

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی گروه علوم اجتماعی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: جامعه‌شناسی

عنوان:

**بررسی و مقایسه سبک زندگی زنان شاغل بخش خدمات
و زنان خانه دار طبقه متوسط (در منطقه ۵ شهر تهران)**

استاد راهنما:

دکتر حسین آقاجانی مرساء

استاد مشاور:

دکتر حسین ابوالحسن تنهایی

پژوهشگر:

زهرا ذبیحی مداح

تابستان ۱۳۹۲

تعهذنامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب زهره ذبیحی مداح دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۹۰۰۷۴۶۶۲۳ در رشته علوم اجتماعی گرایش جامعه شناسی که در تاریخ ۱۳۹۲/۶/۳۰ از پایان نامه خود تحت عنوان: بررسی و مقایسه سبک زندگی زنان شاغل بخش خدمات و زنان خانه دار طبقه متوسط (در منطقه ۵ شهر تهران) با کسب نمره ۱۸ و با درجه عالی دفاع نموده ام، بدینوسیله متعهد می شوم:

- ۱- این پایان نامه، حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست، ذکر و درج کرده ام.
- ۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
- ۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه را داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد، مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
- ۴- چنانچه در هر مقطع زمانی، خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچ گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی: زهره ذبیحی مداح
تاریخ و امضاء
۹۲/۶/۳۰

بسمه تعالی

در تاریخ ۱۳۹۲/۶/۳۰

دانشجوی کارشناسی ارشد خانم زهره ذبیحی مداح از پایان نامه خود دفاع

نموده و با نمره ۱۸ به حروف هجده و با درجه عالی مورد تصویب قرار

گرفت.

امضاء استاد راهنما



تقدیم بہ:

بہسرو فرزندان عزیزم،

تقدیم بہ بہسرم کہ مشوق اصلی من در ادامه تحصیل و بہوارہ تکیہ کاہم در تمامی سحطات زندگی و ناملاہیات و سختی ہا بودہ است۔
و فرزندانم یاری دہندہ دوران تحصیل بودہ اند و کسب و کار را متحمل شدہ اند و سخطاتی پر از امید و سرشار از مہر و محبت و موفقیت را برایشان
آرزو مندم۔

بہ پاس محبت ہائیان

شمار ارج می نہم و این ناپسندترین را

تقدیمتان می دارم۔

تقدیر و تشکر:

حمد و ستایش خداوند متعال را که با الطاف بیکران خود این توفیق را به من ارزانی داشته، تا بتوانم پایان نامه خود را به اتمام برسانم. و از همکاری و راهنمایی های فراوان استادان گرانقدر دکتر حسین آقا جانی و دکتر حسین ابوالحسن تنهایی و همچنین دکتر ساسان و دینچه شکر می نمایم. و همچنین از تمامی افراد خانواده ام به خصوص همسر و فرزندانم که مراد همه مراحل پایان نامه یاری رسانده اند و از همه دوستان مهربانم قدر دانی می نمایم.

زمره فیضی

تابستان ۱۳۹۲

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی و مقایسه سبک زندگی دو گروه زنان متأهل خانه دار و زنان شاغل بخش خدمات در منطقه ۵ شهر تهران صورت گرفته است. روش پژوهش پیمایشی - توصیفی از طریق مصاحبه همراه با پرسشنامه شبه ساختار یافته بوده است و انتخاب نمونه ها تصادفی و از روش گلوله برفی به این گروه زنان دسترسی پیدا کرده ایم. در هر گروه سی نفر از زنان را برای تعیین تفاوتها و تشابهات با سه شاخص سبک زندگی، اوقات فراغت و الگوهای مصرف و روابط خانوادگی در سه فضای اجتماعی، فرهنگی، و اقتصادی مورد بررسی و مقایسه قرار داده ایم و رابطه بین سه متغیر اشتغال و تحصیلات و روابط اجتماعی را با سبک زندگی در دو گروه زنان مشخص کرده ایم.

از تئوری پیر بوردیو و سه نوع سرمایه و ارتباط آن با رفتار مصرفی و اوقات فراغت و روابط خانوادگی و نظریه ویلن مصرف نمایشی و تظاهری که ثروت را عامل کسب منزلت اجتماعی می داند و نظریه گیدنز شرایط اجتماعی و روابط اجتماعی در شکل گیری هویت و انتخاب فردی موثر می داند، بهره گرفته ایم.

بطور کلی نتایج پژوهش حاکی از تفاوتهایی در رفتارهای مصرفی و رفتارهای فراغتی و روابط خانوادگی در بین دو گروه زنان شاغل بخش خدمات و زنان خانه دار است. زنان شاغل بخش خدمات نسبت به زنان خانه دار از روابط خانوادگی و در نتیجه روابط اجتماعی بالاتری برخوردارند.

مفاهیم کلیدی: سبک زندگی، زنان خانه دار، زنان شاغل بخش خدمات، الگوهای مصرف،

اوقات فراغت.

ت مطالب

صفحه

عنوان

چکیده

فصل اول: کلیات طرح

- ۱-۱ مقدمه..... ۲
- ۲-۱ بیان مسئله..... ۴
- ۳-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش..... ۵
- ۴-۱ اهداف پژوهش..... ۶
- ۵-۱ پرسش های پژوهش (فرضیه ها)..... ۷
- ۶-۱ مدل مفهومی پژوهش..... ۸
- ۷-۱ چارچوب نظری پژوهش..... ۹
- ۸-۱ مفاهیم (واژگان کلیدی)..... ۱۲
- ۹-۱ معنای لغوی مفهوم سبک زندگی..... ۱۵
- ۱۰-۱ مفهوم خدمات، زنان بخش خدمات و سبک زندگی..... ۱۸
- ۱۱-۱ زنان خانه دار و سبک زندگی..... ۲۰
- ۱۲-۱ فرهنگ شغلی و اشتغال زنان..... ۲۱
- ۱۳-۱ تعریف مصرف و رفتار مصرفی..... ۲۶
- ۱۴-۱ تعریف اوقات فراغت و سبک زندگی..... ۳۰
- ۱۵-۱ تحول روابط خانوادگی و سبک زندگی..... ۳۴

فصل دوم: مطالعات نظری پژوهش

- ۱-۲ مقدمه..... ۴۰

- ۲-۲ سبک زندگی در ایران..... ۴۱
- ۳-۲ سبک زندگی و هویت..... ۴۵
- ۴-۲ دین و سبک زندگی ۴۸
- ۵-۲ تمایز میان شیوه ی زندگی با سبک زندگی ۵۱
- ۶-۲ مفاهیم نظری سبک زندگی (نظریه پردازان خارجی)..... ۵۴
- ۷-۲ نظریه پردازان کلاسیک..... ۵۸
- ۱-۷-۲ اوقات فراغت تظاهری و مصرف متظاهرانه در نظریه وبلن..... ۵۸
- ۲-۷-۲ نظام طبقاتی اجتماعی در نظریه کارل مارکس..... ۶۰
- ۳-۷-۲ منزلت اجتماعی در نظریه ماکس وبر..... ۶۲
- ۷-۴-۲ مدگرایی در مصرف در نظریه جرج زیمل..... ۶۶
- ۸-۲ نظریه پردازان مدرن ۶۸
- ۱-۸-۲ خلق هویت فردی در نظریه آنتونی گیدنز..... ۶۸
- ۲-۸-۲ طبقه و جایگاه سرمایه در نظریه پیر بوردیو..... ۷۲
- ۳-۸-۲ مفاهیم نظریه بوردیو..... ۷۶
- ۴-۸-۲ باز تولید اجتماعی و سبک زندگی در نظریه هابرماس..... ۱۰۱
- ۵-۸-۲ سبک زندگی الگوی کنش اجتماعی در نظریه دیوید چنی..... ۱۰۴
- ۹-۲ نظریات سبک زندگی ۱۰۵
- ۱-۹-۲ نظریه ساختار گرایی..... ۱۰۵
- ۲-۹-۲ نظریه کارکرد گرایی، کارکرد اجتماعی و سبک زندگی ۱۰۶
- ۳-۹-۲ نظریه کارکردگرایی ساختاری، لوازم کارکردی و سبک زندگی ۱۰۷
- ۴-۹-۲ نظریه سلطه و تقابل و سبک زندگی ۱۰۹
- ۱۰-۲ پژوهش ها و تحقیقات پیشین و اخیر در مورد سبک زندگی ۱۱۰

فصل سوم: روش پژوهش

- ۱-۳ مقدمه..... ۱۱۵
- ۲-۳ فن یا تکنیک پژوهش..... ۱۱۶
- ۳-۳ جامعه آماری و حجم نمونه..... ۱۱۶
- ۴-۳ روش نمونه گیری..... ۱۱۷
- ۵-۳ تعریف مفهومی متغیرها و شاخص ها..... ۱۱۸

فصل چهارم: توصیف و تحلیل یافته های تحقیق

- ۱-۴ مقدمه..... ۱۲۱
- ۲-۴ توصیف و تحلیل یافته های پژوهش..... ۱۲۲
- ۳-۴ توصیف و تحلیل یافته های پژوهش (زنان خانه دار)..... ۱۲۹

فصل پنجم: خلاصه و نتیجه گیری

- ۱-۵ مقدمه..... ۱۳۳
- ۲-۵ نتیجه گیری پژوهش..... ۱۳۴
- ۳-۵ جمع بندی یافته های تحقیق..... ۱۳۶
- ۴-۵ پیشنهادات..... ۱۳۸
- ۵-۵ محدودیت های پژوهش..... ۱۳۹

پیوست ها

- پرسشنامه سبک زندگی..... ۱۴۲
- منابع فارسی..... ۱۴۴

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول شماره ۱-۴ مشخصات کلی پاسخگویان (زنان شامل بخش خدمات).....	۱۲۲
جدول شماره ۲-۴ میزان برخورداری از الگوی مصرف و سرمایه اقتصادی در بین زنان بخش خدمات.....	۱۲۴
جدول شماره ۳-۴ میزان برخورداری از الگوی مصرف اوقات فراغت در زنان شاغل بخش خدمات.....	۱۲۶
جدول شماره ۴-۴ میزان برخورداری از الگوی مصرف اوقات فراغت در زنان شاغل بخش خدمات.....	۱۲۷

فصل اول

کلیات طرح

مقدمه

بیان مسئله

اهداف مطالعه

اهمیت و ضرورت مطالعه

پرسشهای پژوهش

مدل مفهومی پژوهش

چهارچوب نظری پژوهش

تعریف مفاهیم

۱-۱ مقدمه:

هر یک از اصطلاحات علوم اجتماعی در فضای مفهومی آن قابل درک است. و سبک زندگی به عنوان یکی از اصطلاحات علوم اجتماعی، پیوند مستقیم با مجموعه ای از مفاهیم دارد، مانند: عینیت و ذهنیت، فرهنگ و جامعه، فرهنگ عینی و ذهنی، صورت و محتوا، رفتار و معنا (نگرش ارزش و هنجار) اخلاق و ایدئولوژی، سنت و نوگرایی، شخصیت و هویت (فردی و جمعی) وراثت و محیط، فردیت و عمومیت، خلاقیت و باز تولید، تولید و مصرف، طبقه و قشر (بندی) اجتماعی، زیباشناسی (سلیقه) و نیاز، منزلت و مشروعیت و بدون شناخت این روابط، درک درستی از «سبک زندگی» و نظریه های مربوط به آن بدست نخواهد آمد. بعضی سبک زندگی را معادل با فرهنگ و یا طبقه در نظر می گیرند. پس هر محقق باید در مطالعه فضا و مفهوم دقیقی از سبک زندگی را بیان کند. تا پدیده های مربوط به آن مطالعه هم مشخص شود. در این پژوهش این مفهوم سبک زندگی که در ادبیات جامعه شناسی بیان شده است مد نظر بوده است «سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی است نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی، بلکه شکل اجتماعی نوینی که در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف گرایی معنا می یابد. (تعریف ارزش ها و رفتارهایی که هویت افراد را می سازد) و شکل گیری فرهنگی هویت که سبک های زندگی، ابزار و رسانه آن هستند، تا حد زیادی تابع الگوهای مصرف است.

بعضی بر این باورند که در سبک زندگی تغییر رهیافت یا رویکرد در سه زمینه یا متن که هر سه بیانگر روندی واحد هستند، قابل بحث است، اول دگرگون شدن رابطه کار و فراغت، دوم

پیدایش طبقه یا قشر متوسط جدید، سوم، رشد و گسترش فرهنگ مصرف و مصرف گرایی (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۱۱)

همچنین سبک زندگی، موضوعی قابل پیش بینی است. چرا که سبک زندگی از مسیری که جامعه در فرآیند حرکت به سوی آینده طی می کند متأثر است. این نکته در خصوص سبک زندگی عادی و فرهنگی توامان صدق می کند. فرآیندهای جهانی شدن، گسترش ارتباطات رسانه ای و کم شدن فاصله مرکز و پیرامون در ابعاد اطلاعاتی همواره سبب تغییر و تنوع سبک های زندگی در بین اقشار مختلف شده است. در نظر داشتن عوامل یاد شده و داشتن تصویری واقع بینانه از شرایط آینده راهی برای شناخت مسیر احتمالی حرکت جامعه با حداقل شناخت راهی است که مردم پیمودن آن را مطلوب می پندارند (فاضلی: ۱۳۸۲: ۱۸۰-۱۷۹)

زنان از جمله افرادی هستند که در سالهای اخیر نیمی از جهت کشور را تشکیل می دهند و توانسته اند با اشتغال خود تغییرات اساسی در خانواده ایجاد کنند.

زنان غالباً در چارچوب فعالیت های خانوادگی شرکت می کنند و درآمد کسب شده همان در آمد خانوار منظور می شود.

اشتغال زنان، بیشتر خانواده ها را قادر ساخته که از این طریق تعدیل در نیازمندیهای خود در چارچوب اقتصادی معیشتی بوجود آورده و بدین ترتیب خود را از شرایط فقر مطلق دور سازند. هر چند اشتغال زنان تا حدودی در جامعه پذیرفته شده ولی تحول فرهنگی لازم جهت برقراری هماهنگی میان اشتغال در «دو حوزه مخصوصاً حوزه خارج از خانه» تحقق نیافته است که یکی از آسیب های آن در درون خانواده می تواند تغییر در روابط زن و شوهر باشد.

زیرا زنان با پذیرش فعالیت جدید در خارج خانه در نوع نگرش خود به مسائل مربوط به زندگی از قبیل، امور اقتصادی، نحوه تربیت فرزندان و نحوه گذران اوقات فراغت و مشارکت های سیاسی، و روابط خانوادگی، نوع مسکن و محل سکونت فرق می گذارند. به این دلیل که زنان با اشتغال خود استقلال مالی پیدا می کنند و در تصمیم گیری هایی که قبلاً بر عهده مردان بوده است دخالت بیشتر خواهند داشت. هم اکنون اشتغال زنان سهم ۵۵ درصدی در

بخش خدمات دارد. گرایش بیشتر زنان به تحصیلات دانشگاهی و افزایش ورود آنان بر اساس آمارهای رسمی به دانشگاهها با افزایش نرخ بیکاری زنان تحصیل کرده روبرو هستیم. و سازمان های دولتی با افزایش نیروی انسانی مواجه اند و بخش خصوصی هم با توجه به گسترده محدودش نتوانسته آنان را جذب کند.

لذا بیشتر زنان به بخش خدمات روی می آورند. بخش خدمات از زنان با تحصیلات کمتر در کارهای پیش پا افتاده استفاده می کند و این گروه زنان همیشه با درآمد کم و زمان کار بیشتر زندگی خود را می گذرانند.

با مطالب بیان شده می خواهیم دلایل تغییر در سبک های زندگی زنان (بخش خدمات و خانه دار) را بررسی کنیم و تفاوت ها و تشابهات را در پژوهش خود بیابیم.

۱-۲ بیان مسئله:

در جوامع گذشته و کنونی یا سنتی و مدرن با تمامی امکانات و پیچیدگی آن، لوازمی برای متمایز شدن گروه ها و اقشار اجتماعی وجود دارد. که این تمایزات هویت های افراد و روابط انسانی و اجتماعی آنان را ساماندهی می کند و زنان بیشترین درصد را در جوامع حاضر بدلیل حضور بیشتر در عرصه های شغلی و تحصیلی برای استفاده از سبک های جدید در زندگی را دارند، زیرا که این سبک های زندگی بازمودی از جستجوی هویت و انتخاب فردی آنان است. زنان خانه دار و شاغل به دلیل اینکه غالبا مسئولیت خرید و تهیه اقلام مصرفی خانواده ها را بر عهده گرفته اند، بیشتر توانسته در نحوه مصرف و سبک زندگی مصرفی تأثیر گذار باشند. و از دغدغه های اصلی فرهنگ فردی باید به میزان تأثیرگذاری بخش های مختلف توجه کرد و مقولاتی مانند تجمل گرایی، مصرف گرایی، تفریحات سالم و پوشش و آرایش را در بین زنان... مورد نظر قرار داد.

اینکه رفتارهای زنان در حوزه های مصرف فرهنگی و مادی (اقتصادی) و زندگی اجتماعی (روابط اجتماعی) چگونه است؟ و از چه سبک زندگی برخوردارند. و زنان خانه دار متأهل

چگونه تحت جامعه صنعتی و سرمایه داری و تکنولوژی های جدید قرار گرفته اند؟ و منزلت اجتماعی و میزان مصرف گرایی فردی و گروهی چگونه تمایزات طبقاتی را در گروه های زنان خانه دار و شاغل بخش خدمات بوجود آورده است. مسئله مهمی است امروزه ما تحت محاصره مصرف تظاهری و فراوانی خدمات و اشیاء و کالاهای مادی قرار گرفته ایم. و اهمیت فزاینده مصرف بعنوان یکی از شاخص های سبک زندگی، نقشی است که در زندگی روزمره و در ساختارهای جوامع ایفا می کند. و تعامل اوقات فراغت با بازارهای مصرفی و فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، طیف گسترده ای از انتخاب ها و سبک ها را در اختیار افراد و بخصوص زنان می گذارد.

مقایسه دو گروه متفاوت از زنان بدلیل خانه دار و شاغل بودن می تواند تمایزات طبقاتی، و زندگی اجتماعی و روابط اجتماعی آنان را نمایش دهد که در معرفی شیوه زندگی و سبک زندگی مهم است.

و نیز تغییرات اجتماعی در دهه های اخیر نقش های اجتماعی مربوط به زنان را دچار تحول کرده است. یعنی بین نقش های سنتی زنان و تقاضای جامعه برای اتخاذ نقش های جدید تفاوتی بوجود آمده که منجر به تفاوت در سبک زندگی آنها شده است. و این می تواند بدلیل تغییر در نقش های جنسیتی در خانواده باشد.

زنان خانه دار بدلیل نقش های خانگی و منزوی بودن در خانه و نداشتن وقت آزاد و پول و امکانات چگونه می توانند از الگوهای مصرفی متظاهرانه و سبک های جدید زندگی بهره وری کنند. و خود را از انزوای اجتماعی دور کرده و توانمندی خود را با اشتغال و تحصیلات و ارتباط اجتماعی در جامعه خویش نمایان کنند؟

۱-۳ اهمیت و ضرورت پژوهش:

سبک زندگی مفهومی است که با انتخابی شدن زندگی روزمره معنا می یابد. بر خلاف جوامع سنتی در جوامع معاصر به واسطه اهمیت خود و مسئولیت شخصی و ظهور جامعه

مصرفی در زندگی قدرت انتخاب بیشتر شده است، بنابراین پدیده اجتماعی سبک زندگی از اجزای سازنده تحولات مدرنیته تلقی می گردد، زیرا سبک های زندگی باز نمودی از جستجوی هویت و انتخاب فردی است. که از چنان قابلیت برخوردار است که می تواند ابعاد مختلف مدرنیته را معرفی نماید و در دنیای امروز مفهوم سبک زندگی تعریف ایستارها، ارزش ها و همچنین نشانگر ثروت و موقعیت اجتماعی افراد است که در دو گروه زنان شاغل بخش خدمات شهری و زنان خانه دار بررسی می گردد. از این جهت قابل اهمیت است که شیوه های ارتباط و پیوند اجتماعی حاصل از فرآیندهای فرهنگی و اقتصادی مدرن را آشکار می سازد و سبک های زندگی این دو گروه زنان الگوهایی از روش زیستن هستند که با آن خطوط و نقوش کلی تمایز ساخت یافته طبقاتی آشکار می شود.

این تمایزات طبقاتی، توانسته افراد را به اختیار به پیروی از الگوهای جدید زندگی ترغیب کند تا بتوانند در روابط اجتماعی و تعاملات با دیگران خود را با فضای اجتماعی تطبیق داده و هویت اجتماعی را بیابند.

۱-۴ اهداف پژوهش :

هدف بنیادی و اصلی پژوهش حاضر، انجام پژوهشی جامعه شناختی پیرامون سبک زندگی زنان خانه دار و زنان شاغل بخش خدمات در میان قشرهای اجتماعی شهر تهران می باشد که با مقایسه این دو گروه از زنان بتوانیم با بررسی تفکیک سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر الگوهای مصرف و اوقات فراغت و روابط خانوادگی به تفاوتها و تشابهات این دو گروه از زنان دست یابیم.

و با تطبیق این دو گروه با یکدیگر به علل و عوامل تأثیرگذار در شیوه رفتارهای اجتماعی و روابط اجتماعی و شناخت و کسب تجربه جدید نایل آییم.

با این پژوهش به پرسشهای فرعی پیرامون سبک زندگی زنان خانه دار و زنان شاغل بخش خدمات پاسخ می دهیم:

اینکه، آیا بین سبک زندگی زنان خانه دار و شاغل بخش خدمات و الگوی های مصرفی (رفتارهای مصرفی) آنان تفاوت وجود دارد یا خیر؟

آیا بین سبک زندگی زنان خانه دار و شاغل بخش خدمات و اوقات فراغت آنان تفاوت وجود دارد یا خیر؟

آیا بین سبک زندگی زنان خانه دار و شاغل بخش خدمات و شاخص روابط خانوادگی آنان تفاوتی وجود دارد یا خیر؟

۱-۵ پرسش های پژوهش (فرضیه ها)

پرسشهای پژوهش بر اساس یافته های آن به دو دسته پرسشهای اصلی و فرعی بیان می شود:

سوال اصلی بر اساس چارچوب نظری بررسی و مقایسه سبک زندگی زنان خانه دار و زنان شاغل بخش خدمات برای دستیابی به تفاوتها و تشابهات سبک زندگی این دو گروه زنان است.

- آیا سبک زندگی زنان خانه دار و زنان شاغل بخش خدمات با یکدیگر تفاوت دارد؟

سوالات فرعی که به دنبال مقایسه سبک زندگی زنان شاغل بخش خدمات و زنان خانه دار

بیان می شود. بیشتر به شاخص های سبک زندگی مرتبط است:

- آیا الگوی مصرفی (رفتار مصرفی) زنان شاغل بخش خدمات و زنان خانه دار با یکدیگر

تفاوت دارد؟

- آیا اوقات فراغات زنان شاغل بخش خدمات و زنان خانه دار با یکدیگر تفاوت دارد؟

- آیا روابط خانوادگی زنان شاغل بخش خدمات و زنان خانه دار با یکدیگر تفاوت دارد؟

در پرسش به سوال اصلی و رسیدن به هدف زنان خانه دار و شاغل بخش خدمات با یافته های بدست آمده بر اساس چارچوب نظری با متغیرهای اشتغال و تحصیلات و روابط اجتماعی آنان مورد مقایسه و بررسی قرار می گیرد.

۱-۶ مدل مفهومی پژوهش

با توجه به نظریه بوردیو و چارچوب نظری انتخاب شده رابطه بین سبک زندگی و اشتغال (سرمایه اقتصادی) و تحصیلات (سرمایه فرهنگی) و پایگاه اجتماعی (سرمایه اجتماعی) در میان دو گروه زنان خانه دار و شاغل بخش خدمات و شاخص های سبک زندگی (الگوی مصرف، گذران اوقات فراغت، روابط خانوادگی و) به شرح ذیل بیان شده است.

