

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه شهید چمران اهواز

۹۳۵۵۵۳۰۲۲۳

دانشگاه شهید چمران اهواز

پردیس دانشگاهی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی

عنوان:

بررسی عوامل جامعه شناختی مؤثر بر سبک زندگی جوانان

(مورد مطالعه: جوانان ۱۸-۲۵ ساله شهر اهواز)

استاد راهنما:

دکتر سید عبدالحسین نبوی

استاد مشاور:

دکتر کریم رضادوست

نگارنده:

علی عزیز

شهریور ۱۳۹۳

تقدیم بہ

پدر و مادر، همسر و فرزندانم عزیزم

خدا را بسی شاکرم کہ از روی کرم، پدر و مادر و ہمسر می فداکار نصیبم ساخته تاد

سایہ درخت پربار و جودشان بیاسایم و از ریشہ آنها شاخ و برگ کیرم و از سایہ

و جودشان در راه کسب علم و دانش تلاش نمایم.

از فرزندان عزیز و مہربانم کہ مراد این راہ یار و یاور بودہ نیز کمال تشکر را

دارم.

تقدیر و تشکر

سگرشایان نثار ایزدمنان که توفیق را رفیق را هم ساخت تا این پایان

نامه را به پایان برسانم.

از اساتید فاضل و اندیشمندان جناب آقای دکتر سید عبدالحسین نبوی استاد

راهنمای ارجمند و جناب آقای دکتر کریم رضا دوست به عنوان استاد

مشاور که همواره بنده را مورد لطف و محبت خود قرار داده اند کمال تشکر و

قدردانی را از خداوند متعال برای آنان خواستارم.

چکیده

نام خانوادگی : عزیز	نام : علی
عنوان پایان نامه: بررسی عوامل جامعه شناختی مؤثر بر سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه: جوانان ۱۸-۲۵ ساله شهر اهواز)	
استاد راهنما: دکتر عبدالحسین نبوی	استاد مشاور: دکتر کریم رضادوست
درجه تحصیلی : کارشناسی ارشد	رشته: گرایش: جامعه شناسی
محل تحصیل : دانشگاه شهید چمران اهواز	
دانشکده : اقتصاد و علوم اجتماعی	
تاریخ فارغ التحصیلی: ۱۳۹۳/۰۶/۳۰	تعداد صفحه : ۱۲۰
مفاهیم کلیدی: سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، میزان استفاده از ماهواره.	
<p>چکیده</p> <p>هدف پژوهش حاضر، علل جامعه شناختی مؤثر بر سبک زندگی جوانان ۱۸-۲۵ ساله شهر اهواز می باشد که برای تبیین مساله و تعیین چارچوب نظری از دیدگاه های جامعه شناسی مرتبط استفاده و فرضیات از آن استخراج شد. این تحقیق به صورت پیمایشی و ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه می باشد است جمعیت آماری در این تحقیق، شامل تمامی جوانان ۱۸-۲۵ ساله شهر اهواز می باشد، که حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. از لحاظ زمانی این پژوهش در سال ۱۳۹۲-۱۳۹۳ اجرا شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که تمامی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه معناداری دارند. نتایج حاصل از رگرسیون نشان می دهد که تنها سه متغیر سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، میزان استفاده از رسانه معنادار بوده اند که در مجموع ۲۳ درصد از تغییرات مربوط به سبک زندگی را این سه متغیر تبیین می کنند.</p>	

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۲	۱-۱- مقدمه
۴	۲-۱- بیان مساله
۶	۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
۸	۴-۱- اهداف تحقیق
۸	۱-۴-۱- هدف کلی
۸	۲-۴-۱- سایر اهداف

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱۰	۱-۲- مقدمه
۱۰	۲-۲- مفهوم سبک زندگی و نظریه های مربوط به آن
۱۵	۳-۲- مبانی نظری اشکال سرمایه
۱۵	الف : سرمایه اقتصادی و فرهنگی از منظر صاحب نظران
۱۷	ب) سرمایه اجتماعی
۱۷	جورج زیمل
۱۸	هربرت بلومر
۲۰	آنتونی گیدنز
۲۲	پیر بوردیو
۲۴	جیمز کلین

فرانسیس فوکویاما	۲۵
رابرت پاتنام	۲۶
۲-۴- پیشینه پژوهش	۲۹
۲-۴-۱- مطالعات داخلی	۲۹
۲-۴-۲- مطالعات خارجی	۳۶
۲-۴-۳- نقد و بررسی پیشینه مطالعاتی	۴۲
۲-۵- چارچوب نظری	۴۳
۲-۵-۱- ماکس وبر	۴۳
۲-۵-۲- آنتونی گیدنز	۴۵
۲-۵-۳- بوردیو	۴۸
۲-۶- مدل مفهومی پژوهش	۵۴
۲-۷- فرضیه‌های تحقیق	۵۶
۲-۸- خلاصه فصل	۵۷

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۳-۱- مقدمه	۶۰
۳-۲- روش تحقیق	۶۰
۳-۳- معرفی ابزارهای جمع آوری اطلاعات	۶۱
۳-۴- واحد تحلیل	۶۲
۳-۵- جمعیت آماری	۶۲

- ۶۳ ۳-۶- شیوه نمونه گیری
- ۶۴ ۳-۷- تعیین حجم نمونه
- ۶۵ ۳-۸- تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق
- ۶۶ ۳-۹- تعیین روایی و پایایی
- ۶۶ ۳-۹-۱- روایی (اعتبار)
- ۶۶ ۳-۹-۲- پایایی
- ۶۷ ۳-۹-۲-۱- محاسبه آلفای کرونباخ
- ۶۸ ۳-۱۰- روش تجزیه و تحلیل داده ها
- ۶۹ ۳-۱۱- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای جمعیت شناختی
- ۶۹ ۳-۱۱-۱- سن
- ۶۹ ۳-۱۱-۲- جنسیت
- ۶۹ ۳-۱۱-۳- وضعیت تاهل
- ۶۹ ۳-۱۱-۴- تحصیلات
- ۶۹ ۳-۱۲- تعریف مفهومی و عملیاتی دیگر متغیرهای مستقل
- ۶۹ ۳-۱۲-۱- میزان استفاده از رسانه
- ۷۰ ۳-۱۲-۲- سرمایه اجتماعی
- ۷۱ ۳-۱۲-۳- سرمایه فرهنگی
- ۷۲ ۳-۱۲-۴- دینداری
- ۷۳ ۳-۱۲-۵- سرمایه اقتصادی

۱۳-۳- متغیر وابسته ۷۳

۱۴-۳- خلاصه فصل ۷۵

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

۱-۴- مقدمه ۷۷

۲-۴- آمار توصیفی ۷۷

۱-۲-۴- توصیف ویژگی های جمعیت نمونه ۷۷

۱-۱-۲-۴- متغیر سن ۷۷

۲-۱-۲-۴- متغیر جنسیت ۷۸

۳-۱-۲-۴- متغیر وضعیت تاهل ۷۹

۴-۱-۲-۴- متغیر تحصیلات ۷۹

۵-۱-۲-۴- متغیر قومیت ۸۰

۶-۲-۱-۴- متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی ۸۱

۱-۶-۲-۱-۴- متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی در بعد عینی ۸۱

۲-۶-۱-۲-۴- متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی ذهنی ۸۱

۲-۲-۲-۴- آماره های توصیفی سایر متغیرهای مستقل تحقیق ۸۲

۳-۲-۴- توصیف ویژگی های متغیر وابسته (سبک زندگی) ۸۲

۳-۴- تجزیه و تحلیل داده ها ۸۳

۱-۳-۴- آزمون فرضیه های تحقیق ۸۳

۱-۱-۳-۴- آزمون فرضیه نخست ۸۳

۸۴ ۴-۳-۱-۲- آزمون فرضیه دوم
۸۴ ۴-۳-۱-۳- آزمون فرضیه سوم
۸۵ ۴-۳-۱-۴- آزمون فرضیه چهارم
۸۵ ۴-۳-۱-۵- آزمون فرضیه پنجم
۸۶ ۴-۳-۱-۸- آزمون فرضیه هشتم
۸۷ ۴-۳-۲- آزمون متغیرهای زمینه ای با متغیر سبک زندگی
۸۷ ۴-۳-۲-۱- آزمون فرضیه نخست
۸۸ ۴-۳-۲-۳- آزمون فرضیه سوم
۸۹ ۴-۳-۲-۴- آزمون فرضیه چهارم
۸۹ ۴-۳-۲-۵- آزمون فرضیه ی پنجم
۹۰ ۴-۳-۲-۶- آزمون فرضیه ی ششم
۹۱ ۴-۴- ضرایب همبستگی تفکیکی بین متغیرهای مستقل و وابسته
۹۵ ۴-۵- یافته ها و تحلیل های رگرسیون چند متغیره تحقیق

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۹۹ ۵-۱- مقدمه
۹۹ ۵-۲- نتایج تئوریک فرضیات و مقایسه نتایج با پیشینه و نظریات تحقیق
۱۰۷ ۵-۳- پیشنهادات کاربردی
۱۰۸ ۵-۴- پیشنهادات پژوهشی
۱۰۹ ۵-۵- محدودیت ها

۱۱۰..... فصل ۵-۶ خلاصه

۱۱۲..... منابع فارسی

۱۱۷..... منابع انگلیسی

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول (۱-۲) نحوه استخراج متغیرهای تحقیق.....	۵۴
جدول ۱-۳: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای مختلف تحقیق.....	۶۸
جدول ۲-۳: گویه های سنجش متغیر میزان استفاده از رسانه.....	۷۰
جدول ۳-۳: گویه های سنجش متغیر سرمایه اجتماعی.....	۷۰
جدول ۴-۳: گویه های سنجش متغیر سرمایه فرهنگی.....	۷۱
جدول ۵-۳: گویه های سنجش متغیر دینداری.....	۷۲
جدول ۶-۳: گویه های سنجش متغیر سرمایه اقتصادی.....	۷۳
جدول ۷-۳: گویه های سنجش متغیر سبک زندگی.....	۷۴
جدول (۱-۴): توزیع فراوانی افراد براساس متغیر سن	۷۸
جدول (۲-۴) آماره های توصیفی مربوط به متغیر جنسیت.....	۷۸
جدول (۳-۴) آماره های توصیفی مربوط به متغیر وضعیت تاهل.....	۷۹
جدول (۴-۴) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیر تحصیلات.....	۸۰
جدول (۵-۴) آماره های توصیفی مربوط به متغیر قومیت.....	۸۰
جدول (۶-۴) توزیع فراوانی پاسخ گویان برحسب متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی در بعد عینی.....	۸۱
جدول (۷-۴) توزیع فراوانی پاسخ گویان برحسب متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی در بعد ذهنی.....	۸۲
جدول (۸-۴) : آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای مستقل.....	۸۲

- جدول (۹-۴) آماره های توصیفی مربوط به متغیر سبک زندگی ۸۳
- جدول (۱۰-۴) رابطه بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و سبک زندگی ۸۴
- جدول ۴-۱۱- رابطه بین متغیرهای سرمایه فرهنگی و سبک زندگی ۸۴
- جدول (۱۳-۴) رابطه بین متغیرهای میزان دینداری و سبک زندگی ۸۵
- جدول (۱۴-۴) رابطه بین متغیرهای میزان استفاده از رسانه و سبک زندگی ۸۶
- جدول (۱۵-۴) رابطه بین متغیرهای پایگاه اجتماعی - اقتصادی و سبک زندگی ۸۶
- جدول (۱۶-۴) رابطه بین متغیرهای پایگاه اجتماعی - اقتصادی عینی و سبک زندگی ۸۷
- جدول (۱۸-۴) رابطه بین متغیرهای «سن» و «سبک زندگی» ۸۸
- جدول (۱۹-۴) آزمون T (تفاوت میانگین) سبک زندگی بر حسب جنسیت ۸۹
- جدول (۲۰-۴) آزمون T (تفاوت میانگین) سبک زندگی بر حسب وضعیت تاهل ۸۹
- جدول (۲۱-۴) آزمون آنالیز واریانس یک طرفه سبک زندگی بر حسب قومیت ۹۰
- جدول (۲۲-۴) آزمون آنالیز واریانس یک طرفه سبک زندگی بر حسب تحصیلات ۹۱
- جدول (۲۳-۴) تجزیه و تحلیل رگرسیون چند متغیره متغیرهای مستقل و سبک زندگی ۹۶
- جدول (۲۴-۴) نتایج حاصله از رگرسیون چند متغیره فرضیه های تحقیق ۹۶

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۵۵	شکل (۱-۲): مدل مفهومی پژوهش.....
۹۷	شکل (۴-۱): مدل تحقیق با درج ضرایب بتا.....

فصل اول

«کلیات پژوهش»

هر اصطلاح از اصطلاحات علوم اجتماعی - مانند سایر علوم- در فضای مفهومی آن قابل درک است. «سبک زندگی»^۱ نیز به عنوان یکی از اصطلاحات علوم اجتماعی، پیوند مستقیم و وثیقی با مجموعه‌ای از مفاهیم دارد؛ مفاهیمی مانند: عینیت و ذهنیت، فرهنگ و جامعه، فرهنگ عینی و ذهنی، صورت (شکل) 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 بازتولید، تولید و مصرف، طبقه و قشر(بندی) اجتماعی، زیبایی شناسی (سلیقه) و نیاز، منزلت و مشروعیت و بدون شناخت این روابط، درک درستی از «سبک زندگی» و نظریه‌های مربوط به آن دست نخواهد آمد (مهدوی کنی، ۱۳۸۶).

کاربردهای «سبک زندگی» اغلب آن را به همان گویی و کلی‌گویی کشانده و از آن برای همه چیز و هیچ چیز استفاده شده است به گونه‌ای که گاهی اشتباه، آن را معادل فرهنگ و یا طبقه در نظر می‌گیرند. بدین لحاظ، هر محققى که می‌خواهد در این حوزه به مطالعه بپردازد، موظف به روشن کردن معنای دقیقی است که از «سبک زندگی» در نظر دارد؛ معنایی که حداقل رابطه «سبک زندگی» را با سایر پدیده‌ها و مفاهیم هم جوار نشان می‌دهد (هندری و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۲۸).

سبک زندگی یکی از مفاهیمی است که در نیمه دوم قرن بیستم مورد توجه جدی و اقبال جامعه شناسان قرار گرفت. با طرح مباحث مربوط به مدرنیته، هویت، مصرف و انگیزه‌های مصرف کنندگان از سوی جامعه شناسان بستر مناسبی جهت رشد مطالعات و تحقیقات تجربی در این زمینه فراهم شد. این گسترش با محوریت نظریات و آرای جامعه شناسانی همچون ماکس وبر^۲،

^۱.Life style

^۲.Weber

گیدنز^۱، وبلن^۲، بوردیو^۳، پیترسون^۴ و... انجام گرفت. بررسی پیشینه های تجربی در زمینه سبک زندگی در ایران نشان می دهد که سابقه پژوهش در این زمینه به کمتر از بیست سال می رسد البته از سال ۱۳۸۰ تاکنون اقبال محققان به سوی این موضوع بیشتر شده است. به گفته فاضلی (۱۳۸۲) گستردگی ابعاد و پیچیدگی موضوع موجب شده است که مرزهای محدود کننده این موضوع لغزنده و مبهم باشد و لذا برداشت های متفاوتی از این موضوع و قلمرو آن به وجود آید که در بررسی ها قابل مشاهده است.

وقتی دنیای اجتماعی متحول می شود، به مفاهیمی نو برای درک کردن آن نیازمندیم. سبک زندگی از جمله مفاهیمی است که در نیای امروز زیاد از آن استفاده می شود. مطالعه سبک زندگی قابلیت بیشتری برای شناخت دقیق تر از رفتارها و پیش بینی آنها را دارا می باشد.

بررسی رفتارهای واقعی با رویکرد کشف انسجام و الگومند یا به عبارتی مطالعه سبک زندگی، می تواند جایگزینی مناسب برای بررسی نگرش ها و ارزش ها باشد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۶۹). همچنین تحولات تکنولوژیکی و گسترش استفاده از فناوری های ارتباطی نظیر اینترنت، ماهواره و ارتباط با دنیای مدرن، فراگیر شدن آموزش و تحصیلات دانشگاهی باعث شده است جوانان جامعه ما به دنبال ارزش ها و الگوهای جدید برای زندگی شان باشند به عبارتی دیگر به دنبال تجربه سبک های جدید زندگی هستند.

1. Giddings
2. Veblen
3. Bourdieu
4. Peaterson

۱-۲- بیان مساله

در عصر جدید، که دوران مابعد سنتی است، در برابر شکل های نوین تجربه با واسطه، هویت شخصی به صورت رفتارهایی جلوه گر می شود که به طور بازتابی بروز می کنند. این تصویر بازتابی از خویشتن بر روایت های زندگی ناهموار منسجم و همواره قابل تجدید نظری استوار است که در تار و پود انتخاب های متعدد و برآمده از نظام های مجرد جای می گردند. در زندگی اجتماعی امروزی، مفهوم شیوه یا سبک زندگی معنایی خاص به خود می گرد. هر چه نفوذ و کشش صنعت کمتر می شود و هر چه زندگی رزمره بیشتر بر حسب تاثیرات متقابل عوامل محلی و جهانی بازسازی می شود؛ افراد بیشتر ناچارند می شوند سبک زندگی خود را از میان گزینه های مختلف انتخاب کنند (زارع و فلاح، ۱۳۹۱).

البته عوامل استاندارد کننده هم، به ویژه از طریق کالایی کردن، بیشتر تولیدات اجتماعی نقش خاص خود را دارند؛ چرا که فرایندهای تولید و توزیع سرمایه داری در واقع مولفه های هسته ای نهادینه مدرنیته را تشکیل می دهند. با این وصف، به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروزی و همچنین به علت تکثر زمینه های عمل و تنوع مراجع انتخاب، سبک زندگی بیش از پیش در ساخت هویت شخصی و فعالیت روزمره اهمیت یافته است (گیدنز، ۱۳۸۳: ۲۱-۲۰).

سبک زندگی، اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربرد ندارد، چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان های موجود است و در عمل نه فقط از نسل گذشته «تحویل» گرفته نمی شود، بلکه «پذیرفته» می شود. به نظر دیوید چنی سبک های زندگی به مثابه گفتمانی در دوره مدرنیسم محسوب می شوند. دوران مدرن براساس پیدایش ایدئولوژی های

غیردینی غالب مشخص می شود که برحسب درجات و گونه‌های متفاوت آگاهی طبقاتی، سازنده تضاد اجتماعی اند (چنی، ۱۹۹۶: ۱۵۹).

دوره مدرن با آنچه لیوتار^۱ از آن تحت عنوان سلطه کلان-روایت ها یاد می کند، سلطه دولت ملی (آندرسن، ۱۹۸۳) و شکل گیری حوزه عمومی مبتنی بر گفتمان عقلانی غیرشخصی (هابرماس^۲، ۱۹۸۹) مشخص می شود.

سبک زندگی با تعدد و بی ثباتی شان در برابر ورود هر گونه کلان - روایتی که بخواهد مقتدرانه ساختار صورت های اجتماعی را توصیف کند، ایستادگی و مقاومت می کنند، در ارتباط با دولت ملی، سازمان های تولید و که ارائه دهنده خدمات سبک زندگی هستند، از مرزهای ملی فراتر می روند و هر تصویری از فرهنگ ملی را مخدوش کرده و به ریشخند می گیرند. این سازمان ها، با آنکه تجربه محلی را نابود نمی کنند اما آن را در رابطه ای ضرورتاً دیالکتیکی (یا کنایی) با شبیه سازی دراماتیک جهانی قرار می دهند.

نکته سوم که از همه مهمتر است، این است که سبک های زندگی در راستای تار و مبهم کردن و نهایتاً تغییر دادن شکل تمایزات موجود بین حوزه های عمومی و خصوصی عمل می کنند با این کار در جهت ساختن و شکل دادن ادراک های جدی از روابط بین شکل های موجودیت اجتماعی فردی و جمعی عمل می کنند (همان، ۱۵۹).

از این جهت، چنین سبک های زندگی را که فرزند مدرنیته اند، نیازمند بازشناسی به واسطه شکل های ساختاری نوظهوری می دانند که متعلق به دوران پست مدرن اند. بدین ترتیب می توان گفت که سبک زندگی عبارت است از طیف رفتاری ای که اصلی انسجام بخش بر آن حاکم است،

^۱.Lutuar

^۲.Jürgen Habermas

عرصه ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است اما الزاما برای همگان قابل تشخیص نیست (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۳).

این در حالی است که محقق اجتماعی میان سبک زندگی و بقیه طیف رفتارهای افراد جامعه تمایز قائل می شود.

بنابراین بررسی سبک زندگی به مثابه رفتاری اجتماعی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. لذا در تحقیق حاضر درصدد پاسخگویی به این سوال اصلی هستیم که عوامل جامعه شناختی موثر بر سبک زندگی جوانان شهر اهواز کدامند و هر کدام از این عوامل چه سهمی در تبیین سبک زندگی جوانان شهر اهواز دارند؟

۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

سبک زندگی، زاینده انتخاب های مردم در میان محدودیت های ساختاری است که آنها را فراگرفته است. با عنایت به این تعریف از سبک زندگی، باید به این نکات نیز توجه داشت؛ اولاً، تحلیل سبک زندگی تنها به بررسی الگوهای مادی محدود نمی شود. تحلیل سبک زندگی پژوهشی است درباره زندگی اجتماعس آن چنان که در عمل تحقق می یابد و زندگی عناصری بیش از مصرف نیز در بردارد. ثانیاً، پژوهش درباره سبک زندگی به منزله مفهومی که در حد وسط ساختار و انتخابگری عاملان، منشاها و پیامدهای خود و مصرف بقیه فرایندهای دنیای جدید قرار گرفته است، راهی برای آزمودن دنیای اجتماعی در ابعاد مختلف است. پژوهش درباره سبک زندگی، عرصه ای برای دنبال کردن مباحثه دیرینه درباره ساختار و عاملیت است؛ راهی است برای آنکه چگونگی تحقق یافتن زندگی در واقعیت آزموده شود و پیامد آنچه تحقق یافته است، برای خود فرد و جامعه ارزیابی شود. از آنجا که پژوهش سبک زندگی، درباره رفتارها و فعالیت های واقعی