتیاز بین ۵۴ تا ۷۲ معرف نگرش منفی و امتیاز ۷۳ تا ۹۰ معرف نگرش مثبت به ازدواج بوده‌است.

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که تعداد بسیار کمی از پاسخگویان (۵/۸ درصد) مصرف فرهنگی زیادی داشته‌اند و بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۳/۵ درصد) میزان مصرف فرهنگی متوسطی گزارش کرده‌اند. به‌لحاظ ارتباطات اجتماعی، با اینکه همهٔ پاسخگویان شاغل‌اند و در محیط‌های اجتماعی حضور دارند، نیمی از پاسخگویان میزان ارتباطات اجتماعی متوسطی را گزارش کرده‌اند و نیمی دارای ارتباطات اجتماعی کمی هستند و درصد بسیار ناچیزی از آنها (۰/۴ درصد) میزان ارتباطات اجتماعی زیادی دارند. همچنین، بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۴/۶ درصد) مدیریت متوسطی بر بدن خود داشته‌اند و ۱۵/۹ درصد سطح مدیریت بالایی را بر بدن خود گزارش کرده‌اند. از نظر پایگاه اقتصادی- اجتماعی، می‌توان گفت تقریباً نیمی از پاسخگویان (۴۸/۱ درصد)، پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین و نیمی دیگر (۴۶/۱ درصد) پایگاه متوسط داشته‌اند؛ و درصد بسیار کمی از پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا (۵/۸ درصد) برخوردار بوده‌اند.

با درنظرگرفتن مجموع ابعاد سبک زندگی، بیش از نیمی از پاسخگویان (۷۰/۴ درصد) سبک زندگی متوسط داشته‌اند و به تعداد مساوی، دارای سبک زندگی سطح بالا و سطح پایین بودند (۱۴/۸ درصد). نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که تقریبا ۶۱ درصد پاسخگویان به ازدواج نگرش مثبت و ۳۹ درصد نگرش منفی داشته‌اند.

جدول ۵. نتایج میانگین نگرش به ازدواج نمونهٔ تحقیق به‌تفکیک چهار متغیر مستقل و نتایج آزمون اف بین نگرش به ازدواج و متغیرهای مستقل

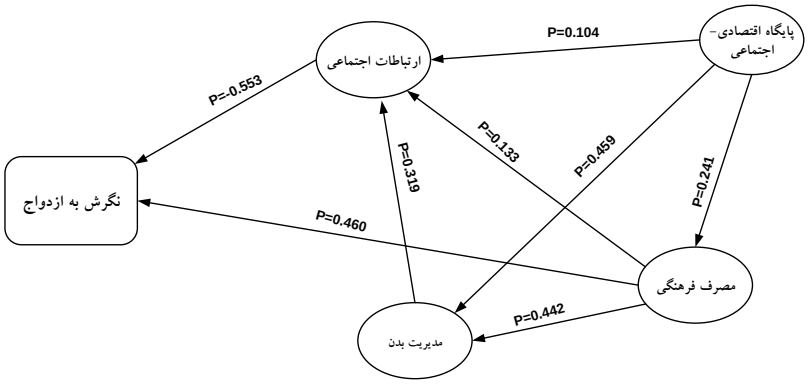
متغیر وابسته	متغیرهای مستقل	سطوح	فراوانی	میانگین نگرش به ازدواج	واریانس	درجه آزادی	کمیت اف	سطح معناداری
نگرش به ازدواج	میزان مصرف فرهنگی	بالا	۲۰	۶۹/۱۲	بین‌گروهی	۳۳	۳/۹۶	۰/۰۰۰
		متوسط	۲۱۹	۷۴/۹۳				
		پایین	۱۰۶	۷۷/۳۹	درون‌گروهی	۳۱۱		
	میزان ارتباطات اجتماعی	بالا	۷	۷۰/۵۰	بین‌گروهی	۳۳	۴/۳۹	۰/۰۰۰
		متوسط	۱۶۷	۷۴/۱۱				
		پایین	۱۷۱	۷۶/۲۳	درون‌گروهی	۳۱۱		
	میزان مدیریت بدن	بالا	۵۵	۶۹/۳۹	بین‌گروهی	۳۳	۳/۴۴	۰/۳۹۵
		متوسط	۲۲۳	۷۲/۳۸				
		پایین	۶۷	۷۸/۰۳	درون‌گروهی	۳۱۱		
	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	بالا	۲۰	۶۷/۳۰	بین‌گروهی	۳۳	۱/۷۷	۰/۸۱۲
		متوسط	۱۶۶	۷۰/۷۱				
		پایین	۱۵۹	۷۴/۴۷	درون‌گروهی	۳۱۱		

نتایج آزمون فرضیه‌ها (جدول ۵) حاکی از آن است که متغیرهای میزان مصرف فرهنگی، میزان ارتباطات اجتماعی و میزان مدیریت بدن با نگرش به ازدواج رابطهٔ معنادار دارند، همان‌طور که نتایج مقایسهٔ میانگین‌ها نیز این تفاوت را نشان می‌دهد. علاوه‌بر آزمون هر متغیر مستقل با متغیر وابسته، محقق درصدد بوده تا با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر، اثر مستقیم و

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

غیرمستقیم مؤلفه‌های سبک زندگی را بر نگرش به ازدواج و نیز مهم‌ترین متغیر پیش‌بین در بین مؤلفه‌های سبک زندگی، را مشخص کند. نمودار ۲ الگوی تجربی تحقیق و جدول ۶ اثر مستقیم، اثر غیرمستقیم و اثر کل مؤلفه‌های سبک زندگی را بر نگرش به ازدواج با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر نشان می‌دهد.



نمودار ۲. مدل علی تحلیل مسیر

جدول۶. میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته نگرش به ازدواج

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
ارتباطات اجتماعی	-۰/۵۵۳	-	-۰/۵۵۳
مصرف فرهنگی	-۰/۴۶۰	-۰/۱۵۰	-۰/۶۱۰
مدیریت بدن	-	-۰/۱۷۶	-۰/۱۷۶
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	-	-۰/۲۸۲	-۰/۲۸۲

همان‌طور که در مدل تحلیل مسیر (نمودار ۲) و جدول ۶ مشاهده می‌شود، متغیر ارتباطات اجتماعی با نگرش به ازدواج رابطه‌ای مستقیم و قوی دارد و نسبت به دیگر متغیرهای تحقیق دارای بیشترین ضریب بتا (۰/۵۵۳-) است. این به‌معنای آن است که سهم متغیر ارتباطات اجتماعی نسبت به دیگر متغیرهای تحقیق در تبیین متغیر نگرش درباب ازدواج بیشتر است. متغیر مصرف فرهنگی کمترین اثر مستقیم با تأثیر بتای ۰/۴۶۰- بر نگرش نمونهٔ تحقیق به ازدواج دارد که مبین این نکته است که سهم این متغیر در تبیین متغیر نگرش به ازدواج در مقایسه با ارتباطات اجتماعی کمتر است. مدیریت بدن و پایگاه اقتصادی- اجتماعی اثر مستقیمی بر نگرش به ازدواج ندارند، اما به‌صورت غیرمستقیم و ازطریق مؤلفه‌های مدیریت بدن و ارتباطات اجتماعی بر متغیر وابسته اثرگذارند.

در بین متغیرهای واردشده در تحلیل مسیر، ازیک‌سو متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی با ضریب بتای ۰/۲۸۲- بیشترین تأثیر غیرمستقیم را بر متغیر نگرش به ازدواج دارد. بنابراین،

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی، بیشترین سهم را، در بین متغیرهایی که تأثیر غیرمستقیم داشته‌اند، در تبیین متغیر نگرش به ازدواج دارد. متغیر مدیریت بدن نیز با ضریب بتای ۰/۱۷۶- بعد از متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بیشترین تأثیر غیرمستقیم را بر متغیر وابستهٔ پژوهش، یعنی نگرش به ازدواج دارد. متغیر مصرف فرهنگی با ضریب بتای ۰/۱۵۰- دارای کمترین تأثیر غیرمستقیم بر متغیر نگرش به ازدواج است.

اثر کل متغیر مصرف فرهنگی از همهٔ متغیرهای دیگر با ضریب بتای ۰/۶۱۰- بیشتر است، درحالی‌که مدیریت بدن با ضریب بتای ۰/۱۷۶- دارای کمترین اثر کل است. به‌عبارت دیگر، مصرف فرهنگی بیشترین سهم و مدیریت بدن کمترین سهم را در تبیین نگرش به ازدواج در بین نمونهٔ تحقیق داشته‌اند.

نتیجه‌گیری

فرآیند جهانی‌شدن و حرکت به‌سمت مدرنیته، تحول‌های بنیادینی را در نهادهای مختلف جوامع رقم زده است. یکی از پیامدها و مظاهر این فرآیند ـکه جامعهٔ ایران را به‌ویژه درمقایسه‌با گذشته‌ـ دستخوش تحولات مهمی کرده‌است، تغییر در شیوه و ظهور سبک‌های جدید زندگی است و چون سبک زندگی مبین ارزش‌ها و نگرش افراد در مسیر زندگی است، از رهگذر آن، به نگرش افراد درباب ازدواج می‌توان اشاره کرد. برهمین‌اساس، در این پژوهش، الگویی نظری طراحی شد و محقق درصدد برآمد تا داده‌های به‌دست‌آمده را در پرتو چارچوب نظری تبیین کند. ازآنجاکه سبک زندگی مفهومی کلی است و با مؤلفه‌های زیادی شناخته می‌شود، این پژوهش با به‌کارگیری و تلفیق الگوی نظری ماکس وبر، پیر بوردیو و آنتونی گیدنز در زمینهٔ سبک زندگی توانست چندین مؤلفهٔ آن را ازجمله مصرف فرهنگی، ارتباطات اجتماعی، مدیریت بدن و پایگاه اقتصادی- اجتماعی، که به‌نظر می‌رسید به‌طور اخص بر مقولهٔ نگرش به ازدواج تأثیرگذار باشد، به‌دست‌آورد. برای مثال، گیدنز در حوزهٔ خانواده، مشخصاً، به دلالت‌های مختلف بدن و روابط اجتماعی اشاره می‌کند. سپس، محقق با هدف بررسی تأثیر این مؤلفه‌ها بر نگرش دختران مجرد شاغل درحوزهٔ علوم‌پزشکی شیراز، درصدد پاسخگویی به این پرسش‌ها بوده است که افراد نمونهٔ تحقیق چه نگرشی به ازدواج دارند و میزان تأثیر مؤلفه‌های سبک زندگی و اثر مستقیم و غیرمستقیم آن در نگرش پاسخگویان به ازدواج چگونه بوده‌است.

نتایج پژوهش نشان داد ۳۹/۱ درصد پاسخگویان به ازدواج نگرش منفی داشته‌اند. همچنین، طبق نتایج آزمون‌ها بین میزان مصرف فرهنگی و نگرش به ازدواج، رابطه معنادار وجود دارد؛ بدین‌صورت که هرچه مصرف فرهنگی افراد بیشتر باشد، نگرش منفی‌تری به ازدواج دارند. بنابراین، می‌توان گفت با ظهور پدیدهٔ مدرنیزاسیون و تغییراتی که در نوع ذائقه و میزان مصرف فرهنگی افراد به‌وجود آمده‌است و طبق نظر بوردیو، مبنی براینکه افراد هویت خود را از طریق

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

آنچه مصرف می‌کنند به‌دست می‌آورند و مصرف متضمن ارزش‌هاست، دختران مجرد جامعهٔ آماری تحقیق، که دارای مصرف فرهنگی بیشتری بودند، به‌جای آنکه تحت‌تأثیر سازوکارها و ارزش‌های اجتماع و سنت قرار بگیرند، نگرشی متفاوت با جامعهٔ خود دربارهٔ مقولهٔ ازدواج پیدا کرده‌اند و هویتی تازه برای خود رقم زده‌اند. استفادهٔ بیشتر از رسانه‌ها به آشنایی بیشتر افراد با سبک‌های زندگی متنوع و جدیدتر منجر می‌شود، جمع‌گرایی و عرف‌محوری جای خود را به فردگرایی می‌دهد و درنتیجه کارکرد نهادها ازجمله نهاد ازدواج از نظر افراد شکل دیگری به خود می‌گیرد. درواقع، انتخاب سبک زندگی مجردی نتیجهٔ نوعی تغییر نگرش می‌تواند باشد که در اثر سطح بالای مصرف فرهنگی به‌وجود آمده‌است. این متغیر قدرت تبیین بیشتری درمورد نگرش به ازدواج نسبت به دیگر مؤلفه‌های سبک زندگی دارد. این نتیجه، بیش‌ازپیش، اهمیت و نقش مصرف فرهنگی را در جامعهٔ ایران نشان می‌دهد و این نکته را برجسته می‌کند که جوانان چه نوع محصولات فرهنگی‌ای را مصرف می‌کنند.

ارتباطات اجتماعی مؤلفه‌ای دیگر است که مستقیماً بر نگرش به ازدواج تأثیرگذار است. امروزه، در اثر پدیدهٔ مدرنیزاسیون، الگوی تازه‌ای از ارتباطات اجتماعی شکل گرفته‌است. افراد در اثر مراوده و ارتباط با دیگران و قرارگرفتن در شبکه‌های مجازی و اجتماعی، افق‌های جدیدی از ارتباط را تجربه می‌کنند. وقتی فردگرایی رواج یابد، زندگی افراد تجربه‌محور می‌شود و به اکتشافات جدید از رهگذر این ارتباطات دست می‌زنند و شخص به جای پیروی از یک نظام ارزشی در بستر ارتباطات اجتماعی، با نظام‌های ارزشی دیگری آشنا می‌شود و به نوعی هویت‌جویی دوباره‌ای انجام می‌دهد که نتیجهٔ آن تغییر نوع نگاه و نظام ارزشی تعریف شدهٔ اوست که گیدنز از آن با عنوان قدرت بازاندیشی یاد می‌کند که در اینجا در مورد نهاد ازدواج اتفاق افتاده‌است.

مؤلفهٔ مدیریت بدن از مؤلفه‌های دیگر سبک زندگی است. داشتن بدن زیبا، از جوامع ابتدایی تا جوامع مدرن، همواره ارزش اجتماعی قلمداد شده‌است، با این تفاوت که در گذشته، مدیریت بدن براساس آنچه جامعه و سنت تعیین می‌کرد، انجام می‌گرفت، درحالی‌که طبق نظریهٔ بوردیو، در جامعهٔ مدرن افراد در جایگاه کنشگر فعال، سلیقهٔ غذایی، آرایش و مد خاصی را برای خود برمی‌گزینند. درواقع، مدرنیزاسیون نقش فعالی در ماتریالیستی‌کردن جوامع دارد که یکی از پیامدهای آن بدن‌مدار بودن مصرف است. نقش رسانه‌ها و فناوری‌های جدید در میزان علاقهٔ افراد بر مدیریت بدن‌هایشان پررنگ است. تأثیر مصرف فرهنگی بر مدیریت بدن در تحلیل مسیر مؤید آن است که هرچند سبک‌های زندگی مدرن نوع خاصی از مدیریت بدن را تعریف می‌کنند، نقش تعیین‌کننده‌ای در نگرش به ازدواج ندارند، چون به همان میزان که برخی افراد، تحت تأثیر سبک خاصی از زندگی، مدیریت قوی بدن و نگرشی منفی به ازدواج دارند، بقیه نیز

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

تحت تأثیر این بازار رقابتی زیبایی قرار می‌گیرند؛ چراکه یکی از مهم‌ترین ملاک‌های انتخاب‌شدن، زیبایی است. بنابراین، اختلاف میانگین زیادی در میزان مدیریت بدن، بین آن دسته افرادی که به ازدواج نگرش منفی دارند و کسانی که نگرش مثبت دارند پیدا نشد.

پایگاه اقتصادی- اجتماعی نیز به مثابهٔ یکی از مؤلفه‌های سبک زندگی بر نگرش به ازدواج اثرگذار بوده‌است. براین‌اساس، می‌توان گفت با پدیدهٔ مدرنیزاسیون و پیدایش سبک‌های جدید زندگی، قدرت انتخاب و فردیت افراد افزایش یافته‌است و افراد به امکان تحرک اجتماعی، از جایگاه و پایگاهی که خانواده برای آنها رقم زده‌است، پیدا کرده‌اند.

منابع

آجیلی، هادی و مهدی بیکی (۱۳۹۲) «کالبدشکافی سبک زندگی در جامعهٔ سرمایه‌داری»، فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی- *ویژه نامهٔ (سبک زندگی)*، سال چهارم، شمارهٔ ۱۳: ۸۱-۱۱۰.

اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱) «از طبقهٔ اجتماعی تا سبک زندگی»، *نامهٔ علوم اجتماعی*، دورهٔ دهم، شمارهٔ ۲۰: ۳-۲۷.

ابراهیمی، قربانعلی و عباس بهنوئی‌گدنه (۱۳۸۸) «بررسی جامعه‌شناختی سبک زندگی و مؤلفه‌های آن در بین دختران و پسران شهر بابلسر»، *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال ششم، شمارهٔ ۱۸: ۱۳۵-۱۶۴.

اعزازی، شهلا (۱۳۹۱) «*جامعه‌شناسی خانواده با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر*»، تهران: روشنگران.

بندیکس، راینهارد (۱۳۸۵) «*سیمای فکری ماکس وبر*»، ترجمهٔ محمود رامبد، تهران: هرمس.

بونویتز، پاتریس (۱۳۹۱) «*درس‌هایی از جامعه‌شناسی پیر بوردیو*»، ترجمهٔ جهانگیر جهانگیری و سفیر حسن‌پور، تهران: آگاه.

بهنام، جمشید (۱۳۸۳) «*تحولات خانواده*»، ترجمهٔ محمدجعفر پوینده، تهران: ماهی.

چاوشیان، حسن (۱۳۸۱) سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به‌عنوان تمایز و تشابه اجتماعی در دورهٔ مدرنیتهٔ متأخر، رسالهٔ دکتری، دانشکدهٔ علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

حسینی، حاتم (۱۳۸۹) «تفاوت‌های قومی در رفتارهای ازدواج زنان و نگرش آنها نسبت به ازدواج دختران در شهرستان ارومیه»، *نامهٔ انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، سال پنجم، شمارهٔ ۹: ۲۸-۷.

حیدری، محمود، محمدعلی مظاهری و حمیدرضا پوراعتماد (۱۳۸۳) «ساخت و هنجاریابی پرسش‌نامهٔ رغبت‌سنج ازدواج- نسخهٔ دانشجویی (پرساد)»، *مجلهٔ روانشناسی*، سال هشتم، شمارهٔ ۳: ۲۵۰-۲۶۱.

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

خلج‌آبادی فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) «بررسی تأثیر معاشرت با جنس مخالف قبل از ازدواج بر سن ازدواج و تمایل به ازدواج در بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران»، *خانواده‌پژوهی*، دورهٔ نهم، شمارهٔ ۳۳: ۷-۲۸.

خواجه نوری، بیژن، علی روحانی و سمیه هاشمی (۱۳۹۰) «سبک زندگی و مدیریت بدن»، *جامعه‌شناسی زنان*، سال دوم، شمارهٔ ۴: ۲۱-۴۷.

راسخی‌نژاد، منیره (۱۳۹۱) «اوقات فراغت، فرهنگ و سبک زندگی»، *کتاب ماه علوم اجتماعی*، شمارهٔ ۶۰: ۲۸-۳۵.

رسولی، محمدرضا و غزال بک‌آبادی (۱۳۹۰) «بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در فیلم سینمایی دههٔ ۶۰، ۷۰ و ۸۰ سینمای ایران»، *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال هفتم، شمارهٔ ۲۵: ۹۷-۱۲۶.

ساروخانی، باقر و مریم مقربیان (۱۳۹۰) «تجددگرایی و همسرگزینی: تحقیقی مقایسه‌ای در بین زنان مناطق ۱ و ۱۱ شهر تهران»، *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، سال دوازدهم، شمارهٔ ۴۷: ۴۳-۷۵.

شیرزاد، حسینعلی (۱۳۸۳) بررسی دیدگاه دانشجویان مجرد پیرامون عوامل مؤثر در ازدواج، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

صادقی، رسول، علی‌محمد قدسی و جواد افشارکهن (۱۳۸۶) «واکاوی مسئلهٔ ازدواج و اعتبارسنجی یک راه‌حل»، *پژوهش زنان*، دورهٔ پنجم، شمارهٔ ۱: ۸۳-۱۰۸.

صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۹) بررسی تفاوت سبک زندگی والدین و فرزندان و چگونگی تبدیل آن به تعارض در خانواده، رسالهٔ دکتری، دانشکدهٔ علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

عسکری ندوشن، عباس (۱۳۸۸) «مادران، دختران و ازدواج، تفاوت‌های نسلی در ایده‌ها و نگرش‌های ازدواج در شهر یزد»، *مطالعات راهبردی زنان*، دورهٔ دوازدهم، شمارهٔ ۴۴: ۷-۳۶.

فاضلی، محمد (۱۳۸۲) *مصرف و سبک زندگی*، قم: صبح صادق و پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

قانعی‌راد، محمدامین و فرهاد خسروخاور (۱۳۸۵) «نگاهی به عوامل فرهنگی افزایش ورود دختران به دانشگاه‌ها»، *پژوهش زنان*، دورهٔ چهارم، شمارهٔ ۴: ۱۱۵-۱۳۸.

کاظمی‌پور، شهلا (۱۳۸۸) «سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج و شناخت آثار و پیامدهای آن با تأکید بر ازدواج‌های دانشجویی»، *فصلنامهٔ فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، سال سیزدهم، شمارهٔ ۲: ۷۵-۹۵.

کلانتری، عبدالحسین، ولی‌اله رستمعلی‌زاده و اعظم نسیم‌افزا (۱۳۹۲) «تحصیلات و مصرف فرهنگی در شهر تهران» *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دورهٔ دوم، شمارهٔ ۱: ۱۱۱-۱۳۱.

گلچین، مسعود و فرشته سیدی (۱۳۸۷) «نگاهی تحلیلی و تطبیقی به ازدواج و طلاق جوانان در سال ۱۳۸۴»، *مطالعات جوانان*، شمارهٔ ۱۲: ۳-۳۶.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸) *پیامدهای مدرنیته*، ترجمهٔ محسن ثلاثی، تهران: مرکز.

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) *تجدد و تشخص در جامعه جدید*، ترجمهٔ ناصر موفقیان، تهران: نی.
محمدی‌تلوار، ستار (۱۳۸۷) تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعهٔ موردی: جوانان شهر سنندج، پایان‌نامهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تهران.
محمودیان، حسین (۱۳۸۳) «سن ازدواج در حال افزایش: بررسی عوامل پشتیبان»، *نامهٔ علوم اجتماعی*، شمارهٔ ۲۴: ۵۳-۲۷.
مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰.
هیول، مک‌دونالد (۱۳۸۸) «بررسی علل افزایش سن ازدواج»، در: *ویژه‌نامهٔ علمی استانداری مازندران*، ناشر: استانداری مازندران.
منوچهرآبادی، افشین، محمود هاشمی و فرهاد حصاری (۱۳۹۰) «بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی خانواده بر سبک زندگی»، در: *مجموعهٔ مقالات همایش ملی صنایع فرهنگی و توسعهٔ پایدار*، کرمانشاه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه: ۶۷-۴۶.
نوذری، حسینعلی (۱۳۷۸) *مدرنیته و مدرنیسم*، تهران: نقش جهان.
نیازی، محسن (۱۳۹۰) «رابطهٔ بین سبک زندگی و هویت ملی، مطالعهٔ موردی: شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹»، *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال هفتم، شمارهٔ ۲۴: ۱۲۹-۱۵۸.

Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste,* London: Routledge.
Ganzeboom, H. B. G. (1982) "Explaining Differential Participation in High-Cultural Activities: A Confrontation of Information Processing and Status Seeking Theories", in Raub, W. (Ed.) *Theoretical Models and Empirical Analyses: Contributions to the Explanation of Individual Actions and Collective Phenomena*, Utrecht: E. S. – Publications: 186-205.
Good, W. (1963) *World Revolution and Family Patterns*, London: Free Press of Glencoe.
Reynolds J, and P. Mansfield (1999) *"The Effect of Changing Attitudes to Marriage on Its Stability"*. In High Divorce Rates: The State of the Evidence on Reasons and Remedies. Vol, 1, London: The Lord Chancellor's Department Research Secretariat.
Servaty, Lisa and Kirsten Weber (2010) "The Relationship between Gender and Attitudes towards Marriage", *Journal of Student Research*: 1-17.
Shilling, Chris (1993) *Body and Social Theory*, London: Sage Publication.
Mcrobbie, A. (2007) *"Cultural Studies"*, London: Sage Publication.
McDonald, Peter (1994) "Gender Equity, Social Institutions and the Future of Fertility", *Journal of the Australian Population Association*, May 2000, 17 (1): 1–16.

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]
[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]

[Downloaded from jspi.khu.ac.ir on 2024-03-29]

[DOR: 20.1001.1.24766933.1396.8.1.3.1]