

بررسی عوامل اجتماعی گرایش به مصرف تنباکو با تأکید بر سبک زندگی: مورد مطالعه شهروندان شهر بوکان

علی مصطفی پور^{۱*} و لیلا یزدان پناه^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۸/۲۴ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۷/۰۴

چکیده

مصرف مواد دخانی از جمله سیگار، قلیان، پیپ و ... تعداد زیادی از مردم را تحت تأثیر قرار داده و به طور روزافزونی در حال تعامل با سایر آسیب‌های اجتماعی و تبدیل شدن به تهدیدی شالوده‌شکن است. هدف مقاله حاضر، بررسی میزان گرایش شهروندان بوکانی به مصرف تنباکو در سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن است. در این زمینه، پس از بسط فضای مفهومی موضوع، از رویکردهای نظری سبک زندگی و اوقات فراغت وبر، زیمل و بورديو استفاده شد. روش تحقیق، پیمایش بود که با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفت، در این پیمایش نمونه‌ای از شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر بوکان مطالعه شد. اعتبار پرسشنامه به شیوه صوری و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. نتایج تحقیق نشان داد بین متغیرهای ارزیابی وضعیت اجتماعی-اقتصادی، گذران اوقات فراغت به صورت مدرن، سلیقه مصرف مشترک، سن و میزان درآمد، با گرایش به مصرف تنباکو رابطه معنادار و مثبت وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش سطح این متغیرها، میزان گرایش به مصرف افراد نیز بیشتر می‌شود؛ اما بین متغیرهای گذران اوقات فراغت به شکل سنتی و مصرف کالاهای فرهنگی با گرایش به مصرف تنباکو رابطه معنادار و منفی مشاهده شد و لذا می‌توان گفت با تغییر تفریحات به شکل سنتی‌تر و استفاده از کالاهای فرهنگی انتظار می‌رود گرایش به مصرف کاهش یابد. همچنین، آزمون رگرسیون چند متغیره بیانگر تبیین ۵۳ درصدی تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل است.

کلیدواژه‌ها: بوکان، سبک زندگی، گرایش، قلیان، تنباکو، مصرف فرهنگی.

۱. نویسنده مسئول، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و عضو انجمن پژوهشگران جوان دانشگاه شهید باهنر کرمان.

a_mostafapoor@yahoo.com

۲. استادیار علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان. lyazdanpanah@uk.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

مصرف مواد مخدر و اعتیاد که به حق به عنوان بلای خانمان‌سوز شهرت یافته، امروزه به یکی از دغدغه‌های اصلی تمامی کشورها تبدیل شده است. از گذشته‌های دور، برخی به دنبال ماده‌ای بودند که آنان را آرام بخشیده و موجب شادمانی، وجد و احساسات عجیب شود و بر سیستم عصبی‌شان برای تولید احساسات مطلوب تأثیر داشته باشد. اکثر افراد از جمله نوجوانان و جوانان با مصرف داروهای مخدر به دنبال کاهش تنش‌ها، تسکین خستگی‌ها، فراموشی ناکامی‌ها، فرار از واقعیت‌ها، خوش‌گذارانی و کسب لذت‌اند. «توهمات درباره سودمند بودن مواد مخدر نظیر کمک به بیدار ماندن برای مطالعه، انرژی‌زا بودن در فعالیت‌های ورزشی و یا تسکین درد و رنج، جوانان را به مصرف مواد مخدر تشویق می‌کند که اغلب جوانان به وسیله گزارش‌های رسانه‌ها فریفته می‌شوند» (احمدی، ۱۳۸۴: ۱۴۶). در بین استعمال‌کنندگان تنباکو نیز چنین گرایشی وجود دارد. از این رو، یکی از مشکلاتی که جهان امروز با آن مواجه بوده و سلامت انسان‌ها را به شدت تهدید می‌کند، استعمال دخانیات است. توتون و تنباکو در مقیاس بسیار وسیعی به کشتار انسان‌ها مشغول است (احمدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۲). پیامدهای مصرف مواد مخدر بسیار گسترده است که از جمله این پیامدها را می‌توان آثار روانی (اضطراب، افسردگی، عزت نفس پایین، تمایل به خودکشی)، رفتاری (سرقت، قتل)، خانوادگی (تعارضات زناشویی، طلاق)، شغلی و مالی (پایین آمدن بهره‌وری، اخراج، بیکاری، بدهکاری، فقر)، اخلاقی (روابط جنسی نامشروع، گدایی)، اجتماعی (طرد، از دست دادن احترام و اعتبار، انزوا)، جسمانی (بیماری‌های مختلف عفونی، قلبی - عروقی، تنفسی) و نابود شدن میلیاردها تومان سرمایه مادی، از بین رفتن سرمایه‌های انسانی و تحمیل به کارگیری انرژی، وقت، منابع و امکانات مادی و معنوی برای برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات مبارزه با قاچاق، مصرف مواد و درمان معتادان (ستاد مبارزه با مواد مخدر، ۱۳۸۶؛ ساندرز، ۲۰۰۷) اشاره کرد.

استعمال دخانیات علت بیش از ۲۰ درصد مرگ‌های قابل پیش‌گیری در کشورهای توسعه‌یافته است و لذا برخی از پژوهشگران معتقدند که استعمال دخانیات در حال حاضر مهم‌ترین معضل بهداشتی است. به دلیل عدم درگیری کشورهای غربی با معضل مصرف قلیان و سیگار، توجه چندانی به آن نمی‌شود (مجدزاده و همکاران، ۱۳۸۱: ۲) اما مصرف تنباکو در خاورمیانه و تا حدودی در سراسر جهان رو به افزایش است (ریما و همکاران، ۲۰۱۱: ۱). بر اساس گزارش سازمان جهانی بهداشت مصرف دخانیات سالانه، به طور متوسط به مرگ ۵/۴

میلیون انسان در جهان منجر می‌شود. آمارها نشان می‌دهد مصرف دخانیات در قرن بیستم موجب مرگ تقریباً صد میلیون انسان شده است و در مجموع دخانیات در مرگ بیش از نیمی از مصرف‌کنندگان آن نقش دارد. وابستگی به محصولات تنباکو از جمله سیگار همانند وابستگی به سایر مواد اعتیادآور، تدریجی، مزمن و خطرناک است و عوارض جدی بسیاری دارد. به‌رغم عادی بودن مصرف این ماده در سطح جامعه، دروازه اعتیاد محسوب می‌شود، با این حال در بیشتر جوامع، ممنوعیتی برای مصرف آن وجود ندارد و برخی کشورها تنها به منع تبلیغات و ایجاد محدودیت سنتی برای خرید و یا منع مصرف آن در مکان‌های خاص بسنده کرده‌اند. در حال حاضر رایج‌ترین شیوه مصرف دخانیات در کشور ما، کشیدن سیگار و قلیان است (نوری‌زاده، ۱۳۸۷: ۱). در کشور ما آمارهای مربوط به سن شیوع یا شروع مصرف مواد مخدر کمتر سند علمی داشته‌اند. روند مطالعات نشان می‌دهند که سن مبتلایان به مواد مخدر رو به کاهش است. به گونه‌ای که بعضی از گزارش‌ها نشانگر آن است که ۶۴ درصد معتادان اولین مصرف را در فاصله سنین ۱۶ تا ۲۵ سال آغاز کرده‌اند (منشئی و همکاران، ۱۳۸۱). بنابراین می‌توان گفت نوجوانان و جوانان در معرض خطر قرار دارند. نتایج برخی تحقیقات نشان داده نحوه گذران اوقات فراغت از مهم‌ترین مواردی است که در بین نوجوانان و جوانان قوی‌ترین همبستگی‌ها را با مصرف تنباکو دارد؛ بدین معنا که بیشتر افراد از روی تفریح و سرگرمی و پر کردن اوقات فراغتشان قلیان می‌کشند. گذران مطلوب اوقات فراغت می‌تواند اراده فرد را برای ادامه زندگی همراه با موفقیت، تقویت و نشاط روحی و روانی برای کنترل و پیشگیری نوجوانان و جوانان از کج‌روی‌ها، آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی بهبود بخشد. اوقات فراغت و نحوه گذراندن آن، از مباحث جدیدی است که پس از انقلاب صنعتی و رشد صنایع و فناوری، توجه جامعه‌شناسان را برانگیخته و به موضوعی مهم در جامعه‌شناسی بدل شده است (فکوهی و انصاری مهابادی، ۱۳۸۲: ۶۲).

امروزه، مصرف قلیان به عنوان گزینه‌ای با اقبال بالا برای گذران اوقات فراغت شده است؛ چندان که بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده، ۸۰ درصد دختران و پسران ۱۶ تا ۲۵ سال، برای سرگرمی و تفریح قلیان می‌کشند (خبرگزاری مهر: ۱۳۹۱/۴/۷). در جست‌وجوهای اولیه، مشخص شد که تحقیقات زیادی در حوزه اعتیاد به مواد مخدر از جمله سیگار، تریاک و داروهای روان‌گردان انجام‌گرفته اما در خصوص تنباکو و علت گرایش بیش از حد به آن و همچنین کاهش سن مصرف افراد میان‌سال و مسن به گروه سنی نوجوانان و جوانان و

بی تفاوت بودن خانواده‌ها با برخورد با این معضل تحقیقات چندانی انجام نشده است. لذا در این پژوهش، سعی شد مسئله گرایش به مصرف قلیان به عنوان یکی از مهم‌ترین معضلات گریبان‌گیر نسل امروز و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن بررسی شود.

ادبیات تجربی تحقیق

ترقی‌جاء، حمیدیه و یعقوبی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان عوامل پیش‌بینی‌کننده مصرف سیگار و قلیان در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی، به این نتیجه رسیده‌اند که سوء مصرف سیگار و قلیان در جمعیت مورد بررسی به طور قابل توجهی بالاست و متغیرهای استان محل سکونت، وضعیت تأهل، نگرش نسبت به مصرف سیگار، جنسیت، داشتن دوست سیگاری، مذهبی بودن، معدل تحصیلی ترم گذشته و حمایت عاطفی خانواده پیش‌بینی سودمندی برای سیگاری شدن و مصرف تنباکو بودند. صباحی، دیوسالار و نخعی (۱۳۸۹)، در تحقیق دیگری با عنوان نگرش دانشجویان نسبت به مصرف قلیان در نمونه‌ای شامل ۱۱۳۰ دانشجو از دانشجویان دانشگاه‌های شهر کرمان به این نتیجه رسیدند که مثبت‌تر بودن نگرش دانشجویانی که مصرف‌کننده متداول یا گاه‌گاه قلیان بودند، نسبت به دانشجویانی که هیچ وقت استعمال قلیان نداشتند، در حیطه‌های اعتیادآوری، پذیرش یا عدم پذیرش اجتماعی و مضر بودن آن است. محققان معتقدند مصرف قلیان با وجود مضرات شناخته‌شده آن، با باورهای غلط اجتماعی در میان دانشجویان همراه است، لذا آموزش و تغییر نگرش تا حدی می‌تواند مصرف قلیان را کاهش دهد. برین پریمارک و همکاران (۲۰۰۸) میزان شیوع مصرف قلیان در دانشجویان دانشگاه آمریکا را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که آگاهی از ضررها و اعتیادآور بودن آن، مقبولیت اجتماعی و محبوبیت آن به شدت با کشیدن قلیان مرتبط است. الجارا و همکاران (۲۰۰۹) نیز در تحقیقی، درک مضرات کشیدن قلیان را در مناطق مرکزی آمریکا بررسی کردند. هیچ‌گونه تفاوتی بین زنان و مردان در مورد این باور غلط که قلیان نسبت به سیگار کمتر ضرر دارد، وجود نداشت. نتیجه کلی تحقیق آن بود که نبود دانش و اطلاعات درباره مضرات قلیان و کمبود آموزش مضرات آن باعث گسترش این معضل شده است. براون و همکاران (۲۰۱۲) استفاده‌کنندگان قلیان را در بین دانشجویان دانشگاه میدوست بررسی کردند. داده‌ها نشان داد نزدیک به یک چهارم دانشجویان، بدون توجه به جنسیت، در برخی از مراحل زندگی‌شان قلیان مصرف کرده‌اند. محققان در یک بررسی مقطعی، شیوع و انگیزه فاکتورهای

مرتبط با استفاده از قلیان را بررسی کردند. عوامل مرتبط با قلیان در این تحقیق شامل مهمانی ۲۹ درصد، تأثیر همسالان ۲۷ درصد و استراحت و اوقات فراغت ۲۵ درصد بود. دانشجویان به دلایل اجتماعی و نادیده گرفتن خواص اعتیادآور آن بیشتر قلیان می کشیدند. محققان و پژوهشگران نیاز به توسعه و آموزش دانشجویان در مورد خطرات مرتبط با استفاده از قلیان را پیشنهاد کردند. سیدنی، شنسا و پریماک (۲۰۱۲) به بررسی استفاده مواد مخدر و قلیان و ارتباط آن با ترتیبات زندگی دانشجویان دانشکده ها و دانشگاه های آمریکا پرداختند. استعمال توتون و تنباکو (قلیان) در میان دانشجویان دانشگاه های آمریکا در حال افزایش است و به ویژه آن هایی که در خانه های جمعی سکونت دارند بیشتر در معرض خطر استفاده از الکل قرار دارند. در میان نمونه مورد بررسی ۵۲/۴ درصد ماری جوانا، ۴۸/۵ درصد قلیان و ۴۶/۶ درصد سیگار مصرف می کردند. در این تحقیق دانشجویان قلیان را نسبت به سیگار کم ضررتر و کم تر اعتیادآور می دانستند.

مبانی نظری تحقیق

نظریه های سبک زندگی

ماکس وبر: در میان جامعه شناسان کلاسیک، ماکس وبر تنها کسی است که بدون طرح 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 برده است. مفهوم سبک زندگی حاصل بسط تأملات وبر درباره گروه های منزلت است. از نظر وی انتظار می رود «افتخار منزلت به طور معمولی در سبک زندگی خاصی از همه کسانی که دوست دارند در این حلقه منزلتی عضو باشند، بروز کند. این سبک زندگی در انتظارات خاصی که گروه منزلت از اعضای خود دارد بیشتر نمایانده می شود. این انتظارات، افراد گروه منزلت را به تعامل اجتماعی و رفتار در محدوده ای خاص متعهد می کند. بحث وبر درباره مصرف از همین جا آغاز می شود. وی دریافت که سبک زندگی بیش از آن که بر تولید (رهیافت مارکسی) استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است. به علاوه، وی در نظر داشت که شیوه تولید اقتصادی بر چگونگی مصرف مؤثر است اما ضرورتاً تعیین کننده آن نیست. در نظر او مصرف فرایندی است شامل کردارهای اجتماعی و فرهنگی متفاوت که بیان کننده تفاوت های گروه های اجتماعی است و فقط ناشی از عوامل اقتصادی نیست. وی برای اشاره به سبک زندگی و بیان

تحلیلی چند بعدی از آن، سه مفهوم را به کار می‌گیرد: ۱. سبک زندگی یا سبک‌مندشدن زندگی؛ ۲. تدبیر زندگیو ۳. بحث زندگی (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸-۲۶).

جورج زیمل: در نظر زیمل، مد علاوه بر آن که منبعث از فشارهای ساختاری کلان شهر است، نماد تمایز طبقاتی است. در همین جاست که توجه زیمل به کارکرد دوگانه مد آشکار می‌شود. مد در یک وجه خود، اعلام تمایل فرد برای متمایزشان از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت است اما وجه دیگر آن که جنبه طبقاتی دارد، سبب همبستگی گروهی و تقویت انسجام اجتماعی طبقاتی است. مد بدین لحاظ احساس با دیگران بودن را در فرد تقویت می‌کند. پذیرنده مد هم به عنوان عضو گروه و هم به عنوان موجودیت متمایز کسب هویت می‌کند. دغدغه خودمختاری و همبستگی، هم‌زمان رفع می‌شوند. پذیرندگان مد در تجربه‌ای مشترک با هم شریک می‌شوند. طبقات بالاتر خود را با مد متمایز می‌سازند و بعد از آن که طبقات پایین‌تر از مد حاضر تقلید کردند، آن‌ها مد دیگری را در پیش می‌گیرند. مد به لحاظ کارکرد تمایزبخش است و یکپارچه‌کنندگی آن نیازمند توجیه عقلانی نیست (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۵-۲۴). انواع گسترده‌ای برای گذران فراغت وجود دارد که به فرد امکان می‌دهد خود را از دیگران متمایز سازد که روش‌ها و اعمال پرشتاب تمایز هویت شخصی را شکل می‌دهند. براین مبنا، هر کس برای متمایز شدن، روش خاص پی می‌گیرد که ماجراجویی در زندگی مدرن را رواج می‌دهد. فرد در این فضا می‌کوشد تا از جریان‌های یکنواخت زندگی روزانه بیرون رود و در قلمرو فعالیتی با قواعد ویژه گام نهد. بنابراین در جوامع مدرن و جوامعی که به سوی مدرنیسم گام برمی‌دارند و فرهنگ مدرن در آن تبلیغ شده، فرد در قلمرو اوقات فراغت، جهان عقل‌گرا، بوروکراتیک و افسون‌زدایی شده را کنار می‌نهد و فرصتی برای او فراهم می‌شود تا اجبارها و محدودیت‌های نظم اجتماعی را فراموش کند و به کشش غیر هنجاری دست زند (سخاوت، ۱۳۸۵: ۵۶-۵۵). با توجه به این دیدگاه، می‌توانیم به افراد آزاد و فردگرای امروزی اشاره کنیم که با توجه به ذات حیات مدرن، از قیدوبندها پا را فراتر نهاده و جستجوگرانه و ماجراجویانه برای تفریح و گذر وقت، به اعتیاد روی می‌آورند و این امر را تنها تفریح و نوعی گذرانیدن اوقات فراغت ویژه و متمایز از دیگران می‌پندارند.

پی‌یر بوردیو: بوردیو نظریه‌ای منسجم درباره شکل‌گیری سبک‌های زندگی بیان کرده است. مطابق مدلی که وی نشان می‌دهد شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می‌شود. منش مولد 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 اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاصی است. سبک زندگی تجسم‌یافته ترجیحات افراد است که به صورت عمل درآمده و قابل مشاهده است. الگویی غیر تصادفی است و ماهیت طبقاتی دارد. بورديو معتقد است سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله تجربه آموزش رسمی‌اند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵). بی‌گمان، منش، مناقشه‌برانگیزترین مفهوم بورديو است. این مفهوم هسته اصلی تبیین وی برای کنش‌های انسان را شکل می‌دهد. بورديو منش را «نظامی از تمایلات بادوام و قابل انتقال که به عنوان مولد اعمال ساخت‌یافته و به شکل عینی مجسم‌شده، عمل می‌کند» (بورديو، ۱۳۹۱: ۱۰۶-۱۰۵) تعریف کرد. منش به صورت اصولی درمی‌آید که مردم را قادر می‌سازد بر کنش‌های خود کنترل داشته باشند، بدون آن که بر شرایط شکل‌گیری این اصول کنترل داشته یا از وجود آنها آگاه باشند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳-۳۶). هیچ چیز دقیق‌تر از قریحه‌ای که برای مصرف آثار هنری مشروع لازم است، نمی‌تواند طبقه‌های اجتماعی مختلف را به وضوح از هم متمایز کند. قریحه مانند همه انواع ذوق و سلیقه، هم وحدت می‌بخشد و هم تفکیک می‌کند و چون محصول شرطی‌شدن‌های ملازم با شرایط وجودی خاصی است، موجب وحدت همه کسانی می‌شود که محصول شرایط مشابهی‌اند و در عین حال، آنها را از همه افراد دیگر متمایز می‌کند (بورديو، ۱۳۹۱: ۷۲). سلیقه، مبنای همه چیزهایی است که فرد در اختیار دارد و هویت فرد را برای دیگران رقم می‌زند و از این طریق است که فرد، خود را طبقه‌بندی می‌کند و توسط دیگران نیز طبقه‌بندی می‌شود. سلیقه‌ها تصریح عملی تفاوت‌های گریزناپذیر است (همان: ۹۳). بنا به تعریف بورديو «قریحه عبارت است از ظرفیت {توانایی} آن که گروهی از اشیاء یا اعمال را به صورت مادی و نمادین و به معنای مجموعه‌ای از ترجیحات متمایزکننده به کار می‌گیرد. قریحه پیوند میان بعضی محصولات و مصرف‌کنندگان آنها در فضای اجتماعی منطقه‌بندی‌شده را نشان می‌دهد. قریحه مبنای داوری درباره ارزش تجربه‌های مختلف است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳-۴۲). سلیقه، عامل واقعی تبدیل هر چیز به نشانه‌های تشخص و تمایز و تبدیل توزیع‌های پیوسته به تقابل‌های گسسته است؛ سلیقه تفاوت‌هایی را که در نظم بدن مندرج‌اند، به نظم نمادین تمایزهای معنادار تبدیل می‌کند. بنابراین ذوق و سلیقه، منبع نظام ویژگی‌های متمایزی است که هر کس که شناخت عملی درباره روابط میان نشانه‌ها و موقعیت‌های متمایز در این

توزیع‌ها دارد، باید آن را به مثابه تجلی سیستماتیک طبقه خاصی از شرایط وجودی، یعنی به مثابه سبک زندگی متمایز، تشخیص دهد. این نظام طبقه‌بندی‌کننده، که محصول درونی‌شدن ساختار فضای اجتماعی است، به طور پیوسته ضرورت‌ها را به استراتژی‌ها، و قیدوبندها را به اولویت‌ها تبدیل می‌کند و بدون هیچ گونه جبر مکانیکی، مجموعه انتخاب‌های سازنده سبک زندگی را به بار می‌آورد، انتخاب‌هایی که معنا یا ارزش خود را در موقعیت یا جایگاهی که در نظام تقابل‌ها و همبستگی‌ها دارند، اخذ می‌کنند (بوردیو، ۱۳۹۱: ۲۴۵-۲۴۳).

بر مبنای دیدگاه بوردیو، گذران اوقات فراغت می‌تواند بیانگر سبک زندگی و ذائقه‌های خاص باشد که به متمایز شدن افراد از همدیگر منجر می‌شود. یکی از کارکردهای اوقات فراغت تمایزبخشی است. به معنای دقیق‌تر باید گفت مصرف، اجازه بازنمایی سبک‌های زندگی مختلف و ذائقه‌های مختلف را می‌دهد. به نظر بوردیو، انتخاب‌هایی که افراد در مورد گزینه‌های اوقات فراغت انجام می‌دهند، اساساً اجتماعی است و مردم سبک‌های زندگی و فعالیت‌های فراغتی را می‌آموزند و نحوه گذراندن اوقات فراغت، متفاوت است، چون مجردان و متأهلان و همچنین گروه‌های سنی مختلف در جامعه ما سبک زندگی متفاوتی دارند و میزان و نوع فراغت‌های آنها تغییر می‌کند. بنابراین متغیر سن و جنس بر اوقات فراغت و اوقات فراغت نیز بر مصرف تنباکو افراد تأثیرگذار است (گروه اجتماعی فرهنگی، ۱۳۸۴: ۷۸). به طور خلاصه، با توجه به مطالب ذکرشده، به نظر بوردیو در جامعه، میدان‌های اجتماعی گوناگونی وجود دارد که بر اساس سرمایه ساخته می‌شوند. بوردیو به سرمایه فرهنگی در شکل‌دهی به میدان‌ها توجه بیشتری دارد. مردمی که در میدان‌های اجتماعی مشابهی قرار می‌گیرند، منش‌ها و ذائقه‌های مشابهی دارند. منش به خلق‌وخوهای شکل‌گرفته در هر میدان اطلاق می‌شود که بر ذائقه مؤثر است و ذائقه نیز عملکردی است که یکی از کارکردهایش کمک به ادراک فرد از جایگاه‌شان در نظام اجتماعی است. گروه‌های مختلفی که در میدان‌های اجتماعی شکل می‌گیرند، سبک زندگی خاصی خواهند داشت. با توجه به اینکه یکی از شاخص‌های سبک زندگی الگوی مصرف است، افرادی که سبک زندگی مشابهی دارند الگوی مصرفی خاصی برمی‌گزینند که شیوه زندگی آنها را از افراد دیگر متمایز می‌کند. افراد با توجه به سرمایه و جایگاه‌شان در میدان و با تأثیر میدان بر سلیقه و منش آنها، نوع خاصی از فعالیت‌های اوقات فراغت را انجام می‌دهند. با توجه به مبانی نظری مطرح‌شده، شاخص‌های سبک زندگی به شرح زیر استخراج و بررسی خواهد شد: سخن گفتن درباره شاخص‌های سبک زندگی توأمان

سهل و دشوار است. از آنجا که طبق تعریف، سبک زندگی مجموعه‌ای از رفتارهاست، به نظر می‌رسد مصادیق بسیاری برای آن وجود دارد؛ اما برای رفتارهایی که شاخص سبک زندگی‌اند، قیودی، وجود دارد که این مصادیق را محدود می‌کند.

فرضیات تحقیق

فرضیه کلی پژوهش عبارت است از: ۱. به نظر می‌رسد بین سبک زندگی و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیات جزئی پژوهش نیز عبارتند از: ۱. به نظر می‌رسد بین مصرف فرهنگی و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد؛ ۲. به نظر می‌رسد بین سلیقه مصرف و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد؛ ۳. به نظر می‌رسد بین نحوه گذراندن اوقات فراغت و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد؛ ۴. به نظر می‌رسد بین ارزیابی پایگاه اجتماعی اقتصادی و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد؛ ۵. به نظر می‌رسد بین وضعیت اشتغال و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد؛ ۶. به نظر می‌رسد بین وضعیت تأهل و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد؛ ۷. به نظر می‌رسد بین سن و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد و ۸. به نظر می‌رسد بین جنس و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

وجود جامعه آماری بزرگ و جمع‌آوری اطلاعات اندکی به عنوان معرف آن جامعه به منظور آزمون نظریه‌ها و فرضیات تحقیق، قابلیت به کارگیری پیمایش^۱ اجتماعی را مطرح می‌کند (ایمان، ۱۳۹۰: ۱۲۳)، لذا روش پژوهش، پیمایش و تکنیک مورد استفاده، پرسشنامه محقق ساخته است. اعتبار گویه‌ها به شیوه اعتبار صوری (استفاده از نظر کارشناسان و متخصصان ذی ربط) کسب شده است. برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای هر یک از متغیرها بالاتر از ۰/۷ است.

جامعه آماری، کلیه شهروندان شهر بوکان در آذربایجان غربی و شیوه نمونه‌گیری، ترکیبی از روش خوشه‌ای و تصادفی بوده است. بدین منظور، مناطق مختلف شهر، به چند خوشه تقسیم و در هر خوشه چند بلوک برگزیده شد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران

استفاده شده است (رفیع‌پور، ۱۳۸۷: ۳۷۲-۳۷۱). بر طبق سرشماری سال ۱۳۹۰، جمعیت شهر بوکان معادل ۲۵۴۵۲۱ نفر ذکر شده که از این تعداد حدود ۱۷۱۴۹۵ نفر ۱۸ سال به بالا هستند. با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه مساوی با ۳۶۹ نفر معین شد.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

جانانان ترنر مفاهیم را مصالح اساسی برای ساختمان نظریه می‌نامد. مفاهیم عنصرهای مجردی‌اند که نماینده انواع پدیده‌های درون حوزه مطالعه‌اند (ببی، ۱۳۸۸: ۱۲۰). مفاهیم صرفاً ابزارهایی‌اند که کارکرد سودمندی دارند؛ آنها تلخیص انتزاعی مجموعه کاملی از رفتارها، نگرش‌ها و خصیصه‌هایی‌اند که از نظر ما وجه مشترکی دارند (دواس، ۱۳۸۷: ۵۶).

گرایش: ارزیابی احساسی واکنش است. (مفهوم مطرح شده توسط لوئیس تورستن و برخی دیگر از متخصصان رفتاری) مبین آن است که گرایش نوعی احساس مطلوب یا نامطلوب نسبت به امور یا پدیده‌های مختلف است. گوردون آلپورت گرایش را به عنوان تمایل واکنش به موضوع یا پدیده‌های خاص تلقی می‌کند. در نهایت رهیافت‌های نظری روانشناسی اجتماعی در دهه ۱۹۵۰-۱۹۶۰ گرایش را به عنوان صور شناختی، عاطفی و مرکب از عناصر قالبی تعریف می‌کنند که انسان‌ها را در زمینه شناسایی و آمادگی برای کنش و واکنش نسبت به چیزها و جریان‌های معین یاری می‌کنند. گرایش را می‌توان به منزله نوعی احساس مثبت یا منفی نسبت به چیزها و حوادث معین تعریف کرد که دربرگیرنده ارزیابی مطلوب یا نامطلوب آنهاست (برکوویتز، ۱۳۷۲: ۲۳۹). دوست داشتن یا دوست نداشتن است که بر رفتار ما نسبت به کسی یا چیزی تأثیر می‌گذارد (کالات، ۱۳۸۶: ۲۷۲).

ابعاد گرایش: از نظر روزنبرگ و هاوولد گرایش با سه بعد مشخص می‌شود: ۱. بعد شناختی: باور یا شناخت‌هایی که فرد در مورد موضوع دارد (آلفیلیپ و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۴). عنصر شناختی شامل اعتقادات و باورهای شخص درباره یک شی یا اندیشه است (کریمی، ۱۳۸۷: ۲۲۴)؛ ۲. بعد عاطفی: آمادگی قبلی برای ارزش‌گذاری مثبت یا منفی یک موضوع معین (آلفیلیپ و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۴). نگرشی که مبنای آن عواطف باشد و نه ارزیابی ارزش‌های مثبت و منفی، آن را نگرش مبتنی بر عواطف می‌گویند. برای مثال، نوع خاصی اتومبیل را دوست داریم بدون توجه به مصرف بنزین و یا دیگر صفات مثبت و منفی آن (آرونسون و

همکاران، ۱۳۸۴: ۱۵۸)؛ ۳. بعد رفتاری^۱: نحوه‌ای که فرد نسبت به موضوع رفتار می‌کند (آلفیلیپ و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۴). به آمادگی برای پاسخگویی به شیوه‌ای خاص اطلاق می‌شود (کریمی، ۱۳۸۷: ۲۲۵). مشاهده چگونگی رفتار فرد نسبت به موضوع نگرش است (آرونسون و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۵۹). جنبه‌های شناختی این تحقیق عبارتند از: اطلاعات و آگاهی پاسخگو نسبت به مضرات تنباکو از جمله سرطان دهان، معده، مری، ریه، کاهش عملکرد دستگاه تنفسی و کاهش باروری؛ بعد عاطفی شامل حالت احساسی پاسخگو نسبت به مصرف تنباکو و اینکه فرد نسبت به قلیان کشیدن وسوسه می‌شود/ قلیان کشیدن باعث آرامش می‌شود/ برطرف شدن احساس افسردگی/ برطرف شدن عصبانیت/ برطرف شدن استرس/ حل مشکلات شخصی/ اگر کسی کنارم قلیان بکشد او را تحمل می‌کنم/ اگر کسی کنارم قلیان بکشد من هم با او می‌کشم/ لذت کشیدن قلیان را بر ضررش ترجیح می‌دهم و بعد رفتاری در برگیرنده آمادگی پاسخگو برای مصرف تنباکو و همچنین میزان تمایل به مصرف آن است.

سبک زندگی^۲: سبک‌های زندگی کردارهایی‌اند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند، جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های کنش و محیط دلخواه برای ملاقات کردن دیگران جلوه می‌کنند. چنین رفتارهایی بازتاب هویت‌های شخصی، گروهی و اجتماعی‌اند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۹). در تحقیق حاضر نیز جنبه‌ای از سبک زندگی برجسته شده است که افراد غالباً در موقعیت‌های فراغت خود به انجام آن مبادرت می‌ورزند. هنجارهای مصرف از جمله این مؤلفه‌هاست. سلیقه افراد (اینکه باکسی که قلیانی است ازدواج می‌کند/ در مهمانی کنار افرادی که قلیان می‌کشند، می‌نشیند/ در یک جمع بودن و با آن افراد قلیان کشیدن/ دوست دارد که دیگران قلیان کشیدن او را ببیند یا پنهانی می‌کشد/ چه نوع تنباکویی مصرف می‌کند)؛ مصرف فرهنگی (مصرف فیلم، لوح فشرده، رسانه‌ها)؛ پوشاک؛ مکان‌های گذران اوقات فراغت و نوع فعالیت‌های فراغتی مقوله‌هایی‌اند که شاخص هنجارهای مصرف را عملیاتی می‌کنند.

نحوه گذران اوقات فراغت^۳: فراغت از edsse, liceere, leisure به معنای سهولت، راحت، فراغت و آسایش گرفته شده است. در فرهنگ لاروس، اوقات فراغت چنین تعریف شده است: سرگرمی‌ها، تفریحات و فعالیت‌هایی که افراد به هنگام آسودگی از کار عادی با

1. Behavioural
2. Life style
3. free time

شوق و رغبت به آنها می‌پردازند (جلالی فراهانی، ۱۳۹۰: ۴). انسان در اوقات فراغت به فعالیت‌هایی می‌پردازد که به طور معمول اختیاری و داوطلبانه است و به دلیل خشنودی و لذتی که به دنبال دارند، یا به منظور برخی از ارزش‌های شخصی و اجتماعی استنباط شده از آنها، انتخاب می‌شوند. اوقات فراغت مجموعه‌ای از اشتغالات فرد است که تا حد زیادی به رضایت خاطر خود برای استراحت، تفریح، توسعه اطلاعات، آموزش غیر انتفاعی یا مشارکت اجتماعی یا داوطلبانه، بعد از آزاد شدن از التزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی به کار می‌رود (گروه اجتماعی- فرهنگی، ۱۳۸۴: ۳۳). افراد اوقات فراغت خود را به صورت سنتی یا مدرن می‌گذرانند: ۱. گذران اوقات فراغت به صورت مدرن شاخص‌هایی همچون انجام فعالیت‌های فرهنگی، هنری و مطالعه در وقت فراغت دارد. این متغیر در قالب طیف لیکرت در نه گویه گوش دادن به موسیقی/ تمرین نوازندگی/ مطالعه درسی/ خواندن رمان و کتب علمی/ راهپیمایی و ورزش/ انجام فعالیت‌های هنری/ رفتن به سینما/ دیدن تئاتر و گالری‌ها و بازدید از موزه/ رفتن به کافی‌شاپ، رستوران و قهوه‌خانه‌ها و خواندن مجله شاخص‌سازی شده است. ۲. افرادی که در وقت فراغت به فعالیت‌های منفعلانه مانند خوابیدن و صحبت کردن با دیگران می‌پردازند، اوقات فراغتشان را به صورت سنتی می‌گذرانند. این متغیر در قالب طیف لیکرت در ده گویه در جمع دوستان بودن/ شرکت در مراسم و مهمانی/ پرداختن به امور مستحب/ گردش داخل شهری (خیابان و مغازه)/ رفتن به پارک یا اماکن تفریحی/ تلفنی صحبت کردن/ تماشای تلویزیون/ خوابیدن و در خانه ماندن) عملیاتی شده است.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی: با توجه به نتایج به دست آمده، از مجموع ۳۶۹ نفر از پاسخگوی ۱۸ سال و بالاتر نمونه، ۴۵/۵ درصد زن و ۵۴/۵ درصد از آن‌ها مرداند. بیشترین تعداد پاسخگویان در گروه سنی کمتر از ۲۹ سال قرار دارند که حدود ۵۵ درصد از پاسخگویان را شامل می‌شود. در مقابل، کمترین تعداد مربوط به گروه سنی ۶۱ سال به بالاست. میانگین سنی پاسخگویان نیز ۳۱/۳۷ به دست آمد. وضعیت تأهل پاسخگویان بیانگر این است که ۱۷۲ نفر از پاسخگویان معادل ۴۵/۵ درصد مجرد و ۱۹۴ نفر از پاسخگویان معادل ۵۲/۶ درصد متأهل بوده‌اند. از نظر اشتغال، بیشترین فراوانی شاغلان در بخش خصوصی (۲۷/۹ درصد)، و بعد از آن، بیکار ۲۳/۳ درصد، و دانشجو ۲۲ درصد را دربرمی‌گیرد. نتایج مربوط به درآمد خود یا پاسخگویان نشان

می‌دهد که بیشتر پاسخگویان بین گروه درآمدی ۴۰۱ تا ۵۰۰ و ۸۰۱ تا ۹۰۰ هزار تومان قرار می‌گیرند، وضعیت تحصیلی بیشتر پاسخگویان مورد بررسی، لیسانس با ۲۱/۱ و دیپلم با ۲۰/۹ درصد را در بر می‌گیرد.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گویه‌های سنجش گرایش به مصرف تنباکو

متغیر	فراوانی	درصد معتبر	درصد تجمعی
قلیان می‌کشم	۲۳۲	۶۲/۹	۶۲/۹
قلیان نمی‌کشم	۱۳۷	۳۷/۱	۱۰۰
جمع کل	۳۶۹	۱۰۰	

گویه‌ها	ابعاد	میزان درصد			
		کاملاً موافقم	موافقم	تاحدی	مخالقم کاملاً مخالفم
با کشیدن قلیان مقداری سم وارد بدن می‌شود.	۱. سلامت جسمانی	۵۲/۶	۲۲/۸	۱۲/۷	۶/۸
تنباکوی میوه‌ای مضرات کمتری نسبت به تنباکوی طبیعی دارد.		۳۲/۲	۲۶	۱۸/۴	۱۰/۸
قلیان باعث ابتلا به سرطان ریه می‌شود.		۴۹/۹	۲۵/۷	۱۰/۶	۵/۴
مصرف قلیان باعث ابتلا به بیماری‌های قلبی - عروقی می‌شود.		۴۶/۱	۲۵/۷	۱۴/۱	۶
مصرف قلیان باعث ابتلا به سرطان دهان و دندان می‌شود.		۴۰/۱	۲۴/۱	۱۸/۳	۸/۷
مصرف قلیان باعث مشکلات تنفسی مانند آسم می‌شود.		۴۶/۶	۲۵/۲	۱۵/۴	۵/۴
مصرف قلیان باعث سرطان مری و دیگر بیماری‌های مربوط به مری می‌شود.		۴۳/۴	۲۲/۸	۱۴/۹	۷/۹
مصرف قلیان باعث انتقال بیماری‌های واگیردار توسط شلنگ قلیان می‌شود.		۴۰/۴	۲۳/۶	۱۷/۳	۷
ضرر قلیان از سیگار بیشتر است.		۴۹/۱	۱۹/۲	۱۰/۳	۹/۵
مصرف قلیان به اندازه سیگار اعتیادآور است.		۴۴/۴	۱۸/۴	۱۴/۶	۱۲/۲
قلیان کشیدن باعث آرامش می‌شود.	۲. رفاه روانی	۲۳/۸	۱۰/۳	۱۸/۴	۳۶
گاهی اوقات به کشیدن قلیان وسوسه می‌شوم.		۲۷/۶	۱۳/۶	۱۵/۲	۳۳/۱
لذت کشیدن قلیان را بر ضررش ترجیح می‌دهم.		۳۵/۷	۱۳	۱۴/۱	۳۲/۲
اگر کسی کنار من قلیان بکشد او را تحمل می‌کنم.		۳۶/۸	۱۷/۱	۲۰/۳	۲۵/۲
مصرف تفریحی قلیان سبب اعتیاد نمی‌شود.		۳۶/۸	۱۳	۱۴/۶	۳۶/۸
به نظر من قلیان فشار عصبی را کاهش می‌دهد.		۲۲	۱۲/۲	۲۰/۱	۲۸/۷
به نظر من کشیدن قلیان اشتها را زیاد می‌کند.		۱۷/۶	۶/۸	۱۶/۳	۳۴/۴

همان‌گونه که نتایج نشان می‌دهد ۷۵ درصد پاسخگویان معتقدند که با مصرف تنباکو سم وارد بدن می‌شود. در مقابل ۱۲ درصد مخالف‌اند. ۵۸ درصد از آنها موافق‌اند تنباکو میوه‌ای مضرات کمتری نسبت به تنباکو طبیعی دارد و ۷۵ درصد معتقدند که مصرف قلیان باعث ابتلا به سرطان ریه می‌شود. در مقابل تنها ۱۰ درصد از آنها مخالف‌اند. ۷۲ درصد پاسخگویان موافق‌اند که مصرف قلیان باعث ابتلا به بیماری‌های قلبی و عروقی می‌شود. ۶۴ درصد افراد موافق‌اند که مصرف قلیان باعث ابتلا به سرطان دهان و دندان می‌شود. ۷۲ درصد با این گزاره که مصرف قلیان باعث مشکلات تنفسی مانند آسم می‌شود، موافق‌اند. ۶۶ درصد پاسخگویان

موافق‌اند که مصرف قلیان باعث سرطان مری می‌شود. ۶۴ درصد افراد معتقدند که قلیان باعث انتقال بیماری‌های واگیردار می‌شود. ۶۸ درصد پاسخگویان موافق بودند که ضرر قلیان از سیگار بیشتر است. ۶۳ درصد با این موضوع که مصرف قلیان به اندازه مصرف سیگار اعتیادآور است، موافق بودند. ۳۴ درصد پاسخگویان موافق بودند که قلیان باعث آرامش می‌شود. ۴۱ درصد موافق بودند که گاهی اوقات به مصرف قلیان وسوسه می‌شوند. ۳۸ درصد پاسخگویان لذت کشیدن قلیان را به ضرر آن ترجیح می‌دهند. ۴۷ درصد آنها با این موضوع مخالف‌اند. ۴۴ درصد افراد معتقد بودند اگر کسی کنارشان قلیان بکشد، او را تحمل می‌کنند. ۴۰ درصد پاسخگویان موافق بودند که مصرف تفریحی قلیان سبب اعتیاد نمی‌شود. ۴۵ درصد آنها با این موضوع مخالف‌اند. ۳۴ درصد از افراد موافق بودند که قلیان کشیدن فشار عصبی را کاهش می‌دهد. ۴۶ درصد مخالف این مسئله‌اند. ۲۴ درصد پاسخگویان معتقدند قلیان کشیدن اشتها را زیاد می‌کند ولی ۵۹ درصد از آنها مخالف این موضوع بودند. همچنین از کل نمونه مورد نظر تعداد ۲۳۲ نفر از نمونه معادل ۶۲/۹ درصد قلیان می‌کشند و در طرف دیگر ۱۳۷ نفر از پاسخگویان معادل ۳۷/۱ درصد، قلیان مصرف نمی‌کنند.

آماره‌های استنباطی و یافته‌های تبیینی: در ادامه به بررسی رابطه متغیرهای مستقل و وابسته، آزمون فرضیات و در نهایت تحلیل رگرسیون پرداخته می‌شود.

جدول ۲. آزمون تفاوت میانگین بین گرایش به مصرف تنباکو، جنسیت و وضعیت تأهل

جنس	تعداد	میانگین	مقدار T	درجه آزادی	Sig	تفاوت میانگین
زن	۱۶۸	۶/۲۴۲۱	۶/۶۷۴	۳۶۰/۴۱۰	۰/۰۰۰	۰/۶۷
مرد	۱۹۹	۵/۵۶۹۵				
مجرد	۱۷۲	۵/۹۹	-۲/۳۱	۳۵۸/۳۴	۰/۰۲۱	-۰/۲۴۶
متاهل	۱۹۲	۵/۷۵				

در جدول فوق با استفاده از تی‌تست، میانگین گرایش به مصرف تنباکو پاسخگویان به تفکیک جنس و وضعیت تأهل مقایسه شده است. نتایج نشان می‌دهد میانگین گرایش به مصرف تنباکو در بین مردان حدود ۰/۷ درصد از زنان کمتر است. این بدین معنی است که زنان به نسبت مردان گرایش بیشتری به مصرف تنباکو دارند. همچنین میانگین گرایش به مصرف تنباکو در بین مجردان اندکی بیشتر از متأهل‌هاست، لذا میزان می‌توان گفت گرایش به مصرف تنباکو به عنوان متغیر وابسته اصلی این تحقیق، به وضعیت تأهل و جنسیت وابسته است.

جدول ۳. رابطه بین وضعیت اشتغال و گرایش به مصرف تنباکو

وضعیت اشتغال	شاغل بخش دولتی	شاغل بخش خصوصی	بیکار	خانه دار	دانشجو	سرباز	جمع
گرایش به مصرف تنباکو							
کم	۰/۵	۵/۲	۴/۴	۰/۳	۲/۲	۰	۱۲/۵
متوسط	۲/۲	۱۶/۱	۱۲	۴/۹	۱۱/۲	۰/۸	۴۷/۱
زیاد	۵/۴	۶/۸	۶/۸	۱۱/۷	۸/۷	۰/۸	۴۰/۳
جمع کل	۸/۲	۲۸/۱	۲۳/۲	۱۶/۹	۲۲/۱	۱/۶	۱۰۰
	Value	Df	Sig				
	۵۰/۶۸۲	۱۰	۰/۰۰۰				

با استفاده از آزمون کی دو و با سطح ۹۵ درصد می توان ادعا کرد بین وضعیت اشتغال و گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری وجود دارد. زنان، دانشجویان، بیکاران و شاغلان بخش خصوصی به کشیدن قلیان و مصرف تنباکو گرایش بیشتری دارند (جدول ۳).

جدول ۴. جدول ضریب همبستگی بین گرایش به مصرف تنباکو و متغیرهای مستقل

فرضیه	نوع آزمون	میزان ضریب همبستگی	سطح اطمینان	نتیجه آزمون
رابطه بین سن و گرایش به مصرف تنباکو	پیرسون	۰/۱۸۳	۰/۹۹	تأیید
رابطه بین ارزیابی فرد از وضعیت اجتماعی - اقتصادی و گرایش به مصرف تنباکو		۰/۲۱	۰/۹۹	تأیید
رابطه بین درآمد و گرایش به مصرف تنباکو		۰/۲۰۶	۰/۹۹	تأیید
رابطه بین شیوه گذران اوقات فراغت به صورت سنتی و گرایش به مصرف تنباکو		-۰/۳۵	۰/۹۹	تأیید
رابطه بین شیوه گذران اوقات فراغت به صورت مدرن و گرایش به مصرف تنباکو		۰/۲۹	۰/۹۹	تأیید
رابطه سلیقه مصرف و گرایش به مصرف تنباکو		۰/۴۲	۰/۹۹	تأیید
رابطه بین مصرف کالاهای فرهنگی و گرایش به مصرف تنباکو		۰/۳۳۶	۰/۹۹	تأیید

بر اساس یافته های تحقیق، رابطه بین متغیرهای مستقل سن، ارزیابی از وضعیت اجتماعی-اقتصادی، میزان درآمد، گذران اوقات فراغت به صورت سنتی و مدرن، سلیقه مصرف و مصرف کالاهای فرهنگی با گرایش به مصرف تنباکو تأیید می شود. با افزایش سن، میزان گرایش به مصرف قلیان نیز تا حدودی افزایش می یابد. از لحاظ ارزیابی پاسخگویان از وضعیت اجتماعی اقتصادی، هرچقدر ارزیابی افراد از پایگاه اجتماعی اقتصادی خودشان بالاتر باشد، گرایش به مصرف تنباکو بیشتر می شود. نتایج آزمون همبستگی بین گرایش به مصرف تنباکو و میزان درآمد نشان داد بین این دو متغیر رابطه ای ضعیف اما مثبت وجود دارد که حاکی از تمایل افراد با درآمد بیشتر به مصرف تنباکو است. همچنین رابطه بین شیوه گذران اوقات فراغت به صورت سنتی و گرایش به مصرف تنباکو به میزان ۰/۳۵- درصد، از رابطه معکوس بین دو متغیر حکایت دارد. به بیان دیگر، هرچه شیوه گذران اوقات فراغت افراد سنتی تر باشد، گرایش به مصرف تنباکو کمتر می شود. بین گرایش به مصرف تنباکو و شیوه گذران اوقات

فراغت به صورت مدرن، به میزان ۰/۲۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد که از رابطه مستقیم بین دو متغیر حکایت دارد. به عبارتی، هر چقدر شیوه گذران اوقات فراغت افراد مدرن‌تر باشد، گرایش به مصرف تنباکو بیشتر می‌شود. لذا می‌توان نتیجه گرفت، افراد با شیوه گذران اوقات فراغت مدرن، نسبت به افراد با شیوه گذران اوقات فراغت سنتی، به مصرف تنباکو گرایش بیشتری دارند. بر اساس جدول فوق، بین گرایش به مصرف تنباکو و سلیقه مصرف پاسخگویان، به میزان ۰/۴۲ درصد رابطه معناداری مشاهده شد که از رابطه مستقیم بین دو متغیر حکایت دارد. به عبارت دیگر، هر چقدر سلیقه مصرف افراد به هم نزدیک‌تر باشد، به واسطه تشکیل گروه‌های دوستانه و دورهمی، گرایش به مصرف تنباکو بیشتر می‌شود. همچنین، نتایج آزمون همبستگی بین مصرف کالاهای فرهنگی و گرایش به مصرف تنباکو نشان داد که درصد رابطه معنادار ۰/۳۳۶ است که نشان‌دهنده این است که مصرف کالاهای فرهنگی مانند مطالعه کتاب، مجلات یا روزنامه‌ها بر گرایش افراد نسبت به مصرف تنباکو تأثیرگذار است.

در نهایت، به منظور پیش‌بینی متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل، از آزمون رگرسیون خطی چند متغیره به روش گام به گام استفاده شد. در این معادله، گرایش به مصرف تنباکو به عنوان متغیر وابسته و نحوه گذران اوقات فراغت به شیوه سنتی و مدرن، سلیقه مشترک مصرف، مصرف کالاهای فرهنگی و ارزیابی پایگاه اجتماعی اقتصادی به عنوان متغیرهای مستقل در معادله رگرسیون خطی چند متغیره باقی مانده‌اند.

جدول ۵. سطح معناداری معادله رگرسیون خطی چند متغیره

Model Summary		Anova	
R Square	R	Sig	F
۰,۵۲۷	۰,۷۲۶	۰,۰۱	۳۸,۲۸

بر اساس نتایج جدول فوق، مقدار به‌دست آمده $F(38,28)$ که در سطح خطای کمتر از ۰,۰۱ معنادار است، نشان می‌دهد متغیرهای مستقل از قدرت تبیین خوبی برخوردار بوده و قادرند تغییرات واریانس متغیر وابسته را توضیح دهند. همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق، می‌توان گفت متغیرهای مستقل پژوهش حدود ۱۳ درصد واریانس گرایش به مصرف تنباکو را تبیین می‌کنند. ضریب تعیین معادله برابر با ۰/۵۲۷ بیان‌گر آن است که حدود ۵۳ درصد تغییرات مربوط به گرایش افراد به مصرف تنباکو با متغیرهای مستقل مدل تبیین می‌شود.

جدول ۶. میزان تأثیر همزمان متغیرهای مستقل بر گرایش به مصرف تنباکو

متغیر مستقل	Beta	مقدار T	سطح معناداری
سلیقه مشترک مصرف	۰/۳۱۹	۷/۰۵۲	۰/۰۰۰
گذران اوقات فراغت به شیوه سنتی	-۰/۳۰۰	-۶/۹۲۸	۰/۰۰۰
مصرف کالاهای فرهنگی	۰/۳۲۵	۵/۵۳۴	۰/۰۰۰
گذران اوقات فراغت به شیوه مدرن	۰/۲۵۶	۴/۶۸۳	۰/۰۰۰
ارزیابی پایگاه اجتماعی اقتصادی	۰/۱۰۰	۲/۲۳۹	۰/۰۲۶

متغیر مصرف کالاهای فرهنگی بالاترین ضریب بتا (اثرگذاری) یعنی ۰/۳۲۵ درصد و دومین متغیر به لحاظ اندازه بتا، سلیقه مصرف، با بتای ۰/۳۱۹ قرار دارد. گذران اوقات فراغت به شیوه مدرن با درصد فراوانی ۰/۲۵۶ سومین متغیر تأثیرگذار بر گرایش به مصرف تنباکو پاسخگویان است. متغیرهای اوقات فراغت و پایگاه اجتماعی-اقتصادی به صورت سنتی به ترتیب با ۰/۳- و ۰/۱- در رتبه‌های بعدی قرار دارند. اولین و مهم‌ترین متغیر تبیین‌کننده گرایش به مصرف تنباکو در شهر بوکان در میان افراد ۱۸ سال و بالاتر مورد بررسی، مصرف کالاهای فرهنگی و گذران اوقات فراغت ارزیابی شد. بنابراین می‌توان به اهمیت و ضرورت توجه به نقش رسانه‌های جمعی، اوقات فراغت و انگیزه در سلیقه مصرف افراد اشاره کرد (جدول ۶).

بحث و نتیجه‌گیری

انسان‌ها به ویژه جوانان از مهم‌ترین سرمایه‌های بالقوه یک کشورند. چنان چه به هر دلیل از چرخه تولید و فعالیت اقتصادی خارج شوند، هزینه‌های زیادی به کشور تحمیل خواهد شد. ابتلا به اعتیاد نه تنها جوانان را از این چرخه خارج می‌کند، بلکه در پی خود مشکلات و پدیده‌های شوم اجتماعی-روانی بسیاری دارد که حتی می‌تواند شیرازه یک جامعه را سست کند. مثلاً فرد معتاد زندگی خانوادگی باثباتی نخواهد داشت و این امر می‌تواند به طلاق منجر شود و فرزندان احتمالی را درگیر شرایط نامناسبی کند که بالقوه بسترساز آسیب‌های دیگر است. به بیان دیگر، اعتیاد یکی از معضلاتی است که در سلسله آسیب‌های اجتماعی-روانی دیگر قرار دارد. برای پیشگیری از بروز چنین آسیب‌هایی و شناسایی مبادی و ریشه‌ها و علل این پدیده شوم، انجام تحقیقات علمی نیازی ضروری است تا از این رهگذر، وضعیت موجود، دلایل و عوامل مرتبط و مؤثر را شناسایی کرد. در این زمینه، پژوهش حاضر به بررسی گرایش به مصرف تنباکو و عوامل مؤثر بر آن در شهر بوکان پرداخت. داده‌های تحقیق با استفاده از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه از نمونه‌ای از شهروندان شهر بوکان به‌دست آمد.

چارچوب نظری تحقیق، نظریه سبک زندگی وبر، زیمل و پی بوردیو بود. متغیر وابسته در این تحقیق گرایش به مصرف تنباکو است که رابطه آن با متغیرهای مستقل تحقیق شامل سن، جنس، وضعیت تأهل، ارزیابی از وضعیت اجتماعی اقتصادی، وضعیت اشتغال، میزان درآمد، نحوه گذران اوقات فراغت، سلیقه مصرف و مصرف کالاهای فرهنگی سنجش شده است. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد گرایش به مصرف تنباکو در بین شهروندان شهر بوکان مثبت است. همان طور که فیش باین و آیزن معتقد بودند که نگرش مثبت احتمال انجام آن عمل را افزایش می‌دهد، هر چه گرایش به مصرف قلیان از سوی شهروندان مثبت‌تر باشد، باید انتظار داشت که احتمال قلیانی شدن افراد افزایش یابد و برعکس. نتایج این تحقیق با یافته‌های مطالعات نمکین و همکاران (۱۳۸۷)، انصاری و همکاران (۱۳۸۶)، فاضل پور و همکاران (۱۳۸۳)، آیت‌اللهی و همکاران (۱۳۸۳) و شکیب و همکاران (۲۰۰۴) مطابقت دارد. در بخش آزمون متغیرها، نخست به بررسی ارتباط سن و گرایش به مصرف تنباکو پرداختم که مشخص شد ارتباط معناداری بین سن و گرایش به مصرف تنباکو وجود دارد و هرچه سن افراد بالاتر می‌رود گرایش به مصرف تنباکو بیشتر می‌شود. از سوی دیگر یکی از عوامل مرتبط با گرایش به مصرف تنباکو جنسیت است. نتیجه این تحقیق با نتایج مطالعه آقاملایی و همکاران (۱۳۸۵)، موسوی (۱۳۸۴)، سرگلزائی و همکاران (۱۳۷۹) و شکیب و همکاران (۲۰۰۴) مطابقت دارد. بر اساس نتیجه آزمون تی مشخص شد که گرایش به مصرف برحسب جنسیت متفاوت است و زنان نسبت به مردان گرایش بیشتری به مصرف تنباکو داشتند. متغیر دیگری که با میزان گرایش به مصرف تنباکو ارتباط دارد، وضعیت تأهل است یعنی متأهلان نسبت به مجردها گرایش کمتری به مصرف تنباکو و کشیدن قلیان دارند. نتایج این تحقیق تنها با مطالعه ترقی‌جاه و همکاران (۱۳۸۹) مطابقت دارد. توجه به این مسئله که مجردها عمدتاً گروه سنی جوان و به عبارتی بنیان‌گذار آینده جامعه‌اند، قابل تأمل است. ارزیابی فرد از وضعیت اجتماعی اقتصادی متغیر مستقل دیگری است که بر گرایش به مصرف تنباکو تأثیر می‌گذارد. همان گونه که مشاهده می‌شود هر چه ارزیابی فرد از وضعیت اجتماعی اقتصادی بالاتر باشد، گرایش به مصرف تنباکو بیشتر می‌شود. همانند سایر پژوهش‌ها از عوامل مؤثر بر گرایش به مصرف تنباکو، وضعیت اشتغال است. همچنین میزان درآمد فرد بر گرایش به مصرف تنباکو بررسی شد و این رابطه که هرچه میزان درآمد فرد بالاتر باشد، گرایش به مصرف تنباکو بیشتر می‌شود، تأیید شد. متغیر تأثیرگذار دیگر، نحوه گذران اوقات فراغت است که در دو مقوله جداگانه

سنتی و مدرن محاسبه شد. هر دو متغیر سنتی و مدرن در ارتباط با متغیر وابسته آزمون شدند. همان طور که بورديو معتقد بود اوقات فراغت و نحوه گذران آن می تواند بر مصرف مؤثر باشد، نتایج بیان گر آن است که هر دو متغیر با گرایش به مصرف تنباکو رابطه معناداری دارند اما رابطه به دست آمده از نحوه گذران اوقات فراغت معکوس است یعنی هر چه این متغیر به شیوه سنتی تر انجام پذیرد، گرایش به مصرف تنباکو کمتر و هر چه مدرن تر باشد، گرایش بیشتر می شود. بر اساس نظریه سبک زندگی بورديو، می توان نتیجه گرفت سلیقه مصرف افراد بر گرایش به مصرف تأثیرگذار است به گونه ای که هر چه سلیقه مصرف افراد به همدیگر نزدیک باشد، گرایش به مصرف تنباکو نیز بیشتر می شود. همچنین اطلاعات به دست آمده حاکی از وجود رابطه معنادار بین دو متغیر مصرف فرهنگی و گرایش به مصرف تنباکو بود. در این زمینه باید گفت هر چه مصرف فرهنگی افراد بیشتر باشد، گرایش به مصرف تنباکو بیشتر می شود.

منابع

- احمدی، حبیب (۱۳۸۴). *جامعه شناسی انحرافات*. تهران: انتشارات سمت.
- احمدی زاده فینی، اکرم؛ آقاملایی، تیمور؛ دهقانی، محسن؛ زارع، شهرام؛ مدنی، عبدالحسین (۱۳۸۶). مواجهه با دود محیطی تنباکو (سیگار و قلیان) در افراد بالای ۱۵ سال ساکن شهر بندرعباس. *مجله پزشکی هرمزگان*.
- آرونسون، الیوت و ویلسون، تیموتی دی و آکرت، روبین ام. (۱۳۸۴). *روانشناسی اجتماعی*. ترجمه: افسانه شیخ الاسلام زاده. تهران: ما و شما.
- ببی، ارل (۱۳۸۸). *روش های تحقیق در علوم اجتماعی*. ترجمه: رضا فاضل. تهران: انتشارات سمت.
- برکویتز، لئونارد (۱۳۷۲). *روانشناسی اجتماعی*. ترجمه: محمدحسین فرجاد و عباس محمدی اصل. تهران: انتشارات اساطیر.
- بورديو، پیر (۱۳۹۱). *تمایز؛ نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی*. ترجمه: حسن چاوشیان. نشر ثالث.
- ترقی جاه، صدیقه؛ حمدیه، مصطفی؛ یعقوبی، نرگس (۱۳۸۹). *عوامل پیش بینی کننده مصرف سیگار و قلیان در دانشجویان دانشگاه های دولتی*. دانشگاه علوم پزشکی بهشتی.
- جلالی فراهانی، مجید (۱۳۹۰). *مدیریت اوقات فراغت و ورزش های تفریحی*. انتشارات دانشگاه تهران.
- دواس، دی ای (۱۳۸۷). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*. ترجمه: هوشنگ نایی. تهران: نشرنی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۷). *کندوکاوها و پنداشته ها (مقدمه ای بر روش های شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی)*. تهران: شرکت سهامی انتشار.

ستاد مبارزه با مواد مخدر (۱۳۸۶). گزارش پژوهشی اهمیت و ضرورت مسئله اعتیاد و میزان شیوع آن در کشور.

صباحی، عبدالرضا؛ دیوسالار، کوروش؛ نخعی، نوذر (۱۳۸۹). نگرش دانشجویان نسبت به مصرف قلیان. *مجله اعتیاد و سلامت*. سال سوم.

فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
فکوهی، ناصر و انصاری مهابادی، فرشته (۱۳۸۲). اوقات فراغت و شکل گیری شخصیت فرهنگی (نمونه ی موردی دو دبیرستان دخترانه ی شهر تهران). *مجله انسان شناسی* (نامه انسان شناسی). پاییز و زمستان ۱۳۸۲. دوره ۲. شماره ۴. صص ۸۹-۶۱.

کریمی، یوسف (۱۳۸۷). *روان شناسی اجتماعی*. تهران: نشر ارسباران.
گروه اجتماعی فرهنگی (۱۳۸۴). *اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان*. انتشارات سازمان ملی نوجوانان.
مجدزاده، رضا؛ زمانی، قاسم؛ کاظمی، حسن (۱۳۸۱). بررسی کیفی عوامل گرایش مردم هرمزگان به استعمال قلیان و راه های مناسب مبارزه با آن. *مجله پژوهشی حکیم*. پاییز، دوره ۵. ش ۳.
منشی، غلامرضا؛ سموعی، راحله؛ والیانی، محبوبه (۱۳۸۱). نقش آموزش مهارت های زندگی بر پیشگیری از اعتیاد جوانان شهر اصفهان. *مجله تحقیقات پرستاری و مامایی*. پاییز ۸۳. شماره ۸.
نوری زاده، مریم (۱۳۸۷). *آشنایی با عوارض مصرف سیگار و دخانیات*. انتشارات دانشگاه تهران.

- Sanders, E. (2007). Understanding addiction and its hidden casts. www.Execucareare.com.
- Brian A. Primack (2012). Associations between hookah tobacco smoking knowledge and hookah smoking behavior among US college students. *Health Health Education Research*, Volume 28, Issue.1
- Jaime E. Sidani . Ariel Shensa . Brian A. Primack (2012). Substance and Hookah Us and Living Arrangement Among Fraternity and Sorority Members at US Colleges and Universities, *Community Health*.
- Khaled Aljarrah, Zaid Q Ababneh and Wael K Al-Delaimy (2009) .Perceptions of hook smoking harmfulness: predictors and characteristics among current hookah users.
- Rima T. Nakkash, Joanna Khalil and Rema A Afifi ,(2007), The rise in narghile (shisha, hookah) waterpipe tobacco smoking: A qualitative study of perceptions of smokers and non-smokers..
- Robert E. Braun and Tavis Glassman and Jennifer wohlwend . Aubrey Whewell . Diana M. Reindl(2011) .Hookah Use Among College Students from a Midwest University. *Community Health*, Volume37. 294 -298