

بررسی ارتباط رسانه‌ها با سبک زندگی دانشجویان

فاطمه محمدی^۱، محمد امین ملکی^۲

چکیده

هدف اصلی این تحقیق شناخت رابطه بین سبک زندگی و مصرف کالاهای فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد گرگان بوده و بر اساس این هدف اصلی؛ اهداف فرعی، سؤالات و فرضیات تحقیق طراحی می‌گردد. روش مورد استفاده در این تحقیق پیمایشی بوده و برای جمع‌آوری اطلاعات از اسناد و مدارک و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است برای شناخت میزان اعتبار ابزار مورد استفاده از تکنیک اعتبار صوری و برای شناخت پایایی ابزار از تکنیک ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. جامعه آماری این تحقیق کلیه دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه آزاد گرگان در سال ۱۳۹۴ بوده و حجم نمونه این تحقیق ۳۱۰ دانشجو بوده و برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای متناسب بر اساس جنسیت دانشجویان استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های موجود در آمار توصیفی (جداول یک-بعدی، دو بعدی، نمودار و میانگین) و آمار استنباطی بر مبنای سطوح سنجش متغیرها از تکنیک کای اسکوتر و آزمون F استفاده شده است. نتایج و یافته‌ها نشان می‌دهد که از مجموع ۳۱۰ دانشجوی مورد مطالعه ۲۲/۶ درصد دارای سبک زندگی فرهنگی (سنتی)، ۳۰/۶ درصد دارای سبک زندگی مادی (مدرن) و ۴۶/۸ درصد دارای سبک زندگی ترکیبی (سبک زندگی فرهنگی یا سنتی و مادی یا مدرن) می‌باشند میانگین میزان مصرف کالاهای رسانه‌ای و فرهنگی نشان می‌دهد بیشترین میزان مصرف دانشجویان مربوط به برنامه‌های ماهواره‌ای با میانگین ۱۲۹ دقیقه در شبانه‌روز و کمترین میزان مصرف مربوط به کالای رسانه‌ای رادیو با میانگین ۲۵ دقیقه در شبانه‌روز و میانگین کلی میزان مصرف دانشجویان، ۳/۲۳ از ۵ بوده است و دو فرضیه تحقیق تأیید گردیده است. بر مبنای یافته‌ها؛ پیشنهاداتی جهت هدایت برنامه‌ریزان فرهنگی در راستای اصلاح سبک زندگی و مصرف کالاهای فرهنگی و رسانه‌ای پرداخته شده است.

کلیدواژه‌ها: دانشگاه آزاد گرگان، سبک زندگی، مصرف کالاهای فرهنگی، رسانه

مقدمه و بیان مساله:

واژه Style در فرهنگ لغت به معنی سبک به کار رفته است. در هنر طرز بیان اندیشه هنر آفرین «سبک» نام گرفته است. سبک کل واحدی است که از اندیشه و تصاویری که او برای بیان اندیشه از مواد، حسی می‌سازد، پدید می‌آید. (آریان پور، به نقل از بابایی، ۱۳۸۵: ۲۴)

واژه lifestyle به معنی سبک زندگی، روش‌های متفاوت زندگی را نشان می‌دهد. این اصطلاح همچنین می‌تواند مقایسه «شیوه‌های زندگی» کشف شده در میان گروه‌های متفاوت را در جامعه نشان دهد. اصطلاح سبک زندگی به معنای «طرز زندگی» نیز مفهوم سازی شده است. «طرز زندگی» معمولاً از طریق ارزش‌ها و «روش‌های مصرف» شناخته می‌شود که ناشی از تمایز فزاینده جوامع سرمایه‌داری پیشرفته است. (همان: ۲۵)

گیدنز در تعریف مفهومی از سبک زندگی، معتقد است: «سبک زندگی را می‌توان مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر کرد که فرد آنها را به کار می‌گیرد. این عملکردها نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌سازد بلکه روایت خاصی را

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پاپی شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

هم که وی برای هویت شخصی خویش بر می‌گزیند، در برابر دیگران مجسم می‌سازد. سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است (گیدنز، به نقل از فاضلی، ۱۳۸۶: ۷۴) به نظر «شیز» سبک زندگی مجموعه‌ای از نمادهاست که مستقلاً موجب قدرت فرهنگی هستند و این کار را از راه کسب پرستیژ انجام می‌دهند. وی گسترش دهنده‌ی نگاه و بر به سبک زندگی است اما چون آن را ساز و کاری برای تولید و توزیع قدرت فرهنگی در جامعه می‌داند می‌تواند راهی برای بررسی این مساله باز کند که چگونه سبک زندگی امکاناتی بای تغییر اجتماعی فراهم می‌کند. (فاضلی، ۱۳۸۶: ۷۶).

انسان بعنوان یک موجود اجتماعی در طول تاریخ با توجه به امکانات محیطی و شرایط ذهنی و میزان آگاهی خود، برای گذران زندگی و تامین نیازهای مختلف خود، از روش‌های مختلفی استفاده نموده است. بررسی‌های تاریخی بیانگر این واقعیت بوده که در طول تاریخ تنوع و تفاوت‌های زیادی در چگونگی تامین نیازها و بر آورده نمودن آنها وجود نداشته است. با وقوع انقلابات صنعتی و انقلابات سیاسی و اجتماعی، محدوده عمل انسان‌ها و میزان تسلط آنها بر طبیعت افزایش یافت و بواسطه تسلط بر منابع طبیعی؛ شکل و ساختار زندگی انسانها در معرض تحول و تغییرات زیادی قرار گرفت در مجموع رویکرد انسانها به زندگی متحول و چگونگی استفاده از امکانات و گذران عمر نیز دچار تحول اساسی گردید بطوریکه می‌توان گفت که سبک زندگی انسانها متحول گردید و مفهوم جدیدی در دیدگاه جامعه‌شناسان کلاسیک به طور غیر مستقیم و در اندیشه‌های جامعه‌شناسان جدید به صورت مستقیم تحت عنوان سبک زندگی مطرح گردید. اندیشمندان نسبت به مفهوم سبک زندگی دارای دیدگاه‌های متعدد و گوناگونی هستند. بطوریکه روزن‌گرین معتقد است در طول دهه‌ی گذشته علاقه‌ی زیادی نسبت به این مفهوم پیدا شده است و همزمان باید گفت که سمت و سوی توجه به سبک زندگی، به سوی تعریف فرد به عنوان سازنده نمادین زندگی خودش، حرکت کرده است. (روزن‌گرین، به نقل از فاضلی، ۱۳۸۶: ۴)

در این راستا در هنگام مطالعه سبک زندگی به شکل‌ها و شیوه‌های زندگی توجه می‌گردد و تمایز زیادی را بین شکل‌های زندگی، شیوه‌های زندگی و سبک زندگی به وضوح مشخص نمی‌کنند.

لذا می‌توان گفت سبک زندگی بخشی از زندگی است که عملاً در حال تحقق یافتن است و در بردارنده‌ی طیف کامل فعالیت‌هایی است که افراد در زندگی روزمره انجام می‌دهند و همچنین خصایصی نظیر داشتن سبک (تمایز بخش، شکل خاص، کیفیت برجسته، مکان یا شخص خاص) درباره آنها صدق می‌کند. طیف فعالیت‌های افراد در هر عرصه از زندگی می‌تواند سازنده‌ی سبک زندگی آنها در این عرصه باشد. به همین دلیل می‌توانیم از سبک زندگی در زمینه مصرف مادی، رفتار بهداشتی، مصرف فرهنگی یا رفتار در رون منزل سخن بگوییم. (همان: ۷۹-۸۰)

کاربرد مفهوم سبک زندگی مطابق با تحولات فرهنگی و اجتماعی تغییر کرده است. جامعه‌شناسی کلاسیک از این مفهوم عمدتاً برای ایجاد تمایز میان طبقات اجتماعی یا گروه‌های اجتماعی بر مبنای ویژگی‌های فرهنگی‌شان استفاده شده است. (نظریه و بر) از سوی دیگر در جامعه‌شناسی معاصر، سبک زندگی کمتر به خاستگاه یا موقعیت اجتماعی افراد پیوند زده شده و در عوض شرایط مشخص فردی به نحو فزاینده‌ای برای محققان این حوزه اهمیت یافته است. (همان: ۸۱)

با توجه به موارد فوق می‌توان گفت به عنایت به سبک زندگی هر فرد می‌تواند در سطح ساختاری به مطالعه تفاوت‌ها و تشابهات میان جوامع و فرهنگ‌ها، و از همه مهم‌تر می‌توان تفاوت‌هایی که در طول زمان و در جوامع مختلف روی داده است، مورد آزمون و مطالعه قرار دهد.

اندیشمندان جامعه‌شناسی به فراخور شرایط و دیدگاه‌هایشان، سبک زندگی را به انواع مختلفی مانند: سبک زیبایی شناختی یا لذت‌جویانه، سبک کارکردگرایانه، سبک خرده‌فرهنگ و سبک مدرن تقسیم نموده‌اند (فاضلی، ۱۳۸۵: ۳۴) و یا در تقسیم‌بندی دیگری سبک زندگی را به سه حالت: سبک فرهنگی، سبک مادی و ترکیبی از سبک مادی و فرهنگی تقسیم

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایپ شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

نموده اند در مجموع هر یک از تقسیم بندی های فوق را که ملاک قرار دهیم می بایست به این مساله توجه نماییم که سبک زندگی به عنوان شاخصی است که به واسطه آن، می توان به نحوه گذراندن اوقات فراغت، شیوه مصرف، الگوهای تغذیه و در کل به الگویی از نحوه زندگی اجتماعی و فردی افراد دست یافت. بنابر این می توان گفت سبک زندگی الگوهای رفتاری است که تحت تأثیر متقابل خصوصیات فردی، تعاملات اجتماعی و شرایط اقتصادی، اجتماعی و محیط زندگی قرار دارد. (نوروزی، ۱۳۸۲: ۵۸) با توجه به شرایط ساختاری حاکم بر جامعه ایران و دگرگونی های گسترده ای که در ساختارهای مختلف جامعه بوقوع پیوسته است، شیوه ها و روش های زندگی بسیاری از کنشگران را تحت تأثیر خود قرار داده است و افراد با توجه به موقعیت و شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی خود برای تداوم زندگی خود، روش ها و شیوه های مختلف زندگی (سبک های زندگی) را انتخاب نموده اند. بنابراین از طریق مطالعه سبک زندگی کنشگران، می توان نسبت به بسیاری از کنش ها و گرایشات شهروندان آگاهی و شناخت بدست آورد.

یکی از کنش هایی که انسان ها در جوامع جدید از خود بروز می دهند، مصرف کالاهای فرهنگی بوده و میزان و نوع مصرف این کالاها نقش مهمی در تعیین میزان توسعه یافتگی جوامع دارد و در میزان و نوع مصرف کالاهای فرهنگی، سبک زندگی افراد بسیار موثر می باشد به طوری که با تغییر در سبک زندگی، میزان و نوع مصرف کالاهای فرهنگی نیز ممکن است تغییر یابد اما از آنجا که در زمینه اثرگذاری سبک زندگی در میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی تحقیق علمی چندانی انجام نگرفته و همچنین به طور اخص در زمینه سبک زندگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی بابل مطالعه ای انجام نگرفته و به تبع آن با وجود اثرگذاری سبک زندگی در میزان مصرف فرهنگی دانشجویان دانشگاه فوق تحقیقی انجام نگرفته لذا پرسش اساسی این تحقیق این سوال «سبک زندگی دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه آزاد بابل چه اثری در میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی آنان دارد؟» بوده و در راستای پاسخ به سوال مطرح شده، تلاش می گردد که تفاوت پذیری میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی دانشجویان مورد مطالعه از سبک زندگی آنان مورد مطالعه قرار گیرد.

اهداف مقاله

هدف اصلی این مقاله شناسایی رابطه بین سبک زندگی و رسانه ها در بین دانشجویان دانشگاه آزاد گرگان بوده و بر اساس این هدف اصلی، اهداف فرعی این مقاله تحقیقی بدین شرح می باشد:

- ۱- شناسایی چگونگی توزیع دانشجویان دانشگاه آزاد گرگان بر حسب سبک زندگی
- ۲- شناسایی رابطه نوع سبک زندگی با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی
- ۳- شناسایی تفاوت میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی بر مبنای نوع سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه
- ۴- ارائه پیشنهادات کاربردی در جهت افزایش مصرف کالاهای فرهنگی و همسو نمودن سبک زندگی با شرایط و مقتضیات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... موجود در منطقه

سوالات تحقیق

با الهام از اهداف مطرح شده، سوالات این پژوهش بدین شرح می باشد:

- ۱- توزیع دانشجویان دانشگاه آزاد گرگان بر حسب سبک زندگی چگونه است؟
- ۲- چه رابطه ای بین نوع سبک زندگی دانشجویان با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی وجود دارد؟
- ۳- تفاوت پذیری مصرف کالاهای فرهنگی بر مبنای نوع سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه چگونه است؟
- ۴- چه پیشنهادات کاربردی بر مبنای یافته های تحقیق، در جهت افزایش مصرف کالاهای فرهنگی و همسو نمودن سبک زندگی با شرایط و مقتضیات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... موجود در منطقه می توان ارائه داد؟

پنجمین کنگراس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایه شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

مبانی روشی:

روش مورد استفاده در این تحقیق، روش «زمینه یابی» یا «پیمایشی» بوده و برای جمع آوری اطلاعات از ابزارهایی مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته، بر اساس مقیاس چهار درجه ای طیف لیکرت (کاملاً مخالف، مخالف، موافق و کاملاً موافق طراحی) استفاده شده است. برای تعیین اعتبار، از تکنیک اعتبار صوری و برای شناخت پایایی ابزار مورد مطالعه، از تکنیک ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و شیوه عمل بدین صورت بوده که تعداد ۳۰ پرسشنامه توسط دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی گرگان تکمیل و بعد از لحاظ نمودن نظرات کارشناسان و افراد مطلع، در طی دو مرحله، پایایی ابزار مورد نظر مورد سنجش قرار گرفته است که نتایج محاسبات به تفکیک آمده است.

جدول شماره ۱) خلاصه محاسبات ضریب آلفای محاسبه شده برای هریک از متغیرهای مورد مطالعه

متغیرها	تعداد آیت	ضریب آلفای محاسبه شده
سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی (سنتی)	۱۴	۰/۸۲۵
سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی (مدرن)	۱۲	۰/۸۱۴
میران مصرف کالاهای فرهنگی (متغیر وابسته)	۱۲	۰/۸۰۱

نتایج محاسبات نشان می دهد که ابزار مورد استفاده از پایایی لازم برخوردار می باشد زیرا ضریب آلفای محاسبه شده، سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی (سنتی) ۰/۸۲۵ و برای سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی (مدرن) ۰/۸۱۴ و میران مصرف کالاهای فرهنگی (متغیر وابسته) ۰/۸۰۱ بوده است که این ضرایب محاسبه شده، بیانگر یخورداری ابزار مورد استفاده از پایایی مناسب می باشد.

جامعه آماری این تحقیق را کلیه دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه آزاد اسلامی گرگان در نیم سال اول سال تحصیلی ۱۳۹۴-۱۳۹۵ تشکیل داده و ۳۱۰ دانشجو حجم نمونه این تحقیق را تشکیل داده و برای انتخاب نمونه ها از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای استفاده شده است.

پیشینه تجربی و نظری تحقیق

در زمینه سبک زندگی اندیشمندانی مانند دیوید چانی، زیمل، رزنگرین، وبلن، وبر، بوردیو، گیدنز، ترنر و ... بطور مستقیم و یا غیر مستقیم به ارائه نظر پرداخته اند که در ذیل به بررسی نظرات آنها می پردازیم.

دیوید چانی^۱ اولین مبحثی که او بدان توجه می کند، جایگاه سبک زندگی در بحث ساختارهای اجتماعی است. او بحث ساختاری زندگی را با تشریح زندگی اجتماعی پیدایش آن آغاز می کند: پیدایش سبک های زندگی متعلق به دوران مدرن است و در جوامع مدرن است که افراد مفهوم سبک زندگی را برای توصیف اعمال خود به دیگران به کار می گیرند سبک های زندگی الگوهای متمایز کنش در میان مردم است و مردم در زندگی روزانه خود از مفهوم سبک زندگی بی آنکه توضیح منظور خود را ضروری یابند استفاده می کنند، زیرا این مفهوم به توضیح رفتار افراد، علل آن و معنایی که این رفتار برای آنها دارد کمک می کند. اما این بدان معنا نیست که می تواند سبک زندگی را به زندگی همه افراد نسبت داد، زیرا افرادی هستند که به کلی پیروی یا تمایل نسبت به یک سبک معین را در زندگی خود انکار می کنند. به اعتقاد چانی «سبک زندگی بخشی از زندگی روزانه در دنیای مدرن است و عملکرد آن به گونه ای است که افراد این جامعه را از آنهایی که به جامعه مدرن تعلق ندارند جدا می سازد». (چانی، ۱۹۹۶، به نقل از خاتم: ۲۵-۲۴)

^۱Chaney

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پاپی شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

در نظر زیمل آزاد شدن فرد از تمامی قید و بند هایی که جامعه سنتی و در غالب همبستگی هایی گروهی بر آزادی فرد می نهاد، نوید بخش بروز فردیت است. اما همین فرد آزاد خود را در حصار جامعه ای می بیند که دایما به عرصه خود مختاری های وی تعرض می کند و فشار ساختارهای آن مخصوص است. در چنین وضعیتی، شیوه خاص مصرف کردن و سبک زندگی، راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت تازه در کلان شهر است. (Cockherham, ۱۹۹۷، به نقل از فاضلی: ۲۵) توسعه و گسترش سبک های زندگی به عنوان فرآیندهای موازی و مستمر فردگرایی و ادغام و یکپارچگی فرهنگی و اجتماعی مورد توجه است. این دو جنبه از سبک زندگی سبب سرعت گرفتن تمایز بخشی و فرق گذاری سبک زندگی^۱ در جامعه مدرن اخیر شده است.

آثار وبلن و بوردیو را باید نقطه آغاز هر بحثی درباره ی مصرف، الگوهای مصرف و سبک زندگی دانست. مفهوم "سبک زندگی" در اندیشه وبلن نقش محوری ندارد اما با این همه می توان گفت که سبک زندگی را پدیده ای گروهی می داند، چیزی که محصول تعلق طبقاتی است ماهیت مستقلی نیز ندارد و نمودی از وجود طبقاتی است. طبقه نیز زنجیره به هم پیوسته از سلسله مراتب است که در نهایت به یک ایده آل فرهنگی یعنی طبقه مرفه ختم می شود. سلسله مراتبی که مبنای اقتصادی دارد. کوزر هم بر این باور است که نظر وبلن درباره انگیزه هایش اجتماعی رفتار رقابت آمیز (کوزر، ۱۳۷۱: ۳۶۹) که بنیاد نظریه وی درباره مصرف را نیز شکل می دهد همچنین در میان جامعه شناسان کلاسیک ماکس وبر تنها کسی است که بدون داشتن هیچ اندیشه مبسوطی درباره مصرف و نقش آن در دنیای مدرن، از مفهوم سبک زندگی استفاده کرده و برای نشان دادن سلسله مراتب و قشر بندی اجتماعی از آن بهره می گیرد. وبر برای بررسی قشر بندی اجتماعی سه مفهوم طبقه، گروه منزلت و حزب را معرفی می کند. به زعم وبر نفع اقتصادی تنها تعیین کننده طبقه اجتماعی است. اما جامعه صرفا بر اساس توزیع منافع اقتصادی قشر بندی نمی شود. شهرت عامل دیگر قشر بندی اجتماعی است. وبر به نظم منزلت ها در جامعه معتقد است و برای توجیه این نظم منزلتی اعتقاد دارد عموما قدرت اقتصادی و خصوصا و پول عریان، مبنایی برای افتخار اجتماعی نیست. قدرت سیاسی نیز چنین توانی را ندارد. غالبا چنین است که افتخار اجتماعی یا پرستیژ مبنایی برای رسیدن به قدرت اقتصادی است. وبر بحث درباره ی اهمیت سبک های زندگی را به چیزی فراتر از کارکرد ایجاد تمایز بین گروه های اجتماعی تسری داد. از بحث وبر چنین برمی آید که سبک های زندگی علاوه بر آن که موجد تفاوت بین گروهی می شوند، به برتری های منزلتی و طبقاتی نیز مشروعیت می بخشند. گروه های منزلت و طبقات از طریق سبک های زندگی به گروه های مرجع تبدیل می شوند. و معیارهای قضاوت اجتماعی و ارزیابی اخلاقی را نیز تعریف می کنند. (Bourdieu, ۱۹۸۴، به نقل از فاضلی: ۳۰) دستاورد دیگر وبر، تاکید بر کارکرد سبک های زندگی در جهت انسجام بخشیدن به گروه های اجتماعی است. در نظر وبر افرادی که سبک زندگی مشابهی دارند نوعی انسجام گروهی را که ناشی از شباهت در رفتار و الگوی مصرف است تجربه می کنند. این انسجام گروهی می تواند به سرمایه اجتماعی نیز تبدیل شود. همین ویژگی است که سبک زندگی را به یکی از مفاهیم قابل بررسی در نظریه و تحلیل شبکه های اجتماعی تبدیل می کند. مشابهت در الگوهای رفتاری و مصرف، که غالبا با گرد آمدن در اماکن خاص و حتی تشابه الگوهای ارزشی ذهنی نیز همراه است، می تواند نقطه آغاز آشنایی هایی باشد که در مقام پیوندهای ضعیف به سرمایه های اجتماعی تبدیل می شوند. وجه دیگر انسجام اجتماعی ناشی از سبک زندگی مشابه، ناظر بر تبدیل شدن سبک های زندگی به خرده فرهنگ است در مقایسه ای بین آرا زیمل و وبلن با وبر می توان گفت که رویکرد وبر بیشتر نزدیک به رویکرد وبلن است تا زیمل. وی نیز

² Lifestyle differentiation

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پاپی شرف؛ سبک و نم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

مانند و بلن بیشتر به وجه گروهی، متمایز کننده و سیاست قدرت و ثروت مندرج در الگوهای مصرف و سبک زندگی توجه داشت تا کارکرد های آن برای فرد در مقابل تناقضات فرهنگی مدرنیته. اما بی گمان او از وبلن پیشتر است چرا توانست تحلیلی پیچیده تر درباره اهمیت مرزهای نمادین و رابطه ی طبقات اجتماعی، گروه های منزلت و سبک های زندگی ارائه کند. (همان: ۳۰)

رویکرد نظری بوردیو، توجه کردن به زندگی روزمره است اما نه به شیوه ای که اتنو متودولوژیست ها و پدیدار شناسان انجام می دهند، بلکه توجه کردن به شرایط مادی و اجتماعی بر ساخته شدن ادراکات و تجربه های فردی. و در این میان "اصل نا آگاهی" راهنمای پژوهش اوست. بر اساس این اصل، "پدیده اجتماعی را باید نه در آگاهی و هشیاری افراد، بلکه در نضام روابط عینی ای که در آن قرار گرفته اند جست و جو کرد" (واکووانت، ص ۳۳۲ به نقل از فاضلی: ۳۶). در نظر بوردیو، جامعه با عنوان فضای اجتماعی بازنمایی می شود. این فضای اجتماعی جایگاه رقابتی شدید و بی پایانی است و در جریان این رقابت ها تفاوتی ظهیر می کند که ماده و چهارچوب لازم برای هستی اجتماعی را فراهم می آورند. بوردیو فضای اجتماعی را با چند محور ترسیم می کند: سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی. سرمایه اقتصادی شامل درآمد و بقیه ی انواع مالی است که در قالب مالکیت جلوه نهادی پیدا می کند. سرمایه فرهنگی در بردارنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می شوند. بوردیو تحصیلات را نمودی از سرمایه فرهنگی می دانست لیکن گرایش به اشیا فرهنگی، و جمع شدن محصولات فرهنگی در نزد فرد را سرمایه فرهنگی می خواند. سرمایه اجتماعی نیز شامل همه ی منابع واقعی و بالقوه ای است که می تواند در اثر عضویت در شبکه اجتماعی کنشگران یا سازمانها بدست می آید. (فاضلی: ۳۷-۳۸)

در میان انواع سرمایه، سرمایه فرهنگی نقش مهمی در اندیشه بوردیو ایفا می کند. جامعه شناسی مصرف و تحلیل وی درباره سبک زندگی بر همین نوع سرمایه متکی است. سرمایه فرهنگی شامل "سلیقه های خوب، شیوه و راه و رسم پسندیده، پیچیدگی شناختی و شناختن و توانایی پذیرش محصولات فرهنگی مشروع از قبیل هنر، موسیقی کلاسیک، تئاتر و ادبیات..." و تسلط یافتن بر هر نوع از نظام نمادین است. (همان: ۳۸) سرمایه فرهنگی با سبک زندگی رابطه متقابلی داشته و با دگرگونی در سبک زندگی؛ میزان سرمایه فرهنگی و همچنین میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی و رسانه ای نیز؛ تغییر می یابد.

همچنین در زمینه موضوع مورد مطالعه تحقیقات و مقالات متعددی نگارش شده و در این تحقیق در راستای شناخت بیشتر نسبت به موضوع مورد مطالعه، پژوهش ها و مقالاتی مانند: بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی شهر شیراز) (رستگار، ۱۳۸۶)، بررسی سبک زندگی بیماران قلبی و عروقی با تغذیه و تحرک جسمانی در چابهار (محمدی زبده و دیگران، ۱۳۸۴)، بررسی تغذیه، سبک زندگی و ورزش در زنان یائسه شهرستان سبزوار (یوسف زاده، ۱۳۸۳)، بررسی سبک زندگی در ساکنین شهر سبزوار (استاجی و دیگران، ۱۳۸۵)، رابطه بین سبک زندگی و اختلالات روان شناختی دبیران دوره متوسطه شهر اصفهان (پولاد فر و احمدی، ۱۳۸۵)، سبک زندگی و هویت اجماعی جوانان (رحمت آبادی و آقا بخشی، ۱۳۸۵)، «شیوه زندگی ساکنین منطقه ۱۷ شهرداری تهران» (خندان و همکاران، ۱۳۸۵)، «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی» (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۶)، بررسی سبک زندگی دانشجویان دانشکده پرستاری الیگودرز (پیامنی و همکاران، ۱۳۸۴)، بررسی ارتباط سبک زندگی با عزت نفس دختران نوجوان دبیرستان های دولتی روزانه شهر تهران (صاحب الزمانی و همکاران، ۱۳۸۵)، بررسی جامعه شناختی عوامل

پنجمین کنگر اس الکو اسلامی ایرانی شرف؛ الکو یاسپ شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

مؤثر بر سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی شهر شیراز) (محمدی، ۱۳۸۱)، بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن (فلاح، ۱۳۸۷)، ارتباط بین سبک زندگی و خصوصیات فردی - بارداری در زنان باردار (ورشوچی، ۱۳۸۵)، بررسی رابطه سبک زندگی و پوکی استخوان (احمدنیا، ۱۳۸۷) و ... مورد بررسی قرار گرفته اند که بررسی نقادانه این پژوهشها نشان می دهد که سبک زندگی در سلامت جسمانی و روانی افراد نقش بسیار مهمی را ایفاء می نمایند به همین دلیل بخش زیادی از مطالعات انجام گرفته در حوزه علوم پزشکی بوده و متخصصان علوم پزشکی بر این باورند که بسیاری از بیماری های جسمانی و روانی افراد کاملاً تحت تاثیر دگرگونی در سبک زندگی و شیوه تغذیه بوده که با دگرگونی در زندگی سنتی و خودکاری شدن کارها، باعث شده که میزان تحرکات جسمانی افراد کمتر گردد که این امر باعث اختلال در سلامت افراد شده است همچنین بررسی نقادانه این مطالعات نشان می دهد که سبک زندگی در رفتارها و کنش های اجتماعی افراد نیز تاثیر گذار می باشد و محققان فوق در هنگام مطالعه و شناسایی سبک زندگی شهروندان به متغیرهایی مانند: چگونگی تغذیه، پوشش، چگونگی گذران اوقات فراغت، میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی، چگونگی مدیریت بدن، میزان مصرف اقتصادی، دیدگاه ها و باورهای شهروندان و ... توجه نموده اند و بر مبنای متغیرهای فوق چهار نوع سبک زندگی (کارکرد گرایانه، لذت گرایانه، خرده فرهنگی و مدرن) را مشخص نموده اند.

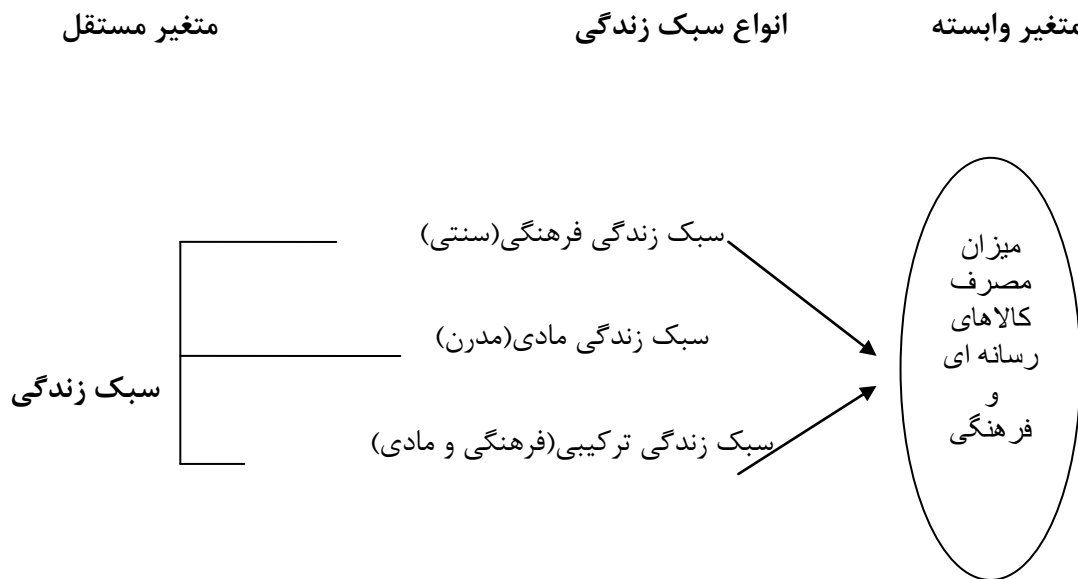
اندیشه های مطرح شده بیانگر این واقعیت بوده که نوعی وفاق و اجماع بین این اندیشمندان در زمینه سبک زندگی وجود داشته و در دیدگاه اینان، سبک زندگی کاملاً تحت تاثیر شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی حاکم بر جامعه می باشد. همچنین از دیدگاه اینان می توان دریافت که سبک زندگی همان شیوه زندگی و یا به تعبیر دیگر شیوه زیستن بوده که می تواند منعکس کننده گرایش ها، ارزش های یک فرد یا گروه، عادات، نگرش ها، سلیقه ها، معیارهای اخلاقی، چگونگی مصرف اقتصادی، چگونگی مدیریت بدن، چگونگی گذران اوقات فراغت، مصرف کالاهای فرهنگی و ... می باشد. در مجموع می توان گفت سبک زندگی طرح و دریافتی اجمالی است از جهان، فرایند در حال گذر آن و به تعبیر دیگر «سبک زندگی راهی یکتا و فردی زندگی و دستیابی به هدف و خلاقیتی است حاصل از کنار آمدن با محیط و محدودیت های آن است... سبک زندگی مجموعه ها یا الگوهای خودآگاه و دقیقاً توسعه یافته ترجیحات فردی در رفتار شخصی مصرف کننده می باشد» (مهدوی کنی، ۱۳۸۸: ۲۰۶).

همچنین می توان گفت در هر یک از اندیشه های اندیشمندان مورد مطالعه مولفه ها و شاخص هایی جهت تعیین سبک زندگی تعیین نموده اند بطوریکه در اندیشه های ذیمل، وبلن و وبر از شاخص هایی مانند شیوه تغذیه، خودآرایی (انواع پوشاک و پیروی از مد) نوع مسکن، وسیله حمل و نقل، شیوه های گذران اوقات فراغت و تفریح، شیوه های اطفار و ... طرح گردیده و بر همین مبنا در اندیشه های بوردیو و ترنر افزون بر نحوه گذران اوقات فراغت و تفریحات به سلیقه های ورزشی، تفاوت های دینی و چشم اندازهای اخلاقی، ارزش های سیاسی، الگوهای زندگی خانوادگی، اعتماد اجتماعی و سرمایه اجتماعی توجه گردیده است در مجموع در بحث سبک زندگی بر اساس شاخص ها و مولفه های مطرح شده، سبک زندگی مانند: سبک زندگی کارکردگرایانه، لذت گرایانه، خرده فرهنگی و سبک زندگی مدرن مطرح گردیده است که با توجه به شرایط فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی شهرگران و با عنایت به مصاحبه های انجام گرفته در فرایند انجام مطالعات اکتشافی، در این تحقیق سه نوع سبک زندگی (فرهنگی سنتی)، مادی (مدرن) و ترکیبی از فرهنگی و مادی) مد نظر بوده و تلاش می گردد بر اساس سه نوع سبک زندگی مطرح شده، مورد مطالعه قرار گرفته است. و براساس مطالعات انجام گرفته، مدل تحلیل این پژوهش بدین شرح می باشد.

مدل تحلیل

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایه شرف؛ سیم و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

با الهام از مطالعات تجربی و نظری انجام گرفته و با لحاظ نمودن ویژگی های فرهنگی، اجتماعی و ... حاکم بر شهر گرگان و از همه مهمتر با الهام از مطالعات اکتشافی انجام گرفته، در این تحقیق سه نوع سبک زندگی (فرهنگی، مادی و ترکیبی از فرهنگی و مادی) مد نظر بوده که شاخص ها و متغیرهای تاثیر گذار در مدل تحلیل تحقیق، به شرح ذیل مطرح شده است.



یافته های توصیفی:

بررسی نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به گویه های در نظر گرفته شده جهت شناخت سبک زندگی از آنجا که در این تحقیق سبک زندگی بر اساس سه حالت سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی، سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی و سبک زندگی ترکیبی (با تاکید بر زندگی فرهنگی و مادی) مورد مطالعه و سنجش قرار می گیرد لذا ابتدا به بررسی گویه هایی که بیانگر سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی بوده، پرداخته و سپس به مطالعه سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی می پردازیم و سر انجام با استفاده از نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به گویه های در نظر گرفته شده جهت شناخت دو سبک زندگی فرهنگی و مادی، به مشخص نمودن سبک زندگی ترکیبی (مادی و فرهنگی) دانشجویان مورد مطالعه می پردازیم.

بررسی نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به گویه های در نظر گرفته شده جهت شناخت سبک زندگی مادی برای شناخت گرایش دانشجویان به سبک زندگی مادی دوازده گویه (۱- تمایلی به طبخ غذا در خانه ندارم ۲- اکثر اوقات غذا را به اتفاق خانواده در بیرون از منزل صرف می کنیم ۳- تلاش می کنم تا از وسایل آرایشی روز استفاده کنم ۴- در انتخاب پوشاک، توجه به مد روز برایم مهم است ۵- در تنظیم دکوراسیون منزل از افراد متخصص استفاده می کنم ۶- سعی می کنم از وسایل لوکس در منزل استفاده کنم ۷- تمایلی به استفاده از وسایل نقلیه عمومی ندارم ۸- سعی می کنم در انتخاب وسایل منزل، از جدیدترین آنها استفاده کنم ۹- دوست دارم همواره از زیور آلات روز استفاده کنم ۱۰- بودن در کنار دوستان را به بودن در کنار اعضای خانواده ترجیح می دهم ۱۱- انجام ورزش های سبک (پیاده روی، نرمش و...) ۱۲- انجام ورزش های نیمه سبک (دوچرخه سواری و...) در نظر گرفته که با استفاده از برنامه رایانه ای SPSS، گویه های مطرح شده را با یکدیگر

پنجمین کنگراس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایه شرف؛ سبک و نسبی و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

ترکیب نموده و متغیری ترکیبی تحت عنوان سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی ساخته که در ذیل به بیان آن می پردازیم.

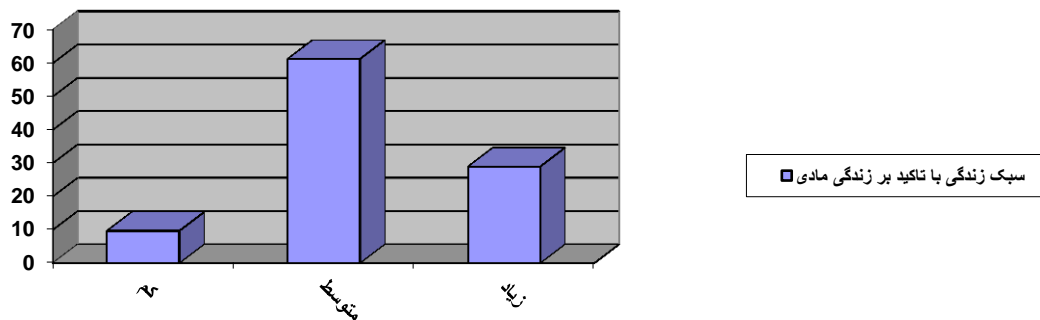
جدول شماره ۲) توزیع فراوانی نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی

گزینه ها	تعداد	درصد
کم	۳۰	۹/۷
متوسط	۱۹۰	۶۱/۳
زیاد	۹۰	۲۹
جمع	۳۱۰	۱۰۰
میانگین	۲/۱۹	

داده های موجود در جدول فوق نشان می دهد از مجموع ۳۱۰ دانشجوی مورد مطالعه نسبت به سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی ۹/۷ درصد به گزینه ی کم، ۶۱/۳ درصد به گزینه ی متوسط و ۲۹ درصد به گزینه ی زیاد پاسخ داده اند. مقایسه درصدهای فوق نشان می دهد اکثریت دانشجویان مورد مطالعه (۶۱/۳ درصد) نسبت به بکارگیری سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی به گزینه ی متوسط پاسخ داده اند و میانگین میزان عمل آنان نسبت به سبک زندگی مادی (مدرن)، ۲/۱۹ از ۳ می باشد. برای درک بهتر به ترسیم نمودار می پردازیم.

نمودار شماره ۱) توزیع فراوانی نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به سبک زندگی با تاکید بر زندگی

مادی



بررسی نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به گویه های در نظر گرفته شده جهت شناخت سبک زندگی فرهنگی برای شناخت گرایش دانشجویان به سبک زندگی فرهنگی (سنتی) چهارده گویه (۱- عمدتاً برای رفت و آمد از وسایل نقلیه عمومی استفاده می نمایم ۲- سعی می کنم اوقات فراغتم را با دوستانم بگذرانم ۳- در انجام آرایش، آنچه برای من مهم است، نوع آن است نه هزینه اش ۴- برای حفظ سلامتی و تناسب اندامم بیشتر از سبزیجات استفاده می کنم ۵- من معمولاً غذا را در منزل طبخ و مصرف می کنم ۶- در انتخاب پوشاک قیمت و کیفیت آن برایم مهم است ۷- اوقات فراغتم را با خویش و اقوام خود می گذرانیم ۸- در ایام تعطیل، به اتفاق خانواده به مکان های زیارتی می رویم ۹- در انتخاب وسایل منزل به کیفیت آنها توجه می کنم ۱۰- عمل به دستورات دینی را بعنوان عاملی موثر در جهت رستگاری می دانم ۱۱- توجه به حلال و حرام در امور دنیوی برایم مهم است ۱۲- تناسب بین دخل و خرج منزل را بعنوان یک اصل قبول دارم ۱۳- خود را مقید به انجام مناسک دینی (نماز، روزه و ...) می دانم ۱۴- انجام ورزش های سنگین (ورزش های رزمی و ...))

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پاپی شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

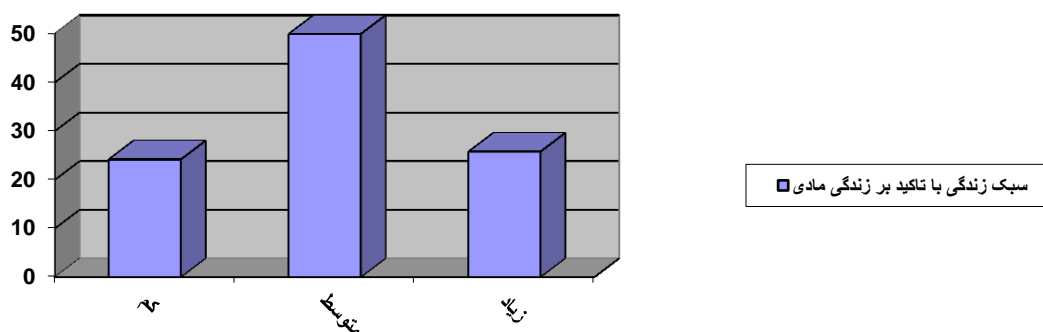
در نظر گرفته که با استفاده از برنامه رایانه ای SPSS، گویه های مطرح شده را با یکدیگر ترکیب نموده و متغیری ترکیبی تحت عنوان سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی (سنتی) ساخته که در ذیل به بیان آن می پردازیم.

جدول شماره ۳) توزیع فراوانی نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی

گزینه ها	تعداد	درصد
کم	۷۵	۲۴/۲
متوسط	۱۵۵	۵۰
زیاد	۸۰	۲۵/۸
جمع	۳۱۰	۱۰۰
میانگین	۲/۰۲	

داده های موجود در جدول فوق نشان می دهد از مجموع ۳۱۰ دانشجوی مورد مطالعه نسبت به سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی ۲۴/۲ درصد به گزینه ی کم، ۵۰ درصد به گزینه ی متوسط و ۲۵/۸ درصد به گزینه ی زیاد پاسخ داده اند. مقایسه درصدهای فوق نشان می دهد اکثریت دانشجویان مورد مطالعه (۵۰ درصد) نسبت به عمل به سبک زندگی فرهنگی (سنتی) به گزینه ی متوسط پاسخ داده اند و میانگین میزان عمل آنان به سبک زندگی فرهنگی (سنتی)، ۲/۰۲ از ۳ می باشد. برای درک بهتر به ترسیم نمودار می پردازیم.

نمودار شماره ۲۶-۴) توزیع فراوانی نظرات دانشجویان مورد مطالعه نسبت به سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی



تعیین سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه

برای اینکه بتوانیم سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه را تعیین نماییم با استفاده از تکنیک Crosstabs و قرار دادن داده ها در ماتریس، به تعیین سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه پرداخته که نتایج حاصله در جدول ذیل آمده است.

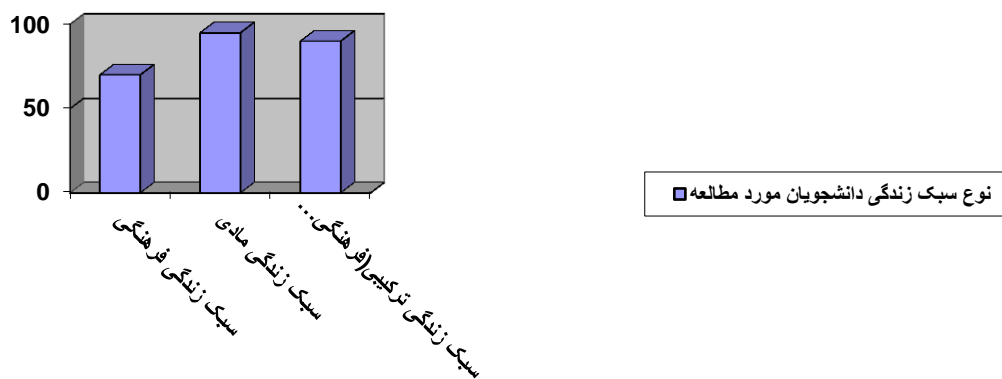
جدول شماره ۴) توزیع فراوانی دانشجویان مورد مطالعه بر حسب سبک زندگی با استفاده از قرار دادن داده ها در ماتریس

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایه شرف؛ سیت و نسیم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

جمع	زیاد	متوسط	کم	تمایل به زندگی فرهنگی	تمایل به زندگی مادی
۳۰	۰	۲۵	۵	کم	کم
۱۹۰	۴۵	۱۰۵	۴۰	متوسط	متوسط
۹۰	۳۵	۲۵	۳۰	زیاد	زیاد
۳۱۰	۸۰	۱۵۵	۷۵	جمع	جمع

داده های جدول فوق نشان دهنده وضعیت نمونه مورد مطالعه بر حسب متغیر سبک زندگی می باشد. با توجه داده های فوق از بین ۳۱۰ نفر نمونه مورد مطالعه ۷۰ نفر دارای سبک زندگی فرهنگی که با رنگ سبز، ۹۵ نفر دارای سبک زندگی مادی که با رنگ آبی و ۱۴۵ نفر نیز دارای سبک زندگی ترکیبی (فرهنگی و مادی) که با رنگ قرمز مشخص گردیده اند می باشند. مقایسه نتایج حاصله نشان می دهد که اکثریت دانشجویان مورد مطالعه (۱۴۵ نفر) از نظر نوع سبک زندگی، دارای سبک زندگی ترکیبی می باشند. حال برای شناخت بهتر از وضعیت سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه، نتایج بدست آمده را در قالب نمودار ترسیم می نماییم.

نمودار شماره ۲۷-۴) توزیع فراوانی دانشجویان مورد مطالعه بر حسب سبک زندگی



توزیع دانشجویان مورد مطالعه از منظر سبک زندگی

با توجه به داده های موجود در ماتریس مطرح شده، برای اینکه بتوانیم به تبیین رابطه بین متغیرها بپردازیم، با الهام از داده های موجود در ماتریس و همچنین با ترکیب دو متغیر سبک زندگی مادی و سبک زندگی فرهنگی، با استفاده از نرم افزار SPSS، متغیر ترکیبی تحت عنوان سبک زندگی ساخته که نتایج حاصل در جدول ذیل ارائه شده است.

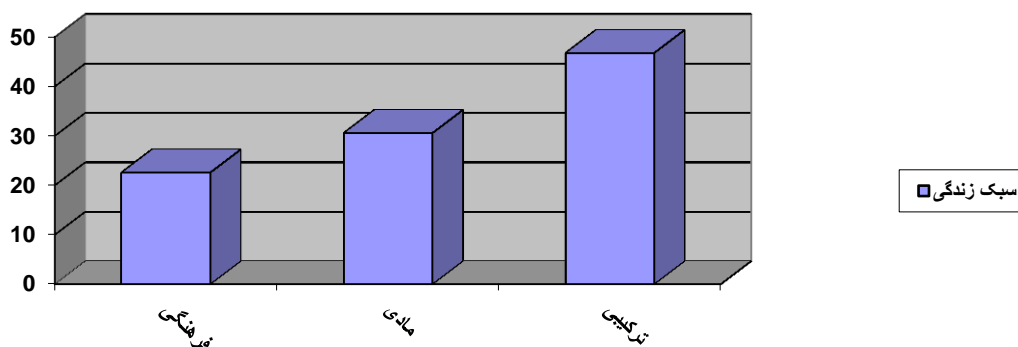
پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایپ شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

جدول شماره ۵) توزیع فراوانی دانشجویان مورد مطالعه بر حسب سبک زندگی

سبک زندگی	تعداد	درصد
فرهنگی (سنتی)	۷۰	۲۲/۶
مادّی (مدرن)	۹۵	۳۰/۶
ترکیبی (فرهنگی و مادّی)	۱۴۵	۴۶/۸
جمع	۳۱۰	۱۰۰

داده های موجود در جدول فوق نشان می دهد از مجموع ۳۱۰ دانشجوی مورد مطالعه ۲۲/۶ درصد دارای سبک زندگی فرهنگی (سنتی)، ۳۰/۶ درصد دارای سبک زندگی مادّی (مدرن) و ۴۶/۸ درصد دارای سبک زندگی ترکیبی (سبک زندگی فرهنگی یا سنتی و مادّی یا مدرن) می باشند. مقایسه درصدهای فوق نشان می دهد اکثریت دانشجویان مورد مطالعه ۴۶/۸ درصد دارای سبک زندگی ترکیبی (سبک زندگی فرهنگی یا سنتی و مادّی یا مدرن) می باشند که برای درک بهتر، به ترسیم نمودار می پردازیم.

نمودار شماره ۲۸-۴) توزیع فراوانی دانشجویان مورد مطالعه بر حسب سبک زندگی



بررسی مقایسه ای میانگین میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی

در این پژوهش مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی بعنوان متغیر وابسته بوده و شامل دوازده آیتم (۱- گوش کردن به رادیو ۲- تماشای تلویزیون ایران ۳- خواندن روزنامه و مجلات ۴- خواندن کتاب درسی ۵- خواندن کتاب های غیر درسی ۶- میزان استفاده از اینترنت ۷- میزان استفاده از موبایل ۸- میزان تماشای برنامه های ماهواره ای در قالب میزان مصرف در شبانه روز و همچنین آیتم هایی مانند: ۹- تعداد بازدید از نمایشگاهها ۱۰- تعداد رفتن به سینما در ماه ۱۱- تعداد دفعات رفتن به تماشای تئاتر در ماه و ۱۲- تعداد دفعات به جنگ های شادی در ماه) در نظر گرفته که در این تحقیق دانشجویان مورد مطالعه تنها به هشت آیتم اولیه پاسخ داده و نسبت به کالاهای فرهنگی مانند نمایشگاهها، سینما، تئاتر و جنگ شادی اظهار نظری نکردند لذا در جهت شناخت بهتر به بررسی مقایسه ای میانگین میزان استفاده دانشجویان مورد مطالعه از کالاهای مطرح شده می پردازیم.

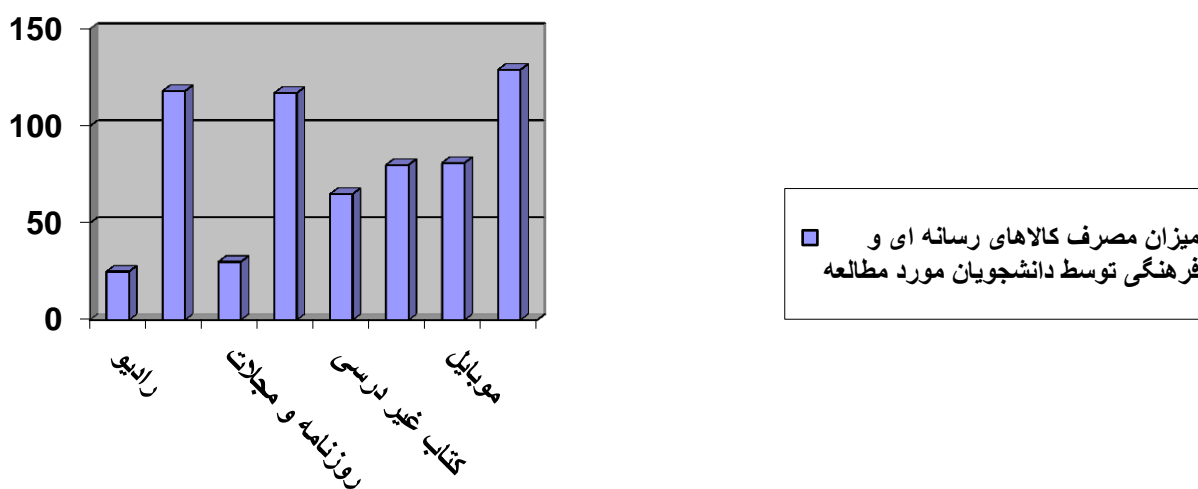
پنجمین کنگرس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایپ شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

جدول شماره ۶): توزیع میانگین مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی توسط دانشجویان مورد مطالعه به دقیقه

ردیف	نوع کالای رسانه ای و فرهنگی	میانگین میزان استفاده به دقیقه در شبانه روز
۱	گوش کردن به رادیو	۲۵
۲	تماشای تلویزیون ایران	۱۱۸
۳	خواندن روزنامه و مجلات	۳۰
۴	خواندن کتاب درسی	۱۱۷
۵	خواندن کتاب های غیر درسی	۶۵
۶	میزان استفاده از اینترنت	۸۰
۷	میزان استفاده از موبایل	۸۱
۸	میزان تماشای برنامه های ماهواره ای	۱۲۹

بررسی مقایسه ای داده های فوق نشان می دهد که به ترتیب بالاترین میزان مصرف دانشجویان مربوط به برنامه های ماهواره ای با میانگین ۱۲۹ دقیقه در شبانه روز در رتبه اول، تماشای تلویزیون ایران با میانگین ۱۱۸ دقیقه در رتبه دوم، خواندن کتاب درسی با میانگین ۱۱۷ دقیقه در رتبه سوم، استفاده از موبایل با میانگین ۸۱ دقیقه در رتبه چهارم، استفاده از اینترنت با میانگین ۸۰ دقیقه در رتبه پنجم، خواندن کتاب های غیر درسی با میانگین ۶۵ دقیقه در رتبه ششم، خواندن روزنامه و مجلات با میانگین ۳۰ دقیقه در رتبه هفتم و سرانجام گوش کردن به رادیو با میانگین ۲۵ دقیقه در رتبه آخر قرار دارد. برای درک بهتر به ترسیم نمودار می پردازیم.

نمودار): توزیع میانگین مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی توسط دانشجویان مورد مطالعه به دقیقه



پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایپ شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

بررسی میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی

در این تحقیق همانگونه که گفته شد دانشجویان مورد مطالعه نسبت به هشت آیتم اظهار نظر نموده که هشت آیتم مطرح شده را از طریق برنامه رایانه ای spss با یکدیگر ترکیب نموده و متغیری ترکیبی تحت عنوان میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی ساخته که در ذیل به بیان آن می پردازیم.

جدول شماره ۷) توزیع فراوانی نظرات دانشجویان مورد مطالعه بر حسب میزان مصرف کالاهای رسانه

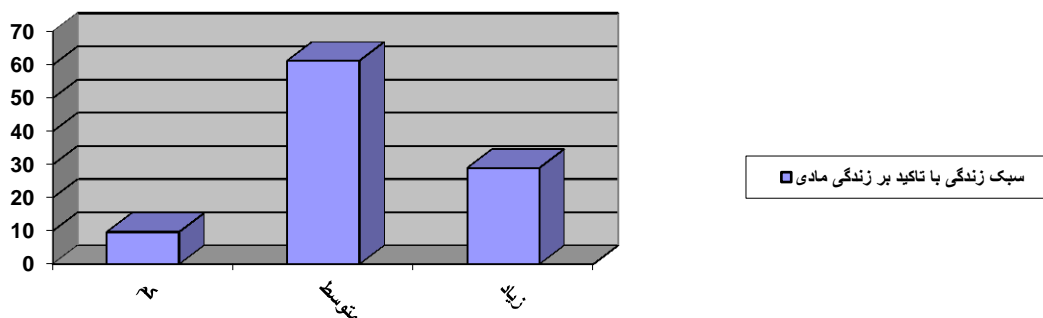
ای و فرهنگی

گزینه ها	تعداد	درصد
خیلی کم	۱۷	۵/۵
کم	۵۹	۱۹
متوسط	۱۲۰	۳۸/۷
زیاد	۶۳	۲۰/۳
خیلی زیاد	۵۱	۱۶/۵
جمع	۳۱۰	۱۰۰
میانگین	۳/۲۳	

داده های موجود در جدول فوق نشان می دهد از مجموع ۳۱۰ دانشجوی مورد مطالعه ۵/۵ درصد میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی شان در حد خیلی کم، ۱۹ درصد در حد کم، ۳۸/۷ درصد در حد متوسط، ۲۰/۳ درصد در حد زیاد و ۱۶/۵ درصد در حد خیلی زیاد بوده است. مقایسه درصدهای فوق نشان می دهد اکثریت دانشجویان مورد مطالعه (۳۸/۷ درصد) میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی شان در حد متوسط بوده و میانگین میزان مصرف آنان، ۳/۲۳ از ۵ بوده است. برای درک بهتر به ترسیم نمودار می پردازیم.

نمودار شماره ۲۴-۴) توزیع فراوانی نظرات دانشجویان مورد مطالعه بر حسب میزان مصرف کالاهای

رسانه ای و فرهنگی



پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایپ شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

نتایج تحلیلی:

در این تحقیق بر مبنای اهداف و سوالات تحقیق، دو فرضیه (۱- بین نوع سبک زندگی دانشجویان با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی رابطه وجود دارد. ۲- میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی دانشجویان بر مبنای نوع سبک زندگی آنان تغییر می کند) با عنایت به سوالات مطرح شده به تفکیک به پاسخگویی به سوالات مطرح شده می پردازیم.

فرضیه اول: بین نوع سبک زندگی دانشجویان با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی رابطه وجود دارد. با توجه به این واقعیت که متغیر مستقل این تحقیق (نوع سبک زندگی) متغیری اسمی چندگانه بوده و متغیر وابسته به واسطه ترکیبی بودن بصورت فاصله ای طراحی گردیده لذا برای شناخت رابطه بین سبک زندگی با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی از تکنیک کای اسکوئر استفاده نموده که نتایج محاسبات در جدول ذیل آمده است.

جدول شماره ۸): توزیع میزان مصرف کالاهای فرهنگی و رسانه ای توسط دانشجویان مورد مطالعه بر حسب

سبک زندگی

سبک زندگی گزینه ها	سبک زندگی فرهنگی (سنتی)		سبک زندگی مادی (مدرن)		سبک زندگی ترکیبی (مادی و مدرن)	
	۲	۲/۹	۴	۴/۲	۱۱	۷/۶
خیلی کم	۱۴	۲۰	۲۰	۲۱/۱	۲۵	۱۷/۲
کم	۲۴	۲۴/۳	۴۱	۴۳/۲	۵۵	۳۷/۹
متوسط	۱۸	۲۵/۷	۱۸	۱۸/۹	۲۷	۱۸/۶
زیاد	۱۲	۱۷/۱	۱۲	۱۲/۶	۲۷	۱۸/۶
خیلی زیاد	۷۰	۱۰۰	۹۵	۱۰۰	۱۴۵	۱۰۰
جمع						

داده های جدول فوق بیانگر میزان استفاده دانشجویان بر مبنای سه سبک زندگی مورد مطالعه از کالاهای فرهنگی مورد مطالعه می باشد برای شناخت رابطه بین این متغیرها به ترسیم جدول نتایج محاسبات آزمون کای اسکوئر می پردازیم.

جدول شماره ۹) خلاصه نتایج محاسبات رابطه نوع سبک زندگی با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی

متغیر مستقل	نام آزمون	درجه آزادی	مقدار	متغیر وابسته
سبک زندگی	کای اسکوئر	۸	۵۶/۲۴۹	۰/۰۵۲

نتایج محاسبات آزمون نشان می دهد که بین نوع سبک زندگی با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی در سطح ضریب اطمینان ۹۵ درصد رابطه وجود دارد و فرضیه مورد نظر (بین نوع سبک زندگی دانشجویان با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی آنان وجود دارد؟) تایید می گردد.

فرضیه ی دوم: نوع سبک زندگی دانشجویان باعث ایجاد تفاوت در میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی بین دانشجویان می گردد.

با توجه به ساختار متغیرهای مطرح شده برای شناخت میزان تفاوت پذیری میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی از متغیر سبک زندگی، از آزمون F استفاده می نمایم.

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پاپی شرف؛ سبب و نسبی و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

جدول شماره ۱۰): مقایسه میانگین میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی بر مبنای نوع سبک زندگی

دانشجویان

متغیرهای وابسته	میانگین	تعداد	سبک زندگی
میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی	۳/۱۴۴۷	۷۰	فرهنگی(سنتی)
	۳/۳۴۲۹	۹۵	مادی(مدرن)
	۳/۲۳۴۵	۱۴۵	ترکیبی(فرهنگی و مادی)

جدول شماره ۱۱): خلاصه محاسبات آزمون واریانس یکطرفه در مورد میزان تفاوت پذیری متغیر میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی از نوع سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار F	سطح معناداری	متغیر وابسته
بین گروهی	۱/۴۵۴۲	۲	۷۷۱	۴/۶۳۰	۰/۰۵۳	میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی
درون گروهی	۳۷۵/۷۳۶	۳۰۷	۶/۲۲۴			
جمع	۳۷۷/۲۷۷	۳۰۹	-			

با توجه به محاسبات انجام گرفته می توان گفت متغیر سبک زندگی توانسته در سطح ضریب اطمینان ۹۵ درصد باعث ایجاد تفاوت در میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی دانشجویان مورد مطالعه گردد و فرضیه مورد نظر «نوع سبک زندگی دانشجویان باعث ایجاد تفاوت در میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی بین دانشجویان می گردد.» تایید می گردد و بررسی مقایسه ای میانگین میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی نشان می دهد که دانشجویان با سبک زندگی مدرن با میانگین ۳/۳۴۲۹ از ۵ دارای بیشترین مصرف کالاهای فرهنگی و رسانه ای و در رتبه اول، دانشجویان با سبک زندگی ترکیبی با میانگین ۳/۲۳۴۵ از ۵ در رتبه دوم و سرانجام دانشجویان با سبک زندگی سنتی با میانگین ۳/۱۴۴۷ از ۵ دارای کمترین میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی می باشند.

بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق سبک زندگی بر اساس سه حالت سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی، سبک زندگی با تاکید با زندگی مادی و سبک زندگی ترکیبی (با تاکید بر زندگی فرهنگی و مادی) مورد مطالعه و سنجش قرار گرفته و برای شناخت گرایش دانشجویان به سبک زندگی مادی دوازده گویه در نظر گرفته که با استفاده از برنامه رایانه ای SPSS، گویه های مطرح شده را با یکدیگر ترکیب نموده و متغیری ترکیبی تحت عنوان سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی ساخته و اکثریت دانشجویان مورد مطالعه (۶۱/۳ درصد) نسبت به بکارگیری سبک زندگی با تاکید بر زندگی مادی به گزینه ی متوسط پاسخ داده و میانگین میزان عمل آنان نسبت به سبک زندگی مادی(مدرن)، ۲/۱۹ از ۳ می باشد. همچنین برای شناخت گرایش دانشجویان به سبک زندگی فرهنگی(سنتی) چهارده گویه در نظر گرفته که با استفاده از برنامه رایانه ای SPSS، گویه های مطرح شده را با یکدیگر ترکیب نموده و متغیری ترکیبی تحت عنوان سبک زندگی با تاکید بر زندگی فرهنگی(سنتی) ساخته که اکثریت دانشجویان مورد مطالعه

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایپ شرف؛ سیم و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

(۵۰ درصد) نسبت به عمل به سبک زندگی فرهنگی (سنتی) به گزینه ی متوسط پاسخ داده اند و میانگین میزان عمل آنان به سبک زندگی فرهنگی (سنتی)، ۲/۰۲ از ۳ می باشد. همچنین برای اینکه بتوانیم سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه را مشخص نماییم از تکنیک Crosstabs و قرار دادن داده ها در ماتریس، به تعیین سبک زندگی دانشجویان مورد مطالعه پرداخته و نتایج یافته ها نشان می دهد از مجموع ۳۱۰ دانشجوی مورد مطالعه ۲۲/۶ درصد دارای سبک زندگی فرهنگی (سنتی)، ۳۰/۶ درصد دارای سبک زندگی مادی (مدرن) و ۴۶/۸ درصد دارای سبک زندگی ترکیبی (سبک زندگی فرهنگی یا سنتی و مادی یا مدرن) می باشند و مقایسه درصدها نشان می دهد اکثریت دانشجویان مورد مطالعه ۴۶/۸ درصد دارای سبک زندگی ترکیبی (سبک زندگی فرهنگی یا سنتی و مادی یا مدرن) بوده اند.

بررسی مقایسه ای میانگین میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی نشان می دهد بیشترین میزان مصرف دانشجویان مربوط به برنامه های ماهواره ای با میانگین ۱۲۹ دقیقه در شبانه روز و کمترین میزان مصرف مربوط به کالای رسانه ای رادیو با میانگین ۲۵ دقیقه در شبانه روز می باشد. در مجموع ۵/۵ درصد دانشجویان میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی شان در حد خیلی کم، ۱۹ درصد در حد کم، ۳۸/۷ درصد در حد متوسط، ۲۰/۳ درصد در حد زیاد و ۱۶/۵ درصد در حد خیلی زیاد بوده است و نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که دو فرضیه ی تحقیق (۱- بین نوع سبک زندگی دانشجویان با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی رابطه وجود دارد. ۲- میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی دانشجویان بر مبنای نوع سبک زندگی آنان تغییر می کند) در سطح ضریب اطمینان ۹۵ درصد تایید می گردد لذا می توان گفت که سبک زندگی دانشجویان با میزان مصرف کالاهای فرهنگی و رسانه ای رابطه وجود داشته و همچنین سبک زندگی باعث ایجاد تفاوت در میزان مصرف کالاهای فرهنگی و رسانه ای توسط دانشجویان مورد مطالعه گردیده است بنابراین می توان نتیجه گیری نمود که سبک زندگی در زندگی افراد و به طور اخص بر مبنای محاسبات انجام گرفته در میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی دانشجویان موثر می باشد.

ارائه پیشنهادات:

- ۱- با توجه به میانگین بالای میزان تماشای شبکه های ماهواره ای توسط دانشجویان (۱۲۹ دقیقه در شبانه روز)؛ این میزان مصرف بسیار قابل تامل بوده لذا پیشنهاد می گردد که برنامه ریزان و مسئولان فرهنگی نسبت به علل این میزان مصرف تحقیق و بررسی نمایند تا ضمن تغییر میزان مصرف؛ بستر و زمینه را برای هدایت بیشتر دانشجویان به عدم تماشای شبکه های ماهواره ای و افزایش میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی وطنی (ساخت ایران) فراهم گردد.
- ۲- با توجه به وجود رابطه معنادار بین نوع سبک زندگی با میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی، پیشنهاد می گردد که مسئولین و برنامه ریزان نسبت به هدایت دانشجویان به عمل به سبک زندگی متناسب با ارزش های جامعه و نظام اسلامی اقدام نمایند تا از فرایند این رابطه؛ استفاده مطلوب و مناسب صورت گیرد.
- ۳- با توجه به تفاوت پذیری میزان مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی از نوع سبک زندگی و بالاتر بودن میانگین میزان مصرف دانشجویان با سبک زندگی مادی از کالاهای رسانه ای و فرهنگی؛ پیشنهاد می گردد که مسئولین و برنامه ریزان فرهنگی نسبت به هدایت دانشجویان با سبک های زندگی مختلف به مصرف کالاهای رسانه ای و فرهنگی متناسب با ارزش های اسلامی اقدام نمایند تا نسبت به موفقیت جامعه اسلامی در تربیت دینی دانشجویان، اطمینان بیشتری حاصل گردد.

پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی شرف؛ الگوی پایپ شرف؛ بیست و نهم و سی ام اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

منابع

- ۱- ابادری، یوسف. و چاوشیان(۱۳۸۱) «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی».
- ۲- آرون، ریمون. (۱۳۷۷) مراحل اساسی اندیشه در جامعه شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- ۳- توسلی، غلامحسین (۱۳۸۳) «تحلیلی از اندیشه پیر بوردیو درباره فضای منازعه آمیز» نامه علم اجتماعی.
- ۴- چاوشیان، حسین. (۱۳۸۱) «سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب های ذوقی به عنوان تمایز و تشابه اجتماعی در دوره مدینه متاخر» رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی.
- ۵- برمن، مینز. (۱۳۷۹) تجربه مدرنیته، ترجمه مراد فرهادپور، تهران: طرح نو.
- ۶- فاضلی، نعمت... (۱۳۸۵) «انقلاب سبک زندگی و جوانان»، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی.
- ۷- احمدوند، افشین شیوه زندگی روانشناسی امروز.
- ۸- طاهری. ابوالقاسم، «روش تحقیق در علوم سیاسی»، تهران، قومس، چاپ اول، ۱۳۸۱
- ۹- یوسف زاده، صدیقه، بررسی تغذیه، سبک زندگی و ورزش در زنان یائسه شهرستان سبزوار، مجله اسرار. مجله دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی سبزوار، شماره ۲۵.
- ۱۰- ایگلتون، ت. (۱۳۸۱) درآمدی بر ایدئولوژی، ترجمه اکبر معصوم بیگی، نشر پیام.
- ۱۱- باکاک، ر. (۱۳۸۱) مصرف، ترجمه خسرو صبوری. نشر مردنیز.
- ۱۲- بوردیو، پ. (۱۳۸۰) نظریه کنش؛ دلایل علمی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیها.
- ۱۳- فاضلی، م. (۱۳۸۲) مصرف و سبک زندگی قم: صبح صادق.
- ۱۴- فرجی، م و حمیدی، ن. (۱۳۸۴) نگرش زنان به انواع پوشش های رایج.
- ۱۵- گیدنز، آ. (۱۳۷۸) تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان.
- ۱۶- بیرو، آلن. (۱۳۶۷). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه دکتر باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.