

بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی موثر بر پذیرش فرهنگ مدرن در بین شهروندان در شهرستان

گچساران در سال ۱۳۹۳

کیومرث سجادی پور

kumars sajadi@yahoo.com

کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان اصفهان

دکتر اسماعیل جهانبخش

E. Jahanbakhsh@yahoo.com

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان اصفهان

چکیده:

این پژوهش با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی موثر بر پذیرش فرهنگ مدرن در بین شهروندان در شهرستان گچساران» در سال ۱۳۹۳ انجام شده است. این پژوهش یک مطالعه توصیفی-تحلیلی با روش پیمایشی، از نوع همبستگی می باشد. هدف اصلی این مطالعه آن بود تا دریافته شود که عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی تا چه اندازه بر پذیرش فرهنگ مدرن تاثیرگذار است. بدین منظور از جامعه آماری تحقیق که شامل کلیه شهروندان شهر گچساران که مشتمل بر ۹۰۰۰۰ نفر می باشد، و حجم نمونه ای برابر با ۳۸۲ نفر توسط فرمول کوکران برآورد گردیده است و نمونه‌های پژوهش به شیوه‌ی تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌های موردنیاز پژوهش توسط یک پرسشنامه محقق ساخته که شامل ۵ سؤال مشخصات عمومی و ۳۰ سؤال اختصاصی بوده جمع‌آوری و با استفاده از نرم افزار SPSS و (آزمون کلموگروف اسمیرنوف، آزمون ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی مستقل، و آزمون تحلیل واریانس یکراهه و آزمون تعقیبی شفه و همچنین آزمون رگرسیون چند گانه) تجزیه و تحلیل گردید است. روایی ابزار به صورت صوری و محتوایی و پایایی ابزار توسط ضریب آلفای کرونباخ سنجش گردید که آلفای تمامی ابعاد بیش از حد استاندارد ۷۰/۰ به دست آمد. یافته‌های آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که پایگاه اقتصادی و همچنین پایگاه اجتماعی بر پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران تاثیر گذاشته است. و بین میزان استفاده از مصرف رسانه های جمعی و پذیرش فرهنگ مدرن در این شهرستان همبستگی وجود دارد. آگاهی جوانان به نحو مطلوبی در پذیرش فرهنگ مدرن اثر گذار بوده است و طبق آماره آزمون اختلافات فرهنگی پاسخگویان با سایر مردم در پذیرش فرهنگ مدرن نقش اساسی دارد، و اما هویت اجتماعی پاسخگویان با پذیرش فرهنگ مدرن رابطه چندانی ندارد.

کلید واژگان: عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، پذیرش فرهنگ مدرن، گچساران.

مقدمه:

فرهنگ^۱ منحصر به نوع انسان است. گرچه انواع دیگر نیز ایجاد ارتباط می کنند، اما فقط انسان ها می توانند از طریق نمادها ایجاد ارتباط کنند و زبان مهمترین سیستم نمادی می باشد. فرهنگ زمینه مناسب و مطلوبی برای طرح عقاید و سلیقه‌ها و نظرات مختلف و بحث و گفتگو درباره آنهاست تا به فرجام اجماع و وحدتی هماهنگ و پایدار حاصل آید و همچنین فرهنگ رشته پیوندیست که می تواند انسان‌ها را به هم نزدیک کند. (جلال ستاری، ۱۳۶۱: ۶)

جامعه شناسان و مردم شناسان روی اهمیت جامعه و فرهنگ به عنوان تعیین کننده های اعمال انسان به توافق رسیده اند. موضوع اصلی جامعه شناسی نوین این است که خاستگاه عقاید، کلمات و سایر نظام های نمادین، جامعه یا گروهی است که در آن عمل می کنند. و فرهنگ ها، طرح هایی برای زندگی کردن هستند که در جریان تاریخ شکل می گیرند. گرچه برخی از جنبه های فرهنگ تنها به گروه های خاصی مربوط می شوند - نسلی، جنسیتی، کاری، طبقاتی - اما تمامی جنبه ها با یکدیگر در ارتباط می باشند و یک کلیت را شکل می دهند

¹-culture

فرهنگ پویا، سازمان یافته و وسیله ای است که توسط آن افراد خود را با زندگی اجتماعی تطبیق می دهند و " بیان خلاق " را فرا می گیرند. فرهنگ ها نه تنها دارای محتوا بلکه دارای ساختار نیز می باشند. آنها نظام های فرهنگی هستند. فرهنگ شیوه زندگی مردم است، و جامعه یک مجموعه سامان یافته از افراد است که از شیوه زندگی خاصی تبعیت می کنند . جامعه از احاد مردم تشکیل شده و شیوه رفتار آنها همان فرهنگ آنهاست .

فرهنگ به مثابه محتوی جامعه در برابر ساختارها و روابط میان کنشگران اجتماعی از دیر باز مورد توجه جامعه شناسان فرهنگ و مردم شناسان بوده است. تمام این اندیشمندان معتقدند هیچ جامعه ای در طول حیات بشر بدون فرهنگ وجود نداشته و نخواهیم داشت. فرهنگ حاکم بر جوامع بشری بسته به ارزشهای بنیادی و اساسی شان از صورت های مختلف و گوناگونی برخوردار است و از آنجایی که فرهنگ به مثابه خون در تمام ارگانیکسم جامعه در جریان و حرکت است، جوامع نیز از جهت طولی و عرضی شکل های مختلف به خود گرفته اند. در گذشته فقدان و یا کمبود وسایل ارتباط جمعی و تماس های بین فرهنگی جوامع را قادر می ساخت تا هویت، استقلال و مرزهای فرهنگی شان را از خطرات هجوم فرهنگ بیگانه حفظ نمایند و زوال و انحطاط فرهنگ جوامع بیشتر به عوامل درونی و یا تهاجمات نظامی که جوامع را از بن نابود می ساخت بستگی داشت، اما به مرور زمان به جهت گسترش وسایل ارتباط جمعی و ارتباطات میان فرهنگی مرزهای فرهنگی جوامع در نوردیده و فرهنگ های مختلف در عرضه کردن ارزشها و کالاهای فرهنگی خود در بازار مشترک فرهنگی به رقابت با یک دیگر پرداخته اند و هر کدام با استفاده از ابزارهای مختلف، بدنبال آند که فرهنگ خود را در این بازار جهانی مسلط ساخته و فرهنگ دیگر را در سلطه و اختیار خود در آورد، تا از این طریق جوامع دیگر را در اختیار خود در آورد.

دوره ی جوانی و نوجوانی یکی از ادوار مهم زندگی است. این دوره بهترین فرصت برای رشد و شکوفایی توانمندی هاست. به این مناسبت دوره ی نوجوانی را یکی از فرصت های پر اهمیت در زندگی آدمی به شمار آورده اند. یکی از مسائلی که نوجوان با آن روبه رو است شکل گیری هویت است؛ بدین معنا که نوجوان تشخیص دهد که کیست و چه کارهایی مهم و ارزشمند است و به تنظیم معیارهایی بپردازد تا بر اساس آنها رفتار کند و برای سؤال اساسی خود؛ یعنی هدف در زندگی پاسخی بیابد. گاهی نوجوان به علت تجارب نادرست دوران کودکی یا شرایط نامساعد محیطی دچار بحران هویت می شود(شاملو، ۱۳۷۲: ۷۶)

بیان مسأله:

در عصر حاضر فرهنگ مدرن و جهانی شدن فرهنگ به عنوان پدیده ای همه جانبه که همه عرصه های زندگی جوامع را در بر گرفته است مورد توجه متفکرین و پژوهشگران مختلف در دنیا قرار گرفته است و مدرن شدن فرهنگ سایر قلمرو زندگی انسلنها مثل عرصه های علمی و سیاسی و فرهنگی را مورد توجه قرار داده است و به نظر می رسد که تحقیقات گوناگونی در این راستا انجام گرفته است . مدرنیزاسیون جریان یا نهضتی است که در زبان فارسی از آن به نوین سازی^۱، جدید سازی و متجدد سازی تعبیر می شود. که مشتق از فعل «Modernize» به معنی تغییر دادن چیزی برای متناسب شدن با نیاز های و اقتضات مدرن و جدید است. بنابراین مدرنیزاسیون، به جریان یا فرایند گفته می شود که برای رساندن جامعه سنتی و یا نزدیک کردن آن به جامعه مدرن تلاش می کند. از آن جهت که این واژه خواستگاه غربی دارد، می توان آن را به غربی سازینزدیک و یا برابر دانست.

یکی از ویژگی های مهم فرهنگ، دگرگونی و تحول آن است .گرچه تحول و دگرگونی فرهنگ آن چنان به صورت کند و آرام انجام می گیرد که در کوتاه مدت، فرهنگ، ثابت به نظر می رسد، ولی در تمام فرهنگ شاهد تغییر و دگرگونی در دراز مدت هستیم .البته اکنون، تکنولوژی، فرایند تحول و دگرگونی را سرعت بخشیده که می توان تحول فرهنگی را در کوتاه مدت هم شاهد بود .معمولاً دگرگونی فرهنگی زمانی رخ می دهد که عناصر جدید و مجموعه هایی نو در فرهنگ ظاهر می شود و بدین طریق، محتوا و ساخت فرهنگ را عوض می کند.

مقاومت در برابر دگرگونی فرهنگی، هنگامی بیشتر آشکار می شود که این دگرگونی ها با انحراف شدید از ارزش های سنتی و رسوم همراه باشد.احساس تعلق گروهی را می توان از دیگر کارکردهای فرهنگ ذکر کرد. به عبارت دیگر به افرادی که در درون آن زندگی می کنند و بطور مشترک از اجزای فرهنگ خود استفاده و تبعیت می کنند احساس یگانگی و وحدت و وجدان جمعی خاصی می بخشد که به کمک آن می توانند مرز بین خودی و غیرخودی را تشخیص دهند. (وحید حسن زاده، ۱۳۸۲: ۵۴)

دکترتقی آزاد ارمکی در کتاب جامعه شناسی خانواده ایرانی (۱۳۸۹) ، با مرکزیت مفهوم مدرنیته، به بحث مفهومی و تجربی درباره سرنوشته خانواده ایرانی، از گذشته تا زمان معاصر، باتوجه به چالش ها و تحولات آن پرداخته است .از منظر نویسنده، خانواده در ایران امروز دچار تحولات عمده ای شده که از جمله آن ها می توان به مواردی چون کاهش میزان ازدواج،تبدیل شدن از مرحله ای کانونی به پیرامونی، حرکت از وضعیت پدرسالاری به پدرمکانی و برتری جنسیتی به نقد جنسیتی، و تعارض نسلی اشاره کرد . به عقیده نگارنده ، امروزه فردگرایی افراطی به عنوان تهدیدی جدی برای حیات خانواده در ایران محسوب می گردد که می تواند موجب تخریب همبستگی

¹-Modernize

خانواده ها گردد. (آزاد ارمکی،
۱۳۸۹: ۱۴۵).

اهمیت و ضرورت تحقیق:

فرهنگ توده ای نوین یک محصول عمدتاً رسانه ای می باشد که از بالا به وسیله رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی تحمیل می شود و در مجموع نمی توان در آن عناصری خودجوش یافت که از درون زندگی مردم برخاسته و نشأت گرفته باشد. بنابراین این فرهنگ توده ای تولید شده در صنایع فرهنگی صرفاً ابزار سلطه و استیلا است که هیچ نسبتی با مقاومت در برابر قدرت ندارد و در حال حاضر جامعه سنتی ایران و جوامعی که دارای ساختار سنتی و ابتدائی و فرهنگ شفاهی و دهن به دهن می باشد در حال گذار از این فرهنگ سنتی به فرهنگ نوین و مدرن هستند. و با توجه به اینکه شهرستان گچساران در حال حاضر در شرف جذب فرهنگ ها و خرده فرهنگهای مختلف از طریق مهاجرت به این شهر پذیرای فرهنگ مدرن می باشند و لذا قابلیت بررسی و تحلیل جامعه شناختی در راستای گذار از فرهنگ سنتی به فرهنگ مدرن را دارد. به نظر می رسد نیاز اساسی به تحقیق و پژوهش جامعه شناختی دارد. بنابراین ضرورت دارد در راستای توجه مضاعف و احترام گذاشتن به عنوان سال ۱۳۹۳ مبنی بر سال اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی و عملی نمودن تغییرات فرهنگی موثر بر شهر گچساران در جهت جذب فرهنگ مدرن نیاز مبرم به پژوهش و تحقیق دارد و به طور کلی جامعه در حال گذر به سوی استقلال کامل به سوی عرصه های فرهنگی - اجتماعی و فرهنگی است. تحقیق حاضر در نوع خود یکی از تحقیقات جدید و نو در حوزه علوم اجتماعی و جامعه شناسی می باشد. بیشترین تحقیقات انجام شده در زمینه حاضر در حیطه علم روان شناسی انجام شده و تا کنون تحقیقی با دیدگاه های جامعه شناسانه در این زمینه صورت نگرفته است. بنابراین لزوم انجام یک تحقیق جامع در خصوص به خوبی مشاهده و لمس می شود.

فرهنگ زمینه مناسب و مطلوبی برای طرح عقاید و سلیقه ها و نظرات مختلف و بحث و گفتگو درباره آنهاست تا به فرجام اجماع و وحدتی هماهنگ و پایدار حاصل آید همچنین فرهنگ به رغم وجود ایدئولوژی ها و منافع طبعاً متضاد در جهان امروز، رشته پیوندیست که می تواند انسان ها را به هم نزدیک کند و یاری شان دهد تا اختلاف نظرها و سلیقه های متفاوت خویش را بپذیرند یعنی آن ها را بشناسند و با این همه به نحوی مسالمت آمیز زندگی کنند (جلال ستاری، ۱۳۶۱: ۶)

فرهنگ بزرگترین نیاز جامعه بشری و عامل اصلی پویایی، نشاط و تداوم حیات و جوامع است. امروزه مباحث حوزه فرهنگ به عنوان مهم ترین عامل در توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و انسانی و اخلاقی یک کشور در کانون توجه صاحب نظران، اندیشمندان و نخبگان قرار گرفته است و نقش مؤثر و بنیادی فرهنگ در کلیه عرصه های زیستی و فکری بشر، چشم انداز جدیدی را در حوزه های عینی و ذهنی ایجاد کرده است.

اهداف تحقیق:

هدف کلی پژوهش:

بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی موثر بر پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران در سال ۱۳۹۳.

اهداف جزئی پژوهش:

- ۱- بررسی رابطه بین پایگاه اقتصادی و پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران.
- ۲- بررسی رابطه بین پایگاه اجتماعی و پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران.
- ۳- بررسی رابطه بین مصرف رسانه های جمعی و پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران.
- ۴- بررسی رابطه بین افزایش آگاهی جوانان و پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران.
- ۵- بررسی رابطه بین اختلافات فرهنگی و پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران.
- ۶- بررسی رابطه بین هویت اجتماعی و پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران.

فرضیه های تحقیق:

- ۱- هرچه پایگاه اقتصادی بالاتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
- ۲- هرچه پایگاه اجتماعی بالاتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
- ۳- هرچه میزان استفاده از مصرف رسانه های جمعی بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
- ۴- هرچه آگاهی جوانان بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
- ۵- هرچه اختلافات فرهنگی پاسخگویان با سایر مردم بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
- ۶- هرچه هویت اجتماعی پاسخگویان بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.

متغیرهای پژوهش:

متغیر مستقل این تحقیق عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی است.



متغیرهای وابسته این تحقیق پذیرش فرهنگ مدرن می باشد.

متغیرهای تعدیل گر این تحقیق شامل دو متغیر جنسیت و تحصیلات می باشد.

پیشینه تحقیق: تحقیق داخلی:

تحقیقی با عنوان ((نگرش جامعه شناختی بر تأثیر فرهنگ مدرن از منظر جنسیتی بر تحولات خانواده در تهران)) توسط غلامرضا جمشیدیها، سهیلا صادق یفسایی، منصوره لولآور در تابستان ۱۳۹۲ انجام گرفته است. که تحول خانواده را در جهان معاصر از مباحث کانونی جامعه شناسی خانواده طی دهه های اخیر است. تأثیرمدرنیته، به خصوص از بعد فرهنگی آن، بر تحولات خانواده در غرب، که به شکل گیری و تکوین خانواده مدرن و پست مدرن منجر گردیده است، موضوع تبعات نظری و پژوهش های تجربی فراوانی بوده است. این مقاله در پی آن است که این موضوع را در جامعه ایران از منظر کنشگران اجتماعی، به ویژه از دیدگاه جنسیتی، بررسی و مهم ترین عوامل مؤثر بر این تحولات را شناسایی کرده و پیامدهای تأثیرات ناشی از آنرا تحلیل نماید. این پژوهش به روش کیفی با نمونه های گزینشی و محدود در سطح شهر تهران انجام شده و جمع آوری داده ها با مصاحبه های عمیق صورت گرفته است. تحلیل یافته ها نشان می دهد، به لحاظ جنسیتی، تفاوت های درخور ملاحظه ای بین زنان و مردان در تعریف ویژگی های خانواده سنتی و مدرن، روایت آنان از دگرگونی ساختار و روابط خانوادگی در جریان تحول خانواده، نحوه مواجهه و میزان پذیرش این تغییرات، و شکل گیری گفتمان های مختلف در این زمینه وجود دارد.

در بررسی که تحت عنوان تحلیل ارزش های سنتی و مدرن در سطوح خرد و کلان توسط امیر ملکی (استادیار گروه علوم اجتماعی پیام نور) صورت گرفته نشانگر این مطلب است که در جریان فرآیند نوسازی و تجدیدگرایی ارزش های سنتی خانواده کم رنگ ترمی شود. میانگین مقیاس خانواده گرایی در ایران ۸/۴۴ از میانگین هر دو گروه کشورهای با سطح توسعه پایین (۸/۸۹) و متوسط (۸/۶۵) کمتر است.

تحقیق خارجی:

استیو دیرن در مطالعه ای با عنوان «تأثیرات جهانی شدن فرهنگی» به بررسی شرایط فرهنگی جامعه هندوستان پرداخته و در نهایت به این نتیجه رسیده است که رشد ارتباطات رسانه ای در هندوستان از سال ۱۹۹۱ شدت گرفته و به رقم بی سابقه ای رسیده است. به طوری که در بین سالهای ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۹ میزان استفاده از تلویزیون از ۱۰ درصد جمعیت شهرنشین به ۹۰ درصد ارتقاء یافته است. گذشته از این نتایج همین بررسی نشان می دهد که طی دهه ۹۰ شبکه های مختلف ماهواره ای و محصولات سینمایی هالیوود در کوتاه ترین زمان ممکن در دسترس شهروندان هندی بوده است. دیرن در آخر واقعیات جاری در پهنه فرهنگی هندوستان را با ارزش ها و سنتهای قبل از آن مقایسه کرده و هم صدا با دیگر نظریه پردازان اشاعه و عرضه مدلهای فرهنگی جدید را نهایتاً به عنوان عامل اصلی بروز دگرگونی در نهاد خانواده و جامعه ارزیابی کرده است. (استیو برن، ۲۰۰۸، ۳۳)

رنه کونیک، لوپری، زوسویک و روجلید در تحقیقات خود نشان داده اند که پایگاه حقوقی شغل زن، یکی از معنی دارترین عوامل تعیین کننده کنش متقابل زناشویی است. براساس تحقیقات آنها شغل زن، با کاهش قدرت شوهر و برابری در تصمیم گیری همراه است. به عبارت دیگر داشتن شغل برای زن درآمدی به وجود می آورد که می تواند بوسیله آن پایگاه حقوقی خویش را به نحو قابل توجهی بهبود ببخشد. پایگاه حقوقی شغل زن به عنوان یک متغیر مستقل، در توزیع قدرت، انجام کارهای منزل، مفهوم نقش های زن و مرد، تعداد واقعی و تعداد مطلوب فرزندان، موفقیت در برنامه ریزی خانوادگی و به خصوص تعداد مطلوب فرزندان و رضایت زن در ازدواج مؤثر است. (ذاکر، ۱۳۸۶، ۲۵)

ادبیات تحقیق:

اصطلاح هویت ۱ از دهه ۱۹۵۰ رایج شده است. هویت یک ساختار روانی- اجتماعی است که بذر شکل گیری آن در سالهای پیش از نوجوانی پاشیده شده است. اریکسون ۲ و دیگر روان شناسان معتقدند، تمایل به هویت یابی از نوجوانی شروع می شود. از مشخصه های اصلی هویت، انتخاب ارزش ها، باورها و هدف های زندگی است؛ شکل گیری هویت در نوجوانی با رشد فکر و احساس، رشد اخلاقی، رشد عواطف و عزت نفس ارتباط قوی دارد. از جمله عواملی که بر رشد هویت تأثیر می گذارد شخصیت، خانواده، مدرسه و جامعه کوچک و بزرگ است. هویت با ویژگی های شخصیت ارتباط دارد، انعطاف پذیری، باز بودن ذهن فرد و نداشتن تعصب در برخورد با ارزش ها و باورها، هویت پخته را تشکیل می دهد (اباذری و پارشیان، ۱۳۸۱: ۹).

گیدنز معتقد است که هویت اجتماعی هم مانند هویت شخصی در روند ساخت یابی و با توجه به موقعیت ها، شرایط و احوال و اوضاع اجتماعی، اقتصادی و نیز خود آگاهی شکل می گیرد. آگاهی به هویت شخصی و اعتماد، اطمینان و کنش متقابل اشخاص نقش مهمی در هویت اجتماعی بر عهده دارند. البته در هویت اجتماعی و باز تولید آن قراردادهای و رسوم اجتماعی نیز مهم اند (گیدنز، ۱۳۸۱: ۱۲۳).

1. identity
2. Erikson



فرهنگ یکی از مفاهیم جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی است که در مورد تعریف آن بین اندیشمندان و صاحب‌نظران اجتماعی وحدت نظری وجود ندارد و تعاریف متعدد و متنوعی از آن ارائه گردیده است. استفاده دائمی واژه فرهنگ در زندگی روزمره و متون تخصصی بر گستردگی معنای آن افزوده و به این ترتیب مفهوم فرهنگ در نزد مردم، جامعه‌شناسان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی تفاوت‌های عمیقی یافته است. مثلاً از دیدگاه هررد «هر فرهنگ، بعدی از بشریت را می‌نمایاند. استنباط او از فرهنگ مبتنی بود بر عدم تداوم، گسستگی، ناپیوستگی، با این حال او ارتباط میان فرهنگ‌ها را ناممکن می‌دانست.» (چنگیز پهلوان، ۱۳۷۸: ۶۴)

اصطلاح کیفیت زندگی ۱، برای ارزیابی نیک بود ۲ عمومی افراد و جوامع استفاده می‌شود. این اصطلاح در طیف وسیعی از زمینه‌ها، از جمله حوزه‌های توسعه بین المللی، بهداشت، و سیاست مورد استفاده قرار می‌گیرد. کیفیت زندگی نباید با مفهوم استاندارد زندگی که عمدتاً بر درآمد استوار است، اشتباه گرفته شود. در عوض، شاخص‌های استاندارد کیفیت زندگی نه تنها شامل ثروت و استخدام هستند، بلکه شامل محیط زیست، سلامت جسمی و روانی، تحصیلات، تفریح و اوقات فراغت و تعلیق اجتماعی نیز می‌شوند.

در حالی که کیفیت زندگی از دیر باز هدف سیاست‌گذاری‌های صریح یا ضمنی بوده، تعریف و اندازه‌گیری مناسب آن امری دشوار بوده است. شاخص‌های متنوع «عینی» و «ذهنی» در سراسر طیف رشته‌ها و مقیاس‌ها، و کارهای اخیر پیرامون نظر سنجی‌های نیک بود ذهنی ۳ و روان‌شناسی شادی موجب علاقه مجدد به آن شده است. (رودکی، ۱۳۸۷: ۲۲)

اصطلاح هویت ۴ از دهه ۱۹۵۰ رایج شده است. هویت یک ساختار روانی-اجتماعی است که بذل شکل‌گیری آن در سال‌های پیش از نوجوانی پاشیده شده است. اریکسون ۵ و دیگر روان‌شناسان معتقدند، تمایل به هویت‌یابی از نوجوانی شروع می‌شود. از مشخصه‌های اصلی هویت، انتخاب ارزش‌ها، باورها و هدف‌های زندگی است؛ شکل‌گیری هویت در نوجوانی با رشد فکر و احساس، رشد اخلاقی، رشد عواطف و عزت نفس ارتباط قوی دارد. از جمله عواملی که بر رشد هویت تأثیر می‌گذارد شخصیت، خانواده، مدرسه و جامعه کوچک و بزرگ است. هویت با ویژگی‌های شخصیت ارتباط دارد، انعطاف‌پذیری، باز بودن ذهن فرد و نداشتن تعصب در برخورد با ارزش‌ها و باورها، هویت پخته را تشکیل می‌دهد (ابادری و پارشیان، ۱۳۸۱: ۹).

چارچوب نظری تحقیق:

گئورگ زیمل (۱۸۵۸-۱۹۱۸): برخلاف دورکیم، جامعه را محصول کنش و واکنش‌های بی‌وقفه افراد با یکدیگر می‌دانست. مشاهده تجربی در نظر او مقدم بر ساختمان الگوهای پیش ساخته و مسایل مفهومی است. به عقیده او، باید به شیوه‌های متقابل انضمامی توجه کنیم و از جامعه الگوهای تجریدی نسازیم. نظریه فرهنگی وی تحت تأثیر نگرش‌های گوناگون به زندگی دوران مدرن است. «در دوران مدرن نفس ما آزاد تر شده ولی روابط مابینگانه تر. اقتصاد نتیجه کنش متقابل است که خصلت زندگی امروزین را شبیه به بیگانگی نموده. اقتصاد بر مبادله مبتنی است نه بر تولید و پول جنبه ابزاری تر و ذاتاً محاسبه‌پذیرتری به تعاملات مامی بخشد. کسب پول می‌تواند فی نفسه به هدف تبدیل شود و در نتیجه، فردیت از زندگی ماحذف و جای خود را به محاسبه داده است.» زیمل نگرش‌های تجریدی به جامعه را مردود و بر تعاملات انضمامی تأکید، که این خود تأثیر زیادی بر فرهنگ داشته است و نگاه انتقادی به مدرنیته دارد. (فیلیپ اسمیت، ۱۳۸۷: ۴۰)

تالکت پارسونز (۱۹۷۹-۱۹۰۲)

الف) پارسونز در نظریه سیستمی خود، ساختار جامعه، نقش فرهنگ در حفظ این ساختار و روابط فی‌مابین مؤلفه‌های گوناگون نظام اجتماعی را در کانون توجه خود قرار می‌دهد. پارسونز با ارائه نظریه خود در باب سیستم، آشکارا بر نقش حیاتی فرهنگ در نظریه سیستم اجتماعی تأکید دارد. وی با تئوریزه کردن فرهنگ به منزله حوزه یا نظامی مستقل، نهادهای فرهنگی و اجتماعی را از همدیگر متمایز کرده و ضمن اعتقاد به استقلال فرهنگ از جامعه به لحاظ تجربی، معتقد است سیستم ارزشی مشترک، پیش‌فرض‌های لازم برای انسجام اجتماعی را فراهم می‌آورد.

مکتب فرانکفورت:

این گروه به مکتب انتقادی نیز ملقب و منتقد عقلانیت رسمی، بوروکراسی، مصرف‌گرایی، صنایع فرهنگی مدرنیته و نظام سرمایه‌داری بودند. اشتراکات دیگر آن‌ها

پرداختن به تأثیر فناوری بر زندگی اجتماعی، بویژه در باز تولید فرهنگی

پرداختن به تأثیر فرهنگ مردمی بر توده مردم.

توجه به شکل‌گیری جنسیتی و شخصیتی بشر (متاثر از فریود).

1. Quality of life
2. Well-being
3. Subjective well-being
4. identity
5. Erikson



دغدغه شناخت شرایطی که در آن، آگاهی انسان یا تکه تکه است و یا می تواند از عهده درک کلیت برآید (ادراکی نو مارکسیستی از جهان)

به اعتقاد مکتب فرانکفورت، صنعت فرهنگ، ایجاد وارضای نیازهای غیرواقعی و سرکوب نمودن نیازهای واقعی را تضمین خواهد کرد. از جمله پیا مهایی که محصولات فرهنگی این صنعت به مخاطب القا می کنند، می توان به پیام هایی درباره لزوم فرهنگ جماعت بودن، مصرف کردن و مصرف گرایی، سخت کوشی در کسب و کار و دستاورد انفرادی اشاره کرد. گفتنی است در صنعت فرهنگ به فرهنگ همچون یک کالای مادی نگریسته می شود و فرهنگ و محصولات فرهنگی به ابزاری برای تجارت تبدیل می گردند؛ بنابراین در جامعه ای که فرهنگ توده ای حاکم باشد، فرهنگ هایی همچون هنر و فرهنگ بومی که پول ساز نیستند و نمی توانند برای بازار انبوه، تولید انبوه داشته باشند، جایی برای ادامه حیات نخواهند داشت (صالحی امیری، ۱۳۸۶)

نظریه فرهنگ گرایی:

اصطلاح « فرهنگ گرایی » رویکردی در مطالعه فرهنگ است که به ریموند ویلیامز نسبت داده می شود. این اصطلاح خاستگاه نسبتاً جدیدی دارد و اغلب در تقابل با ساختارگرایی تعریف شده است. ریچارد جانسون در نوشته های دهه هفتاد بر آن بود که رشته جدید مطالعات فرهنگی دو بستر نظری مجزا دارد: نخست نوعی فرهنگ گرایی آنگلو مارکسیستی، و دوم نوعی مارکسیسم ساختارگرایانه فرانسوی که لویی آلتوسر فرانسوی آن را بنیان نهاد (بارکر، ۱۳۸۷)

فرهنگ گرایی، به تأمل در رابطه بین فرهنگ و جامعه می پردازد و فرهنگ را به مثابه کلیتی ارگانیک و مخزن ارزش شهابی که والاتر از ارزش های تمدن مادی هستند، در نظر می گیرد (میلنر، ۱۳۸۷)

پیر بوردیو:

جامعه شناس فرانسوی و مهم ترین چهره نظریه فرهنگی. اهم دیدگاه های او : تلاش برای درآمیختن سطوح خرد و کلان تحلیل. دل مشغول تجربه ذهنی و ساختارهای عینی. سود جستن از جامعه شناسی مارکس و وبر، ولی به شیوه غیر جزمی. مانند فوکو جذب تفکر چپ میانه شد تا دچار تعصبات مارکسیستی جامعه طبقاتی نشود.

هم نظریه های انتزاعی را بسط داد و هم مطالعات تجربی مفصلی را توسعه با درجه میانه را هدایت کرد. لذا، هم از اعتبار نظریه پردازان محض و هم جامعه شناسان فرهنگ گرایی اعتبار کسب کرد.

باورود به حوزه های دانشگاهی، علاوه بر حوزه های عمومی مخاطبانش را گسترش داد.

به شماری مفاهیم، از قبیل حوزه، منش عادت و سرمایه فرهنگی پرداخت که در پژوهش های بعدی قابل توجه بود. (فیلیپ اسمیت، ۱۳۸۷: ۲۱۶).

مکتب پیر منگام:

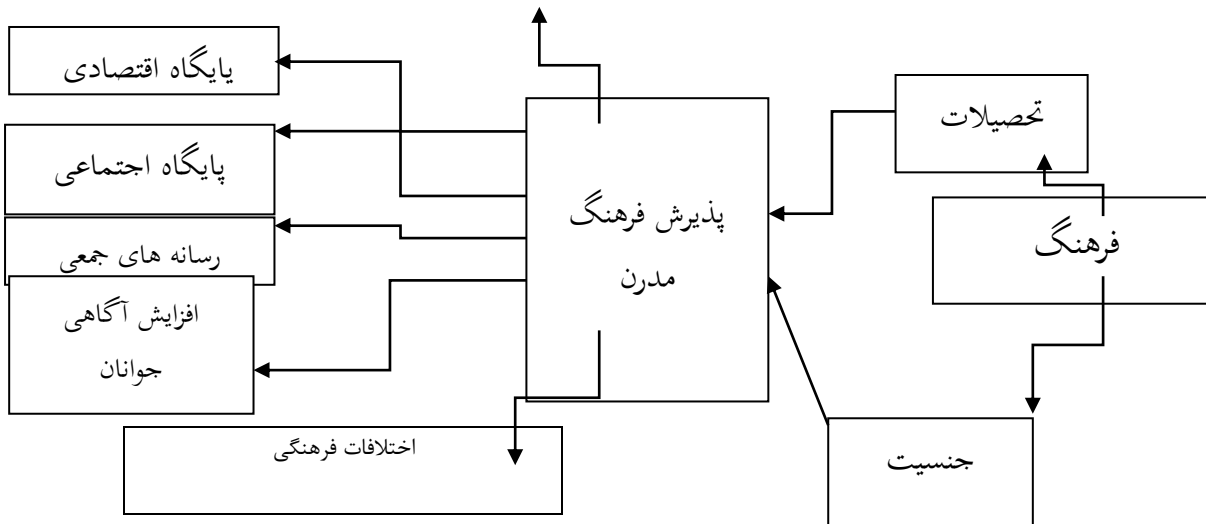
مرکز مطالعات فرهنگی معاصر در بیرمنگام در دهه ۱۹۶۰ توسط هاگرت تاسیس، و سپس تحت ریاست استوارت هال جایگاه برجسته ای یافت. گرام ترنر، پژوهش های این مرکز را موقتا در سه مضمون طبقه بندی کرده است

مطالعات متنی رسانه های جمعی و شیوه هایی که بدان طریق در بازتولید سروری (هژمونی) و ایدئولوژی عمل می کنند. کاوش های قوم نگارانه، زندگی روزمره ب ویژه کاوش خرده فرهنگ ها که هدف آن کشف چگونگی عمل سیاست، قدرت و نابرابری در شکل دادن به سبک زندگی است.



هویت اجتماعی

مدل مفهومی تحقیق:



روش تحقیق:

این تحقیق از منظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و نوع توصیفی - همبستگی است.

جامعه آماری:

جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی شهروندان ۱۸ سال به بالا ساکن شهر گچساران میباشد. این جامعه آماری بر اساس آمار به دست آمده در سال ۱۳۹۳ شامل ۹۰ هزار نفر می باشند.

حجم نمونه: حجم نمونه بستگی به آن دارد که ما با چه دقتی می خواهیم نتایج تحقیق در نمونه را به کل جامعه آماری تعمیم دهیم. هر چه دقت و اطمینان بیشتر باشد، نیاز به حجم نمونه بیشتری خواهد بود و برعکس. در این تحقیق برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است و حجم نمونه ۳۸۲ نفر می باشد.

شیوه نمونه گیری:

روش نمونه گیری مناسب در این تحقیق، نمونه گیری تصادفی ساده است. این روش یکی از بهترین روشهای نمونه گیری است زیرا کلیه نمونه های انتخابی شانس یکسان برای انتخاب دارند.

قلمرو تحقیق:

قلمرو موضوعی: ارتباط بین عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی و پذیرش فرهنگ مدرن

قلمرو زمانی: سال ۱۳۹۳

قلمرو مکانی: شهرستان گچساران

ابزار گردآوری اطلاعات:

در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات آماری مورد نیاز در فصل چهارم و پنجم پژوهش از ابزار پرسشنامه استفاده گردیده است. در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته ۳۵ سوالی استفاده شده است. در بخش اول این پرسشنامه مشخصات جمعیتی شناختی پاسخگویان شامل: سن، جنس، شغل، میزان تحصیلات، میزان درآمد آنان سوال شده است. و در بخش دوم شاخص ها و معرف های مربوط به فرضیات مورد پرسش قرار گرفته است.

متغیرهای تحقیق و شیوه سنجش آنها:

در این تحقیق متغیر عوامل اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی متغیری مستقل در سطح سنجش نسبی و کمی گسسته می باشد. متغیرهای وابسته تحقیق، پذیرش فرهنگ مدرن است و متغیرهای پنهان می باشند و دو متغیر جنسیت و وضعیت تاهل نیز به عنوان متغیرهای تعدیل گر تحقیق در نظر گرفته شده اند.

روش های آماری:



پس از تکمیل فرم ها اطلاعات بدست آمده بوسیله نرم افزار spss تحلیل شد و از کلیه متغیرهای وارد شده آمار توصیفی و همچنین آمار استنباطی گرفته شد و رد یا تایید فرضیات جهت پی بردن به سطح رابطه و همبستگی میان متغیر ها مشخص شدند. در این پژوهش از روش های آماری زیر استفاده شده است
الف: آمار توصیفی: فراوانی، میانگین، درصد انحراف معیار، واریانس جهت توصیف اطلاعات به دست آمده در پژوهش
ب: آمار استنباطی: از آزمون های همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون و تحلیل واریانس جهت آزمون فرضیات پژوهش استفاده شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده ها:

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات پس از جمع آوری پرسشنامه، اطلاعات کدبندی شده و سپس وارد برنامه رایانه ای SPSS گردیده. پس از رمزگذاری مجدد داده ها با استفاده از آزمون های معرفی شده به آزمون فرضیه های تحقیق پرداخته شد و سپس اطلاعات به دست آمده تفسیر گردیدند



آمار توصیفی متغیر جنس

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی بر حسب جنس

متغیر جنس	فراوانی	درصد
مرد	۲۱۲	۵۵,۵۰
زن	۱۷۰	۴۴,۵۰
کل	۳۸۲	۱۰۰

داده های جدول ۱ نشان می دهد که ۵۵/۵۰ درصد افراد مورد مطالعه مرد و ۴۴/۵۰ درصد دیگر را زن تشکیل داده اند. برای استفاده از آزمون های پارامتریک، پیش شرط هایی وجود دارد که عبارتند از: شرط نرمال بودن داده ها، و شرط تصادفی بودن داده ها. شرط اول برای کلیه داده ها بایستی مورد استفاده قرار گیرد، اما شرط دوم تنها برای داده های تاریخی (داده هایی که در طول زمان بدست آمده است - مانند تحلیل های رگرسیون زمانی) مورد استفاده قرار می گیرد. بنابراین از این آزمون برای بررسی شرط مورد نظر استفاده خواهیم کرد. جهت بررسی نرمال بودن عامل ها از آزمون تک نمونه ای کلموگروف - اسمیرنوف به قرار زیر استفاده می شود.

H_0 : داده ها از توزیع نرمال برخوردارند

H_1 : داده ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند

جدول شماره ۲: آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیرهای پژوهش

تعداد	پایگاه اقتصادی	پایگاه اجتماعی	آگاهی	استفاده از رسانه های جمعی	اختلافات فرهنگی	هویت ملی	مؤلفه های پژوهش	
							میانگین	انحراف معیار
۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲		
۳,۵۲	۲,۸۳	۳,۰۶	۳,۴۶	۳,۷۰	۳,۳۸	۳,۵۲		
	۰,۹۲	۰,۸۵	۰,۸۹	۰,۹۴	۰,۹۹	۰,۹۷		
	۰,۷۴۶	۱,۵۴	۲,۳۷	۲,۴۵	۲,۸۱	۲,۱۰		مقادیر کلموگروف - اسمیرنوف
	۰,۹۱	۰,۲۱	۰,۱۲	۰,۰۹	۰,۱۸	۰,۲۳		سطح معناداری (دو دامنه)

با توجه به جدول شماره ۲ می توان نتیجه گرفت که چون مقادیر سطح معناداری کلیه متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰,۰۵ می باشند پس می توان گفت که این مولفه ها به لحاظ توزیع داده ها نرمال می باشند. پس می توان در تحلیل فرضیه های پژوهش، آزمونهای پارامتریک را بکار گرفت.

تحلیل رگرسیونی: متغیرهای پژوهش پیش بینی کننده مناسبی برای پذیرش فرهنگ مدرن در خانواده هستند.

جهت آزمون این فرضیه از رگرسیون چندگانه استفاده خواهد شد. یافته ها به شرح زیر می باشد:

جدول ۳. آزمون رگرسیون چندگانه

DW	F	R ^۲	R	Tol	VIF	sig	t	β	B	متغیرهای پیش بین
۱.۸۷	۳۸.۹۵	.۳۶	.۶۰	-	-	.۰۰۰	۱۵.۵۹	-	۱.۸۴۵	مقدار ثابت
				.۵۶	۱.۷۸	.۰۰۰	۳.۸۲	.۲۵۱	.۱۰۸	پایگاه اجتماعی
				.۷۵	۱.۳۲	.۰۰۶	۲.۷۷	.۲۱۰	.۶۳	پایگاه اقتصادی
				.۷۲	۱.۳۸	.۱۱۱	۱.۶۵	.۲۳۲	.۰۴۵	رسانه
				.۷۴	۱.۳۴	.۱۱۷	۱.۵۷	.۱۹۵	.۰۴۴	آگاهی
				.۵۸	۱.۷۰	.۰۰۰	۵.۱۴	.۱۷۳	.۱۳۵	اختلافات فرهنگی

DW: Durbin-Watson, Tol: Tolerance, VIF: Variance inflation factor

متغیر وابسته: پذیرش فرهنگ مدرن

جهت بررسی بهترین تبیین کننده پذیرش فرهنگ مدرن، از رگرسیون چندگانه استفاده شد. بنابراین یک مدل به شرح جدول فوق تشکیل شده است که در آن متغیر ملاک همان پذیرش فرهنگ مدرن و متغیرهای پیش بین همان متغیرهای موجود در جدول فوق می باشند. با عنایت به مجموع بررسی های انجام شده، می توان تناسب داده ها را برای اجرای مدل رگرسیونی مناسب و نتایج به دست آمده را معتبر دانست. بنابراین، متغیرهای پیش بین به عنوان متغیرهای توجیه کننده پذیرش فرهنگ مدرن معرفی می شوند. یافته های جدول ۳ نشان می دهد که قویترین پیش بینی کننده های پذیرش فرهنگ مدرن به ترتیب عبارتند از: پایگاه اجتماعی ($\beta=0.25$) و رسانه های داخلی ($\beta=0.23$). میزان تبیین کنندگی متغیرهای فوق برابر با ($R^2=0.36$) می باشد. بدین معنی که متغیرهای فوق به میزان ۰/۳۶ می توانند پذیرش فرهنگ مدرن را پیش بینی کنند.

نتیجه گیری:

این پژوهش در راستای هدف اصلی تحقیق یعنی: «بررسی عوامل اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی موثر بر پذیرش فرهنگ مدرن در شهرستان گچساران در سال ۱۳۹۳» انجام شد؛ در جهت دستیابی به هدف اصلی پژوهش میزان ۳۸۲ نفر از شهروندان شهر گچساران به عنوان حجم نمونه مورد بررسی قرار گرفتند. روشی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، ترکیبی از روش های کتابخانه ای و میدانی با استفاده از تکنیکی پیمایش بود؛ بدین صورت که برای جمع آوری مطالب نظری و همچنین پیشینه و ادبیات تحقیق از روش کتابخانه ای و برای جمع آوری اطلاعات از اعضای جامعه آماری از روش میدانی با استفاده از تکنیک پیمایش استفاده شد.

ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق علاوه بر اسناد و مدارک معتبر، پرسشنامه می باشد. در این تحقیق از پرسشنامه مبتنی بر طیف رتبه بندی (دادن رتبه به هر گویه) استفاده شد. این پرسشنامه با اعمال نظرات اساتید محترم راهنما و مشاور، نهایی شده و روایی آن نیز مورد تأیید قرار گرفت و همچنین برای بررسی پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده و نتایج حاصله نیز بیانگر پایایی قابل قبولی می باشد.

بنابراین در یک جمع بندی کلی باید گفت از ۹ فرضیه ی تحقیق حاضر که عبارتند از:

۱. هرچه پایگاه اقتصادی بالاتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
۲. هرچه پایگاه اجتماعی بالاتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
۳. هرچه میزان استفاده از رسانه های جمعی بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
۴. هرچه آگاهی بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
۵. هرچه اختلافات فرهنگی پاسخگویان با سایر مردم بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.
۶. هرچه هویت اجتماعی پاسخگویان بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن بیشتر است.



۷. هرچه سن پاسخگویان بیشتر باشد، پذیرش فرهنگ مدرن پایین تر است.
 ۸. بین جنس و پذیرش فرهنگ مدرن ارتباط وجود دارد.
 ۹. بین تحصیلات و پذیرش فرهنگ مدرن ارتباط وجود دارد.
- فرضیه های شماره ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۷، ۸ و ۹ تأیید شده اند و فرضیه های شماره ۱۰، ۱۱ و ۱۲ رد شده اند.

منابع:

- ۱- استریناتی، دومینیک. (۱۳۸۷)، مقدمه ای بر نظریه های فرهنگ عامه، ترجمه ثریا پاک نظر، تهران: گام نو.
- ۲- ابادری یوسفعلی، چاوشیان حسن. (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- ۳- ادیبی، حسین و انصاری، عبدالعزیز. (۱۳۸۵)، نظریه های جامعه شناسی، چاپ الف تهران، انتشارات جامعه.
- ۴- اسکیدمور، ویلیام، (۱۳۷۲)، تفکر نظری در جامعه شناسی، علی محمد حاضری، تهران: سفیر.
- ۵- امیری، ابوالفضل. (۱۳۸۷)، تهدید نرم (ناتوی فرهنگی، تهاجم فرهنگی)، تهران، انتشارات پگاه.
- ۶- افشار، اسد الله. (۱۳۸۷). زن. اجتماع اشتغال و پیامد های آن. روزنامه رسالت. شماره ۶۴۷۸.
- ۷- اسمیت، فیلیپ. (۱۳۸۷). درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه ترجمه حسن پویان، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۸- بیرو، آلن، (۱۳۶۷)، فرهنگ علوم اجتماعی، باقر ساروخانی، تهران: کیهان
- ۹- بارکر، کریس. (۱۳۸۷). مطالعات فرهنگی، ترجمه نفیسه حمیدی و دیگران، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- ۱۰- تامین، ملوین. (۱۳۷۸). جامعه شناسی قشریندی و نابرابری های اجتماعی، مترجم عبدالحسین نیک مهر، توتیا، تهران.
- ۱۱- ریتزر، جورج. (۱۳۷۷). نظریه های جامعه شناسی دوردنیای معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.
- ۱۲- رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۷). کندوکارها و پنداشتها. (مقدمه ای بر شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی). تهران: انتشارات شرکت سهامی.
- ۱۳- رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۷). کندوکارها و پنداشتها. (مقدمه ای بر شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی). تهران: انتشارات شرکت سهامی.
- ۱۴- ریتزر، جورج. (۱۳۷۹)، خاستگاههای ایده های اساسی در جامعه شناسی، ترجمه تقی آزاد ارمکی، تهران، نشر سیمرغ.
- ۱۵- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). پیامد های مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، مرکز.
- ۱۶- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷)، پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز،
- ۱۷- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۸)، تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ناصر موفقیان