

## بررسی رابطه سبک زندگی جوانان و گرایش به مصرف

### مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان\*

ابراهیم صالح‌آبادی<sup>۱</sup>

محسن سلیمی امان‌آباد<sup>۲</sup>

#### چکیده:

پژوهش حاضر تحت عنوان بررسی رابطه سبک زندگی جوانان و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان انجام شده است. هدف از اجرای این تحقیق پاسخ به این سؤال بوده که آیا بین سبک زندگی جوانان و گرایش به مصرف مواد مخدر رابطه وجود دارد؟ این پژوهش یک مطالعه زمینه‌یابی از نوع همبستگی می‌باشد قلمرو زمانی پژوهش، زمستان سال ۱۳۹۰ بوده، جامعه آماری ۵۳۰۸۴ و حجم نمونه ۳۸۲ نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر شیروان و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بوده است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸۷۱ استفاده شده، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی و ضریب رگرسیون استفاده شده که طبق نتایج بدست آمده تأیید شده است که نوع سبک زندگی بر گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی تأثیر دارد. همچنین مصرف فرهنگی، فعالیت فراغت، اولویت مکان و اولویت هزینه‌ای نیز بر گرایش به مصرف مواد مخدر تأثیر دارد.

کلید واژه: سبک زندگی، مصرف، جوانان، اوقات فراغت، مواد مخدر صنعتی.

\* تاریخ وصول: ۹۱/۱/۲۸ تاریخ پذیرش: ۹۱/۵/۳۱

۱- استادیار جامعه‌شناسی و عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان

## ۱- مقدمه و بیان مسأله

وقتی دنیای اجتماعی متحول می‌شود، به مفاهیمی نو برای درک کردن آن نیازمندیم. سبک زندگی از جمله مفاهیمی است که در دنیای امروز زیاد از آن استفاده می‌شود.

مطالعه سبک زندگی قابلیت بیشتری برای شناخت دقیق‌تر از رفتارها و پیش‌بینی آنها را دارا می‌باشد. بررسی رفتارهای واقعی با رویکرد کشف انسجام و الگومند یا به عبارتی مطالعه سبک زندگی، می‌تواند جایگزینی مناسب برای بررسی نگرش‌ها و ارزش‌ها باشد (فاضلی، ۱۳۸۲، ۱۶۹).

همچنین تحولاتی تکنولوژیکی و گسترش استفاده از فناوری‌های ارتباطی نظیر اینترنت، ماهواره و ارتباط با دنیای مدرن، فراگیر شدن آموزش و تحصیلات دانشگاهی باعث شده است جوانان جامعه ما به دنبال ارزش‌ها و الگوهای جدید برای زندگی‌شان باشند به عبارتی دیگر به دنبال تجربه سبک‌های جدید زندگی هستند.

مصرف، مبتنی بر درک و شیوه ارزش‌گذاری است، بدین سبب امری انتخابی است که از نگرش‌ها، ارزش‌ها و ذوق‌ها بر می‌خیزد. مصرف نماد ویژگی‌هایی است که فرد از طریق آنها مورد قضاوت قرار می‌گیرد و سبک زندگی، ساختی از مجموع موقعیت‌های اجتماعی بر بنیان همان انتخاب‌های شخصی است. اصل انتخاب زاینده فرصت‌های برابر در دنیای مدرن است.

سبک زندگی یکی از مفاهیمی است که در متون مختلف اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی کاربرد فراوانی دارد، این مفهوم قدمتی کمتر از یک قرن دارد و آن را محصول مدرنیته می‌دانند. بنابراین مفهوم سبک زندگی در جامعه سنتی جایگاهی ندارد، زیرا در این دوره تجانس و هم‌شکلی در شیوه زندگی کردن امکان بروز تمایز را نمی‌دهد. در جامعه مدرن که تنوع و تکثر کالا و آزادی فردی در مصرف از ویژگی‌های آن است، سبک زندگی متنوع امکان بروز پیدا می‌کند (مجدی، ۱۳۸۹، ۳۴).

براین اساس سبک زندگی موجب تشدید انسجام درون‌گروهی و از طرفی عامل تمایز جدا شدن گروه‌های اجتماعی از یکدیگر خواهد شد. مسأله اساسی این است که تنوع بی‌حد و حصر در سبک زندگی موجب تشدید جدایی گروه‌ها از یکدیگر و تضعیف روابط بین‌گروهی و در نتیجه رشد بی‌نظمی اجتماعی خواهد شد. تشدید انسجام درون‌گروهی و تضعیف انسجام بین‌گروهی ممکن است همبستگی اجتماعی ملی را دچار نقصان کند (همان).

سبک زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است؛ سخن گفتن از کثرت انتخاب نباید به این پندار بیانجامد که در (باب) همه انتخاب‌ها به روی افراد باز است. یا آنکه همه مردم تصمیم‌های مربوط به انتخاب‌های خویش را با آگاهی کامل از کلیه امکانات موجود بر می‌گزینند. چه در عرصه کار و چه در عرصه مصرف، برای همه گروه‌هایی که از قید فعالیت‌های سنتی آزاد شده‌اند، انتخاب-

های گوناگون در زمینه سبک زندگی وجود دارد (رحمت‌آبادی، آقابخشی، ۱۳۸۴).

مصرف مدرن از بسیاری جهات حائز اهمیت است. آنها که دغدغه استمرار حیات و توسعه پایدار را دارند، روند کنونی مصرف در جهان را خطرناک می‌دانند (فاضلی، ۱۳۸۲، ۶). مصرف باعث شده است تا فرآیندهای شکل‌گیری هویت نیز به گونه‌ای دیگر سامان یابند (همان، ۷). باکاک معتقد است که در سال‌های پس از ۱۹۵۰ انسان‌ها هویت‌هایی یافته‌اند که دیگر نمی‌توان آنها را در مرز مقوله‌بندی‌های گذشته تبیین کرد. هویت‌هایی که حول محور مصرف مدرن شکل می‌گیرند (باکاک، ۱۳۸۱). مهمتر این است که مصرف‌مدار بودن هویت‌ها - در مقابل تولید مدار بودن هویت‌های آدمیان در دوران سرمایه‌داری اولیه - خصلتی سیال و فرا مقوله‌ای پیدا کرده است. زمانی اگر مصرف بنیاد هویت قرار می‌گرفت، باز هم در درون مرزهای طبقاتی تعیین می‌یافت. اما امروزه، مصرف مداری هویت‌ها با مرزهای طبقاتی خاتمه نمی‌یابد (فاضلی، ۱۳۸۲، ۷).

مسئله تخلفات مرتبط با مواد مخدر یکی از پیچیده‌ترین چالش‌هایی است که در حال حاضر جامعه ایران با آن مواجه است. افزایش تخلفات مواد مخدر در ایران باعث این آگاهی فزاینده شده است که ایران با یک مسئله اجتماعی عمده مواجه است (علی‌وردی‌نیا، ۱۳۸۴، ۱۹۴).

این پژوهش در پی بررسی رابطه سبک زندگی جوانان و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی است. به عبارت دیگر این پژوهش درصدد پاسخگویی به این سؤال است که چه رابطه‌ای بین سبک زندگی جوانان و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی وجود دارد؟ پرسش اصلی این است که چه رابطه‌ای بین سبک زندگی جوانان و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان وجود دارد؟

سبک زندگی و بررسی آن، مقوله بسیار تعیین‌کننده و جدی در مطالعات و بررسی‌های کلان راهبردی است. زیرا مطالعات کلان راهبردی تنها بر پایه مطالعات و بررسی‌های جزئی امکان‌پذیر است. سبک زندگی پایه و اساس فهم شرایط فرهنگی موجود در تحولات پیش رو در این حوزه است و نشان می‌دهد که در بطن ارزش‌های موجود در خرده نظام فرهنگی چه می‌گذرد. در واقع با کاربرد مفهوم سبک زندگی و تعمیق آن می‌توان از هنجارهای پنهان که در اذهان، باورها و رفتارهای مردم یک جامعه قابل مشاهده است، سر درآورد و می‌توان گفت که دغدغه مستمر مسئولان کشور در حوزه‌ی مسائل و تحولات فرهنگی در ایران را می‌توان با بررسی سبک زندگی آن پاسخ داد. بررسی سبک زندگی در واقع بررسی فرهنگ جامعه است. از آنجا که در یک جامعه خرده فرهنگ‌های منحرف و ناسازگار و گاهی معارض با فرهنگ حاکم بر جامعه وجود دارند که ممکن است تهدیدی جدی برای ادامه حیات فرهنگی جامعه به حساب آیند. شناخت سبک زندگی می‌تواند وجود و میزان نفوذ خرده فرهنگ‌های منحرف را نشان دهد. بنابراین برای حفظ حیات فرهنگی جامعه، شناخت

سبک زندگی ضرورت دارد.

اعتیاد و سوء مصرف مواد مخدر به مثابه یک مسأله اجتماعی، پدیده‌ای است که همراه با آن توانایی جامعه در سازمان‌یابی و حفظ نظم موجود از بین می‌رود و باعث دگرگونی‌های ساختاری در نظام اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در یک جامعه می‌شود. در جامعه امروز ما، مواد مخدر در سیمای یک مسأله یا مشکل اجتماعی رخ نموده‌است. این آسیب اجتماعی تعداد زیادی از مردم را تحت تأثیر قرار داده و به طور روز افزونی در حال تعامل با سایر آسیب‌های اجتماعی و تبدیل شدن به یک تهدید شالوده و ساخت شکن است. امروز نخبگان و نهادهای تصمیم‌ساز و تدبیر پرداز ما با نوعی فقر شناخت و ضعف تمهید و تدبیر استراتژیک و فقدان رویکردی فراگیر و همه‌سونگر و مبتنی بر «تعیین چندجانبه» - جستجوی علل و عوامل متنوع در پس این پدیده - مواجه هستند. در نتیجه این فقر، ضعف استراتژی و تاکتیک‌های متخذه برای مقابله با این تهدید، قادر به تأمین بهینه اهداف خود نبوده‌اند و جامعه ما شاهد رشد روز افزون گستره و عمق تأثیرات مخرب مواد مخدر بوده است. مبارزه با این پدیده مستلزم شناخت همه ابعاد آن (اقتصادی، اجتماعی و...) است، بنابراین برنامه‌هایی در امر مبارزه با مواد مخدر موفق خواهند بود که با شناخت واقع‌گرایانه از این مسأله طرح و اجرا شود.

چنانچه بپذیریم در جامعه‌ای با مختصات جامعه ایران بعد از انقلاب، امنیت هستی‌شناختی و وجودی (امنیت هویتی، ارزشی و هنجاری) مقدم بر امنیت ملی است، طبعاً باید بپذیریم که مواد مخدر، فوری‌ترین و جدی‌ترین تهدید ملی این جامعه است. جامعه ما با داشتن ساختار جمعیتی جوان، به نحو نگران‌کننده‌ای مورد تهاجم گسترده مواد مخدر قرار گرفته است. بر این اساس در کشورهایی همچون ایران که دارای ساخت سنی جوان هستند (و بیشترین گروه-های سنی جوانان هستند)، جوان بودن جمعیت در عین اینکه فرصت تلقی می‌شود تهدید نیز به شمار می‌آید زیرا با افزایش جمعیت جوان میزان آسیب‌پذیری این جوامع (ایران) به لحاظ مصرف مواد مخدر صنعتی مضاعف می‌شود.

مسأله دیگری که ضرورت طرح مفهوم سبک زندگی جوانان را نشان می‌دهد، تغییر چهره‌ی شهرهای بزرگ ایران می‌باشد. جهت‌گیری دیگر آنان به سوی فرهنگ مصرفی است تا خیابان‌ها و راسته‌هایی که زمانی بقال‌ها، قصاب‌ها و... به عرضه کالاهای خود پرداختند، اکنون به محل تجارت شمار زیادی از فروشگاه‌های لباس مد روز، مجتمع‌های تجاری-تفریحی و... تبدیل شده است و چهره شهرها به عرضه تاخت و تاز و پرسه‌زنی جوانان بدل گشته است و رشد قارچ گونه فروشگاه‌ها و مراکز خرید در شهرها ناشی از استقبال افراد به ویژه جوانان می‌باشد. همچنین روند فزاینده فردگرایی جوانان که حاصل فرآیند نوسازی در ایران است، در عرصه سبک زندگی و رفتارهای

مصرفی بهتر متجلی است؛ اینکه چه بپوشند، چه بخورند، با چه کسی رابطه داشته باشند و... برای آنان واجد اهمیت فراوانی است.

شتاب و تنوع تغییراتی که جامعه در حال گذار ایران تجربه می‌کند و تحولات ساختاری و نهادی ملازم با آن ابعاد پیچیده‌تر و مهمتری به مسائل جوانان بخشیده است، به گونه‌ای که به جرأت می‌توان گفت که ماهیت مسائل و شرایطی که جوانان خود را در آن می‌یابند و رشد می‌دهند نسبت به آنچه نسل گذشته‌ی آنها تجربه کرده است تفاوت محتوایی و ذاتی اساسی کرده است. تحول در دوره-ی جوانی و امتداد یافتن آن، فردی شدن فزاینده و اهمیت یافتن استقلال طلبی به عنوان یک رفتار و یک ایدئولوژی، تحولات در آموزش و فرصت‌های آموزشی و به تبع آن ارزش‌های تحصیلی و شغلی، وضعیت جدید تعامل نسل‌ها و مطرح شدن مضامین و دغدغه‌های جدید در این ارتباط، تحول در گذار به بزرگسالی، تغییر در دنیای جوانان که به واسطه‌ی رشد و اشاعه‌ی فزاینده فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی صورت گرفته است، اهمیت یافتن مصرف در منظومه‌ی ارزشی و هویتی جوانان، تداوم کنارگذاری‌های اجتماعی و شهروندی محدود و تغییر در اشکال مشارکت و شکل‌گیری صورت‌های جدیدی که جوانان به واسطه‌ی آن هویت خویش را می‌سازند و ابراز می‌کنند از جمله تحولاتی به شمار می‌آیند که ضرورت بازاندیشی در جایگاه جوانان و جوانی در جامعه ایران را پر اهمیت می‌سازد. آنچه بر این پیچیدگی می‌افزاید تعارض‌ها و تضادهایی است که بسیاری از جوانان بر سر انتخاب‌ها، اهداف و آینده‌نگری خویش با آن مواجه‌اند. روشن است که این ابهام‌ها و عدم قطعیت‌ها به همان اندازه که به فرصت‌ها و انتخاب‌های افزایش یافته و عاملیت جوانان مربوط شود به محدودیت‌ها و شرایط ساختاری‌ای که در آن زیست می‌کنند نیز مربوط است (ذکائی، ۱۳۸۷، ۹).

## ۲- چارچوب نظری

نظریه بوردیو از لحاظ ابداع انواع مفاهیم برجستگی خاصی دارد. بوردیو با تلفیقی که از نظریات انجام داد شبکه‌ای از مفاهیم اصلی را به کار برد. این مفاهیم شامل میدان، زمینه، ذوق و عملکرد می‌باشد. بوردیو معتقد است تمایز دوران مدرنیته منجر به شکل‌گیری میدان‌های گوناگون شده و عمل کنشگر در هر میدان، بنا به جایگاه فرد در میدان، سرمایه، تجربیات شخصی در جریان جامعه‌پذیری، دوره زمانی و قدرت میدان در آن دوره شکل می‌گیرد (ازکیا، ۲۴۷). اگرچه در اکثر مواقع برای توضیح ذوق کنشگر ویژگی‌های میدان تعیین‌کننده هستند اما در صورتی که ویژگی‌های میدان تغییر نکرده باشد باید برای درک دگرگونی فرد به ذوق وی رجوع کرد (دگرگونی نه ناشی از تغییر ساختار مسلط بلکه ناشی از تغییر ذوق فرد است). میدان‌های اجتماعی و کنشگران آنها کاملاً معطوف به خود عمل می‌کنند یعنی براساس تلاش برای بهترکردن جایگاه خود در آن میدان (همان).

بورديو شبکه‌ای از مفاهيم اصلي را به کار می‌گیرد که در نهایت نمی‌توان درباره تقدم و تأخر آنها سخن گفت. فقط وقتی آنها تشریح شوند می‌توان طرحی از نظریه وی را مجسم کرد. از آنجا که در این اثر جامعه‌شناسی مصرف بورديو و تحلیل مفهوم سبک زندگی مدنظر است، هفت مفهوم میدان<sup>۱</sup>، سرمایه، منش<sup>۲</sup>، عمل<sup>۳</sup>، نماد، طبقه و قریحه<sup>۴</sup> را بررسی می‌کنیم. البته برداشت بورديو از مفهوم نماد به اندازه بقیه خاص نیست. در نظر بورديو، جامعه با عنوان فضای اجتماعی<sup>۵</sup> باز نمایی می‌شود. این فضای اجتماعی که جایگاه رقابتی شدید و بی‌پایان است و در جریان این رقابت‌ها تفاوت‌هایی ظهور می‌کند که ماده و چارچوب لازم برای هستی اجتماعی را فراهم می‌کند (واکووانت، ۳۳۰) موجودیتی غیریکپارچه است که در آن مدل‌های کوچک متمایز، میدان خوانده می‌شود. میدان، گستره-ای از نوع خاصی از اعمال است (وارد و همکاران، ۳). نظیر میدان سیاسی و یا میدان علمی. میدان، فضای روابط میان کنشگران است. ویژگی خاص هر میدان را می‌توان با توجه به منطق، بازی‌ها و راهبردهایی که در میدان اعمال می‌شود، درک کرد. میدان‌ها به واسطه اعمالی که در آنها پی گرفته می‌شود شناسایی شده و از بقیه میدان‌ها متمایز می‌شوند. میدان عرصه رقابت برای کسب پایگاه در سلسله مراتب قدرت درون میدان است. منازعه قدرت ویژگی اصلی میدان است. نیروهای درون میدان نسبتاً خودمختار هستند. منازعات درون میدان برای حفظ یا تغییر نیروها صورت می‌گیرد. وجود چنین منازعاتی در درون میدان‌ها مستلزم پیش‌فرض گرفتن نابرابری در میدان است (فاضلی، ۳۷).

موضع کلی بورديو در قبال مقوله مصرف با این عبارت از کتاب تمایز که «اقتصاد جدید طالب دنیای اجتماعی‌ای است که در آن مردم به همان اندازه که براساس ظرفیتشان در تولید ارزیابی می‌شوند، برحسب ظرفیتشان در مصرف نیز ارزیابی خواهند شد» و «... اقتصاد نوین اخلاق زاهدانه تولید و انباشت را ... به نفع اخلاق لذت جوینان مصرف نفی می‌کند» (بورديو، ۱۹۸۴، ۳۱۰) معلوم می‌شود. وی مصرف را از اصلی‌ترین عناصر دنیای اجتماعی مدرن می‌داند و به عنوان متغیری مستقل و نه فقط وابسته به عوامل اقتصادی، تحلیل می‌کرد (فاضلی، ۴۳).

بورديو، نشان داد که علاوه بر محدودیت‌های مالی و منابع اقتصادی، ساختار دیگری وجود دارد که مصرف (خصوصاً مصرف فرهنگی) را محدود می‌کند. نظام قریحه‌های برآمده از منش‌های طبقاتی نیز بر تعیین نوع و میزان مصرف مؤثرند. مفهوم منش، به لحاظ نظری بیش از مفهوم بخت زندگی و بر

- 
- 1-field
  - 2-hubitus
  - 3-practice
  - 4-taste
  - 5-social space

قدرت تبیین‌کنندگی دارد. منش، قادر است تا محدودیت‌های ادراکی ناشی از ترکیب انواع سرمایه در نزد هر کنشگر را نیز تبیین کند. مفهوم منش همچنین قادر است ویژگی مصرف در نزد هر طبقه را نیز تبیین کند. قریحه‌های برآمده از منش طبقات دارای سرمایه فرهنگی اندک، بر کارکرد آنچه که مصرف می‌شود تأکید می‌کند. اما قریحه ناب بر شکل و فرم تکیه می‌کند. قریحه طبقات پایین بر مقدار مصرف تأکید دارد و قریحه ناب بر کیفیت آنچه که مصرف می‌شود و فقط در قریحه ناب است که شیوه و راه و رسم مصرف اهمیت دارد.

بوردیو با نشان‌دادن این که سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی هستند و با بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و بازتولید آن را تحلیل کرد. آموزش رسمی است که گرایش‌ها را پایدار برای ایجاد الگوهای مصرف خاص را پدید می‌آورد (باکاک، ۹۹). زیرا که مصرف‌کننده شدن نیازمند به وجود آوردن ناخودآگاه و ذخیره‌ای مناسب از نمادهای فرهنگی است و صرفاً فرآیندی زیست‌شناختی نیست.

بوردیو اشاره می‌کند که مصرف به منزله نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است که کارکردهایی چون تمایزگذاری اجتماعی دارد (شالچی، ۱۳۸۶، ۱۰۱). وی همچنین در کتاب تمایز شیوه‌های را بیان می‌کند که گروه‌های هم‌رده و هم طبقه خود را به وسیله آن، از الگوهای مصرفی گروه دیگر متمایز می‌کنند (کفاشی و دیگران، ۱۳۸۹، ۱۲۵).

عمده‌ترین میراث اندیشه بوردیو برای جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه تمایز یافتن طبقات از طریق الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قریح و مصرف فرهنگی است. از سویی دیگر، تأکید بوردیو بر الگومند بودن اعمال مصرف که نتیجه الزامات منش است، الهام‌بخش تکنیک‌های پژوهش درباره الگوهای سبک زندگی نیز بوده است که نمونه‌ای از آنها را خود وی در کتاب تمایز به کار برده است (فاضلی، ۴۶).

### ۳- فرضیه‌های پژوهش

- ۱- بین نوع مصرف کالای فرهنگی و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان رابطه وجود دارد.
- ۲- بین نوع فعالیت فراغت و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان رابطه وجود دارد.
- ۳- بین اولویت فضا و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان رابطه وجود دارد.
- ۴- بین اولویت‌های هزینه‌ای و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان رابطه

وجود دارد.

۵- بین رابطه اولویت‌های خرید و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در شهر شیروان رابطه وجود دارد.

#### ۴- تعریف مفاهیم

##### ۴-۱- سبک زندگی

سبک زندگی بخشی از زندگی است که عملاً تحقق می‌یابد و در بردارنده طیف کامل فعالیت-هایی است که افراد در زندگی روزمره خود انجام می‌دهند. بنابراین طیف فعالیت‌های مختلف در هر عرصه از زندگی می‌تواند سازنده سبک زندگی آنها در آن عرصه باشد (رضوی‌زاده، ۱۳۸۶، ۱۶۷).

##### ۴-۲- مصرف فرهنگی

به دو دلیل شاخص‌های سبک زندگی بیشتر از عرصه مصرف فرهنگی استخراج شده‌اند. دلیل اول این است که مصرف فرهنگی غالباً کمتر از بقیه انواع فعالیت‌های مستلزم هزینه کردن است و قدرت انتخاب افراد در این زمینه زیاد است. ثانیاً دیدگاه بوردیو درباره اینکه طبقات بالا خود را با استفاده از فرهنگ متعالی از بقیه طبقات متمایز می‌کنند، سبب شده است تا بسیاری از پژوهشگران آن را بیامایند (فاضلی، ۱۳۸۲، ۱۲۷).

##### ۴-۳- فعالیت فراغتی

اوقات فراغت «مجموعه‌ای از اشتغالات است که افراد آن را پس از آزاد شدن از الزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی به منظور استراحت، تفریح، توسعه اطلاعات، آموزش غیرانتفاعی و مشارکت اجتماعی به کار می‌برند.

##### ۴-۴- الگوی خرید

شیوه خریدکردن و نوع کالاهای که خریداری می‌شوند، شاخصی برای سبک زندگی می‌باشند. البته این شاخص زمانی کارآمد است که در خصوص کالاهایی به کار برده شود که انواع آنها وجود دارد و به لحاظ قیمت برای بخش عمده جامعه دست یافتنی باشد (فاضلی، ۱۳۸۲، ۱۲۹).

##### ۴-۵- مصرف

اقتصاد جدید طالب دنیای اجتماعی است که در آن مردم به همان اندازه که براساس ظرفیتشان



در تولید ارزیابی می‌شوند، برحسب ظرفیتشان در مصرف نیز ارزیابی خواهند شد و اقتصاد نوین، اخلاق زاهدانه تولید و انباشت را به نفع اخلاق لذت جوینه مصرف نفی می‌کند، مصرف اصلی‌ترین عنصر دنیای مدرن است و وابسته به عوامل اقتصادی است (بورديو، ۱۹۸۴، ۹۵).

#### ۴-۶- مواد مخدر

مواد مخدر به موادی اطلاق می‌شود که از نظر شیمیایی خاصیت تخریب‌کننده و به عبارتی بهتر خاصیت نشئه آوری داشته باشد (اختر محققى، ۱۳۸۵، ۲۸).

#### ۵- روش پژوهش

در این پژوهش مطالعه رابطه بین سبک زندگی جوانان و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی در بین جوانان شهر شیروان بر پایه روش پیمایش انجام می‌شود. که جامعه آماری آن، جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن در شهر شیروان می‌باشند که تعداد آنها براساس سرشماری سال ۱۳۸۵، ۵۳۰۸۴ نفر می‌باشند. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه آماری مورد نظر تعداد ۳۸۲ نفر تعیین شده است. مناسب‌ترین روش نمونه‌گیری برای این تحقیق، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است. در این تحقیق مصرف کالای فرهنگی، فعالیت فراغت، اولویت مکان، اولویت هزینه‌ای و اولویت خرید متغیر مستقل و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی متغیر وابسته می‌باشد.

ابزار اصلی اندازه‌گیری سبک زندگی جوانان و گرایش به مواد مخدر صنعتی در پژوهش حاضر، پرسشنامه محقق ساخته است که پس از تأمین روایی و پایایی قابل قبول به منظور جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش پس از جمع‌آوری اطلاعات لازم و تبدیل آنها به کمیت-های عددی با استفاده از جدول آماری که در بردارنده فراوانی، درصد و نوع پاسخ می‌باشد، و برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

#### ۶- یافته‌ها

با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده ۵۰ درصد پاسخگویان را زن و ۵۰ درصد آنان را مرد تشکیل داده‌اند که از این تعداد (۳۳/۸ درصد) سنین بین ۱۵ تا ۱۹، (۳۸/۲ درصد) سنین ۲۰ تا ۲۴ سال و سنین بین ۲۵ تا ۲۹ سال هم (۲۸ درصد) را شامل شدند.

وضعیت تحصیلی پاسخگویان با مدرک دیپلم، با ۱۰۶ نفر (۲۷/۷ درصد) بیشترین فراوانی و ابتدایی با ۱ نفر (۰/۳ درصد) کمترین فراوانی را داشته‌اند، وضعیت تأهل افراد پاسخگو ۲۶۵ نفر ۷۷/۲

درصد) مجرد و ۸۷ نفر (۲۲/۸ درصد) متأهل هستند. با توجه به اینکه مؤلفه‌های متغیر مستقل به کمیت‌های عددی تبدیل شده‌اند و فاصله‌ای بودن متغیر وابسته جهت تحلیل اطلاعات از همبستگی پیرسون استفاده می‌کنیم.

#### ۶-۱- فرضیه اصلی

به نظر می‌رسد هر چه فرد بیشتر از سبک زندگی (مؤلفه‌های آن) استفاده کند میزان گرایش وی به مصرف مواد مخدر صنعتی نیز افزایش می‌یابد. با توجه به نتایج به دست آمده کمتر شدن کمترین سطح معناداری به دست آمده (۰.۰۰۰ > ۰.۰۵) از ۰.۰۵ دال بر تأیید فرضیه می‌باشد و بین دو متغیر سبک زندگی و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.

#### ۶-۱-۱- فرضیه اول به نظر می‌رسد هر چه فرد بیشتر از کالاهای فرهنگی استفاده کند میزان

گرایش به مصرف مواد مخدر نیز افزایش می‌یابد.

جدول ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و میزان گرایش به مصرف مواد مخدر

نتیجه	سطح معناداری	مقدار ضریب همبستگی	متغیرها
همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.	۰/۰۰۰	۰/۱۹۷	سبک زندگی
همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.	۰/۰۰۳	۰/۱۵۱	مصرف کالاهای فرهنگی
همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.	۰/۰۴۵	۰/۱۰۳	میزان فعالیت فراغتی
همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.	۰/۰۰۰	۰/۳۰۶	اولویت مکان
همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.	۰/۰۲۰	۰/۱۱۹	اولویت هزینه ای
همبستگی معناداری وجود ندارد.	۰/۰۷۸	۰/۱۲۸	اولویت خرید

با توجه به نتایج به دست آمده کمتر شدن کمترین سطح معناداری به دست آمده (۰.۰۰۳ > ۰.۰۵) از ۰.۰۵ دال بر تأیید فرضیه می‌باشد. و بین دو متغیر استفاده از کالای فرهنگی و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.

#### ۶-۱-۲- فرضیه دوم

به نظر می‌رسد هر چه فرد بیشتر از فعالیت فراغتی استفاده کند میزان گرایش به مصرف مواد

مخدر صنعتی نیز بیشتر می‌شود.

با توجه به نتایج به دست آمده کمتر شدن کمترین سطح معناداری به دست آمده ( $0.05 > 0.045$ ) از  $0.05$  دال بر تأیید فرضیه می‌باشد و بین دو متغیر استفاده از فعالیت‌های فراغت و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.

#### ۶-۱-۳- فرضیه سوم

به نظر می‌رسد هر چه فرد بیشتر از متغیر اولویت مکان استفاده کند میزان گرایش وی به مصرف مواد مخدر صنعتی نیز افزایش می‌یابد.

با توجه به نتایج به دست آمده کمتر شدن کمترین سطح معناداری به دست آمده ( $0.05 > 0.000$ ) از  $0.05$  دال بر تأیید فرضیه می‌باشد. و بین دو متغیر استفاده از اولویت مکان و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی همبستگی مستقیم با شدت متوسطی وجود دارد.

#### ۶-۱-۴- فرضیه چهارم

به نظر می‌رسد هر چه فرد بیشتر از اولویت هزینه‌ای (مؤلفه‌های آن) استفاده کند میزان گرایش به مصرف مواد مخدر افزایش می‌یابد.

با توجه به نتایج به دست آمده کمتر شدن کمترین سطح معناداری به دست آمده ( $0.05 > 0.020$ ) از  $0.05$  دال بر تأیید فرضیه می‌باشد. و بین دو متغیر استفاده از اولویت هزینه‌ای و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی همبستگی مستقیم با شدت ضعیفی وجود دارد.

#### ۶-۱-۵- فرضیه پنجم

به نظر می‌رسد هر چه فرد بیشتر از اولویت‌های خرید استفاده کند میزان گرایش وی به مواد مخدر صنعتی نیز افزایش می‌یابد.

با توجه به نتایج به دست آمده بیشتر شدن کمترین سطح معناداری به دست آمده ( $0.05 > 0.078$ ) از  $0.05$  دال بر رد فرضیه می‌باشد.

#### ۷- نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر رابطه سبک زندگی و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی را در بین جوانان شهر شیروان مورد بررسی قرار داده است. چارچوب نظری تحقیق براساس نظرات پیر بوردیو بود.

با استفاده از چارچوب نظری و مطالعات پیشین، پنج فرضیه ارائه می‌شود. روش اجرای پژوهش پیمایش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود.

مؤلفه‌های سبک زندگی پژوهش مصرف فرهنگی، فعالیت فراغتی، اولویت مکان، اولویت هزینه و اولویت خرید بود که متغیر مستقل هستند و گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی که متغیر وابسته است.

با توجه به یافته‌های پژوهش فرضیات مصرف فرهنگی، فعالیت فراغت، اولویت مکان و اولویت هزینه‌ای با میزان گرایش به مصرف مواد مخدر صنعتی رابطه داشته، تأیید شده و فرضیه اولویت خرید و گرایش به مصرف مواد مخدر تأیید نشده و رد بوده است.

اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سبک زندگی در علوم اجتماعی، ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی‌های موجود نمی‌توانند تنوع و گوناگونی و تغییرات دنیای اجتماعی را توضیح دهند، مفهوم «طبقه» که برای مدتی طولانی اصل طلایی تبیین بود به تدریج سودمندی و کارایی خود را از دست داده است. به گونه‌ای که یافتن روابط قطعی و مطمئن روز به روز دشوارتر می‌شود. دیگر نمی‌توان خطوط تحرک اجتماعی و مقصد نهایی افراد را در خواستگاه طبقاتی پیش‌بینی کرد. در یک کلام، دیگر نمی‌توان به کمک مفهوم طبقه، تصویری از جهان ترسیم کرد در چنین وضعیتی، مفهوم سبک زندگی انعطاف‌پذیرتر است زیرا بر خلاف مفهوم طبقه، محتوا و یا منشاء سبک‌های زندگی را از پیش تعیین نمی‌کند (ابازری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ۶).

مطالعه سبک زندگی قابلیت بیشتری برای شناخت دقیق‌تر از رفتارها و پیش‌بینی آنها را دارا می‌باشد. بررسی رفتارهای واقعی با رویکرد کشف انسجام و الگومندی یا به عبارتی مطالعه سبک زندگی، می‌تواند جایگزینی مناسب برای نگرش‌ها و ارزش‌ها باشد (فاضلی، ۱۳۸۲، ۱۶۹).

سبک زندگی یکی از مفاهیمی است که با وجود اینکه به طور ضمنی در اندیشه و آراء مارکس وبر، تورستین وبلن وجود دارد، ولی حیات آن متعلق به دو دهه اخیر متأثر از آثار پیر بوردیو و تحول در نظام طبقاتی و شکل‌گیری زندگی شهری با جوانان و نسل جدید است. سبک زندگی در موقعیت مدرن (شهری) با محوریت طبقه متوسط، زنان، جوانان و مصرف محقق شده است.

#### ۸- پیشنهادات

پیشنهاد می‌شود که انجام چنین مطالعاتی به صورت کشوری استمرار یابد تا ضمن ترسیم روند تحولات، کیفیت و کمیت سبک زندگی و گرایش به مواد مخدر صنعتی، امکان دستیابی به داده‌های روزآمد در مورد سبک زندگی را فراهم آورد. افزون بر این، پیشنهاد می‌شود انجام چنین پژوهش‌هایی به صورت کیفی و ژرفانگر نیز در دستور کار سازمان‌های مسئول قرار گیرد تا اطلاعات دقیق‌تری در

مورد سبک زندگی و مصرف مواد مخدر فراهم شود. در همین راستا، ضرورت دارد سامان‌دهی تحلیل ثانویه روی داده‌های سبک زندگی و مصرف مواد مخدر مورد توجه قرار گیرد.

جوانان آینده‌سازان جامعه هستند و تهاجم برنامه‌ریزی شده دشمن نیز این گروه را هدف گرفته است و لذا توجه جدی به نحوه زندگی آنان (سبک زندگی) شامل رفتارها، ترجیحات، نگرش‌ها و انگیزه‌های رفتار یک ضرورت و نیاز انکارناپذیر است. وجود رفتارهای انحرافی مثل مصرف سیگار، قلیان و مشروبات الکلی در بین جوانان که خود ریشه بسیاری از انحرافات خطرناک است نیز بایستی مورد توجه جدی قرار گیرد.

پیشنهاد آخر اینکه، می‌بایست به جوانان اهمیت داد، چرا که برخی از ویژگی‌های فرهنگی متجلی شده، مقتضیات دوره سنی خاص است و پس از آن کنار گذاشته می‌شود، اما بخشی نیز ویژگی‌های فرهنگی‌ای است که احتمال دارد در آینده در جامعه گسترش یابد. از این رو یکی از بهترین مناظر جهت رصد تحولات فرهنگی کشور، مطالعه فرهنگ‌های جوانان است.

#### فهرست منابع

۱. ابادری، یوسف و چاوشیان، حسن، ۱۳۸۱، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، پائیز و زمستان ۱۳۸۱.
۲. اختر محقق، مهدی، ۱۳۸۵، جامعه‌شناسی اعتیاد، بی‌جا.
۳. ازکیا، مصطفی و حسینی، سکینه، ۱۳۸۲، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال دهم، شماره ۳۷.
۴. باکاک، روبرت، ۱۳۸۱، مصرف، ترجمه خسرو صبری، انتشارات شیرازه، تهران، ۱۳۸۱.
۵. رحمت‌آبادی، الهام و آقابخشی، حبیب، ۱۳۸۴، سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی سال پنجم، شماره ۲.
۶. رضوی‌زاده، نورالدین، ۱۳۸۶، بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۷. ذکائی، محمدسعید، ۱۳۸۷، فرهنگ مطالعات جوانان، انتشارات آگه، تهران.
۸. شالچی، وحید، ۱۳۸۶، سبک زندگی جوانان کافی شاپ، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۱.
۹. علیوردی‌نیا، اکبر، ۱۳۸۴، مطالعه جامعه‌شناختی اعتیاد به مواد مخدر در ایران، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال پنجم شماره ۲۰.
۱۰. فاضلی، محمد، ۱۳۸۲، مصرف و سبک زندگی، نشر صبح صادق.
۱۱. مجدی، علی‌اکبر، ۱۳۸۹، سبک زندگی جوانان ساکن شهر مشهد پایان‌نامه دکتری، دانشکده

ادبیات دانشگاه فردوسی.

۱۲. کفاشی، مجید، پهلوان، منوچهر، نژادعربی، عباس، ۱۳۸۹، بررسی تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه موردی جوانان ۱۵-۱۹ ساله شهر بابل)، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال سوم، شماره نهم، زمستان ۱۳۸۹.

۱۳. واکووانت، لوئیک، ۱۳۷۹، پیر بوردیو، صص ۳۴۸-۳۲۵، در راب استونز، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه مهرداد میردامادی، نشر مرکز، ۱۳۷۹.

14. Burdieu, Pierre, *Distinction : A social critique of the Judgment of taste* .  
Routledge, 1984.