

## بررسی روابط شبکه ای در سبک زندگی با تأثیر پذیری از مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی

ژیلا کالکوهی مقدم<sup>۱</sup>، احسان رحمانی خلیلی<sup>۲\*</sup>، حسین ابوالحسن تنهایی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۰۸

DOI: 10.30495/JISDS.2022.65139.11671

### چکیده

سبک زندگی یکی از مفاهیمی است که از نیمه‌ی دوم قرن بیستم به بعد مورد توجه جدی جامعه‌شناسان قرار گرفت است. هر جامعه‌ای زمانی می‌تواند ثمره و محصول جهان بینی و ایدئولوژی خود را به دیگران نشان دهد که سبک زندگی او متناسب با باورها و ارزش‌ها شکل گرفته باشد. بر همین اساس هدف این پژوهش بررسی روابط شبکه‌ای سبک زندگی با تأثیر پذیری از مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی در ایران بود که با چارچوب نظری تلفیقی از اثبات گرایانی چون «دورکیم، زیمل، بوردیو، ماکس وبر» در سال (۱۳۹۹) به اجرا درآمد. جامعه آماری کلیه زنان شهر تهران بود. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه و روش پژوهش پیمایشی بود. انتخاب نمونه با تلفیق نمونه‌گیری طبقه‌بندی نامتناسب و تصادفی ساده بود. حجم نمونه نیز بر اساس فرمول کوکران ۳۶۰ نفر از بین زنان منطقه‌های ۱ و ۱۹ شهر تهران تعیین شد. تحلیل داده‌ها با SPSS صورت گرفت. در نهایت نتایج پژوهش معنادار بودن اثر روابط شبکه‌ای بر سرمایه فرهنگی، اثر روابط شبکه‌ای بر مشارکت اجتماعی، اثر سرمایه فرهنگی بر مشارکت اجتماعی و اثر روابط شبکه‌ای بر سبک زندگی را تایید کرد.

**واژگان کلیدی:** روابط شبکه‌ای، سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، مشارکت اجتماعی

<sup>۱</sup> گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
(Email: Zhkm2019.1398@gmail.com)

<sup>۲</sup> استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسوول).  
(Email: Ehsan5171@gmail.com)

<sup>۳</sup> گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
(Email: hatanhai121 @gmail.com)

## مقدمه

هر شیوهی زندگی مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها است. «دردنیای متجدد کنونی به میزان گسترده‌ای، فراسوی محیط فعالیت‌های انفرادی امتداد می‌یابد و هیچ کس قادر نیست از تحولات ناشی از گسترش تجدد مصون بماند. به علت روند سریع تحولات در نیمه قرن بیستم و پس از آغاز هزاره جدید، ماهیت موجودیت‌های اجتماعی، به شدت سیال و متحول شده و در نتیجه نیاز به مفاهیم جدید برای تحلیل جامعه افزایش یافته است» (مرحمتی، ۱۳۹۲: ۲). زیرا با ظهور مدرنیته<sup>۱</sup> و پیامدهای حاصل از آن هم چون پدیده شهرنشینی<sup>۲</sup>، عمومیت آموزش و پرورش، صنعتی شدن و گسترش ارتباطات، در آداب و رسوم تغییرات اساسی بوجود آمده است. از طرفی دیگر، مشارکت اجتماعی مفهومی است که تحت تاثیر سرمایه‌های فرهنگی بوده و بر سبک زندگی تاثیر گذار است. "مشارکت" که امروزه از مفاهیم کلیدی مورد توجه جوامع مدنی است سخت وابسته به مفهوم اعتماد است. پاتنام<sup>۳</sup> معتقد است که میزان مشارکت‌های اجتماعی افراد و عضویت آن‌ها در شبکه‌های مشارکتی در بالا رفتن سرمایه اجتماعی موثر است که در نتیجه با افزایش میزان سرمایه اجتماعی به همان میزان اعتماد اجتماعی افزایش می‌یابد (رضایی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۱). به عبارت دیگر، سازمان رسمی، سیستم یا شبکه‌ای از ارتباطات و اختیارات است که افراد و گروه‌هایی را که وظایف مهمی انجام می‌دهند، به هم مرتبط می‌کند. این شبکه‌ها شامل روابط بین فردی است که به طور خود انگیز و برای رفع احتیاجات افراد ایجاد می‌شود (مجددی و دیگران، ۱۳۹۶: ۴۳۰). با توجه به این امر در شبکه‌ی روابط غیر رسمی، ارتباطات میان افراد بر اساس ویژگی‌های شخصیتی، نژادی و زبانی آن‌ها شکل می‌گیرد. در نهایت آن‌ها بیان می‌کنند که انتخاب‌های اجباری افراد در روابط اجتماعی تحت تاثیر شرایط خارجی بوده و محدود کننده یا ایجاد کننده فرصت‌هایی برای آن‌هاست (کنگرانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۴۵). به طور کلی، جهت‌گیری نظریه‌های اجتماعی در دهه‌های اخیر به سمت پذیرش اهمیت فزاینده‌ی سبک زندگی در شکل‌دهی به هویت شخصی و اجتماعی است و مقولاتی هم چون ترکیب‌بندی‌های هویتی، مرزبندی‌های هویتی، تحول منظومه‌های ارزشی، مدیریت بدن، مصرف مد، الگوهای مصرفی و موضوعاتی از این قبیل به محورهای نظریه و پژوهش اجتماعی بدل شده اند (اله‌دادی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۴). بنابراین هرچند سبک زندگی ریشه در هویت شخصی و شیوه‌ی زندگی فرد دارد اما به دلیل روابط متقابل، مناسبات میان فردی و روابط اجتماعی، رفتار نهایی فرد نمی‌تواند بدون تأثیر پذیری از محیط پیرامون باشد و در سطح فردی با نوع انتخاب و مصرف فرهنگی یعنی گذران اوقات فراغت، گوش دادن به موسیقی و نظایر آن سروکار دارد (فتحی و دیگران، ۱۳۹۶: ۲۲۳). لذا در پژوهش پیش رو هدف اصلی ما این است که روابط شبکه‌ای در سبک زندگی را با تاثیر پذیری از مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی بررسی کنیم.

## پیشینه‌ی تجربی پژوهش

در ارتباط با شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی، تاکنون تحقیقات و مطالعات بسیاری صورت گرفته است که در ادامه به مواردی از آن‌ها اشاره خواهد شد.

مهربان (۱۳۹۸) در مقاله خود با اذعان به این واقعیت که در دنیای کنونی رسانه‌ها نقشی بی‌بدیل، انکار ناپذیر و گسترده در جوامع بشری دارند، به گونه‌شناسی سبک زندگی با تأکید بر نقش رسانه در میان زنان شهر شیراز پرداخت و در پژوهش خود در خصوص بررسی گونه‌های متفاوت سبک زندگی، از تأثیر رسانه‌های مختلفی هم چون شبکه‌های رسانه‌ی ملی، شبکه‌های ماهواره‌ای، شبکه‌های مجازی و اینترنت بهره جست. فرقانی (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان «رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر سبک زندگی» به این نتیجه رسید که بین مؤلفه‌های سبک زندگی هم چون تغییرات سلیقه در نوع پوشش،

<sup>1</sup> Modernity

<sup>2</sup> Urbanization

<sup>3</sup> Putnam

در شیوه تغذیه، در خود آرای، در انتخاب دکوراسیون و اثاثیه منزل، در سبک خرید، در شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح و تغییر در تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران با میزان استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد، به طوری که با افزایش ساعات استفاده از این شبکه‌ها تغییر در هر یک از مؤلفه های سبک زندگی نیز بیشتر می‌شود. استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه تا حدودی موجب کاهش تعاملات و ارتباطات رو در روی کاربران نیز شده است. فتیحی و دیگران (۱۳۹۶) نیز در مقاله‌ی با عنوان «رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی» به این نتایج دست پیدا کردند که بین مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی رابطه وجود دارد. هم چنین بین میزان مصرف رسانه‌های دیجیتال با مصرف فرهنگی، مصرف مادی، رفتار سیاسی و دین داری همبستگی مستقیم وجود دارد. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه نیز نشان داد که بین نوع رسانه و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد، به گونه‌ای که تغییرات سبک زندگی در دانشجویانی که غالباً از ماهواره استفاده می‌کنند بیشتر و در بین دانشجویانی که غالباً از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر است. به عبارت دیگر مصرف ماهواره بیشترین تغییر را در سبک زندگی دانشجویان ایجاد کرده است. مولوی زاده (۱۳۹۶) در طی مطالعات خود به شناسایی رابطه بین سبک زندگی (ایرانی - اسلامی) و مصرف فرهنگی در بین شهروندان گرگانی پرداخت. از مهم ترین دستاوردهای تجربی این پژوهش، ارائه تصویری شفاف از چگونگی و چرایی مصرف فرهنگی و ابعاد و مولفه‌های آن به عنوان نوعی کنش فردی مبتنی بر انتخاب آزاد و با توجه به ویژگی‌ها و زمینه‌های اجتماعی و ساختاری به ویژه سبک زندگی بود. احمدی (۱۳۹۴) نیز در طی پژوهش خود به مطالعه سبک زندگی و عوامل مرتبط با آن پرداخت. نتایج حاصل از این مطالعه این طور نشان داد که سبک زندگی به معنای شیوه‌ای از زندگی است که مبتنی بر الگوهای قابل شناسایی از رفتاری است که از طریق فعل و انفعال بین ویژگی‌های شخصی فرد، تعاملات اجتماعی و شرایط اقتصادی اجتماعی و محیطی زندگی فرد تعیین می‌شود. هم چنین ایمان و دیگران (۱۳۹۳) به «تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن» پرداختند. نتایج حاصله حاکی از آن بود که سبک زندگی مدرن به اعمال، کارها، طرز برخورد و روابط اجتماعی افراد بستگی دارد. حسن زاده و دیگران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به «بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی» پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین بُعد ورزش و تندرستی، کنترل وزن و تغذیه، پیشگیری از بیماری‌ها، سلامت روان شناختی، سلامت اجتماعی، سلامت معنوی، اجتناب از داروها، مواد مخدر و الکل، پیشگیری از حوادث و ابعاد سبک زندگی سلامت محور و سرمایه فرهنگی رابطه معنی داری وجود دارد در صورتی که بین سلامت جسمانی و سلامت محیطی و سرمایه فرهنگی ارتباط معناداری مشاهده نشد.

فانقی و باینگانی (۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان «رابطه دسترسی به خدمات فرهنگی و کالاهای هنری با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (موضوعات تحقیق: شهروندان اصفهانی)» انجام دادند. قسمتی از نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بین دسترسی به کالاهای هنری، خدمات فرهنگی و مولفه‌های سرمایه اجتماعی مانند احساس امنیت، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت مدنی رابطه معنادار (معکوس و مستقیم) وجود دارد در خصوص دسترسی به کالاهای هنری و خدمات فرهنگی، با توجه به مقادیر استاندارد ارزیابی شده ضریب گاما، مقیاس‌های استفاده از وسایل و امکانات فرهنگی هنری با ضریب  $0/627$ ، ایجاد اثر با ضریب  $0/572$  و مالکیت کالاهای فرهنگی هنری. با ضریب  $0/390$  بیشترین همبستگی را دارند. با توجه به ابعاد سرمایه اجتماعی، هنجارهای اجتماعی با ضریب بار  $1/018$ ، اعتماد اجتماعی با ضریب بار  $0/613$  و شبکه‌های اجتماعی با ضریب بار  $0/932$  - همبستگی به درجه‌های ساختاری سرمایه اجتماعی می‌رسد.

میلان (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «پیوندهای فرهنگی: رابطه سلايق فرهنگی و منابع شبکه‌ی اجتماعی و اقتصادی» انجام داد که نتایج این پژوهش نشان داد که سلايق فرهنگی با سطح وضعیت شبکه‌ی اجتماعی و اقتصادی مرتبط است. اما نه به شدت ناهمگونی آن. به این معنا که افراد با سلیقه‌های محبوب تر تعداد اعضای شبکه (غیر خویشاوندی) خود را بیشتر از میان افراد با تحصیلات و وضعیت شغلی بالاتر انتخاب می‌کنند تا با وضعیت پایین تر در این دو آیتم. بر این اساس وضعیت تحصیلات/شغل و

سلايق پر طرفدار عموماً به شدت با سطح وضعيت شبکەي اجتماعي-اقتصادي مرتبط است. سطح وضعيت اجتماعي-اقتصادي نسبت به سلیقه مردم نشان می‌دهد که افراد با سلیقه‌های محبوب تر این کار را انجام می‌دهند تا کنترلی بر شبکەي اجتماعي و اقتصادي خود داشته باشند تا دچار شبکە ناهمگون تری از نظر منابع اجتماعي-اقتصادي نشوند. هم چنین اندازه شبکە نیز برای این افراد مهم است و نشانه‌هایی وجود دارد که افراد با سلیقه‌های محبوب تر در این رابطه بسیار تاثیرگذار تر از بقیه عوامل هستند. در نهایت این که افراد با سلیقه‌های محبوب تر ارتباط مثبتی با سطح وضعيت شبکەي اجتماعي-اقتصادي در میان وضعيت پایین تر از بالاتر دارد. (تحرك فرهنگي)

## چارچوب نظري

نظريه پردازان علوم اجتماعي سبک زندگي را متأثر از عواملی چون ارزش‌ها و نگرش‌ها، دین و زمینه‌های اجتماعي و مانند آن‌ها می‌دانند و سرمایه فرهنگي افراد یکی از متغیرهای اصلی موثر بر سبک زندگي آن‌ها محسوب می‌شود. هم چنین اعتقاد بر آن است که "مشارکت اجتماعي" که در آن میزان مشارکت و همکاری و نوع دوستی بین افراد بالا است، نوعی احساس رضایت و انرژی مثبت نسبت به خود و پیرامون افراد ایجاد کرده و در نتیجه میزان نشاط و شادی در جامعه را بالا می‌برد (گلابی و دیگران، ۱۳۹۴:۱۴۴). میزان مشارکت‌های اجتماعي افراد و عضویت آن‌ها در شبکە‌های مشارکتی از جمله عوامل موثر بر سبک زندگي می‌باشد که با وجود تبعیت از سلیقه‌های شخصی، ماهیت جمعی داشته و بسیار نمادین بوده و بازتاب فرآیندها و ماهیت‌ها مثل فردیت، هویت و شخصیت اجتماعي است (رضایی و دیگران، ۱۳۹۶:۱۱). بری ولمن<sup>۱</sup> پژوهش‌های گسترده‌ای درباره‌ی جامعه شبکە و تاثیر فناوری‌های اطلاعاتي و ارتباطي بر تعاملات اجتماعي انجام داده است. در واقع پرسش محوری ولمن چگونگي تعاملات و ارتباطات بین انسان‌ها در طول تاريخ و تحولاتي است که باعث شده روابط دچار تغيير شود. او تیپولوژی<sup>۲</sup> را که نشان دهنده سه نوع کنش یا تعامل متقابل اجتماعي و تاثیر فناوری‌های اطلاعاتي و ارتباطي بر روی تعاملات در هر دوره از زندگي اجتماعي است. جامعه شناس آمریکایی کانادایی از منظر رویکرد تحليل شبکە، به بررسی تأثير تغييرات اجتماعي بر روابط اجتماعي و شبکە‌های اجتماعي پرداخته است. از نظر وی افراد کمک‌ها و حمایت‌های متنوعی را از اعضای شبکە شان دریافت می‌کنند. با روابط توأمان مکانی و جهانی در نتیجه پیشرفت‌های انقلابی در حمل و نقل و ارتباطات و فرد گرایی شبکە ای برای روابط فرد به فرد در شبکە‌های چندگانه در نتیجه نوآوری عرصه ارتباطات یعنی رشد استفاده از پیجر، تلفن همراه و اینترنت بی سیم است (همان: ۶-۷). توماس فارارو<sup>۳</sup> استدلال می‌کند که اگر تمامی پیوندها از نوع قوی بودند، گروه‌ها و خرده نظام‌های جامعه مجزا از هم و نظام کلی فاقد انسجام بود و این قدرت پیوندهای ضعیف است که در واقع اجازه می‌دهد ارتباط بین گروه‌ها و خرده نظام‌ها برقرار و به تبع آن، انسجام کل در سطح جامعه تأمین شود. او قضیه خود را این گونه بیان می‌کند: "هرچه قویتر پیوندهای ضعیف، هر چه بیشتر انسجام کل". از طرف دیگر، اضافه می‌کند که هر چه پیوندهای ضعیف کمتر باشند، میزان ارتباط در درون زیر مجموعه‌های محلی و خرده شبکە‌ها بیشتر و به تبع آن، انسجام محلی نیز بیشتر خواهد بود (نوروزی و دیگران ۱۳۹۱:۱۵۰). در واقع این ارتباطات مجازی بین فردی در قالب شبکە‌سازی‌های اجتماعي بر پایه مشارکت همگانی بنا شده اند ایجاد ارتباطات جمعی و میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات از شناخته شده ترین کارکردهای این فضاها هستند. برخی از ویژگی‌های شبکە‌های اجتماعي عبارتند از: اشتراک گذاری، سازمان دهی، دوستی، اعتماد، استناد و تعمیم، چند رسانه‌ای بودن، نقد بیرحمانه، دنبال کردن و دنبال شدن، باز انتشار، خرد جمعی، ساختار دموکراتیک، قدرت سرمایه اجتماعي، تحرك اجتماعي و ابتکار و خلاقیت است (فرقانی و دیگران، ۱۳۹۶: ۲۶۲). هم چنین در نظريه گنورگ زیمل<sup>۴</sup> با تاکید بر مد و نمادهای منزلی می‌توان

<sup>1</sup> Barry Wellman

<sup>2</sup> Typology

<sup>3</sup> Thomas Farraro

<sup>4</sup> Georg Simmel

به دو کارکرد آن این گونه اشاره کرد؛ از سویی اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی است و از سوی دیگر، مصرف‌گرایی جامعه‌ی مدرن بر مقوله مد تأکید دارد. سبک زندگی از دیدگاه زیمل، یکی از شیوه‌هایی است که افراد برای تعریف هویت شان در ارتباط با جامعه توده‌ای جستجو می‌کنند (اله دادی، ۱۳۹۶: ۹۶). از منظر زیمل، سبک زندگی کل به هم پیوسته‌ای از اشکال (صورت‌هایی) است که فرد (یا افراد یک اجتماع) برحسب انگیزه‌های درونی (سلیقه) خود (شان) و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازن میان شخصیت ذهنی و زیست محیط عینی و انسانی اش (شان) به انجام می‌رسانند. وی به عنوان جامعه‌شناس، فرهنگ مدرن را با نظریه مصرف حول مفهوم "شهر"<sup>۱</sup> و پیامدهای شهرنشینی سامان داده است. از نظر او با آزاد شدن از قید و بندهای جامعه سنتی، ضدیت بروز می‌یابد اما فرد در معرض فشار ساختاری جامعه جدید هم است. هم چنین شیوه‌ی خاص مصرف کردن با هدف دنبال کردن نمادهای منزلت، راهی است که از طریق آن افراد می‌توانند فشارهای زندگی را تحمل کرده و فردیت خود را باز می‌یابند (کلانتری، ۱۳۹۲: ۱۵۸). سبک زندگی از نظر پیر بوردیو<sup>۲</sup> فعالیت‌های نظام‌مندی که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد و میان اقشار گوناگون اجتماع تمایز ایجاد می‌کنند. سبک زندگی دارایی‌هایی است که به وسیله آن اشغال‌کنندگان موقعیت‌های متفاوت، خودشان را با قصد تمایز یا بدون قصد آن از دیگران تمایز می‌بخشند (الفت و دیگران، ۱۳۹۱: ۲۰). این نظریه، شامل اعمال طبقه بندی شده‌ی فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، آداب سخن گفتن و راه رفتن است که در واقع در ترجیحات افراد عینیت یافته و تجسم یافته است (پویافر، ۱۳۹۴: ۳۳). وی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مصرف و فعالیت و سبک زندگی فرهنگی افراد را با توسل به نظریه‌ی تمایز بیان می‌کند. داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر به معنای داشتن توان شناختی بالاتر است (نیازی، ۱۳۹۷: ۲-۳). هم چنین محور استدلال بوردیو (۱۹۸۶) در مورد بازتولید سرمایه و موقعیت اجتماعی این فرض است که اشکال مختلف سرمایه قابل تبدیل به یکدیگر هستند. او استدلال می‌کند که سرمایه فرهنگی افراد، که اغلب با ذائقه فرهنگی آن‌ها مشخص می‌شود، کمک می‌کند افراد با انباشت سرمایه اجتماعی، یعنی تعداد کل منابعی که مردم از طریق شبکه‌ی اجتماعی با دوام خود به آن‌ها دسترسی دارند روابط شبکه‌ای آشنایی و شناخت متقابل آنان را شکل دهد. بنابر نظریه آنتونی گیدنز<sup>۳</sup> سبک زندگی سیاستی است که با منازعات و کشمکش‌هایی در باب یک سوال پیوند دارد و آن این که چگونه ما باید در دنیای زندگی کنیم که در آن آنچه به وسیله طبیعت یا سنت تثبیت شده، اکنون موضوع تصمیم‌گیری انسان قرار گرفته است (الفت و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۹-۲۰). هم چنین گیدنز پیدایش سبک‌های زندگی را محصول بازاندیشی در دنیای مدرن می‌داند که کاربرد آن در عصر پیشامدرن و فرهنگ‌های سنتی چندان رواج نداشت، زیرا داشتن سبک زندگی مستلزم آن است که افراد از میان انتخاب‌های مختلف دست به‌گزینش بزنند. فرد با انتخاب سبک خاص خود، هم هویت خویش را به وجود می‌آورد و در معرض دید سایرین قرار می‌دهد و هم اینکه نیازهای زندگی‌اش را بر آورده می‌سازد (باینگانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۷۰). گیدنز تنوع و انتخاب در مدرنیته را مقدم بر پیدایش سبک‌های زندگی می‌داند. در واقع، از نظر او تغییراتی که در جنبه‌های خصوصی زندگی شخصی ایجاد می‌شود، بستگی مستقیمی به استقرار پیوندهای اجتماعی بسیار گسترده‌تر دارد (نایی، ۱۳۹۲: ۱۳۸). از نظریه ماکس وبر<sup>۴</sup> «سبک زندگی» در قالب پایگاه و گروه منزلتی، معنی می‌یابد زیرا سبک‌های زندگی مشخص، تقسیمات موجود در نظم اجتماعی را مشروعیت می‌بخشند. وبر در مقاله‌ای می‌گوید: تعیین شیوه و سبک زندگی به وسیله دین نیز یکی و فقط یکی از عوامل تعیین‌کننده اخلاق اقتصادی است و البته خود این عامل نیز از عوامل اقتصادی و سیاسی دیگر تأثیر می‌پذیرد که در چارچوب مرزهای مشخص جغرافیایی، سیاسی، اجتماعی و ملی عمل می‌کنند. از دیدگاه وبر این سه عنصر، ابعاد بنیادین شناخته می‌شوند و بر

<sup>1</sup> City

<sup>2</sup> Pierre Bourdieu

<sup>3</sup> Anthony Giddens

<sup>4</sup> Max Weber

اساس این الگو است که رفتارها، انتخاب‌ها را در زندگی نشان می‌دهند و تمایلات، این انتخاب‌ها را هدایت می‌کنند. هم چنین از منظر وبر، سبک زندگی بیشترین نقش را در تعیین فرصت‌های کسب احترام بازی می‌کند، به این معنی که در ترکیب با الگوهای مصرف، در تجزیه و تحلیل از نوع وبر، به ابزاری تبدیل می‌شود که به مدد آن می‌توان افتخار، اعتبار و پایگاه اجتماعی را شناخت و تایید کرد (جباران، ۱۳۹۵: ۸۷). با نگاه به امیل دورکیم<sup>۱</sup> می‌توان گفت، این نظریه پرداز عقیده دارد که حدود خواسته‌های فردی در جامعه تابع هنجارهای خاصی است و از طریق این هنجارها و ضوابط است که فرد می‌تواند تمایلات، خواهش‌ها و خواسته‌های خود را محدود و در حدی معتدل و عملی تنظیم کند (محسنی تبریزی و دیگران، ۱۳۹۳: ۹۷).

## روش پژوهش

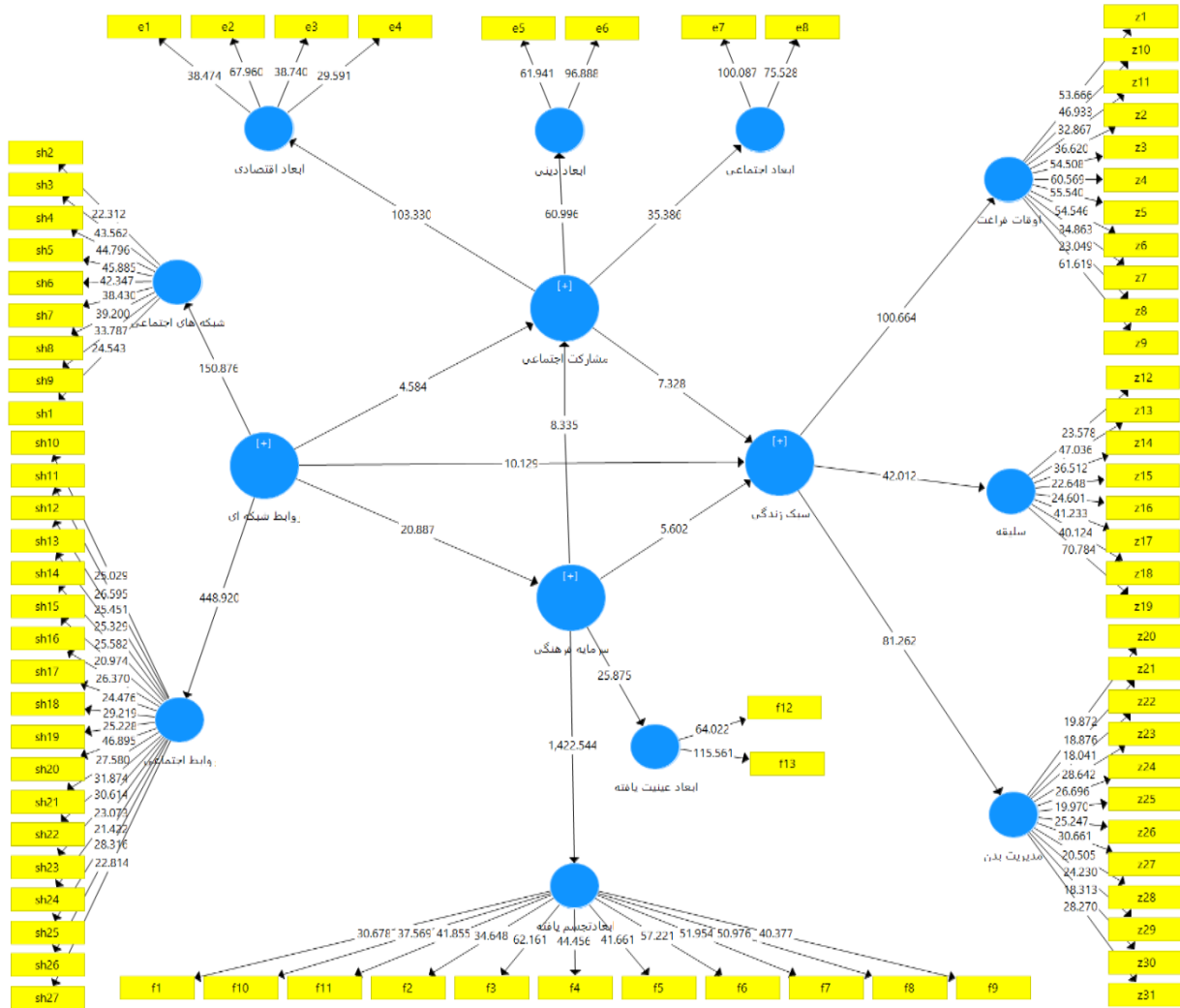
پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تبیینی بود که با هدف شناسایی عوامل موثر بر سبک زندگی زنان انجام شد. در جمع آوری اطلاعات، یک تحقیق پیمایشی و واحد تحلیل آن زنان شهر تهران (سطح خرد) و از لحاظ معیار زمان یک تحقیق مقطعی بود، که واقعیت را در یک برهه از زمان یعنی در آذر ماه سال ۱۳۹۹ مورد بررسی قرار داد و در نهایت با توجه به این که به دنبال شناخت و کمک به حل یک مسئله اجتماعی بود در دسته تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد. چارچوب نظری نیز تلفیقی از نظریه‌های اثبات گرایانی چون «دورکیم، زیمل، بوردیو، ماکس وبر و...» بود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه زنان شهر تهران بود که در سال ۱۳۹۹ ساکن شهر تهران بودند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. انتخاب نمونه نیز با تلفیق نمونه گیری طبقه‌بندی نامتناسب و تصادفی ساده صورت گرفت که بر همین اساس زنان منطقه‌های ۱ و ۱۹ شهر تهران انتخاب شدند. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که حجم نمونه ۳۶۰ نفر تعیین گردید. تحلیل داده‌ها نیز با SPSS صورت گرفت. هم چنین سطح سنجش متغیرهای پژوهش فاصله ای بود که به منظور سنجش متغیر سبک زندگی، با توجه به چارچوب نظری پژوهش ابعاد این مفهوم به سه بعد اوقات فراغت، مدیریت بدن و سلیقه تقسیم شد. متغیر روابط شبکه ای با دو مورد میزان زمان صرف شده برای استفاده از فضاهای مجازی، نوع فضای مورد استفاده، نوع کاربرد فضای مجازی، صرفا استفاده از فضای مجازی یا داشتن مشارکت و میزان زمان صرف شده برای تماس با اینترنت در هفته در مورد سنجش قرار گرفت. شبکه‌های اجتماعی با دو مورد میزان زمان صرف شده برای استفاده از فضاهای مجازی، نوع فضای مورد استفاده، نوع کاربرد فضای مجازی، صرفا استفاده از فضای مجازی یا داشتن مشارکت و میزان زمان صرف شده برای تماس با اینترنت در هفته در مورد سنجش قرار گرفت. مشارکت اجتماعی نیز در چهار خرده بعد اجتماعی، اقتصادی، دینی و فرهنگی سنجش شد. برای سنجش سرمایه فرهنگی از دیدگاه بوردیو استفاده شد. طبق این دیدگاه سرمایه فرهنگی شامل سه بعد تجسم یافته، عینیت یافته و نهادینه شده می‌باشد. بعد تجسم یافته سرمایه فرهنگی، شامل میزان مهارت‌های فرهنگی هنری فرد و هم چنین میزان زمان صرف شده برای این مهارت‌ها می‌باشد، که به همین شکل مورد سوال قرار گرفت. بعد عینیت یافته شامل دارایی‌های فرهنگی و هنری از قبیل تابلوهای هنری و اشیاء قدیمی و کتاب و مجله و ... می‌شود که تعداد این دارایی‌ها از افراد مورد سوال قرار گرفت. بعد نهادینه شده سرمایه فرهنگی شامل مدرک تحصیلی و درجه شغلی خود فرد و همسرش (در صورت متأهل بودن) و پدر و مادرش (در صورت مجرد بودن) می‌باشد که از فرد سوال شد.

## فرضیات پژوهش

۱. روابط شبکه ای بر سرمایه فرهنگی تاثیر گذار است.
۲. روابط شبکه ای بر مشارکت اجتماعی تاثیر گذار است.
۳. سرمایه فرهنگی بر مشارکت اجتماعی تاثیر گذار است.

<sup>۱</sup> Emile Durkheim





شکل شماره ۳: مدل پژوهش با ضرایب t-Values (ارزیابی مدل های اندازه گیری)

جدول شماره ۱: جدول نتایج بررسی روایی همگرا با معیار AVE

متغیرها	AVE	CR	CR>AVE
روابط شبکه ای	۰,۵۰۹	۰,۹۶۵	تایید
مشارکت اجتماعی	۰,۵۶۷	۰,۹۱۳	تایید
سرمایه فرهنگی	۰,۶۴۰	۰,۹۵۸	تایید
سبک زندگی	۰,۷۷۲	۰,۹۶۴	تایید

جدول شماره ۲: جدول آزمون های پایایی (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی)

سازه های پژوهش	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha > 0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR > 0.7)
روابط شبکه ای	۰/۹۶۳	۰/۹۶۵
مشارکت اجتماعی	۰/۸۹۰	۰/۹۱۳
سرمایه فرهنگی	۰/۹۵۲	۰/۹۵۸



سازه‌های پژوهش	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha >0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR>0.7)
سبک زندگی	۰/۹۶۱	۰/۹۶۴

### تحلیل مدل ساختاری

پس از تحلیل و بررسی مدل اندازه گیری، مدل‌های ساختاری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد مدل ساختاری، مدلی است که در آن روابط بین متغیرهای مکنون مستقل (برون‌زا) و وابسته (درون‌زا) مد نظر است. مدل ساختاری تنها متغیرهای پنهان را به همراه روابط میان آن‌ها بررسی می‌کند. معیارهای آزمون مدل ساختاری شامل این موارد می‌باشد: ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن مقادیر، شاخص ضریب تعیین ( $R^2$ ) متغیرهای مکنون درون‌زا شاخص ارتباط پیش بین ( $Q^2$ ) ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن مقادیر (t-value) معیار اول از بررسی برازش مدل ساختاری، ضرایب معناداری t است. چنان چه مقدار به دست آمده بیشتر از حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تایید می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ مقایسه می‌شود.

جدول شماره ۳: جدول ضرایب بار عاملی

مقدار t	ضریب مسیر $\beta$	سازه وابسته	سازه‌های مستقل
۴,۵۸۴	۰,۲۶۶	مشارکت اجتماعی	روابط شبکه‌ای
۲۰,۸۸۷	۰,۶۴۷	سرمایه فرهنگی	روابط شبکه‌ای
۱۰,۱۲۹	۰,۴۲۲	سبک زندگی	روابط شبکه‌ای
۸,۳۳۵	۰,۴۲۴	مشارکت اجتماعی	سرمایه فرهنگی
۵,۶۰۲	۰,۲۲۵	سبک زندگی	سرمایه فرهنگی
۷,۳۲۸	۰,۳۲۸	سبک زندگی	مشارکت اجتماعی

با توجه به نتایج جدول فوق مقادیر t بین متغیرهای مکنون استاندارد شده و مقدار محاسبه شده بین تمامی متغیرهای مستقل و وابسته موجود در مدل بزرگتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح ۹۵ درصد معنادار هستند و به عبارتی مناسب بودن مدل ساختاری را نشان می‌دهد.

### شاخص ضریب تعیین ( $R^2$ ) متغیرهای مکنون درون‌زا

دومین معیار بررسی مدل ساختاری، ضریب  $R^2$  مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) در مدل است و نشان‌دهنده تاثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا است که سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  در نظر گرفته می‌شوند. هر چه  $R^2$  مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است.

جدول شماره ۴: جدول ضرایب  $R^2$  متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	$R^2$
روابط شبکه‌ای	-
مشارکت اجتماعی	۰,۳۹۶
سرمایه فرهنگی	۰,۴۱۹
سبک زندگی	۰,۶۹۶

با توجه به جدول فوق (اعداد درون دایره‌ها)، مقدار  $R^2$  برای مشارکت اجتماعی برابر با ۰,۳۹۶ بوده و نشان دهنده این مفهوم است که روابط شبکه ای و سرمایه فرهنگی با همکاری یکدیگر و در مجموع توانسته‌اند ۴۰ درصد از تغییرات مشارکت اجتماعی را پیش بینی کنند و مابقی تغییرات آن وابسته به سایر متغیرها و عواملی است که در مدل نیامده است. هم چنین مقدار  $R^2$  برای سرمایه فرهنگی برابر با ۰,۴۱۹ بوده و نشان دهنده این مفهوم است که متغیر روابط شبکه ای توانسته ۴۲ درصد از تغییرات سرمایه فرهنگی را پیش بینی کند و مقدار  $R^2$  برای سبک زندگی برابر با ۰,۶۹۶ بوده و نشان دهنده این مفهوم است که متغیرهای روابط شبکه ای، مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی با همکاری یکدیگر و در مجموع توانسته‌اند ۷۰ درصد از تغییرات سبک زندگی را پیش بینی کنند و مابقی تغییرات آن وابسته به سایر متغیرها و عواملی است که در مدل نیامده است.

### شاخص ارتباط پیش بین $Q^2$

سومین معیار بررسی مدل ساختاری،  $Q^2$  این معیار که توسط استون و گیسر<sup>۱</sup> (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌کند. به اعتقاد آن‌ها مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. به این معنی که اگر در یک مدل، روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده باشند، سازه‌ها قادر خواهند بود تا تاثیر کافی بر شاخص‌های یکدیگر گذاشته و از این راه فرضیه‌ها به درستی تأیید شوند. مقدار  $Q^2$  در مورد تمامی سازه‌های درون‌زا، سه مقدار ۰,۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ را به عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین می‌کند.

جدول شماره ۵: جدول ضرایب  $Q^2$  متغیرهای اصلی پژوهش

$Q^2$	متغیرها
-	روابط شبکه ای
۰,۲۲۰	مشارکت اجتماعی
۰,۲۵۰	سرمایه فرهنگی
۰,۳۰۴	سبک زندگی

همان طور که نتایج جدول فوق نشان می‌دهد، مقدار  $Q^2$  برای متغیرهای درون‌زای مشارکت اجتماعی (۰,۲۲۰)، سرمایه فرهنگی (۰,۲۵۰) و سبک زندگی (۰,۳۰۴) مثبت و در سطح مناسبی قرار دارد و حاکی از آن است که قدرت پیش‌بینی مدل در خصوص این متغیرها در حد قابل قبول می‌باشد.

### یافته‌های پژوهش

\* فرضیه اول: روابط شبکه ای بر سرمایه فرهنگی تاثیر گذار است.  
یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه اول در جدول زیر آمده است:

جدول شماره ۶: جدول نتایج تحلیل فرضیه اول

فرضیه اول	ضریب مسیر	عدد معناداری (آماره تی)	جهت رابطه	نتیجه
روابط شبکه ای ← سرمایه فرهنگی	۰,۶۴۷	۲۰,۸۸۷	مثبت و مستقیم	تایید

<sup>۱</sup> Stone-Geisser Criterion

با توجه به جدول بالا، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره  $t$  محاسبه شده برابر با  $20,887$  و بیشتر از  $1/96$  می‌باشد، اثر روابط شبکه‌ای بر سرمایه فرهنگی با ضریب مسیر  $0,647$  و با احتمال  $95$  درصد معنادار، مثبت و مستقیم می‌باشد. ضریب مسیر (بتا) مثبت بین متغیرها ( $0,647$ ) به این مفهوم است که با افزایش یک انحراف استاندارد روابط شبکه‌ای، سرمایه فرهنگی به اندازه  $0,647$  انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. بنابراین با توجه به بررسی‌های به عمل آمده می‌توان اظهار نظر کرد که فرضیه تاثیر روابط شبکه‌ای بر سرمایه فرهنگی تایید می‌شود.

\* فرضیه دوم: روابط شبکه‌ای بر مشارکت اجتماعی تاثیر گذار است.

یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه دوم در جدول زیر آمده است:

جدول شماره ۷: جدول نتایج تحلیل فرضیه دوم

فرضیه دوم	ضریب مسیر	عدد معناداری (آماره تی)	جهت رابطه	نتیجه
روابط شبکه‌ای ← مشارکت اجتماعی	$0,266$	$4,584$	مثبت و مستقیم	تایید

با توجه به جدول بالا، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره  $t$  محاسبه شده برابر با  $4,584$  و بیشتر از  $1/96$  می‌باشد، اثر روابط شبکه‌ای بر مشارکت اجتماعی با ضریب مسیر  $0,266$  و با احتمال  $95$  درصد معنادار، مثبت و مستقیم می‌باشد. ضریب مسیر (بتا) مثبت بین متغیرها ( $0,266$ ) به این مفهوم است که با افزایش یک انحراف استاندارد روابط شبکه‌ای، مشارکت اجتماعی به اندازه  $0,266$  انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. بنابراین با توجه به بررسی‌های بعمل آمده می‌توان اظهار نظر کرد که فرضیه تاثیر روابط شبکه‌ای بر مشارکت اجتماعی تایید می‌شود.

\* فرضیه سوم: سرمایه فرهنگی بر مشارکت اجتماعی تاثیر گذار است.

جدول شماره ۸: جدول نتایج تحلیل فرضیه سوم

فرضیه سوم	ضریب مسیر	عدد معناداری (آماره تی)	جهت رابطه	نتیجه
سرمایه فرهنگی ← مشارکت اجتماعی	$0,424$	$8,335$	مثبت و مستقیم	تایید

با توجه به جدول بالا، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره  $t$  محاسبه شده برابر با  $8,335$  و بیشتر از  $1/96$  می‌باشد، اثر سرمایه فرهنگی بر مشارکت اجتماعی با ضریب مسیر  $0,424$  و با احتمال  $95$  درصد معنادار، مثبت و مستقیم می‌باشد. ضریب مسیر (بتا) مثبت بین متغیرها ( $0,424$ ) به این مفهوم است که با افزایش یک انحراف استاندارد سرمایه فرهنگی، مشارکت اجتماعی به اندازه  $0,424$  انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. بنابراین با توجه به بررسی‌های به عمل آمده می‌توان اظهار نظر کرد که فرضیه تاثیر سرمایه فرهنگی بر مشارکت اجتماعی تایید می‌شود.

\* فرضیه چهارم روابط شبکه‌ای بر سبک زندگی تاثیر گذار است.

یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه چهارم در جدول زیر آمده است:

جدول شماره ۹: جدول نتایج تحلیل فرضیه چهارم

فرضیه چهارم	ضریب	عدد معناداری	جهت رابطه	نتیجه
-------------	------	--------------	-----------	-------

		(آماره تی)	مسیر	
روابط شبکه ای ← سبک زندگی	۰,۴۲۲	۱۰,۱۲۹	مثبت و مستقیم	تایید

با توجه به جدول بالا، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره  $t$  محاسبه شده برابر با ۱۰,۱۲۹ و بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد، اثر روابط شبکه ای بر سبک زندگی با ضریب مسیر ۰,۴۲۲ و با احتمال ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. ضریب مسیر (بتا) مثبت بین متغیرها (۰,۴۲۲) به این مفهوم است که با افزایش یک انحراف استاندارد روابط شبکه ای، سبک زندگی به اندازه ۰,۴۲۲ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. بنابراین با توجه به بررسی‌های به عمل آمده می‌توان اظهار نظر کرد فرضیه تاثیر روابط شبکه ای بر سبک زندگی تایید می‌شود.

### نتیجه گیری

سبک‌های زندگی جزء جدایی ناپذیر نظام‌های اجتماعی نوگرایی هستند. در دنیایی که روایت‌های کلان نظری، ایدئولوژی‌ها و فراروایت‌ها اهمیت خود را بیش از پیش از دست داده‌اند و مصلحت‌گرایی و تکثرگرایی رواج بیش‌تری یافته است، سبک‌های زندگی، سیاست زندگی افراد و ارتباط و تفسیر آن‌ها از خویشتن و جامعه‌ی شان را بر عهده می‌گیرند. در ظهور و رشد سبک‌های زندگی، طبیعتاً به ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای افراد در تحلیل‌های اجتماعی توجه می‌شود. به این منظور، از دیدگاه زیمل "سبک زندگی تجسم تلاش انسان برای یافتن ارزش‌های بنیادی در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران است. هم‌چنین وی در تحلیلی چند بعدی به سه مفهوم سبک زندگی (سبک‌مند شدن زندگی و تدبیر و بخت زندگی) اشاره می‌کند" (مهدی زاده، ۱۳۹۶: ۴۹) (در مقایسه بوردیو مشخص می‌سازد که چگونه گروه‌های خاص بویژه طبقات خاص اقتصادی و اجتماعی، انواع کالاهای مصری و لباس پوشیدن و غذا خوردن را بکار می‌گیرند. وی بر این باور است که مصرف را باید هم چون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی به عنوان راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست (کردی و دیگران، ۱۳۹۱: ۲۴-۲۵). در واقع، مطالعاتی که در این عرصه صورت گرفت، منجر به توصیف مفهوم سبک زندگی و مولفه‌های آن از نظر برخی جامعه‌شناسان شد. در این پژوهش، فرضیه‌هایی که ما را در پیش‌برد این پژوهش هدایت کردند را در بوطه آزمون قرار دادیم. آن‌چه که در نهایت از نتایج حاصل شد، حاکی از آن بود که تمامی معیارهای آلفای کرونباخ، معناداری بارهای عاملی بین سوالات و متغیرها، ضریب پایایی ترکیبی، AVE و روایی واگرا به روش فورنل و لارکر، نشان دهنده‌ی مناسب بودن مدل اندازه‌گیری می‌باشند. به این معنا که مدل ساختاری، مدلی است که در آن به روابط بین متغیرهای مکنون مستقل (برون‌زا) و وابسته (درون‌زا) توجه می‌شود. بدین مفهوم که پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش همان چیزی را می‌سنجد که مدنظر پژوهشگر است. هم‌چنین، در فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌های پژوهش مشاهده گردید که بین متغیرهای مورد مطالعه همبستگی مثبت و مستقیم و معناداری وجود دارد. نتیجه یافته‌های بخش مدل‌های ساختاری: شاخص‌های ضریب تعیین  $R^2$ ، شاخص ارتباط پیش بین  $Q^2$ ، و ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن مقادیر  $t$ -value همگی در حد مناسب و قابل قبول بوده که مناسبیت مدل‌های ساختاری را به نمایش گذاشته است با توجه به بررسی‌های به عمل آمده می‌توان اظهار نظر کرد که فرضیه اول پژوهش مبنی بر تاثیرگذار بودن روابط شبکه ای بر سرمایه فرهنگی تایید می‌شود. فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تاثیرگذار بودن روابط شبکه ای بر مشارکت اجتماعی تایید می‌شود. فرضیه سوم پژوهش مبنی بر تاثیرگذار بودن سرمایه فرهنگی بر مشارکت اجتماعی تایید می‌شود. هم‌چنین در فرضیه چهارم تاثیر مستقیم روابط شبکه ای بر سبک زندگی نیز تایید شد.

## منابع فارسی

- ۱- اله دادی، نورالدین، زاهدی مازندرانی، محمد جواد، نایی، صداقت زاده، هوشنگ، شهناز. (۱۳۹۶). بررسی رابطه سبک زندگی با تعلقات قومی و ملی شهروندان شهر خرم آباد، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفدهم، تابستان، صص ۴۲-۹.
- ۲- الفت، سعیده، سالمی، آزاده. (۱۳۹۱). مفهوم سبک زندگی، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، مرکز تحقیقات صدا و سیما، سال اول، شماره ۱، پاییز، صص ۳۶-۹.
- ۳- احمدی، آرمان. (۱۳۹۴). مطالعه سبک زندگی و عوامل مرتبط با آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز، دانشکده علوم اجتماعی.
- ۴- انصاری فر، سعید، آذر، مرسا، وحیدی، زهرا، مقامی، محمد مهدی، کریمیان، سعیده، سعادت، اکرم. (۱۳۹۹). گروه علمی آموزشی پژوهشگران برتر اسپادانا. <http://saeedansarifar.blog.ir>
- ۵- ایمان، محمد تقی، نداء، مرحمتی. (۱۳۹۳). تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز، نشریه جامعه شناسی کاربردی، دوره ۲۵، شماره ۳، پاییز، صص ۲۰-۱.
- ۶- باینگانی، بهمن، ایران دوست، سید فهیم، احمدی، سینا. (۱۳۹۲). سبک زندگی از منظر جامعه شناسی مقدمه ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبک زندگی، سال هشتم، شماره ۷۷، پاییز، صص ۷۴-۵۶.
- ۷- حسن زاده یامچی، داوود، علی زاده اقدم. (۱۳۹۳). بررسی رابطه‌ی بین سبک زندگی (سلامت محور) و سرمایه فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد ( واحد هادی شهر )، مطالعات جامعه شناسی، سال ششم، شماره‌ی بیست و چهارم، پاییز، صص ۸۵-۹۸.
- ۸- رضایی، احمد، اینانلو، مینا، فکری، محمد. (۱۳۸۹). مدیریت بدن و ارتباط آن با عوامل اجتماعی - دختران مازندران، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، سال دوازدهم، شماره ۴۷، بهار، صص ۴۹-۲۵.
- ۹- جباران، رباب. (۱۳۹۵). مفهوم شناسی سبک زندگی انسان منتظر، فصلنامه علمی تخصصی فرهنگ پژوهش، ویژه علوم اجتماعی، شماره ۲۸.
- ۱۰- رضایی، روح اله، نوروزی، سپیده، صفا، لیلا. (۱۳۹۶). تحلیلی بر رابطه‌ی بین سبک زندگی ارتقا دهنده‌ی سلامت و کیفیت زندگی مرتبط با سلامت زنان و روستایی شهرستان اسلام آباد، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۲۰، شماره‌ی ۱، بهار، صص ۳۰-۱.
- ۱۱- داوری، علی، رضا زاده، آرش. (۱۳۹۳). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار، انتشارات: جهاد دانشگاهی، چاپ دوم.
- ۱۲- کلاتری، عبدالحسین، نسیم افزا، اعظم. (۱۳۹۲). بررسی و مقایسه ذائقه فرهنگی در کلان شهرها و روستاها، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، دوره دوم، شماره ۳، زمستان، صص ۱۷۹-۱۵۳.
- ۱۳- کردی، حسین، هادی زاده، سکینه. (۱۳۹۱). بررسی سبک زندگی زنان شاغل و غیر شاغل، فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، سال سوم، شماره ۴، بهار، صص ۴۲-۲۱.
- ۱۴- کنگرانی محمدی، حنا، غنچه پور، دیبا. (۱۳۹۲). ترسیم و تحلیل شبکه‌ی روابط رسمی و غیررسمی درون سازمانی به روش تحلیل شبکه ای، مجله جنگل ایران، انجمن جنگلانی ایران، سال پنجم، شماره ۱، بهار، صص ۵۳-۴۳.
- ۱۵- گلابی، فاطمه، محمد زاده، فاطمه، ساعی، مرضیه. (۱۳۹۴). رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین دانشجویان (دانشگاه تبریز)، مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره چهل و هفتم، زمستان، صص ۱۲۲-۱۰۰.

- ۱۶- فرمند، مهناز. (۱۳۹۲). بررسی تطبیقی جامعه شناسی علم بوردیو و رویکرد کنش گر شبکه، فلسفه علم، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال سوم، شماره اول، بهار و تابستان، صص ۷۱-۵۷.
- ۱۷- فتحی، حبیب الله، جعفری، علی. (۱۳۹۶). رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی: مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، شماره ۹، بهار، صص ۲۲۵-۲۲۱.
- ۱۸- قبادی لموکی، دهدشتی، شاهرخ، صالح اردستانی، عباس. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر گسست روانی مصرف کننده بر ترجیح محصولات نوستالژیک، نشریه علمی- پژوهشی، کاوش های مدیریت بازرگانی، سال دهم، شماره بیستم، پاییز و زمستان، صص ۲۶۲-۲۴۳.
- ۱۹- مرحمتی، ندا، ایمان، محمد تقی. (۱۳۹۳). تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز، جامعه شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره پیاپی ۵۵، شماره سوم، پاییز، صص ۲۰-۱.
- ۲۰- مجدی، علی اکبر، مسعودی، حمید، صادقی نژاد، مهسا. (۱۳۹۶). تحلیل مقایسه ای شبکه روابط رسمی و غیر رسمی پژوهشگران، مورد مطالعه پژوهشکده جهاد دانشگاهی، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، شماره ۳، پاییز، صص ۴۵۰-۴۲۹.
- ۲۱- مولوی زاده، اکرم، شکر بیگی، عالی، خوش فر، غلام رضا. (۱۳۹۶). سبک زندگی ایرانی- اسلامی و مصرف فرهنگی (مورد مطالعه: شهروندان گرگانی)، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، سال پنجم، شماره نهم، بهار و تابستان، صص ۱۲۸-۱۰۶.
- ۲۲- مهدی زاده، حمید. (۱۳۹۶). باز تبیین سبک زندگی در گستره روان شناسی، جامعه شناسی و اسلام، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین المللی علوم انسانی اسلامی، کمیسیون تخصصی روان شناسی اسلامی، صص ۱۲۸-۱۰۶.
- ۲۳- محسنی تبریزی، علی رضا، عباسی قادی، مجتبی. (۱۳۹۳). تبیین و مقایسه مشارکت اجتماعی جوانان در دو جامعه ایران و تاجیکستان، مجله جامعه شناسی ایران، دوره پانزدهم، شماره ۳، پاییز، صص ۱۳۱-۹۳.
- ۲۴- مهربان، زهرا، گنجی، محمد، نیازی، محسن. (۱۳۹۸). گونه‌شناسی سبک زندگی با تأکید بر نقش رسانه در میان زنان شهر شیراز، نشریه پژوهش‌های جامعه شناسی معاصر، شماره ۱۴، بهار و تابستان، صص ۱۸۹-۱۵۵.
- ۲۵- نویخت، محمد باقر. (۱۳۹۴). روش تحقیق پیشرفته، سازمان انتشارات: جهاد دانشگاهی، چاپ سوم.
- ۲۶- نایبی، هوشنگ، محمدی تلور، ستار. (۱۳۹۵). تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی، مطالعه تجربی جوانان شهر سمنان، مجله جامعه شناسی ایران، دوره چهاردهم، شماره ۴، زمستان، صص ۱۳۰-۱۰۹.
- ۲۷- نیازی، محسن، حسینی زاده آرانی، سید سعید، سخایی، ایوب، یعقوبی، فاطمه، حسینی، ماشالله. (۱۳۹۶). فرا تحلیل مطالعات دین داری و سبک زندگی در ایران، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال هشتم، شماره ۳۳، زمستان، صص ۲۶۴-۲۱۳.

### منابع انگلیسی

1. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), Handbook of Theory and research for the sociology of education (pp. 241-254). Westport, CT: Greenwood.
2. Faeghi, S. and Bayangani, B. (2017). "The Relationship between Access to Cultural Services and Artistic Goods with Social Capital and Its Dimensions (Research Subjects: Isfahani Citizens)". Journal of Applied Sociology. May. 29 (1):87-106.
3. Meuleman, R. (2021). "Cultural connections: the relation between cultural tastes and socioeconomic network resources". Poetics. (Advanced online publication). March. 86 (4):101540.