

## تأثیر ارزش‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان، با تأکید بر فرهنگ و قومیت لر (مطالعه موردی: شهر یاسوج)

عبدالرضا ادهمی<sup>۱</sup> \* نعمت شجاعی<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف از این مقاله، بررسی تأثیر ارزش‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان ۱۸-۳۰ سال شهر یاسوج و پاسخ به این سؤال است که جوانان یاسوجی چه ارزش‌های اجتماعی و نیز چه سبکی از زندگی را برای خود برگزیده‌اند و ارزش‌های اجتماعی (مادی، التقاطی و فرامادی) تا چه اندازه بر سبک زندگی جوانان تأثیرگذار است. جامعه آماری، جوانان شهر یاسوج بودند که از طریق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر از آنان به‌عنوان نمونه به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. نتایج نشان داد: ارزش‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان تأثیرگذار است و هر قدر ارزش‌های فرامادی جوانان افزایش یابد، سبک زندگی آنها مدرن‌تر می‌شود و بیشتر به سمت مدرنیته پیش می‌روند. جوانان به واسطه قرار گرفتن در شرایط جهانی شدن، با سبک‌های مختلفی از زندگی روبرو هستند و هر چه سبک زندگی افراد در جامعه امروزی مدرن‌تر باشد، از میزان هویت قومی افراد کاسته می‌شود. از این رو باید به تقویت ارزش‌های اجتماعی توجه ویژه‌ای مبذول شود.

**واژگان کلیدی:** سبک زندگی، ارزش‌های اجتماعی، جوانان، ارزش‌های فرامادی، ارزش‌های مادی و شهر یاسوج

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال پنجم • شماره بیستم • پاییز ۹۵ • صص ۱۰۶-۸۵

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱/۲۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۵/۵/۲۰

۱. استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال (adhamiab@yahoo.com)  
۲. کارشناس ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، نویسنده مسئول (nemat.shojaei@ymail.com)

## مقدمه

ارزش‌ها معیارهایی هستند که افراد درباره کنش‌های خود و کنش‌های دیگران با مقایسه از طریق آن قضاوت می‌کنند. ارزش‌ها تصورات و اندیشه‌هایی هستند که مشخص می‌کنند چه چیزی مهم، ارزشمند، مطلوب و پسندیده است. این تصورات انتزاعی، یا ارزش‌ها، به آدمیان در تعامل با دنیای اجتماعی معنا داده و آن را هدایت می‌کنند. ارزش‌ها مثل قانون طلایی باعث آهنگین شدن روابط انسان‌ها می‌شود (نجفی‌پور، ۱۳۸۶). ارزش‌ها به‌عنوان یکی از اجزای اصلی فرهنگ (چلبی، ۱۳۷۵) و نظام شخصیتی افراد، بر الگوهای رفتاری و فکری، رفتارها و ترجیحات سیاسی و اجتماعی تأثیر بسیار مهمی دارد. پی بردن به نظام ارزشی جامعه، مارا با عناصر فرهنگی آن جامعه که سوق‌دهنده کنش و رفتار افراد است، آشنا می‌کند.

ارزش‌ها، الگوی رفتاری عینی - ذهنی به نسبت پایداری هستند که مطلوب بودن آنها از سوی افراد جامعه برای مدت زمان معینی پذیرفته شده و به مثابه راهنمای اعمال انسان عمل می‌کنند (زاهدانی و مساوات، ۱۳۹۱: ۳۱). هر فرهنگی، الگوهای رفتاری منحصر به خود را دارد که برای مردمی که از زمینه‌های فرهنگی دیگری هستند، بیگانه می‌نماید. تقریباً هر فعالیت آشنایی، اگر به جای آنکه به‌عنوان جزئی از کل شیوه زندگی یک قوم در نظر گرفته شود و خارج از زمینه‌های خاص خود توصیف شود، عجیب به نظر می‌رسد. ارزش‌ها معیارهایی هستند که به فرهنگ و هنجارهای اجتماعی جامعه معنا می‌بخشد (Ruger & Nora, 2014) و پایه و اساس بینش و کنش انسان‌ها قرار می‌گیرند. از سویی ترجیحات و سوگیری‌های ارزشی، یکی از مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های جهت‌های رفتاری اعضای یک جامعه هستند. از آنجا که هر جامعه‌ای بر پایه اقتضائات خویش، ارزش‌های خاص خود را دارد و بر اثر گذر زمان این ارزش‌ها نیز تغییر خواهند کرد، با عنایت به عناصر زمان و مکان افراد با ارزش‌های متفاوت روبرو هستند. دهه‌های اخیر، با تغییر ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران، در نتیجه بهبود شاخص‌هایی همچون صنعتی شدن،

افزایش میزان شهرنشینی، افزایش میزان تحرک اجتماعی و مهاجرت، جوانی جمعیت، توسعه شبکه حمل و نقل عمومی، توسعه وسایل ارتباط جمعی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و توسعه نهادهای اجتماعی جدید مانند آموزش و پرورش و دانشگاه، زمینه مساعدی برای بروز تغییراتی در ارزش‌ها و نگرش‌های افراد به وجود آورده است. از سوی دیگر سبک زندگی بیشتر موضوعی فرهنگی است که به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه برمی‌گردد و دگرگونی در این مؤلفه‌های فرهنگی موجب می‌شود رفتارهای اعضای جامعه نیز به دنبال آن دچار دگرگونی شوند (خواجانه‌نوری و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۱). سبک زندگی بخشی از زندگی است که در عمل در حال تحقق یافتن است (Guoxin, et al., 2012) و دربردارنده طیف کامل فعالیت‌هایی است که افراد در زندگی روزمره انجام می‌دهند. همچنین خصایصی نظیر داشتن سبک زندگی (تمایزبخش، شکل خاص، کیفیت برجسته، مکان یا شخص خاص) درباره آنها صدق می‌کند (رضوی زاده، ۱۳۸۶: ۴۱).

در مورد سبک زندگی در ایران، به‌ویژه در دوره پس از انقلاب اسلامی، می‌توان گفت: جامعه ایرانی نیز به لحاظ فرهنگی و اجتماعی بسیار متنوع و متکثر است و در دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی، این تنوعات، پیچیدگی به خود گرفته است. در واقع با پایان یافتن جنگ تحمیلی، کم‌کم شاهد تأثیر پذیری بیشتر مردم از جریان‌های جهانی و تحولات بین‌المللی بوده‌ایم و این امر به تدریج بر سبک زندگی مردم نفوذ کرده و سبب ظهور جامعه‌ای به شیوه‌های زندگی جدید شده است. باینگانی و همکاران (۱۳۹۲: ۵۹) گزارش کردند: فرهنگی جدید در حال شکل‌گیری است که حق انتخاب فراوانی به افراد می‌دهد و آنها را تنوع‌طلب به بار می‌آورد. سبک زندگی در حال حاضر به‌عنوان یک الگوی کنش می‌تواند در شناسایی و شناخت هویت افراد و گروه‌های متفاوت اجتماعی از یکدیگر مورد استفاده قرار گیرد. نکته قابل تأمل این است که مفهوم سبک زندگی به معنای امروزی، پدیده‌ای متعلق به جهان معاصر است. با ظهور مدرنیته و پیامدهای حاصل از آن همچون پدیده شهرنشینی، عمومیت آموزش و پرورش، صنعتی شدن و... می‌توان گفت که آداب و رسوم و شیوه زندگی افراد سنتی تغییرات اساسی به وجود آمده است. ضرورت پرداختن به این مقوله، زمانی نمایان می‌شود که بدانیم سبک زندگی، یک ابزار نرم و فرهنگی برای مدیریت اجتماعی محسوب می‌شود و در صورتی که دانش آن به درستی تدوین شود، بسیاری از ابزارهای سخت مدیریت اجتماعی دیگر لازم نخواهد بود و حتی

جای بسیاری از منازعات سخت را در تاریخ پر خواهد کرد. سبک زندگی راه شناخت هویت خودی از بیگانه است. سبک زندگی هر فرد، موقعیت او را در جامعه برای دیگران مشخص می‌کند. سبک زندگی صرفاً جنبه نمادی ندارد و خود نیز اصالت دارد. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد: سبک‌های زندگی بر رفاه و بهزیستی افراد تأثیر گذار است و از طریق سبک‌های زندگی افراد توانایی‌های خود را ارتقا می‌بخشد (خواجه‌نوری و سرورش، ۱۳۹۳). همچنین می‌توان این نکته را بیان کرد که توجه به کیفیت زندگی، معیاری به مدیران اجتماعی و سیاسی ارائه می‌دهد تا به وسیله آن بتوانند سبک‌های زندگی مختلف جامعه خود را شناخته و نحوه مواجهه با ساختار کلی جامعه‌ای که تحت اختیارشان هست، دریابند. آشنایی و حساس شدن به مفهوم سبک زندگی به دولت‌ها و حکومت‌ها کمک می‌کند تا در راه مطلوب کردن شرایط عینی زندگی و واقعیت‌ها گام بردارند و به فرد نیز امکان می‌دهد که در قلمرو نفوذ خویش، مدیریت کیفیت زندگی خویش را در دست بگیرد. در این میان شهر یاسوج دارای ویژگی‌های قابل توجهی از نظر ساختار سنتی است. این ساختار با گسترش شهرنشینی و مهاجرت ساکنان مناطق عشایری و روستایی به مناطق شهری دوران گذار به شرایط نوین را سپری می‌نماید. به لحاظ فرهنگی، شهر یاسوج نمودی از درهم آمیختگی ویژگی‌های شهری و ارتباطات سنتی است. در این شهر هنوز پیوندهای طایفه‌ای وجود دارد و در بیشتر رفتارهای اجتماعی نقش تعیین کننده‌ای دارند. با وجود گسترش ویژگی‌های زندگی نوین، اعم از صنعت، نهادها و مناسبات گوناگون ویژگی سنتی همچنان در چگونگی رفتارها، دسته‌بندی و تعاملات اجتماعی نقش دارند (میرفردی، ۱۳۸۹: ۱۰۵). این پژوهش درصدد است به این مهم پردازد که در شهر یاسوج به‌عنوان یکی از اقوام لر در ایران، جوانان از کدام الگوی ارزشی پیروی می‌کنند و بیشتر چه سبک زندگی را برگزیده‌اند و آیا ارزش‌های اجتماعی جوانان بر سبک زندگی آنان اثر گذار است.

## ۱. پیشینه پژوهش

- کلاتری و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی تفاوت‌های مصرف فرهنگی و الگوهای مصرف فرهنگی برحسب سطوح مختلف تحصیلات در میان شهروندان تهرانی پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد: بین سطوح مختلف تحصیلات و میزان استفاده از محصولات فرهنگی تفاوت معناداری وجود دارد.

- نصرتی و ذوالفقاری (۱۳۹۱) در پژوهشی گزارشی کردند که سبک‌های زندگی در دوران مدرن شکل‌دهنده هویت شخصی و اجتماعی افراد هستند. یافته‌های این پژوهش نشان از ارتباط بین میزان دینداری و سبک‌های زندگی مدرن، سنتی و ترکیبی دارد.

- خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی گزارشی کردند که سبک زندگی و مدیریت بدن از مفاهیم مهم جامعه‌شناسی معاصر است و سعی کردند در پژوهشی به رابطه این دو مفهوم بپردازند.

- دلخوش و احمدی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «محتوا و ساختار ارزش‌ها در نوجوانان ایرانی» در پی کشف روابط معنایی و ساختاری ارزش‌ها در نوجوانان ایرانی بودند.

- رفعت‌جاه (۱۳۹۰) بر این باور است که یکی از عرصه‌های مهمی که در مطالعات اجتماعی برای شناخت تحولات ارزشی و نگرشی و سبک‌های جدید زندگی مورد توجه قرار می‌گیرد، عرصه فراغت است، چراکه به سبب در برداشتن الزامات کمتر و آزادی عمل بیشتر، می‌تواند ارزش‌ها و نگرش‌ها و ذائقه‌های فرهنگی را بازنمایی کند. وی در پژوهشی به مطالعه الگوهای فراغت دانشجویان غیرتهرانی و شناخت مسائل و مشکلات اوقات فراغت آنان پرداخت. همچنین شیوه گذران اوقات فراغت دانشجویان با برداشت آنان از فراغت، ارزش‌ها و نگرش‌ها، سبک زندگی، میزان پایبندی دینی و میزان برنامه‌ریزی آنها برای فراغت ارتباط داشت.

- شهبایی و ربانی (۱۳۸۸) در پژوهشی به منظور شناسایی مهم‌ترین ارزش‌های اجتماعی جوانان روستایی و عوامل مؤثر بر آن جوانان ۳۰-۱۸ سال روستایی را مورد مطالعه قرار دادند.

- شالچی (۱۳۸۶) در پژوهشی به بررسی سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ منطقه ۳ تهران پرداخت. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد: 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.

- حمیدی و فرجی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران» به توصیف نوع پوشش زنان در محیط‌های اجتماعی گوناگون و برخی مؤلفه‌های زندگی آنان، نظیر میزان و انواع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی پرداخته‌اند.
- در پژوهش ربانی خوراسگانی و صفایی‌نژاد (۱۳۸۴) با عنوان «فاصله نسلی با تأکید بر وضعیت دینداری و ارزش‌های اجتماعی مطالعه موردی شهر دهمدشت در سال ۱۳۸۲» به شیوه پیمایش و از طریق مصاحبه ساختمند و با هدف پی بردن به پیامدها و آثار تغییرات اجتماعی فرهنگی بر فاصله نسلی مورد مطالعه قرار دادند.
- فردرو (۱۳۷۸) در تحقیقی در یکی از مناطق شهر تهران دریافت که بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی و مصرف کالاهای فرهنگی رابطه همبستگی معناداری وجود دارد.
- ریست<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) بر اساس نتایج پژوهش خود گزارش کرد: در مطالعات غربی به مدیریت بدن چندان توجه نشده است، چراکه توجه به بدن به عنوان یک رسانه و همچنین، عامل زیبایی به شکل امروزی آن مرتبط با خود فرهنگشان است و از خارج نظام فرهنگی وارد نشده است، اما در کشورها و جوامع در حال توسعه و کشورهای جهان سوم این پدیده مانند بسیاری از مفاهیم دیگر وارداتی است. نتایج پژوهش نشان داد: کسانی که بیشتر به ورزش و موسیقی‌های جدید غربی روی می‌آورند، بیشتر به بدن و مدیریت آن توجه دارند.
- نتایج پژوهش اینگلهارت و همکاران (۲۰۰۸) با عنوان «تغییر ارزش‌ها در میان عموم مردم غرب از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۶» نشان داد که ارزش‌ها در بین مردم کشورهای غربی تغییر کرده است.
- شوارتز و باردی (۲۰۰۱) در پژوهشی با عنوان «سلسله‌مراتب ارزش‌ها در میان فرهنگ‌های مختلف» شباهت‌های ساختار ارزشی ۱۳ کشور را بررسی و تشریح کرده‌اند. شوارتز متذکر می‌شود که یکسانی سلسله‌مراتب ارزشی در همه فرهنگ‌های مورد مطالعه می‌تواند به عنوان کارکرد تطبیقی ارزش‌ها در برخورد با سه نیاز اساسی کارکرد اجتماعی (روابط همیاری و حمایتی اولیه، انجام امور مولد و نوآورانه و برآورده کردن نیازها و خواسته‌های شخصی) محسوب شود.
- لئوبی (۱۳۸۰) در تحقیقی در مورد سبک‌های زندگی جوانان در انگلستان، نتیجه گرفت که پیوند عمیقی میان زمینه طبقه اجتماعی و فرصت‌های زندگی (و بنابراین سبک

زندگی) جوانان وجود دارد و رابطه همبستگی بین طبقه اجتماعی والدین پاسخگو و مسیرهای شغلی - آموزشی از نظر آماری معنادار است.

با توجه به پژوهش‌های انجام‌شده، می‌توان گفت که اکثر مطالعات انجام‌شده از نوع کمی و اکثراً با روش پیمایش انجام شده بود. در برخی از مطالعات تنها ارزش‌ها، آن هم در قالب ارزش‌های ده گانه آلپورت مورد بررسی قرار گرفته‌اند. اما برخی از مطالعات همچون ربانی خوراسگانی و صفایی‌نژاد (۱۳۸۴) نیز بر اساس نظریه اینگلههارت به سنجش ارزش‌ها پرداخته‌اند. نزدیک‌ترین مطالعه در ایران پژوهش شهابی و ربانی (۱۳۸۸) پیرامون سنجش ارزش‌های اجتماعی در جوانان روستایی بوده است. اکثر مطالعات جامعه ۱۸ تا ۳۰ سال را به‌عنوان قشر جوان مطرح کرده‌اند (شهابی و ربانی، ۱۳۸۸) که در این پژوهش نیز همین فاصله سنی به‌عنوان قشر جوان مورد مطالعه قرار گرفتند و در بسیاری از مطالعات نیز تنها به سنجش سبک زندگی در جوانان پرداخته‌اند (شالچی، ۱۳۸۶). آنچه ماحصل مطالعات نشان می‌دهد، این است که تاکنون اثر ارزش‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان مورد مطالعه قرار نگرفته و این پژوهش قصد دارد تا بدان بپردازد و از این رو این مهم، پژوهش حاضر را واجد نوآوری کرده است.

## ۲. نظریات سبک زندگی و ارزش‌های اجتماعی

### ۲-۱. سبک زندگی

مفهوم سبک زندگی اولین بار در سال ۱۹۲۹ میلادی توسط آلفرد آدلر، روان‌شناس اجتماعی، مطرح شد و پس از یک دوره افول، مجدد از سال ۱۹۶۱ مورد اقبال اندیشمندان به‌خصوص جامعه‌شناسان قرار گرفت. آدلر سبک زندگی را کلیت بی‌همتای فردی زندگی که همه فرایندهای عمومی زندگی ذیل آن قرار دارند، تعریف کرده است. به باور او، سبک زندگی طرح و دریافتی اجمالی است از جهان (الفت و سالمی، ۱۳۹۱). در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و مفهوم‌سازی وجود دارد، یکی مربوط به دهه ۱۹۲۰ که سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به‌عنوان شاخص تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است (Chapin, 1995; Chapman, 1935) و دوم به‌عنوان شکل اجتماعی نوینی که تنها در متن تغییرات مدرنیته و رشد فرهنگ

مصرف گرایی معنا می‌یابد (گیدنز، ۱۹۹۱؛ بوردیو، ۱۹۸۴؛ فدرستون، ۱۹۸۷ و ۱۹۹۱؛ لاش و یوری، ۱۹۸۷) و در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روز به روز افزایش می‌یابد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۳۶). اندیشمندان در حوزه‌های مختلف، تعابیر و تعاریف متعددی از سبک زندگی ارائه کرده‌اند که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره می‌شود.

فرهنگ علوم اجتماعی سبک زندگی را به نوع زندگی یا نوع معیشت ترجمه کرده که منظور چگونگی جریان حیات و شیوه زندگی انسان‌ها به صورت فردی و گروهی است و چگونگی استفاده از درآمد، طول زمان کار، شیوه لباس پوشیدن، تغذیه، نحوه آرایش، محل سکونت، رفتارهای دینی و فرهنگی و... را شامل می‌شود (بیرو، ۱۳۸۰: ۱۲۰). گیدنز (۱۳۸۲) سبک زندگی را مجموعه‌ای به نسبت منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره خود می‌داند که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌هاست و بر همین اساس از نوعی وحدت برخوردار است.

سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات ویژه هستند. در سبک زندگی ترجیحات افراد، تجسم می‌یابد، به صورت عمل درمی‌آید و قابل مشاهده است. بوردیو درباره شکل‌گیری سبک‌های زندگی نظریه‌ای منسجم ارائه داده است. مطابق مدلی که او ارائه کرده است، شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود و منش دو دسته نظام است. نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناخت‌ها (قریحه‌ها). نتیجه نهایی تعامل این دو نظام سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمالی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاص هستند. همچنین سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات افراد است که به صورت عمل درآمد و قابل مشاهده هستند. الگویی غیرتصادفی که ماهیت طبقاتی دارد. او با نشان دادن اینکه سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی و الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی هستند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و باز تولید آن را تحلیل کرد. عمده‌ترین میراث اندیشه بوردیو برای

- 
1. Featherston
  2. Lash & Urry



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 فرایح و مصرف فرهنگی است (فاضلی، ۱۳۸۲).

بورديو سبک زندگی را نتیجه قابل رؤیتی از ابراز عادت می‌داند. از نظر او، همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده است، مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی او هستند. فیدرستون بدن، لباس، نحوه صحبت کردن، فعالیت‌های فراغتی، ترجیحات خوراکی و نوشیدنی، خانه، اتومبیل، انتخاب مقصد گذران تعطیلات و نظایر اینها را شاخص‌های فردیت ذائقه و سبک مورد علاقه مصرف‌کننده می‌دانست (شهابی، ۱۳۸۶). وبر واژه سبک زندگی را جهت اشاره به شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت بودند، به کار گرفت (تأمین، ۱۳۸۳: ۹۶). وبر در تحلیلی چند بعدی به سه مفهوم سبک زندگی یا سبک‌مند شدن زندگی، تدبیر زندگی و بخت زندگی اشاره می‌کند. وی خصیصه اصلی سبک زندگی را انتخابی بودن آن می‌داند که محدود به برخی مضایق ساختاری است و این محدودیت‌ها اقتصادی و اجتماعی هستند. وبر کارکرد دوگانه‌ای برای سبک زندگی قائل است. از یک طرف موجب تفاوت بین گروهی می‌شود و به برتری‌های منزلتی و طبقاتی مشروعیت می‌بخشد و از سوی دیگر موجب انسجام بخشیدن درون گروهی می‌شود. به نظر او، سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۷). به باور وبر، سبک زندگی عبارت از روش‌هایی است که طبقات و گروه‌های هم‌رتبه از نوعی از زندگی پدید می‌آورند و شامل الگوهای فرهنگی رفتار و مجموعه‌ای از باورهاست. سبک زندگی روشی از نگاه به زندگی است که تجربیات اجتماعی ویژه خود و روابطش را با دیگر گروه‌های اجتماعی بیان می‌کند (الفت و سالمی، ۱۳۹۱).

لسلی<sup>۱</sup> معتقد است: سبک زندگی رفتارهایی است که با قشربندی حیثیتی و اعتباری مرتبطند. سبک زندگی فقط آنچه یک فرد از آن موارد دارد نیست، بلکه چگونگی نمایش آنها از سوی فرد است. هم الگوهای مصرف را شامل می‌شود و هم قدرتی که از این ناحیه

کسب می‌شود (همان). لیزر<sup>۱</sup> معتقد است: سبک زندگی طرز مشخص یا متمایز زندگی کردن گروهی از مردم است. نظامی است که از تأثیر فرهنگ (ارزش‌ها، منابع، نمادها و قوانین) بر نیروهای زندگی در گروه شکل می‌گیرد. الگوی رفتاری گروهی که در خریدهای مصرف‌کننده انبوه و روش‌های مصرفی انعکاس یافته است.

## ۲-۲. ارزش‌های اجتماعی

ارزش‌هایی که بیانگر الگوهای کلی رفتار و هنجارهای کرداری که مورد پذیرش اعضای جامعه بوده، اعضای جامعه در برابر آنها به وفاق رسیده‌اند و حیات اجتماعی خود را با آنها می‌گذرانند، ارزش‌های اجتماعی هستند (شهبابی و ربانی، ۱۳۸۸). در اصطلاح جامعه‌شناسی، ارزش اجتماعی عبارت از چیزی است که موضوع پذیرش همگان است. ارزش اجتماعی واقعیت‌ها و اموری را تشکیل می‌دهد که مطلوبیت دارند و مورد خواست و آرزوی اکثریت افراد جامعه است (Ruger & Nora, 2014). ارزش اجتماعی یکی از مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی است و جامعه‌شناسان درباره آن، نظریه‌های گوناگونی عنوان کرده‌اند. آگ برن و نیم‌کف<sup>۲</sup> می‌گویند: ارزش اجتماعی واقعه یا امری است که مورد اعتنای جامعه قرار دارد. ارزش اجتماعی، انگیزه‌گرایی‌های اجتماعی می‌شود و گرایش‌های اجتماعی تمایلاتی کلی هستند که در فرد به وجود می‌آیند و ادراکات، عواطف و افعال او را در جهت‌های معینی به جریان می‌اندازند. این گرایش بر حسب شخصیت افراد متفاوت است و به صورت شخصیت‌های قدرت‌گرا، دانش‌گرا، احترام‌گرا و غیره تجلی می‌کند.

ژان کازنو<sup>۳</sup> می‌نویسد: عقاید، هنجارها، شناسایی‌ها، فنون و اشیای مادی که افکار و گرایش‌ها در پیرامون آن شکل گرفته و به تجربه رسیده‌اند، ارزش‌های اجتماعی یک گروه را تشکیل می‌دهند. ارزش اجتماعی به‌عنوان پدیده برتر در فرد و به‌عنوان چیزی بدیهی و مطلق که عالی‌تر کردن آن ممکن ولی انکار آن ناممکن است به افراد تحمیل می‌شود. ارزش اجتماعی شامل همه چیزهای مطلوب یا نامطلوبی است که مورد علاقه انسان است، هر امری مادی یا معنوی که در جامعه دارای قدر و قیمت باشد و نیازهای مادی و معنوی

- 
1. Lazer
  2. Ogbrn & Nimkoff
  3. Jean Cazneuve

انسان را برآورده کند، یا هر چیز گرانبها و سودمندی، از جمله ارزش‌های اجتماعی است. وقتی به کودک یاد می‌دهیم به بزرگ‌تر از خود احترام بگذارد و به او سلام کند، حرف پدر و مادر را گوش کند و به آنها احترام و اطاعت کند، در واقع ارزش‌های اجتماعی را در ذهن او جای می‌دهیم (احدی و بیگلو، ۱۳۸۲: ۳۶). ماگ دو گال و لاسول معتقدند: افراد برای رسیدن به هدف (ارزش‌های اجتماعی) از وسایل موجود بهره می‌گیرند. اما شکل و زمان ارضای خواست‌ها تنها در چارچوب فرهنگ و سازمان اجتماعی و شرایط و محدودیت‌هایی که در جامعه وجود دارد صورت می‌گیرد. انسان برای دستیابی به ارزش اجتماعی از منابع موجود استفاده می‌کند و این استفاده در جهت و از طریق نهادهای اجتماعی انجام می‌پذیرد (Ruger & Nora, 2014). روکیچ<sup>۲</sup> (۱۹۷۶) عوامل شکل‌دهنده نظام ارزشی افراد را به قرار زیر بیان می‌کند: تشابهات فرهنگ، نظام اجتماعی، کاست و طبقه، جنس، شغل، تحصیل، مذهب، تربیت و تمایلات سیاسی. وی بروز تغییرات در نظام ارزشی افراد را ناشی از تأثیرات دو دسته عوامل شخصیتی و عوامل فرهنگی و نهادهای اجتماعی می‌داند.

### ۳. چارچوب مفهومی

بر اساس مرور مبانی نظری می‌توان دیدگاه‌های مطرح در این پژوهش را مرتبط با نظریات گیدنز دانست. گیدنز منشأ دگرگونی و از جمله تغییر ارزش‌ها را تضاد بین سنت و مدرنیته و به تبع آن تقابل بین اختیار و خطرپذیری می‌بیند و با تغییر ارزش‌ها، پیرو آن سبک زندگی نیز تغییر می‌کند. اصلی‌ترین مضمون مورد توجه گیدنز، دگرگونی‌های فرهنگی - اجتماعی در دهه اخیر مدرنیته است (گیدنز، ۱۳۸۰: ۳۲). آرای گیدنز جمع‌بندی مناسبی برای مباحث نظری ما فراهم می‌سازد، چرا که در تعبیری که وی از دگرگونی اجتماعی دارد، سبک‌های زندگی از نشانه‌های مهم روابط در حال تغییر فردیت و اجتماع به شمار می‌رود. در نهایت می‌توان استنتاج کرد که آگاه بودن از اهمیت هنجاری و معناهای نمادی به مثابه تابعی از تغییرات ارزشی در دهه اخیر مدرنیته است و نیز هم به ارزش‌ها و سبک زندگی اشاره کرده است و هم تغییر سبک زندگی در اثر تغییر ارزش‌ها.

در این پژوهش به منظور سنجش ارزش‌ها ارزش‌های مادی و فرامادی اینگلهارت مد

---

1. Daugal & Lasswell

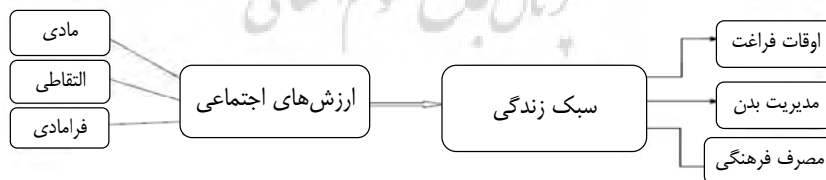
2. Rokeach

نظر است. اینگلهارت معتقد است: ارزش‌های مادی مبتنی بر نیازهای زیستی و امنیتی فرد هستند و به طور مستقیم با حیات طبیعی او ارتباط دارند و در مقابل ارزش‌های فرامادی که در جهت ارضای نیازهای فرازیستی انسان هستند. جهت‌سنجش اولویت ارزشی پاسخگویان از منظر خواسته‌های مادی و فرامادی با شاخص‌سازی اینگلهارت دوازده‌سنجه ارزشی در نظر گرفته شده است؛ به طوری که شش‌گویه متعلق به ارزش‌های مادی هستند و بقیه ارزش‌های فرامادی را می‌سنجند. شش مؤلفه‌ای که ارزش‌های مادی را شامل می‌شوند عبارتند از: حفظ نظم در کشور، مبارزه علیه افزایش قیمت‌ها، حفظ آهنگ سریع رشد اقتصادی، اطمینان از اینکه کشور نیروی دفاعی نیرومندی دارد، حفظ اقتصاد با ثبات و مبارزه با تبهکاری.

از لحاظ نظری، کسانی بیشترین اولویت را به این ارزش‌ها می‌دهند که در طول سال‌های شکل‌گیری شخصیتشان با عدم امنیت اقتصادی و جانی مواجه شده باشند (معدنی و خسروانی، ۱۳۹۰: ۱۲۹). شش مؤلفه‌ای که برای ارزش‌های فرامادی در نظر گرفته‌اند، عبارتند از: اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های دولت، دفاع از آزادی بیان، اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار و اجتماعشان، کوشش در جهت زیباتر سازی شهرها، حرکت به سوی جامعه‌ای دوستانه‌تر و انسانی‌تر و حرکت به سوی جامعه‌ای که ارزش‌اندیشه‌ها در آن بیش از پول است.

از لحاظ نظری کسانی بیشترین اولویت را به این دسته از ارزش‌ها می‌دهند که تحت اوضاع نسبتاً امنی پرورش یافته باشند. بنا به تعبیر اینگلهارت، فرامادیون کسانی هستند که در دوران شکل‌گیری شخصیتشان (پیش از بلوغ) دارای امنیت سازنده بودند و دارای امنیت اقتصادی و جانی. این افراد کسانی هستند که اولویت‌های ارزشی‌شان فرامادی‌گرایانه است، چراکه آنها امنیت مادی و جانی را مسلم فرض کرده‌اند. بنابراین یک دسته نیازهای دیگری برای آنها مطرح می‌شود، نیازهایی چون خودشکوفایی، عشق و دلبستگی که نیازهای سطح بالا هستند. آنها کسانی هستند که به انتخاب انسانی اهمیت بسیار زیادی می‌دهند. ولی مادی‌گرایان افرادی هستند که به دلیل نداشتن احساس امنیت سازنده ناشی از دوران شکل‌گیری شخصیتشان و وضعیت اقتصادی فعلی، دارای اولویت مادی‌گرایانه هستند. اینان بیشتر بر امنیت اقتصادی و جانی تأکید می‌کنند. همین امر منجر به جهت‌گیری‌های بسیار متفاوت مادیون و فرامادیون نسبت به بسیاری از مسائل اجتماعی،

سیاسی و اقتصادی می‌شود و نگرش‌های آنها را نسبت به بسیاری از هنجارهای سنتی جنسیتی مانند روابط جنسی نامشروع، فحشا، سقط جنین، طلاق و... متفاوت می‌کند. به منزله یک تعمیم گسترده می‌توان اظهار داشت: مادیون بسیار بیشتر از فرامادیون از هنجارهای سنتی حمایت می‌کنند. (Ingelhart, 1997:36). در این پژوهش سبک زندگی بر اساس سه شاخص مدیریت بدن، اوقات فراغت، مصرف فرهنگی مورد سنجش قرار می‌گیرد. چاووشیان (۱۳۸۱) در زمینه شاخص مدیریت بدن انواع عادات در لباس پوشیدن، آرایش موی سر و استفاده از پیرایه‌ها و همچنین شیوه مدیریت بهداشت و سلامت بدن در زمره مؤلفه‌های مدیریت بدن برمی‌شمارد. به دو دلیل شاخص‌های سبک زندگی از عرصه مصرف فرهنگی استخراج شده‌اند. دلیل اول این است که مصرف فرهنگی غالباً کمتر از بقیه انواع فعالیت‌ها مستلزم هزینه کردن است و قدرت انتخاب افراد نیز در این زمینه زیاد است. به علاوه، قریحه که از عناصر سازنده سبک زندگی است، بیش از هر چیز در الگوی انجام دادن فعالیت و مصرف فرهنگی بروز می‌کند. دیگر آنکه دیدگاه بوردیو درباره اینکه طبقات بالا خود را با استفاده از فرهنگ متعالی از بقیه طبقات متمایز می‌کنند، سبب شده است بسیاری از پژوهشگران نظریه وی را دوباره بیازمایند. به هر حال سلیقه‌های افراد در مصرف فرهنگ، در کنار فعالیت‌های فراغت و الگوهای مصرف از اصلی‌ترین شاخص‌های مورد استفاده در مطالعات سبک زندگی بوده است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۲۷). شاخص فعالیت‌های فراغت عبارتند از فعالیت‌هایی که افراد در زمان فراغت انجام می‌دهند. انتخاب فعالیت فراغتی در زمان فراغت، نشانه‌ای از ارزش‌های فرهنگی و قریحه فرد است. طبیعی است که گاه مصرف فرهنگی نیز بخشی از فعالیت فراغت افراد است، اما هر فعالیت فراغتی، مصرف فرهنگی نیست. همانند مقوله مصرف فرهنگی، در اینجا نیز هر فعالیت فراغت می‌تواند دارای ابعاد و اشکال مختلف باشد.



نمودار ۱. مدل پژوهش

فرضیه‌های مورد بررسی در این مقاله عبارتند از: ۱. بین ارزش‌های اجتماعی و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد، ۲. بین ارزش‌های اجتماعی و مدیریت بدن مردان رابطه معناداری وجود دارد، ۳. بین ارزش‌های اجتماعی و مدیریت بدن زنان رابطه معناداری وجود دارد، ۴. بین ارزش‌های اجتماعی و اوقات فراغت رابطه معناداری وجود دارد، ۵. بین ارزش‌های اجتماعی و مصرف فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد و ۶. ارزش‌های اجتماعی بر سبک زندگی و مؤلفه‌های آن مؤثر است.

#### ۴. روش پژوهش

این پژوهش با روش پیمایشی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر یاسوج بودند که از طریق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر از آنان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای بود. بدین صورت که مناطق مختلف شهر یاسوج در چندین خوشه قرار داده شد و از این خوشه‌ها به صورت تصادفی دست به انتخاب زده و در نهایت محله‌ها به صورت سیستماتیک مورد مطالعه قرار گرفت. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی صوری و محتوایی آن بر اساس قضاوت نخبگان و مرور منابع تأیید شد و نیز پایایی از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد. پایایی برای پرسشنامه ارزش‌های اجتماعی ۰/۸۲ و برای سبک زندگی ۰/۸۰ به دست آمد از این رو پایایی مورد تأیید قرار گرفت.

#### ۵. یافته‌های پژوهش

##### ۵-۱. ارزش‌های اجتماعی جوانان شهر یاسوج

با توجه به جدول ۱ ملاحظه می‌شود که ۷۰/۳ درصد از جوانان شهر یاسوج دارای ارزش‌های مادی، ۲۵ درصد التقاطی و ۴/۷ درصد دارای ارزش‌های فرامادی هستند.

جدول ۱. توصیف ارزش‌های اجتماعی جوانان شهر یاسوج

ارزش‌های اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
ارزش‌های مادی	۲۷۰	۷۰/۳	۷۰/۳
ارزش‌های التقاطی	۹۶	۲۵	۹۵/۳
ارزش‌های فرامادی	۱۸	۴/۷	۱۰۰
مجموع	۳۸۴	۱۰۰	

## ۲-۵. سبک زندگی جوانان شهر یاسوج

با توجه به جدول ۲ ملاحظه می‌شود که ۶۵/۴ درصد از افراد دارای اوقات فراغت سنتی، ۳۴/۶ درصد مدرن، ۶۸ درصد از افراد دارای مصرف فرهنگی سنتی و ۳۲ درصد مدرن، مدیریت بدن مردان ۴۳ درصد بود و ۲۱/۶ درصد مدرن بودند. ۲۴ درصد از زنان دارای مدیریت بدن سنتی و ۱۱/۵ درصد مدرن می‌باشند. به عبارتی این یافته نشان می‌دهد: هنوز بیشتر جوانان شهر یاسوج سبک زندگی سنتی را در پیش گرفته‌اند و چندان تحت تأثیر روند جهانی شدن و فناوری‌های روز دنیا قرار نگرفته‌اند.

جدول ۲. توصیف ابعاد سبک زندگی بر حسب سنتی و مدرن در جوانان شهر یاسوج

ابعاد سبک زندگی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
اوقات فراغت	سنتی	۲۵۱	۶۵/۴	۶۵/۴
	مدرن	۱۳۳	۳۴/۶	۱۰۰
	مجموع	۳۸۴	۱۰۰	
مصرف فرهنگی	سنتی	۲۶۱	۶۸	۶۸
	مدرن	۱۲۳	۳۲	۱۰۰
	مجموع	۳۸۴	۱۰۰	
مدیریت بدن مردان	سنتی	۱۶۵	۴۳	۶۶/۵
	مدرن	۸۳	۲۱/۶	۱۰۰
	مجموع	۲۴۸	۶۴/۶	
مدیریت بدن زنان	سنتی	۹۲	۲۴	۶۷/۶
	مدرن	۴۴	۱۱/۵	۱۰۰
	مجموع	۱۳۶	۳۵/۴	

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول ۳ ملاحظه می‌شود که سطح معنادار کای اسکوتر در فاصله اطمینان ۹۵ درصد کمتر از ۰/۰۵ است. به بیان دیگر، بین تمام ابعاد سبک زندگی با ارزش‌های اجتماعی (مادی، فرامادی و التقاطی) رابطه‌ای معنادار از نظر آماری وجود دارد. بنابراین سبک زندگی جوانان شهر یاسوج متأثر از ارزش‌های اجتماعی است.

جدول ۳. آزمون خی دو ارتباط بین ارزش‌ها با ابعاد سبک زندگی

آماره خی دو	مجموع	اوقات فراغت			
		مدرن	سنتی		
۰/۰۰۲	۲۷۰	۹۱	۱۷۹	مادی	ارزش
	۹۶	۳۳	۶۳	التقاطی	
	۱۸	۱۱	۷	فرامادی	
آماره خی دو	مجموع	مصرف فرهنگی			
		مدرن	سنتی		
۰/۰۰۱	۲۴۳	۷۷	۱۶۶	مادی	ارزش
	۱۰۰	۴۲	۵۸	التقاطی	
	۴۱	۳۰	۱۱	فرامادی	
آماره خی دو	مجموع	مدیریت بدن زنان			
		مدرن	سنتی		
۰/۰۳۶	۹۲	۳۸	۵۴	مادی	ارزش
	۱۸	۱۱	۷	التقاطی	
	۲۶	۱۵	۱۱	فرامادی	
آماره خی دو	مجموع	مدیریت بدن مردان			
		مدرن	سنتی		
۰/۰۰۱	۱۳۴	۵۰	۸۴	مادی	ارزش
	۹۶	۲۷	۶۹	التقاطی	
	۱۸	۱۲	۶	فرامادی	

با توجه به این مهم که در پرسشنامه ارزش‌ها، دسته‌بندی بدین گونه است که نمره ۹ تا ۱۸، مادی، ۱۹ تا ۲۷، التقاطی و ۲۸ تا ۳۶ فرامادی است، نمره بالاتر در این پرسشنامه به منزله فرامادی بودن بیشتر تلقی می‌شود. جدول ۴ بیانگر این است که بین میزان سبک زندگی، اوقات فراغت، مصرف فرهنگی، مدیریت بدن مردان و زنان، با ارزش‌ها رابطه معناداری وجود دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد: همبستگی پیرسون به دست آمده در تمام متغیرها در سطح متوسط به بالا بوده، اما در متغیر اوقات فراغت سنتی و مصرف فرهنگی سنتی ضریب منفی است. به این صورت که هرچه ارزش‌های فرامادی بالا رود، اوقات فراغت و مصرف فرهنگی سنتی پایین تر می‌آید. در مورد مدیریت بدن زنان همبستگی برابر با ۰/۶۰۳ است که نشان از رابطه و اثر شدید ارزش‌ها بر مدیریت بدن زنان است، به صورتی که زنانی که دارای ارزش‌های فرامادی هستند و مدیریت بدنشان خیلی بیشتر سمت و سوی مدرن را دارد.



جدول ۴. تأثیر ارزش‌ها بر سبک زندگی و ابعاد آن

مجموع	سطح معناداری	R	
۳۸۴	۰/۰۲۶	۰/۴۵۱	سبک زندگی
۳۸۴	۰/۰۰۱	-۰/۴۳۶	اوقات فراغت سنتی
۳۸۴	۰/۰۰۱	۰/۴۵۱	اوقات فراغت مدرن
۳۸۴	۰/۰۰۳	-۰/۴۴۱	مصرف فرهنگی سنتی
۳۸۴	۰/۰۰۴	۰/۴۶۸	مصرف فرهنگی مدرن
۲۴۸	۰/۰۰۴	۰/۴۲۷	مدیریت بدن مردان سنتی
۱۳۶	۰/۰۰۲	۰/۶۰۳	مدیریت بدن زنان سنتی

## ۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این مقاله در پی پاسخ به این سؤال بود که آیا بین ارزش‌های اجتماعی و سبک زندگی ارتباط وجود دارد و آیا ارزش‌ها بر سبک زندگی مؤثرند یا خیر. نتایج نشان داد که ارزش‌های اجتماعی جوانان بر سبک زندگی آنان اثرگذار است و با افزایش ارزش‌های اجتماعی فرامادی، سبک زندگی جوانان بیشتر به سمت مدرنیته پیش می‌رود و افراد دارای ارزش‌های مادی سبک زندگی‌شان سنتی است. هر چند یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که بیشتر جوانان شهر یاسوج هنوز سبک زندگی سنتی را در پیش گرفته و کمتر در معرض جهانی شدن و فناوری‌های روز دنیا همچون اینترنت و فضای مجازی قرار گرفته‌اند، موضوعی که در کلانشهرها و پایتخت روند متفاوتی داشته است. در اینجا سؤالی که به نظر می‌رسد، این است که چرا جوانان شهر یاسوج با وجود امکانات شهری همچون ارتباطات، دانشگاه، فضای مجازی، اینترنت، آموزش و پرورش، صنعت و... اغلب در سبک زندگی و مؤلفه‌های آن مثل مصرف فرهنگی، اوقات فراغت، مدیریت بدن سنتی هستند. به نظر می‌رسد یکی از دلایل اصلی، این است که افراد به لحاظ فرهنگی دارای ارتباطات سنتی است و ملاحظه می‌کنیم که در این شهر هنوز پیوندهای طایفه‌ای از قدرت بالایی برخوردارند و تعیین‌کننده رفتار اجتماعی از جمله سبک زندگی است. از این رو افراد تا حد زیادی تابع و دنبال روی سبک‌های زندگی از پیش تعیین شده‌ای هستند. همچنین این شهر با قدمتی کمتر از ۵۰ سال همواره پذیرای مهاجرانی از روستاهای اطراف خود بوده است و روستاییانی که سال‌ها با فرهنگ روستایی خو گرفته‌اند، پیش از این ملزم به رعایت اصول شهرنشینی نبوده‌اند یا به زعم برخی جامعه‌شناسان به دلیل روحیه محافظه‌کارانه در مقابل الگوی رفتاری جدید مقاومت کرده یا به اکراه به آن تن می‌دهد (میرفردی، ۱۳۹۲).

از طرفی یاسوج به عنوان مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد، از نظر برخورداری از شاخص‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و انسانی، جزء محروم‌ترین مراکز استان‌هاست و این وضعیت اقتصادی، خود به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر انتخاب ارزش‌های مادی و به دنبال آن سبک زندگی سنتی است. با توجه به اینکه هنوز جوانان شهر یاسوج تحت تأثیر این مهم قرار نگرفته‌اند، به نظر می‌رسد پیشگیری‌هایی به منظور آسیب‌های پیش رو در نظر گرفته شود. امروزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی، جذابیت زیادی برای جوانان در پی داشته است که حضور در فضای مجازی برای جوانان بر سبک زندگی آنان اثرگذار بوده است (بشیر و افراسیابی، ۱۳۸۹). با تکیه بر دیدگاه دورکیم، می‌توان دریافت که انسان‌ها با توجه به ارزش‌های خود، بدنشان را دستکاری می‌کنند. نتایج این پژوهش نیز نشان داد: ارزش‌های اجتماعی (مادی، فرامادی و التقاطی) تأثیر بسزایی در مدیریت بدن افراد دارد. اما نکته قابل تأمل در این تحقیق این است که تأثیر ارزش‌ها در مدیریت بدن زنان به مراتب بیش از مردان است.

در این پژوهش ارزش‌های مادی و فرامادی جوانان شهر یاسوج و اولویت‌های ارزشی آنها را می‌توان برحسب فرضیات اینگلهارت تبیین کرد. فرضیه کمیابی که در آن اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی - اقتصادی است، به نحوی که شخص بیشترین ارزش ذهنی را به آن چیزهایی می‌دهد که عرضه آن نسبتاً کم است. آمارهای به دست آمده از این تحقیق نشان می‌دهد که ۶۶/۱ درصد از افراد شاغل نیستند، بنابراین مسائل مالی و امنیت اقتصادی از اهمیت بالایی برایشان برخوردار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که گرایش افراد مورد مطالعه به سوی ارزش‌های سنتی و محلی است. فرضیه اجتماعی شدن که در آن ارزش‌های اصلی شخص تا حد زیادی بازتاب اوضاع حاکم بر سال‌های قبل از بلوغ وی است. در این فرضیه هم متوجه این قضیه می‌شویم که اغلب نفرات در قبل از دوران بلوغ دارای امنیت نبوده و بنابراین در اولویت بودن ارزش‌های مادی و در امتداد آن انتخاب سبک زندگی سنتی در میان جوانان شهر یاسوج مهر تأییدی بر فرضیه اجتماعی شدن اینگلهارت است. با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود به منظور کاهش آسیب‌ها بر زندگی جوانان در عصر جهانی شدن و نیز عصر فناوری و با توجه به اینکه طبق مطالعات، نتایج نشان داده است: جوانان به واسطه قرار گرفتن در شرایط جهانی شدن با سبک‌های مختلفی از زندگی روبرو هستند (خواجانه‌نوری و سروش، ۱۳۹۳: ۳۹) و

تأثیر ارزش‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان با تأکید بر فرهنگ و قومیت لر ... ۱۰۳

هر چه سبک زندگی افراد در جامعه امروزی مدرن‌تر باشد، از میزان هویت قومی افراد کاسته می‌شود (ذوالفقاری و سلطانی، ۱۳۸۹: ۱۳).

به نظر می‌رسد ترویج ارزش‌های اجتماعی از طریق نخبگان و شخصیت‌های الگو در بین مردم از سوی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی و همچنین از طریق معلمان در کلاس‌های درس و مربیان در باشگاه‌ها، فعالیت‌های هنری، توسط بازیگر یا ورزشکاری محبوب، از طریق رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون به‌عنوان رسانه ملی می‌تواند از پیشنهادات و راهبردهایی در زمینه تقویت ارزش‌های اجتماعی با فرهنگ بومی در قومیت‌ها باشد. همچنین آشنایی مخاطبان با آداب و رسوم و ارزش‌های فرهنگی و دینی اسلامی پیشینیان از طریق برنامه‌های مختلف و در مناسبت‌های مختلف می‌تواند از سوی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی مورد توجه قرار گیرد، چراکه این مهم به تقویت ارزش‌های اجتماعی در بین جوانان کمک می‌کند. همچنین برنامه‌های فرهنگی آموزشی توسط متولیان امور فرهنگی باید برای تمامی اقشار قابل دسترسی باشد و اگر بعضی برنامه‌ها هزینه‌بر است، برای اقشار پایین جامعه رایگان باشد.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. ابادری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱). «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۰، پاییز و زمستان.
۲. احدی، اصغر و هادی بیگلر (۱۳۸۲). بررسی وضعیت سلسله‌مراتب نظام ارزشی در بین دانش‌آموزان و دانشجویان شاهد و غیرشاهد استان اردبیل، طرح پژوهشی دانشگاه محقق اردبیلی.
۳. الفت، سعیده و سعیده سالمی (۱۳۹۱). «مفهوم سبک زندگی»، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال اول، شماره ۱: ۳۶-۹.
۴. باینگانی، بهمن و همکاران (۱۳۹۲). «سبک زندگی از منظر جامعه‌شناسی: مقدمه‌ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبک زندگی»، سال هشتم، شماره ۷۷.
۵. بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان»، تحقیقات فرهنگی ایران دوره ۵، شماره ۱: ۶۰-۳۱.
۶. بیرو، آلن (۱۳۸۰). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، انتشارات کیهان.
۷. تأمین ملوین (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی و قشربندی و نابرابری‌های اجتماعی، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: انتشارات توتیا.
۸. چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران: نشر نی.
۹. حمیدی، نفیسه و مهدی فرجی (۱۳۸۶). «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره اول: ۹۲ تا ۶۵.
۱۰. خواجه‌نوری، بیژن و مریم سروش (۱۳۹۳). «استفاده از رسانه‌ها، سبک زندگی و کیفیت زندگی جوانان شهر شیراز»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال یازدهم: ۴۹-۲۵.
۱۱. خواجه‌نوری، بیژن، علی روحانی و سمیه هاشمی (۱۳۹۰). «سبک زندگی و مدیریت بدن»، جامعه‌شناسی زنان (زن و جامعه)، دوره ۲، شماره ۴: ۴۷-۲۱.
۱۲. دلخوش، محمدتقی و مهرناز احمدی مبارکه (۱۳۹۰). «محتوا و ساختار ارزش‌ها در نوجوانان ایرانی»، روان‌شناسی تحولی (روان‌شناسان ایرانی)، شماره ۲۹: ۲۶-۵.
۱۳. ذوالفقاری، ابوالفضل و لادین سلطانی (۱۳۸۹). «بررسی رابطه سبک زندگی با هویت قومی جوانان (مطالعه موردی: شهرستان مهاباد)»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۱، شماره ۲: ۵۰-۲۴.
۱۴. ربانی خوراسگانی، رسول، فتحیان صفایی‌نژاد (۱۳۸۴). «فاصله نسلی با تأکید بر وضعیت دینداری و ارزش‌های اجتماعی»، مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان، سال ۱۹، شماره ۲: ۴۰-۲۱.
۱۵. رضوی‌زاده، نورالدین (۱۳۸۶). بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

تأثیر ارزش‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان با تأکید بر فرهنگ و قومیت لر ... ۱۰۵

۱۶. رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۷). بررسی الگوهای فراغتی دانشجویان دانشگاه تهران، معاونت پژوهشی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۱۷. زاهدانی، سید سعید زاهد و سید ابراهیم مساوات (۱۳۹۱). «مطالعه ارزش‌های اجتماعی طبقات مختلف جامعه (مطالعه موردی: والدین خانوارهای شهر شیراز)»، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد، واحد شوشتر، سال هفتم، شماره دوم، تابستان.
۱۸. شالچی، وحید (۱۳۸۶). «سبک زندگی جوانان کافی شاپ»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱: ۹۳-۱۱۵.
۱۹. شهابی، سیامک (۱۳۸۶). «تحلیلی بر ارزش‌های اجتماعی جوانان مناطق روستایی اصفهان»، پژوهش اجتماعی، دوره ۲، شماره ۳: ۲۴-۴۹.
۲۰. شهابی، سیامک و رسول ربانی (۱۳۸۸). «تحلیلی بر ارزش‌های اجتماعی جوانان مناطق روستایی اصفهان و عوامل مؤثر بر آن»، مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای، دوره ۱، شماره ۱: ۷۷-۱۰۶.
۲۱. فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، نشر صبح صادق.
۲۲. فردرو، محسن و شهناز صداقت زادگان (۱۳۷۸). پایگاه اقتصادی اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی، نشر زهد.
۲۳. کلانتری، عبدالحسین، ولی‌اله رستمعلی‌زاده و اعظم نسیم‌افزا (۱۳۹۲) «تحصیلات و مصرف فرهنگی در شهر تهران»، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۲، شماره ۱: ۱۱۱-۱۳۱.
۲۴. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰). پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
۲۵. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). تجدد و تشخیص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید)، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
۲۶. لثوبی، هنری (۱۳۸۰). اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان، انتشارات سازمان ملی جوانان.
۲۷. معدنی، سعید و عباس خسروانی (۱۳۹۰). «عوامل مؤثر در جهت‌گیری ارزشی (مادی/فرامادی) دانشجویان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک در سال ۱۳۹۰»، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی ایران، سال اول، شماره سوم: ۱۴۳-۱۲۳.
۲۸. میرفردی، اصغر، سیروس احمدی و راضیه امیری (۱۳۹۲). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و آگاهی ترافیکی با نظم‌گریزی عابران پیاده (مورد مطالعه: شهر یاسوج)»، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، پاییز و زمستان، سال دوم، شماره ۲.
۲۹. نجفی‌پور، فرشاد (۱۳۸۶). مجموعه کتاب‌های سلامت روان، تهران: انتشارات نسل نو اندیش.
۳۰. نصرتی، شیما و ابوالفضل ذوالفقاری (۱۳۹۱). «میزان تأثیر دینداری بر سبک زندگی جوانان تهرانی»، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال چهارم، شماره چهاردهم: ۱۱۷-۱۰۱.

### ب) منابع لاتین

1. Guoxin Li, Guofeng Li, Zephaniah K. (2012). "Luxury Fashion Brand Consumers in China: Perceived Value, Fashion Lifestyle, and Willingness To Pay", Journal of Business Research. Vol. 65, Issue 10: 1516–1522.
2. Inglehart, R. (1997). Modernization and Post Modernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies, Princeton University Press.
3. Inglehart, R., Foa, R., Peterson, C. & Welzel, C. (2008). "Development, Freedom, and Rising Happiness: A Global Perspective (1981–2007)", Perspectives on Psychological Science, 3(4): 264-285.
4. Rokeach, M. (1976). Beliefs, Attitudes and Values, Jossey-Bass Publishers.
5. Ruger, J. P. and Nora Ng, Y. (2014). "Ethics and Social Value Judgments in Public Health (2014)", Ng N. Y., and Ruger J. P. Ethics and Social Value Judgments in Public Health. In: Anthony J. Culyer (ed.), Encyclopedia of Health Economics, Vol. 1. San Diego: Elsevier: 287-291.
6. Rysst, Mari (2010). "Healthism" and Looking Good: Body Ideals and Body Practices in Norway" Scandinavian Journal of Public Health, Vol. 38, No. 5: 71-80.
7. Schwartz, S. H. & Bardi, A. (2001). "Value Hierarchies Across Cultures Taking A Similarities Perspective", Journal of Cross-cultural Psychology, 32(3): 268-290.