

## سبک زندگی و مصرف فرهنگی: با تأکید بر مطالعه آزاد در شهر اهواز

دکتر عبدالرضا نواح<sup>۱</sup>، عبدالله فاضلی<sup>۲</sup>، محمدصادق رجایی<sup>۳</sup> و فاطمه مقتدائی<sup>۴</sup>

تاریخ وصول: ۹۴/۱۲/۴

تاریخ پذیرش: ۹۵/۳/۲۲

### چکیده:

هدف اساسی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر انواع سرمایه بر سبک زندگی و همچنین تأثیر سبک زندگی بر مطالعه آزاد در بین شهروندان شهر اهواز است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه ساکنان ۱۵ سال به بالا در شهر اهواز است که از بین آنها ۴۰۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده است. روش تحقیق این پژوهش، پیمایش است و داده‌ها با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده‌اند. برای آزمون فرضیه‌ها از همبستگی و رگرسیون استفاده شده است. نتایج توصیفی تحقیق نشان می‌دهد که میزان مطالعه در بین جامعه مورد بررسی در حد پایینی قرار دارد، به نحوی که حدود ۴۰ درصد افراد در طول هفته، فاقد مطالعه آزاد هستند یا کمتر از ۱ ساعت مطالعه می‌کنند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سبک زندگی بر میزان مطالعه اثر مثبت و معنادار دارد؛ همچنین سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی و سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی اثر مثبت و معنادار دارند و در مجموع این سه نوع سرمایه به‌عنوان متغیرهای مستقل ۴۲/۷ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند.

مفاهیم کلیدی: مطالعه آزاد، مصرف فرهنگی، سرمایه فرهنگی - اجتماعی - اقتصادی، سبک زندگی

<sup>۱</sup> دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز dr.navah@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه یاسوج و کارمند نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (نویسنده مسئول) a.fazelli@yahoo.com

<sup>۳</sup> دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه یاسوج sadeghrajai@gmail.com

<sup>۴</sup> کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و کارمند بنیاد شهید دزفول moghtadaee61@yahoo.com

## مقدمه و بیان مسأله

کتاب و کتابخانه یکی از مهم‌ترین ابزار برای شکوفایی علمی، ترقی و پیشرفت جوامع از ابتدای تاریخ تاکنون به حساب می‌آیند. با نگاهی گذرا به تاریخ و میراث فرهنگی جوامع، مشخص می‌گردد که کتاب، کتابخوانی و کتابخانه‌ها جزء ارکان جدایی‌ناپذیر آن‌ها به حساب می‌آیند و برای برطرف کردن نیازهای اطلاعاتی و دانش افراد به وجود آمده‌اند. توسعه و گسترش کتابخوانی در دهه‌های اخیر توجهی بسیاری از مراکز ملی و سازمان‌های بین‌المللی را جلب نموده است. در این باره یونسکو برای بررسی و پیشنهاد راهبردهای مناسب، به برپایی کمیته‌های تخصصی، کنفرانس‌ها و برگزاری کنگره‌ی جهانی با موضوع توسعه و ترویج کتابخوانی اقدام نموده است؛ چرا که موضوع توسعه‌ی کتابخوانی همچون توسعه‌ی اقتصادی و سیاسی از موضوع‌های مهم و نگرانی‌های بزرگ کشورهای در حال توسعه است. افزون بر اهمیت توسعه‌ی کتابخوانی، یکی از اجزاء بنیادی توسعه به مفهوم کلی و از ابزارهای توسعه‌ی اقتصادی است (غیاثوند، ۱۳۹۰).

با وجود این، طبق آمار و اطلاعات موجود، کتابخوانی و حتی تولید کتاب در ایران در وضعیت مطلوبی قرار نگرفته است. یافته‌های طرح پژوهشی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی در کل کشور نشان می‌دهد که از میان فعالیت‌های مورد انتظار برای فراغت که در مجموع «تقاضای فرهنگی» نامیده شده، مطالعه کتاب، روزنامه و مجله تنها ۷ درصد و رفتن به کتابخانه ۴ درصد را به خود اختصاص می‌دهند (رفتارهای فرهنگی ایرانیان، ۱۳۸۲). طبق آخرین اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ی معاون فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در بیست و دومین نمایشگاه کتاب تهران (۱۳۸۸)، میزان مطالعه برای هر نفر ۲۰ دقیقه در روز برآورد شده است. دبیر کل نهاد کتابخانه‌های عمومی ایران نیز با ارائه‌ی نتایج سنجش مطالعه‌ی کتابخوانی در ایران گفته است: متوسط مطالعه در ایران ۱۸ دقیقه است و رمان و ادبیات داستانی در اولویت اول مردم برای کتابخوانی قرار دارد (غیاثوند، ۱۳۹۰). داده‌های حاصل از طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگی کشور (۱۳۹۰)، نشان می‌دهد که ۴۷/۸ درصد مردم کشور در طول هفته فاقد مطالعه غیر درسی‌اند و ۱۸/۷ درصد نیز کمتر از ۲ ساعت در هفته مطالعه دارند. بر این اساس، پژوهش حاضر سعی دارد که به بررسی عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذار بر مطالعه‌ی آزاد در بین شهروندان شهر اهواز بپردازد. در این پژوهش از منظر مصرف فرهنگی به مطالعه نگریسته شده است. به عبارت دیگر، کتاب، روزنامه، مجلات و مطالب موجود در صفحات وب، به عنوان کالای فرهنگی در نظر گرفته شده است که فرد به مانند هر کالای دیگری، آنها را

مصرف می‌کند. برای این منظور از نظریه‌ی پیر بوردیو که یکی از جامعه‌شناسان برجسته‌ی معاصر است، به‌عنوان چارچوب نظری پژوهش استفاده شده است.

### مروری بر پیشینه تجربی پژوهش

#### الف) تحقیقات داخلی

از میان پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌ی مصرف کتاب، پژوهش فاضلی نشان می‌دهد که بین انواع سرمایه و میزان مطالعه‌ی غیر درسی افراد، رابطه‌ی معنادار وجود دارد و انواع سرمایه‌ها حدود ۰/۳۷ درصد واریانس میزان مطالعه را تبیین می‌کنند (فاضلی، ۱۳۹۱).

پژوهش غیاثوند نیز نشان می‌دهد که بین سرمایه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با سبک زندگی رابطه‌ی معنادار وجود دارد و از طرف دیگر سبک زندگی، خود عامل مؤثری در شکل‌دهی به سبک مطالعاتی فرد می‌باشد (غیاثوند، ۱۳۹۰).

رضادوست و همکاران در پژوهش خود نشان داده‌اند که بین هر سه بُعد سرمایه فرهنگی والدین یعنی سرمایه‌ی فرهنگی تجسیدیافته<sup>۱</sup>، عینیت‌یافته و نهادی شده، با میزان استفاده افراد از منابع و خدمات کتابخانه‌ای رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. بدین ترتیب که با بالا رفتن سطح سرمایه‌ی فرهنگی در هر سه بُعد آن، میزان استفاده از منابع کتابخانه‌ای نیز افزایش می‌یابد (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۱).

یافته‌های پژوهش معرف‌زاده و ایرجی نشان می‌دهد که از میان عوامل مؤثر بر مطالعه در میان مراجعان کتابخانه‌های عمومی، تحصیلات افراد و والدین و درآمد خانواده، رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری با مراجعه به کتابخانه دارند (معرف‌زاده و ایرجی، ۱۳۸۹: ۱۷۰-۱۴۳).

در پژوهش سالاری و همکاران، دانش‌آموزان علاوه بر والدین و معلمان، به نقش دوستان در افزایش علاقه‌شان به مطالعه و نیز مسابقات کتابخوانی و شرکت در اداره‌ی کتابخانه اشاره کرده‌اند. این یافته، مؤید این نکته است که مشارکت یادگیرندگان در فعالیت‌هایی که با کتاب و کتابخوانی سروکار دارد و نیز عواملی مانند دوستان، سبب بهبود وضعیت کتابخوانی آنان می‌شود (سالاری و همکاران، ۱۳۷۰).

طبق یافته‌های پژوهش مرادمند، مهم‌ترین عوامل مشوق مطالعه‌ی غیر درسی عبارتند از: داشتن عادت به مطالعه از دوران کودکی، داشتن کتابخانه‌ی شخصی، توسعه‌ی مراکز

<sup>۱</sup> embedded cultural capital

کتاب‌خوانی، تشویق اساتید، معلمان، والدین و دوستان، افزایش درآمد خانواده، سطح تحصیلات، مطالعه و موقعیت اجتماعی اعضای خانواده و برگزاری مسابقات کتاب‌خوانی (مرادمند، ۱۳۸۹: ۱۱۴-۹۵).

### ب) تحقیقات خارجی

نتایج پژوهش تورچ<sup>۱</sup> نشان می‌دهد که موقعیت فرد در سلسله مراتب منزلت اجتماعی، تأثیر معناداری بر مطالعه‌ی کتاب دارد و این تأثیر مربوط به پیشرفت تحصیلی، درآمد و طبقه‌ی اجتماعی است (تورچ، ۲۰۰۷).

نتایج پژوهش باکودی<sup>۲</sup> حاکی از آن است که منزلت، درآمد و تحصیلات، سه پایه‌ی اصلی برای قشربندی اجتماعی در مطالعه‌ی کتاب در مجارستان هستند. رفتار مطالعاتی افراد قویاً با منزلت اجتماعی خود و والدین‌شان ارتباط دارد. به عبارت دیگر، قشربندی به وسیله‌ی درآمد، تحصیلات و منزلت، رفتار مطالعاتی افراد را تعیین می‌کند. هرچه فرد در نظام قشربندی اجتماعی جایگاه بالاتری داشته باشد، بیشتر به سمت مطالعه می‌رود (باکودی، ۲۰۰۷).

نتایج پژوهش مینگ چیو و یین چو<sup>۳</sup> در ۴۱ کشور نشان می‌دهد، دانشجویانی که دارای خانواده‌هایی با سرمایه‌ی فرهنگی بالا بودند، علاقه و پیشرفت مطالعاتی بیشتری نسبت به سایر دانشجویان داشتند (مینگ‌چیو و یین‌چو، ۲۰۱۰).

نتایج تحقیق راورثی<sup>۴</sup> نیز حاکی از آن است که خانواد نقش مؤثری در تقویت گرایش فرد به مطالعه دارد. به اعتقاد وی، سبک زندگی خانواده، روابط بین فرزندان و والدین در خانه و پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده به تقویت عادت مطالعه‌ی فرزندان دارای روابط نزدیک است (راوارثی، ۱۹۹۸).

### چارچوب نظری پژوهش

در پژوهش حاضر از دیدگاه مصرف فرهنگی به موضوع مطالعه و کتاب‌خوانی نگریسته شده است. پیر بوردیو پرخواننده‌ترین جامعه‌شناسی است که درباره‌ی مصرف و سبک زندگی سخن گفته است. کتاب "تمایز" وی را انجیل محققان در این زمینه می‌دانند.

<sup>1</sup> Torche

<sup>2</sup> Bukodi

<sup>3</sup> Ming Chow and Yun Chu

<sup>4</sup> Ravarsy

موضع کلی وی در قبال مقوله‌ی مصرف با این عبارت از کتاب تمایز که اقتصاد جدید، طالب دنیای اجتماعی‌ای است که در آن مردم به همان اندازه که بر اساس ظرفیت‌شان در «تولید» ارزیابی می‌شوند، بر حسب 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، مشروعیت‌سازی 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).

بورديو با نشان دادن این که سبک‌های زندگی محصول منش‌ها<sup>۱</sup> و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها و از جمله 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 گرایشاتی 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. 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 (همان: ۴۶-۴۵).

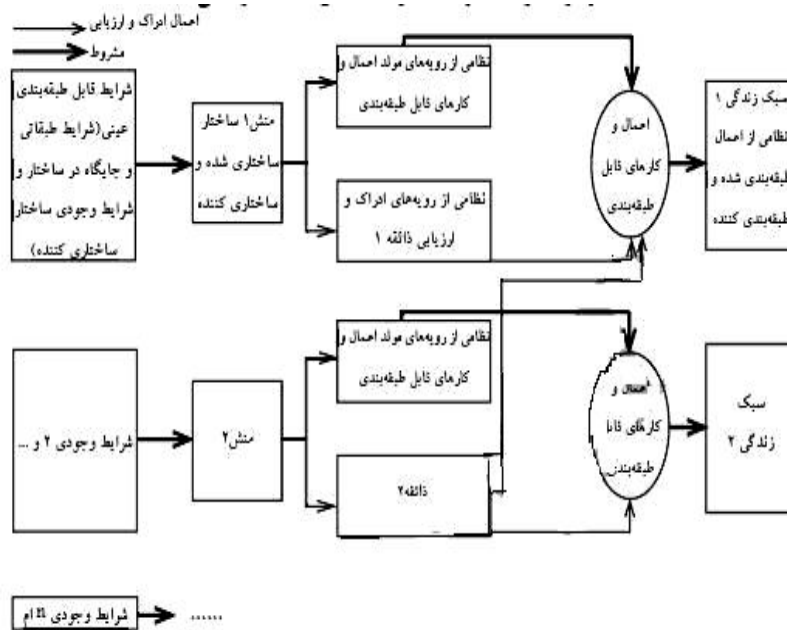
در نظریه‌ی بورديو، سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده‌ی فرد در عرصه‌هایی چون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، ائاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت‌یافته و تجسم‌یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی، شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی‌ای است که دارای رتبه‌بندی‌های مختلفی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی است؛ اما چنانچه بورديو در

<sup>۱</sup> بورديو منش را "مجموعه‌ای از تمایلات پایدار<sup>۱</sup>، 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" (بورديو، ۲۰۰۰: ۱۴۹). منش‌ها، ادراکات، تمایلات و کنش‌هایی را که ریشه در جامعه‌پذیری اولیه دارند، نمایان می‌سازند (اسوارتز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۷: ۱۰۳).

کتاب تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی نشان می‌دهد مصرف صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز هست (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶).

ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند. بنابراین «سبک زندگی محصول نظام‌مند منش است که از خلال رابطه‌ی دوجانبه خود با رویه‌های منش درک می‌شود و تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ی جامعه‌ای مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. مثلاً به‌عنوان، قابل احترام، ننگ‌آور و ...» چنانچه بوردیو در عبارت فوق نیز اشاره می‌کند مصرف به منزله‌ی 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 به منزله‌ی استفاده از نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است که البته خود این نشانه‌ها و نمادها از خلال فرایند مصرف تولید می‌شوند. از این‌رو، مصرف در اندیشه‌ی بوردیو، صرفاً یک متغیر وابسته نیست (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۲).

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.



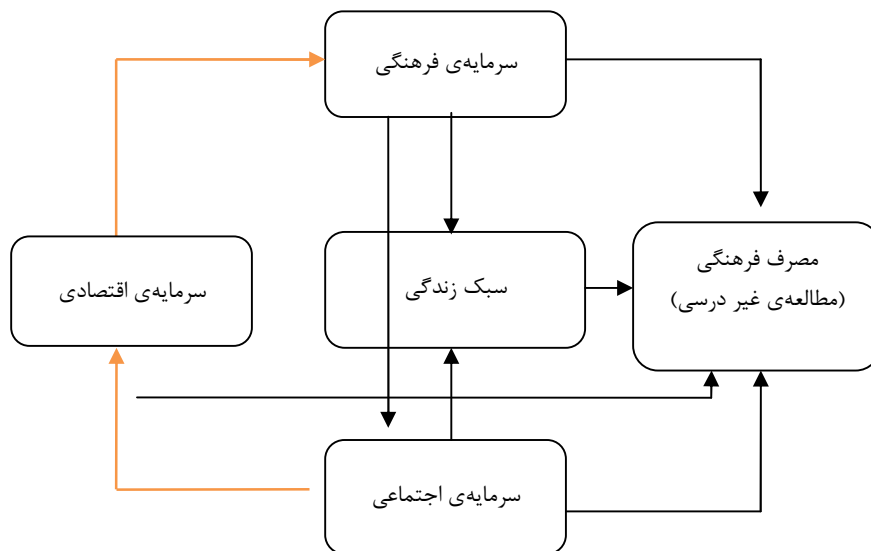
شکل ۱: رابطه‌ی بین شرایط طبقاتی، منش و سبک زندگی و مصرف  
(منبع: شالچی، ۱۳۸۸)

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 همان‌طور که در شکل ۱ آمده است، سبک زندگی و فرآیندهای مصرفی به منزله‌ی تجلی آن، هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی شده است و هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی کننده. از این‌رو است که فرآیندهای مصرفی خود به منزله‌ی متغیری مستقل در ایجاد سلسله مراتب اجتماعی مطرح‌اند (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۲).

دسته‌بندی‌های سبک زندگی که از طریق کاربست الگوهای بوردیویی به دست می‌آید صرفاً توصیف مجموعه‌ای از واقعیات نیست، بلکه از آن جهت که اجازه‌ی پیش‌بینی سایر اوصاف و خصایل را می‌دهد نقش تبیین‌گر دارد و می‌تواند قدرت پیش‌بینی برخوردار، دوستی و امیال را به دست دهد. تحلیل بوردیویی 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.

بنابراین، بورديو استدلال می‌کند، مردمی که به‌طور نزدیک در یک فضای اجتماعی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند؛ حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. به عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های، الگوهای مصرف و سبک‌های زندگی مشابه دارند. در واقع 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 به وسیله‌ی این سلیقه‌ها و ظرفیت تکثیرکننده‌ی آنها، مجموعه انتظام‌یافته‌ای از خصلت‌ها به وجود می‌آید که در درون خود از نوعی وحدت سیره‌ها برخوردارند (بورديو، ۱۳۸۱: ۳۵). بنابراین به بیان خیلی ساده، بورديو 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 آزاد) همراه هستند. در واقع سبک زندگی مجموعه‌ای از الگوهای کنش تثبیت‌شده برای افراد و گروه‌ها است. بر اساس مباحث مطرح شده، می‌توان مدل زیر را به‌عنوان چارچوب بیان فرضیه‌های پژوهش طراحی کرد.



شکل ۲: مدل تحلیلی پژوهش بر اساس نظریه‌ی بورديو



### فرضیات پژوهش

- ۱- به نظر می‌رسد سرمایه‌ی اقتصادی بر سبک زندگی تأثیر دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد سرمایه‌ی اجتماعی بر سبک زندگی تأثیر دارد.
- ۳- به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی بر سبک زندگی تأثیر دارد.
- ۴- به نظر می‌رسد سبک زندگی بر میزان مطالعه‌ی آزاد تأثیر دارد.
- ۵- به نظر می‌رسد سرمایه‌ی اقتصادی بر میزان مطالعه‌ی آزاد تأثیر دارد.
- ۶- به نظر می‌رسد سرمایه‌ی اجتماعی بر میزان مطالعه‌ی آزاد تأثیر دارد.
- ۷- به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی بر میزان مطالعه‌ی آزاد تأثیر دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از روش پیمایشی<sup>۱</sup> و از نوع مقطعی<sup>۲</sup> آن بهره برده است. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌ی خود اجرا<sup>۳</sup> استفاده شده است. پرسشنامه‌ی پژوهش حاضر جمعاً حاوی ۶۲ گویه است که ۴ گویه‌ی آن مربوط به متغیرهای زمینه‌ای سن، جنس، تحصیلات و قومیت و بقیه‌ی گویه‌ها مربوط به متغیرهای مستقل و متغیر وابسته می‌باشد. جامعه‌ی آماری این تحقیق، کلیه‌ی شهروندان باسواد شهر اهواز هستند که بیش از ۱۵ سال سن دارند. حجم نمونه نیز بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران<sup>۴</sup> ۳۸۴ نفر بدست آمده است که به منظور دقت بیشتر ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شده است که با توجه به ویژگی‌های جامعه‌ی آماری، این روش به صورت چند مرحله‌ای و متناسب صورت گرفته است. "برای این منظور بر اساس طبقه‌بندی مناطق شهرداری شهر اهواز، اقدام به نمونه‌گیری تصادفی شده است، به این ترتیب که از هر منطقه یک ناحیه و محله به شکل تصادفی انتخاب شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS، در دو بخش صورت گرفته است. در بخش اول به "توصیف نمونه" تحقیق و پردازش اطلاعات بدست آمده در این زمینه پرداخته شده است و در واقع به تحلیل توصیفی متغیرهایی همچون تحصیلات، قومیت، جنسیت، سن و سایر ویژگی‌های توصیفی پاسخگویان پرداخته شده است. در این زمینه برای شفافیت

<sup>1</sup> survey

<sup>2</sup> cross-sectional

<sup>3</sup> self-administered questionnaire

<sup>4</sup> cochrane

داده‌ها از جداول آماره‌های توصیفی همچون فراوانی مطلق، واریانس، انحراف استاندارد، میانگین و حداقل و حداکثر، استفاده شده است (این بخش تحت عنوان نتایج توصیفی آورده شده است). در بخش دوم به تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق با استفاده از تکنیک‌های آمار استنباطی (آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی) پرداخته شده است (این بخش تحت عنوان آزمون فرضیات آورده شده است).

### اعتبار و پایایی پژوهش

پس از تهیه و تدوین شاخص‌ها و طراحی صورت اولیه پرسشنامه، مطالعه‌ای مقدماتی انجام گرفت. این مطالعه‌ی مقدماتی روی یک نمونه‌ی ۴۰ نفری از شهروندان (۲۰ نفر زن و ۲۰ نفر مرد) اهواز به اجرا در آمد. پس از تکمیل، پرسشنامه‌های مذکور کدگذاری شده و در نرم‌افزار SPSS وارد شدند و پایایی آنها به وسیله‌ی آلفای کرونباخ ارزیابی گردید. سپس، با توجه به نتایج حاصل از مطالعه‌ی مقدماتی، اصلاحات لازم در ابزار سنجش به عمل آمد تا اعتبار و پایایی آن افزایش یابد، به همین جهت برخی از سؤالات پرسشنامه حذف و برخی دیگر مورد بازبینی واقع شدند. پس از اعمال اصلاحات لازم در ابزار سنجش، پرسشنامه‌ی نهایی در بین پاسخگویان تحقیق به اجرا درآمد. میزان آلفا برای متغیرهای سرمایه‌ی فرهنگی ۰/۸۳، سرمایه‌ی اجتماعی ۰/۷۴، سرمایه‌ی اقتصادی ۰/۷۹ و متغیر سبک زندگی ۰/۷۶ به دست آمد.

### تعریف متغیرها

#### سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup>

تعریف مفهومی: بورديو سرمایه‌ی اجتماعی را انباشت منابع بالفعل و بالقوه‌ای می‌داند که حاصل وجود شبکه‌ای نسبتاً پایدار از روابط کم و بیش نهادینه شده‌ای بین افرادی است که با عضویت در یک گروه ایجاد می‌شود (تاج‌بخش، ۱۳۸۵: ۵۱). البته باید ذکر نمود که در این پژوهش از منظر خاصی به سرمایه‌ی اجتماعی نگریسته شده و آن عبارت است از: میزان مشارکت فرد در فعالیت اجتماعی که به نوعی با مطالعه سر و کار دارد و همچنین ارتباطات و تعاملات اجتماعی با افراد اهل مطالعه یا کسانی که فرد را به مطالعه تشویق می‌کنند.

<sup>۱</sup> social capital

تعریف عملیاتی: با توجه به تعریف مفهومی، سرمایه‌ی اجتماعی قابل مشاهده در میزان مراد و ارتباط با گروه همسالان و همکاران است. همچنین عضویت در انجمن‌های دولتی و غیردولتی و هیئت‌ها و گروه‌های مجازی، شاخصی برای بررسی میزان سرمایه‌ی اجتماعی افراد محسوب می‌شود.

### سرمایه فرهنگی<sup>۱</sup>

تعریف مفهومی: پیر بوردیو سرمایه‌ی فرهنگی را انواع گوناگونی از دانش، صلاحیت و گرایش‌های فرهنگی می‌داند که دارای سه بعد اصلی است: ۱- تمایلات پایدار ذهنی و جسمی که همراه با تولد در وجود فرد شکل می‌گیرد مانند مهارت‌های زبانی؛ ۲- کالاهای فرهنگی که گروه‌های اجتماعی آنها را مصرف می‌کنند مانند نقاشی، کاست، عکس، فرهنگ لغات، ابزارآلات ماشین؛ ۳- و بخشی از سرمایه‌ی فرهنگی که به واسطه‌ی رابطه با فرایندی که در نظام آموزش و پرورش رخ می‌دهد، ایجاد می‌گردد. مانند داشتن مدرک تحصیلی از یک دانشگاه معتبر (بوردیو، ۱۹۸۶).

تعریف عملیاتی: سرمایه‌ی فرهنگی با شاخص‌هایی چون تحصیلات، داشتن مهارت‌های ادبی (شعر، داستان و نقد ادبی)، هنری (سینما، موسیقی، تئاتر و سایر هنرهای تجسمی و قوه‌ی نقد هنری) و جمع‌آوری کلکسیون‌های فرهنگی (موسیقیایی، سینمایی، کتابخانه‌ای و تاریخی) مشخص شده و قابل سنجش است.

### سرمایه اقتصادی

تعریف مفهومی: سرمایه‌ای است که مستقیماً قابل تبدیل شونده به پول است که به صورت حقوق مالکیت نهادینه می‌شود. به عبارت دیگر، سرمایه‌ی اقتصادی از نگاه بوردیو به دارایی‌های تولیدی پول و هر چیز مادی که می‌تواند در تولید کالا و خدمات به کار گرفته شود و به منابعی اشاره می‌کند که کنشگر صاحب آنهاست (بوردیو، ۱۳۸۵: ۱۷).

تعریف عملیاتی: سرمایه‌ی اقتصادی با شاخص‌هایی چون درآمد ماهیانه، میزان پولی که در بانک یا بازار بورس سرمایه‌گذاری می‌شود و نیز مالکیت (منزل و اتومبیل شخصی، ویلا یا خانه ییلاقی) مد نظر قرار گرفته است.

<sup>۱</sup> cultural capital

### سبک زندگی

تعریف مفهومی: سبک زندگی عبارت از طیف رفتاری‌ای که اصلی انسجام بخش بر آن حاکم است، عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است. البته سبک‌های زندگی می‌توانند تشخیص‌پذیر یا اساساً به قصد ایجاد تشخیص سامان داده شوند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۸۳).

تعریف عملیاتی: سبک زندگی در ۳ بعد مصرف فرهنگی، مصرف مادی و فعالیت‌های فراغت، قابل مشاهده و سنجش است.

#### مصرف فرهنگی (با تأکید بر مطالعه آزاد)

تعریف مفهومی: مصرف، به‌طور کلی بر خرید و استفاده از کالا و خدمات دلالت دارد. بر این اساس، مصرف فرهنگی عبارت است خواندن، تماشا کردن، گوش کردن، حضور یافتن، مشارکت و خرید کالا و خدمات فرهنگی. یک بُعد مهم مصرف فرهنگی چگونگی و میزان گذران وقت در فعالیت‌های فرهنگی است (اگرودنیک، ۲۰۰۰: ۲۳). در پژوهش حاضر از میان کالا و خدمات فرهنگی بر مطالعه یا مصرف کتاب تأکید شده است. به عبارت دیگر، منظور از مصرف فرهنگی، میزان مطالعه‌ی کتاب به‌عنوان یک کالای فرهنگی است. البته باید ذکر نمود که پژوهش حاضر، تنها به بررسی مطالعه در اوقات فراغت با هدف سرگرمی، تعالی روحی، توسعه‌ی استعدادها، افزایش دانش در یک حوزه‌ی خاص و ... می‌پردازد و مطالعه‌ی درسی که با هدف قبولی در آزمون یا کسب نمره انجام می‌شود را بر نمی‌گیرد.

تعریف عملیاتی: مطالعه‌ی غیر درسی با شاخص‌هایی راجع به میزان مطالعه کتاب‌های غیر درسی افراد در طول ماه و تعداد مجلات غیر درسی و روزنامه، مطالعه‌ی سایت‌های اینترنتی در طول ماه سنجیده شده است.

### یافته‌های توصیفی

#### تفکیک نمونه بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی

در این قسمت، ویژگی‌های کلی نمونه‌ی آماری، بر اساس جنسیت، قومیت، سن و وضعیت تأهل در جدول ۱ آورده شده است؛ همچنین فراوانی پاسخگوها در متغیرهای وابسته در جدول جداگانه‌ای نشان داده شده است. همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، در توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان، اکثر شرکت‌کنندگان این پژوهش را مردان با

فراوانی ۲۹۸ نفر و ۷۴/۵ درصد، همچنین ۶۱/۸ درصد مجرد و ۳۸/۲ درصد متأهلین تشکیل می‌دهند. کل پاسخگویان در ۳ رده‌ی سنی توزیع شده‌اند. در رده‌ی سنی زیر ۳۰ سال ۲۸۱ نفر، معادل ۷۰/۲ درصد پاسخگویان با بیشترین فراوانی قرار دارند. ۱۸۶ نفر معادل ۴۶/۵ درصد کل پاسخگویان قومیت عرب داشتند که بیشترین فراوانی را در کل پاسخگویان دارند.

**جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای زمینه‌ای**

کل	درصد	فراوانی	شاخص‌ها	
۴۰۰	۲۵/۵	۱۰۲	زن	جنسیت
	۷۴/۵	۲۹۸	مرد	
۴۰۰	۶۱/۸	۲۴۷	مجرد	وضعیت تأهل
	۳۸/۲	۱۵۳	متأهل	
۴۰۰	۷۰/۲	۲۸۱	زیر ۳۰ سال	سن
	۲۲	۸۸	۳۱-۵۰	
	۷	۲۸	بالتر از ۵۰	
	۰/۸	۳	بی‌پاسخ	
۴۰۰	۳۲/۸	۱۳۱	عرب	قومیت
	۱۰	۴۰	لر	
	۴۶/۵	۱۸۶	فارس	
	۹/۸	۳۹	سایر اقوام	
	۰/۵	۲	بی‌پاسخ	

**تفکیک نمونه بر حسب متغیر وابسته (مطالعه آزاد)**

جدول ۲ میزان مطالعه‌ی آزاد را در نمونه‌ی مورد مطالعه نشان می‌دهد. در این جدول، اعداد بیرون از پرانتز، فراوانی و اعداد داخل پرانتز، درصد می‌باشند. همان‌طور که در جدول نشان داده شده است، به‌طور کلی می‌توان ادعا کرد که مطالعه‌ی آزاد در سطح پایینی است؛ همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌گردد، ۳۷/۵ درصد افراد کمتر از یک ساعت در هفته مطالعه‌ی کتاب دارند. ۳۶/۷ درصد افراد نیز بین ۱ تا ۳ ساعت مطالعه‌ی کتاب دارند و ۱۰/۷ از افراد بین ۵ تا ۱۰ ساعت کتاب مطالعه می‌کنند و تنها ۲/۵ درصد بیشتر از ۱۰ ساعت در هفته به مطالعه‌ی کتاب می‌پردازند. در مورد مطالعه مجلات نیز آمار مشابهی وجود دارد؛ ۴۰ درصد از افراد، کمتر از یک ساعت در هفته به مطالعه‌ی انواع مجلات می‌پردازند، ۳۳/۵ نیز بین ۱ تا ۳ ساعت مطالعه می‌کنند و ۱۴ درصد بین ۳ تا ۵

ساعت، ۶ درصد بین ۵ تا ۱۰ ساعت و ۶/۵ بیش از ۱۰ ساعت در هفته به مطالعه‌ی مجلات می‌پردازند. در مورد روزنامه نیز، ۵۶ درصد کمتر از یک ساعت در هفته به مطالعه‌ی روزنامه می‌پردازند، ۲۴/۵ درصد بین ۱ تا ۳ ساعت، ۸/۲ درصد بین ۳ تا ۵ ساعت، ۷/۵ درصد بین ۵ تا ۱۰ ساعت و ۳/۷ درصد بیش از ۱۰ ساعت در هفته روزنامه مطالعه می‌کنند. مطالعه‌ی سایر منابع (مانند: خبرنامه، جزوه، بروشور و ... نیز ۴۴/۲ درصد کمتر از یک ساعت در هفته به مطالعه‌ی این منابع اطلاعاتی می‌پردازند، ۲۶/۲ درصد بین ۱ تا ۳ ساعت، ۲۰ درصد بین ۳ تا ۵ ساعت، ۷/۲ درصد بین ۵ تا ۱۰ ساعت و ۲/۷ درصد نیز بیش از ده ساعت در هفته به مطالعه می‌پردازند. در مورد مطالعه‌ی مطالب سایت‌های اینترنتی نیز، ۹/۷ درصد از افراد کمتر از یک ساعت در هفته مطالعه می‌کنند، ۶ درصد بین ۱ تا ۳ ساعت، ۲۳ درصد بین ۳ تا ۵ ساعت، ۳۵/۵ درصد بین ۵ تا ۱۰ درصد و ۲۵/۷ درصد نیز بیش از ۱۰ ساعت در هفته به مطالعه می‌پردازند.

**جدول ۲:** توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه‌ی آزاد در هفته

ابعاد	بدون مطالعه تا کمتر از یک ساعت	یک تا سه ساعت	سه تا پنج ساعت	پنج تا ده ساعت و بیشتر
مطالعه‌ی کتب	۱۵۰ (۳۷/۵)	۱۴۷ (۳۶/۷)	۵۰ (۱۲/۵)	۴۳ (۱۰/۷)
مطالعه‌ی مجله (علمی، ورزشی و خانوادگی)	۱۶۰ (۴۰)	۱۳۴ (۳۳/۵)	۵۶ (۱۴)	۲۶ (۶/۵)
مطالعه‌ی روزنامه	۲۲۴ (۵۶)	۹۸ (۲۴/۵)	۳۳ (۸/۲)	۳۰ (۷/۵)
مطالعه‌ی سایر منابع (مانند: خبرنامه، جزوه، بروشور و ...)	۱۷۷ (۴۴/۲)	۱۰۵ (۲۶/۲)	۸۰ (۲۰/۰)	۲۹ (۷/۲)
مطالعه‌ی سایت‌های اینترنتی	۳۹ (۹/۷)	۲۴ (۶/۰)	۹۲ (۲۳/۰)	۱۴۲ (۳۵/۵)

### آمار توصیفی مربوط به انواع سرمایه

جدول ۳ نشان‌دهنده‌ی توزیع درصد (معتبر) پاسخگویان بر حسب میزان انواع سرمایه می‌باشد. همان‌گونه که در این جدول مشاهده می‌شود در مورد سرمایه‌ی اجتماعی ۳۲/۴ درصد از افراد در سطح پایین، ۴۱/۶ درصد در سطح متوسط و ۲۶ درصد در سطح بالا قرار

دارند. این ارقام برای سرمایه‌ی اقتصادی به ترتیب ۴۳/۳ و ۲۸/۲ و ۱۸/۵ و برای سرمایه‌ی فرهنگی به ترتیب ۲۴/۱ و ۵۵/۷ و ۲۰/۲ هستند.

**جدول ۳:** توزیع درصد (معتبر) پاسخگویان برحسب انواع سرمایه

فرهنگی	اقتصادی	اجتماعی	انواع سرمایه / سطح
۲۴/۱	۴۳/۳	۳۲/۴	پایین
۵۵/۷	۳۸/۲	۴۱/۶	متوسط
۲۰/۲	۱۸/۵	۲۶	بالا
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	کل

### آزمون فرضیات

برای بررسی روابط همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته، ابتدا با استفاده از ترکیب معرف‌های هر متغیر یک متغیر کلی ساخته شد. سپس بین تمامی متغیرها رابطه برقرار شد و همبستگی آنها با یکدیگر مورد بررسی قرار گرفته است. این روابط همبستگی به صورت ماتریس در جدول ۴ آورده شده است.

**جدول ۴:** ماتریس ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

مصرف کتاب	سبک زندگی	سرمایه‌ی فرهنگی	سرمایه‌ی اقتصادی	سرمایه‌ی اجتماعی	نام متغیر
				۱	سرمایه‌ی اجتماعی
			۱	۰/۲۲۳** ۰/۰۰۴	سرمایه‌ی اقتصادی
		۱	۰/۱۵۹* ۰/۰۰۸	۰/۳۴۹** ۰/۰۰۰	سرمایه‌ی فرهنگی
	۱	۰/۲۰۰** ۰/۰۰۱	۰/۳۴۸** ۰/۰۰۰	۰/۴۲۹** ۰/۰۰۰	سبک زندگی
۱	۰/۱۹۴* ۰/۰۴۰	۰/۳۴۵** ۰/۰۰۰	۰/۳۹۳** ۰/۰۰۲	۰/۵۶۰** ۰/۰۰۰	مطالعه‌ی غیر درسی (آزاد)

\*\* همبستگی در سطح ۰/۹۹ می‌باشد

\* همبستگی در سطح ۰/۹۵ می‌باشد

همان‌طور که نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد بین تمامی متغیرهای جدول با یکدیگر رابطه‌ی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. بدین معنا که هر چقدر فرد از انواع

سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) بیشتری برخوردار باشد، سبک زندگی مدرن تری خواهد داشت. همچنین هر چه فرد دارای سبک زندگی (مدرن تری) باشد، میزان مطالعه‌ی آزاد (غیر درسی) وی نیز بیشتر خواهد بود. همچنین نشان می‌دهد که بین متغیرهای مستقل این پژوهش - سرمایه‌ی اقتصادی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی - با یکدیگر رابطه‌ی مثبت و معنادار وجود دارد.

### مدل تحلیل مسیر

برای ترسیم مدل تحلیل مسیر این پژوهش ابتدا مقدار ضریب تعیین برای تمامی متغیرهای محاسبه شده است. سپس با توجه به مقدار  $R^2$  برآورد شده است که چند درصد از واریانس متغیر وابسته (مصرف فرهنگی (مطالعه‌ی غیر درسی)) توسط متغیرهای مدل تبیین می‌شوند. بر اساس تحلیل رگرسیون مقدار « $R^2$ » یا واریانس تبیین شده این پژوهش برابر با ۰/۴۲۷ برآورد شده است. جدول ۵ ضرایب تأثیر و سطح معناداری متغیرهای مستقل و همچنین مقدار واریانس تبیین شده این پژوهش را نشان می‌دهد.

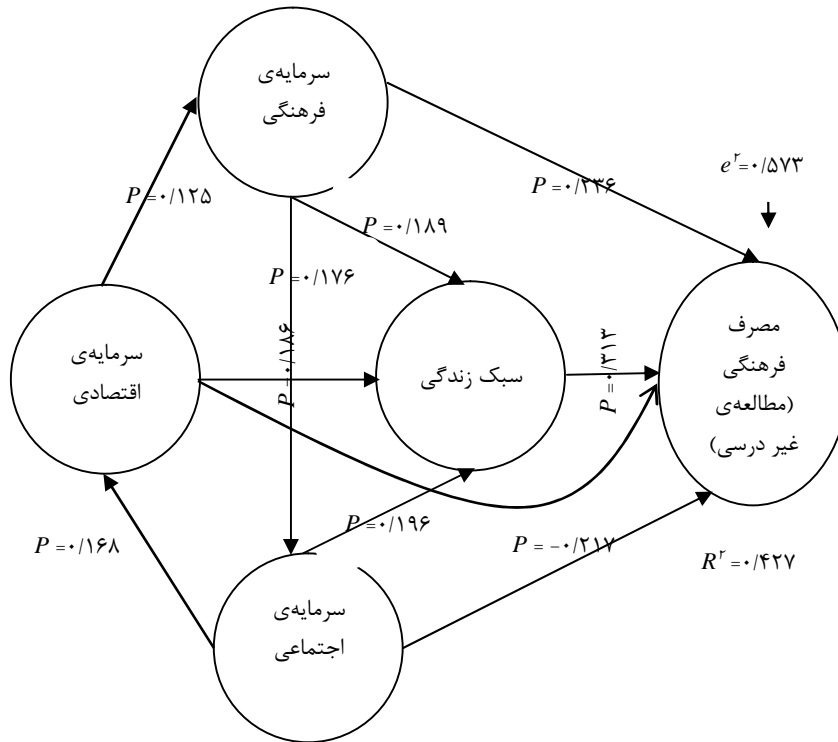
جدول ۵: رگرسیون متغیر رضایت از زندگی و متغیرهای مستقل

متغیرها	ضریب غیر استاندارد		ضریب استاندارد	مقدار $T$	سطح معناداری
	بتا	خطای استاندارد			
مقدار ثابت	۳۷/۷۲۱	۶/۲۹۸		۱۶/۸۲۶	۰/۰۰۰
سبک زندگی	۵/۹۱۷	۰/۳۲۱	۰/۳۱۳	۵/۸۷۴	۰/۰۰۰
سرمایه‌ی فرهنگی	۵/۳۷۸	۰/۴۳۲	۰/۲۳۶	۴/۸۵۰	۰/۰۰۰
سرمایه‌ی اقتصادی	۴/۹۳۱	۰/۴۱۷	۰/۲۲۷	۴/۵۸۹	۰/۰۰۱
سرمایه‌ی اجتماعی	۴/۲۰۶	۰/۳۴۲	۰/۲۱۷	۲/۹۸۳	۰/۰۰۱
محاسبه مدل رگرسیونی $R^2$					
مصرف فرهنگی (مطالعه‌ی غیر درسی)	ضریب $R$	ضریب $R^2$	ضریب تنظیم شده	خطای استاندارد	
	۰/۴۸۹	۰/۴۲۷	۰/۴۱۵	۱۱/۴۷۹	

چنانچه مدل تحلیل مسیر این پژوهش نشان می‌دهد، متغیرهای مستقلی که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، به مقدار ۰/۴۲۷ تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند، یعنی ۴۲/۷ درصد از مجموع تغییرات متغیر وابسته (مصرف فرهنگی (مطالعه‌ی غیر درسی)) توسط متغیرهای فوق توضیح داده می‌شود و از آنجا که در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی معمولاً شناسایی کلیه عوامل تأثیرگذار بر متغیر وابسته برای محقق



امکان پذیر نمی باشد. بنابراین همواره اثر یا عوامل ناشناخته‌ای که مورد مطالعه قرار نگرفته است با عنوان کمیت خطا<sup>۱</sup> « $e^r$ » یا مقدار واریانس تبیین نشده (۵۷/۳ درصد) در مدل باقی می ماند. با توجه به مدل تحلیل مسیر می توان چنین استنباط کرد که ۴۲/۷ درصد از گرایش به مطالعه‌ی غیر درسی ناشی از سبک زندگی پاسخگویان بوده است. سبک زندگی‌ای که خود متأثر از سرمایه‌ی اقتصادی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی اجتماعی بوده است.



نمودار ۱: نمودار تحلیل مسیر و ضرایب تأثیر متغیرهای مستقل

#### محاسبه اثر مستقیم و غیر مستقیم

پس از آنکه ضرایب مسیر برای کلیه‌ی مسیرهای تفکیکی بدست آمد، می توان تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را محاسبه

<sup>1</sup> error term

نمود. برای محاسبه اثرات غیر مستقیم، ضرایب بتای هر مسیر تا رسیدن به متغیر وابسته در هم ضرب شده‌اند. از آنجا که هر متغیری از طریق مسیرهای متعدد بر متغیر وابسته تأثیرگذار بوده است، بنابراین برای محاسبه‌ی کل اثرات غیر مستقیم یک متغیر بر متغیر دیگر، اثرات مسیرهای غیر مستقیم آن دو متغیر با یکدیگر جمع شده‌اند. برای بدست آوردن اثرات علی کل، اثرات مستقیم و غیر مستقیم با همدیگر جمع شده‌اند. از طریق مقایسه‌ی ارقام ضریب بتا برای مسیرهای مختلف، اهمیت هر مسیر تعیین شده است. ضرایب تأثیر که بر اساس محاسبه‌ی مسیرهای مستقیم و غیر مستقیم تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته محاسبه شده است گویای آن است که در میان مقادیر محاسبه شده، متغیر "سبک زندگی" با مقدار ضریب تأثیر ۰/۳۱۳ بیشترین تأثیر را بر مصرف فرهنگی (مطالعه‌ی غیر درسی) داشته است. همچنین متغیرهای "سرمایه‌ی فرهنگی با مقدار تأثیر ۰/۳۴۸"، "سرمایه‌ی اقتصادی با مقدار تأثیر ۰/۳۲۹" و "سرمایه‌ی اجتماعی با مقدار تأثیر ۰/۲۳۳" تأثیرگذاری معناداری بر مصرف فرهنگی یا میزان مطالعه‌ی غیر درسی پاسخگویان در شهر اهواز را نشان می‌دهند. جدول ۶ محاسبه‌ی اثر مستقیم و غیر مستقیم و همچنین اثر کل را نشان می‌دهد.

جدول ۶: اثر مستقیم و غیر مستقیم

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل
سبک زندگی	۰/۳۱۳	۰	۰/۳۱۳
سرمایه‌ی فرهنگی	۰/۲۳۶	۰/۱۱۲	۰/۳۴۸
سرمایه‌ی اقتصادی	۰/۲۲۷	۰/۱۰۲	۰/۳۲۹
سرمایه‌ی اجتماعی	۰/۲۱۷	۰/۰۱۶	۰/۲۳۳

### بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه‌ی حاضر به بررسی وضعیت مطالعه‌ی آزاد و عوامل مؤثر بر آن پرداخته است. همان‌طور که اشاره شد مطالعه و مصرف کتاب و سایر منابع حاوی اطلاعات مانند روزنامه، مجله و ... به‌عنوان کالای فرهنگی از شاخص‌های مهم مصرف فرهنگی هر جامعه به حساب می‌آید و عادت به مطالعه در بین افراد جامعه یکی از معیارهای توسعه‌ی فرهنگی است. پژوهش حاضر بر اساس مدل نظری بورديو، از منظر مصرف فرهنگی به مقوله‌ی مطالعه‌ی کتاب و سایر منابع مکتوب پرداخته است. از منظر بورديو، افراد به واسطه‌ی برخورداری از انواع مختلف سرمایه (شامل سرمایه‌ی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) به مصرف فرهنگی،

مادی و فعالیت‌های فراغت اقدام می‌کنند. مصرف هم، ناشی از سبک‌های زندگی مختلف و نیز ذائقه‌های مختلف است. سبک‌های زندگی و ذائقه‌ها که بر مبنای انواع سرمایه‌ها شکل می‌گیرند به مصرف کالاهایی می‌انجامد که «تمایز اجتماعی» ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر، «مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌ها، الگوهای مصرف و سبک‌های زندگی مشابه دارند. در واقع 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 به وسیله‌ی این سلیقه‌ها و ظرفیت تکثیرکننده‌ی آنها، مجموعه انتظام یافته‌ای از ثروت‌ها و خصلت‌ها به وجود می‌آید که در درون خود از نوعی وحدت سیره‌ها برخوردارند» (بورديو، ۱۳۸۰: ۳۵).

در این راستا، یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان داد که سرمایه‌ی فرهنگی، سرمایه‌ی اجتماعی و سرمایه‌ی اقتصادی هم به شکل مستقیم و هم به شکل غیر مستقیم (از طریق متغیر سبک زندگی) بر میزان مطالعه تأثیر مثبت می‌گذارند. یافته‌ها تحقیق، همچنین نشان داد که مجموع متغیرهای ارائه شده در مدل، نزدیک به ۴۳ درصد از واریانس میزان مطالعه را تبیین می‌کنند که رقم نسبتاً بالایی محسوب می‌گردد. در مجموع با محاسبه کل اثر مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای وابسته، نتایج نشان می‌دهد که سرمایه‌ی فرهنگی با  $r = 0/348$  بیشترین تأثیر را بر مطالعه دارد و بعد از آن نیز سرمایه‌ی اقتصادی با  $r = 0/329$ ، سبک زندگی با  $r = 0/313$  و سرمایه‌ی اجتماعی با  $r = 0/233$  به ترتیب بیشترین اثر را بر مطالعه دارند. بر این اساس، می‌توان ادعا کرد که مطالعه‌ی آزاد به شدت تحت تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی افراد قرار دارد. از یافته‌های دیگر این پژوهش، پایین بودن میزان مطالعه در بین شهروندان اهوازی است؛ از آنجا که خانواده به بازتولید سرمایه‌ی فرهنگی می‌پردازد و این امر منجر به انتقال سرمایه‌ی فرهنگی از نسلی به نسل دیگر می‌شود، بایستی انتظار داشت که در آینده نیز سطح مطالعه آزاد در اهواز همچنان پایین باشد. همسو با یافته‌های پژوهش حاضر، نتایج پژوهش‌های فاضلی (۱۳۹۱)، رضادوست و دیگران (۱۳۹۱)، ماسینیس (۲۰۰۴)، مینگ‌چیو و یین‌چو (۲۰۱۰) و تراموت و ویلمز (۲۰۱۰)، نیز حاکی از ارتباط مثبت و معنادار سرمایه‌ی فرهنگی با میزان مطالعه است. همچنین در راستای ارتباط سرمایه‌ی اقتصادی و مطالعه، یافته‌های حاصل از تحقیقات معرف‌زاده و ایرجی (۱۳۸۹)، چک راوارثی (۱۹۹۸)، تورچ (۲۰۰۷) و باکودی (۲۰۰۷)، حکایت از آن دارد که عواملی مانند درآمد، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و طبقه‌ی اجتماعی تأثیر معناداری بر مطالعه دارند. سهم سرمایه‌ی اقتصادی در پیش‌بینی تغییرات متغیر

وابسته حاکی از آن است که اقتصاد به‌عنوان عاملی زیربنایی نقش تعیین‌کننده‌ای را در مصرف کتاب دارد. در ارتباط با تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر مطالعه، نتایج پژوهش‌های انجام شده توسط سالاری و همکاران (۱۳۷۰)، مرادمند (۱۳۸۹)، معرف‌زاده و ایرجی (۱۳۸۹)، نشان می‌دهد که عوامل همچون مشارکت در فعالیت‌هایی که با کتاب و کتابخانه‌ی سر و کار دارد و ارتباط و تشویق اساتید، معلمان، والدین و دوستان سبب گرایش بیشتر فرد به مطالعه می‌گردد.

در راستای یافته پژوهش حاضر می‌توان استدلال کرد که مطالعه‌ی کتاب در بین شهروندان اهوازی به‌عنوان یک کالای فرهنگی بخشی از آن مقوله‌ای که «مصرف فرهنگی» نامیده می‌شود. گروه‌های مختلف کالای فرهنگی مختلفی را مصرف می‌کنند و اینکه هر گروه از کدام نوع کالا استفاده کند به سبک زندگی و ذائقه‌ی آنها بستگی دارد. سبک زندگی خود تحت تأثیر سرمایه‌ی اقتصادی و فرهنگی شکل می‌گیرد و تداوم می‌یابد. بنابراین باید انتظار داشت که حجم و ترکیب متفاوتی از سرمایه‌ها را دارند، به میزان متفاوتی دست به کنشی مانند مطالعه‌ی غیر درسی یا آزاد بپردازند.

### پیشنهادهاد

۱- با توجه به ارتباط بین ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی و مطالعه، تلاش هر چه بیشتر دولت در ایجاد مراکز فرهنگی مانند فرهنگ‌سرا، کتابخانه، سالن‌های تئاتر و نمایش و برگزاری نمایشگاه‌های عرضه‌ی محصولات فرهنگی و آثار هنری جهت ارتقاء سطح سرمایه‌ی فرهنگی خانواده‌ها و افراد ضروری به نظر می‌رسد.

۲- ارتباط بین درآمد و سرمایه‌ی اقتصادی با مطالعه‌ی لزوم توجه دولت به مسائل اقتصادی از جمله کنترل نرخ تورم، مبارزه با بیکاری و جلوگیری از رکود اقتصادی را دو چندان می‌کند. زیرا تنها در این صورت می‌توان به ایجاد و حفظ جامعه‌ی اهل مطالعه و ملتزم به فعالیت‌های فرهنگی دست یافت.

۳- یکی از یافته‌های پژوهش حاضر ارتباط بین سرمایه‌ی اجتماعی و مطالعه (یا به عبارتی، تأثیر اطرافیان فرد اعم از خانواده، همسالان و اساتید، معلمان و مربیان فرد) است. در این زمینه پیشنهاد می‌شود در مکان‌هایی مانند کتابخانه‌های عمومی، مراسم‌ها و جشنواره‌هایی به اجرا درآید که در آنها از افراد برجسته در حوزه‌ی فرهنگی کشور دعوت به حضور و سخنرانی شود. با انجام چنین اقداماتی می‌توان گام‌های اساسی در جهت ترویج فرهنگ مطالعه در بین اعضای جامعه نمود.

**فهرست منابع:**

- باکاک، رابرت (۱۳۸۱). مصرف، ترجمه‌ی خسرو صبری، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۱). نظریه‌ی کنش، ترجمه‌ی مرتضی مردی‌ها، تهران: نقش و نگار.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۵). "جامعه‌شناسی و ادبیات"، آموزش عاطفی فلور، ترجمه‌ی یوسف ابادری، مجله‌ی ارغنون، شماره‌ی ۹ و ۱۰.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۵). سرمایه‌ی اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، تهران، نشر شیرازه.
- جوکار، عبدالرسول و کرمی، باباجان (۱۳۸۰). "بررسی میزان مطالعه و کتابخوانی فرزندان شاهد شیرازی در مدارس متوسطه شاهد و دانشگاه‌های دولتی شیراز و ارائه‌ی راهکارهای مناسب در تقویت آن"، دومانه‌ی دانشگاه شاهد، سال ۹، شماره‌ی ۶.
- رضادوست، کریم و همکاران (۱۳۹۱). "بررسی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی فرهنگی والدین و میزان استفاده‌ی افراد از منابع و خدمات کتابخانه‌ای در بین اعضای کتابخانه‌های عمومی شهرستان اهواز"، فصلنامه‌ی مطالعات کتابداری و علم اطلاعات.
- سالاری، علی و دیگران (۱۳۷۰). پژوهشی پیرامون نقش عوامل شخصی و آموزشی در گرایش دانش‌آموزان به مطالعه‌ی غیر درسی سال تحصیلی ۱۳۷۰-۱۳۶۹، وزارت آموزش و پرورش، اداره‌ی کل آموزش و پرورش استان یزد، شورای تحقیقات.
- غیاثوند، احمد (۱۳۹۰). سبک مصرف کتاب و وضعیت کتابخانه‌های عمومی در شهر تهران، تهران: مؤسسه‌ی بین‌المللی پژوهشی فرهنگی هنری جامعه و فرهنگ.
- فاضلی، عبدالله (۱۳۹۱). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مصرف فرهنگی: با تأکید بر مطالعه‌ی غیر درسی کتاب، تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، مقاله‌ی چاپ نشده.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، قم: صبح صادق.
- مرادمند، علی (۱۳۸۹). "بررسی تطبیقی عوامل مشوق و بازدارنده‌ی مطالعه‌ی غیر درسی از دیدگاه دانشجویان دختر و پسر دوره‌ی کارشناسی در دانشگاه تربیت معلم آذربایجان"، تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۶ (۲).
- معرف‌زاده، عبدالحمید و ایرجی، شهرزاد (۱۳۸۹). "بررسی عوامل ترغیب‌کننده و بازدارنده‌ی مطالعه در میان مراجعان کتابخانه‌های عمومی شهرستان ماهشهر"، تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۶ (۱).

واعظی، منصور (۱۳۹۰). طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور (شاخص‌های غیر ثبتي)، تهران: مؤسسه‌ی انتشارات کتاب نشر.  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲). ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج دوم)، تهران: دفتر طرح و پیمایش ارزش و نگرش‌ها.

Bamberger, R. (1975). *Promoting the Reading Habit*. Paris: UNESCO Press.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1986). "The forms of capital", In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, New York: Greenwood Press.

Bukodi, E. (2007). "Social Stratification and Cultural Consumption in Hungary: Book Readership", *Poetics*, 35, 112-131.

Chakravarthy, G. (1998). *A Study of Reading Patterns among Primary School Children in Penang*. University Saints Malaysia Project Cooperation, Ministry of Education and the British Council.

Macionis, J. (2004). *Social Problems*. New Jersey: Prentice Hall.

Ming Chiu, M. & Yin Ch., Bonnie W. (2010). Culture, motivation, and reading achievement: High school students in 41 countries. *Learning and Individual Differences*: 579-592.

Ogrodnik, L. (2000). *Patterns in Culture Consumption and Participation*, Ottawa: Statistics Canada's Culture Statistics Program.

Survey on the Reading Habits of Students In Hong Kong (2001). Hong Kong, Education Ministry.

Torche, Florencia (2007). Social Status and Cultural Consumption: The Case of Reading in Chile. *Poetics*, 35, 70-92.