

فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی، سال سوم، شماره تهم، بهار و تابستان ۹۶، صفحات ۷۱-۱۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۱۹ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۹/۲۵

بررسی عوامل مرتبط با سبک زندگی (مورد مطالعه: جوانان ۲۹-۱۵ ساله شهر مریوان)

یادگار محمدی^۱

جعفر هزارجریبی^۲

چکیده

جوانان پایه و اساس پیشرفت یک جامعه محسوب می‌شوند که توجه به تمام‌رویه‌های آنان نشان از یک جامعه باثبات و رشد یافته دارد، رشد و پیشرفت فزاینده همراه با تغییرات اقتصادی اجتماعی و تکنولوژی که این تغییرات توانسته دگرگونی وسیعی را در سبک‌های زندگی افراد بالخص جوانان به وجود آورد. پژوهش حاضر باهدف بررسی سبک زندگی جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر مریوان و عوامل موثر بر آن می‌باشد. در تدوین چارچوب نظری از نظریه‌های ویلن، ماکس وبر و پیر بوردیو استفاده گردیده است. این پژوهش از نوع تحقیقات پیمایشی بوده که با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی با ابزار پرسشنامه به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۲ نفر برآورد گردید. شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای بوده و در بین هریک از خوشه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی به

۱. کارشناس ارشد برنامه‌ریزی رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول)

yadegarmohammadi@yahoo.com

Jafar_hezar@yahoo.com

۲. استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی

جمع‌آوری اطلاعات پرداخته شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه و ضریب رگرسیون با استفاده از نرم‌افزار Spss استفاده شده، نتایج تحلیل واریانس نشان داد که متغیرهای پایگاه اقتصادی اجتماعی و مصرف فرهنگی با آماره (۰/۶۵۷) (۰/۷۰۳) و سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ تفاوت معناداری را با سبک زندگی رسانه‌ای داشته و همچنین متغیر اوقات فراغت همبستگی مثبت و مستقیمی را بر سبک زندگی رسانه‌ای داشته است. با استفاده از همبستگی پیرسون رابطه متغیرهای سن و اوقات فراغت بررسی شد، نتیجه نشان‌دهنده ارتباط مثبت و مستقیم (۰/۲۵۸) (۰/۱۹۸) با سبک زندگی رسانه‌ای بود. همچنین نتایج ضریب رگرسیون، بیشترین تأثیر متغیر مصرف فرهنگی (۰/۵۳۹) بر سبک زندگی جوانان شهر مریوان دارا بوده است.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، پایگاه اقتصادی اجتماعی، مصرف فرهنگی، اوقات فراغت، جوانان، مریوان.

مقدمه

سبک زندگی مفهومی است که در قرن حاضر مورد توجه ژرف پژوهشگران و برنامه ریزان قرار گرفته است. پیچیدگی های دنیای امروز، زندگی و رفتارهای انسانها را تحت تاثیر قرار داده است، از جنگ جهانی دوم به بعد و روندهایی که در جریان انقلاب صنعتی روی دادند زندگی انسان را به طور ناخواسته مطابق با اهداف و نتایج این پیشرفته ها به دنبال خود تحت تاثیر قرار دادند. به طبع این جریانها در رویه های اجتماعی، تعاملات اجتماعی، روابط بین فردی، نحوه گذران زندگی روزمره، اوقات فراغت و حتی سهم دارایی های مادی و فرهنگی را دچار تغییر و دگرگونی کرده است.

با فرو نشستن جنگ جهانی دوم و آغاز دهه ۱۹۵۰ میلادی، دگرگونی وسیعی در وضعیت تجاری کشورهای اروپایی رخ داد و میزان صادرات آنها به میزان چشمگیری افزایش یافت. این رشد و شکوفایی اقتصادی باعث بهبود وضع معیشت مردم، تغییر در میزان تقاضای خرید بین المللی و مصرف داخلی شد و بر زندگی مردم تاثیر بسیار گذارد (تایپتون و الدریدج، ۱۳۷۵؛ ۱۷۱-۱۷۰). تا قبل از این دهه، مصرف در ارتباط با تولید معنا می یافت و مطالعه مصرف و به تبع آن سبک زندگی، با این فرض اساسی همراه بود که مصرف کنندگان به طور همزمان تولید کننده نیز هستند یا حداقل در تولید کالاهای مادی نقش دارند (پترسون، ۲۰۰۶). با پایان جنگ جهانی دوم، اقتصاد بین المللی از تکیه بر حاکمیت تولید به تدریج فاصله گرفت و بر حاکمیت مصرف

1 . Eldridge

2 . Paterson

تکیه داد که نتیجه آن، مصرف بیش از تولید اهمیت یافت (مانولیس، ۲۰۰۱؛ ۲۲۸). و فرهنگی که بر کار سخت و انباشت ثروت تاکید داشت، اینک پرچم دار مصرف، لذت و ابراز وجود است (سیدمن، ۱۳۸۸؛ ۲۲۸). ریمر^۳ دهه ۱۹۸۰ میلادی را آغاز توجه دوباره به مفهوم سبک زندگی می‌داند و چهار دلیل برای این مسئله بیان می‌دارد:

۱- فرآیند گسترده و رو به فزونی «فردی شدن» که در شرایط پیچیده و به سرعت در حال تغییر جهان، حق انتخاب و آزادی عمل بیشتری به افراد به خصوص جوانان بخشیده است. ۲- رشد و پیشرفت طبقه متوسط و تحصیل کرده‌ای که آشکارا به سوی اوقات فراغت، سرگرمی و مصرف گرایش دارند. ۳- افزایش روزافزون بحث‌های دانشگاهی و علمی راجع به پست مدرنیسم که ظهور ارزش‌ها، نگرش‌ها و سبک‌های زندگی جدید در آن نقشی اساسی دارد. ۴- نقش اساسی آثار و نوشته‌های بوردیو در باب مصرف و سبک زندگی به ویژه کتاب برجسته اش یعنی تمایز (ریمر، ۱۹۹۵).

امروزه در رویکردهای متاخر در جامعه‌شناسی، سبک زندگی (رفتارها و انتخاب‌های مصرفی و...) از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است (بوردیو، ۱۹۸۴؛ لاش و یوری، ۱۹۸۷؛ فیتراستون، ۱۹۹۱؛ گیدنز، ۱۳۸۸). سبک زندگی، به مجموعه‌ای از

1. Manolis

2. Seidman

3. Reimer

4. Bourdieu

5. Lash, S. & J. Urry

6. Featherstone

7. Giddens

رفتارها و شرایطی که بیان گر شیوه‌های رفتار در روابط فردی و اجتماعی، نحوه گذران اوقات فراغت، استفاده از رسانه‌های گروهی (تلویزیون، اینترنت...)، سبک لباس پوشیدن و دیگر رفتارهای چه فردی و چه اجتماعی که منطبق با ذائقه یک فرد در زندگی روزمره است، خود را نمایان می‌سازد.

جوانان در تلاش برای کسب ارتباطات مطلوب در پی متمایز کردن خود به وسیله رفتارها و شیوه‌هایی هستند که به مرور زمان به عنوان ارزش‌هایی در درون فرد ایجاد می‌گردد (ذائقه‌ها، احساس مقایسه‌های نسبی)، لذا با استفاده از این ارزش‌ها و رفتارها که در طی زندگی شان به وجود می‌آید آن را به طور برجسته تری در جامعه ابراز می‌دارند این شیوه‌ها در سبک زندگی آنها نمایان می‌گردد. در دنیا بیش از ۱/۳ درصد از کل موارد مرگ و میر به دلیل شیوع و رواج چند رفتار تهدید کننده سلامت روی می‌دهد که تقریباً همه آنها ناشی از نادرست بودن سبک زندگی فردی و اجتماعی است (فرمانبر، ۱۳۸۲: ۴۳-۳۴). به عبارت دیگر این تجلی رفتار متأثر از دو بُعد است یکی از طرف خود فرد، که نمودی از رضایت فکری و روانی فرد از خود است بنا به تصوراتی که دارد و دیگری جامعه، در این مورد، جامعه به عنوان یک ایده آلی که جوان در آن می‌تواند مقبولیت، احترام و منزلت کسب نماید، به ایجاد پایگاه اقتصادی اجتماعی مطلوبی با شأن و منزلت بالا در جامعه گردد، جوان را به ایجاد رفتارها و عاداتی راغب می‌نماید بدین صورت که به طور متمایزی نحوه زندگی خود را در جهان بینی و کیفیت زندگی دینی، اخلاقیات و عقاید، عبادات و معنویت درونی که اجزای تشکیل دهنده سبک زندگی دینی می‌باشند. (اصطهباناتی و گروسی، ۱۳۹۳: ۵۱۵-۵۳۸) و یا استفاده از وسایل ارتباطی و دیجیتال و یا توجه به رفتارهایی که

سلامت خود را به طرز چشمگیری متمایز کنند، نمایان می‌سازند.

سبک زندگی مجموعه‌ای کم و بیش جامع از کارکردها که فرد آنها را بکار می‌گیرد، تا از طریق آن، هم نیازهای جاری خود را برآورده سازد و هم، روایتی ویژه را که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، در برابر دیگران مجسم سازد (گیدنز، ۱۳۸۸: ۱۲۰). مجموعه‌ای از شیوه‌هایی است که نمایانگر رفتارها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و عاداتی است که در نتیجه یک سری مولفه‌هایی همچون شیوه‌های گذران اوقات فراغت، نوع لباس، مسکن، خودآرایی و... به وجود می‌آید. آمار ارائه شده در مورد دلایل اصلی مرگ و میر بیانگر آن است که ۵۳ درصد از علل مرگ و میرها به سبک زندگی، ۲۱ درصد به عوامل محیطی، ۱۶ درصد به عامل ارث، و ۱۰ درصد به سیستم ارائه خدمات بهداشتی درمانی مربوط می‌باشد (سلمانی باروق و دیگران، ۱۳۸۲: ۵۵-۶۲) همچنین فرهنگ مصرف‌گرایی، رنگ و بوی زندگی جوانان را تغییر داده و یک شیرینی کاذب و مجازی برای آنان به تصویر کشیده است (شریفی، ۱۳۹۰: ۴۵). لذا این رفتارها به وسیله عواملی سبک زندگی آنان را بیشتر تحت تاثیر قرار می‌دهد. عواملی همچون میزان سرمایه مادی، استفاده از کالاهای فرهنگی (روزنامه، کتاب خوانی، اینترنت، رسانه‌های گروهی...) تحصیلات، جنسیت... هر یک به سهمی که در زندگی جوانان ایفا می‌کنند سبک زندگی آنان را در جامعه تحت تاثیر قرار می‌دهند.

شهر مریوان دارای جمعیت جوانی است که می‌تواند زمینه‌های گوناگون فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی توسعه‌مند را فراهم سازد. اما مجموعه‌ای از عوامل باعث گردیده است که سبک زندگی جوانان به مسیرهای منتهی گردد که آنها را از مسیر رشد و موفقیت در عرصه‌های علمی، اجتماعی، اقتصادی و بالخص اشتغال

منحرف نماید. از مجموع ۲۴۹۵۷ نفر شاغل شهر مریوان، تعداد ۴۷۳۳ نفر جمعیت ۲۹-ساله در شغل‌های خدماتی صنعتی و کارگرساده اشتغال دارند، همچنین از مجموع ۱۲۷۲۱ نفر جمعیت بیکار شهر مریوان، ۶۹۲۹ نفر در جمعیت سنی ۲۹-۱۵ ساله قرار دارند (مرکز آمار، ۱۳۹۰). این مقدار ۵۴ درصدی بیکاری در این رده سنی و این حجم عظیم مصرف رسانه‌ای که تحت تأثیر پیشرفت تکنولوژی به وجود آمده و همچنین روند رو به فراینده آن، این مسئله را مطرح می‌سازد که پشتوانه پیشرفت در یک جامعه با عدم برنامه ریزی صحیح در مدیریت زندگی مواجه شده است، عدم مدیریتی که منجر به ایجاد آسیب‌ها و مشکلاتی همچون اعتیاد، دزدی، بزهکاری، و دیگر فسادهای اخلاقی که به عنوان یک درونداد به برگزیدن سبک‌های زندگی می‌انجامد که می‌تواند به نتیجه‌ای بسیار نامطلوب و غیر قابل جبران منجر گردد. در این راستا پژوهش حاضر در تلاش است تا به بررسی سبک زندگی جوانان ۲۹-۱۵ شهر مریوان پردازد همچنین نقش عوامل تاثیرگذاری که می‌توانند در جهت بخشی و تعیین سبک زندگی آنان نقش داشته باشد مورد واکاوی قرار می‌دهد تا در نهایت بتوان از نتایج حاصل از پژوهش به ارائه راهکارهای موثری در جهت رشد و تعالی زندگی جوانان بالخص جوانان شهر مریوان دست یافت.

سوالات کلی پژوهش

- آیا بین عوامل زمینه‌ای جوانان ۲۹-۱۵ ساله شهر مریوان و سبک زندگی ارتباط آنها معناداری وجود دارد؟
- آیا مصرف فرهنگی در جوانان ۲۹-۱۵ ساله شهر مریوان با سبک زندگی آنها ارتباطی وجود دارد؟

- آیا بین اوقات فراغت جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر مریوان و سبک زندگی آنها ارتباطی وجود دارد؟

مبانی نظری

به طور کلی در مورد سبک زندگی می‌توان سه دیدگاه را برشمرد: دیدگاه کلاسیک، دیدگاه متأخر و دیدگاه رفتاری - روانشناسانه. نظریه پردازان هر یک از دیدگاه‌های مذکور، در دیدگاه کلاسیک؛ ویلن، زیمل، وبر، در دیدگاه متأخر؛ گیدنز و بوردیو و در دیدگاه رفتاری - روانشناسانه؛ آلفرد آدلر. البته نظریه پردازان زیادی در این باب به بحث و نظریه پردازی پرداخته‌اند لذا در اینجا مهمترین مباحث و نظریه پردازان مربوط به سبک زندگی، مطرح می‌گردد.

نظریه پردازان دیدگاه کلاسیک

ویلن در مورد سبک زندگی مصرف طبقه تن آسا را مدنظر قرار می‌دهد، و معتقد است اعضای این طبقه برای کسب تمایز و منزلت اجتماعی با یکدیگر و با سایر افراد جامعه کشمکش و رقابت دارند. وی ثروت این طبقه را مبنای اصلی تمایز و جایگاه والای اجتماعی آنان می‌داند. ثروت و جایگاه اجتماعی طبقه تن آسا، مصرف متظاهرانه را در پی دارد که بر مبنای آن، اعضای این طبقه از موقعیت خود استفاده کرده، با مصرف چشمگیر که صرفاً جنبه نمایشی دارد، هم خود و طبقه شان را از سایرین متمایز می‌کنند و هم برای خود ارزش والاتری قائل می‌شوند و شیوه رفتاری و مصرفی خود را به مثابه مُد به دیگران تحمیل می‌کنند (ویلن، ۱۳۸۶). زیمل، سبک زندگی را تجسم تلاش انسان می‌داند برای یافتن ارزش‌های بنیادین در فرهنگ عینی اش و شناساندن آن به دیگران؛ بدین صورت که، انسان برای معنای مورد نظر خود (فردیت

برتر)، شکل‌های رفتاری ای را برمی‌گزینند، زیرا می‌توان چنین گزینشی را «سلیقه» و این اشکال به هم مرتبط را «سبک زندگی» می‌نامد (زیمل، ۱۹۸۴: ۳۱۴) همچنین معتقد است، سبک زندگی عینیت بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته شده اجتماعی است؛ نوعی بیان فردیت برتر و یکتایی در قالبی است که دیگری این یکتایی را درک کنند (زیمل، ۱۹۹۰: ۴۶۳) وبر، سبک زندگی را برای تبیین و تشریح قشربندی و نابرابری اجتماعی به کار می‌برد. وی در تحلیل تقسیمات و قشربندی اجتماعی علاوه بر نقش عوامل اقتصادی که از سوی مارکس مورد تاکید بوده، منزلت اجتماعی و حزب را هم اضافه کرد و هر سه عامل را به طور همزمان در نابرابری اجتماعی دخیل می‌داند (بندیکس، ۱۳۸۵). وبر سبک زندگی را از جنس رفتار می‌داند که تمایلات، آنها را هدایت می‌کند و فرصت‌های زندگی بستر بروز آن را فراهم می‌کند (هندری^۲ و دیگران، ۱۳۸۳: ۲۳۱) فرصت‌های زندگی را به خصوص در گروه‌های منزلتی بیان می‌کند، در مورد فرصت‌ها معتقد است فرصت‌های زندگی نظیر سن، جنس و قومیت بر انتخاب‌های فرد از جمله سبک زندگی تاثیر فراوانی دارند. همچنین درباره گروه‌های منزلتی بر آن است که گروه منزلتی از نظر اجتماعی دارای احترام و آبرویی همگانی است و سبک زندگی ویژه خود را دارد و براساس همین امور از سایر گروه‌ها متمایز می‌شود. وبر در کل معتقد است که سبک زندگی از جایگاه و موقعیت اجتماعی ناشی می‌شود و گروه‌های مختلف سبک‌های زندگی متفاوتی دارند و وجه تمایزشان در آن چیزی است که مصرف می‌کنند (فرولیچ و

1 . Bendix

2 . Hendry

پوتین، ۱۹۹۹: ۲۳).

نظریه پردازان دیدگاه متأخر

گیدنز در تلاش برای فرارفتن از دوگانگی عاملیت و ساختار، نظریه ساختاربندی را مطرح و بر نقش و اهمیت همزمان هردو تاکید دارد. از نظر وی، «انسان‌ها به مثابه عاملانی اجتماعی قدرت بازاندیشی دارند و همین کار را هم انجام می‌دهند. با این کار از یک سو، فعالیت‌های خود در جامعه را مورد بازنگری قرار داده و خصلتشان را دگرگون می‌کنند و از سوی دیگر، با انجام این کار توان تاثیرگذاری برای تغییر شرایط اجتماعی را کسب می‌کنند (گیدنز، ۱۳۸۸). بدین معنی که هر سبک زندگی در متن خود معنایی ضرورتاً باز و نامتعیین دارد، بدین صورت که معانی فعالیت‌های سبک زندگی اساساً توسط نیروهای کلان جامعه تعیین نمی‌شود، بلکه طی فرایند دادوستد عملی زیست - جهان‌های متمایز، معانی روش‌های استفاده از مواد و مصالح نمادین مصرف انبوه، مبدل به اشیاء و اعمال ملموسی می‌شوند که استعاره‌ای برای خودشان است. بازتابندگی، اشاره‌ای است به استفاده از اطلاعات مربوط به شرایط فعالیت، به عنوان ابزاری برای تنظیم و تعریف مجدد و قاعده مند معنا و چستی رفتار (گیدنز، ۱۳۸۷: ۸۶). بوردیو، مصرف را رکنی حیاتی در عصر کنونی می‌داند و معتقد است عادت واره شکل گرفته در افراد، در شکل دادن الگوی مصرف آنان بسیار

تاثیرگذار است. او انواع سرمایه را معرفی و از بین آنها «سرمایه فرهنگی و به عبارتی؛ مصرف فرهنگی را بسیار مهم و تعیین کننده می‌داند؛ زیرا تمایزات اجتماعی را مشروعیت می‌بخشد» (استوری، ۱۳۸۹: ۲۶۸) وی بر این باور است که سلیقه مشخصه پایگاه اجتماعی است. بررسی بوردیو بیانگر این است که طبقات و گروه‌های شغلی متفاوت تمایل به سلیقه‌های گوناگونی در موزیک و غذا و... دارند (Smith, 2001: 137). در مجموع به عقیده بوردیو، تمایزاتی که سبک زندگی فراهم می‌کند در ذوق و سلیقه افراد نهفته است ذوق و سلیقه در وهله اول و قبل از هر چیز، بی میلی و اکراه نسبت به سلیق و علایق دیگران دارد. دلیل این است که اعمال و رویه‌های فرهنگی (مثل پوشیدن لباس جین یا توپید، بازی گلف یا فوتبال، بازدید از موزه یا نمایشگاه، گوش دادن به موسیقی جاز یا تماشای سریال‌های کمدی و...)، معنی اجتماعی خود و قابلیت مشخص ساختن تفاوت و فاصله اجتماعی را از برخی ویژگی‌های ذاتی خود نمی‌گیرند بلکه آن را کسب می‌کنند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱)

نظریه پردازان دیدگاه روانشناسانه

روانشناس آلمانی، آلفرد آدلر، سبک زندگی را کلیت بی همتا و فردی زندگی که همه فرآیندهای عمومی زندگی، ذیل آن قرار دارند (آدلر، ۱۹۵۶: ۱۹۱). به نظر وی سبک زندگی، طرح و دریافتی اجمالی است از جهان، فرآیند در حال گذار و راه است، راه یکتا و فردی زندگی و دستیابی به هدف؛ خلاقیتی است حاصل از کنار آمدن با محیط و محدودیت‌های آن (دادستان، ۱۳۷۶، محفوظی و دیگران، ۱۳۷۸ به نقل از مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۰۵). سبک زندگی رفتارها و تجربیات انسانی است که به واسطه

خوی‌ها و منش فردی شکل می‌گیرد (wolman,1981).

جدول ۱: دیدگاه‌های نظری سبک زندگی

دیدگاه	نظریه پردازان برجسته	مؤلفه‌های کلیدی
دیدگاه‌های مطرح در مورد سبک زندگی	کلاسیک	ماکس وبر، کارل مارکس، گنورک زیمل، مبتنی بر تحلیل‌های طبقاتی، مالکیت اموال، بیشتر منوط به جوامع توسعه نیافته، نگاه اقتصادی و مالکانه، توجه به گروه‌های منزلی و انتخاب‌های اکثرا گروهی
	متأخر	آنتونی گیدنز، پیر بوردیو، فوکو، پارسونز توجه کمتر در تحلیل‌های طبقاتی، توجه به خودشکوفایی فردی، اکثرا در جوامع توسعه یافته، قراردادن الگوهای فردی، فردیت تشدید یافته، انتخاب‌های بسیار و پیچیده و البته منفعلانه، دلزدگی از مصرف
روانشناسانه	آلفرد آدلر	رفتارها و منش فردی

چارچوب نظری

به‌لحاظ تاریخی، مطالعات ابتدایی در خصوص سبک زندگی، بر رفتارها و

فعالیت‌های عینی تمرکز داشتند اما به تدریج، ارزش‌ها و نگرش‌ها نیز به عنوان عناصر مهم در تعاریف سبک زندگی نمایان شدند. با توجه به بررسی دیدگاه‌های کلاسیک و متأخر در این خصوص مباحث اندیشمندان (زیمل، کلاکھون، لیزر، مک کی، بوردیو و لسللی) رفتارهای عینی را نمود خارجی ذهنیات و باورها دانسته، بر این باور بوده‌اند که سبک زندگی صرفاً براساس فعالیت‌ها و رفتارها بررسی می‌شود و اندیشمندان دیگری از همین دو دیدگاه (وبلن، وبر، ونزل، یوٹ، گیدنز) سبک زندگی را مشتمل بر جنبه‌های عینی (رفتارها و فعالیت‌ها) و ذهنی (ارزش‌ها و نگرش‌ها) می‌دانند (veal, 2002:9؛ مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۵۶) در سوی دیگر، دیدگاه‌های روانشناسانه، تنها بر جنبه‌های ذهنی و درونی انسان تمرکز داشته و سبک زندگی را حاصل خوی و منش‌های فردی می‌داند (آدلر). بنابراین در تعریف سبک زندگی و تجزیه و تحلیل‌های مربوطه باید هم افراد و هم گروه‌ها در تمام سطوح مورد بررسی قرار گیرند.

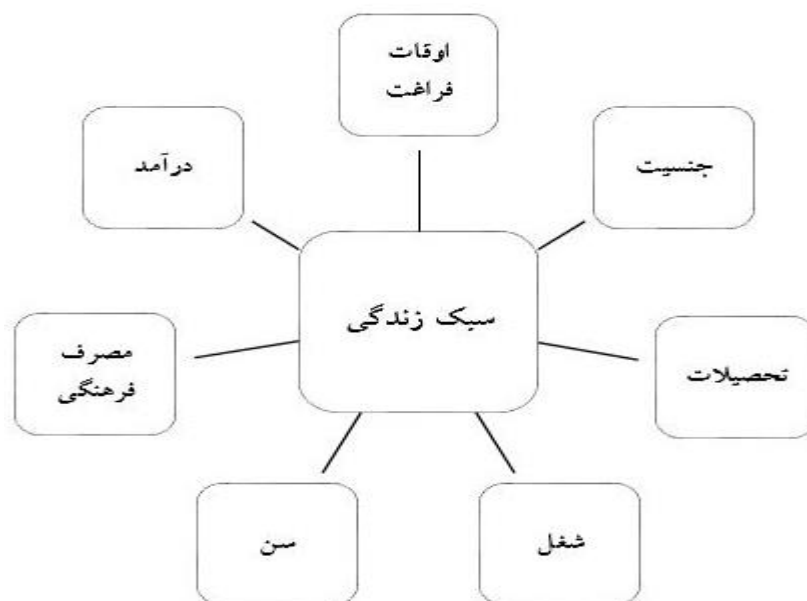
در تدوین چارچوب نظری این پژوهش دیدگاه‌های اصلی مرتبط با سبک زندگی

-
- 1 . simmel
 - 2 . Kluckhohn
 - 3 . liser
 - 4 . MacKay
 - 5 . Bourdieu
 - 6 . Leslie
 - 7 . Wantzel
 - 8 . Youth

و عوامل تاثیر گذار بر آن و همچنین گستره ابعاد و شاخص ها در سطح خرد و کلان و بعد ذهنی و عینی مورد بررسی قرار گرفت. با بررسی دیدگاه‌های مطرح شده فرضیه‌های پژوهش مورد استخراج قرار گرفته و پس از انطباق با هر یک از سبک‌های زندگی (رسانه‌ای، سلامت محور، دینی) از نظریات پیر بردیو، ماکس وبر، تورشتاین و بلن استفاده می‌گردد.

بوردیو با بررسی تمایز به عنوان مشخصه جدا کننده جایگاه شغلی با مولفه‌های همچون مصرف معتقد است که سلیقه و منش در تمایز قائل شدن سبک زندگی با توجه به پایگاه اقتصادی - اجتماعی می‌تواند نقش مهمی را ایفا نماید این سلیقه و منش می‌تواند تاثیر پذیر از ارزش‌ها، رسوم و شرایط طبیعی و محیطی یک جامعه باشد البته وبر نیز بر همین باور است که جایگاه و موقعیت اجتماعی در ارتباط مستقیم با منزلت اجتماعی هستند که نمود آن را می‌توان در مصرف به منزله عامل تاثیر گذار بر سبک زندگی نشان داد (Bourdieu, 1994). وبر فرصت‌های زندگی (سن، جنس و قومیت) را به عنوان عامل مهمی بر سبک زندگی می‌داند و معتقد است که فرصت‌های زندگی می‌تواند زمینه‌های رو به رشد و تاثیرگذاری بر سبک زندگی باشد. دیدگاه تورشتاین و بلن نیز در ارتباط با دیدگاه‌های وبر و بوردیو قرار دارد، و بلن جایگاه شغلی را منبع مهمی برای طبقه تن آسا می‌داند (وبلن، ۱۳۸۶) که با توجه به معیار مصرف که در دیدگاه‌های وبر و بوردیو بررسی گردید، رقابت و کشمکش را در سبک زندگی افراد از هم متمایز می‌گرداند. بنابراین می‌توان از دیدگاه‌های نظری مطرح شده این نتیجه را گرفت که هر یک از نظریه پردازان مذکور معتقدند که جایگاه و موقعیت شغلی و منزلت اجتماعی در بررسی سبک زندگی یک جامع می‌تواند تاثیر گذار باشند

و همچنین این عوامل خود می‌تواند تحت تاثیر فرصت‌های اجتماعی که وبر و همچنین بورديو آن را سرمایه فرهنگی یا مصرف فرهنگی عنوان می‌کند قرار گیرد (فرولیچ و پوتین، ۱۹۹۹: ۲۳). لذا آنچه که در مباحث نظری اندیشمندان مطرح گردید، تاکید بر مجموعه عواملی است که به عنوان متغیرهای تاثیر گذار (پایگاه اقتصادی - اجتماعی، جنسیت، سرمایه فرهنگی، سن، مصرف) بر سبک زندگی افراد یک جامعه به وسیله فرهنگ و ارزش‌های حاکم در آن جامعه پذیرفته شده‌اند. در بررسی پژوهش حاضر با توجه به شناختی که از کشور ایران و جامعه مورد مطالعه وجود دارد، همچنین جزء جوامع توسعه نیافته بوده و مقتضیات این شرایط و محیط براساس تقسیم بندی صورت گرفته، ایجاب می‌کند که دیدگاه مناسبی را در بررسی یک پژوهش برگزینیم در این پژوهش، دیدگاه‌های اندیشمندان کلاسیک را که تاکید بر مولفه‌های عینی و توجه به عواملی همچون پایگاه اقتصادی - اجتماعی و مقوله‌های این چنین اقتصادی دارند می‌توان مورد استفاده قرار داد.



شکل ۱: مدل نظری عوامل تأثیرگذار بر سبک زندگی جوانان

پیشینه تجربی پژوهش

هر کار تحقیقی در پیوستاری جا می‌گیرد، به این معنی که از کارهای تحقیقی قبلی اثر پذیرفته و در کارهای بعدی هم اثر می‌گذارد. محققین مختلف در داخل و خارج از کشور در خصوص سبک زندگی پژوهش‌هایی انجام داده‌اند، در ابتدا به تحقیقاتی که در داخل کشور انجام گرفته‌اند اشاره می‌شود:

اعظم خاتم (۱۳۷۹) در پژوهشی با عنوان «سبک زندگی و جایگاه آن در فرهنگ

مصرفی جامعه شهری تهران» تغییر روابط خانوادگی در نتیجه افزایش نقش و مسئولیت‌های زنان را نماد تجدد عرصه خصوصی معرفی می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان دهنده بالاتر بودن اشتغال زنان در فعالیت‌های اقتصادی و پایین بودن تعداد فرزندان، با اهمیت بیش تر آموزش فرزندان و استفاده بیش تر از کالاها و خدمات تجاری و گذران اوقات فراغت قابل پیش بینی است. ربانی و همکاران (۱۳۸۷) در مقاله پژوهشی خود با عنوان، جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی به این نتیجه رسیدند که بین دو متغیر جنس و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سبک زندگی رابطه وجود ندارد.

عباس کاظمی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی سبک‌های زندگی فراغتی در بین دانشجویان کشور» بیان می‌کند که از میان سبک‌های مختلف گذران اوقات فراغت، گرایش دانشجویان به سبک رسانه‌محور بیشتر از سایر سبک‌ها بوده است و محتوای مصرف رسانه‌ای دانشجویان نیز بیشتر سرگرمی‌محور است تا آموزش‌محور. از سوی دیگر دانشجویان کم‌ترین تمایل و علاقه را نسبت به سبک‌های اجتماع‌محور و سیاست‌محور نشان داده‌اند. سبک‌های فراغتی تفریح‌محور و ورزش‌محور نیز با اقبال کمی مواجه بوده و کم‌ترین همبستگی را با سبک رسانه‌محور دارد که نشان می‌دهد استفاده از رسانه موجب تقویت اجتماع‌گریزی و انزواجویی در جوانان دانشجویی می‌شود. در تحلیل‌های جنسیتی، زنان بیشتر از مردان به سبک‌های فراغتی مذهب‌محور و هنر‌محور تمایل نشان داده‌اند و در عوض مردان بیشتر از زنان به فراغت‌های ورزش‌محور و سیاست‌محور گرایش دارند. میزان اقبال زنان و مردان به سبک‌های فراغتی رسانه‌محور و تفریح‌محور یکسان بوده و تفاوتی نداشته است. سیمای دانشجویی که در

این پژوهش به دست آمده سیاست‌گریز، متمایل به سرگرمی و در پی لذت، و علاقه‌مند به فعالیت‌های فراغتی فردی است. به عبارت دیگر فراغت‌های دانشجویان بسیار فردی، انفعالی، خانگی، رسانه‌محور، و غالباً بدون برنامه تصویر شده است.

وحید شالچی تحقیقی تحت عنوان «سبک زندگی جوانان کافی شاپ» انجام داده است (شالچی، ۱۳۸۷: ۹۳-۱۱۶)، نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در این فضای اجتماعی ویژگی‌های سبک زندگی پسامدرن از قبیل مد و سلیقه التقاطی، تعامل امر محلی و جهانی، اهمیت سرگرمی و مصرف و نقش حیاتی لذت دیده می‌شود. بررسی فرهنگ این بخش از جوانان ایرانی نشان می‌دهد که تا چه میزان سیاست‌گذاری فرهنگی امری حساس، دشوار و پیچیده است و اثرگذاری فرهنگی بر نسل جوان صرفاً از طریق پرداختن صوری و سطحی به ارزش‌ها در سطح نهادهای رسمی ممکن نیست.

از جمله تحقیقاتی که در این زمینه به طور مبسوطی انجام گرفته، توسط بیژن زارع و مهدی فلاح با عنوان «بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل موثر بر آن» می‌باشد، برای تدوین چارچوب تئوریک از نظریه‌های کلاسیک و متأخر، نظریه ساخت‌گرایی تکوینی بوردیو استفاده کردند که به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای و با حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۴۰۰ نفر را بررسی کرده‌اند، برمبنای تحقیقات تجربی و تئوری‌های موجود، سبک‌های زیباشناختی - لذت‌جویانه، کارکردگرایانه، خرده فرهنگی و انفعالی زمینه‌یابی شناسایی، و براساس نمرات میانگین انواع سبک زندگی، بیشترین میانگین در سبک زندگی لذت‌جویانه و کمترین میانگین مربوط به سبک زندگی منفعلانه است. با توجه به ضریب همبستگی پیرسون، رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی با انواع سبک زندگی مثبت و معنادار است. این

ضریب معناداری رابطه بین سرمایه اقتصادی و سبک‌های زندگی کارکردگرایانه، لذت جویانه و منفعلانه را نیز تایید می‌کند. با استفاده از روش رگرسیون گام به گام، ترتیب اثر متغیرها عبارتند از سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، با توجه به ضریب همبستگی تعدیل شده سه متغیر سرمایه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی در مجموع ۱۹ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند (زارع، ۱۳۹۱).

سیوبرگ و انگلبرگ پژوهشی راجع به سبک زندگی انجام داده‌اند، این مفهوم را بر مبنای سه محور و ویژگی تعریف کرده‌اند: ۱- ارزش‌هایی که فرد با ارجاع به تعداد اندکی از ملاک‌ها و معیارها نظیر آزادی، عدالت و برابری بیان می‌دارد ۲- دسته‌ای باورها، نگرش‌ها، منافع و کنش‌ها ۳- الگوهای واقعی رفتار (مثلاً سبک‌های زندگی را مولفه‌های مختلفی نظیر اوقات فراغت مشخص می‌کنند (سیوبرگ^۱ و انگلبرگ، ۲۰۰۵).

سازمان مینتل (مینتل؛ ۱۹۹۸) در پژوهش «سبک زندگی در بریتانیا» به جنبه‌های گوناگون زندگی جوانان و زنان و اطلاعاتی درباره نقش تصمیم‌گیری زنان به ویژه در امر گذران اوقات فراغت اشاره شده است. در این پژوهش، به عامل تفاوت جنسیت و سبک زندگی پرداخته شده است، نتیجه پژوهش نشان دهنده آن است که در بین جوانان، زنان بیش از مردان به ظاهر شخصی و کتاب اهمیت می‌دهند (چانی، ۱۹۹۶) ویل^۴ (۲۰۰۲) در کار پژوهشی خود با عنوان فراغت، سبک زندگی و فرهنگ به این

1 . Sioberg, L. & E. Engelberg

2 . Mintel

3 . channy

4 . Veal

نتیجه می‌رسد که عمده‌ترین اختلاف‌ها در رفتارهای گذران اوقات فراغت هنوز به وسیله سن و جنس و طبقه اجتماعی تبیین می‌شود و این متغیرها علل اختلاف بوجود آمده در تنوعات سبک زندگی را تشریح و توضیح خواهند داد. تورچ^۱ (۲۰۰۷) در مقاله‌ای با عنوان، پایگاه اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی به این نتیجه رسیده است که نوع فعالیت اقتصادی و منزلت شغلی افراد در کشور کانادا با سبک مصرف کالاهای فرهنگی رابطه دارد و نیز درآمد و تحصیلات آنان موثر بر نحوه مصرف کالاهای فرهنگی است.

لئوبی^۲ (۱۳۸۰) در تحقیقی در مورد سبک‌های زندگی جوانان در انگلستان نتیجه گرفت که پیوند عمیقی میان زمینه طبقه اجتماعی و فرصت‌های زندگی و سبک زندگی جوانان وجود دارد یعنی رابطه مستقیمی بین طبقه اجتماعی والدین پاسخگو و مسیرهای شغلی - آموزشی از نظر آماری معنادار است.

توسعه اقتصادی و تغییر الگوهای مصرف در جامعه شهری چین، تحقیق دیگری است که توسط چنگز سیمون فان در میان جوانان دو شهر گوانجو و شانگهای انجام گرفته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که مصرف و مصرف‌گرایی بعد از آزادی‌های اقتصادی و سیاست درهای باز در سال ۱۹۸۴ در چین به سرعت در حال تغییر و دگرگونی است ولی هنوز تا توسعه کامل مصرف‌گرایی به عنوان فرهنگ زندگی روزمره مردم چین راهی طولانی در پیش است (سیمون^۳ - فان، ۲۰۰۰: ۸۲-).

1 . Torche

2 . leobi

3 . Simon-fan

(۹۷).

مطالعه‌ای دیگر با عنوان «تغییر الگوهای مصرف و سبک زندگی در میان طبقه متوسط و نسل جدید در کره جنوبی» توسط سونگ کوک کیم صورت گرفته است. این مطالعه بر اساس تحلیل داده‌های ثانویه حاصل از پیمایش‌های ملی و سالنامه‌های آماری کره جنوبی و با این هدف انجام شده است که به گونه‌ای تجربی نشان دهد که تا چه اندازه فرهنگ مصرف‌گرایی در بین طبقه متوسط و نسل جدید در کره جنوبی در حال شکل‌گیری است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهند که کره‌ای‌ها به شدت تشنه تحصیلات عالی، به ویژه برای فرزندانشان، تنوع غذایی، ماشین و خانه‌های بزرگ، لباس‌های گران قیمت، فرصت‌های فراغتی و تورهای مسافرتی هستند. طبقه متوسط و نسل جدید در این کشور با تغییرات بسیاری در الگوهای مصرفی خود روبه‌رو بوده‌اند که این خود ریشه در دگرگون‌های اقتصادی دهه‌های اخیر در این کشور دارد. همچنین بر اساس نتایج حاصل از یک پیمایش ملی شمار کسانی که به اوقات فراغت خود بیشتر از ثروت اندوزی اهمیت می‌دهند از ۴۸ درصد در سال ۱۹۳۳ به ۵۰ درصد در سال ۱۹۹۶ و تعداد افرادی که ارزش‌های مصرف‌گرایی را پذیرفته‌اند از ۳۸ درصد به ۴۴ درصد و شمار مردانی که به وزن و فرم بدن خود اهمیت می‌دهند از ۲۰ درصد به ۲۸ درصد رسیده است (کوک - کیم؛ ۲۰۰۰: ۶۱-۸۱).

جدول ۲: سبک زندگی و عوامل موثر بر آن

متغیرهای موثر بر سبک زندگی	محقق	
سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی	زارع و فلاح (۱۳۹۱)	

مد و سلیقه، تعامل، سرگرمی و مصرف، لذت	شالچی (۱۳۸۷)	محققان داخلی
اشتغال و گذران اوقات فراغت	اعظم خاتم (۱۹۹۹)	
جنسیت، پایگاه اقتصادی اجتماعی	ربانی و رستگار (۱۳۸۶)	
اوقات فراغت، مصرف رسانه‌ای،	کاظمی (۱۳۸۷)	
ارزش‌های نظیر آزادی، عدالت، برابری باورها و منافع، اوقات فراغت	سیوبرگ و انگلبرگ (۲۰۰۵)	محققان خارجی
جنسیت	میتل (۱۹۹۸)	
سن، جنس، طبقه اجتماعی	ویل (۲۰۰۲)	
نوع فعالیت اقتصادی، منزلت شغلی، درآمد و تحصیلات	تورچ (۲۰۰۷)	
طبقه اجتماعی والدین	لئوبی (۱۳۸۰)	

فرضیه‌های پژوهش

- ۱- زندگی جوانان شهر مریوان بر حسب جنسیت متفاوت و معنی دار می‌باشد.
- ۲- سبک زندگی جوانان شهر مریوان در بین افراد با پایگاه اقتصادی- اجتماعی مختلف، متفاوت و معنی دار می‌باشد.
- ۳- بین میزان مصرف کالاهای فرهنگی و سبک‌های زندگی جوانان شهر مریوان رابطه معنادار وجود دارد.
- ۴- بین سن و سبک‌های زندگی جوانان شهر مریوان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین چگونگی اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان شهر مریوان رابطه

معنادار وجود دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر براساس زمان گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات پیمایشی است. همچنین براساس هدف جزء تحقیقات کاربردی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر مریوان تشکیل می‌دهند که براساس اطلاعات جمع‌آوری شده از مرکز آمار دارای جمعیت ۵۶۳۳۳ نفر می‌باشند. حجم نمونه پژوهش براساس فرمول کوکران، ۳۸۲ نفر محاسبه گردید. روش نمونه‌گیری براساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و همچنین طرح تفصیلی شهر مریوان، به ۸ ناحیه تقسیم بندی گردید که در درون هر یک از نواحی نمونه‌گیری تصادفی صورت گرفته که با استفاده از ابزار پرسشنامه استاندارد به جمع‌آوری اطلاعات می‌پردازیم. به منظور سنجش اعتبار و پایایی پرسشنامه‌های گلاک و استارک، پرسشنامه (LSQ) و پرسشنامه خود ساخته از اعتبار محتوایی استفاده گردیده که هر یک از پرسشنامه به ترتیب توسط سراج زاده (۱۳۷۸)، لعلی و دیگران (۱۳۹۱) و متخصصان و کارشناسان دیگر مورد تایید قرار گرفته‌اند. پایایی هر یک از پرسشنامه‌های مذکور با استفاده از روش آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. در جدول‌های زیر مقدار آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است:

جدول ۳: مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه سبک زندگی دینی

آلفای کرونباخ	ابعاد
۰/۸۱	اعتقادی

۰/۷۵	مناسکی
۰/۷۳	تجربی
۰/۸۵	فکری
۰/۸۷	پیامدی

جدول ۴: مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه سبک زندگی سلامت محور

آلفای کرونباخ	ابعاد
۰/۷۶	سلامت جسمانی
۰/۸۵	ورزش و تندرستی
۰/۷۹	کنترل وزن و تغذیه
۰/۸۲	پیشگیری از بیماری‌ها
۰/۸۸	سلامت روان شناختی
۰/۸۴	سلامت اجتماعی
۰/۸۹	اجتناب از داروها و مواد مخدر
۰/۷۸	پیشگیری از حوادث
۰/۷۶	سلامت محیطی

جدول ۵: مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه سبک زندگی رسانه‌ای

مقدار آلفای کرونباخ	ابعاد
۰/۸۶	تلویزیون
۰/۸۹	اینترنت
۰/۹۱	شبکه‌های اجتماعی مجازی

منبع: نگارندگان

با توجه به مقدار آلفای هر یک از سبک‌های زندگی، مقادیر محاسبه شده نشان از مقدار اعتماد و اطمینان بالایی برای پرسشنامه‌های مورد بررسی می‌باشد همچنین

گویه‌هایی که همبستگی کمتری با سایر متغیرها دارند حذف گردیده‌اند، مقادیر به دست آمده ضریب قابل قبولی برای اعتماد و همبستگی درونی داده‌های پرسشنامه را دارا می‌باشند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه ابتدا بررسی می‌گردد که داده‌ها از توزیع نرمالی برخوردار هستند که با استفاده از روش اسمیرنوف - کولموگروف به نرمال بودن داده‌ها به نتیجه می‌رسیم. همانگونه که در جدول زیر مشاهده می‌گردد مقدار بدست آمده از مقدار (Asymp. Sig) بزرگتر است بنابراین داده‌ها دارای توزیع نرمالی هستند بنابراین متغیرهای مستقل و وابسته دارای توزیع نرمالی هستند و می‌توان از تحلیل‌های پارامتریک (ضریب همبستگی و رگرسیون و آزمون واریانس یک طرفه) برای بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده کرد.

جدول ۶: آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	Z کولموگروف اسمیرنوف	Asymp. Sig. (2-tailed)
جنسیت	۲/۴۶	۱/۷۰۷	۱/۹۹۶	۰/۱۳۶
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۱/۹۳	۰/۹۲۳	۱/۷۹۸	۰/۱۵۶
مصرف فرهنگی	۲/۶۷	۱/۱۶۲	۲/۸۴۹	۰/۲۶۶
اوقات فراغت	۲/۳۲	۱/۴۲۸	۱/۰۰۴	۰/۱۷۶

منبع: یافته‌های پژوهش

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

تعریف نظری: سبک زندگی عبارت از طیف رفتاری ای که اصلی انسجام بخش بر آن حاکم است، عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۳) همچنین به معنی شیوه و روش انجام چیزی خصوصاً شیوه‌ای که برای فرد، گروهی از مردم، مکان یا دوره‌ای نوعی باشد؛ اجرا یا انجام اموری که تمایز دهنده فرد یا گروه یا سطح خاصی باشد (وبستر، ۱۹۹۶: ۴۵۲) طرز نگرش خاص فردی و سلیقه که بیانگر و ممیز راه زندگی است (وبستر، ۲۰۰۴: ۲۱۴). بنا بر تعریف گیدنز، سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها است (گیدنز، ۱۳۸۸: ۱۲۱). سبک زندگی به هستی و وجود فرد وحدت می‌بخشد و این وحدت بخشی، اصلی‌ترین ویژگی سبک زندگی است (انسباچر، ۲۰۰۱). سوبل سبک زندگی را مجموعه‌ای از رفتارهای قابل مشاهده و معنی دار می‌داند که از سوی افراد تعریف می‌شود (سوبل، ۱۹۸۱: ۳۱).

تعریف عملیاتی: تعریف عملیاتی سبک زندگی با توجه به هر یک از نوع‌های سبک زندگی (دینی، سلامت محور، رسانه‌ای) بدین صورت می‌باشد که برای هر یک از نوع‌های سبک زندگی پرسشنامه‌ای جداگانه قابل طراحی می‌باشد که شرح هر یک از سبک‌های زندگی دینی، سلامت محور، رسانه‌ای بدین صورت است: سطح سنجش متغیر سبک زندگی، فاصله‌ای می‌باشد.

سبک زندگی دینی

برای سنجش عملیاتی سبک زندگی دینی از پرسشنامه گلاک و استارک استفاده می‌شود بدین صورت که پرسشنامه مذکور دارای پنج بُعد: اعتقادی، مناسکی، تجربی، فکری و پیامدی می‌باشد ابعاد مذکور دارای گویه‌های پنج ارزشی در قالب طیف لیکرت می‌باشند. بعد اعتقادی، عبارت است از باورهایی که انتظار می‌رود پیروان آن دین به آنها اعتقاد داشته باشند، بعد مناسکی، شامل اعمال دینی مشخصی همچون عبادت، نماز، شرکت در آئین‌های دینی، روزه گرفتن که انتظار می‌رود پیروان هر دین آنها را انجام دهند، بعد تجربی، ناظر بر عواطف، تصورات و احساسات مربوط به داشتن رابطه با خدا، بعد فکری، مشتمل بر اطلاعات و دانسته‌های مبنایی در مورد معتقدات هر دین که پیروان آنها باید بدانند، بعد پیامدی، ناظر بر اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانشی دینی بر زندگی روزمره پیروان است (گلاک و استارک ۱۹۶۵؛ به نقل از سراج زاده، ۱۳۷۸) از مجموع ابعاد پنج گانه مذکور سبک زندگی دینی به دست می‌آید.

سبک زندگی سلامت محور

سنجش سبک زندگی سلامت محور با ابعاد پرسشنامه سبک زندگی (LSQ) که توسط لعلی و دیگران (۱۳۹۱) بررسی شده صورت می‌گیرد بدین صورت که پرسشنامه مذکور دارای خرده ابعاد، سلامت جسمانی، ورزش و تندرستی، کنترل وزن و تغذیه، پیشگیری از بیماری‌ها، سلامت روان شناختی، سلامت اجتماعی، اجتناب از داروها و

1 . Glock and stark

2 . life style questionnaire

مواد مخدر، پیشگیری از حوادث و سلامت محیطی می‌باشد که هریک از خرد ابعاد توسط گویه‌هایی با استفاده از طیف لیکرت قابل سنجش می‌باشند. پرسشنامه سبک زندگی که توسط لعلی و دیگران (۱۳۹۱) استفاده گردیده با توجه به ویژگی‌های سلامت محور، هریک از خرده ابعاد آن مورد گزینش و انتخاب قرار گرفته‌اند. پرسشنامه سبک زندگی سلامت محور از لحاظ اعتبار، توسط لعلی و دیگران با استفاده از روش مولفه‌های اصلی مورد تحلیل عاملی قرار گرفته است.

سبک زندگی رسانه‌ای

سبک زندگی رسانه‌ای به فعالیت‌های اشاره می‌کند که طی آن فرد به شکلی فعالانه، هدفمند و آزادانه از وسایل ارتباط دسته جمعی برای آگاهی پیدا کردن درباره‌ی موضوعی خاص، سرگرمی و غیره استفاده می‌کند (کالر، ۲۰۰۴: ۴۵) آلن بیرو معتقد است که رسانه‌ها دارای سه گونه اصلی رسانه‌های چاپی (مانند روزنامه، کتاب و مجله)، رسانه‌های الکترونیکی (مانند رادیو و تلویزیون)، رسانه‌های دیجیتال (مانند اینترنت) است (بیرو، ۱۳۶۶: ۲۴۹) در این تحقیق به منظور سنجش سبک زندگی رسانه‌ای از معرف‌های تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در قالب پرسشنامه‌ی خود ساخته با طیف لیکرت سنجش می‌گردد. برای سنجش اعتبار، از اعتبار محتوایی استفاده می‌گردد بدین صورت که با استفاده از نظرات متخصصین و کارشناسان مربوطه مورد تایید قرار گرفته است همچنین برای پایایی پرسشنامه سبک زندگی رسانه‌ای مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده محاسبه گردید.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی

تعریف نظری: اصطلاح پایگاه اقتصادی - اجتماعی موقعیتی را مشخص می‌کند که یک فرد در گروه یا یک گروه در جامعه (به عنوان گروه گروه‌ها) احراز کرده است، پایگاه اقتصادی - اجتماعی را می‌توان مجموع منابع بالفعل یا بالقوه تعریف کرد که با در اختیار داشتن آنها کنشگر اجتماعی می‌تواند نقش‌هایش را در طیفی از صورت‌های اصیل ایفا کند (بودون، ۱۳۸۵: ۱۲۷).

تعریف عملیاتی: رابرتسون (۱۳۷۲) برای تعریف عملیاتی پایگاه اقتصادی - اجتماعی، از سه الگوی، روش اشتها، روش ذهنی، و روش عینی استفاده کرده است که در تحقیق حاضر با استفاده از روش عینی به سنجش پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر حسب مولفه‌های درآمد، شغل و تحصیلات پرداخته خواهد شد (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۲۲۹). سطح سنجش متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی، فاصله‌ای می‌باشد.

اوقات فراغت

فراغت به مجموعه ساعاتی از بیداری فرد در طول یک شبانه روز اطلاق می‌شود که فرد پس از انجام تعهدات شغلی، اجتماعی، و خانوادگی در اختیار دارد و می‌تواند از روی میل و رغبت به طور آزادانه به فعالیتی فردی یا جمعی خود را مشغول نماید (عبدالمالکی، ۱۳۸۷: ۱۷۸) فراغت انتخابی و آزادانه است و موجب ابراز وجود و خود شکوفایی فردی می‌شود و به عنوان تجربه‌ای درونی به وضع روحی و روانی، گرایش‌ها، شرایط و تجربه فرد بستگی دارد (سعیدی، ۱۳۸۷: ۴۰).

مصرف فرهنگی

تعریف نظری: مصرف فرهنگی متأثر از سرمایه فرهنگی یک جامعه می‌باشد. مصرف فرهنگی مستلزم پردازش اطلاعات فرهنگی و یا زیبا شناختی است (وان ایجک، ۱۹۹۷). تروسبی (۱۹۹۴)، در تجزیه و تحلیل مصرف فرهنگی، ذائقه برای هنرهای مختلف را به عنوان فرایندی سه مرحله‌ای تفسیر می‌کند: ۱- رضایت کنونی و موجود ۲- انباشت دانش ۳- انباشت دانش و تجربه مؤثر بر مصرف آینده.

تعریف عملیاتی: منظور استفاده از وسایل ارتباط جمعی شامل تلویزیون، رادیو، اینترنت و کامپیوتر، روزنامه‌ها، مجلات می‌باشد. سطح سنجش متغیر مصرف فرهنگی، فاصله‌ای می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

آماره‌های توصیفی

جدول ۷: آماره‌های توصیفی هر یک از سبک‌های زندگی

آماره متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سبک زندگی	۱۵/۹۸	۸/۱۳	۱۰/۳۷	۱۷/۴۵
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۱۴/۲۵	۱/۵۶	۷/۶۷	۱۶/۸۱
سن	۲۳	۲/۲۷	۲۱	۲۹
اوقات فراغت	۱۳/۴۹	۳/۴۸	۴/۲۸	۱۱/۸۳
مصرف فرهنگی	۱۶/۱۱	۵/۳۶	۷/۸۳	۱۷/۶۲

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول بالا، آماره توصیفی برای هریک از متغیرها به شرح زیر می‌باشد:

سبک زندگی دارای میانگین، ۱۵/۹۸، انحراف معیار ۸/۱۳، کمینه و بیشینه به ترتیب، ۱۰/۳۷، ۱۷/۴۵؛ پایگاه اقتصادی اجتماعی با میانگین، ۱۴/۲۵، انحراف معیار، ۱/۵۶، کمینه و بیشینه به ترتیب: ۸۱/۶۷، ۱۶/۷؛ سن با میانگین، ۲۳، انحراف معیار، ۲/۲۷، کمینه و بیشینه به ترتیب: ۲۱، ۲۹؛ اوقات فراغت با میانگین، ۱۳/۴۹، انحراف معیار، ۳/۴۸، کمینه و بیشینه به ترتیب: ۴/۲۸، ۱۱/۸۳؛ مصرف فرهنگی با میانگین، ۱۶/۱۱، انحراف معیار، ۵/۳۶، کمینه و بیشینه به ترتیب: ۷/۸۳، ۱۷/۶۲؛ می‌باشد.

آماره‌های استنباطی

آزمون فرضیه اول: سبک زندگی جوانان شهر مریوان بر حسب جنسیت متفاوت و معنی دار می‌باشد.

جدول ۸: نتایج آزمون تی دو گروه مستقل

سطح معنی‌داری	آماره تی	درجه آزادی	تفاوت انحراف معیار	تفاوت میانگین	سبک زندگی	جنسیت
۰/۶۵۵	-۰/۴۴۸	۳۵۶/۱۵	۰/۲۳۵	۰/۱۰۵	سلامت محور	
۰/۶۷۸	-۰/۴۱۵	۳۵۸/۰۵	۰/۲۵۳	-۰/۱۰۵	رسانه‌ای	
۰/۶۵۵	-۰/۴۴۷	۳۵۱/۳۸۵	۰/۲۴۲	۰/۱۰۸	مذهبی	

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقدار آزمون لون (Levene's Test) مقدار بدست آمده بزرگتر از سطح معنی دار است در نتیجه مقدار تی مربوط به برابری واریانس ها را در جدول ۷ بیان می‌نماییم، با توجه به مقدار تی بدست آمده و درجه آزادی هر یک از سبک‌های زندگی همچنین چون مقدار سطح معنی داری سبک‌های زندگی بزرگتر از ۵٪ می‌باشد نتیجه می‌گیریم که بین جنسیت و سبک زندگی جوانان تفاوت معناداری وجود ندارد، بدین صورت که زن یا مرد بودن در سبک زندگی جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر مریوان تفاوت ایجاد می‌کند. سبک زندگی رسانه‌ای بیشترین تفاوت را در بین جوانان شهر مریوان ایجاد نموده است.

جدول ۹: نتایج آزمون (Levene's Test)

متغیر	مقدار آماره (Levene's Test)
سبک زندگی سلامت محور	۰/۱۹۷
سبک زندگی رسانه‌ای	۰/۵۷۷
سبک زندگی دینی	۰/۶۴۴

آزمون فرضیه دوم: سبک زندگی جوانان شهر مریوان در بین افراد با پایگاه اقتصادی-اجتماعی مختلف، متفاوت و معنی دار می‌باشد.

جدول ۱۰: نتایج آزمون واریانس یک طرفه

سبک‌های زندگی		مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری
سلامت محور	بین گروهی	۸۶/۹۸۵	۱۹	۴/۵۷۸	۰/۸۷۲	۰/۲۸۰
	درون گروهی	۱۸۹۹/۶۱۲	۳۶۲	۵/۲۴۸		
	کل	۱۹۸۶/۵۹۷	۳۸۱			
رسانه‌ای	بین گروهی	۷۷/۱۴۲	۱۹	۴/۰۶۰	۰/۶۵۷	۰/۰۱۸
	درون گروهی	۲۲۳۵/۵۱۰	۳۶۲	۶/۱۷۵		
	کل	۲۳۱۲/۶۵۲	۳۸۱			
مذهبی	بین گروهی	۱۰۹/۲۸۵	۱۹	۵/۷۵۲	۱/۰۵۱	۰/۴۰۱
	درون گروهی	۱۹۸۱/۳۲۵	۳۶۲	۵/۴۷۳		
	کل	۲۰۹/۶۱۰	۳۸۱			

همانطور که نتایج آزمون واریانس یک طرفه نشان می‌دهد با توجه به اطلاعات مندرج در جدول شماره ۱۰ می‌توان گفت، میانگین سبک زندگی مذهبی و سلامت محور در بین جوانان با پایگاه اقتصادی اجتماعی مختلف، متفاوت و معنی دار نمی‌باشد، در مقابل میانگین سبک زندگی رسانه‌ای در بین جوانان با پایگاه اقتصادی اجتماعی مختلف، متفاوت و معنی دار می‌باشد. بدین صورت که پایگاه اقتصادی اجتماعی جوانان شهر مریوان در ایجاد سبک زندگی رسانه‌ای بودن آنان تاثیر دارد. همچنین با توجه به جدول ۱۱ آزمون توکی این نتیجه را به صورت دقیق تر با بررسی

میانگین هریک از متغیرها نسبت به هم، تایید می‌کند.

جدول ۱۱: نتایج آزمون توکی سبک‌های زندگی با پایگاه اجتماعی اقتصادی

مقدار آزمون توکی	متغیر
۰/۰۶۹	سبک زندگی سلامت محور
۰/۰۵۱	سبک زندگی دینی
۰/۱۰۷	سبک زندگی رسانه‌ای

فرضیه سوم: بین مصرف کالاهای فرهنگی جوانان شهر مریوان و سبک‌های زندگی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

با توجه به نتایج جدول ۱۲ مقدار ضریب همبستگی به دست آمده در جدول ۱۲ نحوه تاثیر را بر سبک زندگی رسانه‌ای شاهد هستیم. بدین صورت که مقدار همبستگی و سطح معناداری نشان می‌دهد، مصرف فرهنگی جوانان شهر مریوان در ایجاد سبک زندگی رسانه‌ای بودن آنان رابطه دارد. بدین صورت که هر چه مصرف فرهنگی جوانان شهر مریوان بیشتر باشد سبک زندگی آنان بیشتر رسانه‌ای می‌گردد.

جدول ۱۲: ضریب همبستگی مصرف فرهنگی و سبک‌های زندگی

سبک زندگی رسانه‌ای	سبک زندگی دینی	سبک زندگی سلامت محور	متغیر	مصرف فرهنگی
۰/۵۴	۰/۱۴	۰/۲۴	همبستگی پیرسون	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	Asymp. Sig. (2-tailed)	
۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	تعداد	

فرضیه چهارم: بین سن جوانان شهر مریوان و سبک‌های زندگی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۱۳: همبستگی بین سن و سبک‌های زندگی

سبک زندگی رسانه‌ای	سبک زندگی دینی	سبک زندگی سلامت محور		
۰/۳۱	۰/۵۸	۰/۶۹	همبستگی پیرسون	سن
۰/۲۵۸	۰/۰۱۳	۰/۰۲۶	Asymp. Sig. (2-tailed)	
۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	تعداد	

با توجه به نتایج بدست آمده، ضریب همبستگی نشان می‌دهد که هرچه سن افزایش یابد سبک‌های زندگی مذهبی و سلامت محور بیشترین رابطه را با متغیر سن دارند و لذا سبک زندگی رسانه‌ای با افزایش سن کمترین رابطه را با سن جوانان شهر مریوان دارد.

فرضیه پنجم: بین اوقات فراغت جوانان شهر مریوان و سبک‌های زندگی آنان رابطه معنادار وجود دارد

جدول ۱۴: همبستگی بین اوقات فراغت و سبک‌های زندگی

سبک زندگی رسانه‌ای	سبک زندگی دینی	سبک زندگی سلامت محور	متغیر	
۰/۶۴	۰/۵۲	۰/۲۸	همبستگی پیرسون	اوقات فراغت
۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	Asymp. Sig. (2-tailed)	
۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	تعداد	

با توجه به نتایج بدست آمده، ضریب همبستگی نشان می‌دهد که هرچه اوقات فراغت جوانان افزایش می‌یابد سبک‌های زندگی رسانه‌ای (۰/۶۴) و سلامت محور (۰/۲۸) و مذهبی (۰/۵۲) هر یک به ترتیب، رابطه مثبت همبستگی را با متغیر اوقات فراغت دارند. همچنین با توجه به مقدار معناداری و ضریب همبستگی بدست آمده سبک زندگی رسانه‌ای بیشترین همبستگی را با اوقات فراغت جوانان شهر مریوان دارد.

ضریب رگرسیون

برای محاسبه ضریب رگرسیون، سبک‌های زندگی (سلامت محور، مذهبی، رسانه‌ای) باهم به وسیله نرم افزار SPSS ترکیب گردیده و شاخص سبک زندگی را به دست آوردیم. لذا برای به دست آوردن ضریب رگرسیون از این شاخص برای محاسبه با دیگر متغیرهای مستقل استفاده می‌گردد تا تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر سبک زندگی مورد بررسی و پیش بینی قرار گیرد. روش مورد استفاده در استفاده از رگرسیون روش (Enter) است بدین صورت همه متغیرهای مستقل همزمان وارد مدل گردیده تا تاثیر هر یک بر متغیر سبک زندگی مورد ارزیابی قرار گیرد.

جدول ۱۵: خلاصه مدل رگرسیون سبک زندگی و متغیرهای تاثیرگذار بر آن

خطای استاندارد ارزیابی شده	ضریب تعدیل شده	R Square	R	مدل
۶/۵۴	۰/۷۰۲	۰/۷۰۵	۰/۸۴۰	۱

با توجه به بررسی جدول ۱۵، نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای تاثیرگذار بر سبک زندگی قادر خواهند بودند ۰/۸۴ از تغییرات متغیر سبک زندگی را تبیین نمایند.

همچنین دارای همبستگی مثبت و قوی با دیگر متغیرهای تاثیر گذار (مصرف فرهنگی، اوقات فراغت، سن) هستند.

جدول ۱۶: تحلیل واریانس مدل پیش‌بینی سبک زندگی و متغیرهای تأثیرگذار بر آن

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Asymp. Sig. (2-tailed)
Regression	۱۱۶,۵۴۱	۵	۱۴۸,۳۰۱	۳,۳۵۶	۰,۰۰۶
Residual	۱۷۲۳۸,۷۰۵	۳۷۶	۴۴,۱۸۵		
مجموع	۱۷۳۵۵,۲۴۶	۳۸۱			

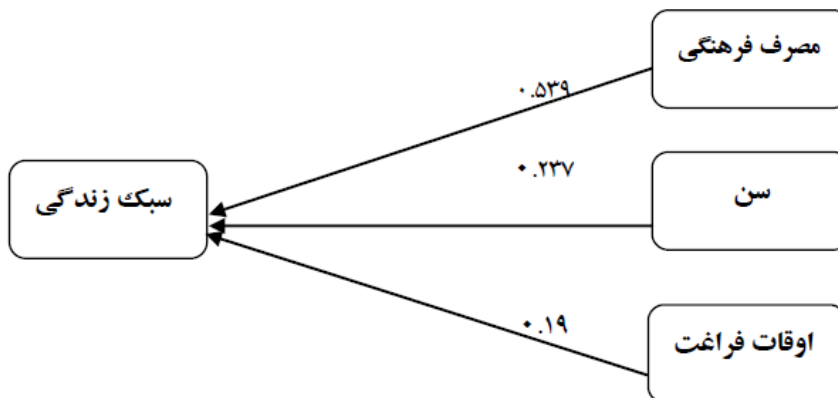
جدول تحلیل واریانس با توجه به مقدار Asymp. Sig. (2-tailed) نشان می‌دهد که مدل رگرسیون می‌تواند به طور معناداری تغییرات متغیر سبک زندگی را پیش‌بینی نماید.

جدول ۱۷: ضرایب تأثیرگذار بر متغیر سبک زندگی

مدل	ضریب استاندارد نشده B	std.error	ضریب استاندارد Beta	t	Asymp. Sig. (2-tailed)
Constant	۲۹/۳۲۶	۲/۷۶۱		۹/۳۰۵	۰/۰۰۰
سن	۰/۱۰۱	۰/۰۹۸	۰/۲۳۷	۴/۵۹۲	۰/۳۲
مصرف فرهنگی	۰/۸۰۲	۰/۰۷۲	۰/۵۳۹	۷/۹۲۷	۰/۰۳۲
اوقات فراغت	۰/۲۶۱	۰/۰۷۰	۰/۱۹	۳/۸۴۳	۰/۰۰۰

جدول ضرایب نشان می‌دهد که هر یک از متغیرهای سن، مصرف فرهنگی و اوقات فراغت رابطه معناداری باهم دارند لذا با بررسی مقدار-2) Asymp. Sig.

(tailed) می‌توان نتیجه گرفت که هر یک از متغیرهای مستقل با متغیر سبک زندگی ارتباط معنادار دارند لذا با بررسی مقدار Beta میزان تاثیر این معناداری را به ما نشان می‌دهد که مقدار تاثیری که متغیرهای سن، مصرف فرهنگی و اوقات فراغت بر متغیر سبک زندگی دارند لذا با توجه به جدول ۱۶، متغیر مصرف فرهنگی (۰/۵۳۹)، سن (۰/۲۳۷)، اوقات فراغت (۰/۱۹)، که هر یک به ترتیب بیشترین تاثیر را بر سبک زندگی جوانان شهر مریوان گذاشته‌اند.



نمودار ۱: تحلیل رگرسیون متغیرهای تاثیرگذار بر سبک زندگی

بحث و نتیجه‌گیری

جوانان اشاعه دهنده حرکت جامعه به سوی پیشرفت و دگرگونی اند که با بکارگیری نیروهای خلاق خود در فرآیندهای مولد جامعه رشد و توسعه یک جامعه را رو به گسترش می‌نهند. این موفقیت و پیشرفت حاصل مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، الگوهایی است که جوان را در مسیر هر چه مطلوب تر زندگی در تعامل با

گروه‌های جامعه دارند. در این پژوهش، فرضیه‌هایی مورد بررسی قرار گرفت، فرضیه اول به بررسی تفاوت بین سن و سبک‌های زندگی جوانان شهر مریوان پرداخت، نتایج حاصل از آزمون تی مستقل به ترتیب برای سبک‌های زندگی سلامت محور، رسانه‌ای، دینی (۰/۴۴۸) (-۰/۴۱۵) (-۰/۴۴۷) و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ در جهت تایید فرضیه تفاوت معناداری را نشان داد، این تفاوت در بین زنان در انتخاب سبک زندگی بالخص سبک زندگی رسانه‌ای وجود دارد. این فرضیه مطابق با پژوهش ربانی و همکاران (۱۳۸۷) می‌باشد. فرضیه دوم به بررسی تفاوت پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سبک‌های زندگی پرداخت نتایج حاصل از تحلیل واریانس آزمون F، (۰/۶۵۷) با سطح معناداری (۰/۰۱۸) برای سبک زندگی رسانه‌ای تفاوت معناداری را نشان داد لذا در دیگر سبک‌های زندگی با سطح معناداری (۰/۲۸۰) (۰/۴۰۱) این چنین نبود. این فرضیه نیز در جهت تایید پژوهش لثوبی (۱۳۸۰) که نتیجه گرفت، پیوند عمیقی میان زمینه طبقه اجتماعی و فرصت‌های زندگی و سبک زندگی جوانان وجود دارد یعنی رابطه مستقیمی بین طبقه اجتماعی والدین پاسخگو و مسیرهای شغلی - آموزشی از نظر آماری معنادار است. در فرضیه سوم مطابق با پژوهش تورچ (Torche, 2007) که وی به این نتیجه رسیده است که نوع فعالیت اقتصادی و منزلت شغلی افراد در کشور کانادا با سبک مصرف کالاهای فرهنگی رابطه دارد و نیز درآمد و تحصیلات آنان موثر بر نحوه مصرف کالاهای فرهنگی است. در اینجا نیز به این موضوع پرداخته شد که مصرف کالاهای فرهنگی تفاوت معناداری با سبک‌های زندگی دارد اما نتایج تحلیل واریانس و یک طرفه (۰/۷۰۳) و ضریب همبستگی (۰/۵۴) به ترتیب با سطح معناداری (۰/۰۴۱) (۰/۰۰۰) تفاوت بارزی را در بین مصرف کالاهای فرهنگی و

سبک زندگی رسانه‌ای نمایان می‌سازد. فرضیه چهارم به تفاوت بین سن و نوع سبک زندگی پرداخته که نتایج آزمون ضریب همبستگی (۰/۶۹) (۰/۵۸) رابطه معناداری را با سبک زندگی سلامت محور و دینی نشان داد بدین معنا که افزایش سن نشان از تمایل جوانان شهر مریوان به مقوله‌های سلامت و دینی است. فرضیه‌های اول و دوم و چهارم نتایج پژوهش (Veal, 2002) را بیان کردند که تاکید می‌کند که عمده‌ترین اختلاف‌ها در رفتارهای گذران اوقات فراغت هنوز به وسیله سن و جنس و طبقه اجتماعی تبیین می‌شود. فرضیه پنجم که در تایید پژوهش کاظمی (۱۳۸۷) بود وی بیان می‌کند که از میان سبک‌های مختلف گذران اوقات فراغت، گرایش دانشجویان به سبک رسانه‌محور بیشتر از سایر سبک‌ها بوده است. این پژوهش نیز به این مقوله پرداخت که بین اوقات فراغت جوانان و برگزیدن نوع سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد، نتایج ضریب همبستگی پیرسون (۰/۱۹۸) نشان داد که ارتباط مستقیمی بین هریک از سبک‌های زندگی وجود دارد لذا این ارتباط در هریک از آنها مستقیم و مثبت بوده و همچنین در سبک زندگی رسانه‌ای رابطه معناداری را نشان می‌دهد و در سبک زندگی سلامت محور و دینی به ترتیب (۰/۱۸۴) (۰/۱۶۴) ارتباط مستقیمی وجود داشته است. که در تایید تحقیقات نتایج ضریب رگرسیون با توجه به مقدار R^2 نشان داد که عوامل تاثیرگذار (۰/۷۶) درصد از متغیر وابسته را تبیین کرده همچنین مقدار Beta نشان داد هر یک از متغیرهای سن (۰/۲۳۷) مصرف فرهنگی (۰/۵۳۹) اوقات فراغت (۰/۱۹) در پیش بینی متغیر سبک زندگی تاثیر داشتند.

نتایج موید این امر است که نقش مولفه‌های پایگاه اقتصادی اجتماعی در تعیین نوع سبک زندگی جوانان شهر مریوان جایگاه مثبت و همچنین ارتباط مستقیمی دارد، نبود

اشتغال و درآمد مستمر و پایدار توانسته جایگاه اقتصادی و اجتماعی را به یک سکوی منزلتی و ارزشی تبدیل کند که این امر با مفهوم بورديو در ارتباط است، مصرف در جامعه موجود ابزاری است برای ابراز و تثبیت موجودیت منزلتی و مادی افراد که در جامعه جوانان شهر مریوان این مفهوم مصرف بیشتر در رسانه‌ها و مصرف فرهنگی نمود پیدا کرده است. همانطور که کلاسیک‌ها مطرح کردند توجه به ابعاد اقتصادی و نگاه مالکانه به زندگی می‌تواند در شیوه برگزیدن رفتارها و ارزش‌های منزلتی نسبت به فرد و دیگران در شرایط محیطی حاکم نقش به‌سزایی داشته باشد. البته نحوه استفاده نادرست از امکانات مالی به مصرف رسانه‌ای افراطی می‌انجامد که در نتیجه عدم مدیریت مناسب هم در خانواده که ناشی از رفتارهای والدین است و هم از جامعه است که هر دو می‌تواند در جهت نیازسنجی و مسیر دهی مناسب و مطلوب به زندگی جوانان بتوانند سبک زندگی آنان را کانالیزه و هدایت‌مند بکنند، در نهایت منجر به آسیب‌های اجتماعی بالخص آسیب‌هایی در فضای دیجیتال می‌گردد. لذا توجه به شاخص‌های مصرف فرهنگی و رسانه‌ای جوانان شهر مریوان (مطالعه روزنامه، مجلات و نشریات، رفتن به سینما و تئاتر و کنسرت، تماشای تلویزیون و گوش دادن به رادیو، توجه به موسیقی‌های پاپ و سنتی، موسیقی‌های راک و زیرزمینی، استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، دیدن از نمایشگاه) در برنامه‌ریزی‌های مطالعات سبک زندگی بخصوص قشر جوانان در اولویت‌های تحقیقاتی و سیاست‌گذاری‌های مسئولین می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

پیشنهادات

- سرمایه‌گذاری در بخش‌های فرهنگی با رویکرد بلندمدت و مستمر با بهره‌گیری از الگوهای مناسب و سالم متناسب با شرایط موجود جامعه مثلاً ایجاد

- عضویت رایگان در مراکز فرهنگی به منظور گسترش فرهنگ مطالعه و کتابخوانی فراهم گردد و از سپری شدن اوقات جوانان به بطالت و توجه به مصرف‌گرایی افراطی جلوگیری به عمل آید.
- بهبود زیرساخت‌های اقتصادی از طریق سرمایه‌گذاری‌های مولد و زودبازده همانند ۱- ایجاد کارگاه‌های تولیدی ۲- شناسایی ظرفیت‌های گردشگری و مرزی شهر مریوان به منظور ایجاد اشتغال جوانان
 - توجه به سلامت جوانان در هر سه بعد جسمی، روانی و اجتماعی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد و فرهنگ سبک زندگی سالم متناسب با نیازها و فرهنگ جامعه ایرانی ترویج گردد.
 - ایجاد مراکز تفریحی - سرگرمی متناسب با نیازهای جوانان در هر یک از محله‌های شهر مریوان به منظور افزایش نشاط اجتماعی و اوقات فراغت آنان.
 - لازم است برنامه‌ریزی‌های اوقات فراغت در راستای نیازهای قشر جوان بوده و دسترسی به امکانات و تسهیلات سالم اوقات فراغت فارغ از هرگونه محدودیتی باشد. همچنین ضروری است هزینه‌های تفریحات و سایر الگوهای گذران اوقات فراغت کاهش یابد تا همه گروه‌های مختلف اجتماعی بتوانند از امکانات سالم فراغتی برای پرورش استعدادهای خود استفاده کنند تا از رفتارهای انحرافی و آسیب‌های اجتماعی پیشگیری به عمل آید.
 - تنوع برنامه‌های آموزشی و فرهنگی و تناسب آن با نیازها و شرایط جوانان در شرایط کنونی، نه تنها نقش مؤثری در بالا بردن مصرف فرهنگی، ارتباطات و

- نهایتاً سبک زندگی آنان خواهد داشت بلکه مشارکت دادن جوانان در برنامه‌های آموزشی و پژوهشی و اینکه جوان احساس کند به جامعه تعلق دارد و خود را در پیشبرد جامعه سهیم بداند تأثیر به‌سزایی در سلامت سبک زندگی آنان دارد.
- مصرف فرهنگی و ارتباطات نقش مؤثری بر انتخاب نوع سبک زندگی دارد. در این میان به نظر می‌رسد مهمترین عامل جهت انتخاب الگوی صحیح سبک زندگی و متناسب با فرهنگ و ارزش‌های جامعه افزایش اعتماد به افراد و نهادهای مربوطه باشد که این امر تنها با برنامه‌ریزی، آگاه نمودن و الگوسازی در عمل محقق خواهد شد. مثلاً صدا و سیما به عنوان نهاد متولی در الگوسازی می‌تواند با ارائه برنامه‌های در این راستا به نهادینه کردن الگوی سبک زندگی سالم و درست پیشتاز باشد.
- حمایت از پژوهش‌های مربوط به فعالیت‌های جوانان شهر مریوان به منظور نیازسنجی و شناسایی الگوهای و سبک‌های زندگی آنان.

منابع

- ابادری، یوسف و چاوشیان، (۱۳۸۱)، حسن از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی، *نامه علوم اجتماعی*: شماره ۲۰.
- استوری، جان (۱۳۸۹)، *مطالعات فرهنگی؛ درباره فرهنگ عامه*، ترجمه حسین پاینده. تهران: نشر آگه.
- اصمی اصطهباناتی، مریم؛ گروسی، سعیده (۱۳۹۳)، سبک زندگی دینی و عوامل موثر بر آن در بین دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان، *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، سال چهارم، شماره چهارم.
- بندیکس، رینهارد (۱۳۸۵)، *سیمای فکری ماکس وبر*، ترجمه محمود رامبد، تهران: نشر هرمس.
- بیرو، آلن (۱۳۶۶)، *فرنگ علوم اجتماعی*، مترجم؛ باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
- پرستش، شهرام؛ جمشیدی‌ها، غلامرضا (۱۳۸۶)، دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پیر بوردیو، *نامه علوم اجتماعی*، صص ۳۲-۱.
- تاپیتون، فرانک و رابرت الدرینج (۱۳۷۵)، *تاریخ اقتصادی و اجتماعی اروپا*، ترجمه کریم پیرحیاتی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- خاتم، اعظم، (۱۳۷۹)، *سبک زندگی و جایگاه آن در فرهنگ مصرف جامعه شهری تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- رابرتسون، یان (۱۳۷۲)، *در آمدی بر جامعه*، ترجمه حسین بهروان، مشهد: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی.

- ربانی، رسول؛ رستگار، یاسر (۱۳۸۷)، جوان سبک زندگی و فرهنگ مصرفی، *مجله مهندسی فرهنگی*، شماره ۲۳ و ۲۴، صص ۵۳-۴۴.
- زارع، بیژن؛ فلاح، مهدی (۱۳۹۱)، بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل موثر بر آن، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره پنجم، شماره ۴، صص ۱۰۵-۷۵.
- سراج‌زاده، حسین (۱۳۷۸)، نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت‌های آن برای نظریه سکولارشدن، *نمایه پژوهش*، سال سوم شماره ۹ و ۱۰، صص ۱۱۸-۱۰۵.
- سعیدی، علی اصغر (۱۳۸۷)، تحول در مطالعات فراغت، *فصلنامه مطالعات جوانان*، شماره سیزده، صص ۵۳-۳۱.
- سلمانی باروق، نسرین؛ نکته‌دان، هایده؛ کاظم‌نژاد، انوشیروان؛ نوروزی، عفت (۱۳۸۲)، مقایسه شیوه زندگی دانشجویان دختر جدید ورود و ترم آخر کارشناسی پرستاری، *فصلنامه حیات*، صص ۶۲-۵۵.
- سیدمن، استیون (۱۳۸۸)، *کشاکش آوا در جامعه شناسی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- شالچی، وحید (۱۳۸۷)، سبک زندگی جوانان کافی شاپ، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره یک.
- شریفی، حسین (۱۳۹۰)، *همیشه بهار*، تهران: نهاد رهبری در دانشگاه‌ها.
- عبدالمالکی، هادی (۱۳۸۷)، شیوه‌های غنی‌سازی اوقات فراغت جوانان در سایر کشورها با تأکید بر فعالیت‌های اجتماعی و سازندگی، *فصلنامه مطالعات جوانان*، شماره سیزدهم، صص ۱۹۴-۱۷۵.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، *مصرف و سبک زندگی*، تهران: نشر صبح صادق.

- فرمانبر، ربیع ا... (۱۳۸۲)، مطالعه روش‌های حفظ سلامت دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گیلان، *مجله دانشگاه علوم پزشکی گیلان*، صص ۴۳-۳۴.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۷)، بررسی سبک‌های فراغتی در میان دانشجویان کشور و عوامل همبسته آن، *پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی*، تهران.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)، *تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- لعلی، محسن؛ عابدی، احمد؛ کجیاف، محمدباقر (۱۳۹۱)، ساخت و اعتباریابی پرسشنامه سبک زندگی (LSQ)، *نشریه پژوهش‌های روان‌شناختی*، دوره پانزدهم شماره یک.
- لثویی، هنری (۱۳۸۰)، *اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان*، تهران: انتشارات سازمان ملی جوانان.
- مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۷)، مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول: شماره ۱.
- مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷)، *دین و سبک زندگی*، چاپ دوم، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- وبلن، تورشتاین (۱۳۸۶)، *نظریه طبقه تن آسا*. ترجمه فرهنگ و ارشاد، تهران: نشر نی.
- هندری، ل. بی و دیگران (۱۳۸۳)، *اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان*، ترجمه فرامرز ککولی؛ فرامرز درفولی؛ مرتضی ملانظر، سازمان ملی جوانان، تهران: انتشارات نسل سوم.
- Kalar, S. (2004). The Impact of Child-Directed Media Consumption on Consumer Intelligence, The University of Texas at Austin.
- Kuk-Kim, Seung (2000), Changing lifestyles and Consumption

Patterns of the South Korean Middle Class and New Generations, 61-81, in Beng-Huat, Chua, Consumption in Asia: lifestyle and identity, London, Routledge.

- Reimer, B. (1995). "Youth and Modern Lifestyles", in Johan Fornas and Goran Bolin (Eds). Youth Culture in Late Modernity. Sage Publication.
- Simon.Fan, Chengze (2000), Economic Development and The changing patterns of consumption in urban China, 82-97, in Beng-Huat, Chua, Consumption in Asia: lifestyle and identity, London, Routledge.
- Sioberg, L. & E. Engelberg (2005), Lifestyles and Consumer Behavior. Center for Risk Research.
- Adler, A. (1956), The Individual Psychology of Alfred Adler, New York: Basic Books Inc New York: Basic Books Inc.
- Ansbacher, H. L. (2001), Life style: a Historical and systematic review. Journal of individual psychology.
- Blasius , J and Friedrich ,J.(2008). Lifestyles in distressed neighborhoods A test of Bourdieu's "taste necessity" hypothesis. Poetics, 24-44.
- Bourdieu, p. (1984), Distinction: A Social Critique of the Judgements of Taste, London: Routledge & Kegan Paul.
- Chaney, D. (1996), Life Style, London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1984), Distinction: A social Critique of the judgment of Taste. Rutledge.
- Featherstone, M. (1991), Consumer Culture & Postmodernism. London: Sage Publication.
- Smith, P. (2001), Cultural Theory; an Introduction, New York: Blackwell publishers.
- Torche, F. (2007). "Social Status and Cultural Consumption: The Case of Reading in Chile", Poetics, Vol. 35, No.2-3, pp.70-92.

- Veal, A.J. (2002). "Leisurekhe, Culture and Lifestyle". Society and Leisure, Vol. 24, No.2, PP.359-376.
- Veblen, T. (2004), The Theory of the Leisure Class, by Translated Farhang Arshad, Tehran, Nashreney, (Persian).
- Veal A. J (2000), "Leisure and lifestyle bibliography", School of Leisure, Sport & Tourism, University of Technology Sydney: sydney.
- Lash, S. & J. Urry (1987), The End of Organized Capitalism. Cambridge: Polity.
- Manolis, G. (2001), Partial Employees and Consumers: A Postmodern, MetaTheoretical Perspective for Services Marketing, Sage Publications.
- Paterson, M. (2006), Consumption and Everyday Life, Rutledge,
- Sobel, M. (1981), Lifestyle and Social Structure: Concepts, Defiitions, and Analyses, Academic Press.
- Van Eijck, Koen (1997), "The impact of family background and educational attainment on cultural consumption: A sibling analysis", Poetics, 25: 195-224.
- Webster Online, Dic., (1996).
- Webster Online, Dic., (2004).
- Wolman, B. (1981), Contemporary Theories & System in Psychology, Plenum Press.lenum Press.