

## عوامل فرهنگی مؤثر بر گرایش زنان به استعمال قلیان در تفرجگاه‌های شمال تهران

محمد اسکندری نسب<sup>۱\*</sup>

زهرا صدر<sup>۲</sup>

محمد رضا مسجدی<sup>۳</sup>

### چکیده

یکی از ناهنجاری‌های جامعه زنان، رواج فرهنگ استعمال دخانیات و قلیان، خصوصاً در ملاءام است. افزایش مصرف قلیان در سال‌های اخیر، از کشورهای اروپایی و آمریکایی تا سایر مناطق جهان، بیانگر آن است که این امر به یک پدیده جهانی تبدیل شده است. در ایران نیز، آمارها حاکی از آن است که در بیست سال اخیر مصرف قلیان به خصوص در سنین نوجوانی و جوانی و به‌ویژه در بین زنان و دختران (نسبت به مردان) افزایش چشمگیر داشته است، به‌گونه‌ای که مصرف قلیان به پدیده یا رفتاری اجتماعی بدل شده است. با توجه به جمعیت حدود سی میلیونی جوانان و نقش سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دختران و زنان جوان در روند تحولات عمومی و به‌ویژه تربیت نسل آینده و گسترش فرهنگ مصرف قلیان به‌صورت خانوادگی و دسته‌جمعی و خلأ پژوهشی در این مسئله، مطالعه حاضر با روش پیمایشی، به بررسی آسیب‌شناختی فرهنگ مصرف قلیان و عوامل مؤثر بر آن در میان دختران و زنان جوان مراجعه‌کننده به تفرجگاه‌های شمال تهران می‌پردازد. در این مطالعه با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری، مدل نظری عوامل مؤثر بر گرایش دختران و زنان جوان به قلیان، در میان ۱۲۰ نمونه مراجعه‌کننده به تفرجگاه‌های شمال تهران آزمون شد. نتایج نشان می‌دهد که مدل نظری ۵۲ درصد تغییرات گرایش به قلیان را تبیین می‌کند؛ همچنین رابطه دو متغیر احساس محرومیت نسبی، همچنین فرایند روی‌آوری به مصرف قلیان با متغیر وابسته گرایش به قلیان در سطح ۹۰ درصد معنادار هستند. به‌علاوه رابطه دو متغیر نحوه گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی، همچنین نگرش‌ها نسبت به قلیان با متغیر وابسته گرایش به قلیان در سطح ۹۵ درصد معنادار هستند.

کلید واژگان: استعمال قلیان، تفرجگاه‌های شمال تهران، دخانیات، زنان، مدلسازی معادلات ساختاری.

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱۸ - 2020/02/07

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۲۵ - 2020/06/14

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران، ایران. [Eskandari.m1991@gmail.com](mailto:Eskandari.m1991@gmail.com)

۲. کارشناس پرستاری، مدیر واحد زنان جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران. [zsadr146@yahoo.com](mailto:zsadr146@yahoo.com)

۳. عضو هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، رئیس مرکز تحقیقات کنترل دخانیات ایران. [mrmasjedi@gmail.com](mailto:mrmasjedi@gmail.com)

\* مقاله حاضر برگرفته از طرح پژوهشی با همین عنوان، با حمایت مادی و معنوی مرکز تحقیقات کنترل دخانیات جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران انجام شده است.

## مقدمه و بیان مسئله

امروزه جایگاه دختران و زنان جوان در اجتماع، به سبب تغییرات سریع اجتماعی، گذار از سنت به تجدد، سستی هنجارهای خانواده و جامعه سنتی، نهادینه‌نشدن معنای درست آزادی و استقلال فردی، تغییر کرده است (خواجانه‌نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۲۰)؛ در میان مجموعه تحولات مرتبط، می‌توان به تغییر الگوی مصرف موادمخدر از تک‌جنسیتی به سمت دوجنسیتی و همچنین روند افزایشی مصرف مواد دخانی مانند سیگار و قلیان به‌منزله یکی از ناپهنجاری‌های جامعه زنان اشاره کرد (شریفی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۱۶). آمار جهانی نشان می‌دهد که استعمال قلیان به پدیده‌های اجتماعی بدل شده و در خاورمیانه و به‌خصوص در کشورهای عربی رواج فراوان یافته است. (Maziak, 2004: 329) قلیان روشی قدیمی جهت استعمال دخانیات (به‌طور خاص توتون) است، اما در سال‌های اخیر، روند صعودی و افزایش مصرف آن از کشورهای اروپایی و آمریکایی تا سایر مناطق جهان، نشان از آن دارد که این روش استعمال، به یک پدیده جهانی بدل گردیده است (Aljarrah et al, 2009: 110).

در ایران نیز، آمارها حاکی از افزایش چشمگیر مصرف آن در بیست سال اخیر به‌خصوص در سنین نوجوانی و جوانی و به‌ویژه در بین زنان و دختران (نسبت به مردان) است به‌گونه‌ای که مصرف قلیان آن‌ها به پدیده یا رفتاری اجتماعی بدل شده است (ناصری پلنگرد، ۱۳۹۲: ۵۸)؛ گزارش‌های رسمی نیز از روند روبه رشد مصرف قلیان در خانواده‌ها و دختران خبر می‌دهند؛ بنابر گزارش‌های وزارت بهداشت، روند مصرف سیگار در کشور رو به افزایش نبوده و در بعضی سال‌ها نیز کاهش یافته است، اما در مقابل مصرف قلیان در بین نوجوانان و به‌خصوص دختران، موضوعی نگران‌کننده است. نتایج مطالعات آماری سال‌های ۸۲ و ۸۶ نشان از رشد ۲ برابری مصرف قلیان در بین افراد ۱۳ تا ۱۵ سال داشته که این رشد در بین دختران ۲/۵ برابر بوده و از آن، به‌عنوان امری «خانوادگی» یاد می‌کنند. بدین معنی که فرزندان بدون هیچ واهمه‌ای به همراه والدین خود قلیان مصرف می‌کنند. درحالی‌که در مورد سیگار، چنین شرایطی حاکم نیست. (مشرق‌نیوز، ۱۳۹۵) براساس نتایج تحقیق ابهری (۱۳۹۱)، اوقات فراغت، از مهم‌ترین دلایلی است که با مصرف قلیان و تنباکو در نوجوانان و جوانان همبستگی بالایی دارد؛ چراکه افراد اغلب به سبب تفنن، سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت خود به مصرف قلیان روی می‌آورند. گذران مطلوب اوقات فراغت می‌تواند اراده فرد را برای ادامه یک زندگی همراه با موفقیت، تقویت نشاط روحی و روانی در راستای کنترل و پیشگیری نوجوانان و جوانان از کجروی‌ها و آسیب‌های اجتماعی را تقویت نماید. براساس نتایج این پژوهش در مناطق فرحزاد، درکه و دربند، از میان پسران و دختران ۱۶ تا ۲۵ ساله، ۸۰ درصد در تفریحات و تفرج‌های خود قلیان مصرف می‌کنند.

دود توتون حاوی بیش از چهار هزار ماده مختلف شیمیایی است که طی فرایند سوختن تولید و با بیش از چهل ماده سرطانی ترکیب می‌شود. همچنین، به‌دلیل غلظت بالای مونوکسید کربن، نیکوتین، تار و فلزات سنگین، با بیماری‌های بسیاری همچون سرطان دهان، ریه، کاهش عملکرد تنفسی، کاهش بارداری و بیماری‌های قلبی عروقی (مجدزاده و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۸۶) ارتباط دارد؛ اما مسئله‌بودن

این موضوع زمانی بیشتر مشخص می‌شود که بدانیم به‌رغم آگاهی از آسیب‌های جسمانی متعدد، قلیان به‌صورت دسته‌جمعی و حتی در برخی موارد به‌صورت خانوادگی استعمال می‌شود.

افزایش گرایش زنان به دخانیات به‌منزله یک نابهنجاری اجتماعی قابل بحث است. مصرف آن در بین زنان موجب طرد اجتماعی شدیدتر، ایجاد نسل معتاد، افزایش احتمال ابتلای فرزندان به بیماری و گرایش به دخانیات و موادمخدر، کاهش ارتباط با افراد عادی و افزایش ارتباط با معتادان می‌گردد که این امر مسئله‌مندی موضوع بین این گروه دوچندان می‌نماید. به‌علاوه مواد دخانی، دروازه ورود به موادمخدر نیز محسوب می‌شوند. (نوری‌زاده، ۱۳۹۰)

گرایش زنان به دخانیات (در اینجا قلیان) می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد؛ نظریات اجتماعی چند دلیل را برای این امر مطرح می‌کنند؛ با توجه به محرومیت نسبی می‌توان گفت که در صورتی که فرد خود را با دیگران مقایسه کند و احساس محرومیت نسبی کند ممکن است بر روی مصرف قلیان افراد اثرگذار باشد. در نظریه کنترل اجتماعی، احساس تعلق به جامعه می‌تواند در مصرف قلیان یا عدم مصرف افراد مؤثر باشد؛ چراکه اگر جامعه بتواند افراد را در خود جای دهد و در افراد علاقه، تعهد، مشارکت و دل‌بستگی به‌وجود بیاورد به نحو احسن می‌تواند به وظیفه خود یعنی کنترل اجتماعی برسد و این نیز به‌نوبه خود بر روی قلیانی نشدن افراد تأثیر می‌گذارد. (ستوده، ۱۳۸۹: ۱۳۷) داشتن دوستان قلیانی و ارتباط با آن‌ها در مصرف قلیان نیز ممکن است مؤثر باشد. ازسویی اوقات فراغت نیز به‌نوبه خود به‌عنوان یک متغیر در مصرف قلیان می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. از طرفی سبک زندگی متفاوت منجر به اوقات فراغت متفاوت می‌شود و باعث می‌شود که هر فردی به‌گونه متفاوت اوقات فراغت خود را بگذراند و در این میان بعضی از افراد هستند که اوقات فراغت خود را جهت رفتن به سمت مواد اعتیادآور انتخاب می‌کنند. (گروه اجتماعی فرهنگی، ۱۳۸۴: ۷۸). ازسویی هنجارهای ذهنی و نگرش فرد در مورد مصرف قلیان و دید جامعه نسبت به مصرف قلیان نیز به‌نوبه خود می‌تواند در مصرف قلیان افراد تأثیرگذار باشد.

دلایلی که مطرح شد به‌طور خلاصه می‌تواند مسئله را تبیین کند؛ اما نیاز به بررسی دقیق جامعه‌شناختی موضوع، لزوم انجام پژوهش حاضر توجیه می‌کند؛ بنابراین نظر به جمعیت حدود سی میلیون جوانان و کارکرد انکارناپذیر اجتماعی- فرهنگی دختران و زنان جوان در روند تحولات عمومی، به‌ویژه تربیت نسل آینده، ازسویی افزایش مصرف آن به‌صورت خانوادگی و دسته‌جمعی، مقاله حاضر با تمرکز بر مراجعه‌کنندگان به تفرج‌گاه‌های شمال تهران، به مطالعه جامعه‌شناختی عوامل فرهنگی مؤثر بر مصرف قلیان در بین دختران و زنان جوان می‌پردازد؛ بنابراین سوال اصلی این است که چه عوامل فرهنگی بر گرایش دختران و زنان جوان به قلیان اثرگذارند؟

## پیشینه تجربی

هدف پژوهش حاضر شیوع‌شناسی نیست؛ لذا در بررسی پیشینه تحقیق در ابتدا به آمارهای تحقیقات تجربی و رسمی شیوع دخانیات و به طور خاص قلیان پرداخته می‌شود. آخرین بررسی‌ها و مطالعات اخیر شیوع مصرف قلیان در ایران را می‌توان این‌گونه جمع‌بندی کرد: (به نقل از دبیرخانه ستاد کشوری کنترل دخانیات، ۱۳۹۷)

- مطالعه «بررسی وضعیت استعمال دخانیات در نوجوانان ۱۵-۱۳ ساله در سال‌های ۱۳۸۲ و ۱۳۸۶» نشان داد که شیوع مصرف قلیان در دختران از ۸/۷ درصد به ۱۹/۵ درصد افزایش داشته است.
  - در مطالعه «عوامل خطر غیرواگیر در سال ۱۳۸۸»، مصرف روزانه قلیان زنان در گروه سنی بالای ۱۵ سال کشور ۲/۴۷ درصد (۲/۹۳ درصد مردان و ۲/۳ درصد زنان) گزارش شده است.
  - مطالعه عوامل خطر غیرواگیر در سال ۱۳۹۰ گزارش شد که مصرف روزانه قلیان در گروه سنی بالای ۱۵ سال کشور ۳/۵ درصد (۴/۷ درصد مردان و ۲/۰۲ درصد زنان). می‌باشد که نشان از افزایش ۴۰ درصدی نسبت به سال ۱۳۸۸ دارد.
  - در تحقیقات صورت گرفته بر روی ۲۸۷۷ نوجوان تهرانی (۱۴ تا ۱۸ سال) در سال ۱۳۹۳ گزارش شده که شیوع مصرف قلیان در حال حاضر به میزان ۲۵/۷ درصد (مصرف روزانه قلیان ۱/۵ درصد پسران و ۱/۵ درصد دختران)
- در ادامه به مطالعات تجربی علت‌شناسی گرایش پرداخته می‌شود. لازم به ذکر است بررسی پیشینه نشان داد که غالب مطالعات این حوزه به مصرف سیگار و یا به‌طورکلی دخانیات اختصاص دارد؛ یا بر مطالعه اقبال خاص مانند جوانان، دانشجویان و دانش‌آموزان متمرکز بوده است و تحقیقی در باب گرایش زنان به قلیان مشاهده نشد؛ لذا پژوهش حاضر با مدلی از نظریات جامعه‌شناختی به مطالعه عوامل گرایش زنان به قلیان شهر تهران می‌پردازد. در ادامه اهم این مطالعات به طور خلاصه در جدولی ارائه می‌گردد.

جدول ۱. پیشینه‌ی پژوهشی

محقق	موضوع	دلایل گرایش به مصرف قلیان
آقاملابی و زارع، ۱۳۸۶	الگوی استعمال سیگار و قلیان در جمعیت بالای ۱۵ سال بندرعباس	شیوع استعمال دخانیات در افراد دارای سن و تحصیلات دانشگاهی در مقایسه با سایر گروه‌ها کمتر بود
ترقی‌جاه و همکاران، ۱۳۸۹	عوامل پیش‌بینی‌کننده مصرف سیگار و قلیان در دانشجویان دانشگاه‌های دولتی کشور	استان محل سکونت، وضعیت تأهل، نگرش نسبت به مصرف سیگار، جنسیت، داشتن دوست سیگاری، میزان مذهبی بودن، معدل تحصیلی و میزان حمایت عاطفی خانواده
دهداری و همکاران، ۱۳۹۰	عوامل مؤثر بر مصرف قلیان دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی تهران	مصرف جهت پرکردن اوقات فراغت، مقرون‌به‌صرفه بودن، کاهش اضطراب، رفع خستگی، دسترسی آسان به قلیان و داشتن دوستان قلیانی
علایی خرایم و همکاران، ۱۳۹۰	میزان شیوع مصرف دخانیات، موادمخدر در میان دانش‌آموزان دبیرستانی کرج	نبود احکام اعتقادی، هنجارهای اجتماعی- فرهنگی و دانش در خصوص دخانیات
علی‌محمدی، ۱۳۹۲	بررسی علل گرایش جوانان سمنانی به قهوه‌خانه	میزان متفاوت مصرف بالاتر افراد دارای پایگاه اقتصادی-اجتماعی پایین خانواده‌ها، پابندی و احساس تعلق کم به جامعه، معاشرت با دوستان و معاشران منحرف
ابراهیمی، ۱۳۹۴	عوامل مؤثر بر میزان مصرف تنباکو و کشیدن قلیان نوجوانان و جوانان زرد	داشتن دوستان قلیانی، کمبود امکانات تفریحی و گذراندن وقت، لذت‌جویی و خوش‌گذرانی، مد قلیان، مصرف برای رفع خستگی و استرس، بیکاری و درنهایت خانواده قلیانی
امیرمحمدی، ۱۳۹۵	علل و زمینه‌های اجتماعی مصرف قلیان در بین جوانان شهرستان جیرفت	نخستین تجربه مصرف، خانواده ناکارآمد، انحرافات دوستانه، مصرف قهوه‌خانه‌ای، زنجیره‌ی انحراف، محیط نابسامان، رهایی از خانه، اعتیاد و تسکین جایگزین، فراغت ناشی از تحصیل، احساس طرد و انگ اجتماعی
عسکری گلوپیک، ۱۳۹۷	عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به مصرف قلیان در بین جوانان شهر یزد	مصرف کمتر در سنین بالاتر؛ رابطه مثبت بین متغیرهای میزان آگاهی افراد از مضرات قلیان، میزان پذیرش اجتماعی قلیان، نگرش، گروه مرجع افراد، هنجارهای ذهنی افراد و باور مثبت به مصرف قلیان با میزان گرایش
استرلینگ و مرملستین، ۲۰۱۱	بررسی استفاده‌کنندگان از قلیان در میان نوجوانان آمریکایی	جنسیت، نژاد و سابقه مصرف سیگار و وجود رستوران‌های عرضه‌کننده قلیان
سیدنی و همکاران، ۲۰۱۲	استفاده از موادمخدر و قلیان در ارتباط با ترتیبات زندگی در بین دانشجویان	باورها و اعتقادات نادرست در مورد کم‌خطری قلیان نسبت به سیگار
گالیموف و همکاران، ۲۰۱۹	شیوع و علل مصرف قلیان در میان دانش‌آموزان روسیه	ناتوانی مقابله با عصبانیت، مشکلات در مدرسه، مصرف سیگار، سیگار الکترونیکی، الکل و ماری‌جوانا

تجربه استعمال سیگار، سیگار الکترونیکی، کنجکاوای در مورد قلیان و قرار گرفتن در معرض دود سیگار در خانه	گرایش به مصرف قلیان در میان دانش‌آموزان دبیرستانی آمریکا	آزاگبا و همکاران، ۲۰۱۹
ذهنیت نادرست درمورد آسیبهای جسمی، مضرات و اعتیادآوری برای قلیان و سیگارهای الکترونیکی کمتر نسبت به سایر محصولات دخانی	ذهنیت جوانان در مورد آسیب و اعتیادآوری محصولات دخانی	استرانگ و همکاران (۲۰۱۹)
استعمال سیگار به خاطر پیشنهاد دوستان، استعمال انواع سبک‌تر دخانیات به خاطر تصور داشتن آسیب کمتر، کنجکاوای در مورد قلیان، استعمال دخانیات توسط اطرافیان، مواجهه با دود دست دوم و مسکن نامناسب.	استعمال دخانیات در آمریکای لاتین	اروتیا پیرا و همکاران، ۲۰۱۹

### ادبیات نظری

در بررسی عوامل جامعه‌شناختی که تأکید اصلی این پژوهش بر آن قرار دارد از تئوری‌های محرومیت نسبی، کنترل اجتماعی هیرشی و برایت‌ویت، نظریه بازدارندگی والترکلس، نظریه همنشینی افتراقی ساترلند، نظریه‌های اوقات فراغت وبر، زیمل و بوردیو و نظریه جامعه‌شناسی فرایندی نوربرت الیاس استفاده شده است. بر ساخت چارچوب نظری به این صورت بوده که با بررسی نظریات مرتبط و تبیین عوامل ارائه شده در هر نظریه و جمع بندی آنها مدل نظری فرضیات و طراحی می‌گردد.

محرومیت نسبی، به اختلاف بین انتظارات ارزشی و قابلیت‌های ارزشی اشاره داشته و مبتنی بر پنداشت‌ها و تصورات فردی است که در خلال مقایسه وضعیت خود با دیگران بروز می‌کند. این مقایسه با گروه مرجع الزامی است. گروه مرجع ضرورتاً یک گروه نیست بلکه می‌تواند یک فرد و یا حتی یک مفهوم ذهنی باشد. (محسنی تبریزی و همکاران، ۱۳۸۷: ۷۶) به‌طورکلی؛ براساس این دیدگاه در صورتی که افراد جامعه احساس نابرابری و بی‌عدالتی کنند افراد بیشتر در امور انحرافی شرکت می‌کنند. در نتیجه در صورتی که فرد خود را با دیگران مقایسه و احساس محرومیت نسبی کند می‌تواند بر مصرف قلیان افراد اثرگذار باشد.

کنترل اجتماعی<sup>۱</sup> به مکانیسم‌هایی اطلاق می‌شود که جامعه برای واداشتن اعضایش به سازگاری و جلوگیری از ناسازگاری به کار می‌برد. (ستوده، ۱۳۸۹: ۱۳۷) کنترل اجتماعی به دو صورت امکان‌پذیر است: ۱- از طریق فشار اجتماعی؛ با وادار کردن انسان‌ها به قبول هنجارها و رعایت آن‌ها در عمل صورت می‌گیرد که ابزار آن قوانین و مقررات و ضامن اجرای آن قدرت اجرایی است؛ ۲- از طریق اقناع با رسوخ به عمق اعتقادی انسان‌ها، با دگرگون‌سازی جهان‌بینی افراد، از طریق تأثیر بر جهان عقیدتی و تفکرات اعضا، جامعه یا گروه می‌تواند هر عضو آن را نه تنها مؤمن به هنجارها و ارزش‌های مقبول خود کند و وی را به رعایت آن وادارد؛ بلکه او را حافظ و نگهبان تمامی پذیرفته‌هایش سازد (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۶۹۸)؛ لذا فرد در این وضعیت ضمن تن دادن به هنجارهای رایج، احساس تعلق به جامعه

1. Social control

پیدا می‌کند که با رعایت هنجارها و قواعد عرفی همراه است. از این رو احساس تعلق به جامعه می‌تواند در مصرف قلیان توسط افراد مؤثر باشد؛ چراکه هرچه این حس بیشتر باشد در افراد علاقه، تعهد، مشارکت و دل‌بستگی به جامعه و هنجارهایش قوت می‌گیرد و فرد با تن دادن به کنترل اجتماعی از مصرف قلیان اجتناب می‌ورزد؛ چراکه فرض محوری بر ضدهنجاربودن این رفتار در زنان می‌باشد.

نظریه انتقال فرهنگی بر این نکته تأکید دارد که رفتار انحرافی از طریق معاشرت با دوستان ناباب آموخته می‌شود (ستوده، ۱۳۸۹: ۱۳۰). نظریه همنشینی افتراقی بر این نکته تأکید دارد که رفتار انحرافی از طریق معاشرت با دوستان ناباب آموخته می‌شود. ادوین ساترلند بر این اعتقاد بود که رفتار انحرافی از طریق معاشرت با اغیار یا پیوند افتراقی یعنی داشتن روابط اجتماعی با انواع خاصی از مردم مانند تبهکاران آموخته می‌شود. او می‌گوید برای اینکه شخص جنایتکار شود، باید نخست بیاموزد که چگونه می‌توان جنایت کرد (کوئن، ۱۳۷۰: ۱۶۷). در نتیجه داشتن دوستان قلیانی و ارتباط با آنها در مصرف قلیان نیز ممکن است مؤثر باشد. این متغیر در بسیاری از تحقیقات که در مورد اعتیاد انجام شده ثابت شده است به طوری که در درازمدت فردی که قلیان مصرف نکرده را به طرف خود جذب می‌کند و او هم ممکن است قلیان مصرف کند.

بورديو با توجه به نظریه عمل خود، سعی در ارائه اصول مولد رفتار انسان داشته تا تصویری واضح‌تر از سبک زندگی ارائه دهد. نظریه عمل از دو مؤلفه منش یا عادت‌واره (ساختمان ذهنی) و میدان (زمینه) تشکیل شده است. منظور از منش مجموعه‌ای از خلق و خوی برآمده در شخصیت کنشگر است که نحوه مواجهه او با موقعیت‌های مختلف را جهت می‌بخشد؛ به گونه‌ای که می‌توان آن را ناخودآگاه فرهنگی یا قاعده‌ای الزام‌آور و اصل هماهنگ‌کننده اعمال و الگوی ذهنی و جسمی فرد در ادراک و ارزیابی هر کنش نام‌گذاری نمود (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۱۱). منش در فرآیند جامعه‌پذیری افراد صورت می‌گیرد و این امر منجر می‌شود شیوه منحصر به فرد را به شخص برای تفسیر کار و واقعیت اجتماعی بدهد. منش تحت نفوذ میدان (زمینه) می‌باشد. میدان با توجه به موقعیت‌ها تعریف می‌شود و شبکه را از موقعیت‌های متفاوت آن می‌سازد. با این توصیف، هر موقعیت وابسته به سرمایه‌هایی است که در میدان‌های مختلف از اهمیت متفاوت برخوردار هستند (همان: ۱۲)؛ بنابراین منش توسط میدان (زمینه) محدود شده و تقابل دیالکتیک بین منش و میدان وجود دارد که می‌تواند برگزینش افراد با توجه به موقعیت‌شان در فضای اجتماعی، تأثیرگذار باشد. برمبنای دیدگاه بورديو، 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. از این رو با بررسی مصرف فرهنگی و شیوه گذران اوقات فراغت می‌توان رفتار وی را در مواجهه با قلیان بررسی نمود؛ به این صورت که هرچه سرمایه اجتماعی-فرهنگی فرد در این زمینه‌ها غنی‌تر باشد گرایش به قلیان کاهش می‌یابد و بالعکس. به عنوان مثال بنابر نظریه

بوردیو سبک زندگی همراه با مصرف فرهنگی کمتر غنی و شیوه نادرست گذران اوقات، بر گرایش فرد به قلیان اثرگذار خواهد بود.

نوربرت الیاس با تأکید بر ضرورت توجه به نسبی بودن تأثیر عوامل مختلف در صورت‌بندی‌ها و فرایندهای اجتماعی و نیز توجه به صیوروت تاریخی آن‌ها، پایه‌های جامعه‌شناسی آرایشی یا به تعبیری دیگر از خود او، «جامعه‌شناسی فرایند»<sup>۱</sup> را مستحکم ساخته است. (مجدالدین، ۱۳۸۳: ۳-۱). او متوجه شد حتی در ابتدایی‌ترین و مقدماتی‌ترین وجوه هستی انسانی هیچ‌چیز و هیچ‌وجهی را نباید معلوم، ذاتی و ثابت و لایتغیر فرض کرد بلکه همگی را باید بخشی از مجموعه فرایندهای درازمدت به‌شمار آورد. اگر از منظر جامعه‌شناسی فرایندی به دخانیات پرداخته شود باید فرایندی را یافت که طی آن فرد در طول زمان به این سمت هدایت‌شده و این تغییرات را می‌توان به مجموعه‌ی بسیار گسترده‌تری از فرایندها مربوط دانست. (استونز، ۱۳۹۰: ۲۱۳).

به نظر فیش باین و آیزن در تئوری نظریه کنش موجه یا عمل بخردانه<sup>۲</sup> رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به‌وجود می‌آید و حلقه ماقبل بروز رفتار قصد و نیت رفتاری<sup>۳</sup> است. الگوی آنان نشان می‌دهد که قصدها به نگرش‌ها<sup>۴</sup> و هنجارهای مرتبط با رفتار متکی است. نگرش یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن، فرد خوب یا بدبودن یک رفتار (مصرف قلیان) را از نظر خودش ارزیابی می‌کند؛ هنجار منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام کاری (مصرف قلیان) احساس و ادراک می‌کند. در نتیجه در شرایطی که نگرش‌ها و هنجارها، هردو، در رابطه با رفتاری مانند مصرف قلیان مثبت باشند، قصد به انجام و گرایش به آن افزایش خواهد یافت؛ اما در صورتی که نگرش‌ها و هنجارها در تضاد باشند، قدرت نسبی هر کدام می‌تواند تصمیم در مورد آن رفتار را تحت‌الشعاع قرار دهد (رفیع‌پور، ۱۳۷۲: ۸). این نظریه نشان می‌دهد که الگوی رفتاری و گرایش فرد به یک رفتار، تحت تأثیر عقاید نگرش‌ها و هنجارها درباره دخانیات و قلیان (مثلاً عوارض) هست. (محسنی‌تبریزی، ۱۳۷۳: ۱۰)

در نهایت اینکه طبق نظریاتی که آمد فرضیات و مدل نظری به صورت زیر بیان می‌گردد:

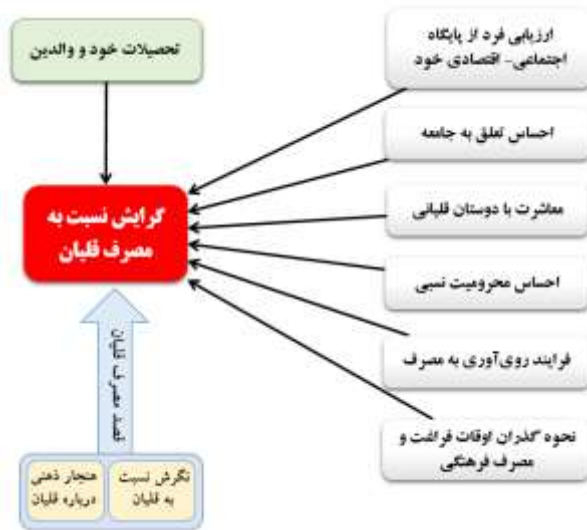
به نظر می‌رسد بین:

- ۱- میزان تحصیلات خود و والدین و گرایش به مصرف قلیان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- ارزیابی شخص از پایگاه اقتصادی- اجتماعی خود و گرایش به مصرف قلیان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- احساس محرومیت نسبی و گرایش به مصرف قلیان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- احساس تعلق به جامعه و گرایش به مصرف قلیان رابطه معناداری وجود دارد.

1. Process Sociology  
2. Reasoned- Action  
3. Behavior Intention  
4. Attitude



- ۵- معاشرت با دوستان قلبانی و گرایش به مصرف قلبان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۶- نحوه گذران اوقات فراغت (مصرف فرهنگی) و گرایش به مصرف قلبان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۷- فرایند روی‌آوری و گرایش به مصرف قلبان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۸- نگرش‌ها نسبت به قلبان و گرایش به مصرف قلبان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۹- هنجارهای ذهنی در مورد قلبان و گرایش به مصرف قلبان رابطه معناداری وجود دارد.



نمودار ۱. مدل تحلیلی تحقیق

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از روش پیمایش به‌منظور بررسی مسئله استفاده کرده است. طرح تحقیق حاضر برحسب نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع تبیینی (غیرآزمایشی) و همبستگی است و برحسب هدف، می‌توان آن را در زمره تحقیقات کاربردی قرار داد. مدل تحقیق با استفاده از مدسازی معادلات ساختاری، رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS تحلیل می‌گردد.

**متغیر وابسته:** گرایش ارزیابی احساسی واکنش و نوعی احساس مطلوب یا نامطلوب نسبت به امور یا پدیده‌های مختلف است. آلپورت و جونز (۱۳۷۱: ۱۲۴) گرایش را به‌عنوان آمادگی ذهنی و تمایل به واکنش در مورد یک موضوع یا پدیده‌های خاص تعریف می‌کند. درنهایت رهیافت‌های نظری روانشناسی اجتماعی در دهه ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ گرایش را به‌عنوان 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 می‌نمایند. گرایش را به‌منزله نوعی احساس مثبت یا منفی نسبت

به چیزها و حوادث معین تعریف کرد که دربرگیرنده ارزیابی مطلوب یا نامطلوب از آن‌ها نیز هست. (برکوویتز، ۱۳۷۲: ۲۳۹) دوست‌داشتن یا دوست‌نداشتنی است که بر رفتار ما نسبت به کسی یا چیزی تأثیر می‌گذارد (کالات، ۱۳۸۶: ۲۷۲). در جدول زیر سه بعد گرایش تعریف شده‌اند.

### جدول ۲. ابعاد گرایش

گویه‌ها	بُعد- تعریف مفهومی و عملیاتی
<b>q22.1</b> - با کشیدن قلیان مقداری سم وارد بدن می‌شود.	<b>بعد شناختی:</b>
<b>q22.2</b> - تنباکوی میوه‌ای مضرات کمتری نسبت به تنباکوی طبیعی دارد.	باور یا شناخت‌هایی که فرد
<b>q22.3</b> - قلیان باعث ابتلا به سرطان ریه می‌شود.	در مورد موضوع دارد
<b>q22.4</b> - مصرف قلیان باعث ابتلا به بیماری‌های قلبی - عروقی می‌شود.	(آلفیلیپ و همکاران،
<b>q22.5</b> - مصرف قلیان باعث ابتلا به سرطان دهان و دندان می‌شود.	۱۳۸۲: ۳۴). عنصر شناختی
<b>q22.6</b> - مصرف قلیان باعث سرطان مری و دیگر بیماری‌های گوارشی می‌شود.	شامل اعتقادات و باورهای
<b>q22.7</b> - مصرف قلیان باعث انتقال بیماری‌های واگیر توسط شیلنگ آن می‌شود.	شخص درباره‌ی یک شیء یا
<b>q22.8</b> - ضرر قلیان از سیگار بیشتر است.	اندیشه است (کریمی ۱۳۸۷:
<b>q22.9</b> - مصرف قلیان به اندازه مصرف سیگار اعتیادآور است.	۲۲۴).
<b>q22.10</b> - اثر دود تحمیلی قلیان و سیگار بر زنان باردار باعث سقط جنین می‌شود.	این بعد شامل اطلاعات و
<b>q22.11</b> - اثر دود تحمیلی قلیان و سیگار بر زنان باردار باعث وزن کم نوزاد می‌شود.	آگاهی پاسخگو نسبت به
<b>q22.12</b> - اثر دود تحمیلی قلیان و سیگار بر زنان باردار باعث اختلال در رشد ریه جنین می‌شود.	مضرات قلیان از جمله
<b>q22.13</b> - به نظر من قلیان باعث تشدید آلزایمر می‌شود.	سرطان دهان، معده، مری،
<b>q22.14</b> - به نظر من قلیان کشیدن اشتها را زیاد می‌کند.	ریه، کاهش عملکرد دستگاه
<b>q22.19</b> - مصرف تفریحی قلیان سبب اعتیاد نمی‌شود.	تنفسی، کاهش باروری و ...
	است.

<p><b>q22.15</b> - قلیان کشیدن باعث آرامشم می‌شود.</p> <p><b>q22.16</b> - اگر کسی کنار من قلیان بکشد به قلیان کشیدن وسوسه می‌شوم.</p> <p><b>q22.17</b> - اگر کسی کنار من قلیان بکشد، او را تحمل می‌کنم. (اعتراض نمی‌کنم)</p>	<p><b>بعد عاطفی:</b></p> <p>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 گرایش مبتنی بر عواطف می‌گویند.</p> <p>در گرایش عاطفی مثلاً ما دوست داریم نوع خاصی از رفتار (استعمال دخانیات) را تکرار کنیم؛ بدون توجه به عواقب مثبت و منفی آن. (آرونسون و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۵۸) بعد عاطفی گرایش شامل حالت احساسی پاسخگو نسبت به مصرف قلیان و این است که فرد نسبت به قلیان کشیدن وسوسه می‌شود.</p>
<p><b>q20</b> - میزان مصرف قلیان شما چقدر است؟</p> <p><b>q22.18</b> - لذت قلیان کشیدن را بر ضررش ترجیح می‌دهم.</p> <p><b>q22.20</b> - اگر جایی وارد شوم که قلیان مصرف می‌شود من نیز با آن‌ها همراه می‌شوم.</p>	<p><b>بعد رفتاری:</b></p> <p>نحوه‌ای که فرد نسبت به موضوع رفتار می‌کند (آلفیلیپ و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۴). به آمادگی برای پاسخگویی به شیوه‌ای خاص به آن رفتار (کریمی ۱۳۸۷: ۲۲۵) و مشاهده‌ی چگونگی رفتار فرد نسبت به موضوع نگرش (آرونسون و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۵۹) اطلاق می‌شود.</p> <p>بعد رفتاری دربرگیرنده آمادگی پاسخگو برای مصرف قلیان و همچنین میزان تمایل به مصرف آن است.</p>

### متغیرهای مستقل

متغیر مستقل<sup>۱</sup> متغیری است که علت تغییر متغیر دیگر (متغیر وابسته) است؛ به عبارت دیگر، این متغیر به عنوان عاملی مورد بررسی قرار می‌گیرد که ظرفیت تغییر عوامل دیگر را دارد (عضدانلو، ۱۳۸۴: ۵۴۰).

### جدول ۳. متغیرهای مستقل

کد و گویه	تعریف مفهومی و عملیاتی
q4 - میزان تقریبی درآمد ماهیانه خود و خانواده چقدر است؟	ارزیابی فرد از پایگاه اقتصادی -
q5 - وضعیت مسکن شما به چه صورت است؟	اجتماعی خود: منظور ارزیابی پاسخگو از
q6 - اگر مردم را به پنج طبقه اقتصادی به صورت «خیلی بالا»، «بالا»،	جایگاه خود در ساختار اجتماعی (عضدانلو،
«متوسط»، «پایین» و «خیلی پایین» تقسیم کنیم، شما خود را در کدام	۱۳۸۴: ۱۴۹) و شامل طبقه اقتصادی،
طبقه جای می‌دهید؟	میزان درآمد و نوع مسکن می‌باشد.
تحصیلات: میزان تحصیلات فرد و والدین می‌تواند در کنترل اجتماعی فرد مؤثر باشد چون منزلت اجتماعی مرتب از آن، بازدارنده است. q7.1 - میزان تحصیلات خود؛ q7.2 - میزان تحصیلات پدر؛ q7.3 - میزان تحصیلات مادر.	
q10 - تا چه حد با دوست صمیمی خود رابطه دارید؟	

<p><b>q11-</b> آیا از بین دوستان صمیمی شما کسی قلیان مصرف می‌کند؟</p> <p><b>q12-</b> تا چه حد همراه با دوست صمیمی‌تان قلیان می‌کشید؟</p>	<p><b>معاشرت با دوستان قلیانی:</b> همنشینی‌ها و رابطه با دوستان قلیانی و مصرف توسط اعضای خانواده بر مصرف آنها اثر دارد.</p>
<p><b>q8-</b> اولین بار قلیان کشیدن را در کجا آغاز کردید؟</p> <p><b>q9-</b> اولین بار با چه کسانی قلیان مصرف کردید؟</p> <p><b>q13-</b> آیا در خانواده شما (به‌جز شما) کسی قلیان مصرف می‌کند؟</p> <p><b>q14-</b> کدام‌یک از اعضای خانواده شما قلیان مصرف می‌کند؟</p> <p><b>q15-</b> آیا در محل زندگی شما همسایه‌ها برای قلیان کشیدن، جمع می‌شوند؟</p> <p><b>q16-</b> با گردهم‌آمدن همسایه‌ها برای قلیان کشیدن، با آن‌ها همراه می‌شوید؟</p> <p><b>q17-</b> معمولاً در کجا بیشتر از قلیان مصرف می‌کنید؟</p> <p><b>q18-</b> خانواده‌تان با مصرف قلیان شما چقدر مخالف‌اند؟</p>	<p><b>فرایند روی‌آوری و گرایش به مصرف قلیان:</b> همه کنش‌ها را باید بخشی از مجموعه فرایندهای درازمدت به‌شمار آورد. گرایش به استعمال دخانیات نیز از فرایندی اجتماعی ناشی می‌شود. مقولاتی همچون دیدگاه خانواده به قلیان، ارزان بودن، اجبار دوستان و اطرافیان، مدشدن.</p>
<p><b>q19-</b> چه نوع تنباکویی مصرف می‌کنید؟</p> <p><b>q21.1-</b> در یک جمع دوستانه و برای تفریح قلیان کشیدن اشکال ندارد.</p> <p><b>q21.2-</b> طبیعی است فرزندان از پدرومادرشان در مصرف قلیان تقلید کنند.</p> <p><b>q21.3-</b> اگر قیمت تنباکو بالا برود، باز هم قلیان مصرف می‌کنم.</p> <p><b>q21.4-</b> دسترسی آسان به قلیان، خود مجوزی برای کشیدن است.</p> <p><b>q21.5-</b> قلیان کشیدن، وسیله‌ای برای گردهمایی است.</p>	<p><b>نگرش‌ها نسبت به قلیان:</b> نگرش از باورها و ارزیابی یک رفتار به دست می‌آید. تصور مثبت در مورد مصرف تفریحی و وسیله گردهمایی، تقلید فرزندان از والدین، در نظر گرفتن هزینه مصرف، گرایش به خاطر دسترسی آزاد می‌توان سنجید.</p>
<p><b>q23.1-</b> اگر بخواهید خودتان را از نظر رفاهی با دیگران مقایسه کنید، چقدر از سطح فعلی زندگی خود راضی هستید؟</p> <p><b>q23.2-</b> تا به حال چقدر پیش‌آمده که کالایی را درجایی ببینید و آن را بپسندید ولی قدرت خریدش را نداشته باشید؟</p> <p><b>q23.3-</b> چقدر از این موضوع ناراحت شده‌اید؟</p> <p><b>q23.4-</b> در مقایسه با دیگران، به لحاظ مادی چقدر حقتان، رسیده‌اید؟</p> <p><b>q23.5-</b> تا چه حد برایتان پیش‌آمده که بخواهید چیزی را داشته باشید، ولی احساس کنید که هیچ‌وقت نمی‌توانید آن را به دست آورید؟</p> <p><b>q23.6-</b> فکر می‌کنید تا چه اندازه سطح زندگی فعلی شما با سطح زندگی موردعلاقه شما فاصله دارد؟</p> <p><b>q23.7-</b> نسبت به سطح زندگی مادی دیگران چقدر حسرت بخورید؟</p> <p><b>q23.8-</b> در مقایسه با سایرین چقدر از موقعیت اجتماعی‌تان راضی هستید؟</p> <p><b>q23.9-</b> مسکنی شما دارید، چقدر با مسکن دلخواه شما متناسب دارد؟</p> <p><b>q23.10-</b> چقدر در زندگی احساس خوشبختی می‌کنید؟</p>	<p><b>احساس محرومیت نسبی:</b> احساس محرومیت نسبی اختلاف بین سطحی از زندگی که فرد در آن به سر می‌برد و آنچه باید از در عمل از آن برخوردار باشد؛ به عبارت دیگر، «اختلاف بین سطح زندگی موجود فرد با سطح زندگی مطلوب او که معمولاً با سطح زندگی موجود فردی دیگر مقایسه می‌شود» (محسنی تبریزی و درویش ملا، ۱۳۸۷: ۸۴) این مفهوم بوسیله مقیاسی از تحقیق (محسنی تبریزی و درویش ملا، ۱۳۸۷: ۸۴) در قالب مقیاس لیکرت صورت گرفته است.</p>

<p>q24.1- ترجیح می‌دهم دیگران قلبان کشیدن مرا نبینند.</p>	<p>هنجارهای ذهنی در مورد قلبان: هنجار ذهنی، منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی روی یک شخص برای انجام یک رفتار و ناشی از فشارهای اجتماع و عرف هستند. استفاده از مقیاس براتی و همکاران (۱۳۹۳)</p>
<p>q24.2- در مهمانی‌ها دوست ندارم کنار فردی قلبانی بنشینم.</p>	
<p>q24.3- با ورود به جایی که کسی قلبان می‌کشند، آنجا را ترک می‌کنم.</p>	
<p>q24.4- بهترین دوستم در مورد قلبان کشیدن من نظر منفی ندارد.</p>	
<p>q24.5- خانواده و اطرافیان من در مورد قلبان کشیدن من نظر منفی ندارند.</p>	
<p>q24.6- همیشه نسبت به کشورم احساس تعلق دارم.</p>	<p>احساس تعلق به جامعه: کنترل اجتماعی مردم را برمی‌انگیزاند تا به سنت‌ها و الگوهای رفتاری که برای کارکرد آرام گروه و جامعه اهمیت دارند، وفادار بمانند. (عضدانلو، ۱۳۸۴: ۵۰۶). در نتیجه به کشور، جامعه و شهر تعلق خاطر بیشتری دارند.</p>
<p>q24.7- از اینکه در کشور ایران زندگی می‌کنم، احساس خوشحالی می‌کنم.</p>	
<p>q24.8- از اینکه در تهران زندگی می‌کنم، خیلی خوشحالم.</p>	
<p>q24.9- احساس می‌کنم در مقابل سرنوشت همسپهرانم وظیفه زیادی دارم.</p>	
<p>q24.10- اگر فرصت زندگی بهتری در کشور دیگری برایم فراهم شود، به آنجا می‌روم.</p>	
<p>فعالیت‌های اجتماعی: q25.1- دیدار با اقوام و دوستان؛ q25.2- فعالیت در گروه‌های اجتماعی- فرهنگی؛ q25.3- شرکت در فعالیت‌های آموزشی. فعالیت‌های فرهنگی: q25.4- مطالعه غیردرسی؛ q25.5- استفاده از اینترنت؛ q25.6- تماشای تلویزیون؛ q25.7- فعالیت‌های هنری؛ q25.8- گوش دادن به رادیو؛ q25.13- خواندن مجله و روزنامه؛ q25.14- رفتن به کافی‌شاپ. فعالیت‌ها در نهادهای رسمی و غیررسمی: q25.9- نماز خواندن؛ q25.10- خواندن دعا و قرآن؛ q25.11- شرکت در مراسم مذهبی؛ q25.12- رفتن به اماکن مذهبی و زیارتی</p>	<p>نحوه گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی: مجموعه‌ای از اشتغالات فرد است که به رضایت شخص یا برای تفریح یا به منظور توسعه اطلاعات و آموزش، مشارکت اجتماعی یا داوطلبانه به کار می‌رود (گروه اجتماعی- فرهنگی، ۱۳۸۴: ۳۲-۳۳). برای سنجش این متغیر از مقیاس عنایت و نزه‌ای (۱۳۹۳) استفاده شده است.</p>

### جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

منظور از جامعه آماری همان جامعه اصلی است که از نمونه‌ای نمایا یا معرف به دست آمده باشد (ساروخانی، ۱۳۸۶: ۱۵۷). در این تحقیق جامعه آماری کلیه زنان و دخترانی هستند که به تفرجگاه‌های شمال تهران برای استعمال قلبان مراجعه می‌کنند. در این تحقیق به دلیل حساسیت موضوع و نامشخصی تعداد جامعه آماری، محقق با مراجعه به تفرجگاه‌های شمال تهران برآوردی انجام داد که طبق آن جمعیت زنان مراجعه‌کننده، حدود ۴۰۰۰ نفر در هفته تخمین زده شد. در مورد حجم نمونه نیز محققان پیشنهاد می‌کنند در روش معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی حداقل حجم نمونه، ده برابر مسیریابی ساختاری منتهی به یک سازه خاص در نظر گرفته می‌شود. (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۴۸) در مدل پژوهش حاضر تعداد مسیرها ۹، در نتیجه حداقل نمونه ۹۰ کفایت می‌کند که در نهایت ۱۲۰ نمونه، با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شد. به اینصورت که با رعایت

فاصله زمانی، از میان مراجعین به میدان تحقیق، افرادی بصورت تصادفی جهت مصاحبه انتخاب گردید.

## یافته‌ها

### توصیف یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی: متغیرهای زمینه‌ای نمونه آماری در جدول زیر گزارش شده است. براین اساس حدود نیمی از آنها در سنین جوانی (۲۶ تا ۳۵ سال) و حدود ۶۰ درصد مجرد و بیش از نیمی از آنها تحصیلات عالی دارند؛ همچنین از نظر پایگاه اقتصادی، بیش از ۶۰ درصد آنها دارای درآمد بالای ۲ میلیون تومان هستند.

جدول ۴. وضعیت متغیرهای جمعیت‌شناختی نمونه آماری

متغیر	بعد	درصد	متغیر	بعد	درصد
		۱۶ تا ۲۵		مجرد	۵۹,۲
سن (سال)	۲۶ تا ۳۵	۴۵,۸	وضعیت تاهل	متاهل	۳۰,۸
	۳۶ تا ۴۵	۸,۳		سایر (مطلقه و...)	۳,۳
	بیش از ۴۶	۶,۷		بی‌پاسخ	۶,۷
	کمتر از ۰,۵	۱,۷		ابتدایی	۰,۸
درآمد (میلیون تومان)	۰,۵ تا ۱	۵,۰	تحصیلات	سیکل	۷,۵
	۱ تا ۲	۳۰,۰		دیپلم و فوق‌دیپلم	۳۹,۲
	۲ تا ۳	۲۲,۵		لیسانس	۳۴,۲
	بیش از ۳	۳۵,۸		فوق لیسانس و دکترا	۱۸,۳
	بی‌پاسخ	۵,۰			

آزمون کفایت نمونه: مقدار شاخص KMO پس از محاسبه، برابر ۰/۸۹۸ (نزدیک به یک) بود، لذا تعداد نمونه برای تحلیل عاملی و تحلیل مسیر با مدل معادلات ساختاری کافی است. همچنین مقدار Sig آزمون بارتلت، کوچک‌تر از ۵ درصد بود که نشان از آن دارد که تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی، مناسب است.

## جدول ۵. شاخص KMO و آزمون بار تلت برای بررسی کیفیت نمونه

مقدار آماره KMO	آماره آزمون بار تلت	درجه آزادی	سطح معناداری
۰/۵۰۱	۷۰/۰۶۷	۳۶	۰/۰۱

بررسی وضعیت نرمال بودن توزیع داده‌ها: برای انتخاب درست روش تحلیل داده‌ها از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده شده تا مشخص گردد که توزیع داده‌ها به چه صورت است.

## جدول ۶. نتایج آزمون کلموگروف - اسمیرنوف

وضعیت	Sig	Kolmogorov-Smirnov	متغیرها
غیرنرمال	۰/۰۰۵	۱/۷۱۸	ارزیابی فرد از پایگاه اقتصادی - اجتماعی خود
غیرنرمال	۰/۰۴۸	۱/۳۶۶	وضعیت تحصیلات
غیرنرمال	۰/۰۰۰	۳/۹۷۴	وضعیت شغلی
غیرنرمال	۰/۰۰۰	۲/۸۸۴	سن
غیرنرمال	۰/۰۰۰	۳/۹۰۹	وضعیت تأهل
نرمال	۰/۲۲۸	۱/۰۴۱	احساس محرومیت نسبی
غیرنرمال	۰/۰۲۱	۱/۵۱۲	معاشرت با دوستان قلبانی
نرمال	۰/۱۸۹	۱/۰۸۶	نحوه گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی
نرمال	۰/۲۸۰	۰/۹۹۱	فرایند روی آوری و گرایش به مصرف قلبان
نرمال	۰/۱۳۲	۱/۱۶۵	نگرش‌ها نسبت به قلبان
نرمال	۰/۵۳۱	۰/۸۰۸	هنجارهای ذهنی در مورد قلبان
نرمال	۰/۱۲۰	۱/۱۸۷	احساس تعلق به جامعه
نرمال	۰/۱۲۲	۱/۱۹۲	گرایش

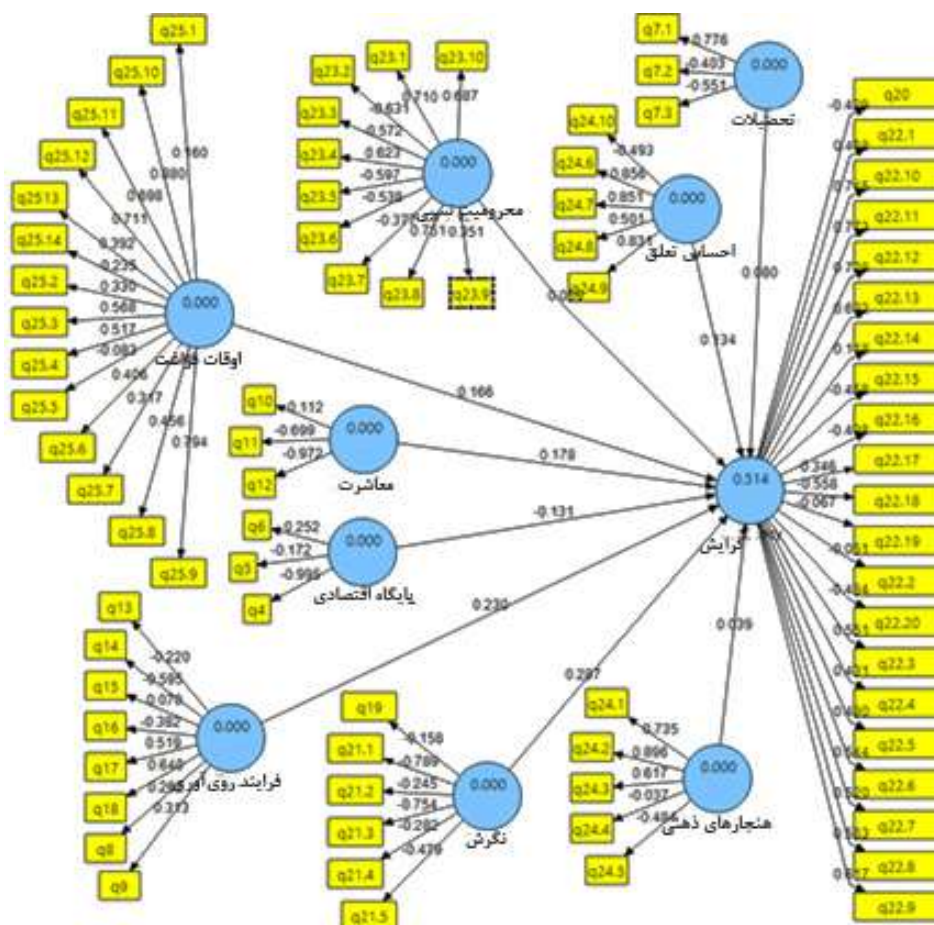
در تفسیر این آزمون باید گفت که متغیرهای با توزیع نرمال، دارای سطح معناداری بیش از ۰/۰۵ هستند؛ نظر به جدول بالا، متغیرهای وضعیت تأهل، سن، وضعیت تحصیلات، ارزیابی شخص از پایگاه اقتصادی - اجتماعی خود دارای توزیع غیرنرمال و سایر متغیرها توزیع نرمال دارند؛ در نتیجه نمی‌توان از معادلات ساختاری کوریانس‌محور (Amos و Liserl) استفاده کرد و استفاده از معادلات ساختاری واریانس‌محور و نرم‌افزار Smart PLS در پژوهش حاضر توجیه‌پذیر می‌باشد. (محسنین و اسفیدانی ۱۳۹۳: ۴۸-۴۵)

## تحلیل استنباطی

در تحلیل نرم‌افزار Smart PLS دو مدل مدنظر قرار گرفته و بررسی می‌گردد؛ یکی مدل اندازه‌گیری که در آن بارهای عاملی متغیرهای مشاهده‌پذیر (سؤالات پرسشنامه) نمایش داده می‌شود و دیگری مدل ساختاری که در آن رابطه میان متغیرهای اصلی پژوهش بررسی می‌شود.

**برآزش مدل اندازه‌گیری:** بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار  $0/4$  شود (هولند<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹)، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. نکته مهم در اینجا این است که اگر محقق پس از محاسبه بارهای عاملی بین سازه و شاخص‌های آن با مقادیری کمتر از  $0/4$  مواجه شد، باید آن شاخص‌ها (سؤالات پرسشنامه) را اصلاح نموده و یا از مدل پژوهش خود حذف نماید (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۸۰).



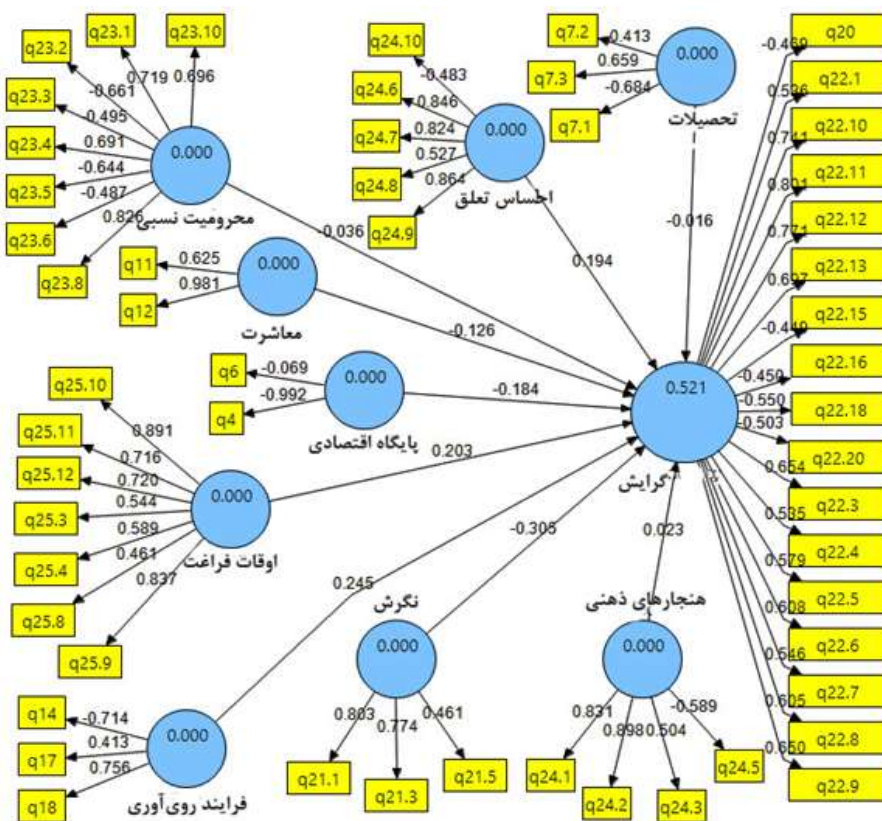


نمودار ۲. ضرایب بارهای عاملی مدل (خروجی اول)

در خروجی اول، مقدار بار عاملی مربوط به متغیر اوقات فراغت در گویه‌های q25.1، q25.2، q25.5، q25.7، q25.10، q25.11، q25.13، q25.14 و q24.4؛ احساس محرومیت نسبی q23.7 و q23.9؛ هنجارهای ذهنی q24.4؛ معاشرت با دوستان قلیانی q10؛ ارزیابی شخص از پایگاه اقتصادی خود q5 و q6؛ فرایند روی آوردن به قلیان q8، q9، q13، q15، q16 و q19؛ نگرش نسبت به قلیان q21.2، q21.4 و q19؛ گرایش به مصرف قلیان q22.2، q22.14، q22.17 و q22.19؛ پایین‌تر از مقدار ۰/۴ بوده و از مدل حذف می‌گردند. بعد از حذف این گویه‌ها، شاخص‌های مربوطه خروجی نرم‌افزار محاسبه گردید.

جهت اختصار، تصویر خروجی دوم نمایش داده نشد. در این خروجی، مقادیر بار عاملی گویه q25.6 مربوط به سنجش متغیر اوقات فراغت از مقدار ۰/۴ کمتر شده است. لازم به ذکر است که گویه q6 مربوط به متغیر ارزیابی شخص از پایگاه اقتصادی خود، با وجود اینکه ضرایب مسیر آن‌ها کمتر از ۰/۴۰ بود، به دلیل تک گویه‌ای نشدن متغیر و محاسبه دقیق‌تر ضریب مسیر یک گویه باقیمانده

از فرایند حذف نشدند؛ بنابراین از دوباره خروجی ضرایب بار عاملی را به صورت مرتب‌شده زیر ارائه می‌گردد.



نمودار ۳. خروجی سوم (نهایی) مدل اندازه‌گیری و ضرایب بارهای عاملی

نظر به خروجی سوم مندرج در شکل بالا، بار عاملی تمامی گویه‌ها، بیش از ۰/۴ بوده در نتیجه مدل مذکور مدل اندازه‌گیری نهایی است که از آن برای انجام سایر تحلیل‌ها استفاده خواهد شد. البته در مورد متغیر پایگاه اجتماعی برای جلوگیری از تک‌گویه‌اش شدن، گویه q6 حذف نگردید تا ضریب مسیر q4 واقعی‌تر بدست آید. در ادامه ضرایب مسیر در جدولی به شرح زیر ارائه می‌گردد.

جدول ۷. ضرایب مسیر گویه‌ها و بررسی پایایی مدل

خطای استاندارد	بار عاملی	گویه	متغیر	خطای استاندارد	بار عاملی	گویه	متغیر
۰,۰۸	۰,۸۰	q21.1	نگرش نسبت به قلیان	۰,۲۲	-۰,۹۹	q4	ارزیابی از پایگاه اقتصادی خود
۰,۰۹	۰,۷۷	q21.3		۰,۵۲	-۰,۰۶	q5	
۰,۱۴	۰,۴۶	q21.5		۰,۶۳	-۰,۶۸	q7.1	تحصیلات
۰,۰۸	-۰,۴۶	q20	۰,۳۲	۰,۴۱	q7.2		
۰,۱۲	۰,۵۳	q22.1	۰,۳۰	۰,۶۵	q7.3		
۰,۱۳	۰,۶۵	q22.3	گرایش به مصرف قلیان	۰,۱۷	۰,۶۲	q11	معاشرت با دوستان قلیانی
۰,۱۵	۰,۴۳	q22.4		۰,۰۴	۰,۹۸	q12	
۰,۱۴	۰,۵۳	q22.5		۰,۱۲	-۰,۶۸	q14	فرایند روی آوری به مصرف قلیان
۰,۱۳	۰,۵۷	q22.6		۰,۲۵	۰,۵۹	q17	
۰,۱۰	۰,۵۴	q22.7		۰,۱۴	۰,۷۳	q18	احساس محرومیت نسبی
۰,۱۰	۰,۶۰	q22.8		۰,۱۶	۰,۷۱	q23.1	
۰,۰۶	۰,۶۴	q22.9		۰,۱۷	-۰,۶۶	q23.2	
۰,۰۴	۰,۷۴	q22.10		۰,۲۱	۰,۵۱	q23.3	
۰,۰۵	۰,۸۰	q22.11		۰,۰۹	۰,۶۵	q23.4	
۰,۰۵	۰,۷۷	q22.12		۰,۱۸	-۰,۶۰	q23.5	
۰,۰۷	۰,۶۹	q22.13	۰,۲۱	-۰,۵۴	q23.6		
۰,۱۰	-۰,۴۴	q22.15	۰,۱۱	۰,۷۶	q23.8		
۰,۱۲	-۰,۴۵	q22.16	۰,۱۳	۰,۶۷	q23.10		
۰,۱۰	-۰,۵۵	q22.18	۰,۱۴	۰,۸۳	q24.1	احساس تعلق به جامعه	
۰,۱۳	-۰,۵۰	q22.20	۰,۰۹	۰,۸۹	q24.2		
۰,۱۲	۰,۵۴	q25.3	گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی	۰,۲۱	۰,۵۰	q24.3	هنجارهای ذهنی در مورد قلیان
۰,۱۲	۰,۵۸	q25.4		۰,۲۴	-۰,۵۸	q24.5	
۰,۱۳	۰,۴۶	q25.8		۰,۰۹	۰,۸۴	q24.6	
۰,۱۴	۰,۸۳	q25.9		۰,۱۰	۰,۸۲	q24.7	
۰,۱۳	۰,۸۹	q25.10		۰,۱۵	۰,۵۲	q24.8	
۰,۱۹	۰,۷۱	q25.11		۰,۱۴	۰,۸۶	q24.9	
۰,۱۹	۰,۷۱	q25.12		۰,۱۱	-۰,۴۸	q24.10	

نهایتاً بارهای عاملی تمام گویه‌ها بیش از ۰/۴ هستند در نتیجه پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. ازسویی برای برآورد میزان نزدیکی میانگین نمونه به میانگین جمعیت از آماره‌ای به نام خطای استاندارد میانگین<sup>۱</sup> استفاده می‌شود. مقادیر گزارش شده در جدول بالا در بیشتر موارد، خطای استاندارد مناسبی دارند.

1. Standard Error

جدول ۸. ضرایب جهت بررسی روایی و پایایی مدل

معیار Q <sup>2</sup>	افزونگی	ضریب تعیین	مقادیر اشتراکی	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس	متغیرهای مکنون
۰,۱۱	۰,۰۶	۰,۵۲	۰,۳۷	۰,۷۲	۰,۵۶	گرایش به مصرف قلیان
			۰,۴۹	۰,۸۲	۰,۵۹	ارزیابی از پایگاه اقتصادی خود
			۰,۳۶	۰,۷۷	۰,۷۵	وضعیت تحصیلات
			۰,۴۴	۰,۸۸	۰,۶۳	احساس محرومیت نسبی
			۰,۶۸	۰,۷۹	۰,۶۷	معاشرت با دوستان قلیانی
			۰,۴۸	۰,۸۶	۰,۵۸	اوقات فراغت و مصرف فرهنگی
			۰,۴۱	۰,۸۹	۰,۶۱	فرایند روی آوری به مصرف قلیان
			۰,۴۹	۰,۷۲	۰,۶۸	نگرش‌ها نسبت به قلیان
			۰,۵۲	۰,۸۸	۰,۵۲	هنجارهای ذهنی در مورد قلیان
			۰,۵۳	۰,۷۳	۰,۵۳	احساس تعلق به جامعه

جهت بررسی پایایی ابزار پرسشنامه مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی متغیرها بیش از ۰/۷ و آلفای کرونباخ کل سؤالات بود که نشان از پایایی بالای ابزار تحقیق دارد. توجه به مقایسه‌ی مقادیر کسب‌شده برای میانگین واریانس استخراج‌شده مطابق جدول فوق با مقدار مرجع ( $AVE > 0/5$ )، روایی همگرایی مدل اندازه‌گیری مورد قبول ارزیابی می‌شود. همچنین مقدار مثبت شاخص افزونگی<sup>۱</sup> نشان از کیفیت مدل اندازه‌گیری دارد. (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۱۵۳ و ۱۶۵)

### مدل ساختاری

در این بخش پس از بررسی روایی مدل و برازش مدل، روابط متغیرهای مدل بررسی می‌شود. **روایی واگرا به روش فورنل و لارکر:** از روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) برای سنجش روایی واگرا استفاده شد. در این قسمت مقدار جذر میانگین واریانس استخراجی (AVE) تمامی متغیرهای مکنون مندرج در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس، بیشتر از مقدار همبستگی میان سایر متغیرها با یکدیگر که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی آمده‌اند؛ بنابراین می‌توان گفت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مقایسه با سازه‌های دیگر در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خوددارند؛ به بیان دیگر میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش از همبستگی آن سازه با سایر

1. Redundancy

سازه‌ها بیشتر است و شاخص‌ها به‌درستی جایگذاری شده‌اند. در نتیجه روایی واگرایی مدل‌های اندازه‌گیری در حد مناسبی قرار دارد و به‌خوبی برازش را نشان می‌دهد.

جدول ۷. ماتریس سنجش روایی واگرا

عزیمیت	روی آوری	میرایش	هنگار ذهنی	فولانت	تخصیلات	پایگاه اقتصادی	معاشرت	تعلق به جامعه	نگرش
									۰،۶۹
								۰،۶۳	-۰،۳۸
							۰،۸۵	-۰،۲۲	۰،۵۶
						۰،۷۰	۰،۰۵	۰،۰۰	-۰،۰۳
					۰،۵۹	۰،۰۴	۰،۰۱	۰،۰۵	۰،۱۸
				۰،۷۰	-۰،۰۴	-۰،۱۰	-۰،۱۶	۰،۴۹	-۰،۲۳
			۰،۷۰	۰،۱۶	-۰،۰۷	۰،۰۰	-۰،۰۶	-۰،۲۷	-۰،۱۰
		۰،۵۷	۰،۲۸	-۰،۳۹	-۰،۰۹	-۰،۱۹	-۰،۴۷	۰،۴۱	۰،۵۶
	۰،۶۷	۰،۳۹	۰،۲۰	-۰،۰۳	۰،۰۱	-۰،۰۱	-۰،۳۴	۰،۰۳	-۰،۳۵
۰،۶۵	۰،۲۱	۰،۲۳	۰،۲۰	۰،۲۳	۰،۱۷	-۰،۲۵	-۰،۰۳	۰،۳۹	-۰،۱۳

برازش مدل ساختاری (نیگوی برازش) ( $GOF^1$ ): این معیار مربوط به بخش کلی معادلات ساختاری است. بدین معنی که پس از برازش بخش اندازه‌گیری و ساختاری، برازش بخش کلی مدل توسط این معیار سنجیده می‌شود. معیار توسط تنهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع و با استفاده از مقادیر اشتراکی<sup>۲</sup> و  $R^2$  مطابق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\mu Communalities * \mu R^2} \rightarrow GOF = \sqrt{0.48 \times 0.52} = 0.499$$

وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰،۰۱، ۰،۲۵، ۰،۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای  $GOF$  معرفی نموده‌اند؛ مقدار ۰،۰۱ و نزدیک به آن برای برازش ضعیف، ۰،۲۵ نشانگر برازش متوسط و ۰،۳۶ بیانگر برازش کلی قوی (همان: ۹۷-۹۸). نشان از برازش کلی قوی مدل ارائه‌شده می‌باشد چراکه با توجه به مقدار به‌دست‌آمده برای  $GOF$  (مقدار ۰،۴۹۹) و مقایسه آن با ۰،۳۶ نشان از قوت بالای مدل دارد.

**معیار  $R^2$ :** معیار دیگر برازش مدل ساختاری ضریب  $R^2$  مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. این معیار نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰،۱۹، ۰،۳۳، ۰،۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  معرفی می‌کنند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). مطابق جدول ۶ با توجه به مقدار محاسبه‌شده ضریب تعیین

1. Goodness of fit  
2. Communality

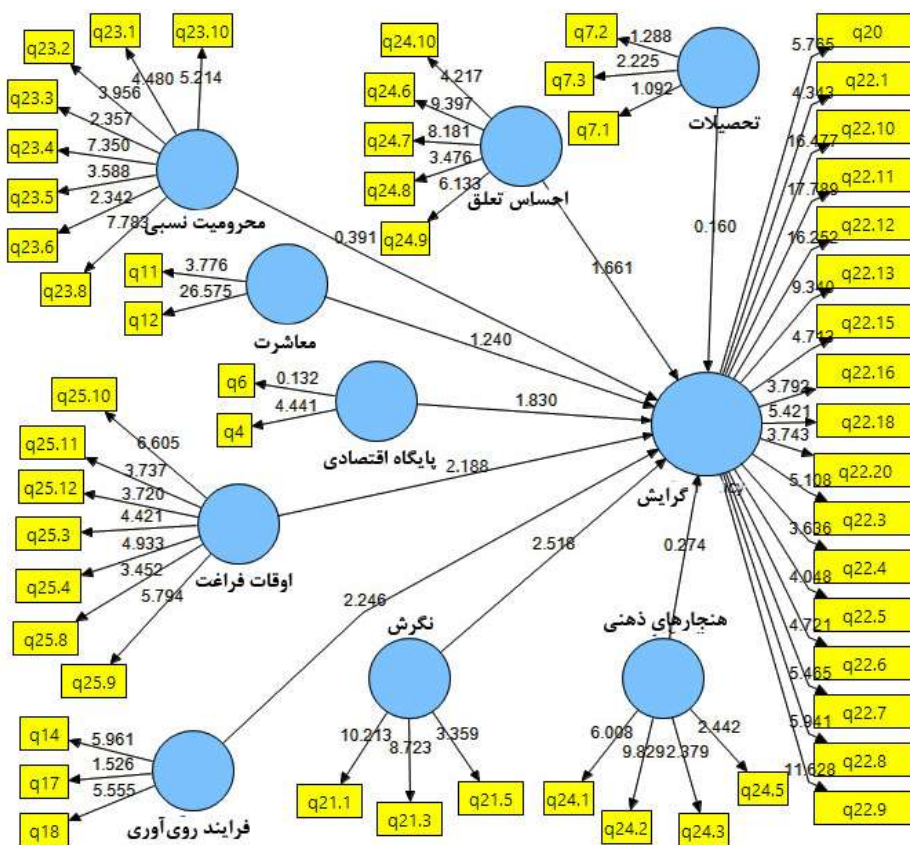
(۰/۵۲) و مقایسه آن با مقادیر ملاک، برآزش مدل ساختاری متوسط ارزیابی می‌گردد. این بدین معناست که مدل نظری ۵۲ درصد تغییرات متغیر گرایش را تبیین و پیش‌بینی می‌کند.

**معیار  $Q^2$ :** این معیار که توسط استون و گیزر<sup>۱</sup> (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. هنسلر<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۹) مقادیر  $Q^2$  بالای صفر نشان می‌دهد که مقادیر مشاهده شده، خوب بازسازی شده‌اند و مدل توانایی پیش‌بینی دارد. (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۱۵۳) در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، ۰/۳۵ را تعیین نموده‌اند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). هدف این شاخص بررسی توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی، به روش چشم‌پوشی<sup>۳</sup> می‌باشد. با توجه به مقدار ارائه شده در جدول ۶ برای این معیار (۰/۱۱) و مقایسه آن با مقادیر ملاک، شدت قدرت پیش‌بینی مدل متوسط ارزیابی می‌گردد.

**اعداد معناداری (T-values):** ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری Z است. در صورتی که مقدار این آماره بیشتر مقادیر خاصی باشد می‌توان صحت روابط را در سطوح اطمینان خاصی گزارش کرد.

---

1. Stone & Geisser  
2. Henseler  
3. Blindfolding



نمودار ۴. ضرایب معناداری T مدل اندازه‌گیری

در جدول ۸ مقادیر مربوط به آماره تی برای هر مسیر آمده است. نظر به دیدگاه رایج در تحلیل مقدار آماره تی در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب باید حداقل ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ باشد. (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۱۵۱) در نتیجه همان‌گونه که در جدول ۸ مشخص شده، دو متغیر مستقل «احساس تعلق به جامعه» و «ارزیابی شخص از پایگاه اقتصادی-اجتماعی خود» در سطح ۹۰ درصد، تأثیر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته «گرایش به قلیان» دارند. به‌علاوه سه متغیر مستقل «نحوه گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی»، «فرایند روی آوری به مصرف قلیان» و «نگرش‌ها نسبت به قلیان» در سطح ۹۵ درصد، تأثیر مثبت و معناداری بر متغیر وابسته «گرایش به قلیان» دارند. در نتیجه می‌توان ادعا نمود که این روابط در جامعه آماری زنان قلیانی نیز مشاهده می‌شود و این متغیرها بر گرایش آنها به قلیان اثر مثبتی دارند.

جدول ۸. ضرایب آماره T برای مسیرهای مدل ساختاری

معناداری در سطح ۹۵٪ ( $T > 1.96$ )	معناداری در سطح ۹۰٪ ( $T > 1.64$ )	آماره T	به متغیر درون‌زا (Y)	از متغیرهای برون‌زا (X)
*		۱,۸۳۰	گرایش به مصرف قلیان	ارزیابی شخص از پایگاه اقتصادی-اجتماعی خود
		۰,۱۶۰		وضعیت تحصیلات
		۰,۳۹۱		احساس محرومیت نسبی
		۱,۲۴۰		معاشرت با دوستان قلیانی
*		۲,۱۸۸		اوقات فراغت و مصرف فرهنگی
*		۲,۲۴۶		فرایند روی آوری به مصرف قلیان
*		۲,۵۱۸		نگرش‌ها نسبت به قلیان
		۰,۲۷۴		هنجارهای ذهنی در مورد قلیان
	*	۱,۶۶۱		احساس تعلق به جامعه

### بحث و نتیجه‌گیری

دخانیات امری است که جهان ما بخصوص کشورهای در حال توسعه با آن مواجه است و سلامت انسان‌ها را به شدت تهدید می‌کند. یکی از وسایل استعمال تنباکو قلیان است که تدخین آن از طریق قلیان به یک پدیده جهانی بدل شده است و به دلیل پذیرش اجتماعی، ابتکار در طراحی، در دسترس بودن رایحه‌های خوشایند و متنوع و هزینه پایینی که دارد بین جوانان و نوجوانان محبوب شده است. متأسفانه در ایران نیز استفاده از آن در سطح وسیعی عمومیت یافته است. علی‌رغم تصور عامه مبنی بر اینکه چون دود تنباکو با استفاده از قلیان و عبور از آب کم‌خطرتر از سیگار است اما خطر آن به مراتب بیشتر می‌باشد. گرایش به مصرف قلیان در بین جوانان بیشتر به دلیل خوش‌گذرانی و سپری کردن زمان است در صورتی که با هر بار مصرف تنباکو عمر خود را کاهش می‌دهند. قلیان کشیدن از آن جهت ناپسند محسوب نمی‌شود که همگان آن را بی‌ضرر یا کم‌ضرر و غیرقابل اعتیاد می‌دانند.

امیرمحمدی (۱۳۹۵) بر این اعتقاد است که مصرف قلیان بیشتر از سیگار شده و افزایش این ماده دخانی در میان جوانان و نوجوانان نگران‌کننده گردیده چراکه پیش از این قلیان فقط در قهوه‌خانه‌های سنتی عرضه می‌شد و فقط قشر خاصی از آن استفاده می‌کردند؛ اما در حال حاضر در بیشتر اماکن تفریحی، قلیان به راحتی یافت می‌شود و بسیاری از جوانان به بهانه تفریح و سرگرمی مشتری ثابت آن هستند و متأسفانه این مصرف در میان جوانان در حال افزایش است. پژوهش حاضر نیز به مصرف قلیان توسط زنان در قهوه‌خانه‌های واقع در تفرجگاه‌های شمال تهران پرداخته و مشخص گردید که



مدل ارائه شده ۵۲ درصد از تغییرات مربوط به متغیر گرایش به مصرف قلیان را در بین زنان تبیین می‌کند که بنابر روش معادلات ساختاری از قدرت تبیین بالایی برخوردار است. از این رو بایستی سیاست‌گذاران مربوطه با توجه به نتایج حاصله گام‌هایی را در راستای کاهش این معضل خصوصاً در بین زنان همت گمارند چراکه نقش مهمی در تربیت نسل‌های آینده کشور دارند.

نتایج نشان داد که «ارزیابی شخص از پایگاه اقتصادی-اجتماعی خود» و گرایش به مصرف قلیان با ضریب همبستگی ۰،۱۹۴- (کمترین اثر) در سطح معناداری ۹۰ درصد در رابطه‌اند. برای سنجش متغیر مستقل سنجه طبقه اقتصادی و میزان درآمد در نظر گرفته شد که مقدار منفی ضریب همبستگی نشان از رابطه معکوس پایگاه اقتصادی با گرایش به قلیان دارد؛ به عبارتی هرچه پایگاه اقتصادی پایین‌تر باشد گرایش به قلیان بیشتر است. این یافته با مطالعه علی‌محمدی (۱۳۹۲)، امیرمحمدی (۱۳۹۵) و اروتیا پیرا و همکاران (۲۰۱۹) مطابقت دارد و با عسکری گلوپیک (۱۳۹۷) همخوانی ندارد. در نهایت شاخص‌های آن، یعنی درآمد و طبقه اقتصادی فرد تأثیر اندکی دارند؛ هرچند این اثر قابل چشم‌پوشی نیست ولی نشان از آن دارد که این امر در افراد طبقه پایین اقتصادی رایج‌تر است و با تحرک اقتصادی فرد، احتمال پابندی وی به قلیان کاهش می‌یابد. در نتیجه افزایش درآمد و کاهش فقر می‌تواند در کاهش رفتار انحرافی اثرگذار باشد.

متغیر «احساس تعلق به جامعه» که با احساس تعلق به کشور، احساس خوشحالی از زندگی در ایران و تهران، مسئولیت‌پذیری در برابر همشهریان و پابندی به وطن سنجیده شد. این متغیر با گرایش به مصرف قلیان با ضریب همبستگی ۰،۴۱، در سطح معناداری ۹۰ درصد رابطه مستقیم دارد، به عبارتی هرچه فرد احساس تعلق و وطن‌دوستی بیشتری داشته باشد به مصرف قلیان بیشتر گرایش دارد. این فرضیه با فرض محوری تئوری کنترل اجتماعی همخوانی دارد که ادعان می‌دارد پابندی به ارزش‌های و هنجارهای یک جامعه موجب هم‌نوایی فرد با اجتماع خواهد شد و در صورت ارزش‌شدن یک ضد‌هنجار مانند مصرف قلیان، با آن اجتماع هم‌نوایی می‌کند. این نتیجه با مطالعات ترقی‌جاء و همکاران (۱۳۸۹)، علی‌محمدی (۱۳۹۲) و امیرمحمدی (۱۳۹۵) همخوانی دارد. از این رابطه می‌توان دریافت که در تفرجگاه‌های شمال تهران، مصرف قلیان توسط زنان به یک هنجار اجتماعی بدل شده و افراد جهت هم‌نوایی با آن، به مصرف روی می‌آورند. در نتیجه پیشنهاد می‌شود با اتخاذ رویکردهای فرهنگی-تبلیغی و آگاهی‌بخشی در میان زنان مراجعه‌کننده به منطقه مذکور، بستری فراهم گردد تا همچون هر امر منافی هنجار عمومی، زنان مصرف‌کننده قلیان، با عمل خود احساس کنند که یکی از هنجارهای عمومی را نقض کرده و درصدد اصلاح رفتار خود برآیند.

متغیر «نحوه گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی»، منظور شرکت در کلاس‌ها و فعالیت‌های آموزشی، مطالعه کتب غیردرسی مجلات و روزنامه، گوش‌دادن به رادیو، نماز خواندن، خواندن قرآن، شرکت در مراسم دعا، رفتن به اماکن مذهبی و زیارتی؛ با ضریب همبستگی ۰،۳۹- با گرایش به مصرف قلیان در سطح معناداری ۹۵ درصد رابطه دارد. این رابطه متوسط، نشان از آن دارد که در صورت

مبادرت به انجام فعالیت‌های فرهنگی و مذهبی، گرایش فرد به مصرف قلیان کاهش می‌یابد؛ این یافته با نظریات اوقات فراغت و مطالعات دهداری و همکاران (۱۳۹۰)، ترقی‌جاه و همکاران (۱۳۸۹) و گالیموف و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد که بر نقش شیوه گذاران اوقات فراغت و امکانات تفریحی تأکید دارند از طرفی با مطالعه ترقی‌جاه و همکاران (۱۳۸۹) نیز همخوانی دارد که بر نقش مؤثر پایبندی به فعالیت‌های مذهبی در کاهش پایبندی به قلیان اشاره دارد. در نتیجه هرچه فرد اوقات فراغت غنی‌تری داشته باشد و گرایش وی به مصرف فرهنگی بیشتر باشد، به دلیل دغدغه‌مندی و آگاهی متعاقباً کسب‌شده در این فعالیت‌ها، گرایش و التزام وی به رفتارهای انحرافی را کاهش می‌دهد. در این راستا پیشنهاد می‌شود تا ضمن برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در گسترش فعالیت‌های تفریحی و فرهنگی، در زمینه شیوه گذران اوقات فراغت نیز فرهنگ‌سازی‌های لازم صورت گیرد تا زنان بتوانند در فعالیت‌های رایج در جامعه حضور فعال‌تری در مقایسه با مردان داشته باشند. از سویی جامعه نیز باید توان پذیرش حضور زنان را داشته باشد تا اوقات فراغت آنان با فعالیت‌های مفید پویا شود این امر می‌تواند با اصلاح قانون‌ها و ایجاد مقررات جدید میسر گردد.

«فرایند روی‌آوری به مصرف قلیان» که با سنجه‌های تعداد اعضای قلیانی خانواده و میزان همراهی و موافقت اعضای خانواده در مصرف قلیان سنجیده شده، با ضریب همبستگی ۰,۳۹ در سطح معناداری ۹۵ درصد، با گرایش به مصرف قلیان رابطه دارد. به عبارتی اثر متوسط خانواده در کنترل و گرایش فرد به مصرف قلیان به خوبی مورد تأیید قرار گرفته که در مطالعاتی مانند آزاگبا و همکاران (۲۰۱۹)، اروتیا پیرا و همکاران (۲۰۱۹)، استرلینگ و مرمل استاین (۲۰۱۱)، ابراهیمی (۱۳۹۴) و عسکری گلوپیک (۱۳۹۷) همخوانی دارد. از این‌رو که تعداد اعضای قلیانی خانواده و میزان همراهی و موافقت اعضای خانواده در مصرف قلیان نقش مؤثری بر گرایش فرد به قلیان را داشته و زمینه‌ساز این امر شده، چراکه رفتار انحرافی در گروه‌های اولیه‌ای مانند خانواده نهادینه شده و آموخته شده است. از این‌رو بایستی با تمرکز بر خانواده و والدین، از آن‌ها خواسته شود تا فرزندان خود را از انحراف، خصوصاً قلیان مصون نگه‌داشته و سعی کنند خود نیز از آن دوری کنند چراکه طبق نظریه یادگیری، فرزندان این رفتار انحرافی را در خانواده آموزش می‌بینند و احتمال گرایش آن‌ها به قلیان بیشتر می‌شود.

منظور از متغیر «نگرش‌ها نسبت به قلیان» در اینجا اعتقاد به مجاز بودن مصرف تفریحی در جمع دوستانه، ادامه مصرف در صورت افزایش قیمت و قلیان به عنوان وسیله بوده که با ضریب همبستگی ۰,۵۶ در سطح معناداری ۹۵ درصد، بیشترین همبستگی را با گرایش به مصرف قلیان دارد. این رابطه در راستای مطالعاتی همچون ترقی‌جاه و همکاران (۱۳۸۹)، آقاملایی و زارع (۱۳۸۶)، استرانگ و همکاران (۲۰۱۹)، دهداری و همکاران (۱۳۹۰)، سیدنی و همکاران (۲۰۱۲)، ابراهیمی (۱۳۹۴) و عسکری گلوپیک (۱۳۹۷) می‌باشد و به این معناست که نگرش‌های مذکور هرچه قوی‌تر باشند موجب افزایش گرایش فرد به مصرف قلیان شده و اعتیاد وی را فزونی می‌بخشد؛ این رابطه نشان از آن دارد که فعالیت‌های آموزشی و فرهنگ‌سازی در مورد مضرات قلیان، در کاهش گرایش به مصرف قلیان

تأثیر به‌سزایی دارد. به‌عبارتی هرچه نگرش فرد نسبت به قلیان مثبت‌تر باشد وی به‌طور ذهنی فرایند گرایش به آن را برای خود تسهیل کرده و احتمال وابستگی به آن بیشتر خواهد بود. از این‌رو می‌توان با تغییر نگرش‌ها نسبت به قلیان، گرایش را به آن کاهش داد.

### منابع

- ابراهیمی، فاطمه. (۱۳۹۴). "بررسی عوامل مؤثر بر میزان مصرف تنباکو و کشیدن قلیان در میان نوجوانان و جوانان (مقایسه دختران و پسران شهر زرنند)". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه شهید باهنر کرمان. ابهری، مجید. (۱۳۹۱). «۸۰ درصد از جوانان برای تفریح و سرگرمی قلیان می‌کشند»، خبرگزاری مهر، منتشره در ۱۳۹۱/۲/۱۹، کد خبر: ۱۵۹۴۸۶۳، لینک دسترسی: [mehrnews.com/news/1594863](http://mehrnews.com/news/1594863)
- استونز، راب. (۱۳۹۰). *متفکران بزرگ جامعه‌شناسی*. ترجمه‌ی مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.
- امیرمحمدی بحرآسمان، ضیاءالله. (۱۳۹۵). "علل و زمینه‌های اجتماعی مصرف قلیان در بین جوانان شهر جیرفت". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه یزد
- آرونسون، الیوت؛ ویلسون، تیموتی دی و آکرت، روبین ام. (۱۳۸۴). *روانشناسی اجتماعی*. ترجمه‌ی افسانه شیخ‌الاسلامزاده، تهران: انتشارات ماوشما.
- آفیلیپ، دانیل؛ کامی‌یری، کارمل؛ دومایی، اندره؛ دروزدا، اوا؛ فسکا، سانکو؛ فونتن، رژه و کارناس، گی. (۱۳۸۲). *درآمدی بر روانشناسی اجتماعی*. ترجمه‌ی مرتضی کتبی، چاپ دوم، تهران: نشر نی.
- آپورت، گوردن دلبیو و جونز، ادوارد ای. (۱۳۷۱). *روانشناسی اجتماعی از آغاز تاکنون*. ترجمه‌ی محمدتقی منشی طوسی، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- براتی، مجید؛ نیک‌نامی، شمس‌الدین؛ حیدرنیا، علی‌رضا و الهوردی‌پور، حمید. (۱۳۹۳). *پیشگویی‌کننده‌های مصرف سیگار در نوجوانان پسر شهر همدان براساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده*. فصلنامه‌ی آموزش و سلامت جامعه. ۳، ۲۸-۳۷.
- برکوویتز، لئونارد. (۱۳۷۲). *روانشناسی اجتماعی*. ترجمه‌ی محمدحسین فرجاد و عباس محمدی اصل، تهران: انتشارات اساطیر.
- بورديو، پیر. (۱۳۹۱). *تمايز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*. ترجمه‌ی حسین چاوشیان، تهران: نشر ثالث.
- ترقی‌جاه، صدیقه؛ حمدیه، مصطفی و یعقوبی، نرگس. (۱۳۸۹). عوامل پیش‌بینی‌کننده‌ی مصرف سیگار و قلیان در دانشجویان دانشگاه‌های دولتی. *مجله‌ی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی شهید بهشتی*. ۳۴ (۴).
- جمشیدی‌ها، غلامرضا و پرستش، شهرام. (۱۳۸۶). دیالکتیک منش و میدان در نظریه‌ی عمل پی‌یر بورديو. *مسائل اجتماعی ایران*، ۳۰، ۱-۳۲.

داوری، علی و رضازاده، آرش. (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار *pLS*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

دبیرخانه ستاد کشوری کنترل دخانیات. (۱۳۹۷). پایگاه خبری-اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی. منتشره در تاریخ ۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۷، لینک کوتاه دسترسی: [air.ir/ZwqjmjM](http://air.ir/ZwqjmjM)

دهداری، طاهره؛ جعفری، علیرضا و جوینی، حمید. (۱۳۹۰). بررسی دیدگاه‌های دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی تهران در مورد عوامل مؤثر بر مصرف قلیان. *مجله‌ی علوم پزشکی رازی*. ۱۹ (۹۵)، ۱۷-۲۴. رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۲). *سنجش گرایش روستائیان نسبت به جهاد سازندگی*. تهران: مرکز نشر و تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.

ساروخانی، باقر. (۱۳۷۰). *دائرة/المعارف علوم اجتماعی*. تهران: انتشارات کیهان.

ساروخانی، باقر. (۱۳۸۶). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*. جلد دوم، تهران: نشر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

ستوده، هدایت‌الله. (۱۳۸۹). *آسیب‌شناسی اجتماعی*. آوای نور، تهران: چاپ چهارم.

شریفی، هومن؛ سیگاری، سپیده؛ صدر، ماکان؛ عبدالهی‌نیا، علی و مسجدی، محمدرضا. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط میان مصرف دخانیات و مصرف مواد مخدر: آیا مصرف دخانیات دروازه ورود به مصرف مواد مخدر است؟. *مجله‌ی نفس*، ۲، ۱۹-۲۴.

عسکری گلویک، مجید. (۱۳۹۷). "عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به مصرف قلیان در بین جوانان شهر یزد". پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد.

عضدانلو، حمید. (۱۳۸۴). *آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی*. تهران: نشر نی.

علی‌محمدی، امیر. (۱۳۹۲). "بررسی علل گرایش جوانان به قهوه‌خانه و کشیدن قلیان در آنجا". پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار.

عنایت، حلیمه و نزه‌ای، نرجس. (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مرتبط با میزان و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت زنان (مطالعه موردی: زنان متأهل شاغل شهر نورآباد ممسنی). *فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۱ (۴)، ۳۳-۵۵.

کالات، جیمز. (۱۳۸۶). *روان‌شناسی عمومی*. ترجمه‌ی یحیی سید محمدی، تهران: نشر روان.

کریمی، یوسف. (۱۳۸۷). *روان‌شناسی اجتماعی*. تهران: نشر ارسباران.

کوئن، بروس. (۱۳۷۰). *درآمدی بر جامعه‌شناسی*. ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

گروه اجتماعی فرهنگی. (۱۳۸۴). *اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان*. تهران: انتشارات سازمان ملی نوجوانان.

مجدالدین، اکبر. (۱۳۸۳). نوربرت الیاس بنیان‌گذار جامعه‌شناسی فرایندی. *پژوهشنامه‌ی علوم انسانی*، ۴۱ و ۴۲، ۱۳۱-۱۴۸.

مجدزاده، رضا، زمانی، قاسم و کاظمی، حسن. (۱۳۸۱). بررسی کیفی عوامل گرایش مردم هرمزگان به استعمال قلیان و راه‌های مناسب مبارزه با آن. *مجله‌ی پژوهشی حکیم*، ۵ (۳)، ۱۸۳-۱۸۷.

محسنی‌تبریزی، علیرضا. (۱۳۷۳). بررسی مجامع مشورتی ائمه جماعات و معتمدین محل در مناطق شهر تهران. *موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران*.

محسنی‌تبریزی، علیرضا و درویش‌ملا، محمدحسین. (۱۳۸۷). سنجش میزان احساس محرومیت نسبی و محرومیت نسبی ادراکی جوانان (مطالعه شهر تهران). *فصلنامه‌ی مطالعات جامعه‌شناختی*، ۳۴، ۷۳-۹۸.

محسنین، شهریار و اسفیدانی، محمدرحیم. (۱۳۹۳). معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم‌افزار *Smart PLS*. تهران: نشر مهربان.

مشرق‌نیوز. (۱۳۹۵). آمارهای تکان‌دهنده از مصرف دخانیات در کشور. کد خبر: ۵۸۱۴۳۴، منتشره در ۱۰ خرداد ۱۳۹۵. لینک دسترسی: [mshrgh.ir/581434](http://mshrgh.ir/581434)

ناصری پلنگرد، سهیلا؛ محمدی، فریبا؛ دوله، معصومه و ناصری، محبوبه. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر اعتیاد زنان. *فصلنامه‌ی زن و فرهنگ*، ۴ (۱۶)، ۸۳-۹۴.

نوری‌زاده، مریم. (۱۳۹۰). آشنایی با عوارض مصرف سیگار و دخانیات. *نشریه‌ی مرکز مشاوره دانشگاه تهران*، ۴.

Azagba, S., Latham, K. & Shan, L. (2019). Waterpipe tobacco smoking trends among middle and high school students in the United States from 2011 to 2017. *Drug and Alcohol Dependence*, 200, 19-25.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.

Galimov, A., El Shahawy, O., Unger, J. B., Masagutov, R., & Sussman, S. (2019). Hookah Use among Russian adolescents: Prevalence and correlates. *Addictive behaviors*, 90, 258-264.

Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic management journal*, 20(2), 195-204.

Sidani, J. E., Shensa, A., & Primack, B. A. (2013). Substance and hookah use and living arrangement among fraternity and sorority members at US colleges and universities. *Journal of community health*, 38(2), 238-245.

Sterling, K. L., & Mermelstein, R. (2011). Examining hookah smoking among a cohort of adolescent ever smokers. *Nicotine & tobacco research*, 13(12), 1202-1209.

Strong, D. R., Messer, K., White, M., Shi, Y., Noble, M., Portnoy, D. B. ... & Bansal-Travers, M. (2019). Youth perception of harm and addictiveness of tobacco products: findings from the population assessment of tobacco and health study (wave 1). *Addictive Behaviors*, 92, 128-135.

Urrutia-Pereira, M., Solé, D., Neto, H. C., Badellino, H., Acosta, V., Castro-Almarales, R. L. ... & Oliano, V. J. (2019). Youth tobacco use in Latin America: What is the real extent of the problem? *Allergologia ET immunopathologia*, 47(4), 328-335.

## **The Impact of Cultural Factors on Women's Tendency to Hookah Consumption in Resorts of Tehran's North**

**Mohammad Eskandari Nasab<sup>1\*</sup>, Zahra Sadr<sup>2</sup> & Mohammad Reza Masjedi<sup>3</sup>**

### **Abstract**

One of the anomalies of the women's society is the prevalence of smoking culture, especially in public settings. In recent years, the increase of the Hookah consumption, from European and American countries to other parts of the world, indicates that the problem has already become a global phenomenon. In Iran, too, statistics indicate that in the last twenty years The Hookah consumption has a dramatic increase, especially in age between adolescence and adolescence and Sexually between women and girls (compared with men), So that their hookah consumption has become a social phenomenon or behavior. youth's about thirty million population and the political, social and cultural role of young girls and women In the process of public developments, especially Upbringing future generation and the growing consumption of hookah in the family and in the community and lack of the research on the problem. The present study aims to sociologically investigate "Cultural Factors Affecting Hooka consumption among girls and young women referring to the North Tehran resorts". The study applies survey method. In this study, by using structural equation modeling, the theoretical model of factors affecting the tendency of girls and young women to hookah smoking, was tested among 120 samples referred to North Tehran resorts. The results show that the relationship between the two variables of "relative deprivation feeling" and "the process of Turning to hookah smoking" with the dependent variable of "a tendency to hookah smoking" is significant at% 90 level. In addition, the relationship between two variables of Two variables of "how to spend leisure time and Cultural consumption" and "attitudes towards hookah smoking" with the dependent variable, Tendency to hookah smoking, is significant at %95 level.

**Key words: Hookah smoking, North Tehran resorts, Structural Equation Modeling, Tobacco, Women.**

---

1. Master of Social Sciences, Sociology Department, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. (Eskandari.m1991@gmail.com)

2. Bachelor of Nursing, Director of Wemen's Unit of Iranian Anti-Tobacco Association, Tehran, Iran.

3. Professor at Shahid Beheshti University of Medical Sciences, Director of Tobacco Control Research Center, Tehran, Iran.