



بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی
بر فرهنگ کتابخوانی
(بر اساس تحلیل ثانویه پیمایش‌های ملی)

[پژوهشگر: نسرین ظریف مرادیان]





وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
معاونت امور فرهنگی
دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی

بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی بر فرهنگ کتاب‌خوانی (براساس تحلیل ثانویه پیمایش‌های ملی)

نویسنده:

نسرتین ظریف مرادیان

زیر نظر:

ابراهیم حیدری

مرداد ۱۳۹۸

سرشناسه: ظریف مرادیان، نسرین، ۱۳۶۳-

عنوان و نام پدیدآور: بررسی تاثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر فرهنگ کتابخوانی (بر اساس مدل تحلیل ثانویه پیمایش های ملی) / نویسنده نسرین ظریف مرادیان؛ زیرنظر ابراهیم حیدری؛ ویراستار مهدی حشمتی؛ به سفارش دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی و کتابخوانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

مشخصات نشر: تهران: نشر مورخان، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۲۹ ص: ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.

شابک: 978-622-6716-09-3

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه

موضوع: کتاب و مواد خواندنی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Case studies -- Iran -- Books and reading

موضوع: کتاب و مواد خواندنی -- ایران -- جنبه های اجتماعی -- نمونه پژوهی

موضوع: Case studies -- Iran -- Social aspects -- Books and reading

موضوع: کتاب و مواد خواندنی -- ایران -- جنبه های اقتصادی -- نمونه پژوهی

موضوع: Case studies -- Iran -- Economic aspects -- Books and reading

موضوع: خواندن -- ایران -- ترویج -- نمونه پژوهی

موضوع: Case studies -- Iran -- Reading promotion

شناسه افزوده: حیدری، ابراهیم، ۱۳۵۷ -

شناسه افزوده: ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی و کتابخوانی



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
معاونت امور فرهنگی
دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی



عنوان کتاب:	بررسی تاثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر فرهنگ کتابخوانی (بر اساس مدل تحلیل ثانویه پیمایش های ملی)
نویسنده:	نسرین ظریف مرادیان
زیرنظر:	ابراهیم حیدری
ویراستار:	مهدی حشمتی
ناشر:	مورخان
امور فنی و هنری:	امیر نیکبخت - حمیدجوکار
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۸
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۶۷۱۶-۰۹-۳
به سفارش:	دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی و کتابخوانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
نشانی:	خیابان قائم مقام فراهانی، خیابان فجر، نبش کیهان، ساختمان فجر، طبقه سوم، دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی و کتابخوانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
تلفن:	۸۸۳۴۲۹۸۰

فهرست مطالب

سخن آغازین	۹
فصل اول: کلیات پژوهش	۱۱
مقدمه	۱۳
طرح مسئله	۱۴
اهمیت و ضرورت پژوهش	۱۶
اهداف پژوهش	۱۸
هدف اصلی	۱۸
اهداف فرعی	۱۸
فصل دوم: پیشینه تجربی و مبانی نظری پژوهش	۱۹
مقدمه	۲۱
پیشینه تجربی پژوهش	۲۱
پژوهش‌های داخلی	۲۱
پژوهش‌های خارجی	۳۳
جمع‌بندی پیشینه تجربی	۳۸
مبانی نظری پژوهش	۴۰
بایگه اجتماعی-اقتصادی	۴۰

۴۱	کارل مارکس
۴۳	امیل دورکیم
۴۴	ماکس وبر
۴۷	پیر بوردیو
۵۷	نظریه ریچارد پترسون
۵۸	نظریه باکاک
۵۹	جمع‌بندی مبانی نظری
۶۳	مدل نظری
۶۴	فرضیات پژوهش
۶۴	مفاهیم اصلی
۶۴	سرمایه
۶۵	سرمایه فرهنگی
۶۶	شاخص‌های سرمایه فرهنگی
۶۷	مصرف فرهنگی
۶۷	پایگاه اجتماعی_اقتصادی
۷۰	سرمایه اقتصادی
۷۰	سیک زندگی
۷۱	مطالعه
۷۲	نگرش به کتاب‌خوانی

فصل سوم: روش‌شناسی ۷۷

۷۹	مقدمه
۷۹	روش انجام پژوهش
۷۹	روش پژوهش: تحلیل ثانویه
۸۰	جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
۸۰	جامعه آماری
۸۱	نمونه‌گیری
۸۱	واحد مشاهده، زمان و مکان پژوهش
۸۱	نحوه گردآوری و تحلیل داده‌ها

فصل چهارم: یافته‌های پژوهش ۸۳

مقدمه.....	۸۵
یافته‌های توصیفی.....	۸۵
پایگاه اجتماعی-اقتصادی.....	۸۵
شاخص ثروت.....	۸۶
شاخص قدرت.....	۸۹
شاخص منزلت.....	۹۰
فرهنگ کتابخوانی.....	۹۱
شاخص مطالعه کتاب غیردرسی.....	۹۱
شاخص تعداد کتاب مطالعه شده.....	۹۶
شاخص زمان صرف شده برای مطالعه.....	۹۷
یافته‌های استنباطی.....	۹۹
فرضیه اول: بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.....	۹۹
فرضیه دوم: بین قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.....	۱۰۱
فرضیه سوم: بین منزلت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.....	۱۰۲
فرضیه چهارم: بین قدرت اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.....	۱۰۳
فرضیه پنجم: بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و ساعت‌های مطالعه رابطه معنادار وجود دارد.....	۱۰۴

فصل پنجم: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری ۱۰۷

مقدمه.....	۱۰۹
جمع‌بندی.....	۱۰۹
نتیجه‌گیری.....	۱۱۶
راهکارهای پیشنهادی.....	۱۱۸

پیوست ۱۲۱

فهرست منابع.....	۱۲۳
------------------	-----

سخن آغازین

پژوهش‌های کاربردی در دستگاہ‌های دولتی ابزاری برای بهبود وضع موجود هستند. این پژوهش‌ها ضمن ارائه تصویری از گذشته، با بررسی ضعف‌ها و کاستی‌ها افق‌های جدیدی را پیش رویمان می‌گشایند.

با این حال، روند طولانی انجام یک پژوهش از یک سو و هزینه بالا، پیچیدگی و فاصله‌ای که میان پژوهش‌های علمی و آکادمیک با مسائل و مشکلات اجرایی وجود دارد، معمولاً مانع تبدیل پژوهش‌ها به متن‌های سیاستی یا برنامه‌های تأثیرگذار در سازمان‌ها و دستگاہ‌های اجرایی می‌شود. تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی، راه میانه‌ای است که هم‌زمان را کوتاه‌تر می‌کند و هم به آسانی به متن‌های سیاستی و برنامه‌های تبدیل می‌شود. گزارش کارشناسی و راهبردی اگرچه ادبیاتی نسبتاً غنی در کشورهای توسعه‌یافته دارد، اما در کشور ما سازمان‌ها آشنایی چندانی با آن ندارند و اقبال چندانی به این شکل از گزارش نشان نمی‌دهند.

با توجه به این کاستی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی در سه سال گذشته با استفاده از تجربه‌های ملی و جهانی، تدوین گزارش‌های کارشناسی و راهبردی در خصوص مسائل فرهنگی حوزه معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در دستور کار خود قرار داد.

این گزارش‌ها که توسط کارشناسان و متخصصان حوزه‌های مطالعاتی تهیه

می‌شود به بیانی ساده و روشن مسائل مورد مطالعه را توضیح می‌دهند و رویکردهای سازمان در حل مشکل و راهکارهای پیشنهادی برای حل یا برون رفت از مشکل را مورد موشکافی قرار می‌دهند یا راه حل‌های جدیدی پیشنهاد می‌دهند و نتایج حاصله در اختیار ذی‌نفعان، تصمیم‌گیران و مدیران ذی‌ربط قرار می‌گیرد تا نقش مؤثری در انتخاب بهترین و مؤثرترین راه‌ها باز کند.

آنچه ارائه می‌شود، یکی از گزارش‌هایی است که به عنوان پایه‌ای برای بحث و ارزیابی بیشتر تهیه شده است. این گزارش در کنار بررسی وضع فعلی به ارائه راهکارهایی برای حل مسائل می‌پردازد. بدیهی است با بحث و بررسی این متن و نقد پیشنهادهای ارائه شده، می‌توان به توافق درباره راهکارهای درست دست یافت و آن را به متن‌های سیاستی و برنامه‌های تأثیرگذار در ساختارها تبدیل کرد. با این هدف، نسخه‌هایی از این گزارش در دسترس مدیران، دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان قرار می‌گیرد تا شروعی برای گفت‌وگویی سازنده در این حوزه باشد.

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی

فصل اول:
کلیات پژوهش

مقدمه

امروزه کتابخوانی به‌عنوان یکی از شاخص توسعه در جوامع مختلف تلقی می‌شود. در واقع میزان توجه به مطالعه و کتابخوانی نشانگر رشد فرهنگی و توسعه اجتماعی یک کشور تلقی می‌گردد. نگرش افراد نسبت به مطالعه و مزایای کتابخوانی، آگاهی آن‌ها از نحوه دستیابی به کتاب و نحوه استفاده از آن و میزان (ساعات) مطالعه در طول شبانه‌روز از جمله شاخص‌هایی است که برای بررسی فرهنگ مطالعه و کتابخوانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در رابطه با کتابخوانی و فرهنگ مطالعه، برخی از پژوهش‌ها بر نقش خانواده و نهاد آموزش تأکید داشته‌اند. اینکه تا چه اندازه اعضای خانواده برای کتابخوانی ارزش قائل باشند و اینکه تا چه اندازه مدرسه و کنشگران نهاد آموزش مشوق مطالعه باشند می‌تواند نقش بسزایی در کتابخوانی نسل جوان داشته باشد. برخی از پژوهش‌ها نیز بر اهمیت وجود زیرساخت‌ها و دسترسی به کتابخانه و امکانات کتابخوانی تأکید کرده‌اند (اکبری و نصراللهی، ۱۳۹۵: ۵۰-۵۳). اما بسیاری از پژوهش‌هایی که با رویکرد جامعه‌شناختی انجام شده‌اند بر این موضوع تأکید دارند که فرهنگ مطالعه و کتابخوانی و به‌طورکلی مطالعه کردن به‌عنوان یک رفتار انسانی تابعی است از پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد جامعه. بدین معنا که اقشار مختلف نسبت به کتابخوانی به‌عنوان یک فرهنگ رویکردهای مختلفی دارند و ارزش‌های

متفاوتی برای آن قائل هستند (بورديو، ۱۳۹۱). از این رو، این نظام معنایی که تابعی از پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد است تعیین کننده کتابخوانی به عنوان یک کنش فردی خواهد بود.

یکی از خصیصه‌های بنیادین انسان، نیازمند بودن و بر همین اساس، مصرف کننده بودن اوست. انسان، برای تداوم حیات خویش نیازمند مصرف کالاها و خدماتی است که نیازهای اولیه‌ی او را برآورده کند؛ بنابراین، نیاز و مصرف همراهان همیشگی انسان در طول تاریخ بشر بوده‌اند. مصرف کالاها و فرهنگی بر استفاده افراد از رسانه‌ها، وسایل و امکانات فرهنگی و وسایلی که با آنها فعالیت فرهنگی انجام می‌شود نظیر کتابخانه، روزنامه‌فروشی، سینما، مکان‌های ورزشی تفریحی و غیره اطلاق می‌شود (سیف‌اللهی و ارشدی، ۱۳۹۴).

رفتار مصرفی افراد از بعد تقاضا (فردی و جمعی) متأثر از رجحان‌ها، سلايق و شرایط اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی آنها هست و هر فرد یا خانوار با توجه به محدودیت‌های درآمدی و قیمت‌های نسبی، شرایط اقتصادی، ارزش‌های فرهنگی و شرایط اجتماعی، سبد مصرفی خود را انتخاب می‌کند (زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴). عوامل اقتصادی، مصرف را تحت تأثیر قرار می‌دهند. رابطه بین مصرف و عوامل مختلف (متغیرها)، تابع مصرف نامیده می‌شود و درآمد، مهم‌ترین متغیر تابع مصرف است (گرچی، ۱۳۷۹: ۱۹).

طرح مسئله

دستیابی به منابع ارزشمند و کمیاب مانند ثروت، قدرت و منزلت، افراد را در لایه‌های مختلف سلسله‌مراتب اجتماعی جای می‌دهد و به این ترتیب جایگاه آنها در جامعه یا به عبارت دیگر پایگاه اجتماعی-اقتصادی آنان تعیین می‌شود. پایگاه اجتماعی-اقتصادی همانند یک ظرف است که در چارچوب آن شیوه مواجهه افراد با محیط اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود. جامعه‌شناسان در پژوهش‌های مختلف دریافته‌اند که جنبه‌های مختلف زندگی انسان‌ها از جمله بهره‌هوشی،

موفقیت تحصیلی، عقاید سیاسی و ... با پایگاه ما در سلسله‌مراتب اجتماعی مرتبط است (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۲۰۴). از این رو، به نظر می‌رسد کتابخوانی، علاقه به مطالعه کتاب و فرهنگ کتابخوانی نیز از این قاعده مستثنا نباشد و بتوان آن را به پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و گروه‌های مختلف مرتبط دانست. در واقع پایگاه اجتماعی-اقتصادی مجموعه‌ای از عادات و باورها در افراد می‌پروراند و همچنین امکانات و محدودیت‌هایی برای آن‌ها فراهم می‌سازد که تعیین‌کننده رفتارهای مختلف افراد (از جمله کتابخوانی) هستند.

پژوهش‌هایی که با رویکرد جامعه‌شناختی انجام می‌شوند، پایگاه اجتماعی-اقتصادی را موقعیت اقتصادی و اجتماعی فرد می‌دانند که نشان‌دهنده جایگاه یک فرد یا خانواده در مقایسه با دیگران است. به‌طور کلی، سه فاکتور اصلی برای پایگاه اجتماعی-اقتصادی در نظر گرفته می‌شود: درآمد^۱، تحصیلات^۲ و شغل^۳. عموماً پایگاه اجتماعی-اقتصادی به سه سطح تقسیم می‌شود: بالا، متوسط و پایین. این سطوح نشان می‌دهند بر اساس شاخص‌های درآمد، تحصیلات و شغل، هر فرد در چه پایگاهی قرار دارد. پژوهش‌های بسیاری نشان داده‌اند که سطح پایین پایگاه اجتماعی-اقتصادی با رفتارهای پرخطر و مشکلات مربوط به سلامت جسمی و روانی در ارتباط هستند و به عبارت دقیق‌تر پیش‌بینی‌کننده آن‌ها است. کسانی که در مشاغل سخت مشغول به کار هستند، عموماً از سطح درآمد و تحصیلات پایین برخوردار هستند و همواره با مشکلات فیزیکی و در برخی موارد بیماری‌های روانی مواجه هستند. (Marmot, 2004; Werner et al, 2007)

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت پایگاه اجتماعی اقتصادی در بسیاری موارد تعیین‌کننده کنش‌های افراد است. افراد با توجه به جایگاهی که در نظام اجتماعی اشغال می‌کنند رفتارهای مختلفی از خود نشان می‌دهند، موسیقی‌های خاصی گوش می‌کنند، لباس‌های ویژه‌ای می‌پوشند و با افراد خاصی معاشرت می‌کنند و

1. Income
2. Education
3. Occupation

از همه مهم‌تر نظام ارزش‌ها و معانی خاص خود را دارند. لذا می‌توان انتظار داشت که علاقه به کتابخوانی و فرهنگ مطالعه کتاب در میان اقشار و گروه‌های مختلف جامعه با هم متفاوت باشد. اینکه این تفاوت‌ها دقیقاً چیست و اقشار مختلف تا چه اندازه کتاب‌خوان هستند و چه کتاب‌هایی را مطالعه می‌کنند، مسئله محوری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد. برای بررسی پایگاه اجتماعی-اقتصادی جامعه هدف، از شاخص‌های میزان درآمد، شغل، سطح تحصیلات، محل سکونت، وضعیت منزل مسکونی، ارزش تقریبی منزل مسکونی، تملک خودرو، نوع خودرو و ارزش تقریبی آن و بعد خانوار استفاده خواهد شد. در واقع این‌ها شاخص‌هایی هستند که بیشترین فراوانی در پژوهش‌های پیشین برای بررسی SES را داشته‌اند. برای بررسی فرهنگ کتابخوانی نیز سه شاخص عمده در نظر گرفته شده است:

۱. باورها پیرامون کتابخوانی و ارزش مطالعه، ۲. هنجارها و قواعد رفتارهای در رابطه با مطالعه و کتابخوانی و ۳. رفتارهای واقعی و میزان کتابخوانی افراد.

بر اساس توضیحات ارائه شده، مشخصاً این پژوهش در نظر دارد به پرسش‌های ذیل پاسخ دهد:

- آیا پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد تعیین‌کننده فرهنگ کتابخوانی آنان است؟
- آیا افزایش سرمایه اجتماعی در افراد سبب افزایش در فرهنگ کتابخوانی آنان می‌شود؟
- منزلت اجتماعی افراد چه رابطه‌ای با فرهنگ کتابخوانی آنان دارد؟
- بین وضعیت اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان چه رابطه‌ای وجود دارد؟

اهمیت و ضرورت پژوهش

نتایج تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که فقط ۳۰ درصد از دانش‌آموزان و دانشجویان کشور ما مطالعه می‌کنند که در مقایسه با وضعیت مطالعه در کشورهای پیشرفته بسیار اندک است. مقایسه این نتایج با پژوهش‌های انجام شده در زمینه فرهنگ کتابخوانی در میان سایر کشورها مؤید یافته‌های نگران‌کننده‌ای است.

پژوهشی که در سال ۲۰۰۵ به منظور بررسی فرهنگ کتابخوانی در میان روس‌ها انجام شد نشان می‌دهد که ۶۶ درصد مردم روسیه کتاب‌خوان هستند و ۲۶ درصد آنان به طور مرتب مطالعه می‌کنند. همچنین شمار کتاب‌ها در کتابخانه‌های خانگی به طور متوسط ۳۰۰ عنوان گزارش شده است (ابراهیمی ترکمان، ۱۳۸۷). در پژوهش کلارک و همکاران (۲۰۰۸) نشان داده شده است که ۵۸ درصد جوانان انگلیسی از مطالعه زیاد لذت می‌برند و خودشان را در گروه کتاب‌خوان حرفه‌ای قرار می‌دهند. همچنین ۷۱ درصد جوانان خود را اهل مطالعه می‌دانند (کلارک و همکاران، ۱۳۸۸). در ایران اما شرایط متفاوت است. بر اساس نظرسنجی سال ۱۳۹۰ در تهران، ۳۶ درصد افراد اهل مطالعه نیستند و تنها ۵ درصد تهرانی‌ها به طور حرفه‌ای مطالعه می‌کنند. در این پژوهش برای افرادی که اصلاً مطالعه نمی‌کنند یا خیلی کم مطالعه می‌کنند، اصلی‌ترین دلایل کمبود وقت و وجود مشکلات مختلف عنوان شده است (پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۱). پژوهشی گسترده‌تر با عنوان «آسیب‌شناسی فرهنگ مطالعه در بین جوانان ایرانی» نشان می‌دهد که تنها ۴/۲۲ درصد از ایرانی‌ها ترجیح می‌دهند اوقات فراغت خود را با مطالعه پر کنند. در حالی که ۵۲ درصد آن‌ها در اوقات فراغت خود تلویزیون تماشا می‌کنند. این آمار نشان می‌دهد مردم ایران افزون بر آنکه به مطالعه به عنوان سرگرمی می‌نگرند، مطالعه در میان سرگرمی‌ها جایگاه کم‌اهمیتی دارد (مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۹۱؛ به نقل از یعقوبی راد و همکاران، ۱۳۹۴).

از دیگر سو، کتاب و کتاب‌خوانی و میزان گرایش به مطالعه، امروزه یکی از شاخص‌های توسعه به شمار می‌رود. گرچه کشورهای در حال توسعه نزدیک به ۸۰ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، اما کمتر از ۳۰ درصد کتاب‌های مصرفی جهان را تولید می‌کنند و کمتر از این نسبت نیز به کتاب‌خوانی مشغول هستند، این در شرایطی است که کشورهای پیشرفته یا توسعه یافته که حدود ۲۰ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، ۷۰ درصد کتاب‌های مصرفی جهان را تولید می‌کنند. کشورهای اروپایی حدود ۱۵ درصد جمعیت جهان را در خود جای داده‌اند، اما در سال ۱۹۹۰ بیشتر از نصف کتاب‌های مصرفی جهان را تولید

کرده‌اند. اروپا در سال ۱۹۹۱ به ازای هر یک میلیون نفر جمعیت خود، ۸۰۲ عنوان کتاب منتشر کرده است، اما در قاره آسیا در همین سال به ازای هر یک میلیون نفر آسیایی، ۷۰ عنوان و در قاره آفریقا به ازای هر یک میلیون نفر آفریقایی فقط ۲۰ عنوان کتاب منتشر شده است. مشکل کتاب در جهان سوم، تنها به کمبود تولید و نشر کتاب محدود نمی‌شود، مشکل اساسی این است که حتی اگر کتاب‌های زیادی هم در این کشورها منتشر شود، میزان افراد استفاده‌کننده از این کتاب‌ها (کتابخوان‌ها) بسیار پایین است (مریدی و تقی زادگان، ۱۳۸۶: ۲۴).

با توجه به وضعیت مطالعه و کتابخوانی در جامعه امروز ایرانی و با در نظر داشتن اهمیت مطالعه و کتابخوانی در فرآیند توسعه جوامع مختلف، به نظر می‌رسد، شناخت زمینه‌های ضعف فرهنگ کتابخوانی بتواند یکی از مهم‌ترین اولویت‌ها در این حوزه باشد. از این رو، ضعف فرهنگ کتابخوانی در ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه به‌خوبی ضرورت پرداختن به این مسئله را نشان می‌دهد.

اهداف پژوهش

هدف اصلی

بررسی رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی با فرهنگ کتابخوانی

اهداف فرعی

- بررسی رابطه قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان.
- بررسی رابطه منزلت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان.
- بررسی رابطه وضعیت اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان.
- بررسی رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و ساعت‌های مطالعه آنان.

فصل دوم:

پیشینه تجربی و مبانی نظری پژوهش

مقدمه

در این فصل ابتدا به بررسی پژوهش‌های پیشین در داخل و خارج از کشور در رابطه با موضوع مورد مطالعه پرداخته شده است. در هر بخش تلاش شده است مهم‌ترین یافته‌های پژوهش‌های موجود گزارش گردد. در ادامه این بخش نیز جمع‌بندی پژوهش‌های تجربی موجود ارائه شده است. در بخش دوم از این فصل به بررسی نظریه‌های موجود و مرتبط با متغیر مستقل پایگاه اجتماعی_اقتصادی و متغیر وابسته‌ی فرهنگ کتاب‌خوانی پرداخته شده است و نهایتاً مدل نظری تحقیق ترسیم گردیده است. همچنین تلاش شده است برآیند حاصل از مرور مطالعات تجربی و نظریات بررسی شده، فرضیاتی باشد که در این فصل ذکر شده‌اند.

پیشینه تجربی پژوهش

پژوهش‌های داخلی

تاکنون در رابطه با فرهنگ مطالعه و کتاب‌خوانی، مصرف کتاب و عوامل مؤثر بر آن پژوهش‌هایی انجام شده است. پایگاه اجتماعی_اقتصادی به‌عنوان یک متغیر مستقل نیز پژوهش‌های بسیاری صورت گرفته است؛ اما در مورد رابطه‌ی این دو متغیر کمتر پژوهشی در کشور انجام شده است. در ادامه به ذکر برخی از پژوهش‌هایی که با موضوع مطالعه حاضر مرتبط هستند پرداخته می‌شود.

پژوهش نواح و همکاران (۱۳۹۵) به صورت پیمایشی و با نمونه ۴۰۰ نفری از شهروندان اهواز به بررسی تأثیر انواع سرمایه از جمله سرمایه اقتصادی بر مطالعه آزاد پرداخته است؛ نتایج این پژوهش نشان داد میزان مطالعه در بین جامعه مورد بررسی در حد پایینی قرار دارد، به نحوی که ۴۰٪ افراد در طول هفته فاقد مطالعه آزاد بوده یا کمتر از ۱ ساعت مطالعه کرده‌اند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اقتصادی در کنار سرمایه فرهنگی و اجتماعی توانسته است ۷/۴۲٪ از واریانس متغیر وابسته یعنی کتاب‌خوانی را تبیین نماید.

پژوهش خان‌محمدی و جعفری (۱۳۹۵) با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف فرهنگی، با تأکید بر مطالعه کتاب؛ مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های کرمانشاه» با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه به بررسی الگوی مطالعه، به عنوان یکی از مصارف فرهنگی و ارتباط آن با دو متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سرمایه فرهنگی مطابق با نظر پیر بورديو پرداخته است. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان دو دانشگاه آزاد و دولتی (رازی) واقع در شهر کرمانشاه بوده‌اند که برای دسترسی به آن‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای چندمرحله‌ای متناسب با حجم استفاده شد. بر اساس نتایج تحقیق، میزان مطالعه دانشجویان دانشگاه دولتی در طول شبانه‌روز بیشتر از میزان مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد بود. بعلاوه، بیشترین و کمترین میزان مطالعه دانشجویان دانشگاه دولتی به ترتیب در حوزه‌های موضوعی آثار عامه‌پسند و آثار علمی غیر درسی بود. در مقابل، بیشترین و کمترین میزان مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد به ترتیب، مربوط به کتب درسی دانشگاهی و کتب با درون‌مایه طنز بود.

پژوهش اکبری بورنگ و نصراللهی (۱۳۹۵) باهدف بررسی فرهنگ مطالعه دانش‌آموزان شهر بیرجند از منظر جنسیت، سواد والدین و محل سکونت انجام شد. این تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی، با استفاده از پرسشنامه و با حجم نمونه ۳۰۰ نفری دانش‌آموزان دختر و پسر پایه‌ی پنجم و ششم شهر بیرجند در سال ۹۲-۹۳ بوده است. نتایج نشان داد در بررسی فرهنگ مطالعه برحسب جنسیت در بُعد هنجار (آگاهی از چگونگی مطالعه و نحوه امانت گرفتن کتاب از کتابخانه)

تفاوت معناداری مشاهده شد؛ دانش‌آموزان پسر در مقایسه با دانش‌آموزان دختر، در سطح بالاتری قرار داشتند. دانش‌آموزان دارای والدین با سواد بالاتر، از فرهنگ مطالعه در سطح بالاتری برخوردار بودند. برحسب محل سکونت در بُعد ارزش تفاوت معناداری به لحاظ آماری مشاهده شد. دانش‌آموزان پایین‌شهر در مقایسه با دانش‌آموزان بالا شهر مؤلفه ارزش بیشتری برای مطالعه قائل بودند.

در پژوهش میرزایی (۱۳۹۵) با عنوان «عوامل مؤثر بر مصرف فرهنگی و سبک زندگی»، هدف شناخت عوامل تأثیرگذار بر نحوه گذران اوقات فراغت و مصرف فرهنگی افراد است؛ مانند مطالعه کتاب، گوش کردن به موسیقی و تماشای فیلم و نظایر آن. فرضیه تأثیر تحقیق سبک زندگی و سرمایه فرهنگی فرد، در نوع و میزان مصرف فرهنگی هست. به‌منظور بررسی این فرضیه به آرای صاحب‌نظران این حوزه از قبیل پیر بوردیو رجوع شده و روش تحقیق کتابخانه‌ای و اسنادی بوده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهند که میزان تحصیلات، ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی فرد و خاستگاه خانوادگی‌اش از جمله عوامل تأثیرگذار بر مصرف فرهنگی افراد هستند.

در پژوهشی دیگر فائقی و باینگانی (۱۳۹۵) به سنجش سرمایه فرهنگی طبقات بر اساس پایگاه اقتصادی-اجتماعی از طریق رویکرد پیمایش در مورد شهروندان اصفهانی و با ترکیب نظریه وبر و بوردیو پرداخته‌اند. نمونه تحقیق حاضر ۴۰۰ نفر از شهروندان ۲۰ تا ۶۴ ساله شهر اصفهان در ۱۴ منطقه شهری در سال ۱۳۹۳ بوده که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. نتایج به دست آمده نشان داد که بیشتر شهروندان در طبقه متوسط قرار دارند و میزان سرمایه فرهنگی و ابعاد آن در میان طبقات متفاوت است، به طوری که کمترین میانگین مربوط به طبقه پایین، سپس طبقه متوسط و بیشترین آن مربوط به طبقه بالا است. در سطح تحلیلی نیز یافته‌ها نشان داد که پایگاه اقتصادی-اجتماعی با سرمایه فرهنگی رابطه معناداری دارد و از میان ابعاد آن بیشترین نقش تبیین‌کنندگی را در زمینه سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده ایفا می‌کند.

صالح‌آبادی (۱۳۹۵) با بررسی پیمایشی جوانان سبزواری، ترجیحات فرهنگی را

بررسی کرده است. اگرچه، موضوع بررسی او موسیقی بوده است، اما در کلیت امر، او اشاره می‌کند مصرف فرهنگی تحت تأثیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی بوده است. همچنین پژوهش اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۴) نیز با استفاده از روش پیمایش و با بررسی معلمان سرپرست خانوار در شهرستان آمل نشان داده است که سبک زندگی و مصرف فرهنگی خانواده‌ها به‌طورکلی شدیداً تحت تأثیر جایگاه طبقاتی آن‌ها بوده است. در این پژوهش بر اساس نظریه ساخت‌گرایی تکوینی و نظریه سرمایه پیر بوردیو، مصرف فرهنگی تبیین شده است.

یعقوبی راد و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه‌ی منطقه‌ی ۵ شهر تهران پرداخته‌اند. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-پیمایشی و نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شده است. نتایج حاصله نشان می‌دهد که چهار عامل فضای آموزشی، خانواده، معلم و ارزش‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان اثرگذارند. به‌عبارتی دیگر، ارزش‌های اجتماعی دارای رتبه اول و مؤلفه‌های معلم، خانواده و فضای آموزشی به ترتیب دارای اولویت‌های بعدی در ترویج فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه هستند.

در پژوهش فاضلی (۱۳۹۴)، بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مطالعه غیردرسی در شهر اهواز صورت گرفت. نتایج نشان‌دهنده میزان مطالعه پایین در مورد جامعه موردتحقیق بوده است؛ تنها ۲۵٪/۱ از افراد بیش از ۴ ساعت در هفته مطالعه داشته‌اند. بین هر سه نوع سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با میزان مطالعه رابطه معنادار مثبت وجود دارد؛ بدین معنی که افرادی که میزان بالاتری از این سرمایه‌ها را دارند، بیشتر از سایر افراد به مطالعه می‌پردازند. همچنین بین انواع سرمایه‌ها نیز رابطه معنادار وجود دارد.

هدف پژوهش زارع و همکاران (۱۳۹۴)، مطالعه عوامل مؤثر بر استفاده از کتابخانه‌های عمومی در شهر کرمانشاه است. این تحقیق پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه بوده و جامعه آماری مطالعه حاضر را کلیه کاربران کتابخانه‌های

عمومی شهر کرمانشاه تشکیل داده‌اند. یافته‌ها نشان داد که میزان استفاده کاربران از کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. بعلاوه میان متغیرهای سن، جنس، تحصیلات، اوقات فراغت، استفاده از اینترنت و فاصله محل سکونت تا کتابخانه‌ها با میزان استفاده از کتابخانه‌های عمومی رابطه معناداری وجود دارد.

پژوهش معتقد لاریجانی (۱۳۹۳) با عنوان «نقش خانواده در پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان دوره راهنمایی شهر تهران» در بین نمونه‌ای ۷۴۰ نفره از دانش‌آموزان دختر و پسر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شده است. به‌طورکلی نتایج نشان داد که بین کارکرد پایین خانواده با کارایی ضعیف تحصیلی نوجوانان دوره راهنمایی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین دانش‌آموزان دختر وضعیت تحصیلی بهتری در مقایسه با پسران دانش‌آموز داشتند. بعلاوه، دانش‌آموزان با جو خانوادگی ناکارآمد به‌طور معناداری از نظر وضعیت تحصیلی وضعیت بدتری دارند. همچنین، ضعف تحصیلی دانش‌آموزان خانواده‌هایی با وضعیت اقتصادی ضعیف در مقایسه با دانش‌آموزان با وضعیت اقتصادی بالا بیشتر بود. در نهایت بین وضعیت تحصیلی دانش‌آموزان و سطح تحصیلات مادران تفاوت معناداری مشاهده نشد.

طرح پژوهش میرساردو و صداقت (۱۳۹۳) با عنوان «انگیزش تحصیلی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن» و با روش کمی، فن پیمایش و نمونه‌ای ۷۰۵ نفری از دانشجویان منطقه ده دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار و گرگان انجام شده است. نتایج نشان‌دهنده تأثیرگذاری تحصیلات پدر و مادر بر میزان انگیزش پیشرفت تحصیلی دانشجویان بوده است؛ به‌طوری که تحصیلات مادر تأثیرگذاری بیشتری دارد؛ اما بین رابطه شغل پدر و انگیزش پیشرفت تحصیلی آزمودنی‌ها، شغل پدر در مقایسه با شغل مادر تأثیرگذاری بیشتری دارد. بین درآمد خانواده و انگیزش پیشرفت تحصیلی رابطه‌ای وجود ندارد.

در پژوهشی اکبری (۱۳۹۰) با عنوان «مطالعه تطبیقی نحوه گذراندن اوقات فراغت شهروندان تهرانی بین ناحیه یک و بیست (بالای شهر و پایین شهر)» با

حجم نمونه ۳۲۵ نفر (۱۵۵ نفر از منطقه بیست و ۱۷۰ نفر از منطقه یک) و از طریق پرسشنامه و مصاحبه، به این نتیجه رسید که بین محل سکونت، سبک زندگی و میزان امکانات با رضایت از گذران اوقات فراغت شهروندان منطقه بیست رابطه وجود دارد. درحالی که بین نوع محل سکونت، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و میزان امکانات با رضایت از گذران اوقات فراغت در منطقه یک رابطه وجود ندارد.

غیاثوند و قلی‌زاده (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر سبک زندگی بر سبک مصرف کتب و نشریات تلاش کرده‌اند نشان دهند چگونه سبک زندگی افراد می‌تواند متغیری پیش‌بین برای مصرف کتاب توسط آن‌ها باشد. این پژوهش با استفاده از روش پیمایش در میان شهروندان تهرانی انجام شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد میانگین کل مطالعه پاسخگویان در طول روز برابر با ۲۲/۹ دقیقه گزارش شده است، سبک زندگی سنتی افراد را بیشتر به مطالعه کتب دینی واداشته است و سبک زندگی مدرن بیشتر با مطالعه کتب درسی و غیردرسی و مطالعات اینترنتی همبستگی دارد. همچنین در بین شهروندان، کسانی که تحصیلات پایین‌تر دارند، عمدتاً سبک مصرفی کتابشان فراغت‌محور و در مقابل دارندگان تحصیلات بالا دانش‌محور هستند. بعلاوه، دارندگان تحصیلات بالا، عمدتاً به مطالعه روزنامه، اینترنت و کتب درسی علاقه بیشتری دارند و برعکس.

معرف زاده و ایرجی (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل ترغیب‌کننده و بازدارنده مطالعه در میان مراجع کتابخانه‌های عمومی شهرستان ماهشهر» دریافتند که بین سطح سواد والدین دانش‌آموزان و میزان مطالعه آن‌ها، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که از میان عوامل مؤثر بر مطالعه در میان مراجع کتابخانه‌های عمومی، بین وضعیت کتابخانه‌های عمومی و تحصیلات افراد و نیز بین تحصیلات والدین و درآمد خانواده رابطه معنی‌داری وجود دارد و این رابطه مثبت است، ولی رابطه‌ی بین قیمت کتاب‌ها و استفاده از سایر رسانه‌ها با مطالعه، منفی است. همچنین، یافته‌ها نشان داد که بین عوامل تأهل و جنسیت با مطالعه رابطه معنی‌داری وجود ندارد. به‌علاوه، مطالعه حاضر نشان داد که نقش خانواده در ترغیب فرزندان به مطالعه، وجود کتابخانه در

مدارس، گنجاندن ساعاتی به عنوان ساعت مطالعه در برنامه درسی و به خصوص اخلاق خوب کتابداران کتابخانه‌ها اهمیت بسیاری در ترغیب به مطالعه دارد. در مقابل نداشتن انگیزه، کمبود وقت، مناسب نبودن کتابخانه‌ها، گرانی کتاب و جهت‌گیری‌های جامعه به سمت مسائل اقتصادی باعث رکود مطالعه در جامعه به عنوان عوامل بازدارنده مطالعه استنباط شد.

پژوهش رضوی (۱۳۸۹) باهدف بررسی نحوه گذران اوقات فراغت در بین دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان نکا و ارائه راهکارهایی برای غنی‌سازی آن انجام شده است. روش تحقیق توصیفی و پیمایشی و از طریق پرسشنامه‌ای محقق ساخته انجام شده است. نتایج به دست آمده عبارت‌اند از: به هریک از ابعاد اوقات فراغت توسط هر فرد در ماه به‌طور میانگین این مقدار زمان (ساعت) اختصاص داده شده است؛ بعد تفریحی-سرگرمی (۱۸۳/۴۱)، بعد علمی (۸۶/۴۹)، بعد روابط فامیلی (۷۶/۲۹)، سایر (۴۹/۹۳)، بعد ورزشی (۴۱/۶۸)، بعد اجتماعی (۱۳/۲)، بعد هنری (۷۳/۲) و اوقات فراغت ناسالم (۲/۱۳). بعلاوه دانش‌آموزان به‌طور متوسط روزانه دو ساعت از وقت خود را با دوستان خود می‌گذرانند. میزان تحصیلات پدر و مادر و طبقه اقتصادی-اجتماعی آنان بر نحوه گذران اوقات فراغت مؤثر بوده است.

در پژوهش هوشمند (۱۳۸۹) که به بررسی راهکارها و موانع توسعه و ترویج فرهنگ مطالعه و کتاب‌خوانی در بین دانش‌آموزان پرداخته است، یافته‌ها نشان داد پایین بودن سطح سواد والدین، کاهش قدرت خرید خانواده و کم‌بها دادن والدین به مطالعه و کتاب‌خوانی، از جمله عوامل مهم در گرایش و رغبت نداشتن دانش‌آموزان به مطالعه و کتاب دانسته شده است.

پژوهش مجدی و همکاران (۱۳۸۸) نیز در مورد جوانان شهر مشهد با روش پیمایش و با نمونه ۴۰۲ نفری نشان داد سبک زندگی این افراد تحت تأثیر سرمایه اقتصادی آن‌ها است. در واقع، سبک زندگی جوانان تحت تأثیر خاستگاه فرهنگی و اقتصادی آنان است. قشر بالا به دلیل توانایی مالی و میل به متمایز نمودن خود از سایر اقشار، سبک زندگی خاصی را برمی‌گزیند و در مقابل، قشر پایین به دلیل

عدم توان مالی قادر به رقابت با قشر بالا نیست و در نتیجه، از مدها و الگوهای رفتاری آنان پیروی نخواهند کرد و لذا سبک زندگی خاص خود را خواهند داشت. حقیقتیان و امیدي (۱۳۸۷) در پژوهشی به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مطالعه‌ی مطبوعات در شهرستان سمیرم پرداختند. روش تحقیق آن‌ها پیمایشی و داده‌های به دست آمده را از طریق پرسشنامه و با استفاده از نرم افزارهای SPSS و LISREL تجزیه و تحلیل کردند. جامعه آماری نیز کلیه‌ی افراد بین ۲۰-۵۹ سال این شهرستان در استان اصفهان و نمونه‌ای ۳۲۰ نفره بوده است. نتیجه به دست آمده حاکی از این است که رابطه‌ی معنی‌داری بین متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی و مطالعه‌ی مطبوعات برای کل پاسخگویان وجود ندارد.

پژوهش اسدی سروستانی و کرمی (۱۳۸۷) باهدف بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی مرتبط با گرایش جوانان به کتاب‌خوانی، با روش پیمایش و از طریق پرسشنامه همراه با مصاحبه در شهر شیراز انجام شد. نتایج حاکی از رابطه معنادار گرایش جوانان به مطالعه با متغیرهای سن، طبقه اجتماعی، سطح تحصیلات فرد و والدین آن‌ها، قومیت، میزان درآمد خانوار، دسترسی به کتاب و کتابخانه و عضویت در انجمن یا تشکلی خاص هست. همچنین مهم‌ترین مشکلات گرایش جوانان به مطالعه، کمبود مراکز فرهنگی و کتابخانه‌ها، کمبود کتاب‌های مناسب جوانان، مسائل مالی و گرانی، نداشتن علاقه و انگیزه برای مطالعه بود.

جواهری (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان کندوکاوی در آثار قشربندی جامعه به بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی دانشجویان بر گرایش‌ها و رفتارهای آنان می‌پردازد. این پژوهش بر اساس رویکردی اکتشافی و با استفاده از روش تحلیل ثانویه‌ی یافته‌های طرح سنجش گرایش‌ها و رفتارهای و آگاهی‌های دانشجویان دانشگاه‌های دولتی انجام شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد پایگاه‌های اجتماعی-اقتصادی پایین، متوسط و بالا با الگوهای رفتارهای مختلفی در ارتباط هستند و سبب تفاوت در گرایش‌ها و عملکردهای کنشگران اجتماعی می‌شوند. از این رو، نظام قشربندی جامعه می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌ها و هویت‌های اجتماعی متفاوت باشد.

عصاره و گلچوبی (۱۳۸۵)، در پژوهشی با عنوان «شناسایی و معرفی عوامل ترغیب‌کننده و بازدارنده مطالعه آزاد دانش‌آموزان دوره متوسطه استان مازندران» دریافتند که میانگین مطالعه آزاد دانش‌آموزان ۴۸/۴۹ دقیقه در شبانه‌روز هست. بین میزان مطالعه آزاد دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت معناداری وجود دارد. بیش از ۸۵٪ پاسخگویان مطالعه آزاد داشته‌اند. از جمله یافته‌هایشان می‌توان به این مورد اشاره کرد که بین میزان مطالعه آزاد والدین و میزان مطالعه آزاد فرزندان و همچنین بین سطح تحصیلات والدین و میزان مطالعه آزاد فرزندان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

نتایج پژوهش صمدپور (۱۳۸۵) حاکی از وجود رابطه معنادار بین وضعیت اجتماعی-اقتصادی خانواده و پیشرفت تحصیلی در دانش‌آموزان دختر سال سوم متوسطه است. در این پژوهش شغل و محل سکونت به‌عنوان شاخص‌های وضعیت اجتماعی-اقتصادی در نظر گرفته شده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که هرچه میزان تحصیلات والدین و درآمد خانواده بالاتر و هرچه تعداد افراد خانواده کمتر، شغل والدین تخصصی‌تر و محل سکونت بهتر باشد، این دانش‌آموزان پیشرفت تحصیلی بیشتری خواهند داشت.

رجب‌زاده (۱۳۸۲) در پژوهشی به بررسی فعالیت فرهنگی زنان ایرانی مشخصاً در زمینه مطالعه کتاب و نشریه پرداخته است؛ او معتقد است که تأهل و اشتغال از جمله موقعیت‌هایی هستند که بر رفتار و روحیات زنان تأثیرات عمیقی بر جای می‌گذارند و موجب تمایز آن‌ها از سایر گروه‌های زنان می‌شوند. در این زمینه، فعالیت فرهنگی از جمله عرصه‌هایی است که از موقعیت‌های زنان تأثیر می‌پذیرد. در پژوهش او بر اساس داده‌های طرح فعالیت و مصرف فرهنگی خانواده، انجام فعالیت فرهنگی، مطالعه کتاب و نشریه بین زنان مجرد و متأهل و زنان متأهل شاغل و خانه‌دار در ایران، با کنترل متغیرهای مهم تحصیلات و طبقه اجتماعی مقایسه شده است. نتایج نشانگر میزان فعالیت فرهنگی کمتر زنان متأهل نسبت به دختران مجرد، و زنان متأهل خانه‌دار نسبت به زنان متأهل شاغل بوده است. همچنین، تحصیلات به‌عنوان متغیر مداخله‌گر در جهت یکسان‌سازی نسبت فعالیت‌های

فرهنگی در میان زنان با موقعیت‌های متفاوت عمل می‌کند.

پژوهش میرهاشمی و نجفی زند (۱۳۸۱) با عنوان «بررسی چگونگی گذران اوقات فراغت افراد بالای ۱۸ سال در شهرستان دماوند» با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی‌شده و روی نمونه ۶۵۰ نفری افراد بالای ۱۸ سال از طریق پرسشنامه انجام شده است. در نتایج مشخص شد که بین جنس، سن، وضعیت تأهل و نوع شغل فرد با مدت اوقات فراغت و بین جنس و وضعیت تأهل با شیوه‌های گذران اوقات فراغت رابطه معنادار وجود دارد. اصلی‌ترین شیوه‌های گذراندن اوقات فراغت نیز به ترتیب تماشای تلویزیون و مطالعه کتاب هست.

در پژوهشی دیگر، چاوشیان (۱۳۸۰) تأثیر سرمایه اقتصادی را بر سبک زندگی جوانان تهرانی بررسی کرده است؛ روش تحقیق پیمایشی بوده و ۸۲۵ نفر از ساکنان بالای ۱۸ سال تهران به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج نشان داد که سرمایه اقتصادی با سبک زندگی افراد در ارتباط است.

پژوهش دیگری توسط عابدینی در سال ۱۳۷۹ به بررسی تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر میزان اوقات فراغت و میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین خانوارهای شهر مرودشت پرداخته است. این پژوهش به‌صورت پیمایش و با نمونه‌ای ۳۸۲ خانواری انجام شده و از نظریه پیر بورديو استفاده کرده است. نتایج حاصل عبارت‌اند از: وجود رابطه معنادار بین متغیرهای تحصیلات، درآمد، شغل و ذائقه پاسخگویان با میزان مصرف کالاهای فرهنگی و میزان گذران اوقات فراغت، تأیید تفاوت بین نوع مسکن خانوارها و میزان گذراندن اوقات فراغت آن‌ها، رد فرضیه‌ای مبتنی بر تفاوت میانگین بین متغیرهای مسکن و مذهب با میزان گذراندن اوقات فراغت و میزان مصرف کالاهای فرهنگی.

بحرانی (۱۳۷۹) به بررسی عادات کتابخوانی و مطالعه آزاد در بین دانش‌آموزان متوسطه استان فارس پرداخته است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که بخش زیادی از اوقات فراغت دانش‌آموزان در ایام تحصیل بیهوده تلف می‌شود و تنها ۱/۱٪ صرف مطالعه غیردرسی می‌شود. به‌طوری‌که سرانه مدت مطالعه آزاد دانش‌آموزان متوسطه در روز حدود ۵/۵ دقیقه است. تحلیل رگرسیون نشان داده

است که سطح شغلی پدر از جمله متغیرهای مهم در زمینه پیش‌بینی میزان مطالعه آزاد به حساب می‌آید.

تحقیق امانی (۱۳۷۹)، با عنوان «رابطه‌ی مطالعه در دوران کودکی-نوجوانی با مطالعه در دوران بزرگسالی»، در پی شناخت عوامل مؤثر در مطالعه بین نمونه‌ای ۳۵۰۰ نفری از دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد بود. نتایج نشان می‌دهند حدود ۳۱٪ پاسخگویان در روز فقط ۳۰ دقیقه و حدود ۲۴٪ آنان تا یک ساعت و ۱۰٪ در روز بیش از یک ساعت مطالعه کتب غیردرسی داشته‌اند. از نظر پاسخگویان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کمبود میزان مطالعه کتاب در کشور عبارت بودند از: گران بودن کتاب، ارج نداشتن جامعه به علم و دانش، مشکلات اقتصادی جامعه، عادت نداشتن مردم به مطالعه از دوران کودکی-نوجوانی، نداشتن انگیزه برای مطالعه. نتایج تحقیق نشان داد که بین مطالعه در دوران کودکی-نوجوانی و تداوم مطالعه در دوران بزرگسالی رابطه وجود دارد و بین مطالعه والدین و میزان مطالعه فرزندان نیز همبستگی مثبتی وجود داشته است. همچنین بین متغیرهای برنامه‌های وسایل ارتباط جمعی، دسترسی به کتاب‌های موردنیاز و موردعلاقه، وضعیت اقتصادی خانواده و متغیر مطالعه در دوران بزرگسالی رابطه مثبت معنادار وجود داشته است.

در مطالعاتی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۷۹) به نقل از سیف‌اللهی و ارشادی، (۱۳۹۴) در پیمایشی تحت عنوان «فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی در مناطق روستایی ایران» در دو مرحله در ۲۸ استان کشور انجام داده زمان فعالیت و مصرف فرهنگی، سرانه زمانی مطالعه کتاب و مطبوعات و عوامل مؤثر بر آن، سرانه زمانی استفاده از رادیو و تماشای تلویزیون و عوامل مؤثر بر آن، سرانه زمانی استفاده از ضبط صوت و عوامل مؤثر بر آن، سینما و عوامل مؤثر بر آن، ویدئو و سرانه تماشای تئاتر و عوامل مؤثر بر آن مشخص شده است، همچنین نوع فعالیت فرهنگی در مناطق روستایی ایران به تفکیک استان‌های کشور در این پیمایش مشخص شده است. نکته قابل توجهی که در این پیمایش به آن اشاره شده این موضوع بوده که بسیاری از پارامترهای فردی مانند سواد و شغل که در مصرف نوع و میزان کالاهای

و فعالیت فرهنگی مؤثر بوده‌اند تابع پارامترهای اقتصادی-اجتماعی خانوار و به‌طور غیرمستقیم فاصله‌ی فرهنگی روستا از شهر بوده‌اند.

براساس این پژوهش، ایران کشوری است که به لحاظ قومی و مذهبی و همچنین از نظر جغرافیایی از تنوع و پراکندگی برخوردار است و این تنوع و پراکندگی خود بر الگوهای مصرف فرهنگی تأثیر می‌گذارد؛ اما گسترش روزافزون وسایل ارتباطی و دسترسی آسان به این وسایل و ترویج الگوهای مصرفی که در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌دهند و بازارهای متنوع با انواع کالاها، این الگوهای متمایز فرهنگی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و آن‌ها را در یک الگوی کلی‌تر که تقریباً در همه‌جا یکسان بوده و چندان از ویژگی‌های قومی، مذهبی و جغرافیایی تأثیر نمی‌پذیرد ادغام می‌کند. در این میان، خانواده‌های ساکن در مناطق مختلف شهر سنندج با توجه به داشتن موقعیت‌های متفاوت به لحاظ اقتصادی-اجتماعی، این‌گونه به نظر می‌رسد که از سلیقه و سبک زندگی مشابهی برخوردار باشند؛ به‌عبارت‌دیگر، کالاهای فرهنگی خاصی را مصرف نموده و از فعالیت‌های یکسانی بهره‌مند باشند.

فردرو (۱۳۷۸) در پژوهشی به بررسی رابطه پایگاه اقتصادی اجتماعی افراد و مصرف کالاهای فرهنگی پرداخته است؛ هدف از انجام تحقیق تأثیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی با توجه به مصرف کالاهای فرهنگی بود و روش آن پیمایشی که ۴۳۳ نفر نمونه در دو منطقه شمالی و جنوبی تهران انتخاب شدند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد مفهوم مصرف کالاهای فرهنگی به‌وسیله ساعات تماشای تلویزیون، رادیو، تئاتر در سال گذشته، تعداد عنوان کتاب مطالعه شده در ماه گذشته، تعداد عنوان‌های روزنامه مورد مطالعه، موسیقی و غیره سنجیده شده است. این پژوهش نشان از ارتباط پایگاه طبقاتی با مصرف کالاهای فرهنگی داشته است. پژوهش عبدالهیان و مرتضوی (۱۳۷۶) در زمینه‌ی ارزیابی علل و عوامل مؤثر در گسترش کتاب‌خوانی در ایران نشان داده‌است که در زمینه گرایش به کتاب‌خوانی در گروه کتاب‌خوان‌ها، ۳۴٪ به ضرورت‌های شغلی و تحصیلی اشاره کرده‌اند، ۲۶٪ صرفاً ضرورت تحصیلی را بیان کرده‌اند.

رجب‌زاده (۱۳۷۲) در پژوهشی با عنوان بررسی فعالیت و مصرف فرهنگی ایرانیان، در پی دستیابی به اطلاعاتی در عرصه فرهنگ در سال ۱۳۷۸ بوده است؛ محقق کار خود را در ۱۱ استان کشور با حجم نمونه ۸۰۴۴۴ نفر افراد بالای ۸ سال بر اساس قانون سوم توسعه از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام داده است. وی در کار پژوهشی خود زمان فعالیت و مصرف فرهنگی، سرانه زمانی مطالعه کتاب و مطبوعات و سایر رسانه‌ها را مشخص کرده است و به این نتیجه رسیده است که بیشترین نسبت از آن تلویزیون است که ۴۲ درصد زمان فراغت افراد را شکل داده است.

پژوهش‌های خارجی

آلدerson و همکاران^۱ (۲۰۰۷) در پژوهشی در دانشگاه ایندیانا ای آمریکا، رابطه پایگاه اجتماعی و مصرف فرهنگی را بررسی کرده‌اند. نتایج تحلیل‌های آنان نشان می‌دهد که مصرف فرهنگی مصرف‌کنندگان امروزی در قالب تعداد کمی از الگوهای شناخته‌شده قرار می‌گیرد. درحالی‌که الگوهایی که از طریق ترکیب الگوهای قدیمی به دست آمده‌اند، بیشتر تبیین‌کننده مصرف فرهنگی مصرف‌کنندگان امروزی هستند. همچنین، نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد با آن‌که الگوهای مصرف فرهنگی دارای ریشه‌هایی قوی در سیستم قشربندی اجتماعی است ولی در پایگاه اجتماعی بیش‌تر از پایگاه طبقاتی نمایان است. بنابراین، در بین متغیرهای مختلف، پایگاه اجتماعی به‌منزله‌ی متغیر مرکزی و تبیین‌کننده‌ی اصلی شناخته می‌شود.

نتایج پژوهش باکودی^۲ (۲۰۰۷) حاکی است از اینکه منزلت، درآمد و تحصیلات، سه پایه‌ی اصلی برای قشربندی اجتماعی در مطالعه‌ی کتاب در مجارستان هستند. رفتار مطالعاتی مجارستانی‌ها به‌شدت با منزلت اجتماعی خود و والدینشان ارتباط دارد. به‌عبارت‌دیگر، قشربندی به‌وسیله‌ی درآمد، تحصیلات و منزلت، رفتار مطالعاتی افراد را تعیین می‌کند. هر چه نظام قشربندی اجتماعی جایگاه بالاتری

1. Alderson et al.

2. Bukodi

داشته باشد، بیشتر به سمت مطالعه می‌رود.

چان و گلدتورپ^۱ (۲۰۰۷) در پژوهشی درباره قشربندی اجتماعی مصرف فرهنگی، به بررسی تأثیر چهار متغیر درآمد، تحصیلات، پایگاه اجتماعی و جایگاه طبقاتی در مصرف فرهنگی پرداخته‌اند. یافته‌های این تحقیق حاکی از تأثیر معنادار درآمد در بعضی از ابعاد مصرف فرهنگی است، البته شدت این تأثیر زیاد نیست. علاوه بر این، تأثیر متغیر تحصیلات از هر لحاظ کاملاً واضح و مشخص است؛ به طوری که صلاحیت‌های آموزشی بالاتر موجب انحصارطلبی فرهنگی^۲ کمتر و تساهل طلبی فرهنگی^۳ بیشتر می‌شود. با آن که تحصیلات به طور مستقل تأثیر بسزایی در مصرف فرهنگی دارد، اما متغیر پایگاه اجتماعی بیش‌ترین تأثیر را در مصرف نشان می‌دهد. این در حالی است که بر اساس نتایج تحلیل چندمتغیری، جایگاه طبقاتی افراد تأثیر کمی در الگوهای مصرف فرهنگی آنان دارد. در نهایت، محققان نتیجه می‌گیرند که سطح بالای درآمد افراد الزاماً دال بر سطح بالای مصرف فرهنگی آنان نیست. زیرا گرچه سطح بالای تحصیلات، بهترین مانع برای سطح پایین مصرف فرهنگی است، اما در نهایت مصارف فرهنگی عمدتاً از انگیزش‌های پایگاهی متأثرند و هدف اولیه چنین مصارفی نشان دادن برتری‌های پایگاهی، از طریق انحصار در مصرف است. همچنین، انگیزش‌های پایگاهی در مصارف فرهنگی ممکن است در جهت تثبیت عضویت افراد در گروه یا شبکه پایگاهی خاص که با سبک زندگی خاصی مشخص می‌شود، عمل کند.

لیزاردو^۴ (۲۰۰۶) نیز در پژوهشی در دانشگاه آریزونا به بررسی مصرف متعالی زنان در آمریکا پرداخته است. وی با استفاده از نظریه‌ی طبقاتی بورديو، نقش جنسیت و اشتغال در مصرف فرهنگی متعالی را مورد مطالعه قرار داده است. بر اساس نتایج این تحقیق، تفاوت معناداری بین زنان و مردان غیر شاغل در زمینه‌ی مصرف فرهنگی متعالی وجود ندارد و تأثیر جنسیت در مصرف کالاهای فرهنگی

-
1. Chan and Goldthorpe
 2. cultural univore
 3. cultural omnivore
 4. Lizardo

متعالی فقط در افراد شاغل معنادار است. نتایج به دست آمده از دو گروه غیر شاغل شامل افراد در حال تحصیل و بازنشسته نیز جالب توجه است. به طوری که مصرف کالاهای فرهنگی متعالی در بین مردان در حال تحصیل بیش از زنان در حال تحصیل است، اما زنان بازنشسته مصرف فرهنگی متعالی بیشتری نسبت به مردان بازنشسته دارند. علاوه بر این با مداخله‌ی دو متغیر سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی، نتایج تأثیر جنسیت در مصرف فرهنگی متعالی تغییر می‌کند.

پژوهش فوت^۱ (۲۰۰۲) در مورد مصرف فرهنگی شهروندان پانزده سال به بالای کانادا در یک نمونه ۱۰۰۰ نفری میزان مصرف و نوع مصرف فرهنگی آنان مشتمل بر مطالعه کتاب، دیدن فیلم در سینما، رفتن به تئاتر، گوش دادن به انواع موسیقی و... را سنجیده است. در این تحقیق متغیرهایی چون سن، جنس، تحصیلات، زبان، وضعیت تأهل، درآمد، قوم، نژاد و اوضاع اقلیمی در نظر گرفته شده است و نتایج آن نشان داد در میان مصرف کنندگان کالاهای فرهنگی، متأسفانه تماشای تلویزیون در مقام نخست و پس از آن، گوش کردن به رادیو بیشترین هوادار را دارد و پس از این دو سرگرمی به ترتیب خواندن روزنامه، استفاده از محصولات موسیقی، دیدن فیلم، خواندن مجله و در انتها مطالعه کتاب قرار دارد که نشان از عدم رونق این محصول در کشور توسعه یافته‌ای چون کانادا دارد.

کاتز^۲ (۲۰۰۲) در تحقیق دیگری در دانشگاه حيفا در اسرائیل، رابطه‌ی مصرف فرهنگی و تمایزهای طبقاتی را بررسی کرده است. کشورهای مورد مطالعه در این پژوهش عبارت بودند از: امریکا، اسرائیل، ایتالیا، آلمان شرقی و سوئد. داده‌ها به صورت پنج دسته‌ی مجزا تحلیل و همهی نمونه‌ها به صورت ملی اجرا شدند. یافته‌های تحقیق حاکی از وجود رابطه بین دو متغیر طبقه و مصرف فرهنگی در کشورهای مختلف به صورت‌های متفاوت بود. به طوری که رابطه‌ی بین مصرف فرهنگی و ساختار طبقاتی در کشورهای اسرائیل، امریکا و سوئد معنادار، اما در ایتالیا و آلمان شرقی غیر معنادار بود. همچنین، نتایج نشان می‌داد با آن که متغیرهای

1. Foot

2. Katz

جنسیت، نژاد و مذهب در یادگیری و آموزش مصرف فرهنگی اهمیت دارند اما نقش متغیرهای میانجی گر بین ساختار طبقاتی و سلاقی فرهنگی را به طور کامل ایفا نمی کنند.

بر مبنای تحقیق اکلز^۱، ویگفیلد^۲ و شیفل^۳ (۱۹۹۸). معمولاً در خانواده های متعلق به جایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا فعالیت هایی وجود دارند که تفکر کودکان را تحریک می کند. به علاوه در این خانواده کامپیوتر، کتاب های کمک آموزشی و غیر آموزشی، جورچین و غیره به چشم می خورد و والدین برای رشد شناختی فرزندان شان سرمایه گذاری کرده و برای یادگیری آن ها وقت بیشتری صرف می کنند.

نتایج تحقیق گاتفرید^۴، فلمینگ^۵ و گاتفرید (۱۹۹۸) نیز حاکی از نقش مباحث و گفتگوهای خانوادگی، رجوع به کتابخانه، اهمیت دادن به مطالعه، امکانات تدریس خصوصی در خانواده های متعلق به جایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا در افزایش انگیزش و پیشرفت تحصیلی کودکان آن ها در سنین ۹ تا ۱۴ سال است. اوگان رامبی و آدیو^۶ (۱۹۹۵) در پژوهشی باهدف کنکاش کردن علت نمرات پایین امتحانات درس زبان انگلیسی در میان دانش آموزان مقطع راهنمایی مدارس یکی از مناطق کشور نیجریه، به بررسی عوامل تأثیرگذار از جمله نقش والدین، معلمان و کتابداران در عادت به مطالعه آن ها پرداختند. داده ها از طریق پرسشنامه و با حجم نمونه ۶۰۰ نفری از دانش آموزان ۱۰ مدرسه جمع آوری شده است. یافته ها نشان داد سطح سواد والدین، فقدان کتابخانه ها، کمبود کتابدارهای آموزش دیده، کمبود معلمان زبان و ابزار و منابع آموزش مهارت های تدریس و نهایتاً تأکید بیش از حد بر دروس مدرسه بر عادت مطالعه دانش آموزان تأثیرگذار است.

1. Eccles

2. wigfield

3. schiefele

4. Gottfried

5. Fleming

6. Ogunrombi & Adio

تحقیقات بورکوسکی و تورپ^۱ (۱۹۹۴) نیز نشان داده‌اند کودکان متعلق به خانواده‌های با وضعیت اجتماعی-اقتصادی پایین‌تر، معمولاً انگیزش و موفقیت تحصیلی کمتری را نشان می‌دهند و در معرض خطر بیشتری برای شکست در مدرسه و ترک تحصیل قرار دارند.

اساساً در مورد تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی بر عملکرد تحصیلی نیز تحلیل‌های متفاوتی به عمل آمده است. برخی اندیشمندان در این زمینه به تفسیرهای زیستی و ژنتیکی متوسل شده و معتقد هستند فقر اقتصادی با فقر ذاتی بنیادی در هوش و استعداد رابطه دارد؛ بنابراین زمانی که بهره‌مندی اعضا رده پایین جامعه از نظر هوش و استعداد اندک باشد دستاوردهای تحصیلی آنان نیز ضعیف خواهد بود. عده‌ای دیگر بیشتر به نقش والدین توجه دارند. به این معنا که معتقد هستند والدین در رده‌های پایین جامعه کمتر در شبکه‌های اجتماعی متعدد عضویت دارند و در محیط خانه در مورد موضوعات مختلف کمتر به بحث و گفتگو می‌پردازند؛ بنابراین به گفته بوردیو سرمایه فرهنگی یعنی استانداردهای سخن گفتن، اطلاعات، عادات، رویه‌ها و مهارت‌های فرهنگی آن‌ها نسبت به طبقات متوسط و بالا ضعیف‌تر است. از طرف دیگر احساس محرومیت و تبعیض بر تصویری که فرد از قابلیت‌ها و توانایی‌های خویش دارد تأثیر منفی می‌گذارد و در نهایت اعتماد به نفس و میل به پیشرفت را سرکوب می‌کند. محدودیت در دستیابی به منابع مادی، ساعات زیاد کار والدین، طلاق، ترک خانه، مهاجرت‌های شغلی و پایین بودن سطح سواد باعث می‌شود والدین نتوانند زمان کافی را صرف وضعیت تحصیلی فرزندان کنند. استانداردهای آموزشی مدارس که افراد متعلق به پایگاه پایین در آن به تحصیل می‌پردازند، ضعیف‌تر از مدارس دیگر است. والدین ثروتمند نه تنها فرزندان خود را در مدارس با معیارهای بالاتر ثبت نام می‌کنند و به این ترتیب، شانس آن‌ها را برای ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر و یافتن شغل مناسب افزایش می‌دهند، بلکه از قدرت و نفوذشان در جهت تصویب قوانینی استفاده می‌کنند که در جهت تثبیت منافع آن‌ها هست (بیدل، ۲۰۰۱: ۶-۱۷)؛ بنابراین، می‌توان گفت خرده‌فرهنگ فقر،

دسترسی ناکافی به منابع و ضعیف بودن نظام آموزشی باعث می‌شود که در اغلب موارد عملکرد تحصیلی افراد در پایگاه‌های مختلف از یکدیگر متفاوت باشد.

برخی اطلاعات موجود نشان می‌دهد که سوگیری سیاسی افراد در پایگاه‌های مختلف، متفاوت است. بر اساس برخی یافته‌ها افراد تحصیل کرده‌تر گرایش بیشتری به مشارکت در فعالیت‌های سیاسی دارند. در آمریکا میزان رأی دادن افرادی که در مدارج علمی بالا هستند، ۴۰ درصد بیش از آن‌هایی است که (۵ سال) کمتر درس خوانده‌اند (آرگیل، ۱۹۹۴: ۲۱۷).

یافته‌های تحقیقات دیگر بیانگر آن است که طبقه‌ی متوسط در مقایسه با طبقات پایین در فرایند رشد کودک، آزادی عمل بیشتری به او می‌دهند و محیط آسان‌گیری‌تری را برای او به وجود می‌آورند، کسانی که در طبقه‌ی بالا عضویت دارند بیشتر به سلامتی خود توجه دارند، بنابراین بیشتر عمر می‌کنند و در مقایسه با طبقات دیگر نرخ باروری آن‌ها کمتر است، در طبقه متوسط و رو به پایین به خاطر احساس محرومیت نسبی بروز اختلال‌های روان‌تنی بیش از طبقات دیگر است، طبقات پایین بیشتر اهل مطالعه هستند و ادبیات مهم‌تری را می‌خوانند و به وقایع اطراف خود بیشتر توجه دارند. باین وجود، یافته‌های به‌دست‌آمده از تحقیقات دیگر مخاطب را در یک وضعیت دوپهلوی قرار می‌دهد و تأیید‌پذیری نتایج به‌دست‌آمده و اتخاذ یک نتیجه‌گیری نهایی را دشوار می‌سازد (ریزمن و انگویتا^۱، ۱۳۸۳: ۲۰۷-۲۰۸).

جمع‌بندی پیشینه تجربی

همانطور که ملاحظه می‌شود، پژوهش‌های بسیاری بر ارتباط پایگاه اقتصادی-اجتماعی با سرمایه‌ی فرهنگی (مشخصاً کتاب‌خوانی) تأکید داشته‌اند که در پیش در دو بخش مطالعات داخلی و مطالعات خارجی مورد بحث واقع شد. بررسی مطالعات داخلی نشان می‌دهد که در اکثر تحقیقات صورت گرفته، تکیه‌ی اصلی بحث بر روی مطالعه کردن و نیز مطالعه نکردن و از سویی ساعات مطالعه در بین افراد بوده‌است که در نهایت آمار متناقضی نیز به چشم می‌خورد؛ هرچند، عموماً

آمار پائینی از میزان مطالعه ایرانی‌ها ارائه شده است.

مطالعه و فرهنگ کتاب‌خوانی یا در بعد کمی و یا کیفی آن مورد سنجش بوده است؛ در سطح کمی عموماً میزان ساعات مطالعه (روزانه، هفتگی، ماهانه) سنجش شده است اما در سطح کیفی، فرهنگ کتاب‌خوانی با مواردی همچون آگاهی از چگونگی مطالعه، امانت گرفتن کتاب از کتابخانه، نوع محتوای مورد مطالعه، استفاده از کتاب‌های آنلاین یا فضای مجازی برای مطالعه و مواردی از این دست بررسی شده‌اند.

در بحث از پایگاه اقتصادی_اجتماعی یا طبقه‌ی اجتماعی نیز شاخص‌ها متفاوت بوده‌اند؛ برخی از پژوهش‌ها این متغیر را در معنای حداکثری با سنجش ابعاد گوناگونی از مفهوم طبقه (همچون میزان تحصیلات فرد، میزان تحصیلات والدین، شغل فرد، میزان درآمد، محل سکونت، نوع مسکن و غیره) بررسی کرده‌اند و برخی از پژوهش‌ها مصادیق کمتری برای طبقه در نظر گرفته‌اند. همچنین، بعضاً می‌توان با تحقیقاتی مواجه شد که از پنداشت ذهنی فرد^۱ در راستای تعیین طبقه اجتماعی_اقتصادی استفاده کرده‌اند.^۲

از سوی دیگر، بیشتر این پژوهش‌ها در سطح توصیفی بوده و کمتر وارد قلمرو تبیینی شده‌اند؛ این یکی از دلایل اهمیت مطالعه موجود با محوریت بررسی رابطه پایگاه طبقاتی و کتاب‌خوانی خواهد بود. علاوه بر این، کمیت این مطالعات قطعاً کیفیت آن‌ها را تحت الشعاع قرار داده‌است؛ چراکه نظریه‌پردازی و استفاده از نظریه در تحقیقات تا حدودی کم‌رنگ است.

بعلاوه، مرور مطالعات تجربی صورت گرفته نشان‌دهنده تأثیر متفاوت متغیرهایی چون جنسیت، درآمد، تحصیلات، اشتغال و پایگاه اجتماعی_اقتصادی در جوامع مختلف است. به عبارت دیگر، متغیرهای مشابه در جوامع گوناگون تأثیر یکسانی ندارند. در واقع، نمی‌توان مدعی بود افزایش درآمد یا تحصیلات یا منزلت شغلی لزوماً به افزایش کتاب‌خوانی منجر می‌شود یا خیر و این موضوعی است

1. Self-Perception

۲. منظور این است که از فرد پرسیده‌اند او تصور می‌کند به کدام طبقه اقتصادی_اجتماعی تعلق دارد؟

که همچنان نیازمند مطالعات تجربی و تبیینی متعددی است. با این حال، به رغم مطالعات صورت گرفته در زمینه‌ی نحوه‌ی تأثیر متغیرهای مختلف در مصرف فرهنگی افراد در خارج از ایران، در داخل کشور با فقر مطالعاتی در این مورد روبرو هستیم.

در نهایت، عموم پژوهش‌های مرور شده از نوع کمی و پیمایشی بوده‌اند و جای خالی مطالعات از نوع تحلیل ثانوی در این موضوع در کشور احساس می‌شود که این پژوهش تا حدی به دنبال جبران این خلاء خواهد بود. این پژوهش، با تحلیل ثانوی داده‌های به دست آمده از پیمایش‌های ملی در زمینه‌ی رابطه پایگاه طبقاتی و مصرف فرهنگی (مشخصاً کتابخوانی) به دنبال افزودن بر غنای مفهومی این حیطه‌ی پژوهشی است.

مبانی نظری پژوهش

پایگاه اجتماعی-اقتصادی

نظریه پردازان کلاسیک مانند مارکس، در تعیین قشربندی جامعه بیشتر به عامل اقتصادی یعنی وضعیت فرد در ساختار تولید توجه داشته‌اند؛ اما اندیشمندان معاصر به تدریج متوجه نقش عوامل دیگر شده‌اند. برای مثال دارندورف در تمایز سطوح مختلف قشربندی جامعه به برخورداری‌های متفاوت از قدرت و اقتدار سیاسی، و بر به بهره‌مندی‌های متفاوت از منزلت اجتماعی، بورديو به نوع مصرف و سبک زندگی و گیدنز به آموزش و مهارت‌های اجتماعی تأکید نمودند (رجوع کنید به: گرب، ۱۳۸۱؛ باتامور، ۱۳۶۷؛ کمالی، ۱۳۷۹؛ لیپست و دیگران، ۱۳۸۱؛ بورگاتا و موتگومری^۱، ۲۰۰۰). تحول یادشده به معنای اذعان به این واقعیت است که قشربندی جامعه تحت تأثیر عوامل متعدد، پیچیده و به هم آمیخته شکل می‌گیرد. به این جهت در این پژوهش از اصطلاح پایگاه اجتماعی-اقتصادی^۲ استفاده می‌شود، با این فرض که واژه‌ی پایگاه از انعطاف مفهومی بیشتری برخوردار است

1. Borgatta & Montgomery

2. Socio-Economic Status

و غیر از بعد اقتصادی (درآمد و ثروت) بعد فرهنگی (تحصیلات) و بعد اجتماعی (منزلت شغلی) را نیز در برمی‌گیرد. امروزه طیف وسیعی از پژوهشگران هنگام مطالعه نظام قشربندی از اصطلاح پایگاه اجتماعی-اقتصادی استفاده می‌کنند (هیلر، ۱۹۶۹: ۱۳۲).

بالین وجود، در مورد معادل‌سازی اصطلاح (Socio-Economic Status) نیز توافق کافی وجود ندارد؛ زیرا در برخی منابع، کلمه‌ی (status) معادل «منزلت» یا «رتبه» تلقی شده است (لیست و دیگران، ۱۳۸۱: ۹۶). چلبی از جمله افرادی است که پایگاه را تقریباً معادل رتبه‌ی اجتماعی دانسته و معتقد است موضع اجتماعی فرد تحت تأثیر سرمایه‌ی مادی (میزان دسترسی به سرمایه مادی)، سرمایه‌ی سازمانی (میزان دسترسی به قدرت سازمانی)، منزلت (میزان دسترسی به تعهدات اجتماعی) و سرمایه فرهنگی (میزان دسترسی به منابع معرفتی) ساخته می‌شود (چلبی، ۱۳۸۵: ۲۰۷).

به همین ترتیب، در مورد این که پایگاه اجتماعی-اقتصادی چگونه بر گرایش‌ها و رفتار اشغال‌کنندگان خود تأثیر می‌گذارد نیز آراء متفاوتی وجود دارد؛ در میان جامعه‌شناسان کلاسیک، نخست مارکس به ارائه‌ی یک تبیین نظری برای پیدایش جامعه‌ی سرمایه‌داری و طبقه‌های گوناگون اندیشید. سپس، نظریه‌های امیل دورکیم درباره‌ی تقسیم‌کار، طبقه‌ها و قشرهای اجتماعی مطرح شد. در واقع باید تأکید شود که نظریات مارکس در نظریه‌های قشربندی اجتماعی پیشگام است و باورهای دورکیم و ماکس وبر، فقط واکنشی نسبت به نظریه‌های مارکس بوده است (لهسای زاده، ۱۳۷۴: ۱۹).

کارل مارکس

در واقع، طبقه و تحلیل طبقاتی یکی از شیوه‌های تحلیل نابرابری است. گرچه عمر مفهوم طبقه به پیش از کارل مارکس برمی‌گردد (گالینیکوس، ۱۳۸۳) اما تحلیل طبقاتی بیش از همه با مارکس شناخته می‌شود. برای مارکس، طبقات گروه‌هایی از اشخاص هستند که در سازمان تولید، عملکرد خاصی دارند؛ یعنی با

توجه به موقعیت خاص آن‌ها در نظم اقتصادی از یکدیگر متمایز می‌شوند و این طبقات درگیر تضادی دائمی با یکدیگرند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۷).

دغدغه اصلی کارل مارکس، صورت‌بندی مفهوم طبقه بود. مارکس در نظریه‌ی مدرنیزاسیونش، طبقه را تجلی تمایزهای ناشی از استقرار مناسبات تولیدی متفاوت در هر عصر و دوره‌ای می‌داند. این مناسبات تولیدی دایره‌ای از اهداف، منافع و انگیزه‌ها را در گروه‌های متفاوت مردم و در نسبت‌های مختلفی که آن‌ها با این مناسبات برقرار می‌کنند شکل می‌دهد. مارکس به پژوهش‌هایی در باب خصوصیات طبقات مختلف اجتماعی در جامعه‌ی سرمایه‌داری دست‌زده است (ر.ک به مارکس، ۱۳۷۷ و مارکس و دیگران، ۱۳۸۵).

وی در رابطه با پیدایش سرمایه‌داری بیان می‌کند که در قرون وسطی، دو تقسیم‌کار بزرگ در جامعه به وجود آمد؛ یکی تقسیم بین شهر و روستا بود که جدا شدن سرمایه از دارایی ارضی را نشان می‌داد و دومین تقسیم‌کار در شهرها و با تشکیل صنف‌ها باهدف جهت‌دهی و رقابت و کنترل کار به وجود آمدند؛ یعنی از دارایی در شکل نوین شهری آن نگهداری می‌کردند. در نتیجه‌ی گسترش خرید و فروش، ارتباط و تماس میان شهرها اهمیت بیشتری پیدا کرد. ارتباط میان شهرها به صورت متقابل و تخصصی شکل گرفت که منجر به پیدایش تقسیم‌کار شد. به همین خاطر و همراه با تمرکز جمعیت در نواحی شهری، دسترسی به سرمایه متحرک در شکل نقدینه و وجود ماشین‌های پیشرفته، زمینه‌ی گسترش تولید کارگاهی و پدیدآوری «صنعت بزرگ» را فراهم آورد (لهسایی زاده، ۱۳۷۴: ۲۰-۲۱). این امر منجر به دوطبقه شدن جامعه شد: صاحبان ابزار تولید و کارگران.

به عبارت دیگر از نظر مارکس درون هر نظام اجتماعی، شیوه‌ای برای تولید اشیاء وجود دارد. هر شیوه‌ی تولیدی از دو قسمت تشکیل شده است: «نیروهای مولد» و «روابط تولیدی». در همه‌ی جوامع، نیروهای مولد بر پایه‌ی روابط تولیدی استقرار یافته و حفظ می‌شوند. آنان که صاحب وسایل تولید هستند، طبقه‌ی چیره و قوی را تشکیل می‌دهند و کسانی که مالک وسایل تولید نیستند، طبقه‌ی زیر سلطه به شمار می‌آیند؛ اما به مرور زمان، بر اساس پیشرفت فناوری، تغییر شیوه‌ی

سازمان‌دهی تولید و یا هردوی آن‌ها، شیوه‌های نوینی برای تولید اشیای طراحی و پیاده می‌شود. سررشته‌ی این نیروهای مولد در دست طبقه‌ی نوین بوده و در مخالفت با روابط تولیدی قرار می‌گیرند. در درازمدت، تنش میان این طبقه‌های مخالف به صورت تضادی انقلابی درمی‌آید.

در همین راستا، مارکس معتقد بود که افراد در طبقات بالای اجتماعی از آگاهی طبقاتی بالاتری برخوردار هستند. چرا که ارزش کار نزد مارکس به دلیل قدرت تجلی ساز انسانیت و خلاقیت بشر بود. به زعم وی، روابط تولیدی حاکم بر نظام سرمایه‌داری نه تنها به خلق چنین کارکردی اشتغال ندارند، بلکه به دلیل نوع روابط انسانی چرخه تولید و جدایی منتج از فرآیند تولید، کار در نظام سرمایه‌داری موجب بیگانگی و غریبگی انسان‌ها از یکدیگر می‌گردد. لذا برای کارگران کارخانه به جای نقش بالندگی آن‌ها نوعی روند بی‌معنایی و بی‌محتوایی است (مارکس، ۱۳۸۵). بر اساس ایده مارکس می‌توان نتیجه گرفت از آن‌رو که کارگران ضعیف‌ترین اقشار جامعه هستند و به نوعی با مسئله از خود بیگانگی مواجه هستند، در بسیاری از موارد رفتارهای فرهنگی آن‌ها ضعیف باشد و بیشتر امرار معاش برای آن‌ها مسئله باشد. بر این اساس می‌توان انتظار داشت، پایگاه اجتماعی_اقتصادی تعیین‌کننده فرهنگ مصرف کتاب در میان اقشار اجتماعی مختلف باشد.

امیل دورکیم

دورکیم دگرگونی جامعه را به سوی پیچیدگی بیشتر، توجه به تقسیم کار و پیشروی از همبستگی مکانیکی به همبستگی ارگانیکی می‌دید و جوامع صنعتی کنونی را در اوج تقسیم کار اجتماعی، تفکیک اجتماعی و تخصصی شدن می‌دانست. نظریه‌ی جامعه‌ی صنعتی دورکیم، برداشت دیگری از تعارض طبقاتی و دگرگونی اجتماعی عصر نوین در برابر نظریه‌ی مارکس است (لهسای زاده، ۱۳۷۴: ۲۸).

به‌طور کلی دورکیم در نظریاتش به این نتیجه می‌رسد که همبستگی ارگانیکی، عدالت اجتماعی و برابری موقعیت‌ها را مفروض می‌شمارد؛ تا آنجا که بدون آن‌ها نمی‌توان «به‌طور عادی» رفتار کرد. جوامعی که در آن‌ها همبستگی مکانیکی چیره بود، به‌طور کلی، برحسب «نابرابری‌های بیرونی» سازمان‌یافته بودند. منظور

دورکیم از این اصطلاح، نابرابری‌هایی است که از شرایط اجتماعی زایش فرد ناشی می‌شوند؛ مانند امتیاز اشرافیت و انتقال موروثی مالکیت خصوصی. در همبستگی ارگانیک، تنها اصلی که بر توزیع اجتماعی و مادی پاداش‌ها، حاکم و با نظام اخلاقی نوین سازگار است، «نابرابری‌های درونی» است؛ یعنی تفاوت استعدادها و قابلیت‌های افراد (گیدنز، ۱۳۶۳).

بنابراین، دورکیم همبستگی اجتماعی جامعه مدرن را ناشی از تقسیم کار اجتماعی می‌داند و از آن به دلیل قدرت بازگرداندن همبستگی از دست‌رفته دوران مدرن، به‌عنوان یک امر اخلاقی یاد می‌کند. فردگرایی افراطی و فقدان مشارکت، شاخصی برای عدم انسجام اجتماعی جامعه مدرن است که دورکیم امیدوار است با تقسیم کار اجتماعی و با استفاده از نیروی سازمان‌های شغلی و حرفه‌ای این انسجام اجتماعی به جوامع مدرن بازگردد (دورکیم، ۱۳۸۷). اگرچه در روابط حاصل از تقسیم کار و ایجاد فرصت اشتغال، هر فرد تنها بخشی از شخصیت دیگران را می‌شناسد، ولی از طرف دیگر، فعالیت در بازار کار سبب افزایش سرمایه اجتماعی افراد می‌گردد و از این طریق پیوندهای بین گروهی تقویت می‌شود (ناطق‌پور و فیروزآبادی، ۱۳۸۴). بنابراین می‌توان انتظار داشت بسیاری از رفتارهای افراد تحت تأثیر مشارکت اجتماعی و اقتصادی آنان باشد و از این‌رو می‌توان رفتاری چون کتاب‌خوانی و مصارف فرهنگی را با پایگاه اجتماعی_اقتصادی افراد مرتبط دانست.

ماکس وبر

در بین دیدگاه‌های قشربندی دیدگاه وبر نیز مناسب تشخیص داده شد؛ چراکه با توجه به ویژگی جامعه ایران که بسیاری از متخصصان قائل به وجود طبقه در معنای مارکسیستی آن نیستند، نگاه چندبعدی ماکس وبر ابعاد بیشتری را برای تشخیص قشر افراد فراهم می‌آورد.

انگاره وبری برخلاف انگاره مارکسی بر این عقیده استوار است که نفع اقتصادی تنها تعیین‌کننده‌ی قشربندی اجتماعی نیست و جامعه فقط بر اساس این مقوله قشربندی نمی‌شود. ماکس وبر سپس با ساخت تیپ‌های ایده‌آل به تمایز تحلیل میان ابعاد اقتصادی_اجتماعی و سیاسی می‌پردازد. بعد اقتصادی در طبقه و بعد اجتماعی

در منزلت و بعد سیاسی در حزب یا ساخت قدرت سیاسی متجلی می‌شوند. هر یک از این ابعاد سه‌گانه از نظر تحلیلی دارای قشربندی خاص خود هست، حال آنکه در واقعیت اجتماعی با یکدیگر تلفیق شده، نظام حقیقی و واقعی قشربندی اجتماعی را در یک جامعه بخصوص پدید می‌آورند (اشرف، ۱۳۷۲: ۳۰).

در واقع وبر در بازنگری نظریه قشربندی اجتماعی مارکس سعی کرد میان مالکیت، قدرت و منزلت تمایز قائل شود. از نظر او این سه مفهوم با وجود وابستگی متقابلشان، سه بنیان متفاوت دارند که بر روی آن‌ها، نظام قشربندی اجتماعی در هر جامعه‌ای استوار شده است. از نظر وبر، تفاوت در برخورداری از مالکیت اموال منشاء طبقه‌بندی اجتماعی است (در این مورد وبر همسو با مارکس است) و تقسیم نابرابر قدرت و شکل‌گیری احزاب سیاسی و درجات متفاوت منزلت منشاء پیدایش پایگاه‌های اجتماعی است (قاسمی و صمیم، ۱۳۸۷: ۸۵).

از نظر مارکس وبر نفع اقتصادی تنها تعیین‌کننده طبقه اجتماعی است، اما جامعه فقط بر این اساس قشربندی نمی‌شود. مفهوم محوری در دیدگاه او «قدرت» در معنای اجتماعی آن هست و به نوعی سه عامل اصلی قشربندی از لحاظ قدرت بخشیدن به افراد و گروه‌ها قشربندی را ایجاد می‌کنند. مفاهیم طبقه، گروه منزلتی و حزب از بنیان‌های جداگانه‌ای ناشی می‌شوند که توسط آن افراد یا گروه‌ها، صاحب «قدرت» بیشتری شده و در نتیجه امتیازات بیشتری را به خود تخصیص می‌دهند. هرکدام از سه نظام اقتصادی، منزلتی و امتیازات سیاسی، جنبه‌های متمایزی از ترکیب نیروهایی می‌باشند که در ساختار اجتماعی عمل کرده و به نابرابری‌ها شکل می‌بخشند؛ اما لزوماً نباید که بین این سه نظام رابطه‌ی کاملی وجود داشته باشد گرچه که در واقعیت این منابع و خاصه مالکیت‌داری با پرستیژ و منزلت افراد گره‌خورده است (وبر، ۱۹۶۸: ۸۵).

گروه‌های منزلتی بر خلاف طبقات نوعی جماعت هستند، اما جماعتی بی‌شکل. برای ایجاد تمایز میان موقعیت طبقاتی که منحصرأ از طریق اقتصاد تعیین می‌شود، هر جزء از سرنوشت انسان‌ها که از طریق ارزیابی مثبت یا منفی از حیثیت اجتماعی تعیین می‌شود، موقعیت منزلتی نامیده می‌شود. حیثیت اجتماعی ممکن است با

هر نوع کیفیت مشترک بین یک گروه و البته با موقعیت طبقاتی ارتباط داشته باشد. تمایزهای طبقاتی به شکل‌های بسیار متنوع با تمایزهای منزلتی ارتباط دارند. دارایی همیشه شرطی لازم برای منزلت به شمار نمی‌آید؛ اما در بلندمدت با نظمی خارق‌العاده چنین کیفیتی پیدا می‌کند. افراد نادار و دارا ممکن است به گروه منزلتی یکسانی تعلق داشته باشند که غالباً این وضع پیامدهای بسیار ملموسی دارد (وبر، ۱۳۸۷: ۲۱۴).

وبر به بررسی رابطه میان طبقه‌ی اجتماعی افراد و نحوه‌ی مصرف که شکل‌دهنده‌ی سبک زندگی افراد است مثل مطالعه‌ی کتاب پرداخته است. وی تأکید کرده است که الگوهای مصرف افراد، عامل مهمی در طبقه‌بندی انسان‌ها در گروه‌های منزلتی است. وبر تکیه خود را بر برداشت ذهنی افراد از طبقه‌ی اجتماعی که بر اساس الگوهای مصرف قابل‌شناسایی و تحلیل است، قرار می‌دهد (تیبیا، ۱۳۸۸). وبر (۱۳۸۷: ۲۱۹)، نقش تعیین‌کننده سبک زندگی در حیثیت منزلتی را به این معنی می‌داند که گروه‌های منزلتی حاملان ویژه میثاق‌ها هستند. هرگونه سبک بخشیدن به زندگی به هر شکلی که متجلی شود یا از درون گروه‌های منزلتی ریشه می‌گیرد و یا به وسیله آن‌ها تداوم می‌یابد.

در نظر وبر مصرف‌فرایندی است شامل کردارهای اجتماعی و فرهنگی متفاوت که بیان‌کننده تفاوت‌های میان گروه‌های اجتماعی و فرهنگی مختلف که بیان‌کننده تفاوت‌های میان گروه‌های اجتماعی است و فقط ناشی از عوامل اقتصادی نیست (فاضلی، ۱۳۸۲: ۲۸). کسی که به‌واسطه سرمایه فرهنگی منزلت دارد، می‌تواند خود را از الزامات زندگی روزمره جدا کند و نوعی گزینش دلخواه در عرصه فرهنگ داشته باشد؛ بنابراین انتخاب‌ها و در نتیجه مصارف خصوصاً فرهنگی افراد در دیدگاه او مستقیماً تحت تأثیر سرمایه فرهنگی هست (آقااحمدی و همکاران، ۱۳۹۲). در نظر وبر افرادی که سبک زندگی مشابهی دارند، نوعی انسجام گروهی را که ناشی از شباهت در رفتار و الگوی مصرف است، تجربه می‌کنند؛ بنابراین، مشهود است که چگونه از منزلت به‌عنوان بعدی از ابعاد قشر به سبک زندگی و در نهایت به نوع انتخاب‌ها در مصرف رسیده و بین آن‌ها ارتباط

برقرار می‌کند.

پیر بوردیو

بوردیو در کتاب «تمایز» خود کوشید تا الگوی وبر از قشر بندی اجتماعی به ویژه ارتباط میان «طبقه» و «پایگاه» را دوباره تبیین کند. وی برای انجام این کار، شروع به طرح ریزی مراحل اولیه الگوی سبک‌های زندگی طبقاتی کرد؛ به تمایز میان بورژوازی (طبقه برتر)، خرده‌بورژوازی و طبقه کارگر پرداخته و در خصوص آن‌ها اظهار نظر کرد (بوردیو، ۱۳۹۰). موضع کلی وی در قبال مقوله‌ی مصرف با این عبارت از کتابش که اقتصاد جدید، طالب دنیایی اجتماعی است که در آن مردم به همان اندازه که بر اساس ظرفیتشان در «تولید» ارزیابی می‌شوند، برحسب ظرفیتشان در «مصرف» نیز ارزیابی خواهند شد. وی می‌خواهد معلوم کند که گروه‌های فرادست و فرودست طبقات متوسط درگیر مبارزه‌ای بی‌پایان اما ملایم برای تثبیت هویت، ارزش و موقعیت اجتماعی خود هستند. مصرف و خصوصاً مصرف فرهنگی ابزاری برای تولید فرهنگی، مشروعیت سازی و مبارزه در فضای اجتماعی است. مصرف چیزی بیش از برآوردن خواسته‌های زیستی است. ارزش‌ها، نشانه‌ها و نمادها، فعالانه درگیر «تولید» و «بازتولید» ساختارهای اجتماعی هستند. طبقات مسلط این قابلیت را دارند که شیوه‌ی زیستن خود را به‌عنوان فرهیختگی، مشروعیت بخشند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۳).

بوردیو نشان داد که علاوه بر محدودیت‌های مالی و منابع اقتصادی، ساختار دیگری وجود دارد که مصرف (خصوصاً مصرف فرهنگی) را محدود می‌کند. دیدگاه او، برتری معرفت‌شناختی را به شرایط عینی می‌دهد، نه بر فهم ذهنی. البته وی می‌خواهد هر دو را مهم در نظر بگیرد. سبک زندگی تحت نفوذ قوی ساختار (فرصت زندگی) بر روی منش است که انتخاب‌های سبک زندگی از آن مشتق می‌شود. انتخاب و مشارکت در یک سبک زندگی ویژه، تحت تأثیر فرصت‌های زندگی است؛ و این درست همان چیزی است که قبلاً و بر به آن اشاره کرده بود؛ بنابراین کار بوردیو نشان می‌دهد که انتخاب‌های سبک زندگی نه تنها محدود می‌شوند، بلکه حتی به‌وسیله فرصت‌های زندگی نیز شکل می‌گیرند

(ویلیامز^۱، ۱۹۹۵: ۵۸۰-۵۸۵). نظام قریحه‌های برآمده از منش‌های طبقاتی نیز بر تعیین نوع و میزان مصرف مؤثرند. مفهوم قشر در نظر بورديو تابعی از برخورداری از سرمایه‌های گوناگون است که خود این سرمایه‌ها ابعاد گوناگونی را در برمی‌گیرند از جمله فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی که از نگاه تک‌بعدی به قشر جلوگیری می‌کند. میزان برخورداری از این سرمایه‌ها سبک زندگی مشابه و درازمدت عادات پایدار، یا «ذائقه» خاص را ایجاد می‌کند که نوع انتخاب‌ها و درنهایت مصرف افراد را شکل می‌دهد؛ بنابراین در دیدگاه او مفهوم ذائقه مفهوم کلیدی و میانی ارتباط قشر و مصرف هست (آقااحمدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴).

بورديو که کارش را با عنوان ساختارگرایی ساخت‌گرایانه یا ساختارگرایی تکوینی آغاز کرده بود، در بحث از طبقه به ذائقه و عادات اشاره می‌کند و آن‌ها را در ارتباط با فرهنگ طبقاتی موردبررسی قرار می‌دهد. وی به دنبال ارائه یک تئوری عملی درباره‌ی ذائقه بود. ذائقه به نظر او الگوهای فرهنگی گزینشی و ترجیحی است که به‌وسیله‌ی گروه‌هایی از افراد که در سیستم قشربندی اجتماعی جایگاه یکسانی دارند بکار گرفته می‌شود تا اینکه جایگاه خود را در سیستم تقویت کنند (اسلتر^۲، ۱۹۹۷). ذائقه در نظر بورديو آن‌چنان اهمیتی دارد که آن را محور اصلی تمایزات طبقاتی قرار می‌دهد، دیگر مفسران، تفاوت‌های واقعی بین افراد از لحاظ مصرف جنسیتی، طبقه، نژاد، گروه‌های قومی و اجزای ضروری را در ایجاد هویت مؤثر می‌دانند (لنهان^۳، ۱۹۹۴).

ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند؛ در نتیجه «سبک زندگی محصول نظام‌مند منش است که از خلال رابطه‌ی دوجانبه خود با رویه‌های منش درك می‌شود و تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ی جامعه‌ای مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. مثلاً به‌عنوان، قابل احترام، ننگ آور و ...». چنانچه بورديو در عبارت فوق نیز اشاره می‌کند

1. Williams

2. Slater

3. Lenehan

مصرف به‌منزله‌ی نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است که کارکردهایی چون تمایز‌گذاری اجتماعی دارد که البته به نظر بوردیو معنایش از همین تفاوت و تمایز ناشی می‌شود و چیزی جز آن نیست. در بحث بوردیو مصرف همانند پاسخ به نیازهای زیستی مطرح نمی‌شود، بلکه مصرف به‌منزله‌ی استفاده از نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است که البته خود این نشانه‌ها و نمادها از خلال فرایند مصرف تولید می‌شوند. از این رو، مصرف در اندیشه‌ی بوردیو، صرفاً یک متغیر وابسته نیست (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۲). به عبارتی دقیق‌تر، سبک زندگی متأثر از ذائقه و ذائقه پیامد منش و منش نیز محصول جایگاه فرد در ساختارهای عینی اجتماعی است. جایگاه فرد در ساختار اجتماعی که مشخص‌کننده‌ی میزان بهره‌مندی وی از انواع سرمایه است، منش وی را شکل می‌دهد و منش نیز مولد دو نوع نظام است؛ یک نظامی از رویه‌های ادراک و ارزیابی، یعنی همان ذائقه و دیگری نظامی از رویه‌های ایجادکننده‌ی اعمال قابل طبقه‌بندی که تعامل این دو نظام سبک زندگی را ایجاد می‌کند؛ اما این یک طرف رابطه است؛ زیرا سبک زندگی و فرآیندهای مصرفی به‌منزله‌ی تجلی آن، هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی شده است و هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی‌کننده. در نتیجه فرآیندهای مصرفی خود به‌منزله‌ی متغیری مستقل نیز در ایجاد سلسله‌مراتب اجتماعی مطرح هستند (همان).

در ادامه بوردیو با نشان دادن اینکه سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و ازجمله تجربه‌ی آموزش رسمی هستند و بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و بازتولید آن را تحلیل می‌کند. آموزش رسمی است که گرایش‌هایی پایدار برای ایجاد الگوهای مصرف خاص پدید می‌آورد، زیرا مصرف‌کننده شدن نیازمند به وجود آوردن ناخودآگاه و ذخیره‌ی مناسبی از نمادهای فرهنگی است و صرفاً فرایندی زیست‌شناختی نیست. بوردیو منش را مجموعه‌ای از تمایلات پایدار، طرح‌واره‌هایی از ادراک و ارزش‌گذاری و کنش می‌داند که افراد را قادر می‌سازد تا در چارچوب محدودیت‌های ساختاری استراتژی‌های مناسب و بی‌شماری را ارائه دهند. عمده‌ترین میراث اندیشه‌ی

بورديو برای جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قریح و مصرف فرهنگی است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۵-۴۶) و در ذیل بدان‌ها پرداخته شده است:

بورديو سرمایه را به چهار نوع تقسیم کرده و عنوان می‌کند که طبقه اجتماعی بر اساس این سرمایه‌ها شکل گرفته و مشخص می‌شود. انواع سرمایه از نظر بورديو عبارت‌اند از: ۱- سرمایه اقتصادی: یا دارایی تولیدی از قبیل پول و هر چیز مادی که می‌تواند در تولید کالاها و خدمات به کار گرفته شود. ۲- سرمایه اجتماعی: یا موقعیت و شرایط فرد در گروه و رابطه فرد در شبکه اجتماعی. ۳- سرمایه فرهنگی: مهارت‌های غیررسمی در بین اشخاص، عادات، سبک زندگی، وضعیت تحصیلی، ذائقه و زبان. ۴- سرمایه نمادین: با استفاده از نمادها برای مشروع جلوه دادن تعلق به سطوح متفاوت اجتماعی (ترنر، ۱۹۹۸). او در تحلیل طبقه، به عملکردهای طبقاتی که دربرگیرنده ذائقه غذا، لباس، سبک منزل، اشکال‌گزینش زندگی، دست‌بندی خانواده‌ها بر اساس اقتصاد و سیاست هستند تأکید دارد. پس بر اساس این تقسیم‌بندی‌ها سه طبقه اجتماعی در جامعه معین می‌کند:

۱- طبقه‌ی بالا: که به نظر بورديو از چهار نوع سرمایه اقتصادی، اجتماعی، نمادین و فرهنگی در سطح بالایی برخوردار است. این طبقه را به سه گروه تقسیم می‌کند. الف) اقلیت مسلط: این دسته سرمایه اقتصادی بالایی دارند و به‌واسطه آن می‌توانند سرمایه‌های دیگر را کسب کنند. این گروه را سرمایه‌داران کلاسیک یا بورژواها شکل می‌دهند. ب) اقلیت واسط: نسبت به اقلیت مسلط سرمایه اقتصادی کمتری دارند و این سرمایه در ارتباط با سطح تعدیل یافته سرمایه‌های اجتماعی، نمادین و فرهنگی قرار دارد. افرادی که دارای مشاغل باصلاحیت همچون مناصب سیاسی هستند در این رده قرار دارند. ج) اقلیت تحت سلطه: این دسته در مقایسه با موارد بالا، سرمایه اقتصادی اندک و سرمایه نمادین و فرهنگی بالایی دارند. در این رده هنرمندان، روشنفکران، نویسندگان و دیگر کسانی قرار دارند که منابع فرهنگی را که در جامعه ارزشمند هستند به خود اختصاص می‌دهند.

۲- طبقه متوسط: این طبقه سطح تعدیل یافته‌ای از همه سرمایه‌ها را در اختیار

دارد و شامل سه خرده طبقه است. الف) اقلیت مسلط: سرمایه اقتصادی بالایی دارند ولی اگر آن را با هم رده خود در طبقه بالا مقایسه کنیم سرمایه اقتصادی کمی نسبت به آن‌ها دارند. در این رده تجار کوچک قرار می‌گیرند. اقلیت واسط: سرمایه اقتصادی، فرهنگی و نمادین کمتری نسبت به اقلیت واسط طبقه بالا دارند. این دسته را کارکنان اداری تشکیل می‌دهند. ج) اقلیت تحت سلطه: سرمایه اقتصادی کمی دارند و یا حتی ندارند ولی سرمایه فرهنگی و نمادین بالایی دارند؛ مانند کارکنان آموزشی، معلمان و دیگر افراد شاغل در تعلیم و تربیت که درآمد پایینی دارند.

۳- طبقه پایین: که سطح پایینی از همه‌ی انواع سرمایه‌ها را در اختیار دارد و به سه گروه تقسیم می‌شوند. الف) اقلیت مسلط: این گروه در میان اقلیت‌های طبقه پایین سرمایه اقتصادی بالایی دارند و شامل کارگران یدی ماهر می‌شود. ب) اقلیت واسط: مقدار کمتری از سرمایه‌های اقتصادی و دیگر سرمایه‌ها را در اختیار دارند. این دسته را کارگران نیمه ماهر در برمی‌گیرند. ج) اقلیت تحت سلطه: مقدار خیلی کمتری از سرمایه اقتصادی و اندکی نیز سرمایه نمادین در شکل ایدئولوژیک دارند، کارگران ساده و فقیران در این سطح قرار می‌گیرند (ترنر، ۱۹۹۸).

نکته مهم اینجاست که برحسب حجم و ترکیب دو نوع مهم از سرمایه که سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی را شامل می‌شود، می‌توان گروه‌های اجتماعی را در فضاهای اجتماعی جای داد. در حقیقت بورديو دو چیز متفاوت یکی فضای موقعیت‌های اجتماعی و دیگری فضای سبک‌های زندگی را در نظر می‌گیرد و همانند دو نقشه‌ی اجتماعی آن‌ها را روی هم قرار می‌دهد. این امر به ما این امکان را می‌دهد تا ببینیم که چگونه انواع خاصی از سبک‌های زندگی مشخص کننده‌ی انواع خاصی از گروه‌های اجتماعی است (کریگان، ۲۰۰۶: ۲۷).

او دسته‌بندی‌های طبقاتی را به‌طور تجربی و بر اساس پایگاه شغلی و استخدامی تعریف می‌کند. البته، سبک‌های زندگی با توجه به اینکه بخش‌های تشکیل دهنده‌ی آن‌ها در طیف وسیعی از حوزه‌ها پراکنده شده‌اند، به این آسانی

قابل شناخت نیستند. جنکینز نوعی «دور» را در شیوه بورديو در عملیاتی کردن متغیرهایش شناسایی می کند، به طوری که با وجود این شیوه، دیگر جای چندان تعجبی نیست که دسته بندی های طبقاتی مختلف، سبک های زندگی مجزا را از خود نشان می دهند. وی در عوض خاطر نشان می سازد که هویت های سبک زندگی شاید بر مبنای الگوهای تعامل اجتماعی یا هویت یابی خویش تخصیص داده شده باشند (جنکینز، ۱۳۹۶).

در نظریه ی بورديو، سبک زندگی که شامل اعمال طبقه بندی شده و طبقه بندی کننده ی فرد در عرصه هایی چون تقسیم ساعات شبانه روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه های معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت یافته و تجسم یافته ی ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک های زندگی، شیوه های مصرف عاملان اجتماعی ای است که دارای رتبه بندی های مختلفی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی اند. این شیوه های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله مراتبی است (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶). اما همانطور که گفته شد، مصرف صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز هست. از نظر بورديو خواست افراد و گروه ها برای تمایز گذاری یعنی خواست برخورداری از یک هویت اجتماعی خاص که هستی اجتماعی شخص یا گروه را ممکن می سازد (بونویتز، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

تمایزات اجتماعی در مجموعه ی متنوعی از اعمال و رفتارهایی قابل مشاهده هستند که در چارچوب سبک زندگی قرار می گیرند. او بر نقش مصرف در بروز تمایزات اجتماعی تأکید دارد. به همین خاطر می توان مصرف فرهنگی را با پایگاه اجتماعی افراد مرتبط دانست. طبقه ی بالا اولویت خود را با دسترسی به فرهنگ بالا و مصرف زیاد نشان می دهند. مصرف از نظر او پاسخ به نیازهای زیستی نیست بلکه به صورت فعال درگیر نشانه ها، نمادها و روش هایی است که برای جدا ساختن گروه های اجتماعی از هم به کار می رود (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۱۵). افرادی که به گروه های منزلی بالا تعلق دارند، به سرمایه ی فرهنگی بیشتری نسبت

به افرادی با پایگاه اجتماعی پایین دسترسی دارند. سطح تحصیلات، پیشینه‌ی خانوادگی و در کل فرآیند اجتماعی‌شان مهمترین پیش‌بینی‌کننده‌ی مصرف فرهنگی هستند. وی معتقد است که مصرف متضمن نشانه‌ها، نمادها، ایده‌ها و ارزش‌هاست. بورديو مبارزه را برای شناسایی، بعدی اساسی در کل حیات می‌داند. همچنین، همه رسوم و نمادهای فرهنگی و سبک لباس و ... دربرگیرنده‌ی منافع هستند و کارکرد آن‌ها افزایش تمایزات اجتماعی است (ترنر، ۱۹۹۸: ۵۶).

مفهوم دیگری که بورديو به کار می‌برد و برای درك طبقه ضروری است عادت‌واره است. خصلت (عادت‌واره) مفهوم مرکزی تفکر بورديو است؛ این مفهوم با بار نظری فراوانی که دارد، به‌طور توأمان با مفهوم میدان گره‌خورده است. او می‌نویسد: عادات شرطی شده مربوط به دسته خاصی از شرایط زندگی، خصلت‌ها را به وجود می‌آورند که همانا نظام‌های رغبت‌های پایدار و قابل انتقال هستند. بورديو خصلت را با عبارت ساختار ساختار بخش یا اصل زایایی تعریف می‌کند. خصلت، تولیدکننده کنش‌هاست درحالی که خود محصول مشروط شدن تاریخی و اجتماعی است ولی نه به معنای کاملاً جبری آن؛ خصلت به‌طور غیر مکانیکی، به رفتارهای عیناً مطابق با منطق میدان اجتماعی مربوطه شکل می‌دهد، بدین ترتیب این رفتارها جواز خود را از این منطق می‌گیرند و بنابراین با توجه به همین منطق محدود می‌شوند.

بورديو بر جنبه‌ی جسمانی شده خصلت‌ها تأکید می‌ورزد. خصلت‌هایی که بر جسم‌ها، ژست‌ها، حالت‌ها، بعضی جنبه‌های مشروط شدن اجتماعی که در نظر عاملان «طبیعی» جلوه می‌کنند و عاملان، آن‌ها را جز با خصلت «طبیعی» خود در نمی‌یابند، نمود پیدا می‌کنند. نظریه‌ی خصلت شامل آن دسته کنش‌هایی است که با دسته کنش‌های عقلی‌نگرانه (محاسبه عقلانی) تبیین پذیر نیست: عاملان به خاطر خصلت‌هایی که دارند، به‌خودی‌خود انتخاب‌های خود را محدود می‌کنند، بی‌آنکه نیازی به محاسبه برای این کار داشته باشند؛ الزاماتی که در تصمیم‌گیری بر آن‌ها سنگینی می‌کند به نظرشان نمی‌آیند، بورديو این فراموشی تاریخ، شهره طبیعی نمایاندن مشروط شدگی را «ناخودآگاه» می‌خواند. خصلت به ما امکان می‌دهد

«به‌طور طبیعی» (طبیعی اکتسابی) در میدانی معین بی‌آنکه نیازی به تفکر درباره همه اعمال و حرکات خود داشته باشیم، زندگی کنیم. خصلت به ما امکان می‌دهد بار محاسبه و اندیشه را «اقتصادی» کنیم.

به این ترتیب می‌بینیم که مفهوم خصلت جز دسته‌ای از اعمال ما، البته بیشترین تعداد و بارزترین آن‌ها در زندگی اجتماعی را، آن‌هایی که نه زیر فشار ماشینی علت‌های بیرونی قرار دارند و نه اندیشیده یا محاسبه‌شده‌اند، شامل نمی‌شود. سرانجام، خصلت فقط یک پایه‌ی کنش نیست، بلکه طرح‌واره‌هایی دسته‌بندی و ادراکی مطابق با نظم اجتماعی را فراهم می‌آورد، طرح‌واره‌هایی که در همین نظم درونی شده‌اند. خصلت پایه‌ی ساختارهای ذهنی یا شناختی مسلط در میدان معین است. بورديو معتقد است که عاملین اجتماعی تحت تأثیر تجربیات گذشته دارای عادت‌واره‌هایی هستند که به نظام‌های بینش، سلیقه و قضاوت مربوط می‌شود و آن‌ها را قادر به انجام اعمال روزانه تحت تأثیر دانش عملی می‌سازد؛ یعنی از طریق عادت‌واره می‌توانند به شرایط اجتماعی پاسخ داده و محرک‌های مرسوم عمل را مورد استفاده قرار دهند. در اینجا محاسبه نتایج یا انتخاب عقلانی ابزار به کار گرفته‌شده وجود ندارد اما عمل‌کننده در چارچوب محدودیت‌های ساختی به شکل بی‌نهایت عمل می‌کند و ممکن است استراتژی‌های جدید نیز به کار گرفته شود. به عبارت دیگر، گرایش‌های خاصی در وجود عامل از طریق تجربیات گذشته هست که او را قادر می‌سازد آن‌گونه که باید و شایسته است عمل کند و این بعد به‌طور مستقیم مربوط به تربیت طبقاتی او می‌شود (بورديو، ۱۳۹۰).

به نظر بورديو به ازای هر سطح از موقعیت‌ها، سطحی از عادات‌واره‌ها وجود دارد که بر اثر شرایط اجتماعی مناسب با آن به وجود می‌آید و توسط این عادت‌واره‌ها و ظرفیت تکثیرکننده آن‌ها، مجموعه‌ی انتظام یافته‌ای از ثروت و خصلت‌ها به وجود می‌آورد که در درون خود از یک وحدت اسلوب برخوردارند. یکی از کارکردهای مفهوم عادت‌واره این است که از وحدت اسلوبی که اعمال و اموال یک عامل اجتماعی منفرد و یا یک طبقه از عاملان را یکسان می‌کند، خبر می‌دهد. عادت‌واره‌ها اصول تکثیرگر رفتارهای متمایز و متمایزکننده‌اند؛ اما عادت‌واره‌ها

علاوه بر این، الگوهای طبقه‌بندی کننده، اصول طبقه‌بندی، اصول نگرش و تقسیم‌بندی بر اساس نگرش‌ها و سلیقه‌های مختلف نیز هستند. عادت‌واره‌ها میان آنچه خوب است و آنچه بد است، میان آنچه ممتاز است و آنچه معمولی است و... تفاوت می‌گذارند، نکته اصلی این است که این موارد نزد افراد و طبقات متفاوت یکسان نیست (بورديو، ۱۳۸۰).

به همین خاطر در نظر بورديو سبک زندگی محصول عادت‌واره‌هایی هستند که در روابط متقابلشان و بر اساس قالب‌های عادت‌واره دریافت می‌شوند و به نظام‌هایی از نشانه‌ها تبدیل می‌شوند که به صورت اجتماعی اعتبار یافته‌اند (همچون متخصص یا مبتذل و غیره). دیالکتیک موقعیت‌ها و عادت‌واره‌ها، تفاوت‌های دریافت شده را به نظامی از خصوصیات متمایز تبدیل می‌کند یعنی سرمایه‌ی نمادین، سرمایه‌ی مشروع و ناشناخته در حقیقت عینی خود را توزیع می‌کند (بورديو، ۱۳۹۰).

پس بورديو سبک زندگی را به مثابه‌ی نوع نظام‌مندی در نظر می‌گیرد که ریشه در هابیتوس یا همان عادت‌واره دارد؛ در تمام ویژگی‌ها و دارایی‌ها دیده می‌شود که افراد و گروه‌ها وسایلی از قبیل مبلمان، لباس، خانه، اتومبیل و فعالیت‌هایی از جمله ورزش‌ها، بازی‌ها و سرگرمی‌هایی که افراد از طریق آن تشخیص و تمایز خود را نشان می‌دهند را در اطراف خود جمع می‌کنند.

بورديو دیدگاه نظری جدیدی در مورد اوقات فراغت ارائه داده است. او به عادات اشخاص اشاره کرده و این سؤال را مطرح می‌کند که چرا اشخاص عادات خاصی دارند؟ بورديو در پاسخ بیان می‌کند که عادات تحت تأثیر موقعیت اجتماعی در اشخاص به وجود می‌آیند که آن نیز به شکلی در ساختمان ذهنی افراد درونی شده است و این عادات است که اشخاص را به سمت زیبایی یا گروهی از فعالیت‌های مرتبط و ذائقه‌ها سوق می‌دهد و به واسطه‌ی آن‌ها خود را با موقعیت اجتماعی سازگار می‌کنند. تقسیم‌بندی انواع سرمایه‌ها (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و نمادین) در نظر بورديو جبر علی دارد. این سرمایه است که مسیر زندگی افراد را مشخص می‌کند. به نظر بورديو بر اساس این سرمایه‌هاست که افراد فرهنگ، ذائقه، سبک زندگی و فعالیت‌های فراغتی خاص خودشان را دارند که آن‌ها را

از گروه‌های دیگر متمایز می‌کند. فراغت و فعالیت‌های فراغتی افراد در دیدگاه بوردیو به‌وسیله‌ی موقعیت اجتماعی که افراد دارند تعیین می‌شود. وی تمایزات طبقاتی را عامل مؤثری در انتخاب فراغت و فعالیت‌های فراغتی می‌داند (بخش‌نامه و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۷۵-۴۷۶).

بوردیو در بررسی ساختار طبقاتی با تمرکز بر روی شاخص‌هایی نظیر ذائقه و نحوه‌ی گذراندن اوقات فراغت به‌عنوان مؤلفه‌های ساختاری سبک زندگی، این عوامل را به‌عنوان معیارهای عینی طبقه‌ی اجتماعی موردبررسی و توجه قرار داده است. از سوی دیگر با بکار گرفتن مفهوم «ساختمان ذهنی» در تحلیل خود و بررسی تأثیری که این مقوله در برداشت ذهنی افراد از جایگاه طبقات خود بر جای می‌گذارد، مفاهیم ذهنی را نیز در طراحی و تدوین مؤلفه‌های ساختاری طبقه‌ی اجتماعی دخیل کرده است (تیبیا، ۱۳۸۸). بنابراین، او استدلال می‌کند مردمی که به‌طور نزدیک در یک فضای اجتماعی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند؛ حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. به‌عبارت‌دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌ها، الگوهای مصرف و سبک‌های زندگی مشابه دارند. درواقع به ازای هر سطحی از موقعیت‌ها، سطحی از سبک زندگی‌ها و ذائقه‌ها وجود دارد که بر اثر شرایط اجتماعی مناسب با آن به وجود می‌آیند و به‌وسیله‌ی این سلیقه‌ها و ظرفیت تکثیرکننده‌ی آن‌ها، مجموعه انتظام‌یافته‌ای از خصلت‌ها به وجود می‌آید که در درون خود از نوعی وحدت سیره‌ها برخوردارند (بوردیو، ۱۳۸۱: ۳۵).

بنابراین به بیان خیلی ساده، بوردیو معتقد است که جایگاه فرد در ساختار اجتماعی (که توسط حجم و ترکیب انواع سرمایه‌ها مشخص می‌گردد) منش و سبک زندگی افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند و از طرف دیگر، انواع سبک‌های زندگی با کنش‌های خاص (مثلاً در پژوهش حاضر مطالعه‌ی کتاب) همراه هستند. درواقع سبک زندگی مجموعه‌ای از الگوهای کنش تثبیت‌شده برای افراد و گروه‌ها است. دسته‌بندی‌های سبک زندگی که از طریق کاربست الگوهای بوردیویی به دست می‌آید صرفاً توصیف مجموعه‌ای از واقعیات نیست، بلکه از آن جهت که اجازة

پیش بینی سایر اوصاف و خصایل را می دهد نقش تبیین گر دارد و می تواند قدرت پیش بینی برخوردارها، دوستی و امیال را به دست دهد. تحلیل بوردیوی در دو جنبه دارای وجه تبیینی است. جنبه‌ی آشکارتر، رابطه‌ی جایگاه اجتماعی، منش و سبک زندگی است و جنبه‌ی دوم، طبقه‌بندی‌های سبک زندگی است که به سبب قدرت پیش‌بینی‌ای که دارد جنبه‌ی تبیینی دارد (نواح و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳-۱۴). به‌عنوان خلاصه، بر اساس مدل بنیادین بوردیو، شرایط وجودی عینی با موقعیت در ساختار اجتماعی ترکیب می‌شود و بستری را بوجود می‌آورد که ساختاری نظام‌مند است و مرکب از شاکله‌هایی است که کردارهای قابل طبقه‌بندی تولید می‌کنند. بوردیو محدودیت‌های مالی و منابع اقتصادی را در این مهم تعیین‌کننده می‌داند. با الهام از نظریه بوردیو می‌توان به تبیین سبک مصرف کتاب پرداخت؛ بر اساس این نظریه انتخاب نوع کالا و خدمات مورد استفاده ناشی از آن چیزی خواهد بود که تمایلات افراد را شکل می‌دهد. در واقع، افراد آگاهانه نوع کالا و خدماتی که می‌خواهند مصرف کنند را انتخاب می‌کنند اما این انتخاب ناشی از اولویت‌های آنان و برآمده از تعیین‌کننده‌هایی همچون پایگاه اقتصادی-اجتماعی است که بوردیو آن‌ها را به‌عنوان منش معرفی می‌کند. بنابراین، افراد با توجه به این که از چه پایگاه اقتصادی-اجتماعی‌ای باشند، مصرف متفاوتی خواهند داشت که از منش آن‌ها نشات خواهد گرفت.

نظریه ریچارد پترسون

نظریه‌ی ریچارد پترسون (به نقل از صالح‌آبادی، ۱۳۹۵) یکی دیگر از نظریه‌هایی است که در سال‌های اخیر در برابر تئوری ذائقه بوردیو مطرح شده است. برای بوردیو، ذائقه در واقع، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های سرمایه نمادین/فرهنگی است که نه تنها شکل ساده‌ای از سلیق زیبایی‌شناختی برای سبک‌ها و کالاهای خاصی نیست، بلکه به‌عنوان یک شاخص تمایز گذاری محسوب می‌شود که نقش عمده‌ای را در ساختار میدان‌ها ایفا می‌کند. بوردیو به سلسله‌مراتب ذائقه‌ها بر اساس تمایزات طبقاتی معتقد است؛ مبنی بر این که طبقات برتر جامعه دارای ذائقه‌های برتر و طبقات پایین جامعه دارای ذائقه‌ی عامیانه هستند.

اما پترسون این نظریه را که بین مصرف کالا‌های فرهنگی و طبقه اجتماعی رابطه تنگاتنگی وجود دارد رد می‌کند. یافته‌های تجربی پترسون در جوامع آمریکایی نشان می‌دهد که گروه‌های اجتماعی که به پایگاه‌های برتر تعلق دارند دارای ذائقه متنوعی هستند و کالا‌های فرهنگی مورد مصرفشان بسیار متنوع است. به عنوان مثال، آن‌ها به انواع ژانرهای موسیقایی گوش می‌کنند. در واقع، محتوای دقیق ژانرها نیست که طبقات پایین را از بالا جدا می‌کند، بلکه تنوع و تعداد ژانرهاست که چنین می‌کند.

پترسون و کرن نشان داده‌اند که در فاصله سال‌های ۱۹۸۲ و ۱۹۹۲ تعداد افرادی که ذائقه موسیقایی کلاسیک داشته‌اند و ژانرهای متوسط و پایین را تجربه کرده‌اند رو به افزایش است. افراد دارای مشاغل پرمزلت در جامعه آمریکا نه تنها بیشتر احتمال دارد مصرف‌کننده موسیقی هنری باشند، بلکه احتمال مشارکت آن‌ها در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های فراغت و گوش دادن به موسیقی عامه‌پسند نیز بیشتر است؛ بنابراین، نمی‌توان تمایزی طبقاتی در نوع ژانرهای مصرفی قائل شد (همسو با دیدگاه فاضلی، ۱۳۸۴: ۵۰).

پترسون نظریه خود در باب ذائقه‌ی التقاطی را در واقع به چالش کشیدن رویکرد انحصارطلبی روشنفکری می‌داند که سرگرمی‌ها و کالا‌های مصرفی طبقه‌ی عام را تحقیر می‌کند و آن را بی‌ارزش جلوه می‌دهد و در عوض تئوری وی، بعد زیبایی را به انواع هنرها و سبک‌های هنری عامه مردم پیوند می‌زند. به عبارت دیگر، از نظر پترسون کالا‌های فرهنگی مورد مصرف عامه مردم نه تنها کم‌اهمیت نیستند، بلکه از ارزش و منزلت بالایی نیز برخوردارند.

نظریه باکاک

از دیدگاه باکاک (۱۳۸۱) در کتاب «مصرف»، مصرف در خلال دهه ۸۰ میلادی در جامعه‌شناسی و نظریه اجتماعی تبدیل به یک مفهوم مهم شد. از سوی دیگر، پرداختن به این مفهوم در طول زمان دچار تغییر اساسی شد. مصرف دیگر به عنوان یک روند اجتماعی فرهنگی تلقی نشده و بلکه با آن می‌توان دوره‌ی جدیدی را در جوامع به عنوان پسامدرنیسم در نظر گرفت. مصرف به فرایندی تبدیل شده است که

سرمایه‌داری متأخر یا پسامدرن را متمایز می‌کند.

در این دوره، مصرف بی‌حدومرز است که با نیازهای روزمره و خواست‌های بنیادین افراد بی‌ارتباط بوده و در واقع، بازگویی تمامی آمال و آرزوهای سرکوفته بشر است. مصرف در شکل‌های غربی پایان سده بیستم را می‌توان به‌عنوان یک روند اجتماعی و فرهنگی دید که شامل نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی است، نه صرفاً همچون یک روند اقتصادی منفعت‌گرایانه. در واقع، در این دوره جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی روند مصرف مورد توجه بوده و بیشتر مبتنی بر خواست است و نه صرفاً مبتنی بر نیاز.

دیدگاه باکاک در واقع، نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که مصرف (ازجمله مصرف فرهنگی و نمودهای آن همچون کتاب‌خوانی) می‌تواند در یک فضای فرهنگی و طبقاتی فهم شود که مسلماً اقتصاد و متغیرهای اقتصادی و اجتماعی در تعریف طبقه می‌تواند بر آن تأثیرگذار باشد. دیدگاه فاضلی (۱۳۸۴: ۵۰) این نکته‌ی مهم را به تأثیر طبقاتی بر ذائقه فرهنگی می‌افزاید که در ایران با توجه به جایابی سریع اعضای طبقات اجتماعی و دسترسی گسترده‌ی طبقات گوناگون به بسیاری از کالاهای فرهنگی همچون موسیقی و غیره، مرز میان طبقات به دلیل تحرک سریع اجتماعی از بین رفته و مرزهای تثبیت‌شده‌ای در مورد ذائقه‌ی فرهنگی به چشم نمی‌خورد.

جمع‌بندی مبانی نظری

فعالیت فرهنگی (همچون کتاب‌خوانی) کارکرد هویت‌بخشی گروهی و طبقه‌ای دارد و نمادی است که به‌واسطه‌ی آن، فرد تعلق خود را به گروه خاصی نشان می‌دهد. به این جهت می‌توان برای انجام آن، درجه‌ای از اجبار اجتماعی مربوط به قشر و طبقه را ملحوظ کرد. اگرچه نوع فعالیت فرهنگی با ذائقه و سلیقه پیوند دارد، اما این امر به‌نوبه‌ی خود متأثر از موقعیت اجتماعی افراد می‌باشد. در واقع، پایگاه به‌صورت گوناگون بر دو نوع فعالیت و مصرف فرد تأثیر می‌گذارد و نسبت به

آن نقش تعیین کننده دارد (ر.ک به فریث^۱، ۱۹۹۶؛ پوپ^۲، ۱۹۹۴؛ کوچ^۳، ۱۹۹۶). همانطور که در نظریات ملاحظه شد، در مورد این که پایگاه اجتماعی-اقتصادی چگونه بر گرایش‌ها و رفتار اشغال‌کنندگان خود تأثیر می‌گذارد نیز آراء متفاوتی وجود دارد؛ نظریه‌پردازان کلاسیک همچون مارکس، دورکیم و وبر مورد بحث قرار گرفتند. در میان متأخرها، از آرای بوردیو، پترسون و باکاک استفاده شد. در ادامه خلاصه این نظریات مورد اشاره قرار گرفته‌اند.

مارکس در تعیین قشربندی جامعه بیشتر به عامل اقتصادی توجه داشته و معتقد است که مناسبات تولیدی، دایره‌ای از اهداف، منافع و انگیزه‌ها را در گروه‌های متفاوت مردم ایجاد می‌کند. بر اساس ایده مارکس، کارگران ضعیف‌ترین اقشار جامعه هستند و به نوعی با مسئله ازخودبیگانگی مواجه هستند و سرمایه اقتصادی آن‌ها پایین است. بر این اساس می‌توان انتظار داشت، پایگاه اجتماعی-اقتصادی تعیین‌کننده‌ی فرهنگ مصرف کتاب در میان اقشار اجتماعی مختلف باشد و طبقات پایین با ذائقه‌های فرهنگی متفاوت و مصارف فرهنگی متفاوت (مشخصاً در بحث از کتابخوانی) مواجه باشند.

نظریه‌ی دورکیم، همبستگی اجتماعی را بر حسب گسترش تقسیم کار در جامعه مدرن تبیین می‌کند. بر اساس دیدگاه او، اگرچه در روابط حاصل از تقسیم کار و ایجاد فرصت اشتغال، هر فرد تنها بخشی از شخصیت دیگران را می‌شناسد، ولی از طرف دیگر، فعالیت در بازار کار سبب افزایش سرمایه اجتماعی و فرهنگی افراد شده و رفتارهای فرهنگی همچون کتابخوانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

در نظریه‌ی وبر هرچند اهمیت زیرساخت اقتصادی در قشربندی جامعه و تأثیرگذاری آن بر ساختارهای فرهنگی پذیرفته شده، اما برخورداری‌های فرد از قدرت و منزلت نیز مورد توجه بوده است. وبر به بررسی رابطه میان طبقه‌ی اجتماعی افراد و نحوه‌ی مصرف که شکل‌دهنده‌ی سبک زندگی افراد است

1. Frith
2. Pope
3. Koch

مثل مطالعه‌ی کتاب پرداخته است. وی تأکید کرده است که الگوهای مصرف افراد، عامل مهمی در طبقه‌بندی انسان‌ها در گروه‌های منزلتی است. وبر تکیه خود را بر برداشت ذهنی افراد از طبقه‌ی اجتماعی که بر اساس الگوهای مصرف قابل شناسایی و تحلیل است، قرار می‌دهد. بنابراین او معتقد است که هرگونه سبک بخشیدن به زندگی به هر شکلی که متجلی شود، یا از درون گروه‌های منزلتی ریشه می‌گیرد و یا به وسیله‌ی آن‌ها تداوم می‌یابد.

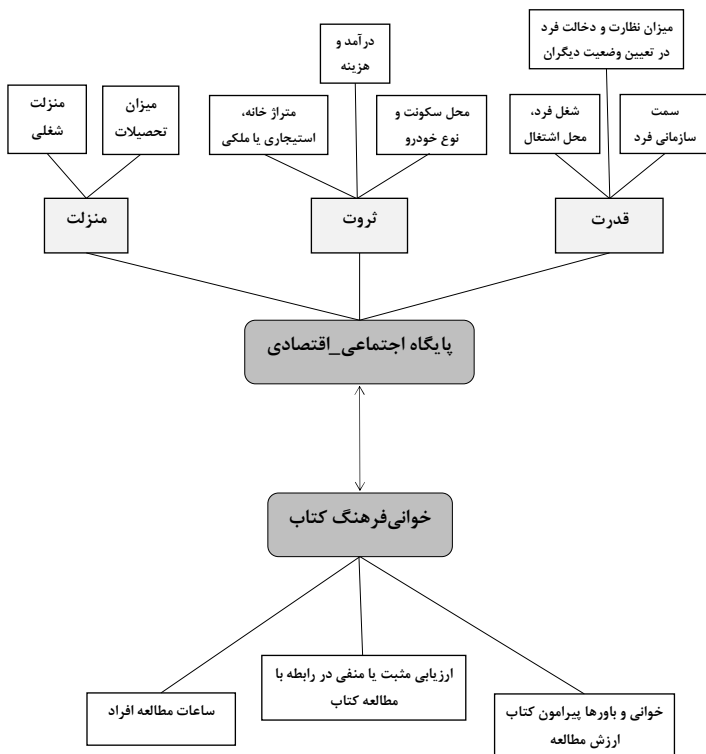
بورديو به نوع مصرف و سبک زندگی توجه دارد؛ شرایط وجودی عینی با موقعیت در ساختار اجتماعی ترکیب می‌شود و بستری را به وجود می‌آورد که ساختاری نظام‌مند است و مرکب از شاکله‌هایی است که کردارهای قابل طبقه‌بندی تولید می‌کنند. بورديو محدودیت‌های مالی و منابع اقتصادی را در این مهم تعیین‌کننده می‌داند. با الهام از نظریه بورديو می‌توان به تبیین کتاب‌خوانی پرداخت؛ بر اساس این نظریه انتخاب نوع کالا و خدمات مورد استفاده ناشی از آن چیزی خواهد بود که تمایلات افراد را شکل می‌دهد. در واقع، افراد آگاهانه نوع کالا و خدماتی که می‌خواهند مصرف کنند را انتخاب می‌کنند اما این انتخاب ناشی از اولویت‌های آنان و برآمده از تعیین‌کننده‌هایی همچون پایگاه اقتصادی_اجتماعی است که بورديو آن‌ها را به عنوان منش معرفی می‌کند. بنابراین، افراد با توجه به این که از چه پایگاه اقتصادی_اجتماعی‌ای باشند، مصرف متفاوتی خواهند داشت که از منش آن‌ها نشأت خواهد گرفت. به عبارتی دقیق‌تر، سبک زندگی متأثر از ذائقه و ذائقه پیامد منش و منش نیز محصول جایگاه فرد در ساختارهای عینی اجتماعی است. او معتقد است تمایزات اجتماعی در مجموعه‌ی متنوعی از اعمال و رفتارهایی قابل مشاهده هستند که در چارچوب سبک زندگی قرار می‌گیرند. او بر نقش مصرف در بروز تمایزات اجتماعی تأکید دارد. به همین خاطر می‌توان مصرف فرهنگی را با پایگاه اجتماعی افراد مرتبط دانست؛ طبقه‌ی بالا اولویت خود را با دسترسی به فرهنگ بالا و مصرف زیاد نشان می‌دهند. افرادی که به گروه‌های منزلتی بالا تعلق دارند، به سرمایه‌ی فرهنگی بیشتری نسبت به افرادی با پایگاه اجتماعی پایین دسترسی دارند. سطح تحصیلات، پیشینه‌ی خانوادگی و در کل

فرآیند اجتماعی‌شان مهمترین پیش‌بینی‌کننده‌ی مصرف فرهنگی (در این پژوهش، کتاب‌خوانی) هستند.

نظریه ریچارد پترسون در نقطه‌ی مقابل نظریه‌ی بورديو است؛ بورديو معتقد بود سلسله مراتب ذائقه‌ها، شدیداً تحت تأثیر تمایزات طبقاتی بوده و طبقات برتر جامعه دارای ذائقه‌های برتر و طبقات پایین جامعه دارای ذائقه‌ی عامیانه هستند. حال آن‌که، نظریه پترسون بیان می‌کند گروه‌های اجتماعی که به پایگاه‌های برتر تعلق دارند دارای ذائقه‌ی متنوعی هستند و کالاهای فرهنگی مورد مصرفشان بسیار متنوع است. در واقع تعداد و تنوع ملاک تمایز است، نه محتوای مصرف فرهنگی (در زمینه این پژوهش، یعنی میزان ساعات مطالعه در میان طبقات گوناگون متنوع می‌شود نه محتوای کتاب‌خوانی). بر اساس این نظریه و همچنین دیدگاه فاضلی در مورد جامعه ایرانی، مصارف فرهنگی متعالی (مانند کتاب‌خوانی) را نمی‌توان لزوماً منحصر به "طبقه بالا" دانست. در واقع، درون هر طبقه اجتماعی می‌توان از ذائقه‌های التقاطی نام برد.

دیدگاه باکاک به موضوع مصرف و مصرف فرهنگی پرداخته است؛ او معتقد است در پایان سده بیستم میلادی، مصرف بیشتر مبتنی بر خواست است تا نیاز و بازگویی نیازهای سرکوب شده‌ی بشر است. در واقع، دیدگاه او نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که مصرف (از جمله مصرف فرهنگی و نموده‌های آن همچون کتاب‌خوانی) می‌تواند در یک فضای فرهنگی و طبقاتی فهم شود که مسلماً اقتصاد و متغیرهای اقتصادی و اجتماعی در تعریف طبقه می‌تواند بر آن تأثیرگذار باشد.

مدل نظری



فرضیات پژوهش

بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

بین قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.
بین منزلت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.
بین وضعیت اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.
بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و ساعت‌های مطالعه رابطه معنادار وجود دارد.

مفاهیم اصلی

در این قسمت، مفاهیم عمده‌ای که در بخش نظریات آورده شده و یا در قسمت فرضیات استفاده شده‌اند به لحاظ مفهومی توضیح داده می‌شود:

سرمایه^۱

واژه‌ی «سرمایه» معنای بسیار گسترده‌ای دارد. سرمایه در معنای کلی آن به یک منبع اطلاق می‌شود و می‌تواند به صورت ملموس و غیرملموس باشد. این واژه اصولاً بیانگر چیزی است که هویت خود را پس از بارها استفاده حفظ می‌کند، چیزی است که بارها می‌توان آن را بکار برد، نابودش کرد، به دستش آورد یا بهبودش بخشید (کامران و ارشادی، ۱۳۸۸)؛ بنابراین سرمایه، علاوه بر مال، ثروت، پول و دارایی، توانایی‌ها، استعدادها و حتی بینش یک فرد را نیز در برمی‌گیرد. لازم به ذکر است همان‌طور که استیون سیدمن (۱۳۹۱: ۱۹۸) اشاره می‌کند، ازنظر بورديو سرمایه به منابع یا قابلیت‌های در اختیار فرد یا موقعیتی اجتماعی اشاره دارد که از نفوذ اجتماعی یا رواج برخوردار است و اشکال سه‌گانه‌ای دارد: سرمایه اقتصادی یعنی ثروت، سرمایه فرهنگی یعنی صلاحیت و دانش، سرمایه اجتماعی یعنی پیوندهای اجتماعی و اعتماد. با توجه به موضوعیت داشتن سرمایه فرهنگی و

1. Capital

اقتصادی در این پژوهش، صرفاً این دو نوع سرمایه مورد توضیح داده خواهند شد.

سرمایه فرهنگی^۱

مفهوم سرمایه فرهنگی برای اولین بار توسط بوردیو^۲ در اوایل دهه ۱۹۶۰ بکار گرفته شده است. او سرمایه فرهنگی را سازوکار پیچیده‌ای می‌داند که نهادهای آموزشی از طریق آن موجب بازتولید نحوه توزیع سرمایه فرهنگی می‌شوند و سپس بازتولید سرمایه فضای اجتماعی و نهایتاً بازتولید ترکیب طبقات اجتماعی انجام می‌گیرد (بوردیو، ۱۹۸۴). بوردیو سرمایه فرهنگی را خصلت و عادات دیرپایی می‌داند که طی فرایند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و اهداف فرهنگی ارزشمندی مثل صلاحیت‌های تحصیلی و فرهیختگی را در بر می‌گیرد.

در میان انواع سرمایه، سرمایه فرهنگی نقش مهمی در اندیشه بوردیو ایفا می‌کند. جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل وی درباره سبک زندگی بر همین نوع سرمایه متکی است. سرمایه فرهنگی شامل ... سلیقه‌های خوب، شیوه و راه و رسم پسندیده، پیچیدگی شناختی و شناختن و توانایی پذیرش محصولات فرهنگی مشروع از قبیل هنر، موسیقی کلاسیک، تئاتر و ادبیات... و تسلط یافتن بر هر نوع از نظام نمادین است (فاضلی، ۱۳۸۵: ۳۸). سرمایه فرهنگی با سبک زندگی رابطه متقابلی داشته و با دگرگونی در سبک زندگی؛ میزان سرمایه فرهنگی و همچنین میزان مصرف کالاهای رسانه‌ای و فرهنگی و رسانه‌ای نیز؛ تغییر می‌یابد.

بوردیو معتقد است سرمایه فرهنگی کارکردهایی دارد: کسب مشروعیت از طریق بقیه سرمایه‌ها منوط به تبدیل شدن آن‌ها به سرمایه فرهنگی است. کسی که به خاطر سرمایه فرهنگی منزلت دارد، می‌تواند روایت خود از دنیای اجتماعی را بر دیگران تحمیل کند. داشتن سرمایه فرهنگی به معنای توانایی فرد برای جدا کردن خود از الزامات زندگی روزمره و انجام نوعی گزینش در عرصه فرهنگ هست (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۸).

1. Cultural Capital

2. Bourdieu

شاخص‌های سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته^۱: بیانگر چیزهایی است که افراد می‌دانند و می‌توانند انجام دهند. در واقع توانایی‌های بالقوه‌ای است که به تدریج بخشی از وجود افراد شده و در او تثبیت شده‌اند.

سرمایه فرهنگی عینیت یافته^۲: بیانگر کالاهای فرهنگی و اشیاء مادی از جمله کتاب، آثار هنری و نقاشی هست.

سرمایه فرهنگی نهادینه شده^۳: این دسته صلاحیت‌های تحصیلی را در برمی‌گیرد از قبیل مدارک تحصیلی و شخصی که این سرمایه را دارد.

بنابراین سرمایه فرهنگی به طور مشخص به کالاها، مهارت‌ها و عناوین نمادین کمیاب اشاره می‌کند و می‌تواند در بردارنده تحصیلات، دانش و فرهنگ کسب شده باشد و حتی نمادین (پرستیژ و کاریزما) باشد (توسلی، ۱۳۸۳: ۱۹). در کنار معنای اقتصادی سرمایه با مالکیت ثروت‌های مادی که منجر به شکل‌گیری نابرابری‌های اجتماعی و طبقاتی در جامعه می‌شود، انواع دیگر سرمایه همچون سرمایه فرهنگی نیز می‌تواند در پویایی اجتماعی، طبقاتی و فرهنگی نقش موثری را ایفا نماید. بورديو در کنار سرمایه اقتصادی انواع دیگر سرمایه همچون سرمایه فرهنگی را نام می‌برد که دارای تأثیر متقابل با ساختار اقتصادی است. سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین اند که از یک سو به معلومات کسب شده به شکل رغبت‌های روحی و درونی اشاره و از سوی دیگر، به صورت موفقیت‌های مادی نمایان می‌شود و در عناوین و مدارک تحصیلی کسب شده خود را جلوه گر می‌نماید. سرمایه فرهنگی در واقع، مجموع قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در افراد جامعه است که در خلال اجتماعی شدن در افراد انباشته می‌شوند (شهرام‌نیا و همکاران، ۱۳۹۴). کتابخوانی بخشی از سرمایه فرهنگی افراد جامعه است.

1. Embeddable

2. Objectified

3. Institutionalized

مصرف فرهنگی

مصرف فرهنگی نوعی رفتار فرهنگی است که در هر سطح و از هر نوعی که باشد در قالب محصول عینی و یا فیزیکی مثل کتاب (که نوعی کالای فرهنگی است) صورت می‌گیرد. در واقع، استفاده و کاربرد محصولات و کالاهای فرهنگی از سوی افراد، نشان‌دهنده میزان مصرف فرهنگی افراد است. فدرستون (۱۳۸۰)، مصرف فرهنگی را دارای شاخص‌های چندگانه‌ای می‌داند که مطالعه و کتاب‌خوانی بخشی از آن‌ها محسوب می‌شود؛ از جمله این شاخص‌ها عبارت بوده‌اند از خرید و خواندن روزنامه، خواندن رمان، مطالعه کتاب و مجلات، استفاده از اینترنت، گوش دادن به موسیقی پاپ و غیره.

کالای فرهنگی

کالاهای فرهنگی به شکل مشخص‌تر و عینی‌تری بازنمایان گر سرمایه فرهنگی افراد هستند. کالاهای فرهنگی شامل آن دسته از کالاها خواهد بود که تعریف‌کننده شیوه متمایزی از زیست است و دربرگیرنده اندیشه بخصوصی نیز خواهد بود. از این روی، مصرف مدل‌های پوشش، استفاده از وسیله‌های تزئینی، رفتن به سینما، تئاتر یا کافه‌ها، رفتن به کتابخانه‌ها، کتاب‌خوانی و غیره همگی نوعی کالای فرهنگی به حساب می‌آیند. کالاهای فرهنگی به دلیل برخورداری از بار نمادین بسیار قدرتمند می‌توانند طبقه‌بندی و سلسله‌مراتبی بودن اعضای جامعه را در فضاهای تعاملی اجتماعی مشخص سازند (شهرام‌نیا، ۱۳۹۴). طبعاً در این پژوهش، کتاب به‌عنوان یک کالای فرهنگی و میزان چالش‌آمیز مطالعه‌ی آن به‌عنوان یک مسئله پنداشته شده است.

پایگاه اجتماعی-اقتصادی

هرچند در آثار مربوط به قشربندی اجتماعی، اصطلاحات «طبقه» و «پایگاه» دو واژه‌ی کلیدی هستند؛ اما در مورد معنای دقیق آن‌ها توافق نظر روشنی وجود ندارد. به این دلیل، گاهی تمایز بین آن دو مفهوم دشوار می‌شود. در پاره‌ای موارد طبقه معادل مقام، منزلت، قدرت، ثروت، مایملک و درآمد تعریف شده است و در موارد دیگر، طبقه‌ی هرکس بر مبنای تصور خود او تعریف شده است. بر اساس رویکرد

روان‌شناسی اجتماعی طبقه آن چیزی است که فرد می‌پذیرد که او را با عده‌ای از مردم در موقعیتی مشابه قرار می‌دهد و از عده‌ای دیگر متمایز می‌سازد (آرگیل، ۱۹۹۴: ۳). همچنین گفته شده که طبقه اجتماعی به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که در سازمان تولید عملکرد خاصی به عهده دارند و با توجه به موقعیتی که در نظام اجتماعی دارند از یکدیگر متمایز می‌شوند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۷).

به طور کلی پایگاه اجتماعی-اقتصادی در عموم تحقیقات گوناگون از مجموع سه متغیر درآمد، تحصیلات و شغل مورد پرسش قرار گرفته است. در برخی دیگر همچون پیمایش (ارزش‌ها و نگرش‌ها) به صورت تک سؤالی پنداشت از جایگاه طبقاتی فرد یا هویت طبقاتی فرد در قالب این پرسش «اگر جامعه را به سه طبقه (بالا، متوسط و پایین) تقسیم کنیم، شما خود را جزو کدام طبقه می‌دانید؟» مطرح شده است. با توجه به اینکه پژوهش حاضر با رویکرد جامعه‌شناختی انجام می‌شود، برای بررسی پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد مورد مطالعه از سه جنبه قدرت، ثروت و منزلت استفاده می‌شود. وضعیت اقتصادی از ترکیب شاخص‌های درآمد (در طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی (۱۳۹۲) بدین صورت سنجش شده است: کمتر از ۲۰۰ هزار تومان، از ۲۰۰ تا ۴۴۹ هزار تومان، از ۴۵۰ تا ۷۹۹ هزار تومان، ۸۰۰ هزار تومان و بالاتر) و هزینه، متراژ خانه، استیجاری یا ملکی بودن خانه، محل سکونت (شهر، روستا)، نوع خودرو استفاده نمی‌شود. از آنجایی که جوانان پایگاه اجتماعی-اقتصادی خود را به صورت مستقل نیافته‌اند از مؤلفه‌های مربوط به سه بعد مذکور در مورد والدینشان پرسش می‌شود. مؤلفه قدرت با استفاده از شاخص‌های شغل فرد، سمت سازمانی، محل اشتغال، میزان نظارت و میزان دخالت فرد در تعیین وضعیت دیگران سنجیده می‌شود. برای سنجش منزلت از شاخص‌های میزان تحصیلات (در پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۹۵) در طبقات بی سواد، ابتدائی، متوسطه، دیپلم، عالی سنجیده شده است. و در طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور (۱۳۹۲) در طبقات بی سواد، تنها سواد خواندن دارم، تا پایان ابتدائی، پایان ابتدائی تا پیش از دیپلم، دیپلم دبیرستان یا هنرستان یا پیش‌دانشگاهی، دانشجوی لیسانس یا فوق دیپلم و

کمتر از لیسانس، لیسانس یا دانشجوی مقطع فوق لیسانس و معادل حوزوی، فوق لیسانس، دکتری و معادل حوزوی سنجش شده است) و منزلت شغلی (شاغل، بیکار، خانه‌دار، محصل، بازنشسته) استفاده می‌گردد. مجموع سه مفهوم قدرت، منزلت و ثروت شاخص پایگاه اجتماعی_اقتصادی فرد را تشکیل خواهند داد.

همچنین می‌توان برای متغیر منزلت شغلی از اقدام کاظمی در یکی از پژوهش‌هایش استفاده کرد؛ کاظمی پور در تحقیق خود از پاسخگویان خواسته تا نظر خود را درباره‌ی منزلت برخی از مشاغل با پنج گزینه منزلت عالی تا خیلی ضعیف مشخص سازند. سپس میانگین عددی آن‌ها محاسبه و به‌عنوان نمره منزلت در نظر گرفته شده است. به این ترتیب مشاغل به ۷ گروه منزلتی به شرح زیر تقسیم شده‌اند:

گروه اول (مشاغل بالای ۹۰ امتیاز) مانند پزشک، استاد دانشگاه، استاندار، قاضی و خلبان،

گروه دوم (مشاغل ۸۰-۹۰ امتیاز) مانند مدیرکل، کارخانه‌دار بزرگ، نماینده مجلس، فرماندار، شهردار، وکیل، افسر، تاجر بازار و جواهرفروش،

گروه سوم (مشاغل ۷۰-۸۰ امتیاز) مانند مهندس، روزنامه‌نگار، هنرمند، دبیر و هتلدار،

گروه چهارم (مشاغل ۶۰-۷۰ امتیاز) مانند تکنسین، معلم دبستان، کتاب‌فروش، سرکارگر و مقاطعه‌کار،

گروه پنجم (مشاغل ۵۰-۶۰ امتیاز) مانند مکانیک، تراشکار، کارمند دارای تحصیلات کارشناسی و خواربارفروش،

گروه ششم (مشاغل ۴۰-۵۰ امتیاز) مانند راننده، ماشین‌نویس، بنا، کفاش و کارگر کارخانه

و گروه هفتم (مشاغل کمتر از ۴۰ امتیاز) مانند چوپان، واکسی، رفتگر، عمله و پیشخدمت اداره را شامل می‌شود. پس از تقسیم، متناسب با نوع مشاغلی که در هر رده قرار گرفت، به سایر مشاغلی که به لحاظ فعالیت و سطح مشابه بودند، نمره‌ای در همان حدود اختصاص داده شد (به نقل از رجب‌زاده، ۱۳۸۲: ۱۷۰).

سرمایه اقتصادی^۱

سرمایه اقتصادی و فرهنگی برای پیر بردیو از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند و معتقد است «عواملان اجتماعی تا به آنجا با یکدیگر دارای مشترکات اند، که در این دستگاه دویبعدی (سرمایه اقتصادی-سرمایه فرهنگی) به یکدیگر نزدیک باشند و میزان تفاوت‌هایشان بستگی به این دارد که در این دستگاه چقدر از هم فاصله داشته باشند. فاصله فیزیکی که میان جایگاه دویبقطه بر روی کاغذ است، هم سنگ فاصله اجتماعی دو کنشگری است که آن دویبقطه نماد آن‌ها بوده است. بر اساس میزان کل سرمایه‌ای که در اشکال متفاوت آن دارا هستند و در بعد دوم بر اساس ساختار سرمایه‌شان، یعنی بر اساس وزن نسبی هر یک از انواع مختلف سرمایه، که به صورت جداگانه دارا هستند، توزیع می‌شوند. این‌ها منشأ تفاوت در سلاقی و از رهگذر آن منشأ تفاوت در موضع‌گیری‌هاست» (بوردیو، ۱۳۸۱: ۳۴-۳۷).

بوردیو سرمایه اقتصادی را مجموعه دارایی‌هایی می‌داند که قدرت اقتصادی را تعیین می‌کند (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). از جمله آن‌ها می‌توان به اشتغال یا عدم اشتغال، نوع شغل، درآمد افراد، املاک و زمین‌های شخص، ماشین فرد و مدل آن، میزان دارایی‌های مالی اشاره کرد. به عبارت دیگر، سرمایه اقتصادی دارایی‌های مالی را در برمی‌گیرد. هر کالا، ثروت یا پولی که توان آمیزش با دیگر عوامل تولیدی را برای تولید کالا یا افزایش ثروت از راه‌های گوناگون داشته باشد (گولد، ۱۳۷۶ به نقل از فعلی و ذوالفقاری، ۱۳۸۸: ۱۵۲). در این پژوهش به‌طور مشخص منظور میزان درآمد افراد و نوع شغل اکتسابی هر شخص هست.

سبک زندگی^۲

مهم‌ترین مفاهیم مرتبط با تعریف سبک زندگی را می‌توان مفهوم پایگاه و پیش از آن مفهوم طبقه دانست (صمیم، ۱۳۹۳). وبر معتقد است که سبک زندگی عبارت از روش‌هایی است که طبقات و گروه‌های هم‌رتبه از نوعی از زندگی پدید می‌آورند

1. Financial Capital

2. Life style

و شامل الگوهای فرهنگی رفتار و مجموعه‌ای از باورهاست. سبک زندگی معرف قشر اجتماعی است نه معادل آن (مهدوی کنی، ۱۳۷۸: ۵۵). بورديو (۱۳۸۱) نیز سبک زندگی را بر اساس دیدگاه ساخت‌گرایی تکوینی دارای سه مؤلفه رفتاری، ترجیحات و انگیزشی بیان می‌کند که این سه بعد با سه شاخص اصلی مصرف فرهنگی، مصرف مادی و اوقات فراغت مشخص شده‌اند. در واقع، بر اساس دیدگاه بورديو مصرف فرهنگی بخشی از سبک زندگی است. بنابراین، مصرف فرهنگی و معرف‌هایی همچون کتاب‌خوانی و سرانه مطالعه بخشی از سبک زندگی افراد یک جامعه محسوب می‌شوند.

مطالعه

نگریستن به هر چیزی برای واقف شدن به آن و تأمل و تفکر و اندیشه در آن (دهخدا، ۱۳۷۳). خواندن نیز زیرمجموعه مطالعه است؛ عملی که در آن دیدن، شناسایی کردن علائم نوشتاری، تبدیل علائم نوشتاری به صوتی، درک مجموعه علائم و آواها انجام می‌شود و در نتیجه درک معنا از آن حاصل می‌شود (قرل ایاغ، ۱۳۸۳؛ به نقل از گودرزی، ۱۳۹۴).

میزان مطالعه به عنوان زیرمجموعه‌ای از مصرف کالاهای فرهنگی در پژوهش «ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج سوم)» که توسط دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری مرکز ملی رصد اجتماعی در سال ۱۳۹۴ اجرا شده است، از طریق گویه‌های زیر مورد پرسش قرار گرفته است:

مطالعه‌ی کتاب غیر درسی: آیا کتاب‌های غیردرسی هم مطالعه می‌کنید؟ بلی - خیر.

تعداد کتاب مطالعه شده: از ۱ تا ۱۰ جلد کتاب و ۱۱ تا بیشتر.

زمان صرف شده برای مطالعه: میزان زمان صرف شده برای مطالعه در شبانه روز به دقیقه. به تفکیک مطالعه کتاب و خواندن روزنامه و مجله اعم از کاغذی یا اینترنتی.

این متغیر در پژوهش «بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور»

که به سفارش شورای فرهنگ عمومی کشور در سال ۱۳۹۱ انجام شده است، از طریق سؤالات زیر مورد سنجش قرار گرفته است:

میزان مطالعه: میزان تحصیلات شما چقدر است؟ بی‌سواد، تنها سواد خواندن دارم، تا پایان ابتدائی، پایان ابتدائی تا پیش از دیپلم، دیپلم دبیرستان یا هنرستان یا پیش‌دانشگاهی، دانشجوی لیسانس یا فوق‌دیپلم و کمتر از لیسانس، لیسانس یا دانشجوی مقطع فوق لیسانس و معادل حوزوی، فوق لیسانس، دکتری و معادل حوزوی.

مطالعه‌ی کتاب غیردرسی: آیا در یک سال گذشته کتاب غیردرسی چایی / الکترونیکی مطالعه کرده‌اید؟ بلی-خیر. در سال گذشته به طور متوسط در هر هفته چه مدت کتاب غیردرسی چایی مطالعه کرده‌اید؟ کمتر از دو ساعت، دو تا چهار ساعت، چهار تا ده ساعت، ده ساعت و بیشتر، سایر، در یک سال گذشته کتاب غیردرسی چایی / الکترونیکی مطالعه نکرده‌ام.

نگرش به کتاب‌خوانی

گرایش که گاهی نیز به نگرش ترجمه‌شده، مجموعه ارزیابی‌هایی است که به طرز پیچیده به باورها، احساسات و رفتار آدمی مربوط است. در واقع گرایش به معنای ارزیابی پدیده‌ها است و پدیده‌ها در بردارنده‌ی هر چیز از جمله مردم، اعمال، رویدادها، شهرها، سیاست‌ها و خوردنی‌ها است. گرایش‌ها دارای چندین کارکرد اساسی هستند:

اول آنکه بر اساس داشتن گرایش‌های مشترک یک گروه اجتماعی تعیین و تعریف می‌شود،

دوم آنکه گرایش در شکل‌گیری هویت افراد نقش دارد،

سوم آنکه گرایش راهنمای اندیشه و رفتار است (سایینی^۱، ۱۹۹۵: ۵۲۸).

در یکی از قدیمی‌ترین کاربردهای این کلمه، معنی نگرش، وضع و حالت بدنی بود؛ یعنی آمادگی آزمودنی برای پاسخ دادن به یک محرک در آزمایش‌های اولیه؛

اما در تعاریف امروزی، نگرش بیشتر به جنبه‌ی ذهنی و روانی فرد اطلاق می‌شود، البته وجه قدیمی آمادگی برای عمل نیز در آن محفوظ مانده است. از بین تعاریف گوناگون برای این مفهوم، این تعریف مورد اجماع اکثر روان‌شناسان اجتماعی است: «نگرش نظامی بادوام است که شامل یک عنصر شناختی^۱، یک عنصر احساسی^۲ و یک تمایل به عمل^۳ است». این سه عنصر، به‌طور متقابل به یکدیگر مربوط هستند و هر یک از آن‌ها بر دیگری به‌طور جداگانه و بر کل نگرش، اثراتی دارد.

عنصر یا بعد شناختی: شامل اعتقادات و باورهای شخص درباره‌ی یک شیء یا اندیشه است.

عنصر یا بعد احساسی یا عاطفی: نوعی احساس عاطفی با باورهای ما پیوند دارد. عنصر یا بعد تمایل به عمل: به آمادگی برای پاسخگویی به شیوه‌ای خاص اطلاق می‌شود.

هریک از این عناصر، خود دارای دو بُعد نیرومندی یا شدت^۴ و درجه‌ی پیچیدگی^۵ هستند: یک نگرش می‌تواند به‌صورت مخالف با مطالبی باشد یا موافق با آن؛ این، جهت نگرش را نشان می‌دهد؛ اما لازم است که درجه و اندازه‌ی موافقت یا مخالفت با موضوع را بدانیم؛ بنابراین در رابطه با بُعد اول، ممکن است در حوزه‌ی عنصر شناختی، فرد با موضوعی کاملاً موافق یا کاملاً مخالف باشد، در عنصر بعدی ممکن است عاطفه‌ی شخص کاملاً مثبت یا کاملاً منفی باشد و در نهایت برای عنصر سوم ممکن است کسی آماده‌ی حمایت بی‌قیدوشرط از موضوع نگرش باشد یا اینکه آماده‌ی هرگونه حمله به آن تا حد نابودی آن باشد. همچنین از نظر پیچیدگی نیز، عناصر سه‌گانه می‌توانند متغیر باشند؛ مثلاً در بُعد شناختی، اطلاعات شخص نسبت به موضوع نگرش، می‌تواند شامل اطلاعات

1. cognitive

2. feeling

3. action tendency

4. valence

5. multiplexity

ساده یا کاملاً پیچیده باشد. بُعد عاطفی ممکن است شامل یک علاقه یا نفرت ساده و یا پیچیده باشد، بُعد رفتاری نیز می‌تواند چنین طیفی از رفتار را در برگیرد (کریمی، ۱۳۸۴: ۲۲۴-۲۳۰).

درواقع با توجه به این پژوهش، عنصر اول؛ اطلاعات و آگاهی افراد یا باورهای آنان درباره مطالعه و کتابخوانی است. عنصر دوم؛ ارزیابی مثبت یا منفی پاسخگو از کتاب خواندن است، منظور هنجارها و قواعد رفتاری در رابطه با مطالعه و کتابخوانی است. عنصر سوم؛ رفتارهای واقعی و میزان مطالعه و کتاب خواندن افراد.

لازم است در مورد اینکه عضویت در پایگاه‌های اجتماعی-اقتصادی مختلف چگونه بر گرایش و رفتار افراد تأثیر می‌گذارد، به عناصر زیر اشاره کرد: عوامل ژنتیکی؛ تفاوت الگوهای رفتاری و فکری مردم در پایگاه‌های مختلف به خاطر بنیان‌های ژنتیکی متفاوت آنهاست و به این دلیل میزان تندرستی و هوش آنها با یکدیگر متفاوت است.

فرایند جامعه‌پذیری؛ نحوه تربیت اجتماعی، نظام اقتدار و نظارت، میل به پیشرفت یا رفتار پرخاشگرانه از جمله مواردی است که با تفاوت‌های شخصیتی افراد در پایگاه‌های مختلف مرتبط است.

تجربیات حاصل از کار؛ مشاغل مختلف به‌واسطه اختلاف در مهارت طلب بودن، استقلال و فشار روانی سطوح متفاوتی از حرمت نفس و رضایت‌مندی را برای صاحبان خود فراهم می‌آورند.

سبک زندگی؛ مردم در پایگاه‌ها و طبقات مختلف از نظر نوع لباس پوشیدن، گذران اوقات فراغت، الگوهای تندرستی و بهداشت، ورزش، رژیم‌های غذایی، استفاده از سیگار و مشروبات الکلی، با یکدیگر فرق می‌کند.

آثار روانی تجربه نابرابری؛ برخی تفاوت‌ها در پایگاه‌های مختلف ناشی از تفاوت در تجربه احساس محرومیت و بی‌عدالتی است. به این جهت اغلب میزان جرم در طبقه‌های پایین‌تر بیش از طبقات دیگر است و به همین دلیل گرایش‌های سیاسی

چپ همراه با پرخاشگری و گرایش‌های انقلابی بین افراد بیکار، اقلیت‌های قومی و نژادی و کارگران یدی و افراد عضو اتحادیه‌ها بیشتر رواج دارد (آرگیل، ۱۹۹۴: ۲۹۱). البته بدیهی است عوامل یاد شده در شرایط واقعی در تعامل با یکدیگر عمل می‌کنند و مجموعه آن‌ها زمینه‌ساز ارزیابی فرد از پدیده‌هایی است که با آن سروکار دارد.

فصل سوم:
روش شناسی

مقدمه

این پژوهش با استفاده از روش تحلیل ثانویه انجام شده است و ابزار گردآوری داده‌ها چک لیستی است که براساس داده‌های موجود تنظیم شده است. فصل حاضر مشتمل بر چند قسمت اصلی است. در اولیت قسمت روش انجام پژوهش شرح داده شده است و نحوه استفاده از روش تحلیل ثانویه در این پژوهش توضیح داده شده است. سپس به توضیح جامعه آماری، حجم نمونه و روش گردآوری داده‌ها پرداخته شده است. در انتها نیز توضیح داده شده است که داده‌های حاصل از این پژوهش با چه روشی تحلیل شده است. در ادامه تلاش شده است ویژگی‌های اصلی این پژوهش به لحاظ روش شناختی شرح داده شود.

روش انجام پژوهش

روش پژوهش: تحلیل ثانویه

روش این پژوهش، متناسب با سؤالات و اهداف آن روش تحلیل ثانویه در نظر گرفته شده است. از این رو برای بررسی اثر پایگاه اجتماعی-اقتصادی بر فرهنگ کتابخوانی از روش تحلیل داده‌ها با استفاده از الگوی تحلیل ثانویه استفاده شده است. تحلیل ثانویه به معنای استفاده از روش‌های آماری جهت بررسی مجدد داده‌های گردآوری شده است. هرچند که در این روش می‌توان از یافته‌های

پژوهش‌های صورت گرفته توسط سایر محققان نیز استفاده کرد، اما تلاش می‌شود یافته‌های حاصل از پیمایش‌های ملی به عنوان منبع درجه اول در نظر گرفته شود. به‌طور کلی سه منبع اصلی می‌توان برای یک پژوهش تحلیل ثانویه در نظر گرفت: ۱. پیمایش‌های ملی، ۲. پژوهش‌های مرتبط پیشین، ۳. گزارش‌ها و آمارهای سازمانی.

تفاوت تحلیل ثانویه با فراتحلیل این است که فراتحلیل به جمع‌بندی یافته‌های پژوهش‌های پیشین می‌پردازد و در نظر دارد نتیجه‌ای کلی در رابطه با موضوع مورد مطالعه براساس مجموع یافته‌های پیشین بدست آورد، اما تحلیل ثانویه یک یا چند تحقیق خاص را مجدداً بررسی می‌نماید تا برای سوالات جدیدی که خود طرح کرده است داده‌ها و اطلاعات لازم را بدست آورد.

در پژوهش علوم اجتماعی، ممکن است پژوهشگر اقدام به گردآوری داده‌های مورد نیاز خود نماید. اما گاهی داده‌های موجود کافی است و نیازی به گردآوری داده‌های جدید نیست و پژوهشگر براساس اهداف خود دست به تحلیل داده‌های موجود می‌زند. در واقع این حالت دوم، حالتی است که در تحلیل ثانویه دنبال می‌شود و می‌توان انتظار داشت با استفاده از این روش تا حد زیادی در زمان و نیروی انسانی صرفه جویی شود.

جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش همان جامعه آماری پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان است و تمرکز بیشتر بر کلیه شهروندان ۱۵ تا ۶۵ ساله بوده است. تلاش می‌شود با اتکا بر یافته‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان و با در نظر داشتن گروه سنی داده‌های مورد نظر استخراج گردد. علاوه بر این، داده‌های مربوط به جامعه آماری نیز از پیمایش ملی فرهنگ عمومی کشور نیز استخراج گردیده است.

نمونه گیری

در این پژوهش از نمونه گیری استفاده نشده است و هدف این است که کلیه پیمایش ها و پژوهش های موجود در این حوزه مورد مطالعه و بررسی قرار گیرند. در واقع نمونه گیری از اسناد وجود ندارد و مبنای نمونه گیری از افراد نیز، مبنای استفاده شده در پیمایش های ملی بوده است.

واحد مشاهده، زمان و مکان پژوهش

واحد مشاهده در این پژوهش افراد ۱۵ تا ۶۵ ساله کل کشور هستند. به لحاظ زمانی این پژوهش در سال ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ انجام شده است و به لحاظ مکانی نیز کل کشور قلمرو مکانی پژوهش بوده است.

نحوه گردآوری و تحلیل داده ها

مبنای گردآوری داده ها و اطلاعات، پیمایش های ملی انجام گرفته در رابطه با موضوع از جمله پیمایش ملی ارزش ها و نگرش های ایرانیان و پیمایش ملی فرهنگ عمومی کشور است. داده هایی که در سایر پژوهش ها استفاده شده است نیز منبع درجه دومی در این پژوهش تلقی می گردند. در این پژوهش از روش پرسش نامه برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. مفاهیم، شاخص ها و گویه ها به صورت محقق ساخته خواهند بود. برای این منظور مراحل شناسایی ابعاد و عملیاتی سازی مفاهیم نظری پایگاه اجتماعی-اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی صورت خواهد گرفت.

برای تحلیل اطلاعات در این تحقیق از تحلیل تک بعدی، جداول تقاطعی و آماره های متناسب با سطح اندازه گیری متغیرها استفاده خواهد شد. در بررسی وضعیت کلیه گویه ها برحسب متغیرهای زمینه ای به صورت جداگانه ای میزان همبستگی متغیرها سنجیده می شود و معناداری آنها محاسبه می گردد. نرم افزار آماری SPSS عمده ابزار مورد استفاده برای تحلیل یافته های پژوهش حاضر بوده است.

فصل چهارم:
یافته‌های پژوهش

مقدمه

فصل حاضر مشتمل بر دو بخش اصلی است. ابتدا تلاش شده است یافته‌های توصیفی در رابطه با متغیرهای اصلی پژوهش ارائه گردد. در این بخش به توصیف آمارهای موجود در رابطه با شاخص‌های دو متغیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی پرداخته شده است. تلاش شده است شاخص‌های مختلف تا حد امکان و با توجه به در دسترس بودن داده‌های موجود ارائه شوند. پس از آن و در بخش یافته‌های تحلیلی، تلاش شده است تا فرضیات اصلی پژوهش که در فصل دوم ارائه شدند مورد آزمون قرار گیرند. برای بررسی همبستگی داده‌ها از آزمون‌های آماری همبستگی و رگرسیون خطی چندمتغیره استفاده شده است.

یافته‌های توصیفی

پایگاه اجتماعی-اقتصادی

با توجه به اینکه پژوهش حاضر با رویکرد جامعه‌شناختی انجام می‌شود، برای بررسی پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد مورد مطالعه از سه جنبه قدرت، ثروت و منزلت استفاده می‌شود. وضعیت اقتصادی (ثروت) از ترکیب شاخص‌های وضع اقتصادی، محل سکونت (شهر، روستا)، نوع خودرو و قیمت تقریبی خودرو استفاده شده است. از آنجایی که جوانان پایگاه اجتماعی-اقتصادی خود را

به صورت مستقل نیافته‌اند از مؤلفه‌های مربوط به سه بعد مذکور در مورد والدینشان پرسش می‌شود. مؤلفه قدرت با استفاده از شاخص شغل فرد سنجیده می‌شود که می‌تواند بازنماینده قدرت وی باشد. برای سنجش منزلت از شاخص میزان تحصیلات استفاده می‌گردد. مجموع سه مفهوم قدرت، منزلت و ثروت شاخص پایگاه اجتماعی-اقتصادی فرد را تشکیل داده است. یافته‌های مربوط به این بخش در قالب جداول ذیل توصیف شده است.

شاخص ثروت

در پیمایش بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور برای سنجش وضعیت اقتصادی خانوارها ۶ گویه در اختیار آنها قرار داده شده و از آنها خواسته شده است گزینه‌ای که در مورد وضعیت اقتصادی آنها و خانواده‌شان مصداق دارد را انتخاب نمایند. گویه‌های مذکور و یافته‌های حاصل از این بخش در قالب جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۴-۱) وضعیت اقتصادی خانوار

کل کشور	گزینه‌ها
۱۳/۳	خانواده ما برای تأمین مواد غذایی از نظر مالی با مشکل مواجه است.
۱۰/۴	خانواده ما برای تأمین مواد غذایی از نظر مالی با مشکل مواجه نیست ولی برای تهیه پوشاک و کفش با مشکل مواجه است.
۴۵	خانواده ما برای تهیه پوشاک و کفش از نظر مالی با مشکل مواجه نیست ولی قادر به پس انداز کردن نمی‌باشد.
۱۱/۲	خانواده ما برای پس انداز کردن از نظر مالی با مشکل مواجه نیست ولی برای جدید کردن لوازم اصلی منزل نظیر یخچال و تلویزیون با مشکل مواجه است.
۶/۹	خانواده ما برای جدید کردن لوازم اصلی منزل از نظر مالی با مشکل مواجه نیست ولی برای تأمین برخی از چیزهایی که می‌خواهیم با مشکل مواجه می‌باشد.
۹/۶	خانواده ما تقریباً قادر به تأمین تمام چیزهایی که می‌خواهیم می‌باشد.
۳/۵	نمی‌دانم یا بدون جواب

همانطور که در جدول فوق مشخص شده است بزرگترین درصد (۴۵ درصد) به خانوارهایی اختصاص دارد که برای تأمین نیازهای اولیه خود با مشکل مواجه نیستند اما قادر به پس انداز کردن نیز نمی باشند. این موضوع می تواند فرهنگ کتابخوانی را متأثر سازد چرا که خانوارهای ایرانی تمام درآمد خود را صرف خوراک، پوشاک و مسکن می کنند و امکان پس انداز و هزینه برای خرید کتاب، روزنامه یا مجله را ندارند یا حداقل ترجیح آنها نیست. علاوه بر این، حدود یک چهارم (۲۴ درصد) از جمعیت مورد مطالعه اظهار داشته اند که برای تیه کفش و پوشاک و یا تأمین مواد غذایی با مشکل مواجه هستند.

در پیمایش ارزش ها و نگرش های ایرانیان در مجموع با ۱۴۹۰۶ نفر مصاحبه شده است و پرسش نامه ها تکمیل شده است. توزیع مکانی این افراد که با استفاده از روش های نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند به صورت جدول ذیل است.

جدول ۴-۲) توزیع فراوانی مطلق و درصدی جامعه مطالعه شده برحسب محل سکونت

محل سکونت	فراوانی مطلق	فراوانی درصدی
شهرهای مرکز استان	۴۶۲۹	۳۱/۱
شهرهای غیر مرکز استان	۵۵۷۹	۳۷/۴
روستا	۴۶۲۹	۳۱/۱
جمع	۱۴۹۰۶	۱۰۰

همانطور که ملاحظه می شود نمونه انتخاب شده از سه موقعیت مکانی متفاوت (ساکن در مراکز استان ها، شهرهای غیر مرکز استان و مناطق روستایی) انتخاب شده است. سهم هر یک از این مکان ها برابر است با این تفاوت که سهم شهرهای غیر مرکز استان حدود ۶ درصد بیش از دو مکان دیگر است. به طور کلی انتظار می رود افرادی که در شهرهای مرکز استان قرار می گیرند بیش از دیگران مطالعه کنند و یکی از عوامل اثرگذار بر این مهم این است که متوسط تحصیلات در این مکان ها بالاتر است و همچنین افراد دسترسی بهتری به کتاب، کتابفروشی و کتابخانه دارند.

در پیمایش ملی بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور از پاسخگویان پرسیده شده است که «خانواده شما چند خودروی سواری شخصی دارد؟» میانگین پاسخ‌ها به شرح جدول ذیل است.

جدول ۴-۳) تعداد خودروی سواری شخصی خانواده

گزینه‌ها	کل کشور
یک خودرو شخصی	۴۴/۲
دو خودرو شخصی	۴/۲
سه خودرو شخصی و بیشتر	۸
خانواده ما خودرو شخصی ندارد	۴۵/۴
نمی‌دانم یا بی‌جواب	۳/۴

همانطور که در جدول فوق مشخص شده است حدود ۹۰ درصد از پاسخگویان یا خودرو شخصی ندارند یا خانواده آنها یک خودرو شخصی دارد. خانواده‌هایی که دارای دو خودروی شخصی یا سه خودرو و بیشتر هستند در اقلیت قرار دارند. دارا بودن خودرو از یک جهت می‌تواند به معنای برطرف شدن نیازهای اولیه خانوار تلقی شود. از این رو انتظار می‌رود به همین نسبت افراد اهل مطالعه کتاب باشند. در ادامه در همین پیمایش از پاسخگویان خواسته شده است که ارزش خودروی خود را به تومان بیان کنند. یافته‌های این بخش در قالب جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۴-۴) ارزش خودروی سواری شخصی خانواده به تومان

گزینه‌ها	کل کشور
کمتر از پنج میلیون	۱۲/۹
پنج تا ده میلیون	۲۲/۲
ده تا پانزده میلیون	۸/۹
پانزده تا بیست میلیون	۲/۱
بیست تا سی میلیون	۱/۱

۱/۱	بیشتر از سی میلیون
۴۵/۱	خانواده ما خودروی شخصی ندارد
۳/۴	پرسیده نشده
۹	نمی‌دانم یا بدون جواب

همانطور که از داده‌های ارائه شده در جدول فوق برمی‌آید خانواده‌هایی که خودروهای ارزان قیمت سوار می‌شود بسیار بیشتر از آنهایی است که خودروی گران قیمت دارند. همانطور که در جدول قبلی نشان داده شده حدود نیمی از جمعیت مورد مطالعه دارای خودروی شخصی هستند که از این میان بیش از دو سوم آنها خودروهای ارزان قیمت استفاده می‌کنند. البته باید توجه داشت که پیمایش مذکور در سال ۱۳۹۲ انجام شده است و نوسانات شدید بازار خودرو در سال ۱۳۹۷ ارقام را غیرواقعی جلوه می‌دهد، این در حالی است که با افزودن درصدی مشخص به گزینه‌های پاسخ، می‌توان نتیجه کلی را همچنان صادق دانست.

شاخص قدرت

در پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان وضع فعالیت پاسخگویان از آنها پرسیده شده است و این افراد در قالب ۵ گزینه به پرسش مربوطه پاسخ داده‌اند. یافته‌های مربوط به این بخش در قالب جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۴-۵) توزیع فراوانی برحسب وضع فعالیت

وضع فعالیت	فراوانی مطلق	فراوانی درصدی
شاغل	۵۱۶۰	۳۴/۶
بیکار	۱۶۶۶	۱۱/۲
خانه‌دار	۴۹۷۶	۳۳/۴
محصل	۱۸۴۹	۱۲/۴
بازنشسته	۱۱۹۸	۸
پاسخ معتبر	۱۴۸۴۹	۹۹/۶

بدون پاسخ	۵۷	۰/۴
جمع	۱۴۹۰۶	۱۰۰

همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود از مجموع پاسخگویان، دو سوم افراد شاغل یا خانه دار هستند. در واقع این دو دسته بیشترین فراوانی را به خود اشتغال داده اند. افرادی که شغل خود را بیکار یا محل اعلام کرده اند نیز حدود یک چهارم افراد مورد مطالعه را تشکیل می دهند و بازنشستگان ۸ درصد از این جمعیت هستند.

شاخص منزلت

وضع تحصیلی متغیر دیگری است که در پیمایش ارزش ها و نگرش های ایرانیانسنجیده شده است. ۵ گزینه پاسخ در اختیار افراد قرار داده شده است و از آنها خواسته شده است که وضعیت تحصیلی خود را براساس آن مشخص نمایند. یافته های حاصل از این بخش در قالب جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۴-۶) توزیع فراوانی جامعه مطالعه شده برحسب وضع تحصیلی

تحصیلات	فراوانی مطلق	فراوانی درصدی	فراوانی درصدی خالص
بی سواد	۱۱۸۸	۸	۸
ابتدایی	۲۷۱۹	۱۸/۲	۱۸/۳
متوسطه	۳۰۵۲	۲۰/۵	۲۰/۵
دیپلم	۳۸۱۶	۲۵/۶	۲۵/۷
عالی	۴۰۹۳	۲۷/۵	۲۷/۵
پاسخ معتبر	۱۴۸۶۸	۹۹/۷	۱۰۰
بدون پاسخ	۳۸	۰/۳	-
جمع	۱۴۹۰۶	۱۰۰	-

همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود بیش از ۵۰ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و عالی هستند. بیشترین فراوانی (۲۷/۵) مربوط به افرادی

است که دارای تحصیلات عالی هستند. بسیاری از پژوهش‌ها منزلت را یکی از مهم‌ترین ابعاد پایگاه اجتماعی-اقتصادی در نظر می‌گیرند و تحصیلات را مهم‌ترین بازنماینده آن می‌دانند. در واقع هر اندازه تحصیلات افراد بالاتر می‌رود انتظار این است که سرمایه فرهنگی بیشتری را دارا باشند و از این نظر بیشتر اهل مطالعه باشند و فرهنگ کتابخوانی آنان نیز افزایش یابد.

فرهنگ کتابخوانی

برای سنجش فرهنگ کتابخوانی سه شاخص اصلی در نظر گرفته شده است. مطالعه کتب غیردرسی، تعداد کتاب مطالعه شده و زمان صرف شده برای مطالعه. میزان مطالعه به عنوان زیر مجموعه‌ای از مصرف کالاهای فرهنگی در پژوهش «ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج سوم)» از طریق گویه‌های ذیل مورد پرسش قرار گرفته است: ۱. مطالعه کتاب غیر درسی: آیا کتاب‌های غیردرسی هم مطالعه می‌کنید؟ بلی-خیر. ۲. تعداد کتاب مطالعه شده: از ۱ تا ۱۰ جلد کتاب و ۱۱ تا بیشتر. ۳. زمان صرف شده برای مطالعه: میزان زمان صرف شده برای مطالعه در شبانه روز به دقیقه. به تفکیک مطالعه کتاب و خواندن روزنامه و مجله اعم از کاغذی یا اینترنتی. یافته‌های مربوط به این بخش در قالب جداول ذیل ارائه شده است.

شاخص مطالعه کتاب غیردرسی

در پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان از پاسخگویان خواسته شده‌است به این پرسش پاسخ بلی یا خیر بدهند: «آیا کتاب‌های غیردرسی هم مطالعه می‌کنید؟». یافته‌های مربوط به این گویه در قالب جدول ذیل ارائه شده است.

جدول (۴-۷) توزیع فراوانی مطلق و درصدی پاسخ در مورد مطالعه کتب غیردرسی

مورد	فراوانی مطلق	فراوانی درصدی	فراوانی درصدی خالص
بلی	۶۰۸۴	۴۰/۸	۴۱/۴
خیر	۸۶۰۷	۵۷/۷	۵۸/۶
پاسخ معتبر	۱۴۶۹۱	۹۸/۶	-

-	۱/۴	۲۱۵	بدون پاسخ
-	۱۰۰	۱۴۹۰۶	جمع

همانطور که در جدول فوق مشخص شده است حدود ۴۱ درصد از پاسخگویان در کل کشور بیان داشته‌اند که کتب غیردرسی را مطالعه می‌کنند. این نشان می‌دهد که نزدیک به ۶۰ درصد جامعه ایرانی هنوز امکان یا علاقه به مطالعه کتب غیردرسی را ندارند. در ادامه و در جدول ۳-۸ نشان داده شده است که کدام استان‌ها بیشترین افراد کتابخوان و کمترین افراد اهل مطالعه را دارند.

جدول ۴-۸) توزیع درصدی مطالعه کتاب غیردرسی برحسب استان

استان	بلی	خیر	پاسخ معتبر
اردبیل	۱۸/۵	۸۱/۵	۳۵۷
بوشهر	۲۲/۴	۷۷/۶	۳۷۰
خراسان جنوبی	۲۳/۴	۷۶/۶	۳۴۲
گلستان	۲۲/۳	۷۷/۷	۴۱۲
البرز	۶۸/۸	۳۱/۲	۴۷۷
تهران	۵۷/۵	۴۲/۵	۱۲۸۲
چهارمحال و بختیاری	۵۳/۴	۴۶/۶	۳۴۸
سمنان	۵۷/۷	۴۲/۳	۳۴۵
همدان	۵۷	۴۳	۴۴۶
کل کشور	۴۱/۴	۵۸/۶	۱۴۶۹۱

در جدول فوق آمارهای مربوط به مطالعه کتاب در ۹ استان کشور نشان داده شده است. چهار استان اول یعنی استان‌های اردبیل، بوشهر خراسان جنوبی و گلستان، کمترین علاقه به مطالعه کتاب‌های غیردرسی را اظهار داشته‌اند. در این میان اردبیل با تنها ۱۸/۵ درصد پاسخ مثبت به گویه مربوطه بسیار پایین‌تر از میانگین کشوری قرار دارد. وضعیت پنج استان دیگر شامل البرز، تهران، چهارمحال بختیاری، سمنان و همدان متفاوت است. رقم پاسخ «بلی» به پرسش مربوطه در همه این استان‌ها

بالاتر از میانگین کشوری (۴/۴۱ درصد) است. در این میان استان‌های البرز با ۸/۶۸ درصد پاسخ مثبت و سمنان با ۷/۵۷ درصد، بیشترین افراد کتابخوان را در خود جای داده‌اند. مردم تهران نیز رقم بالاتر از میانگین کشوری (۵/۵۷) را به خود اختصاص داده‌اند.

در جدول ۳-۹ که در ادامه آمده است نشان داده شده است که متغیرهای زمینه‌ای تا چه اندازه تعیین‌کننده میزان علاقه افراد و اقشار مختلف به مطالعه کتب غیردرسی هستند. در این رابطه متغیرهای محل سکونت، جنس، سن، تحصیلات، وضع فعالیت و وضع تأهل ملاک مقایسه قرار گرفته است.

۹۲ بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی بر فرهنگ کتاب خوانی

جدول ۴-۹) توزیع درصدی پاسخ در مورد مطالعه کتب غیردرسی برحسب متغیرهای زمینه‌ای

متغیر	میزان	بلی	خیر	پاسخ معتبر
محل سکونت	شهر مرکز استان	۵۰/۴	۴۹/۶	۱۴۹۶۱
	شهر غیر مرکز استان	۴۰/۳	۵۹/۷	
	روستا	۳۱/۷	۶۸/۳	
جنس	مرد	۳۸/۹	۶۱/۱	۱۴۶۹۱
	زن	۴۳/۷	۵۶/۲	
سن	۱۵ تا ۲۹ سال	۴۹/۲	۵۰/۶	۱۴۶۹۱
	۳۰ تا ۴۹ سال	۴۳	۵۷	
	۵۰ سال به بالا	۲۶/۸	۷۳/۲	
سواد	بیسواد	--	۱۰۰	۱۴۶۵۶
	ابتدایی	۱۸/۵	۸۱/۵	
	متوسطه	۳۹/۱	۶۰/۹	
	دیپلم	۴۸/۹	۵۱/۱	
	عالی	۶۳/۲	۳۶/۸	
وضع فعالیت	شاغل	۴۱/۵	۵۸/۵	۱۴۶۴۰
	بیکار	۴۱/۶	۵۸/۶	
	خانه‌دار	۳۵/۶	۶۴/۴	
	محصل	۵۸/۶	۴۱/۴	
	بازنشسته	۳۸/۲	۶۱/۸	

۱۴۶۹۱	۴۷/۱	۵۲/۹	مجرد	وضع تأهل
	۶۲/۱	۳۷/۹	متاهل	
	۷۵/۲	۲۴/۸	سایر	

همانطور که در فوق مشاهده می‌شود پاسخگویانی که در شهرهای بزرگ (مراکز استان‌ها) زندگی می‌کنند بیشتر به مطالعه کتب غیردرسی تمایل دارند. ۵۰/۴ درصد از پاسخگویانی که در شهرهای مرکز استان ساکن بوده‌اند به گویه مورد نظر پاسخ مثبت داده‌اند. پس از آنها افراد ساکن در شهرهای غیرمرکز استان ۴۰/۳ درصد است و کمترین درصد (۳۱/۷) مربوط به افرادی است که در روستاها زندگی می‌کنند.

در رابطه با متغیر جنس زنان تا حدودی بیش از مردان کتب غیردرسی مطالعه می‌کنند. زنان به‌طور کلی حدود ۵ درصد بیش از مردان تمایل به مطالعه دارند. مقایسه گروه‌های سنی با یکدیگر تفاوت بیشتری را نمایان می‌سازد. بیشترین تمایل به مطالعه بین گروه سنی جوان ۱۵ تا ۲۹ سال با میانگین ۴۹/۲ درصد است. این در حالی است که کمترین میزان مربوط به افرادی است که بالای ۵۰ سال سن دارند و تنها ۲۶/۸ درصد پاسخگویان در این گروه سنی به گویه مورد پاسخ مثبت داده‌اند. این در حالی است که بخش قابل توجهی از این افراد در دوره بازنشستگی قرار دارند و انتظار می‌رود میزان مطالعه آنها بیش از سایر گروه‌های سنی باشد.

با در نظر گرفتن متغیر سواد به‌خوبی می‌توان تشخیص داد که هر اندازه تحصیلات افراد افزایش می‌یابد میزان مطالعه آنها بیشتر می‌شود. در حالی که کمترین درصد (۱۸/۵) مربوط به افرادی است که تحصیلات ابتدایی دارند، حدود دو سوم از افراد با تحصیلات عالی به گویه مورد نظر پاسخ مثبت داده‌اند. در رابطه با متغیر وضع فعالیت، داده‌ها نشان می‌دهند که کمترین میزان مطالعه در میان افراد خانه‌دار (۳۵/۶) و بیشترین میزان (۵۸/۶) در میان افراد محصل است. افراد مجرد نیز به مراتب بیش از افراد متأهل مطالعه می‌کنند.

شاخص تعداد کتاب مطالعه شده

در رابطه با تعداد کتاب‌های مطالعه شده از افراد خواسته شده است که بیان کنند در طول یک سال چند کتاب مطالعه می‌کنند. این تعداد بین یک تا ۱۱ کتاب و بیشتر متغیر بوده است و یافته‌های مربوط به آن در قالب جدول ۳-۱۰ بیان شده است.

جدول ۴-۱۰) توزیع فراوانی پاسخ در مورد تعداد کتاب مطالعه شده

تعداد	فراوانی مطلق	فراوانی درصدی	فراوانی درصدی خالص
یک	۱۲۰۸	۸/۱	۱۹/۳
دو	۱۵۱۲	۱۰/۱	۲۴/۱
سه	۱۰۰۲	۶/۷	۱۶
چهار	۵۷۹	۳/۹	۹/۲
پنج	۴۳۷	۲/۹	۷
شش	۱۷۷	۱/۲	۲/۸
هفت	۱۰۴	۰/۷	۱/۷
هشت	۹۹	۰/۷	۱/۶
نه	۲۰	۰/۱	۰/۳
ده	۲۲۶	۱/۵	۳/۶
یازده و بیشتر	۷۲۰	۵/۱	۱۴/۴
پاسخ معتبر	۶۰۸۴	۴۲	۱۰۰
مورد ندارد و بی‌پاسخ	۸۸۲۲	۵۸	-
جمع	۱۴۹۰۶	۱۰۰	-

همانطور که در جدول فوق مشخص شده است و از داده‌های ارائه شده برمی‌آید، اگر به ستون فراوانی درصدی خالص نگاه کنیم، درخواستیم یافت که مطالعه بیش از ۵ کتاب در کشور نادر است. به طور کلی تنها حدود یک چهارم (۲۴/۴ درصد) از افرادی که مطالعه می‌کنند بیش از ۵ کتاب در طول یک سال می‌خوانند. این در حالی است که مطالعه دو کتاب (۲۴/۱) و یک کتاب (۱۹/۳)

به تنهایی نزدیک به نیمی از پاسخ‌های معتبر را به خود اختصاص داده است.

شاخص زمان صرف شده برای مطالعه

در پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان میانگین زمان صرف شده در روز برای مطالعه مورد پرسش قرار گرفته است. پاسخگویان زمان صرف شده به دقیقه را برای مطالعه کتاب و خواندن روزنامه و مجله ارائه کرده‌اند. یافته‌های مربوط به این بخش در قالب جدول ۳-۱۱ ارائه شده است.

جدول ۴-۱۱) توزیع میانگین زمان صرف شده برای مطالعه در شبانه روز به دقیقه

مطالعه	کل پاسخگویان (ناخالص)	پاسخگویانی که مطالعه غیردرسی دارند
مطالعه کتاب	۱۲/۳۳	۳۲/۱۶
خواندن روزنامه و مجله اعم از کاغذی و اینترنتی	۲۷/۸۴	۷۹/۶۳

داده‌های حاصل از جدول فوق نشان می‌دهد که پاسخگویانی که مطالعه غیردرسی دارند (که در این پژوهش مورد نظر هستند) در طول شبانه روز حدود ۳۲ دقیقه را صرف مطالعه کتاب می‌کنند. این گروه از پاسخگویان تقریباً ۸۰ دقیقه از زمان خود را به‌طور میانگین در طول شبانه روز به مطالعه روزنامه و مجله اختصاص می‌دهند.

این روند در استان‌های مختلف با یکدیگر متفاوت است. وضعیت استان‌های مختلف در رابطه با زمان صرف شده برای مطالعه در طول شبانه روز در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۴-۱۲) توزیع میانگین زمان صرف شده برای مطالعه در طول شبانه روز به دقیقه

استان	مطالعه کتاب	خواندن روزنامه و مجله اعم از کاغذی یا اینترنتی
اردبیل	۳/۹۴۶۸	۱۲/۱۰۵۳
بوشهر	۷/۶۷۳۷	۱۹/۶۳۳۰
خراسان جنوبی	۵/۲۴۳۰	۲۴/۱۰۴۹

۶/۱۱۵۶	۲۶/۱۸۶۱	گلستان
۱۹/۱۱۲۴	۴۳/۶۹۴۱	البرز
۱۸/۲۷۲۷	۴۴/۸۰۰۵	تهران
۲۱/۲۶۲۲	۵۱/۸۳۸۲	چهارمحال و بختیاری
۲۶/۱۳۱۹	۲۸/۵۴۸۴	سمنان
۲۵/۴۸۹۵	۲۸/۵۴۸۰	همدان
۱۲/۳۲۷۳	۲۷/۸۴۲۰	کل کشور

از جدول فوق دو نکته مهم را می‌توان نتیجه گرفت: اول اینکه افراد بیشتر به مطالعه روزنامه و مجله در شکل کاغذی یا اینترنتی آن تمایل دارند تا به مطالعه کتاب. همانطور که رقم میانگین کل کشور نشان می‌دهد، میانگین زمان مطالعه روزنامه و مجله بیش از دو برابر میانگین زمان مطالعه کتاب است. علاوه بر این، کتاب‌خوانی و مطالعه کتاب در استان‌هایی مثل اردبیل و خراسان جنوبی به ترتیب با میانگین زمان مطالعه حدود ۴ دقیقه و ۵ دقیقه در روز بسیار پایین‌تر از میانگین کشوری (حدود ۱۲ دقیقه) است. این در حالی است که استان‌های بیشتر توسعه یافته مثل تهران (با میانگین تقریباً ۱۸ دقیقه) و البرز (با میانگین تقریباً ۱۹ دقیقه) زمان بیشتری را صرف مطالعه کتاب می‌کنند. هرچند در این استان‌ها نیز شکاف زمان مطالعه کتاب با مطالعه روزنامه و مجله زیاد است. نکته قابل توجه اینکه در استان‌های مثل سمنان و همدان این شکاف به حداقل می‌رسد.

یافته‌های استنباطی

با توجه به اینکه یافته‌های فوق مربوط به دیدگاه‌های بخش کوچکی از جمعیت ایران بوده و داده‌ها از طریق نمونه‌گیری به دست آمده است، در این بخش، براساس اقتضائات آماری به ارزیابی فرضیه‌ها و آزمون رابطه بین متغیرهای مذکور و همچنین میزان تعمیم‌پذیری آن اقدام خواهد شد. لازم به ذکر است به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش قصد داریم از آزمون‌های پارامتریک (همچون آزمون همبستگی پیرسون) استفاده کنیم. مهم‌ترین شروط آزمون پارامتریک عبارتند از: ۱- سطح سنجش متغیر وابسته فاصله‌ای باشد. ۲- توزیع داده‌ها نرمال باشد (حبیب‌پور و صفری‌شالی، ۱۳۸۸). شرط نخست از طریق سنجش در سطح فاصله‌ای و یا تجمع‌گو‌ی‌های سطح ترتیبی برآورده شده است. بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای پژوهش نیز به کمک آزمون کولموگروف-اسمیرنوف انجام شد که نتایج آن نشان داد توزیع داده‌های متغیرهای مورد بررسی از وضعیت نرمال برخوردار می‌باشد. علاوه بر این، از آنجایی که پیمایش‌های ملی عمدتاً با استفاده از نمونه‌های بزرگ انجام می‌شود، توزیع داده‌ها نرمال است. لذا می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده نمود. نتیجه آنکه، با توجه به ماهیت فرضیه‌ها و سطح سنجش داده و اقتضائات آماری دیگر، برای ارزیابی همه فرضیه‌های تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده خواهد شد.

فرضیه اول: بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و فرهنگ کتاب‌خوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۱۴-۱۳) نتیجه آزمون فرضیه اول

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی (r)	شاخص آماری / فرضیه
تأیید فرضیه	۰/۰۰۱	۰/۵۶	پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد* فرهنگ کتاب‌خوانی

یافته‌های استنباطی تحقیق در رابطه با آزمون رابطه بین اجتماعی-اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی که در جدول فوق خلاصه شده است، نشان می‌دهد همبستگی معناداری در سطح متوسط بین این دو متغیر در بین پاسخگویان وجود دارد. به بیان دیگر، فرهنگ کتابخوانی مستقل از پایگاه اقتصادی-اجتماعی شهروندان نیست و می‌توان گفت کسانی که پایگاه بالاتری دارند، بیشتر مطالعه می‌کنند و بالعکس. به‌طور کلی، اگر ابعاد مختلف ثروت، قدرت و منزلت را با یکدیگر جمع کنیم و براساس آن شاخص پایگاه اجتماعی-اقتصادی را بسازیم، می‌توان هم‌تغییری آن با متغیر فرهنگ کتابخوانی را تایید کرد.

بر این اساس، وقتی افراد متعلق به گروه‌های اجتماعی هستند که از سرمایه اجتماعی و بویژه فرهنگی بالاتری برخوردار هستند، می‌توان انتظار داشت که میزان مطالعه آنها بیشتر شود. یافته‌های پژوهش نیز در سطح کشوری این موضوع را نشان می‌دهد. برای مثال در استان‌های محروم و کمتر توسعه‌یافته مثل خراسان جنوبی یا بوشهر مردم کمتر اذعان داشته‌اند که اهل مطالعه کتاب‌های غیردرسی هستند. این در حالی است که استان‌های توسعه یافته مثل تهران یا البرز، یا استان‌های نزدیک به مرکز مثل سمنان، از درصد بالاتری از افراد کتابخوان در کشور برخوردار است. ذکر این نکته شایان توجه است که توسعه را نباید صرفاً در بعد اقتصادی آن در نظر گرفت بلکه در اینجا بعد فرهنگی از اهمیت بالاتری برخوردار است. با توجه به ابعاد چندگانه متغیرهای پایگاه اجتماعی-اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی، در ادامه به آزمون رابطه ابعاد هر یک از متغیرها با متغیرهای اصلی اقدام خواهد شد.

فرضیه دوم: بین قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتاب‌خوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۴-۱۴) نتیجه آزمون فرضیه دوم

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی (r)	شاخص آماری / فرضیه
تأیید فرضیه	۰/۰۵	۰/۱۱	قدرت اجتماعی* فرهنگ کتاب‌خوانی

یافته‌ها در در رابطه با آزمون رابطه بین قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتاب‌خوانی نشان دهنده آن است که بین این دو متغیر همبستگی معناداری اما ضعیفی وجود دارد به صورتی که می‌توان گفت کسانی که قدرت اجتماعی بالاتری داشته‌اند، فرهنگ کتاب‌خوانی آنها اندکی بیشتر بوده است. در واقع اگرچه هم‌تغییری این دو متغیر به لحاظ آماری معنادار است، اما شدت آن ضعیف است و با اجرای آزمون رگرسیون نیز می‌توان انتظار داشت میزان اهمیت متغیر قدرت اجتماعی نسبت به سایر متغیرها کمتر باشد. اگر مهم‌ترین شاخص قدرت اجتماعی برای افراد را شغل آنها در نظر بگیریم، براساس یافته‌های این پژوهش مشاهده می‌شود ارتباط چندانی میان شغل افراد و میزان کتاب‌خوانی آنها وجود ندارد.

در واقع پیش از این در جدول ۴-۹ نشان داده شد که افراد بیکار و خانه‌دار که به لحاظ قدرت اجتماعی در سطح پایینی قرار دارند، نسبت مطالعه آنها چندان با سایر اقشار جامعه (به لحاظ وضع فعالیت) متفاوت نیست. در این جدول نشان داده شد که افراد بیکار ۶/۴۱ درصد و افراد خانه‌دار ۶/۳۵ درصد اذعان داشته‌اند که به مطالعه کتب غیردرسی مبادرت می‌ورزند. این در حالی است که این نسبت برای افراد شاغل نیز ۵/۴۱ درصد بوده است و مشاهده می‌شود تفاوت چشم‌گیری میان اقشار مختلف در زمینه این متغیر وجود ندارد. بنابراین نمی‌توان شاخص قدرت اجتماعی را متغیری تعیین کننده برای پیش‌بینی فرهنگ کتاب‌خوانی افراد دانست

اگرچه همبستگی ضعیفی بین این متغیر وجود دارد.

علاوه بر این، پیش از این نشان داده شد (رجوع کنید به جدول ۹-۴) که افراد مجرد به مراتب بیشتر از افراد متأهل به مطالعه کتاب‌های غیردرسی مبادرت می‌ورزند. این در حالی است که ازدواج و تشکیل زندگی مشترک منبعی برای سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود و انتظار می‌رود افراد پس از ازدواج از قدرت اجتماعی بالاتری برخوردار باشند. این در حالی است که متغیر ازدواج نتوانسته است نقشی مثبت در میزان مطالعه افراد متأهل داشته باشد. به نظر می‌رسد ازدواج و تشکیل زندگی مشترک نیز امروزه منبعی برای کمبود وقت افراد شده است. از آنجایی که افراد متأهل زمان زیادی را صرف کار کردن برای امرار معاش می‌نمایند، وقت فراغت آنها کمتر از افراد مجرد است و زمان آزادی برای مطالعه ندارند.

فرضیه سوم: بین منزلت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۴-۱۵) نتیجه آزمون فرضیه سوم

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی (r)	شاخص آماری فرضیه
تأیید فرضیه	۰/۰۰۱	۰/۷۷	منزلت اجتماعی * فرهنگ کتابخوانی

یافته‌ها در خصوص بررسی رابطه بین منزلت اجتماعی و فرهنگ کتابخوانی حکایت از آن دارد که بین دو متغیر مذکور رابطه مثبت و قوی وجود دارد که براساس آن می‌توان گفت هر چه منزلت اجتماعی پاسخگویان بالاتر باشد، فرهنگ کتابخوانی قوی‌تری داشته‌اند. به بیان دیگر، افراد دارای منزلت اجتماعی بالاتر نسبت به کسانی که منزلت اجتماعی پایین‌تری دارند، بیشتر اهل مطالعه هستند. شاید مهم‌ترین نکته در رابطه با فرهنگ کتابخوانی بحث سرمایه فرهنگی

افراد باشد. افرادی که از سرمایه فرهنگی بالاتری برخوردار هستند، بیشتر وقت خود را صرف مطالعه می‌کنند. یافته‌های پژوهش حاضر نیز این موضوع را نشان می‌دهند. یافته‌ها نشان می‌دهد که حدود دوسوم از افراد جامعه (۶۳ درصد) که دارای تحصیلات عالی هستند کتاب‌های غیردرسی مطالعه می‌کنند. این در حالی است که افراد دیپلم حدود ۴۸ درصد مطالعه می‌کنند. با کاهش میزان تحصیلات میزان پاسخ مثبت به مطالعه کتاب‌های غیردرسی نیز کاهش می‌یابد. بنابراین، سرمایه فرهنگی را می‌توان مهم‌ترین شاخص در تبیین فرهنگ کتابخوانی دانست.

فرضیه چهارم: بین قدرت اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۴-۱۶ نتیجه آزمون فرضیه چهارم

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی (r)	شاخص آماری فرضیه
عدم تأیید فرضیه	۰/۲۱	۰/۰۴	قدرت اقتصادی * فرهنگ کتابخوانی

یافته‌های تحقیق در خصوص بررسی رابطه قدرت اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی در بین نمونه مورد بررسی از شهروندان مؤید آن است که بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد و فرهنگ کتابخوانی مستقل از قدرت اقتصادی پاسخگویان است. این یافته بیانگر آن است که هم در بین کسانی که قدرت اقتصادی دارند و هم در بین افراد فاقد قدرت اقتصادی می‌توان پاسخگویی را یافت که دارای فرهنگ کتابخوانی بالا یا پایینی هستند. به بیان دیگر، برخی از افراد دارای قدرت اقتصادی پایین (به اصطلاح فقیر و کم توان) هم اهل مطالعه هستند چندان که برخی از افراد دارای توان اقتصادی بالا و به اصطلاح ثروتمند اهل مطالعه نیستند و بالعکس. نتیجه اینکه نمی‌توان نظم و پیوستگی مشخصی بین دو متغیر مذکور

شناسایی نمود. بنابراین، این ادعا که هر اندازه افراد ثروتمندتر باشند، بیشتر کتاب می‌خوانند، ادعایی است که نمی‌توان آن را بر داده‌های تجربی متکی نمود. از آنجایی که پیش شرط کسب درآمد در سطح نرمال جامعه، دارا بودن شغل است، اگر فرض کنیم بین دو متغیر قدرت اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی رابطه مثبت وجود داشته باشد، انتظار می‌رود افرادی که شاغل هستند، بیش از افراد بیکار مطالعه کنند، این در حالی است که آمارها نشان می‌دهد میزان کتابخوانی افراد شاغل ۴۱/۵ درصد و میزان کتابخوانی افراد بیکار ۴۱/۶ درصد است. همانطور که مشاهده می‌شود بین این دو گروه تفاوت معناداری در میزان کتابخوانی وجود ندارد. از این رو به نظر می‌رسد متغیرهایی مثل آگاهی از اهمیت مطالعه، نگرش به کتابخوانی، داشتن الگوی مناسب برای کتابخوانی و از همه مهم‌تر فرصت کافی برای مطالعه کتاب می‌توانند در این رابطه دارای اهمیت ویژه باشند. در واقع افراد بیکار زمان آزاد بیشتری نسبت به افراد شاغل دارند و می‌توانند آن را به مطالعه کردن اختصاص دهند.

فرضیه پنجم: بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و ساعت‌های مطالعه رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۴-۱۷ نتیجه آزمون فرضیه پنجم

نتیجه	سطح معناداری	ضریب همبستگی (r)	شاخص آماری / فرضیه
عدم تأیید فرضیه	۰/۰۰۱	۰/۵۳	پایگاه اجتماعی-اقتصادی *میزان ساعت‌های مطالعه

یافته‌های استنباطی درخصوص آزمون رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان ساعت‌های مطالعه و کتابخوانی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه آماری معناداری در سطح متوسط وجود دارد و تغییرات آنها مستقل از یکدیگر نیستند. به

بیان دیگر، میزان ساعت‌های مطالعه ارتباطی معنادار با پایگاه اجتماعی-اقتصادی پاسخگویان دارد و می‌توان براساس آن به پیش‌بینی میزان ساعات مطالعه اقدام نمود. در واقع هر اندازه افراد از پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتری برخوردار باشند، براساس یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت که میزان ساعات مطالعه آنها افزایش می‌یابد. در سطح کشوری نیز یافته‌ها حاکی از آن است که ساکنان استان‌های توسعه‌یافته‌تر نسبت به استان‌های کمتر توسعه یافته، زمان بیشتری را در طول شبانه‌روز صرف مطالعه متون مختلف از جمله کتاب می‌نمایند.

فصل پنجم:
جمع بندی و نتیجه گیری

مقدمه

فصل پایانی این پژوهش مشتمل بر سه قسمت اصلی خواهد بود. در قسمت اول به جمع‌بندی پژوهش انجام شده پرداخته شده است و مشخص شده است که در فصول پیشین چه مطالبی ارائه شده است و چطور شالوده این طرح پژوهشی طراحی شده است. در قسمت دوم به بیان نتیجه‌گیری عمده از این پژوهش پرداخته شده است و مشخص گردیده است که یافته‌های اصلی این پژوهش کدامند. نهایتاً در سومین قسمت از فصل حاضر تلاش شده است تا راهکارهای عمده در رابطه با گسترش فرهنگ کتابخوانی ارائه گردید و مشخص شده است که تا چه اندازه می‌توان مفهوم پایگاه اجتماعی-اقتصادی را به‌عنوان تعیین‌کننده در این زمینه در نظر گرفت.

جمع‌بندی

در فصل اول از این پژوهش به بررسی کلیات پرداخته شده است. بسیاری از پژوهش‌هایی که با رویکرد جامعه‌شناختی انجام شده‌اند بر این موضوع تأکید دارند که فرهنگ مطالعه و کتابخوانی و به‌طورکلی مطالعه کردن به‌عنوان یک رفتار انسانی تابعی از پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد جامعه است. بدین معنا که اقشار مختلف نسبت به کتابخوانی به‌عنوان یک فرهنگ رویکردهای مختلفی دارند و

ارزش‌های متفاوتی برای آن قائل هستند (بورديو، ۱۳۹۱). از این رو، این نظام معنایی که تابعی از پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد است تعیین کننده کتابخوانی به عنوان یک کنش فردی خواهد بود.

دستیابی به منابع ارزشمند و کمیاب مانند ثروت، قدرت و منزلت، افراد را در لایه‌های مختلف سلسله مراتب اجتماعی جای می‌دهد و به این ترتیب جایگاه آن‌ها در جامعه یا به عبارت دیگر پایگاه اجتماعی-اقتصادی^۱ آنان تعیین می‌شود. پایگاه اجتماعی-اقتصادی همانند یک ظرف است که در چارچوب آن شیوه مواجهه افراد با محیط اجتماعی ساخته و پرداخته می‌شود. جامعه‌شناسان در پژوهش‌های مختلف دریافته‌اند که جنبه‌های مختلف زندگی انسان‌ها از جمله بهره‌هوشی، موفقیت تحصیلی، عقاید سیاسی و ... با پایگاه ما در سلسله مراتب اجتماعی مرتبط است (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۲۰۴). از این رو، به نظر می‌رسد کتابخوانی، علاقه به مطالعه کتاب و فرهنگ کتابخوانی نیز از این قاعده مستثنا نباشد و بتوان آن را به پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و گروه‌های مختلف مرتبط دانست. در واقع پایگاه اجتماعی-اقتصادی مجموعه‌ای از عادات و باورها در افراد می‌پروراند و همچنین امکانات و محدودیت‌هایی برای آن‌ها فراهم می‌سازد که تعیین کننده رفتارهای مختلف افراد (از جمله کتابخوانی) هستند. بنابراین، مسئله اصلی در این پژوهش بررسی رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی با فرهنگ کتابخوانی است.

در ادامه فصل اول اهمیت و ضرورت این مسئله طرح داده شده است. بر اساس نظرسنجی سال ۱۳۹۰ در تهران، ۳۶ درصد افراد اهل مطالعه نیستند و تنها ۵ درصد تهرانی‌ها به طور حرفه‌ای مطالعه می‌کنند. در این پژوهش برای افرادی که اصلاً مطالعه نمی‌کنند یا خیلی کم مطالعه می‌کنند، اصلی‌ترین دلایل کمبود وقت و وجود مشکلات مختلف عنوان شده است (پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۱). پژوهشی گسترده‌تر با عنوان «آسیب‌شناسی فرهنگ مطالعه در بین جوانان ایرانی» نشان می‌دهد که تنها ۴/۲۲ درصد از ایرانی‌ها ترجیح می‌دهند اوقات فراغت خود را با مطالعه پر کنند. در حالی که ۵۲ درصد آن‌ها در اوقات فراغت

خود تلویزیون تماشا می کنند. این آمار نشان می دهد مردم ایران افزون بر آنکه به مطالعه به عنوان سرگرمی می نگرند، مطالعه در میان سرگرمی ها جایگاه کم اهمیتی دارد. با توجه به وضعیت مطالعه و کتابخوانی در جامعه امروز ایرانی و با در نظر داشتن اهمیت مطالعه و کتابخوانی در فرآیند توسعه جوامع مختلف، به نظر می رسد، شناخت زمینه های ضعف فرهنگ کتابخوانی بتواند یکی از مهم ترین اولویت ها در این حوزه باشد. از این رو، ضعف فرهنگ کتابخوانی در ایران به عنوان یک کشور در حال توسعه به خوبی ضرورت پرداختن به این مسئله را نشان می دهد.

در بخش پایانی از فصل اول عنوان شده است که هدف اصلی از انجام این پژوهش بررسی رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان است. اهداف فرعی این پژوهش نیز عبارتند از: بررسی رابطه قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان؛ بررسی رابطه منزلت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان؛ بررسی رابطه وضعیت اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی آنان؛ بررسی رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و ساعت های مطالعه آنان.

فصل دوم از پژوهش حاضر به بررسی مطالعات پیشین و مبانی نظری پژوهش حاضر اختصاص یافته است و در نهایت به استخراج مفاهیم اصلی پژوهش و فرضیات اصلی تحقیق ختم شده است. تاکنون در رابطه با موضوع پایگاه اجتماعی-اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی به صورت مجزا پژوهش هایی بسیاری انجام شده است، اما بررسی رابطه این دو مفهوم با یکدیگر کمتر مورد توجه پژوهش های تجربی بوده است. در ادامه به برخی از مهم ترین پژوهش های تجربی در این رابطه اشاره شده است. پژوهش نواح و همکاران (۱۳۹۵) به صورت پیمایشی و با نمونه ۴۰۰ نفری از شهروندان اهواز به بررسی تأثیر انواع سرمایه از جمله سرمایه اقتصادی بر مطالعه آزاد پرداخته است. پژوهش خان محمدی و جعفری (۱۳۹۵) با عنوان «تبیین جامعه شناسختی الگوی مصرف فرهنگی، با تأکید بر مطالعه کتاب: مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه های کرمانشاه» با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه به بررسی الگوی مطالعه، به عنوان یکی از مصارف فرهنگی و ارتباط آن با دو متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سرمایه فرهنگی مطابق با نظر پیر بورديو پرداخته

است. پژوهش اکبری بورنگ و نصراللهی (۱۳۹۵) باهدف بررسی فرهنگ مطالعه دانش‌آموزان شهر بیرجند از منظر جنسیت، سواد والدین و محل سکونت انجام شد. این تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی، با استفاده از پرسشنامه و با حجم نمونه ۳۰۰ نفری دانش‌آموزان دختر و پسر پایه‌ی پنجم و ششم شهر بیرجند در سال ۹۲-۹۳ بوده است. در پژوهشی دیگر فائق و باینگانی (۱۳۹۵) به سنجش سرمایه فرهنگی طبقات بر اساس پایگاه اقتصادی-اجتماعی از طریق رویکرد پیمایش در مورد شهروندان اصفهانی و با ترکیب نظریه وبر و بوردیو پرداخته‌اند. یعقوبی راد و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه‌ی منطقه‌ی ۵ شهر تهران پرداخته‌اند. در پژوهش فاضلی (۱۳۹۴)، بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مطالعه غیردرسی در شهر اهواز صورت گرفت. پژوهش مجدی و همکاران (۱۳۸۸) نیز در مورد جوانان شهر مشهد با روش پیمایش و با نمونه ۴۰۲ نفری نشان داد سبک زندگی این افراد تحت تأثیر سرمایه اقتصادی آن‌ها است. پژوهش اسدی سروستانی و کرمی (۱۳۸۷) باهدف بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی مرتبط با گرایش جوانان به کتابخوانی، با روش پیمایش و از طریق پرسشنامه همراه با مصاحبه در شهر شیراز انجام شد. آلدرسون و همکاران^۱ (۲۰۰۷) در پژوهشی در دانشگاه ایندیانای آمریکا، رابطه پایگاه اجتماعی و مصرف فرهنگی را بررسی کرده‌اند. چان و گلدتورپ^۲ (۲۰۰۷) در پژوهشی درباره قشر بندی اجتماعی مصرف فرهنگی، به بررسی تأثیر چهار متغیر درآمد، تحصیلات، پایگاه اجتماعی و جایگاه طبقاتی در مصرف فرهنگی پرداخته‌اند.

مرور مطالعات تجربی صورت گرفته نشان‌دهنده تأثیر متفاوت متغیرهایی چون جنسیت، درآمد، تحصیلات، اشتغال و پایگاه اجتماعی-اقتصادی در جوامع مختلف است. به عبارت دیگر، متغیرهای مشابه در جوامع گوناگون تأثیر یکسانی ندارند. در واقع، نمی‌توان مدعی بود افزایش درآمد یا تحصیلات یا منزلت

1. Alderson et al

2. Chan and Goldthorpe

شغلی لزوماً به افزایش کتابخوانی منجر می‌شود یا خیر و این موضوعی است که همچنان نیازمند مطالعات تجربی و تبیینی متعددی است. با این حال، به‌رغم مطالعات صورت گرفته در زمینه‌ی نحوه‌ی تأثیر متغیرهای مختلف در مصرف فرهنگی افراد در خارج از ایران، در داخل کشور با فقر مطالعاتی در این مورد روبرو هستیم. در نهایت، عموم پژوهش‌های مرور شده از نوع کمی و پیمایشی بوده‌اند و جای خالی مطالعات از نوع تحلیل ثانوی در این موضوع در کشور احساس می‌شود که این پژوهش تا حدی به‌دنبال جبران این خلاء خواهد بود. این پژوهش، با تحلیل ثانوی داده‌های به دست آمده از پیمایش‌های ملی در زمینه‌ی رابطه پایگاه طبقاتی و مصرف فرهنگی (مشخصاً کتابخوانی) به دنبال افزودن بر غنای مفهومی این حیطه‌ی پژوهشی است.

در قسمت دوم از فصل دوم به بررسی مبانی نظری پژوهش پرداخته شده است. در این قسمت نظریه‌های مهم و نظریه‌پردازان اصلی در رابطه با بحث پایگاه اجتماعی-اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی شرح داده شده است. نظریه‌های کارل مارکس، ماکس وبر، امیل دورکیم، پیر بوردیو، ریچارد پترسون و نظریه باکاک، شرح داده شده است و مفاهیم اصلی پژوهش براساس آنها طراحی شده است. در واقع این بخش شالوده مفهومی پژوهش حاضر را فراهم می‌آورد. در مورد این که پایگاه اجتماعی-اقتصادی چگونه بر گرایش‌ها و رفتار اشغال‌کنندگان خود تأثیر می‌گذارد نیز آراء متفاوتی وجود دارد؛ نظریه‌پردازان کلاسیک همچون مارکس، دورکیم و وبر مورد بحث قرار گرفتند. در میان متأخرها، از آرای بوردیو، پترسون و باکاک استفاده شد. در ادامه این فصل مدل نظری تحقیق طراحی شده است و نهایتاً فرضیات تحقیق ذکر شده است. نکته با اهمیت اینکه با توجه به محدودیت و ضعف در داده‌های موجود امکان بررسی فرضیات متنوع وجود نداشته است و تلاش شده است فرضیات براساس محدودیت‌های پژوهش حاضر به لحاظ داده طراحی شوند.

در فصل سوم از پژوهش حاضر به شرح مختصر روش شناسی این پژوهش پرداخته شده است. روش این پژوهش، متناسب با سوالات و اهداف آن روش تحلیل ثانوی

در نظر گرفته شده است. از این رو برای بررسی اثر پایگاه اجتماعی-اقتصادی بر فرهنگ کتابخوانی از روش تحلیل داده‌ها با استفاده از الگوی تحلیل ثانویه استفاده شده است. تحلیل ثانویه به معنای استفاده از روش‌های آماری جهت بررسی مجدد داده‌های گردآوری شده است. در این پژوهش از نمونه‌گیری استفاده نشده است و هدف این است که کلیه پیمایش‌ها و پژوهش‌های موجود در این حوزه مورد مطالعه و بررسی قرار گیرند. در واقع نمونه‌گیری از اسناد وجود ندارد و مبنای نمونه‌گیری از افراد نیز، مبنای استفاده شده در پیمایش‌های ملی بوده است. مبنای گردآوری داده‌ها و اطلاعات، پیمایش‌های ملی انجام گرفته در رابطه با موضوع از جمله پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان و پیمایش ملی فرهنگ عمومی کشور است. داده‌هایی که در سایر پژوهش‌ها استفاده شده است نیز منبع درجه دومی در این پژوهش تلقی می‌گردند. برای تحلیل اطلاعات در این تحقیق از تحلیل تک بعدی، جداول تقاطعی و آماره‌های متناسب با سطح اندازه‌گیری متغیرها استفاده خواهد شد. در بررسی وضعیت کلیه گویه‌ها برحسب متغیرهای زمینه‌ای به صورت جداگانه‌ای میزان همبستگی متغیرها سنجیده می‌شود و معناداری آنها محاسبه می‌گردد. نرم افزار آماری SPSS عمده ابزار مورد استفاده برای تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر بوده است.

در فصل چهارم از این پژوهش به تحلیل داده‌ها و گزارش یافته‌های پژوهش پرداخته شده است. این فصل مشتمل بر دو بخش عمده است که نشان می‌دهد یافته‌های این پژوهش چیست. در این فصل یافته‌های مربوط به پایگاه اجتماعی-اقتصادی با استفاده از سه شاخص ثروت، قدرت و منزلت ارائه شده است. برای هر یک از این موارد متغیرهایی در نظر گرفته شده است که عبارتند از: وضعیت اقتصادی خانوارها براساس خوداظهاری، و وضعیت محل سکونت به لحاظ زندگی در نقاط شهری و روستایی، تعداد خودروی شخصی در هر خانوار و همچنین ارزش خودروی شخصی آنها نیز متغیر دیگری است که برای شاخص ثروت در نظر گرفته شده است. برای شاخص قدرت وضعیت فعالیت افراد متغیر اصلی بوده است که مورد استفاده قرار گرفته است. شاخص منزلت نیز با استفاده از میزان

تحصیلات افراد سنجیده شده است.

مفهوم فرهنگ کتابخوانی نیز با استفاده از چند شاخص مورد سنجش قرار گرفته است. اولین شاخص مطالعه کتاب‌های غیردرسی در کل کشور توسط افراد و توزیع فراوانی آن برحسب استان‌های مختلف کشور بوده است. علاوه بر این، مطالعه کتاب‌های غیردرسی براساس متغیرهای زمینه‌ای مثل سن، محل سکونت، جنس، سواد، وضع فعالیت و همچنین وضع تأهل به تفکیک گزارش شده است. دو شاخص دیگر برای سنجش فرهنگ کتابخوانی در این بخش مورد استفاده قرار گرفت که عبارتند از: تعداد کتاب‌های مطالعه شده و همچنین زمان صرف شده برای مطالعه در طول شبانه روز.

در ادامه فصل چهارم، یافته‌های استنباطی این پژوهش ارائه شده است. براساس تحلیل‌های کمی انجام شده در این بخش، پنج فرضیه اصلی تحقیق مورد آزمون قرار گرفتند و نتایج آن عبارت بود از: یافته‌های استنباطی تحقیق در رابطه با آزمون رابطه بین اجتماعی-اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی که در جدول فوق خلاصه شده است، نشان می‌دهد همبستگی معناداری در سطح متوسط ($r=0.56$) بین این دو متغیر در بین پاسخگویان وجود دارد. یافته‌ها در در رابطه با آزمون رابطه بین قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی نشان دهنده آن است که بین این دو متغیر همبستگی معناداری اما ضعیفی ($r=0.11$) وجود دارد به صورتی که می‌توان گفت کسانی که قدرت اجتماعی بالاتری داشته‌اند، فرهنگ کتابخوانی آنها اندکی بیشتر بوده است. یافته‌ها در خصوص بررسی رابطه بین منزلت اجتماعی و فرهنگ کتابخوانی حکایت از آن دارد که بین دو متغیر مذکور رابطه مثبت و قوی ($r=0.77$) وجود دارد که براساس آن می‌توان گفت هر چه منزلت اجتماعی پاسخگویان بالاتر باشد، فرهنگ کتابخوانی قوی‌تری داشته‌اند. یافته‌های تحقیق در خصوص بررسی رابطه قدرت اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی در بین نمونه مورد بررسی از شهروندان مؤید آن است که بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد ($r=0.04$) و فرهنگ کتابخوانی مستقل از قدرت اقتصادی پاسخگویان است. یافته‌های استنباطی در خصوص آزمون رابطه پایگاه اجتماعی-

اقتصادی و میزان ساعت های مطالعه و کتابخوانی نشان می دهد که بین این دو متغیر رابطه آماری معناداری در سطح متوسط ($r=0/53$) وجود دارد و تغییرات آنها مستقل از یکدیگر نیستند.

نتیجه گیری

نتیجه کلی این پژوهش از آزمون فرضیات آن برمی آید. براساس تحلیل های کمی انجام شده، یافته ها نشان می ده که به صورت کلی بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی رابطه وجود دارد اما این رابطه را نمی توان یک رابطه قوی تلقی کرد. یافته های استنباطی تحقیق در رابطه با آزمون رابطه بین اجتماعی-اقتصادی افراد و فرهنگ کتابخوانی نشان می دهد که همبستگی معناداری در سطح متوسط ($r=0/56$) بین این دو متغیر در بین پاسخگویان وجود دارد. به طور کلی، اگر ابعاد مختلف ثروت، قدرت و منزلت را با یکدیگر جمع کنیم و براساس آن شاخص پایگاه اجتماعی-اقتصادی را بسازیم، می توان هم تغییر آن با متغیر فرهنگ کتابخوانی را تایید کرد. بر این اساس، وقتی افراد متعلق به گروه های اجتماعی هستند که از سرمایه اجتماعی و بویژه فرهنگی بالاتری برخوردار هستند، می توان انتظار داشت که میزان مطالعه آنها بیشتر شود. یافته ها در در رابطه با آزمون رابطه بین قدرت اجتماعی افراد و فرهنگ کتابخوانی نشان دهنده آن است که بین این دو متغیر همبستگی معنادار اما ضعیفی ($r=0/11$) وجود دارد به صورتی که می توان گفت کسانی که قدرت اجتماعی بالاتری داشته اند، فرهنگ کتابخوانی آنها اندکی بیشتر بوده است. اگر مهم ترین شاخص قدرت اجتماعی برای افراد را شغل آنها در نظر بگیریم، براساس یافته های این پژوهش مشاهده می شود ارتباط چندانی میان شغل افراد و میزان کتابخوانی آنها وجود ندارد.

یافته ها در خصوص بررسی رابطه بین منزلت اجتماعی و فرهنگ کتابخوانی حکایت از آن دارد که بین دو متغیر مذکور رابطه مثبت و قوی ($r=0/77$) وجود دارد که براساس آن می توان گفت هر چه منزلت اجتماعی پاسخگویان بالاتر باشد، فرهنگ کتابخوانی قوی تری داشته اند. شاید مهم ترین نکته در رابطه با

فرهنگ کتابخوانی بحث سرمایه فرهنگی افراد باشد. افرادی که از سرمایه فرهنگی بالاتری برخوردار هستند، بیشتر وقت خود را صرف مطالعه می‌کنند.

یافته‌های پژوهش حاضر نیز این موضوع را نشان می‌دهند. یافته‌ها نشان می‌دهد که حدود دوسوم از افراد جامعه (۶۳ درصد) که دارای تحصیلات عالی هستند کتاب‌های غیردرسی مطالعه می‌کنند. این در حالی است که افراد دیپلم حدود ۴۸ درصد مطالعه می‌کنند. با کاهش میزان تحصیلات میزان پاسخ مثبت به مطالعه کتاب‌های غیردرسی نیز کاهش می‌یابد. بنابراین، سرمایه فرهنگی را می‌توان مهم‌ترین شاخص در تبیین فرهنگ کتابخوانی دانست. یافته‌های تحقیق در خصوص بررسی رابطه قدرت اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی در بین نمونه مورد بررسی از شهروندان مؤید آن است که بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد ($r=0.04$) و فرهنگ کتابخوانی مستقل از قدرت اقتصادی پاسخگویان است. یافته‌های استنباطی درخصوص آزمون رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی و میزان ساعت‌های مطالعه و کتابخوانی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه آماری معناداری در سطح متوسط ($r=0.053$) وجود دارد و تغییرات آنها مستقل از یکدیگر نیستند. در واقع هر اندازه افراد از پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتری برخوردار باشند، براساس یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت که میزان ساعات مطالعه آنها افزایش می‌یابد. در سطح کشوری نیز یافته‌ها حاکی از آن است که ساکنان استان‌های توسعه‌یافته‌تر نسبت به استان‌های کمتر توسعه یافته، زمان بیشتری را در طول شبانه‌روز صرف مطالعه متون مختلف از جمله کتاب می‌نمایند.

بنابراین از یافته‌های این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه بسیاری از نظریه‌های موجود بویژه در حوزه علوم اجتماعی بر رابطه قوی میان پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و رفتار آنها در زمینه کتابخوانی تأکید دارند، مذاقه تجربی در آمارهای موجود نشان می‌دهد که این رابطه در سطح متوسط است. در این زمینه، همواره باید این نکته را مدنظر داشت که برای سنجش تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد بر رفتارهای کنشگران اجتماعی از جمله رفتار آنها در زمینه کتابخوانی، لازم است که متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی به ابعاد مختلف

آن تقسیم شود. این تقسیم‌بندی در پژوهش حاضر صورت گرفت و یافته‌های آن نشان داد برخلاف تصور عامه که افراد متمول بیش از افراد عادی جامعه مطالعه می‌کنند، رابطه‌ای معنادار میان قدرت اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی وجود ندارد. بنابراین سرمایه اقتصادی را نمی‌توان یک تعیین‌کننده قوی در رابطه با کتابخوانی دانست. از دیگر سو، یافته‌ها نشان داد که رابطه منزلت اجتماعی با فرهنگ کتابخوانی قوی است. بنابراین می‌توان گفت هر اندازه سرمایه اجتماعی افراد بیشتر می‌شود، فرهنگ در آنها نیز بیشتر می‌شود و همچنین آنها این رفتار را بیشتر از دیگران تکرار می‌کنند. پس در اینجا مهم‌ترین تعیین‌کننده سرمایه فرهنگی افراد است.

راهکارهای پیشنهادی

در پژوهش‌هایی که در کشور ما انجام می‌شود عمدتاً در پایان پژوهش‌ها انبوهی از راهکارها ارائه می‌شود که اولویت آنها و ارتباط آنها با یافته‌های پژوهش چندان روشن نیست. در این پژوهش تلاش شده است جهت اجتناب از این مشکل، مشخصاً بر سه راهکار عمده که مبتنی بر یافته‌های این پژوهش است تأکید شود و برنامه‌ریزی و عملیاتی کردن آن به مسئولین امر سپرده شود.

اولین راهکار در رابطه با موضوع عدم وجود همبستگی میان سرمایه اقتصادی و فرهنگ کتابخوانی است. اگر در گذشته مطالعه کتاب به‌عنوان یک بازنماینده برای پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتر افراد در نظر گرفته می‌شد، امروزه این کارکرد از بین رفته است و چه بسا بتوان گفت خرید کالاهای لاکچری و گران‌قیمت جای آن را گرفته است. بنابراین، در رابطه با طبقه بالای اقتصادی جامعه می‌توان این موضوع را مطرح کرد که از تأکید بر مطالعه کتاب به‌عنوان بازنماینده پایگاه اقتصادی باید اجتناب شود و بر بیدار کردن میل به آگاهی در این طبقه تأکید شود. از این رو، راهکار عمده در این حوزه برنامه‌ریزی در جهت تغییر نگرش افراد متعلق به طبقه بالای جامعه به مطالعه کتاب است.

دوم راهکار به این موضوع مربوط می‌شود که بخش مهمی از جامعه زمان

کافی برای مطالعه کتاب ندارند و بخش عمده زمان افراد، بویژه کسانی که در کلانشهرها زندگی می‌کنند صرف کار کردن می‌شود. از این رو افراد جویای محیط‌هایی هستند که در احساس آرامش کنند و نیاز به کار سخت نداشته باشند. از این رو فراهم کردن تسهیلات، تجهیز کتابخانه‌ها و تبدیل آنها به مکان‌هایی مناسب برای گذران اندک اوقات فراغت افراد، بویژه در مناطق پرزدحام و جنوبی در کلان‌شهرها، می‌تواند اقدامی مناسب در جهت گسترش فرهنگ کتابخوانی باشد. این موضوع از آن رو حائز اهمیت است که یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که رابطه میان سرمایه اجتماعی با فرهنگ کتابخوانی ضعیف است.

از این رو نمی‌توان انتظار داشت که افرادی که حلقه روابط و تعاملات گسترده‌تر یا حمایت‌های اجتماعی چون خانواده را دارند، تمایل بیشتری به کتابخوانی نیز داشته باشند. مسئله اصلی فراهم آوردن محیطی صمیمی است که در آن افراد احساس تعلق اجتماعی نمایند. کتابخانه‌های عمومی در واقع می‌توانند چنین نقشی را ایفا نمایند.

سومین راهکار مربوط به این یافته در پژوهش حاضر است که رابطه قوی میان منزلت اجتماعی و فرهنگ کتابخوانی افراد تایید شده است. در واقع، این موضوع نشان می‌دهد که هر اندازه افراد تحصیلات بالاتری داشته باشند تمایل آنها به کتابخوانی بیشتر می‌شود. برای حفظ این الگو لازم است که تسهیلات کافی در اختیار دانش‌آموختگان (حداقل دانش‌آموختگان تحصیلات تکمیلی در دانشگاه‌های برتر کشور) قرار دهد. این تسهیلات می‌تواند شامل ادامه عضویت آنها در کتابخانه دانشگاه پس از فراغت از تحصیل آنها باشد. تخفیف‌های مناسب برای عضویت در کتابخانه‌های عمومی بویژه کتابخانه ملی ایران، نیز می‌تواند گام مؤثری در این مسیر باشد. در واقع حفظ یک روند می‌تواند به اندازه ایجاد آن اهمیت داشته باشد و این موضوع می‌تواند از مسیر مذکور محقق گردد.

پیوست

فهرست منابع

- ابادزی، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- اسدی سروستانی، خدیجه و کرمی، نورالله (۱۳۸۷). «بررسی عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مرتبط با گرایش جوانان به مطالعه (غیردرسی) و مشکلات آن‌ها در این زمینه: مطالعه موردی شهر شیراز». علوم و فناوری اطلاعات، ۲۳ (۴)، صص ۷۱-۸۴.
- اسماعیلی، اسماعیل، علیرضا، کلدی، وثوقی، منصور (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر جامعه‌شناختی متغیرهای یارانه و سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی معلمان سرپرست خانوار شهرستان آمل». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ۷، شماره ۴. اشرف، احمد (۱۳۷۲). «زمینه‌ی اجتماعی سنت‌گرایی و تجددخواهی». ایران‌نامه، ۴۲: صص ۱۶۳-۱۸۴.
- اکبری بورنگ، محمد و نصراللهی، سید نورالله (۱۳۹۵). «بررسی فرهنگ مطالعه در دانش‌آموزان شهر بیرجند». فصلنامه مطالعات فرهنگی-اجتماعی خراسان، ۱۱ (۱).
- اکبری، اندیشه (۱۳۹۰). «مطالعه تطبیقی نحوه گذراندن اوقات فراغت شهروندان تهرانی ناحیه یک و بیست (بالای شهر و پایین‌شهر)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان.
- امانی، غفور (۱۳۷۹). «رابطه مطالعه در دوران کودکی-نوجوانی با مطالعه در دوران بزرگسالی». کتابداری، (۳۴).
- آقااحمدی، قربانعلی. قلی‌زاده، زهرا. میرمحمدی، فریده (۱۳۹۲). «رابطه پایگاه اجتماعی-اقتصادی و مصرف موسیقی در جوانان کلان‌شهر تهران». فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی جوانان، ۴ (۱۱)، صص ۹-۲۸.
- باتامورتی. بی (۱۳۶۷). «طبقات اجتماعی در جوامع مدرن». ترجمه اکبر مجدالدین. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱). «مصرف». ترجمه‌ی خسرو صبری. تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- بحرانی، محمود (۱۳۷۹). «بررسی عوامل مؤثر بر میزان کتاب‌خوانی و مطالعه آزاد دانش‌آموزان متوسطه در استان فارس». مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی، دوره ۷، شماره ۳-۴: ۱۰۲-۸۵.

- بخشنده، مجتبی. دل آور، مریم سادات. بهمنی، لیلا. رستمی زاده، الهام (۱۳۹۲). «بررسی عوامل اقتصادی اجتماعی مؤثر بر گذران اوقات فراغت تأکید بر موقعیت اقتصادی و اجتماعی خانواده جوانان شهر شیراز». شیراز: مجموعه مقالات کنگره ملی اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان.
- بورديو، پير (۱۳۸۰). «نظريه‌ی کنش، دلایل عملی و انتخاب عقلانی». ترجمه‌ی مرتضی مردی‌ها. تهران: انتشارات نقش و نگار.
- بورديو، پير (۱۳۸۱). «کنش‌های ورزشی و کنش‌های اجتماعی». ترجمه محمدرضا فرزاد، فصلنامه ارغنون، (۲۰).
- بورديو، پير (۱۳۹۰). «تمايز». ترجمه‌ی حسن چاوشیان. تهران: نشر ثالث.
- بونويتز، پاتريس (۱۳۸۹). «درس‌هایی از جامعه‌شناسی پير بورديو». ترجمه‌ی جهانگیر جهانگیری و سفیر حسن پور. تهران: نشر آگه.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳). «سرمایه اجتماعی»، نشریه حیات نو اقتصادی.
- تیا، مجتبی (۱۳۸۸). «بررسی رابطه‌ی پایگاه اجتماعی-اقتصادی و چگونگی گذران اوقات فراغت در بین دانشجویان (جوان ۱۸-۲۹ سال)» دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۹۶). «پی‌یر بورديو». ترجمه‌ی لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان. تهران: نشر نی.
- جواهری، فاطمه (۱۳۸۶). «کندوکاوی در آثار قشریندی جامعه: بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی دانشجویان بر گرایش‌ها و رفتار آنان». پژوهشنامه علوم انسانی، ۵۳، صص ۸۳-۱۱۶.
- چاوشیان، حسن (۱۳۸۰). «سبک زندگی و هویت اجتماعی». پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۵). «جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تجلیل نظری نظم اجتماعی». تهران: نشر نی.
- حقیقتیان، منصور و امید، مصطفی (۱۳۸۷). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مطالعه مطبوعات در شهرستان سمیرم». پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، ۲ (۴)، صص ۳۱-۴۵.
- خان‌محمدی، احسان و جعفری، فاطمه (۱۳۹۵). «تبیین جامعه‌شناختی الگوی مصرف فرهنگی، با تأکید بر مطالعه کتاب: مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های کرمانشاه». اولین کنگره ملی توانمندسازی جامعه در حوزه‌ی جامعه‌شناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران.

- دورکیم، امیل (۱۳۸۷). «درباره تقسیم کار اجتماعی». ترجمه باقر پرهام، تهران: نشر مرکز.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۳). «لغت‌نامه». تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- رجب‌زاده، احمد (۱۳۷۲). «بررسی مصرف کالاهای فرهنگی خانوار». تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- رجب‌زاده، احمد (۱۳۸۲). «رفتارهای فرهنگی ایرانیان». تهران: دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- رجب‌زاده، احمد (۱۳۸۲). «فعالیت فرهنگی زنان ایرانی: مطالعه کتاب و نشریه». پژوهش زنان، دوره ۱، شماره ۵: ۱۶۶-۱۴۹.
- رضوی، سیدوسیف (۱۳۸۹). «بررسی نحوه گذران اوقات فراغت در بین دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان نکا و ارائه راهکارهایی برای غنی‌سازی آن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ریزمن، لئوناردو و ماریانو اف، انگویتا (۱۳۸۳). «جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی کلاسیک_مدرن». ترجمه و تألیف محمد قلی پور. مشهد: مرندیز: آوای کلک.
- زارع، امین. گودینی، یاسر. ریاحی، عارف (۱۳۹۴). «مطالعه عوامل مؤثر بر استفاده از کتابخانه‌های عمومی (مطالعه موردی کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه)». فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۴ (۱ و ۲). پیاپی ۱۳ و ۱۴، صص ۵۱-۶۲.
- سیدمن، استیون (۱۳۹۱). «کشاکش آرا در جامعه‌شناسی». ترجمه هادی جلیلی. تهران، نشر نی.
- سیف‌الهی، سیف‌اله، ارشدی، جمال (۱۳۹۴). «مطالعه و بررسی روند دگرگونی مصرف کالاهای فرهنگی و علل و عوامل اجتماعی اثرگذار بر آن در بین گروه قومی کرد در چند دهه اخیر در استان کردستان (مطالعه موردی: خانواده‌های ساکن در شهر سنندج طی دو نسل ۱۳۹۲)». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ۷، شماره ۴: ۱۵۴-۱۳۷.
- شورای فرهنگ عمومی کشور (۱۳۹۲). «طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور (شاخص‌های غیرثبیتی)». موج چهارم. تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، مؤسسه انتشارات کتاب نشر.
- شهرام‌نیا، امیرمسعود، مرندی، زهره، محرابی کوشکی، راضیه، سیستانی، محسن (۱۳۹۴). «رابطه مصرف رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی». رفاه اجتماعی، ۱۵ (۵۹):

۱۸۹-۲۲۱.

صالح‌آبادی، ابراهیم (۱۳۹۵). «بررسی جامعه‌شناختی مصرف موسیقی (مطالعه موردی جانان سبزواری)». مطالعات علوم اجتماعی ایران. ۱۳(۴۸): ۱۰۱-۸۳.

صمدپور، ن (۱۳۸۵). «بررسی تأثیر وضعیت اقتصادی-اجتماعی خانواده بر پیشرفت تحصیلی فرزندان آن‌ها». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

صمیم، رضا (۱۳۹۳). «نگاهی انتقادی به پیشینه داخلی مطالعات جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۷، شماره ۱: ۱۶۶-۱۴۵.

عابدینی، ص. (۱۳۷۹). «بررسی عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذران اوقات فراغت و میزان مصرف کالاهای فرهنگی؛ مطالعه موردی: شهر مرودشت». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، شیراز: دانشگاه شیراز، دانشکده علوم اجتماعی.

عبدالهیان، حمید، مرتضوی، علی (۱۳۷۶). «ارزیابی علل و عوامل مؤثر در گسترش کتابخوانی در ایران». مرکز مطالعات و تحقیقات، معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

عصاره، فریده و گلچویی، تقی (۱۳۸۵). «شناسایی و معرفی عوامل ترغیب‌کننده و بازدارنده مطالعه آزاد دانش‌آموزان دوره متوسطه استان مازندران». مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳(۴)، صص ۱۰۳-۱۲۶.

غیاثوند، احمد و قلی‌زاده، بهنام (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر سبک زندگی بر سبک مصرف کتب و نشریات». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۶(۱۸)، صص ۳۷-۵۴.

فاضلی، عبدالله (۱۳۹۴). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مصرف فرهنگی: با تأکید بر مطالعه کتاب در شهر اهواز». فصلنامه تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۱(۲)، صص ۲۷۷-۲۹۵.

فاضلی، محمد (۱۳۸۲). «مصرف و سبک زندگی». قم: انتشارات صبح صادق.

فاضلی، محمد (۱۳۸۴). «جامعه‌شناسی مصرف موسیقی». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. سال ۱(۴).

فاضلی، نعمت... (۱۳۸۵). «انقلاب سبک زندگی و جوانان»، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی.

فاتقی، سحر، باینگانی، بهمن (۱۳۹۵). «سنجش سرمایه فرهنگی طبقات بر اساس پایگاه اقتصادی-اجتماعی (مطالعه در میان شهروندان اصفهانی)». جامعه‌پژوهی

- فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۷، شماره پاییز: ۱۷۴-۱۴۹. فردستون، مایک (۱۳۸۰). «زیبایی شناختی کردن زندگی روزمره»، ترجمه‌ی مهسا کریمپور، فصلنامه فلسفی، ادبی و فرهنگی ارغنون.
- فردرو، محسن (۱۳۷۸). «پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، امور فرهنگی دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
- فعلی، جواد و ذوالفقاری، ابوالفضل (۱۳۸۸). «تأثیر سرمایه اقتصادی و فرهنگی افراد روی میزان اعتماد آن‌ها به پلیس». فصلنامه انتظام اجتماعی، ۱ (۳)، صص ۱۴۱-۱۶۶. قاسمی، وحید، صمیم، رضا (۱۳۸۷). «مطالعه‌ای پیرامون رابطه قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه مصرف موسیقی در شهر تهران». مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۱ و ۲: ۸۰-۱۰۱.
- کامران، فریدون و ارشادی، خدیجه (۱۳۸۸). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی شبکه و سلامت روان». فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۲ (۳)، صص ۲۹-۵۴.
- کریمی، یوسف (۱۳۸۴). «روان‌شناسی اجتماعی». تهران: انتشارات ارسباران.
- کمالی، علی (۱۳۷۹). «مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی نابرابری‌های اجتماعی». تهران: انتشارات سمت.
- گالینیکوس، الکس (۱۳۸۳)، درآمدی تاریخی بر نظریه اجتماعی، ترجمه اکبر معصوم بیگی. تهران: آگاه.
- گرب، ادوارد. ج. (۱۳۸۱). «نابرابری اجتماعی: دیدگاه‌های نظریه پردازان کلاسیک و معاصر». ترجمه‌ی محمد سیاهپوش و احمدرضا غروی زاد. تهران: نشر معاصر.
- گرچی، ابراهیم (۱۳۷۹). «اقتصاد کلان تئوری‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان». تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، چاپ اول.
- گودرزی، شراره (۱۳۹۴). «معرفی الگوهای ترویج کتاب‌خوانی در جهان و ارائه الگویی اسلامی-ایرانی برای ترویج خواندن». فصلنامه کتاب مهر، (۱۹-۲۰).
- گیدنز، آنتونی (۱۳۶۳). «دورکیم». ترجمه‌ی یوسف ابادزی. تهران: انتشارات خوارزمی.
- لهسایی زاده، عبدالعلی (۱۳۷۴). «نابرابری و قشربندی اجتماعی». شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- لیپست سیمور مارتین، رابرت دبلیو. هاج، پل ام سیگل، آرتور ل. سینچکام و هیمن رادمن (۱۳۸۱). «جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی». ترجمه‌ی جواد افشار

- کهن. تهران: نشر نیکا.
- مارکس، کارل (۱۳۷۷). «گروندریسه: مبانی نقد اقتصاد سیاسی (جلد اول)». ترجمه باقر پرهام و احمد تدین. تهران: آگه.
- مارکس، کارل (۱۳۸۵). «سرمایه»، ترجمه ایرج اسکندری، جلد اول، تهران: انتشارات فردوس.
- مارکس، کارل، فردریش انگلس و گئورگی پلخانف (۱۳۸۵). «لودویگ فوئرباخ و ایدئولوژی آلمانی». ترجمه پرویز بابایی. تهران: چشمه.
- مجدی، علی اکبر، صدرنبوی، رامپور، بهروان، حسین، هوشمند، محمود (۱۳۸۸). «سبک زندگی جوانان ساکن شهر مشهد و رابطه آن با سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین». علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، شماره دوم: ۱۶۱-۱۳۱.
- معتقد لاریجانی، محمد (۱۳۹۳). «نقش خانواده در پیشرفت تحصیلی دانش آموزان: دوره راهنمایی شهر تهران». فصلنامه روانشناسی تربیتی، ۱۰ (۳۱)، صص ۲۱۱-۲۲۲.
- معرف زاده، عبدالحمید و ایرجی، شهرزاد (۱۳۸۹). «بررسی عوامل ترغیب کننده و بازدارنده مطالعه در میان مراجع کتابخانه‌های عمومی شهرستان ماهشهر». تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۶ (۱)، صص ۱۴۳-۱۷۰.
- مه‌دوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۶). «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی». تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.
- میرزایی، ساناز (۱۳۹۵). «بررسی عوامل مؤثر بر مصرف فرهنگی و سبک زندگی». ششمین اجلاس بین‌المللی روانشناسی و علوم اجتماعی، تهران.
- میرساردو، طاهره. صداقت، مستوره (۱۳۹۳). «انگیزش پیشرفت تحصیلی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه دانشجویان منطقه ده دانشگاه آزاد اسلامی)». مجله پژوهش‌های جامعه‌شناختی، ۸ (۲)، صص ۷-۲۷.
- میرهاشمی، مالک و نجفی زند، جعفر (۱۳۸۱). «بررسی چگونگی گذران اوقات فراغت جمعیت بالای هجده سال دماوند». فصلنامه جمعیت، (۴۵-۴۶)، صص ۵۵-۶۵.
- ناطق پور، محمدجواد و سیداحمد فیروزآبادی (۱۳۸۴). «سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن در شهر تهران»، مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۴.
- نواح، عبدالرضا. فاضلی، عبدالله. رجایی، محمدصادق. مقتدائی، فاطمه (۱۳۹۵). «سبک زندگی و مصرف فرهنگی: با تأکید بر مطالعه آزاد در شهر اهواز». فصلنامه

- توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، ۱۰ (۳)، صص ۷-۲۸.
- وبر، ماکس (۱۳۸۷). «دین، قدرت، جامعه». ترجمه‌ی احمد تدین. تهران: انتشارات هرمس.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۵). «ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج سوم)». تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- هوشمند، مهرداد (۱۳۸۹). «راهکارها و موانع توسعه و ترویج فرهنگ مطالعه و کتاب‌خوانی در بین دانش‌آموزان متوسطه شهرستان نهاوند». مجله فرهنگیان، ۳۷ (۱)، صص ۱۳۲-۱۵۹.
- یعقوبی راد، فرزانه. کاوسی، اسماعیل. رشیدپور، علی (۱۳۹۴). «بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتاب‌خوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه منطقه ۵ شهر تهران». فصلنامه علمی - پژوهشی خانواده و پژوهش، ۱۲ (۱)، صص ۸۷-۱۰۶.
- Alderson, Arthur S. Azamat Junisbai, and Isaac Heacock (2007). 'Social Status and Cultural Consumption in the United States', *Poetics*, Vol. 35, No. 2-3.
- Argyle, Michael (1994). "The Psychology of Social Class". Great Britain: Routledge.
- Biddle, Bruce J (2001). "Poverty, Social Class and Education, Policy and Practice". United States of America: Routledge Falmer.
- Borgatta, Edgar F. & Montgomery, Rhonda J. V. (2000). "Encyclopedia of Sociology". USA: Mc Millan.
- Borkowski, J. G. & Thrope, P. K. (1994). "Self-regulation and motivation: A life-span perspective on under achievement". In D. H. Schunk & B. J. Zimmerman (Eds.), *Self-regulation of learning and performance* (pp. 45-73). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Bourdieu, Pierre (1984). "Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste", Translated by Richard Nice, London, Routledge.
- Bukodi, E. (2007). "Social Stratification and cultural consumption in Hungary: Book Readership", *Poetics*, 35 112-۱۳۱.
- Chan, Tak Wing and John H. Goldthorpe (2007). "Social Stratification

and Cultural Consumption: Music in England”, *European Sociological Review*, Vol. 23, No. 1.

Corrigan, Peter. (2006). “The sociology of Consumption”, London, SAGE Publications.

Eccles, J. Wigfield, A. & Schiefele, v. (1998). “Motivation to succeed”. In w. Damon (series Ed.) & N. Eisenberg (vol. Ed.), *Handbook of child psychology: Social, emotional and personality development* (pp. 1017-1095). New York: Wiley.

Firth, S. (1996), “Music and Identity”, in: *Qestions of Cultural Identity*, edited by S. Hall and P. du Gay, London: Sage Publications, Lt: 108-127.

Foote, John. A (2002). “Cultural consumption and participation”, *Canadian journal of communication*, vol 27; 209-220.

Gottfried, A.E. Fleming, J. S. & Gottfried, A. W. (1998). “Role of cognitively stimulatating home environment in children’s academic motivation”. *Child Development*, 69, 1460-1469.

Heller, Celia S. (1969). “A Reader in Comparetive Social Stratification”. *Structural Social Inequality*. United States of America: Mac Millan Company.

Katz-Gerro, Tally (2002). “Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Gemany, Sweden, and the United States”, *Social Forces*, Vol. 81, No. 1.

Koch, M. (1996). “Class and Taste: Bourdieu’s Contribution to the Analysis of Social Structure and Social Space”, *International Journal of Contemporary Sociology*, Vol. 33, and No.2: 187-202.

Lenehan. B. A. and Curry. J. (1994). “Postmodern Medievalism: A Sociological Study of the Society for Creative Anachronism”, *University of Tasmania, General Information. Annals of Epideniogy*. Vol. 9 (2). PP.

165-227.

Lizardo, Omar (2006). "The Puzzle of Women's "Highbrow" Culture Consumption: Integrating Gender and Work into Bourdieu's Class Theory of Taste", *Poetics*, Vol. 34, No. 1.

Ogunrombi, S. A. Adio, Gboyega (1995). "Factors affecting the reading habits of secondary school students". *Library Reviews*, Vol. 44, No. 4, 50-57.

Pope, Steven W. (1993). "Negotiating the Folk Highway of the Nation: Sport, Public Culture and American Identity: 1870-1940". *Journal of Social History*, Vol.27, No.2: 327-340.

Slater. D. (1997). "Consumer Culture and Modernity", First Pub, Politic Press.

Turner, Jonathan H. (1998). "The Structure of sociological Theory", Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Weber, Max. (1968). "Economy & Society". Bedminister Press.

Williams, s. (1993). "Theorizing class, health and lifestyles. *Sociology of Health & Illness*. No.17.



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
معاونت امور فرهنگی
دفتر حفاظت و توسعه میراث فرهنگی

