

بررسی وضعیت مصرف فرهنگی طبقه متوسط در سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۲۷

عطاءالله مقدم فر*

چکیده

این پژوهش با رویکردی توصیفی-تحلیلی درصدد پاسخ به این پرسش است که مصرف فرهنگی طبقه متوسط در سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی در دوره سه دولت ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۲ چگونه بوده است؟

دستاورد این پژوهش ناظر بر این نتیجه است که با وجود سیر نزولی جایگاه اقتصادی طبقه متوسط در سیاست‌های کلی، جایگاه طبقه متوسط در سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی به صورت تصاعدی افزایش یافته تا آنجا که مصرف فرهنگی آن در دوره ۸ ساله ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۲ از دوره زمانی ۱۶ ساله پیش از خود -یعنی ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۴- بیشتر بوده است. این بدان معناست که قامت طبقه متوسط از ابتدا صرف بر مؤلفه‌های اقتصادی مرسوم و شاخص‌های سنتی آن مانند درآمد، شغل و تحصیل فراتر رفته و بافت‌هایی فرهنگی با مصرفی قابل اعتنا در این اندام شکل یافته است.

واژگان کلیدی: طبقه متوسط، سیاست فرهنگی، سرمایه فرهنگی، مصرف فرهنگی، جمهوری اسلامی ایران.

ata.moqaddamfar@gmail.com

* دکتری علوم سیاسی گرایش سیاستگذاری عمومی

فصلنامه مطالعات راهبردی • سال بیست و یکم • شماره اول • بهار ۱۳۹۷ • شماره مسلسل ۷۹

مقدمه

طبقه متوسط، قشربندی اجتماعی دیرپای تاریخی و شناخته شده علمی در جهان و ایران است که دیرزمانی است پژوهش های متعددی را معطوف به خود کرده است. پرداختن به وضعیت طبقه متوسط و محوریت احیای جایگاه آن در سیاست گذاری های کلان و سیاست های خرد جمهوری اسلامی از سال ۱۳۶۸ با روی کار آمدن دولت سازندگی در دستور کار قرار گرفت و با وجود صعود و نزول های فراوان، تاکنون ادامه دارد. ذکر این نکته ضروری است که مفهوم طبقه از یک سو و رهیافت های مطالعاتی در مورد طبقه متوسط از سوی دیگر، شاید به سبب بافت غالب آن، متأثر از نگاه تحلیلی کمی و جامعه شناسی اقتصادی است که با توجه به دوره سه دولت پیشین از ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۲، وضعیت اقتصادی این طبقه در سیاست های جمهوری اسلامی ایران در سال های ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۴ حالتی صعودی و در سال های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۲ روندی نزولی را طی کرده است.

هرچند بررسی جایگاه اقتصادی طبقه متوسط و تغییرات آن از اهمیت پژوهشی برخوردار است، اما به محرز بودن مفروض فروکاست آن خدشه ای وارد نمی کند. حال سؤال این است که آیا جایگاه طبقه متوسط در سیاست های فرهنگی جمهوری اسلامی نیز از همین الگو پیروی کرده است؟ آیا کاهش توانایی مالی طبقه متوسط و تضعیف جایگاه اقتصادی آن به تنزل جایگاه مصرف فرهنگی این طبقه در سیاست های فرهنگی جمهوری اسلامی نیز انجامیده است؟ برای پاسخ به این پرسش، به هم عرض کردن و برقرای رابطه و پیوند میان دو مفهوم طبقه متوسط با صیغه اقتصادی و سیاست های فرهنگی نیازمند هستیم که این امر با تبدیل این دو مفهوم به اجزای معنادار خود، «مصرف فرهنگی» طبقه متوسط و «سرمایه فرهنگی» تولید شده توسط سیاست های فرهنگی و بررسی برهم کنش میان این دو متغیر از طریق ابداع شاخص های عملیاتی امکان پذیر شده است.

بررسی های این مقاله نشان می دهد برخلاف کاهش جایگاه اقتصادی طبقه متوسط در دوره هشت ساله ۹۲-۱۳۸۴، جایگاه فرهنگی این طبقه مسیر رشد را پیموده و از تمامی دوره ۱۶ سال گذشته خود یعنی ۸۴-۱۳۶۸ بیشتر است. از این رو، می توان گفت جنبه فرهنگی طبقه متوسط به صورت بارزی رشد یافته و به مؤلفه و پلاک اصلی آن بدل شده است.

دستیابی به هدف در این پژوهش نیازمند استفاده از چند روش ترکیبی است. از یک سو، این پژوهش توصیفی-تحلیلی است و می‌کوشد با استفاده از روش «تبیین علی» جایگاه متغیر وابسته یعنی طبقه متوسط را در متغیر مستقل یعنی سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در دولت‌های پس از جنگ تحمیلی روشن سازد. از سویی دیگر، این پژوهش توصیفی-استقرایی است که در آن پژوهشگر به مطالعه فرایندها، جریان‌ها و سیر شکل‌گیری آنها در طول زمان می‌پردازد و با مشاهده تکرارپذیری برخی رویدادها دست به استنتاج می‌زند و نتایج را به وضعیت‌های مشابه تعمیم می‌دهد. ضمن آنکه روش گردآوری اطلاعات بر اساس منابع کتابخانه‌ای و تحلیل شاخص آماری منتخب بوده است.

روش اصلی در تحلیل داده‌های آماری این پژوهش، تحلیل ثانویه^۱ است که فی‌نفسه روش خاصی نبوده، بلکه تحلیل جدیدی از داده‌هایی است که به منظور دیگری گردآوری شده‌اند. هاکیم این روش را چنین تعریف می‌کند: «هر تحلیل بعدی از مجموعه اطلاعات موجودی است که تفسیر، نتیجه‌گیری و یا شناختی افزون بر گزارش اول یا متفاوت با آن ارائه کند. یکی از مزایای تحلیل ثانوی این است که محقق را به تفکر بیشتر درباره مطالب اساسی و اهداف نظری مطالعه می‌کشد، تا در مورد مسائل روش‌شناسی گردآوری داده‌های جدید». این خود یکی از دلایل اعتبار این روش است (بیکر، ۱۳۸۵: ۳۰۷-۳۰۸). در مجموع، تحلیل ثانویه استفاده از داده‌های گردآوری شده پیمایشی برای مطالعه موضوعی سواى موضوع محقق اول است که در اینجا نیز به همین منظور از این روش استفاده کرده‌ایم.

این مقاله در مواجهه با متغیرهای خود یعنی طبقه متوسط و سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، روش پژوهشی چند مرحله‌ای مبتنی بر گام‌های زیر را برگزیده تا بتواند این دو کفه را با هم در تراز قرار دهد. از این رو، در گام اول به بررسی نظری طبقه متوسط با هدف شناخت آن دست زده است. سپس مفهوم «سرمایه فرهنگی» که برگرفته از بطن و هدف سیاست‌های فرهنگی هر کشوری و به صورت ویژه جمهوری اسلامی است را مورد تشریح قرار داده و شاخص‌های آن را معرفی کرده است. در گام دوم، مفهوم «مصرف فرهنگی» که مختص طبقات اجتماعی به ویژه طبقه متوسط است و حلقه وصل این مفهوم برای جهش به

سوی سیاست‌های فرهنگی نیز است، را شناسایی و معرفی می‌کند. در گام سوم، با هدف پرداختن به سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی، به معرفی و بررسی گفتمان‌های فرهنگی مؤثر بر سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی پرداخته شده است. چون سیاست‌های فرهنگی فارغ از هر گستره جغرافیایی در بطن خود درصدد افزایش «سرمایه فرهنگی» است، این مفهوم و شاخص‌های سرمایه فرهنگی مورد مطالعه، معرفی و طبقه‌بندی قرار می‌گیرد.

شایان ذکر است به رغم وجود نظریه‌پردازان مختلف پیرامون سرمایه فرهنگی، در این پژوهش نگاه پیر بردیو به این مقوله به صورت ویژه تشریح و مبدا حرکت قرار گرفته است. در گام چهارم، با استفاده از شاخص‌های سرمایه فرهنگی و آمار میزان مصرف فرهنگی آنها در سه دوره دولت‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۲، تقویت و رشد جایگاه طبقه متوسط یا تضعیف آن به عنوان مصرف‌کننده این سرمایه‌های فرهنگی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این شاخص‌های ابداعی که حاصل پویش و کندوکاو در آمار و اسناد فرهنگی کشور است، در حوزه‌های «نشر و کتاب»، «سینما»، «نمایش»، «نمایشگاه‌های هنری»، «حج عمره و تمتع»، «کتابخانه‌های عمومی»، «پژوهش‌های فرهنگی» و «نشریات» احصا شده‌اند.

الف. چارچوب نظری و مفهومی

۱. مفهوم طبقه متوسط

«طبقه متوسط» مانند بسیاری از مفاهیم علوم اجتماعی دارای معنای دقیق و مورد توافق همه صاحب‌نظران نیست. گذشته از تنوع دیدگاه‌های متفکران، اختلاف در ملاک‌ها و ویژگی‌های این طبقه از یک سو و روشن نبودن قلمروی عینی و مصداقی آن از سوی دیگر و همچنین، تأثیر تحولات تاریخی بر آن سبب شده است که هر کسی از زاویه دید خود تعریفی خاص از آن ارائه دهد. البته تعریف‌ها و رویکردهای بسیار متفاوتی درباره مفهوم طبقه متوسط ارائه شده است. عده‌ای از نظریه‌پردازان، طبقه متوسط را بخشی از نظام قشربندی نیروی کار یا نظام قشربندی اقتصادی-اجتماعی موجود در یک جامعه می‌دانند که نه جایگاه چندان والایی از نظر رفاهی و منزلت اجتماعی دارد و نه در سطوح پایینی و محروم جامعه جای گرفته است. این نوع رویکردهای کلی و عام مؤید نوعی حالت شناوری یا سیال بودن صورت‌بندی و ترکیب

طبقه‌های اجزا و عناصر متشکله (یا همان اعضای) این طبقه بوده و تأییدی است بر این که هنوز در مورد تعریف دقیق و جامع این تعبیر، اتفاق نظر چندانی وجود ندارد. البته در برخی منابع نیز به این نکته اشاره می‌شود که در بستر فرهنگ مردمی و عام، این تعبیر در اروپا غالباً معادلی برای واژه «بورژوا» به حساب آمده و به کار برده می‌شود (نوذری، ۱۳۸۴: ۵).

واژه «طبقه متوسط» را نخستین بار توماس گیسبورن^۱ در سال ۱۷۸۵ به کار برد. در همان ایام بود که علم اقتصاد و سرمایه‌داری نیز در حال شکل‌گیری بود. گیسبورن طبقه متوسط را در میانه زمین‌داران و اشراف از یک‌سو و کشاورزان و کارگران از سوی دیگر تعریف کرد که شامل مالکان و کارآفرینان می‌شد. به عبارت دیگر، هرچند طبقه متوسط قدیمی با این ویژگی که نه سرمایه‌دار محسوب می‌شد و نه کارگران یدی-که در کار تولید و توزیع نوع خاصی از محصولات مادی دخیل بودند- همچنان وجود دارد، طبقه جدید دیگری پدید آمده است که به کار تولید و توزیع دانش و اطلاعات نمادین مشغول هستند و بعضی از محققین از این طبقه با عنوان «طبقه اطلاعاتی» یاد می‌کنند (جاجی حیدری، ۱۳۸۳).

در مجموع، طبقه متوسط در جایی بین «طبقه فرودست» که معمولاً منظور از کارگران یدی است و طبقه مرفه یا طبقه بالا که معمولاً سرمایه‌داران بزرگ یا نخبگان حاکم را شامل می‌شود، قرار دارد. نوعی فرار از ویژگی‌های مشترک یا وجوه عام موجود در مفهوم «طبقه» به چشم می‌خورد، امری که به واسطه ماهیت «همواره در حال تغییر» طبقه متوسط و به واسطه ترکیب متنوع آن که عموماً در حال گسترش یا کاهش است، تقویت و تأیید می‌شود (Mann, 1989). بندورا^۲ می‌گوید: «افراد طبقه متوسط، کنشگران اصلی جنبش‌های نوین اجتماعی- از جنبش طرفدار صلح و فمینیسم گرفته تا جنبش طرفدار محیط زیست- هستند. طبقه متوسط هرچند ضرورتاً سازمان‌یافته‌تر از فقرا و حاشیه‌نشینان نیست، اما منابع مهمی دارد که عبارتند از:

۱. مهارت‌های سیاسی و فرهنگی، آموزش، موقعیت‌هایی در دستگاه و تشکیلات دولتی و یا در بخش‌های اصلی دنیای حرفه‌ای؛

۲. این طبقه، توده منتقدی در جامعه به وجود می‌آورد؛

1. Gissborn
2. Bendora

۳. طبقه متوسط از متخصصین، مدیران و توجه رسانه‌ها برخوردار است؛
 ۴. افراد طبقه متوسط در جامعه احساس مالکیت از خود نشان می‌دهند. افراد متعلق به این طبقه در تثبیت هنجارها، ارزش‌ها و آداب و رسوم مشارکت می‌کنند تا جامعه دلخواه‌شان را بسازند. البته افراد طبقه متوسط مختلف هستند؛ عده‌ای مترقی و محافظه‌کارند و عده‌ای به لحاظ سیاسی فعال و عده‌ای نیز بی‌تفاوت هستند».

در ایران، طبقه متوسط جدید با اقدامات دولت رضاشاه به منظور توسعه ارتش نوین و نظام اداری کارآمد و متمرکز به وجود آمد. رشد دیوان‌سالاری و تقاضای روزافزون برای متخصص و مدیر در سطوح گوناگون بخش‌های عمومی و خصوصی و گسترش سریع آموزش به سبک غربی، منجر به پیدایش طبقه متوسط غیر کارفرما شامل متخصصان آزاد، پرسنل نظامی، شاغلان یقه سفید و متخصص در بخش خصوصی و روشنفکران شد. بعضی از نویسندگان بر این باورند که گسترش نفوذ غرب و رشد سریع آموزش و سیستم بوروکراسی از عوامل اساسی سامان‌یافتن طبقه متوسط جدید در ایران بوده و در مقابل اعضای این طبقه، کارگزاران اصلی دولت‌سازی و عاملین جریان نوسازی در این دوره بوده‌اند؛ به طوری که شاید بتوان ادعا کرد فرآیند نوسازی در ایران با نقش کاربردی این طبقه مقارن بوده است.

در مجموع، در مورد خصوصیات طبقه متوسط جدید در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

- در این کشورها، این طبقه حاصل رابطه نفوذی غرب و دگرگونی در جامعه سنتی است؛
- در این کشورها، این طبقه عامل اصلی نوسازی و دگرگونی‌های فرهنگی و سیاسی است؛
- در این کشورها، این طبقه به تجدیدنظر در سنت‌ها و اعتقادات می‌پردازد؛
- اعضای این طبقه از تحصیلات نسبتاً بالایی برخوردارند و به دنبال اجرای برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی هستند؛

• در این کشورها، بیشتر اعضای این طبقه جذب کارهای دولتی می‌شوند و معمولاً در مقابل فروش نیروی فکر خود، مزد یا حقوق دریافت می‌کنند؛

- هنگام بحران یا تورم، اعضای این طبقه شدیداً آسیب‌پذیر می‌شوند؛

• در این کشورها، در بسیاری از مواقع برخی از اعضای این طبقه امکان دستیابی به حاکمیت سیاسی را دارا هستند؛

• اعضای این طبقه منشأ اقتصادی-اجتماعی یکسانی ندارند (ابراهیمی، ۱۳۷۶: ۴۵-۴۴).

با توجه به مباحث ارائه شده، می‌توان گفت ساختار و آرایش طبقاتی در جامعه ایران در حال تحول است؛ به‌ویژه پس از مشروطیت و تعامل با غرب تنوع و پیچیدگی ساختار طبقاتی بیشتر شده و در این دوره طبقه متوسط جدید در کنار طبقه سنتی (بازاری) شکل گرفته است. رشد سرمایه‌داری دولتی، دیوان‌سالاری، گسترش سریع آموزش (در کل کشور و از جمله گسترش سپاه دانش در روستاها در دوره پهلوی) و رشد آموزش عالی به سبک غرب و مجموعه فرآیندهای دیگر نوسازی، منجر به پیدایش و تکوین این طبقه شده است. اعضای این طبقه سرگرم فعالیت‌های حرفه‌ای، تکنیکی، فکری، اداری و مدیریتی هستند و قدرت سیاسی اجتماعی اینان به میزان تخصص‌شان بستگی دارد. از ویژگی‌های مهم طبقه متوسط در ایران «تمایل به غرب» و «دوری از تمایلات مذهبی» است و در تناسب با میزان افزایش مدارج تحصیلی، این گرایش نیز بالاتر می‌رود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۸۰).

۲. نظریه سرمایه فرهنگی

بورديو در نظریات خود پیرامون سرمایه فرهنگی توضیح می‌دهد که یکی از منابع سرمایه فرهنگی در کنار آموزش رسمی و پرورش خانوادگی، فرهنگ شغلی است. انباشت سرمایه فرهنگی در افراد از طریق این سه منبع سبب بروز تفاوت‌هایی در سرمایه فرهنگی و دارندگان آن می‌شود. از نظر بورديو، سرمایه‌های فرهنگی گروه‌ها برحسب ویژگی‌های طبقاتی آنها (همچون شغل)، چارچوب شناختی و مذهبی برایشان مهیا می‌کند که توضیح‌دهنده رفتار مصرفی آنهاست. به تعبیر وی، سبک‌های زندگی محصول منظم سرمایه فرهنگی هستند که به نوبه خود به نظام‌هایی از نشانه‌های تشخیص اجتماعی تبدیل می‌شوند. بدین ترتیب، نوع مصرف افراد و گروه‌ها امکان مشخص کردن مرزبندی‌های اجتماعی و موقعیت آنها را فراهم می‌کند (ذکایی، ۱۳۸۱: ۲۴).

بوردیو سعی داشت تحلیل کند که چگونه گروه‌های خاص به‌ویژه طبقات اجتماعی - اقتصادی با انتخاب الگوی‌های خاص مصرفی تلاش دارند روش زندگی مجزایی را انتخاب و خود را از دیگران متمایز کنند. وی شیوه‌هایی را تحلیل کرد که گروه‌های هم‌رده و هم‌طبقه خود را به‌وسیله آن از الگوهای مصرفی که شیوه زندگی یک گروه را مشخص می‌کند، متمایز می‌کنند. به اعتقاد وی، موقعیت‌های درون یک ساختار، از خودشان راه‌های زندگی و یا معناهای نمادین خلق نمی‌کنند، بلکه فعالیت نمادینی مانند مصرف یک عمل خودگردان است. چنین عملی مستقیماً به وسیله موقعیتی در ساختار اجتماعی - اقتصادی تولید و یا تعیین نمی‌شود. به بیان دیگر، می‌توان گفت موقعیت ساختاری و رویه‌های فرهنگی همچون مصرف و مصرف‌گرایی، متغیرهای مستقلی هستند (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶).

در نگاه بوردیو، مصرف را باید همچون دسته‌ای اعمال اجتماعی و فرهنگی به عنوان راهی برای ایجاد تمایز میان گروه‌های اجتماعی دانست، نه فقط به‌مثابه راهی برای بیان تفاوت‌هایی که در نتیجه رشته‌ای خودمختار از عوامل اقتصادی قبلاً به‌وجود آمده‌اند. بنابراین، این عوامل فرهنگی و نمادین است که بر الگوهای فرهنگی آنان تأثیر می‌گذارد، نه صرفاً درآمد. در حقیقت، بوردیو می‌خواست مفهوم منزلت اجتماعی و استفاده‌ای که گروه‌های منزلتی از الگوهای خاص مصرف به‌مثابه راهی برای مجزاکردن روش زندگی یکی از دیگری می‌کنند را با این ایده ترکیب کند که مصرف متضمن نشانه‌ها، نمادها، ایده‌ها و ارزش‌هاست. مصرف را نباید به عنوان ارضاء یک دسته از نیازهای از نظر زیستی ریشه‌دار تحلیل کرد، بلکه باید رهیافت‌های به‌خوبی تثبیت‌شده مصرف را از طریق انگاره‌های گروه اجتماعی منزلتی با رهیافتی به نمادها و نشانه‌ها و از آن مهم‌تر به فرهنگ ترکیب کرد (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۷).

بوردیو سرمایه فرهنگی را شامل سه بُعد می‌دانست؛ اول، بُعد تجسم‌یافته یا ذهنی که شامل تمایل‌ها و گرایش‌های روانی فرد نسبت به استفاده از کالاهای فرهنگی است. دوم، بُعد عینی که شامل میزان مصرف کالاهای فرهنگی است و سوم، بُعد نهادی که مارک و مدارج تحصیلی و علمی - فرهنگی فرد را شامل می‌شود (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۴) که در این مقاله و مبتنی بر معیارهای این پژوهش، بُعد عینی سرمایه فرهنگی مد نظر قرار گرفته است.

۳. نظریه مصرف فرهنگی

با توجه به تغییرات شتابان جهان، به اعتقاد برخی کارشناسان فرهنگی، کالاهای فرهنگی دارای اهمیت بسزایی است؛ تا جایی که برخی آن را «جانشین خود فرهنگ» می‌دانند (فردرو و صداقت‌زادگان، ۱۳۷۹: ۳۲). در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم بود که نگاه به مصرف به عنوان پدیده‌ای صرفاً اقتصادی و در رابطه با تولید، تغییر یافت و رفتارهای مصرفی همچون امری فرهنگی توجه جامعه‌شناسان را به خود جلب کرد. اما توجه ویژه به مصرف به عنوان امر فرهنگی از نیمه دوم قرن بیستم و از دهه شصت شروع شد. مصرف فرهنگی نیز شاخصی جدید است که در قرن گذشته توسط متخصصین علوم اجتماعی مورد توجه قرار گرفت و اکنون به عنوان یکی از عوامل مؤثر در شناسایی گروه‌های مختلف اجتماعی مطرح است.

با تعریف مصرف در مطالعات فرهنگی به عنوان کردارهایی که تعلقات، نیازها و وابستگی‌های مصرف‌کنندگان به کالا را در حوزه‌ای فراتر از بنیان‌های روانی یا ساخت‌های کلان اجتماعی نشان می‌دهد (ابراهیمی، ۱۳۷۶: ۱۶) به سه رویکرد عمده در رابطه با مصرف فرهنگی تحت عناوین رویکرد انفعالی، ارتباطی و ابداعی اشاره می‌شود. پارادایم انفعالی مربوط به نظریه‌پردازان مکتب فرانکفورت، نظریه‌پردازان انتقادی مصرف توده‌ای و بعضی از نظریه‌پردازان متأخر پست‌مدرن و رویکرد روانکاوی است. این رویکرد معتقد است مصرف‌گرایی معنای زندگی را در خرید اشیاء و تجارب از پیش‌بسته‌بندی شده جستجو می‌کند و مصرف‌کننده منفعل است. مصرف فرهنگی نیز به‌عنوان پدیده‌ای شدیداً انفعالی و در خدمت ایدئولوژی نظام حاکم دیده می‌شود. پارادایم ارتباطی هم که مصرف فرهنگی را شیوه‌ای از ارتباط و خلق معنا می‌داند و نظریه‌پردازی چون ماکس وبر، زیمل، وبلن و بوردیو را در بر می‌گیرد.

طبق این رویکرد، افراد در انتخاب و مصرف کالاهای فرهنگی برخوردارتر از قدرت انتخاب هستند و می‌توانند این کالاها را برای تشخیص و تمایز خویش در میان سایر گروه‌ها به کار گیرند (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱۷۲). پارادایم ابداعی نیز فرد را محور و مرکز معنا و کنش فرهنگی قرار داده و نظریه‌پردازی چون فیسک، چنی و دوسرتو را در بر می‌گیرد. این دیدگاه، هم تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان را در تعیین معناهای زیبایی‌شناختی تصاویر، فنون و اشیایی که صنایع فرهنگی و رسانه‌ای عرضه می‌کنند دارای نقش می‌داند و نیز عمل تولید فرهنگی را تا حد زیادی

وابسته به ظرفیت خلاق افرادی می‌داند که مصرف می‌کنند. استفاده این افراد از محصولات و تصاویر فرهنگی منجر به آفرینش معنای تازه‌ای می‌شود. در واقع، هر عمل مصرف نوعی عمل معنابخشیدن است (بنت، ۱۳۸۶: ۸۹).

در این تحقیق، به دو دلیل رویکرد انفعالی به مصرف نمی‌تواند مبنای کار قرار بگیرد. از یک سو، استدلال پژوهش حاضر این نیست که صرف قرارگرفتن در شغلی خاص، افراد به صورت منفعلانه و بدون داشتن قدرت انتخاب، کالاهای فرهنگی مشخصی را مورد استفاده قرار می‌دهند. بلکه آنها تحت تأثیر فضای شغلی خویش، دست به انتخاب‌های متفاوتی می‌زنند. در واقع، افراد دارای مشاغل مختلف نه از روی لزوم و ناچارى بلکه عمدتاً الگوهای مصرفی خاصی را اختیار می‌کنند تا به نوعی تمایز شغلی و طبقاتی خود را از طریق مصارف فرهنگی متفاوت نشان دهند. بنابراین، آنها با این کار به دنبال ایجاد معانی متفاوتی در مقابل سایر گروه‌های شغلی هستند. رویکرد ابداعی نیز با توجه با شباهتی که با رویکرد ارتباطی دارد و چون اراده فردی را نیز در انتخاب کالاهای فرهنگی در نظر می‌گیرد، می‌تواند به عنوان پشتوانه نظری به موضوع تحقیق و روابطی که باید مورد مطالعه قرار گیرد، غنای بیشتری ببخشد.

ذکر این نکته ضروری است که اندیشه اصلاح طلب و برسانانه بورديو در حوزه سرمایه فرهنگی، میراثی قابل اعتنا به صورت کلی و مورد کاربست ویژه در این پژوهش به صورت جزئی به جا گذاشته است و آن اینکه «پیوستگی و همذاتی» میان سرمایه فرهنگی و مصرف فرهنگی و «تبیین عدم وجود فاصله میان سرمایه و مصرف فرهنگی» مهم ترین امر برای توجه سیاست‌گذاران و پژوهشگران فرهنگی است (Bourdieu, 1977: 487-511). بورديو ضمن مرور انواع سرمایه و بررسی زوال یا مواجهه ریسک سرمایه ها در صورت مصرف، «شناسایی، اعتبار و انباشت» سرمایه فرهنگی را با عیار سنج مصرف فرهنگی معتبر می‌داند. از این رو، سرمایه فرهنگی که مصرف نشود، نظیر کتابی که خوانده نشود، فیلمی که اکران نشده یا به فروش نرسد، کتابخانه یا کتابفروشی که محل رفت و آمد طبقات اجتماعی قرار نگیرد، تئاتری که بر صحنه نرفته یا تماشاچی نداشته باشد، از نظر وی سرمایه فرهنگی به معنی واقعی محسوب نشده و غیرقابل شناسایی، بی اعتبار، زدودنی از فکر و نظر مردم و گذراست (Bourdieu, 1997: 40-56). از نظر وی، سرمایه فرهنگی چنان با مصرف فرهنگی درهم تنیده که به محض زایش، به

گونه‌ای مشتاق و بی‌تاب خود را به دامان مصرف‌کننده فرهنگی می‌رساند (Bourdieu & Passeron, 1977).

ب. سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

مفهوم سیاست فرهنگی و سیاست‌گذاری فرهنگی از جمله مفاهیمی است که در قرن اخیر مورد توجه کشورها قرار گرفته است. نگاه به فرهنگ به عنوان یکی از زمینه‌های اصلی توسعه و امکان مدیریت فرهنگی برای تغییر در عناصر فرهنگی و دستیابی به اهداف از پیش تعیین‌شده و توجه به نقش دولت‌ها در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی، بستر مناسبی را برای شکل‌گیری این مفهوم ایجاد کرده است. سیاست‌گذاری فرهنگی نوعی توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متصدیان امور در تشخیص، تعیین و تدوین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های لازم و ضروری در فعالیتهای فرهنگی است و راهنما و دستورالعملی برای مدیران فرهنگی است (اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۱).

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، اساس و شالوده سیاست فرهنگی کشور در قانون اساسی پی‌ریزی شد و سپس شورای فرهنگ عمومی و شورای عالی انقلاب فرهنگی سیاست‌های فرهنگی کشور را تدوین کردند، اما به نظر می‌رسد این سیاست‌ها بیشتر جنبه شعاری ارزشی و کلی دارند؛ به گونه‌ای که جاری نبودن آن در تمامی فعالیت‌های فرهنگی کشور و همچنین عملی نبودن و اجرائشدن مناسب آن مشهود است.

۱. جایگاه طبقه متوسط در سیاست‌های دولت سازندگی (۱۳۷۶-۱۳۶۸)

رحلت حضرت امام خمینی (ره)، اصلاح قانون اساسی و انتخاب رهبر و رئیس‌جمهور جدید، که در قانون اساسی اصلاح شده دارای قدرت نخست‌وزیر نیز بود و به تنهایی ریاست قوه مجریه را بر عهده داشت، دوران جدیدی برای کشور و عرصه‌ای نو برای نیروهای اجتماعی به وجود آورد. جنگ تحمیلی ۸ ساله میان ایران و عراق و فشارها و محاصره سیاسی و اقتصادی که بر کشور تحمیل شده بود، سیاست‌های اقتصادی ویژه دوران جنگ و چالش‌های میان نیروهای اجتماعی، همگی در ایجاد فضای اجتماعی دوران سازندگی اثر نهاده بود. علاوه بر

آسیب‌ها و خرابی‌های ناشی از جنگ تحمیلی، نظام سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ایران بعد از ۱۳۶۸ با مسائل حاد و دشواری از جمله فقر، تورم، رشوه‌خواری و اختلاس، انحرافات و آشفتگی‌های اجتماعی و سازمانی، کاهش وحدت و انسجام اجتماعی، کاهش پایداری‌های مذهبی، تفاخر و تجمل‌گرایی، دلسردی، بی‌اعتمادی، آلودگی هوا، تخریب محیط زیست، اسراف و ول‌خرجی، کمبود دارو، اعتیاد، فساد اداری و کاهش تولید در بنگاه‌های خرد و کلان اقتصادی روبه‌رو بود.

دولت جدید، تجدیدنظر در نظام اقتصادی و سیاست‌گذاری در عرصه اقتصاد را در برنامه و شعارهای خود اعلام کرده بود. بر پایه آن قرار بود تغییراتی بر مبنای حمایت از بنگاه‌های اقتصادی و اقتصاد بازار و همچنین، سیاست تعدیل اقتصادی یعنی کاهش یارانه‌های دولتی و تک‌نرخ کردن ارز، کاهش پول در گردش، ترویج صادرات و خصوصی‌سازی صنایع ملی شده صورت گیرد. با این همه، بالاترین درآمد، بیشترین مالکیت بر کارخانه‌ها و املاک و بیشترین تعداد مزد و حقوق بگیر به حکومت تعلق داشت و از این رو، بیشترین سرمایه اقتصادی را حکومت در اختیار داشت. پس از آن، سرمایه‌داران جدید که در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی با سودبردن از تورم شدید و روزافزون، تفاوت نرخ رسمی ارز و بهای آن در بازار غیررسمی و همچنین، استفاده از رانت‌های مختلف بر دارایی‌های خود افزوده بودند، سهم بالایی از سرمایه اقتصادی را دارا بودند.

گروه عمل‌گرا و تکنوکرات بر این اعتقاد بود که روش‌های اجرایی ده سال اول انقلاب اضطراری بوده و بنابراین، در شرایط صلح و ثبات باید با رهیافتی عقلانی به منابع اقتصادی نگاه کرد. در واقع، استراتژی‌سازندگی و بازسازی و توسعه اقتصادی دو هدف اساسی را دنبال می‌کرد: اصلاح نظام اقتصادی آشوب‌زده و بازکردن درهای اقتصادی، تجاری و صنعتی به دنیای خارج. سیاست دولت هاشمی در زمینه اقتصادی، به تدریج زمینه را برای ظهور یک طبقه متوسط مدرن اقتصادی فراهم کرد. تشویق سرمایه‌گذاری و استقبال از مدیران تحصیل کرده و دانشگاهی در جو اقتصادمحور پس از جنگ و به ویژه افزایش درآمدهای نفتی، زمینه خوبی برای رشد نیروهای مدرن فراهم کرد.

سیاست‌های آموزشی دولت و گسترش دانشگاه‌های خصوصی و نیمه خصوصی نیز به ظهور قشر جدید از روشنفکران و دانشجویان انجامید که تعداد آنها بیش از قبل انقلاب اسلامی بود. تعداد دانشجویان پسر از ۱۷۸۸۷۸ و تعداد دانشجویان دختر از ۷۱۸۲۲ در سال تحصیلی ۱۳۶۷-۱۳۶۸ به ۷۸۲۷۵۵ نفر دانشجوی پسر و ۵۰۱۹۱۳ دانشجوی دختر در سال ۱۳۷۶-۱۳۷۷ رسید. شمار مراکز آموزشی و تحقیقاتی از ۸۵ مرکز در سال ۱۳۶۷ به ۸۸۵ مرکز در سال ۱۳۷۵ رسید. بر اساس گزارش‌های سالانه مرکز برنامه‌ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تعداد کادر آموزشی از ۱۷۴۴۷ نفر در سال ۱۳۶۷ به تعداد ۴۰۴۷۷ نفر در سال ۱۳۷۵ افزایش یافت. از تحولات دیگر روی داده، تغییر میزان نرخ باسوادی پس از انقلاب و به ویژه در این دوره است. میزان باسوادی در سال ۱۳۷۵ برابر با ۷۹/۵۱ درصد کل جمعیت بود که نسبت به سال ۱۳۶۵، ۲۷ درصد افزایش داشته است؛ در حالی که در دوره ده ساله قبلی بین سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۶۵ تنها ۵ درصد رشد داشته‌ایم.

گسترش نظام اداری که خود زاینده گسترش روابط صنعتی و سرمایه‌داری است، از شاخص‌های دیگر رشد طبقه متوسط جدید به شمار می‌آید. در سال ۱۳۶۲ تعداد ۱۲۱۷۴۰۰ نفر در دستگاه‌های مختلف دولتی مشغول به کار بوده‌اند. این تعداد در سال ۱۳۷۰ به ۱۷۸۳۱۱۴ نفر رسید (ازغندی، ۱۳۸۴: ۱۳۱). علاوه بر دیدگاه‌های شخصی آقای هاشمی مبنی بر توسعه طبقه متوسط که هدف‌گیری اسلام را به سمتی می‌دانست که حتی الامکان همه مردم چیزی شبیه هم بشوند (هاشمی رفسنجانی، ۱۳۷۹: ۹) الگوی مدیریت تکنوکراتیک در سال‌های ۱۳۶۸-۱۳۷۶ منجر به تقویت موقعیت سیاسی اجتماعی طبقه متوسط جدید در ایران شد.

در مجموع، می‌توان این‌گونه تحلیل کرد که دولت هاشمی رفسنجانی رسیدن به عدالت اجتماعی را از گذرگاه توسعه و رونق اقتصادی می‌نگریست و مهم‌ترین عامل فقر و نابرابری در جامعه را نبود ثروت و امکانات برمی‌شمرد. بنابراین، تلاش کرد از طریق اجرای سیاست‌های سازندگی و خلق سرمایه، همگان از جمله فقرا از آن بهره‌مند شوند. البته بعدها بسیاری همین منطق را عامل عمیق‌تر شدن شکاف طبقاتی ذکر کردند. ورود تکنولوژی‌های نوین ارتباطی به کشور در این دوره در تحول افکار نقش داشت. همچنین، بازترشدن فضای داخلی و تسهیل رفت و آمد خارجی‌ها اعم از اتباع سایر کشورها و ایرانیان خارج از کشور به ایران و ایرانیان به

خارج، به خلق تفکرات و ارزش‌های جدید مدد رسانید. علوه بر این، برخی از اقدامات در جهت تغییر فرهنگ سنتی به فرهنگ مدرن به‌وسیله برخی از اطرافیان رئیس جمهور صورت گرفت. ایجاد فرهنگ‌سراها و انتشار روزنامه همشهری نمونه این اقدامات بود. راه‌اندازی فرهنگ‌سراها به‌ویژه در مناطق جنوبی شهر تهران، سبب‌ساز آشنایی مردم با مظاهر زندگی مدرن مانند کامپیوتر، ورزش‌های جدید و بازی‌هایی نظیر شطرنج شدند (زیباکلام، ۱۳۸۹: ۶۴).

در این دوره رسانه‌ها و به‌ویژه مطبوعات سخنگو و بازتابنده مواضع رسمی بودند. در سال‌های آغازین دهه ۱۳۷۰، مطبوعات اگر هم قدرت را نقد می‌کردند، این نقادی تأثیرگذار، نقش‌آفرین و زیربنایی نبود، بلکه سطحی و پیش‌پا افتاده ارزیابی می‌شد.

سیاست‌های دولت هاشمی رفسنجانی برای طبقه متوسط جدید پیامدهای دوگانه متناقضی به دنبال داشت. از یک سو، سیاست‌های توسعه به‌ویژه گسترش آموزش عالی موجب رشد جمعیت روشنفکری و گسترش طبقه متوسط جدید و مرجعیت اجتماعی روشنفکران و اقشار تحصیل‌کرده شد. از سوی دیگر، کسری آزادی‌ها و مشارکت سیاسی، اقشار تحصیل‌کرده و روشنفکر را از نظام سیاسی و دولت بیگانه کرد. جالب اینکه نتیجه هر دو چهره سیاست هاشمی، افزایش تقاضای سیاسی طبقات متوسط جدید و ورود آنها به صحنه سیاسی ایران به عنوان نیروی منسجم و تأثیرگذار و خواهان تغییر بود که خود را در دوم خرداد ۷۶ نشان داد.

۲. جایگاه طبقه متوسط در سیاست‌های دولت اصلاحات (۱۳۷۶-۱۳۸۴)

پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۷۶ در کنار اقشار سنتی، نیروهای اجتماعی تازه‌ای پا به عرصه سیاست گذاردند. طبقه متوسط جدید که با قدرت‌گرفتن نیروهای اجتماعی سنتی دچار ضعف شده بودند، از این تاریخ به بعد در دو عرصه سیاسی کشور، یعنی قوه مقننه و مجریه، جایگاه و نقش مناسبی به دست آورد. در واقع، می‌توان ادعا کرد که اجرای دو برنامه اول و دوم توسعه در دوره هاشمی رفسنجانی، جدای از میزان توفیق آن در دستیابی به اهداف پیش‌بینی‌شده، باعث تقویت نیروهای مدرن، شهری و تا حدی تضعیف نیروهای سنتی شد؛ ضمن اینکه افزایش جمعیت و دگرگونی شرایط اقتصادی و فرهنگی جامعه ناشی از سیاست‌های سازندگی به افزایش کمی و کیفی طبقات و نیروهای تکنوکرات و جدید کمک

کرد. نیروهای سنتی از یک سو، به خاطر ضعف در اختیارداشتن قدرت سیاسی و از سوی دیگر، به دلیل بی‌علاقگی در مشارکت و تقسیم قدرت به تدریج از صحنه قدرت طرد شدند. نیروهای جدید که در انتخابات ریاست جمهوری و همچنین مجلس شورای اسلامی موفق شده بودند، تلاش‌هایی نیز در تقویت مبانی دموکراسی و قانونمندی نظام سیاسی و استحکام جامعه مدنی انجام دادند، ولی به دلایل مختلف از جمله اختلافات عدیده در بین خود آنان، نتوانستند به نحوی که انتظار می‌رفت، دگرگونی بنیادی در ساختار طبقاتی و قدرت سیاسی ایجاد کند و در پاسخ به تقاضای نیروهای مختلف به ویژه نیروهای اجتماعی جوان ناکام ماندند (ازغندی، ۱۳۸۴: ۱۱۳). با این حال، دوم خرداد تجلی حضور طبقه متوسط جدید و بخش‌های سنتی طبقات پایین بود. پس از دوم خرداد فرصت بیشتری برای فعالیت طبقه متوسط پدید آمد و سیر صعودی رشد این گروه همچنان ادامه پیدا کرد. در انتخابات مجلس ۱۳۷۸ اکثریت مجلس در اختیار این گروه قرار گرفت. این گروه با اینکه بخش‌هایی از بلوک قدرت را اشغال کردند، اما همچنان در جدال با بخش‌های سنتی بلوک قدرت به سر می‌بردند.

از سال ۱۳۷۴ روند افزایش سهم درآمدهای مالیاتی در درآمدهای دولتی شروع شده بود و کاهش درآمدهای نفتی در مقطع ۱۳۷۶-۱۳۷۷ این سهم را افزایش داد و دولت را نسبت به بهره‌گیری بیشتر از مالیات رهنمون کرد. سهم درآمد مالیاتی در درآمدهای دولت در سال ۱۳۷۴، ۱۷/۵ درصد بود که در سال ۷۶ به ۲۷/۷ درصد رسید. این سهم در سال‌های بعد نیز کمتر از این مقدار نشد. دولت در سال‌های ۱۳۷۶-۱۳۷۷ به فروش گسترده اوراق قرضه داخلی دست زد تا کاهش درآمدهای نفتی را جبران کند.

آمارها در این دوره حاکی از آن است که تعداد دانشجویان از ۱۲۸۴۶۶۸ در سال ۱۳۷۶ به ۲۱۱۷۴۷۱ در سال ۱۳۸۴ رسیده؛ یعنی ۱/۶ برابر شده است. همچنان که درآمدهای نفتی با سیر افت‌وخیزی از ۱۵/۵ میلیارد دلار در سال ۱۳۷۶ به ۴۴ میلیارد دلار در سال ۱۳۸۴ افزایش یافته است. نکته قابل توجه اینجاست که به موازات کاهش درآمدهای نفتی در سال‌های ۱۳۷۸ و ۱۳۸۰ تعداد دانشجویان افزایش حداقلی و حتی کاهش یافته؛ چنانکه در سال ۱۳۷۸ تنها ۲۳۴۸۲ نفر افزایش و در سال ۱۳۸۰ نیز ۳۲۵۹ نفر افزایش را تجربه کرده است. شهرنشینی نیز همچنان رشد صعودی خود را حفظ کرد و جمعیت شهرنشین به رقمی نزدیک به ۷۰ درصد

جمعیت رسید. تعداد کارمندان جز در مقطع ۱۳۸۲-۱۳۸۰ که کشور با کاهش درآمدهای نفتی روبه‌رو بوده، رشد صعودی داشته است. بر این اساس، به طور کلی می‌توان گفت رشد کمی طبقه متوسط جدید با فراز و نشیب‌های اندکی در دوران سازندگی و اصلاح طلبی ادامه داشته است.

به هر حال، باید اذعان کرد که نخستین و شاید مهم‌ترین تحول عمده در دوران اصلاح طلبی، تحول در بینش‌ها و شعارهای مدیریت کلان کشور بود؛ به گونه‌ای که به جای رویکرد تحلیلی-قطبی در انتخاب‌های استراتژیک، رویکرد ترکیبی برگزیده شد. به طور مشخص، در طرح ساماندهی اقتصادی کشور، نگرش اقتصادی-اجتماعی و بهای قابل توجهی که به مسئله عدالت اجتماعی و توزیع عادلانه‌تر درآمدها و ثروت داده می‌شد، در این زمره است. همچنین، بهای خارق‌العاده‌ای که مدیریت جدید برای حاکمیت قانون و مشارکت مردم و استقرار نهادهای مدنی و تلاش برای ایجاد ترتیبات نهادی برای حل و فصل مسالمت‌آمیز اختلاف‌ها قائل شد، در آن چارچوب قابل تحلیل است. بنابراین، با وجود آنکه دولت جدید نیز همچنان از تصریح به «نظریه دولت» طفره می‌رفت، اما به نظر می‌رسد جهت‌گیری کلی آن با رویکرد نظری «نهادگرایی» در ادبیات توسعه سازگاری بیشتری داشت.

علاوه بر موارد فوق، به خاطر تأسیس بازارهای متعدد ارائه کالا، سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، افزایش بی‌شمار حرفه‌ها و صنوف، حضور و فعالیت سرمایه‌داران تازه به دوران رسیده و رانت‌خوار در عرصه داد و ستد کالا که از راه دلالتی یک شبه ره صد ساله پیمودند، نقش بازار و کارکرد تاریخی بازاریان دستخوش تغییر ژرفی شد؛ به شکلی که کاسب، پیشه‌ور و تاجر خرده‌پا را دیگر نه فقط در بازار، بلکه در سرتاسر شهرها اعم از بزرگ و کوچک می‌شد مشاهده کرد (امیراحمدی، ۱۳۸۱: ۱۴۲).

۳. جایگاه طبقه متوسط در سیاست‌های دولت اصول‌گرا (۱۳۸۴-۱۳۹۲)

ریشه تحلیل رویکرد دولت نهم و دهم به طبقات اجتماعی به ویژه طبقه متوسط در تحلیل رخداد سوم تیر ۱۳۸۴ نهفته است. در انتخابات ۱۳۸۴ شکاف اقتصادی مبنای رقابت انتخاباتی قرار گرفت و طبیعی بود که طبقه متوسط فربه شده در هشت سال گذشته چندان علاقه‌ای به

منافع اقتصادی طبقه پایین جامعه نخواهد داشت. در حالی که در سال ۱۳۷۶ این شکاف سیاسی - اقتصادی بود که به اتحاد این دو طبقه در اعتراض به وضع موجود انجامید. به تعبیر دیگر، طبقه متوسط انقلابی سال ۷۶ تبدیل به طبقه متوسط محافظه کار در سال ۸۴ شد. فاصله انقلابی گری تا محافظه کاری، فاصله ای است بین طبقه بالا و پایین جامعه. اگر طبقه بالای جامعه را طرفدار حفظ وضع موجود و طبقه پایین را مخالف حفظ وضع موجود بدانیم، طبقه متوسط در این میانه در نوسان است؛ هنگام نحیف شدن به سراغ طبقه پایین می رود تا با قدرت اجتماعی این گروه به قدرت راه یابد و هنگام فربه شدن جانب طبقه بالا را می گیرد تا به حیات سیاسی - اقتصادی اش ادامه دهد. این مرام طبقه متوسط شهری است.

بنابراین، دولت نهم با شعار تحقق عدالت که تا مرز رساندن نفت بر سفره های مردم نیز پیش رفت، توانست اعتماد عمومی به ویژه رأی اقبال پایین و طبقه متوسط مایل به پایین را به سوی خود جلب کند. نتایج پژوهشی که در تیرماه ۱۳۸۴ و با اندازه نمونه ای بالغ بر ۱۲۶۲ نفر در سطح ۲۲ منطقه شهر تهران توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا) انجام شد، نشان داده است گفتمان عدالت اجتماعی و ویژگی های شخصی و صفات منتسب به سبک مدیریتی احمدی نژاد در بین گروه زیادی از مردم پذیرفته شده و اصلی ترین دلیل رأی دادن به وی بود (سیدامامی، ۱۳۸۸: ۱۱۵). دولت نهم کوشید اقتصاد سیاسی ایران را بر پایه های اجتماعی و سیاسی جدیدی قرار دهد تا محوریت اقتصاد را از روی سرمایه داران تغییر دهد و سعی کرد بر مسئله عدالت تأکید کند (کچوئیان و دیگران، ۱۳۸۶: ۲۸).

دولت نهم به احیای گفتمان سیاسی سنت گرایانه و امت محور و ضدیت با مدرنیته و غرب پرداخت و فاقد منطق تولید و انباشت سرمایه و سرمایه گذاری و صنعتی شدن و توسعه سرمایه محور و دموکراسی بود. این جریان با رد مبانی نظری توسعه و مدرنیته، به عنوان اینکه محصولی از جانب غرب است و نیز با توجه به نارسایی های تجربه توسعه در دوره های دوم و سوم، نگرشی پساتوسعه ای مبتنی بر پایان توسعه داشت. سیاست ها و اقدامات عمده دولت احمدی نژاد برای اجرایی کردن اهداف خود نیز عبارت بودند از توزیع سهام عدالت، تغییر ساختار مدیریت و برنامه ریزی، سهمیه بندی بنزین، تغییر نظام بودجه ریزی، طرح تحول اقتصادی و در رأس همه، طرح هدفمندی یارانه ها.

با این حال، روند صعودی رشد طبقه متوسط جدید در این دولت نیز پیگیری شد که البته افزایش بی نظیر درآمدهای نفتی نیز به این رشد کمک کرد. با آغاز دولت نهم، درآمدهای حاصل از فروش نفت از ۴۴ میلیارد دلار در سال ۱۳۸۴ به ۱۱۳ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۰ رسید. البته این مقدار به دلیل تحریم نفت در سال ۱۳۹۱ به ۵۰ میلیارد دلار کاهش یافت. رقم باورنکردنی ۱۱۳ میلیارد دلار درآمد نفتی در سال ۱۳۹۰ با نرخ ارز مرجع ۱۰۴۱ تومانی از رخدادهای مالی قابل توجه در این دوره هشت ساله است که البته نرخ تورم نیز از ۱۱/۹ در سال ۱۳۸۵ به ۳۲/۱ در سال ۱۳۹۲ رسید. تعداد دانشجویان از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۳۹۰ رشدی برابر با ۱/۷ داشته است. این میزان رشد، یک درصد از میانگین رشد تعداد دانشجویان در دولت‌های هفتم و هشتم بیشتر است که بر اساس افزایش جمعیت و همچنین افزایش سهم بودجه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری از درآمدهای نفتی در خور تحلیل است. نکته قابل توجه اینجاست که در دولت نهم میزان افزایش شمار دانشجویان در گروه‌های مختلف تحصیلی به صورت ثابت بالا رفته است؛ همچنان که میزان باسوادی جمعیت ۶ ساله و بیشتر کشور نیز سیر صعودی خود را حفظ کرده است.

میزان شهرنشینی هم با وجود سیاست‌های توجه به مناطق محروم رشد خود را در این دولت حفظ کرد؛ هرچند شیب تند صعود آن استمرار نیافت. بر این اساس، درصد جمعیت شهرنشین کشور از ۶۸ درصد در سال ۱۳۸۵ به ۷۱ درصد در سال ۱۳۹۰ رسید که نسبت به مدت مشابه پیشین ۴ درصد کاهش داشته است. طرح بنگاه‌های زودبازده، واگذاری برخی طرح‌های اقتصادی بدون انجام مناقصه، ایجاد صندوق مهر امام رضا (ع)، طرح مسکن مهر، برنامه‌ریزی و توزیع سهام عدالت و انحلال سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، جهت‌گیری تمرکزگرایانه دولت نهم به سوی طبقات و اقشار پایینی جامعه را نشان می‌دهد. افزایش سرسام آور درآمدهای نفتی، آرمان‌گرایی و مستقل و مافوق طبقات پنداشتن دولت، انتظار طبقات از دولت را به شدت افزایش داد. در دو سال نخست دولت احمدی‌نژاد اقشار پایین جامعه دچار فشار معیشتی بی‌سابقه‌ای شدند؛ به گونه‌ای که بنا بر آمار رسمی دولت نرخ مسکن در تهران در سال ۱۳۸۵ با افزایش ۴۶ درصدی مواجه شد.

خودداری دولت از افزایش حقوق کارمندان خود هم سطح با نرخ تورم نیز از عوامل تشدید اختلاف طبقاتی بوده است. در واقع، درآمد اقشار بالاتر از متوسط جامعه که عموماً دارای مشاغل آزاد هستند، به اندازه تورم افزایش یافته، اما اقشار کارمند و کارگر در سال ۱۳۸۶ متوسط افزایش حقوق ۱۰ درصدی را تجربه کردند که ۳ درصد پایین تر از نرخ رسمی تورم دولت و ۱۲ درصد کمتر از نرخ تورم محاسبه شده توسط مرکز پژوهش‌های مجلس بود که این به معنای افزایش بیشتر اختلاف طبقاتی است. در اینجا جا دارد طرح هدفمندی یارانه‌ها به عنوان اصلی‌ترین سمت‌گیری اقتصادی دولت نسبت به طبقات اجتماعی مورد مذاقه بیشتری قرار گیرد. پرداخت‌های انتقالی دولت به صورت یارانه‌های غیرهدفمند و کنترل قیمت کالاهای اساسی از جمله سهل‌ترین تدابیری بود که دولت می‌توانست اتخاذ کند. اما بار مالی آن برای بودجه دولت و تورم‌زا بودن بودجه‌های انبساطی پیامدهای تورمی و خیمی در بر داشت (هادی زنوز، ۱۳۸۴: ۲۰۲).

پخش پول در جامعه و افزایش دهشتناک نقدینگی معطوف به مصرف، تورم را بالا برد و طبقه متوسط را تحت فشار قرار داد و با افزایش هزینه‌های تولید، کمر اقتصاد ایران را شکست. از سوی دیگر، این سیاست به عنوان سیاست اقتصادی انبساطی در شرایط تحریم بین‌المللی یکی از پرریسک‌ترین سیاست‌هایی بود که می‌شد در پیش گرفت.

طرح هدفمندسازی یارانه‌ها که قرار بود بر اساس آن طبقات مرفه کمتر از یارانه استفاده کرده و این ثروت ملی بیشتر در اختیار طبقه متوسط و پایین جامعه قرار گیرد، یکی از آرزوهای جامعه ایرانی بود که امید می‌رفت در دولت دهم پیاده شده و بسیاری از مشکلات اقتصادی کشور را حل کند. تصور می‌شد درآمد حاصل از فروش نفت از این پس در دو چیز هزینه می‌شود: «رونق تولید» و «کاهش اختلاف طبقاتی در جامعه ایران». دو هدفی که نه تنها حاصل نشد، بلکه هدفمندسازی یارانه‌ها به نحوی اجرا شد که دولت بعدی در صورت عزم و همت جدی، مدت‌ها باید زمان صرف از بین بردن تبعات آن کند (هادی زنوز، ۱۳۸۴: ۲۰۳). در اثر تورمی که مجموعه سیاست‌های دولت و تحریم‌ها به ایرانیان تحمیل کردند، دارایی‌های طبقه ثروتمند جامعه ارزش ریالی فراوان تری یافت و اختلاف طبقاتی آنها با طبقات متوسط و ضعیف افزایش پیدا کرد. از سوی دیگر، افزایش هزینه‌های تولید در اثر هدفمندی در کنار

مشکلاتی که تحریم‌ها برای تولیدکنندگان در تأمین مواد اولیه و همچنین ارتباطات مالی با خارج ایجاد کردند، بخش تولیدی کشور را دچار مشکلات حاد کرد.

۴. جایگاه مصرف فرهنگی طبقه متوسط در سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

نخستین مسئله مهم برای تشریح وضعیت مصرف فرهنگی طبقه متوسط، شاخص‌سازی مفهوم سرمایه فرهنگی در نسبت با مصرف فرهنگی است. پس از مطالعات صورت گرفته در مورد شاخص‌های پژوهش‌های خارجی و داخلی، این نیاز احساس شد که در خصوص سرمایه فرهنگی مبتنی بر نظریه بوردیو شاخص‌هایی جدید و منحصر به این پژوهش طراحی شود که ضمن انطباق بر مفهوم سرمایه فرهنگی، بتوان آن را در سیاست‌های فرهنگی دولت جمهوری اسلامی ایران نیز شناسایی و جستجو کرد. بر اساس نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو، اصلی‌ترین مصرف‌کننده سرمایه فرهنگی در هر نظام سیاسی - فرهنگی، طبقه متوسط بوده و حجم عمده سرمایه فرهنگی در این طبقه انباشت می‌شود. منطق دیگر مورد تأکید نیز ناظر بر این است که سیاست‌های فرهنگی هر دولتی از جمله دولت جمهوری اسلامی ایران درصدد افزایش سرمایه فرهنگی و به مصرف رساندن آن است.

با توجه به تمرکز این پژوهش بر مفهوم طبقه متوسط و یافتن جایگاه آن در سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی، شاخص جدیدی با عنوان «نسبت مصرف فرهنگی طبقه متوسط از سرمایه فرهنگی تولیدشده توسط سیاست‌های فرهنگی دولت حد فاصل سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲» مبتنی بر شاخص‌های مندرج در جدول ۱ طراحی شد. ۲۴ شاخص انتخابی در جدول ذیر به عنوان سرمایه‌های فرهنگی تولیدشده به تفکیک سه دولت‌سازندگی، اصلاحات و اصول‌گراست که با توجه به پیوستگی میان سرمایه فرهنگی و مصرف فرهنگی مد نظر قرار گرفته است.

جدول ۱: شاخص‌های سرمایه فرهنگی مورد اختیار در این پژوهش

عنوان	شاخص‌های مفهوم سرمایه فرهنگی
نسبت مصرف فرهنگی طبقه متوسط از سرمایه فرهنگی تولیدشده توسط سیاست فرهنگی دولت‌های جمهوری اسلامی ایران حد فاصل سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲	۱. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک برحسب تألیف
	۲. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک برحسب ترجمه
	۳. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده چاپ اول
	۴. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده چاپ مجدد
	۵. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک محل نشر؛ تهران
	۶. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک محل نشر؛ شهرستان
	۷. شمارگان کتاب‌های منتشر شده
	۸. تعداد سینماها
	۹. تعداد عناوین فیلم‌های سینمایی تولید شده
	۱۰. تعداد تماشاگران فیلم‌های سینمایی اکران شده
	۱۱. تعداد جشنواره‌های سینمایی برگزار شده
	۱۲. تعداد آموزشگاه‌های آزاد سینمایی
	۱۳. تعداد عناوین نمایش‌های تولید شده
	۱۴. تعداد دفعات اجرای نمایش
	۱۵. تعداد نمایشگاه‌های هنری برگزار شده
	۱۶. تعداد زائران حج تمتع
	۱۷. تعداد زائران حج عمره مفرد
	۱۸. تعداد کتابخانه‌های عمومی کشور
	۱۹. زیربنای کتابخانه‌های عمومی کشور
	۲۰. تعداد اعضای کتابخانه‌های عمومی کشور
	۲۱. مراجعان کتابخانه‌های عمومی کشور
	۲۲. تعداد کتاب‌های موجود در کتابخانه‌های عمومی کشور
	۲۳. تعداد پژوهش‌های فرهنگی پایان‌یافته و حمایت‌شده توسط دولت
	۲۴. تعداد عناوین نشریات منتشر شده

پرسشی که پیش می‌آید این است که «از کجا معلوم است که شاخص‌های سرمایه فرهنگی مندرج در جدول فوق توسط طبقه متوسط مصرف شده باشد» و یا «چه سهمی برای طبقه فرادست یا فرودست در فرآیند مصرف فرهنگی قائل شده و جایگاه آنها در کجا دیده شده

است؟» برای پاسخ به این پرسش، ذکر دو نکته ضروری است. نخست، اینکه مفروض ضمنی این پژوهش ناظر بر این واقعیت است که از میان طیف متنوع و متعدد شاخص های سرمایه فرهنگی مورد احصا، شاخص های ۲۴ گانه سرمایه فرهنگی تولید شده توسط سیاست های فرهنگی جمهوری اسلامی مورد استفاده در این پژوهش مبتنی بر نظر خبرگی با درصد قاطعی توسط طبقه متوسط و طیف فرهیخته جامعه تا کنون مورد مصرف قرار گرفته و همچنان نیز می گیرد. اگر قرار بود برای اثبات این ادعا پژوهشی پیمایشی انجام گیرد، چنان جوانب ناشدنی و پیچیده اجرایی به خود می گرفت که اصل پژوهش و رسیدن به نتیجه را ناممکن می کرد.

نکته دیگر این است که شاخص های سرمایه فرهنگی ابتدا در ۶۱ مورد احصا شد و سپس به ۲۴ شاخص کاهش یافت که بیشترین همخوانی با مصرف فرهنگی طبقه متوسط را داشته باشد. برای نمونه، شاخص خرید بلیط مسابقات ورزشی نظیر فوتبال در این میان مورد استناد قرار نگرفته است، چون این مصرف عموماً توسط طبقات دیگری به غیر از طبقه متوسط انجام می گیرد. همچنین، استقبال از تورهای مسافرتی خارجی اروپا و آمریکا نیز از شاخص هایی بود که به سبب غلبه مصرف توسط طبقه فرادست جایی برای احتساب میان طبقه متوسط ندارد. پس شاخص های فوق به عنوان متناسب ترین مؤلفه با وضعیت اقتصادی و فرهنگی طبقه متوسط مورد گزینش قرار گرفتند.

شایان ذکر است که روند مدون و قابل استناد ثبت آمار در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از سال ۱۳۸۶ در قالب سالنامه آماری فرهنگ و هنر توسط معاونت توسعه مدیریت و منابع دفتر مطالعات و برنامه ریزی راهبردی تدوین و به چاپ رسیده است. این در حالی است که سایر منابع آماری در حوزه فرهنگ نظیر سازمان برنامه و بودجه یا مرکز آمار ایران از نوعی اغتشاش و ناپیوستگی برخوردارند که برای امور پژوهشی نمی تواند منبع قابل اعتمادی باشد. از این رو، بر اساس جدول ۲، درصد میزان مصرف فرهنگی طبقه متوسط در دوره ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲ از شاخص های سرمایه فرهنگی به تفکیک در کنار هم آمده است. هر کدام از این درصدها برگرفته از دوره هشت ساله خود در قیاس با صد درصد دوره ۲۴ ساله است. با توجه به آمارهای هر سال در خصوص هر یک از شاخص های سرمایه فرهنگی، نمودارهای ستونی و خطی نیز طراحی شد که می تواند علاوه بر تطبیق دوره های هشت ساله با یکدیگر، دقت تطبیق را به حد

یک ایل با سال قبل یا قبل از خود نیز افزایش دهد که به سبب افزایش حجم مقاله امکان طرح نیافت.

جدول ۲: میزان مصرف فرهنگی طبقه متوسط در دوره ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲

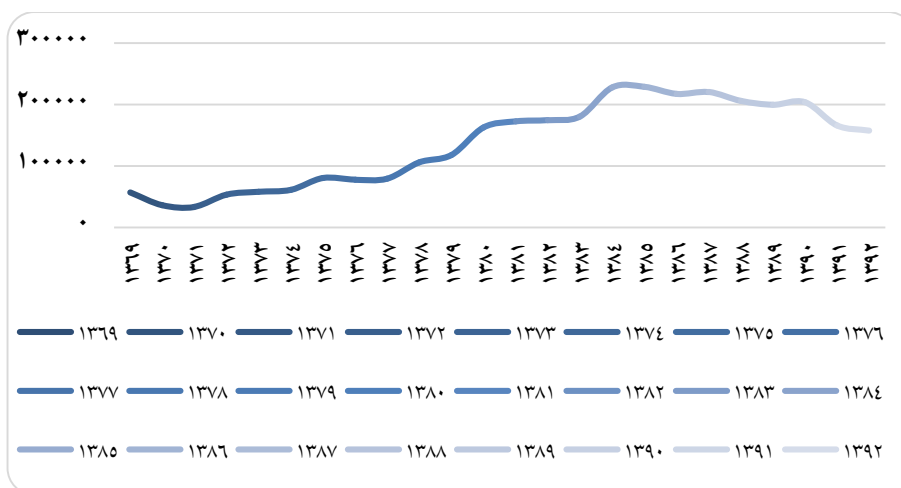
درصد میزان مصرف فرهنگی طبقه متوسط در:			شاخص سرمایه فرهنگی
دوره سازندگی (۱۳۷۶-۱۳۶۹)	دوره اصلاحات (۱۳۸۴-۱۳۷۷)	دوره اصولگرایی (۱۳۹۲-۱۳۸۵)	
۱۴	۳۷	۴۹	۱. شمارگان کتاب‌های منتشر شده
۹	۳۱	۶۰	۲. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک برحسب تالیف
۱۲	۳۲	۵۶	۳. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک برحسب ترجمه
۱۴	۳۳	۵۳	۴. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده چاپ اول
۵	۳۰	۶۵	۵. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده چاپ مجدد
۷	۲۵	۶۸	۶. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک محل نشر: تهران
۱۹	۳۰	۵۱	۷. تعداد عناوین کتاب‌های منتشر شده به تفکیک محل نشر: شهرستان
۳۶	۳۵	۲۹	۸. تعداد سینماها
۲۲	۳۵	۴۳	۹. تعداد عناوین فیلم‌های سینمایی تولید شده
۶۱	۲۴	۱۵	۱۰. تعداد تماشاگران فیلم‌های سینمایی اکران شده
۱۹	۳۰	۵۱	۱۱. تعداد جشنواره‌های سینمایی برگزار شده
۲	۴۳	۵۵	۱۲. تعداد آموزشگاه‌های آزاد سینمایی
۷	۳۸	۵۵	۱۳. تعداد عناوین نمایش‌های تولید شده
۳	۲۸	۶۹	۱۴. تعداد دفعات اجرای نمایش
۲۱	۱۸	۶۱	۱۵. تعداد نمایشگاه‌های هنری برگزار شده
۲۶	۳۸	۳۶	۱۶. تعداد زائران حج تمتع
۶	۳۰	۶۴	۱۷. تعداد زائران حج عمره مفرد
۱۷	۳۲	۵۱	۱۸. تعداد کتابخانه‌های عمومی کشور
۱۵	۳۲	۵۳	۱۹. زیربنای کتابخانه‌های عمومی کشور
۱۶	۳۲	۵۲	۲۰. تعداد اعضای کتابخانه‌های عمومی کشور
۱۶	۳۴	۵۰	۲۱. مراجعان کتابخانه‌های عمومی کشور
۱۳	۲۹	۵۸	۲۲. تعداد کتاب‌های موجود در کتابخانه‌های عمومی
۱۵	۳۴	۵۱	۲۳. تعداد پژوهش‌های فرهنگی پایان یافته
۱۰	۲۴	۶۶	۲۴. تعداد عناوین نشریات منتشر شده
۱۶	۳۱/۵	۵۲/۵	مجموع
۴۷/۵		۵۲/۵	مقایسه دوره اصلاحات و سازندگی با دوره اصولگرایی

نخستین آماری که در ردیف اول جدول شماره ۲ در اختیار داریم، شمارگان کتب منتشرشده است. بر اساس داده‌های جزئی مندرج در جدول شماره ۳، در حالی که حد فاصل سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۵ شمارگان کتاب افزایش یافته، از آن سال تا ۱۳۹۲ این روند تنزل یافته است.

جدول ۳. شمارگان کتاب‌های منتشرشده

هزار نسخه	سال
۵۶۸۶۳	۱۳۶۹
۳۶۲۸۲	۱۳۷۰
۳۳۲۳۴	۱۳۷۱
۵۳۴۴۱	۱۳۷۲
۵۷۹۷۵	۱۳۷۳
۶۱۱۶۶	۱۳۷۴
۸۰۳۳۴	۱۳۷۵
۷۷۵۵۲	۱۳۷۶
۷۹۴۰۲	۱۳۷۷
۱۰۵۶۸۹	۱۳۷۸
۱۱۷۷۸۴	۱۳۷۹
۱۶۲۶۷۵	۱۳۸۰
۱۷۲۴۸۶	۱۳۸۱
۱۷۴۴۰۶	۱۳۸۲
۱۸۰۴۲۸	۱۳۸۳
۲۲۷۹۲۴	۱۳۸۴
۲۲۸۸۹۱	۱۳۸۵
۲۱۷۳۰۹	۱۳۸۶
۲۲۰۳۸۵	۱۳۸۷
۲۰۵۸۱۲	۱۳۸۸
۱۹۹۷۱۴	۱۳۸۹
۲۰۳۸۱۰	۱۳۹۰
۱۶۶۰۶۳	۱۳۹۱
۱۵۷۶۵۵	۱۳۹۲

نمودار شماره ۱ و نمودار شماره ۲ نیز فراز و نشیب شمارگان کتاب حدفاصل سال های ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲ را به صورت خطی و ستونی نشان می دهند.



نمودار ۱. شمارگان کتاب های منتشر شده

جمع بندی نتایج جداول فوق در حوزه شمارگان کتاب نشان می دهد که دوره سازندگی ۱۴، دوره اصلاحات ۳۷ و دوره دولت اصول گرا ۴۹ درصد سهم را به خود اختصاص داده اند. شمارگان کتاب شاخصی اثرپذیر از مواردی همچون وضعیت سرانه مطالعه، قیمت کاغذ، افزایش تعداد کتابفروشی ها و تسهیل توزیع کتاب یا تغییر کاربری و تعطیلی کتابفروشی ها، روی آوردن به مصارف فرهنگی راحت و کم خرج تر از سوی طبقه متوسط و ... است که در سال های اخیر شمارگان کتاب را با وضعیت اسفناکی روبه رو کرده است.

ذکر این نکته لازم است که هر کدام از بندهای ۲۴ گانه جدول شماره ۲، جزئیات سال به سال تفکیکی و نمودارهای ستونی و خطی مختص به خود را دارند که برای جلوگیری از افزایش حجم مقاله از ذکر آنها خودداری می شود.^۱ آماری که در ردیف دوم و سوم این جدول

۱. داده های آماری و جداول تفکیکی در اختیار پژوهشکده مطالعات راهبردی قرار دارد.

با آن مواجهیم، مربوط به تعداد عناوین کتاب‌های منتشره به تفکیک نوع اثر اعم از تألیف و ترجمه است که همبستگی و تجلی یکسان هر دو در یک قالب اجازه تحلیل آنها به صورت یک‌جا را می‌دهد.

در حالی که در فاصله سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲ روندی صعودی در حوزه تألیف و ترجمه طی شده است، در عرصه تألیف کتاب، دوره سازندگی ۹٪، دوره اصلاحات ۳۱٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۶۰٪ سهم را به خود اختصاص داده‌اند. در بحث ترجمه کتاب نیز سال‌های ۶۹ تا ۷۶ شمسی دوازده درصد، سال‌های ۷۷ تا ۸۴ شمسی سی و دو درصد و ۸۵ تا ۹۲ شمسی پنجاه و شش درصد از سهم ترجمه کتاب در این دوره ۲۴ ساله را به خود اختصاص داده‌اند.

شایان ذکر است که با وجود تأکید ارکان فرهنگی نظام بر حمایت از کتب تألیفی و الزام اسناد سیاست‌گذاری کلان فرهنگی بر این امر، روند ترجمه کتاب از تکاپو نیفتاده و در صورتی که آمار دقیقی از کتاب‌های آموزشی، کمک‌درسی، دینی و ادعیه، دانشگاهی و کودک در سال‌های گذشته «وجود» و سال‌های اخیر «شفافیت» داشت، می‌توانست موید این فرضیه باشد که طبقه متوسط در سال‌های اخیر اغلب مصرف فرهنگی خود را در حوزه کتاب بر بخش ادبیات داستانی و شعر متمرکز کرده و این نحله اصلی نیز آبخوری جز آثار ترجمه‌ای ندارد. کافی است در راهروهای نمایشگاه‌های کتاب استانی و نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران قدم بزنیم تا شاهد ازدحام فراینده قابل توجه مشتریان در مقابل غرفه ناشرینی مانند «ققنوس»، «چشمه»، «مرکز»، «ثالث»، «نگاه»، «قطره»، «نیماژ»، «هرمس»، «افق» و... باشیم که به ارائه آثاری اغلب از این دست و مبتنی بر این محتوا مشغول‌اند.

ردیف چهار و پنج جدول به تعداد عناوین کتاب‌های منتشرشده به تفکیک نوبت نشر می‌پردازد که به سبب هم‌سنخی نوع داده‌ها، باز هم به صورت یک‌جا و با هم می‌تواند تحلیل شود. بر اساس داده‌های جدول، در حالی که حد فاصل سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲ در حوزه عناوین کتاب‌های منتشرشده به تفکیک نوبت نشر، روندی صعودی طی شده است، در زمینه کتاب‌های منتشرشده چاپ اول، دوره سازندگی ۱۴٪، دوره اصلاحات ۳۳٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۵۳٪ سهم را به خود اختصاص داده‌اند. در عرصه چاپ مجدد کتاب نیز حد فاصل سال‌های ۶۹ تا ۷۶ شمسی پنج درصد، سال‌های ۷۷ تا ۸۴ شمسی سی درصد و ۸۵ تا ۹۲

شمسی شصت و پنج درصد از سهم کلی این دوره ۲۴ ساله را به خود اختصاص داده‌اند. ردیف شش و هفت جدول به تعداد عناوین کتاب‌های منتشرشده به تفکیک محل نشر می‌پردازد که به سبب قرارگرفتن نوع داده‌ها، در راستای تحلیل به صورت یک‌جا و با هم آورده شده است.

بر اساس داده‌های جدول و نمودارهای خطی و ستونی، در فاصله سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲ در حوزه عناوین کتاب‌های منتشرشده به تفکیک محل نشر، هرچند فاصله زیادی میان تهران و شهرستان‌ها قابل ملاحظه است، اما در کل با روندی صعودی روبه‌رو بوده‌ایم. در زمینه کتاب‌های منتشرشده در تهران، دوره سازندگی ۰/۷٪، دوره اصلاحات ۲۵٪ و دوره دولت اصول گرا ۶۸٪ سهم را به خود اختصاص داده‌اند. کتاب‌های منتشرشده در شهرستان‌ها نیز حد فاصل سال‌های ۶۹ تا ۷۶ شمسی نوزده درصد، سال‌های ۷۷ تا ۸۴ شمسی سی درصد و ۸۵ تا ۹۲ شمسی پنجاه و یک درصد از سهم کلی این دوره ۲۴ ساله را به خود اختصاص داده‌اند. مرکزگرایی و انباشت سرمایه در تهران، حوزه سرمایه فرهنگی را نیز تحت‌الشعاع خود قرار داده است. بر اساس اظهارات مسئولین معاونت فرهنگی وزرات فرهنگ و ارشاد اسلامی و اصناف نشر با نوسانی ناچیز، بیش از ۷۰ درصد ظرفیت نشر کشور اعم از ناشرین، بازار نشر و مشتریان، در تهران مستقر هستند.

در ردیف هشتم به تعداد سینماها پرداخته شده است. بر اساس داده‌های جدول و نمودارهای خطی و ستونی، در حالی که حد فاصل سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۰ تعداد سینماها روند افزایشی اندکی داشته، از سال ۱۳۸۱ به بعد این روند حالتی نزولی پیدا کرده و با وجود افزایش شمار سینماها، در فاصله ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۰ بار دیگر روندی کاهشی داشته است. در زمینه شمار سینماها، دوره سازندگی ۳۶٪، دوره اصلاحات ۳۵٪ و دوره دولت اصول گرا ۲۹٪ از سهم کلی را به خود اختصاص داده‌اند. ردیف نهم به تعداد عناوین فیلم‌های سینمایی تولیدشده می‌پردازد. هرچند نمودارهای خطی و ستونی مغشوش‌اند که نشان‌گر پیروی نکردن از الگویی خاص در تحلیل چرایی افزایش یا کاهش تعداد فیلم‌ها و نبود سیاست فرهنگی مشخص در زمینه «تعداد فیلم مورد نیاز در طول سال» یا تبعیت نکردن از آن است، اما می‌توان گفت دوره سازندگی ۲۲٪، دوره اصلاحات ۳۵٪ و دوره دولت اصول گرا ۴۳٪ از سهم کلی را به خود اختصاص داده‌اند.

تعداد تماشاگران فیلم‌های اکران‌شده، یکی از داده‌های معناداری است که ردیف دهم جدول به آن اشاره دارد. داده‌ها از روند به شدت نزولی و کاهش تعداد تماشاگران حکایت داشته و تعداد تماشاگران حدفاصل سال‌های ۶۹ تا ۷۶ شمسی شصت و یک درصد، سال‌های ۷۷ تا ۸۴ شمسی بیست و چهار درصد و ۸۵ تا ۹۲ شمسی پانزده درصد از سهم کلی این دوره ۲۴ ساله را به خود اختصاص داده‌اند. تغییر سبک مصرف فرهنگی طبقه متوسط از سینما به ویدئو و سپس ماهواره و شبکه خانگی را می‌توان از عمده‌ترین دلایل این وضعیت نزولی دانست که اهالی سینما با اصطلاح «قهر تماشاچی از سینما» از آن یاد می‌کنند.

در حالی که روند تولید فیلم‌های سینمایی از رشد چندانی برخوردار نبوده و تعداد تماشاگران و سینماها روند کاهشی داشته است، ردیف یازدهم جدول و نمودارهای آن حکایت از رشد فزاینده جشنواره‌های سینمایی برگزارشده دارد. در این مورد نیز دوره سازندگی ۱۹٪، دوره اصلاحات ۳۰٪ و دوره دولت اصول گرا ۵۱٪ از سهم کلی را به خود اختصاص داده‌اند. در این دوره ۲۴ ساله ۵۴۳ جشنواره سینمایی برگزار شده که ۱۰۵ مورد در دوره سازندگی، ۱۶۰ مورد در دوره اصلاحات و ۲۷۸ مورد نیز دوره اصول‌گرایی بوده است. جالب این‌جاست که با توجه به تعداد ۶۵۸ فیلم سینمایی تولیدشده در دوره سال‌های ۸۵ تا ۹۲، سهم هر جشنواره به زحمت ۲/۵ فیلم یا به عبارتی «دو تا و نصفی فیلم سینمایی» بوده که می‌توان آن را به عنوان سیاست ویتترین‌گرایی و کارنامه‌سازی در شرایطی که سینما در نزولی‌ترین شرایط خود قرار داشت، تعبیر کرد.

آموزشگاه‌های آزاد سینمایی واحدهای آموزشی هستند که در زمینه آموزش کوتاه‌مدت رشته‌های سینمایی فعالیت می‌کنند. اشتیاق فراوان جوانان برای ورود به سینما و نبود واحدهای دانشگاهی کافی، روند راه‌اندازی این آموزشگاه‌ها را در سراسر کشور به شدت سرعت بخشید؛ تا آنجا که برخی مسئولان از وجود بیش از دویست هزار نیروی آموزش‌دیده سینما در رشته‌های مختلف در سراسر کشور خبر داده‌اند. این روند که از سال ۱۳۷۸ سیر به شدت صعودی به خود گرفته بود، در سال ۱۳۸۲ به اوج رسید و از آن زمان تا کنون روندی نزولی را به خود اختصاص داده است. نکته قابل توجه اینکه از مجموعه ۲۴۹۸ آموزشگاه آزاد سینمایی موجود در سراسر کشور در دوره سازندگی، بر اساس نگاهی انتقابی تنها ۴۵ آموزشگاه یعنی

۲ درصد از سهم کلی آموزشگاه‌های راه‌اندازی شده را به خود اختصاص داده‌اند و دوره اصلاحات با ۱۰۷۳ آموزشگاه و ۴۳ درصد و دوره اصول‌گرایی با ۱۳۸۰ آموزشگاه و ۵۵ درصد این مسیر را ادامه داده‌اند.

هنرهای نمایشی و تئاتر از اولویت‌های سمت‌گیری فرهنگی طبقه متوسط در اغلب کشورها محسوب می‌شود. از مجموع ۶۱۸۴۶ نمایش تولیدشده، دولت سازندگی ۰/۷٪، دولت اصلاحات ۳۸٪ و دولت اصول‌گرا ۰/۵۵٪ از سهم کلی در این زمینه را به خود اختصاص داده‌اند. ردیف چهاردهم جدول به این موضوع می‌پردازد که تعداد عناوین نمایش‌های تولیدی با چه تعداد دفعاتی اجرا شده‌اند. نکته قابل تأمل اینکه تعداد دفعات اجرا همچون تعداد عناوین نمایش‌های تولیدی، از سال ۱۳۸۳ سیر صعودی یافته و این در حالی است که رقیب تئاتر یعنی سینما، نزولی‌ترین دوران خود را سپری می‌کند. نکته دیگر اینکه در این دوره ۲۴ ساله ۶۴۹۳۱۶ دفعه نمایش در کشور اجرا شده که اگر برای هر اجرا سرانه ۱۰ نفر بیننده را در نظر بگیریم، درصد قابل توجهی از جمعیت کشور «بی‌سر و صدا» مخاطب تئاتر بوده‌اند. به هر حال، دوره سازندگی ۰/۳٪، دوره اصلاحات ۰/۲۸٪ و دوره اصول‌گرایی ۰/۶۹٪ از سهم کلی تعداد دفعات اجرای نمایش در کشور را داشته‌اند.

برگزاری نمایشگاه‌های هنری اعم از نقاشی، هنرهای تجسمی، عکاسی و... از مواردی است که ردیف پانزدهم جدول به آن اشاره دارد. نکته قابل توجه اینکه با وجود طی شدن روندی متوازن در طول بیست سال، از سال ۱۳۹۰ روند برگزاری نمایشگاه‌های هنری به هفت برابر سال قبل از آن افزایش یافته و در سال ۹۱ و ۹۲ نیز این روند حفظ شده است. در این بازه زمانی ۲۴ ساله، دوره دولت سازندگی ۰/۲۱٪، دوره دولت اصلاحات ۰/۱۸٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۰/۶۱٪ از سهم کلی را در این مورد به خود اختصاص داده‌اند.

حج عمره و تمتع از جمله مناسک دینی است که از یک سو، رابطه معناداری با حوزه فرهنگ به مثابه مصرف فرهنگی داشته و از سوی دیگر، بنا بر احکام اسلامی شرط وجوب آن، استطاعت مالی به معنای برخورداری از وضعیت اقتصادی ثابت و مناسب است. از این رو، از آن دست سرمایه‌های فرهنگی محسوب می‌شود که مصرف آن به صورت کلان و عمده از سوی طبقه متوسط انجام می‌شود. با توجه به رخداد حج خونین سال ۱۳۶۶ و قطع روابط

دیپلماتیک ایران و عربستان، حج عمره تا سال ۱۳۷۱ و حج تمتع تا سال ۱۳۷۰ تعطیل شد. از این رو، آماری برای این دوره چهارساله در جدول منظور نشده است. تحلیل داده‌های جدول و نمودارهای خطی و ستونی در مورد تعداد زائران حج تمتع و عمره ایرانی متفاوت است. چون حج تمتع در قالب سهمیه مشخص و کمتر قابل تغییر از سوی عربستان تعیین می‌شود، از روندی متوازن و ثابت برخوردار است.

اما حج عمره که سهمیه آن به کشش و تقاضای داخلی و هماهنگی دولت عربستان بستگی دارد، روندی نسبتاً صعودی داشته است. تحلیل کلی روند حج عمره ناظر بر این واقعیت است که اگر دولت عربستان هر ساله سقفی برای تعداد زائرین ایران تعیین نمی‌کرد، این روند هر ساله با افزایش همراه بود. در مورد حج تمتع، دوره سازندگی ۲۶٪، دوره اصلاحات ۳۸٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۳۶٪ سهم را به خود اختصاص داده‌اند. در رابطه با حج عمره نیز حذف‌های سال‌های ۷۲ تا ۷۶ شمسی یعنی نیمی از دوره سازندگی ۶ درصد، سال‌های ۷۷ تا ۸۴ شمسی ۳۰ درصد و ۸۵ تا ۹۲ شمسی ۶۴ درصد از سهم اعزام زائران عمره در این دوره ۲۴ ساله را به خود اختصاص داده‌اند.

ردیف ۱۸ و ۱۹ جدول به کتابخانه‌های عمومی کشور از منظر تعداد (باب) و زیربنای آن‌ها برحسب متر مربع می‌پردازد. کتابخانه‌های عمومی از آن دست شاخص‌های سرمایه فرهنگی است که از نظر بصری و مشاهدات میدانی در ارتباط نزدیک با طبقات اجتماعی است و به صورت ملموس افزایش تعداد آن در سطح شهر، گسترش آن به سراسر کشور و رفت و آمد در آن نشان‌دهنده افزایش سرمایه فرهنگی و مصرف فرهنگی طبقه متوسط است. جدول کتابخانه‌های عمومی و نمودارهای خطی و ستونی آن حاکی از رشد و افزایش کمی تعداد و مساحت کتابخانه‌های عمومی در تمامی سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۹۲ است. در مورد تعداد کتابخانه‌های عمومی، دوره سازندگی ۱۷٪، دوره اصلاحات ۳۲٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۵۱٪ سهم را در این زمینه به خود اختصاص داده‌اند. درباره افزایش زیربنای کتابخانه‌ها نیز حد فاصل سال‌های ۶۹ تا ۷۶ شمسی ۱۵ درصد، سال‌های ۷۷ تا ۸۴ شمسی ۳۲ درصد و ۸۵ تا ۹۲ شمسی ۵۳ درصد از سهم این دوره ۲۴ ساله را به خود اختصاص داده‌اند.

داده‌های ردیف ۲۰ و ۲۱ جدول به تعداد اعضاء و مراجعان کتابخانه‌های عمومی کشور در دوره‌ای ۲۴ می‌پردازد. اگر تعداد و مساحت کتابخانه‌های عمومی نشان از شکل‌گیری این سرمایه فرهنگی دارد، تعداد اعضا و مراجعان به کتابخانه‌های عمومی را می‌توان مصداق مصرف فرهنگی این سرمایه دانست. نخست، اینکه در زمینه تعداد اعضای کتابخانه‌های عمومی با وجود رشد در سال‌های نخست، از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۱ با روندی نزولی و سپس به مدت ۶ سال تا سال ۱۳۸۷ روندی ثابت را شاهدیم. از سال ۱۳۸۸ تعداد اعضای کتابخانه‌های عمومی بار دیگر روندی افزایش و صعودی به خود گرفته و این روند با اندکی مسامحه تا سال ۱۳۹۲ ادامه یافته است. در مجموع، در مورد تعداد اعضای کتابخانه‌های عمومی کشور، دوره سازندگی ۱۶٪، دوره اصلاحات ۳۲٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۵۲٪ از سهم کلی در این زمینه را به خود اختصاص داده‌اند.

از سوی دیگر، تعداد مراجعان کتابخانه‌های عمومی کشور نیز داده‌ای پرمعنی و ارزشمند است که بر مبنای آن تعداد مراجعان که از سال ۶۹ تا ۷۲ روندی ثابت داشت، سیر صعودی به خود گرفت. اما این روند بیشتر از دو سال دام نیاورد و از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۸۵ روندی صعودی ولی با شیب اندک را طی کرد. سال ۱۳۸۸ بود که تعداد مراجعان به یکباره روندی به شدت صعودی پیدا کرد و تا سال‌های بعد نیز این روند باقی ماند. در زمینه درصد تعداد مراجعان کتابخانه‌های عمومی نیز حد فاصل سال‌های ۶۹ تا ۷۶ شمسی ۱۶ درصد، سال‌های ۷۷ تا ۸۴ شمسی ۳۴ درصد و ۸۵ تا ۹۲ شمسی ۵۰ درصد از سهم این دوره ۲۴ ساله را به خود اختصاص داده‌اند. به هر حال، تعداد کم کتابخانه‌های عمومی، کمبود نیروی متخصص (فارغ‌التحصیلان رشته کتابداری)، پایین بودن تعداد کتاب‌های موجود در کتابخانه‌های عمومی و به‌روز نبودن بسیاری از آن‌ها، افزایش ناچیز تعداد کتاب‌ها در کتابخانه‌ها در طول یک سال، تمرکز فعالیت کتابخانه‌های مجهز در شهرهای بزرگ، فضای کوچک بسیاری از کتابخانه‌های عمومی، کمبود مدیران متخصص، بی‌توجهی به تنوع منابع در کتابخانه‌ها و ده‌ها مسئله دیگر، از جمله نارسایی‌های کتابخانه‌های عمومی است که بر آمار تعداد مراجعان تأثیر جدی دارد.

تعداد کتاب‌های موجود در کتابخانه‌های عمومی کشور، داده مندرج در ردیف ۲۲ جدول است که متأثر از مواردی مانند میزان بودجه نهاد کتابخانه‌ها، تعداد کتاب‌های خریداری‌شده توسط

وزارت ارشاد که اهدا می‌شود، شاخص‌های انتخاب کتاب و ناشرینی است که از آنها کتاب تهیه می‌شود. این روند در دولت‌های مختلف با اصول متفاوتی اجرایی شده‌اند که «سلیقه» فرهنگی و «سمت‌گیری سیاسی» دولت‌ها نیز اغلب در آن دخیل بوده است. از مجموع درصد کلی تعداد کتاب‌های موجود در کتابخانه‌های عمومی کشور، دوره سازندگی ۱۳٪، دوره اصلاحات ۲۹٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۵۸٪ از سهم کلی را در این زمینه به خود اختصاص داده‌اند.

تعداد پژوهش‌های فرهنگی حمایت شده توسط دولت نیز شاخصی است که ردیف ۲۳ جدول به آن اشاره دارد. منظور از پژوهش‌های فرهنگی حمایت شده، طرح‌های پژوهشی اعم از تالیف، ترجمه یا نظرسنجی است که توسط موسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات سفارش داده شده یا حمایت مالی شده است. شاید در نگاه نخست هدف از ارائه آمارهایی با این عنوان چندان روشن به نظر نیاید، اما با نگاه به آمارهای آن، پاسخ این سوال مشخص می‌شود که: «با توجه به نیازمندی سیاست‌گذاری و سیاست‌های فرهنگی به مطالعات و پژوهش‌های بنیادین، آمار این پژوهش‌ها چه وضعیتی دارد؟» پاسخ این است که نخست، آمار پژوهش‌ها حاکی از رقم ناچیز ۷۱۷ پژوهش ظرف مدت ۲۴ سال است. دوم، اینکه این روند از فراز و نشیب و اغتشاش آماری برخوردار بوده و تعداد این پژوهش‌ها از الگوی کمی مشخصی پیروی نمی‌کند. کیفیت این پژوهش‌ها مسئله دیگر است. از مجموع درصد کلی تعداد پژوهش‌های فرهنگی پایان‌یافته و حمایت‌شده توسط دولت، دوره سازندگی ۱۵٪، دوره اصلاحات ۳۴٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۵۱٪ از سهم کلی را به خود اختصاص داده‌اند.

آخرین ردیف جدول نیز به تعداد عناوین نشریات منتشرشده در بازه زمانی ۲۴ ساله می‌پردازد. در این دوره در مجموع ۴۲۱۱۴ نشریه در کشور منتشر شده است. سال‌های ۱۳۷۳، ۱۳۸۲ و ۱۳۸۹ سال‌های اوج‌گیری و رشد تعداد عناوین نشریات محسوب می‌شوند. نکته قابل استنباط در خصوص دلایل این رشد را می‌توان نگاه سیاسی حاکم بر مدیریت مطبوعات کشور دانست که به محض رخدادهایی همچون تعطیلی مطبوعات در صدد برمی‌آمد با صدور مجوز این تعداد را به وضعیت متعادل بازگرداند. در مجموع، از درصد کلی تعداد عناوین نشریات منتشرشده در این دوره ۲۴ ساله، دوره سازندگی ۱۰٪، دوره اصلاحات ۲۴٪ و دوره دولت اصول‌گرا ۶۶٪ از سهم کلی را به خود اختصاص داده‌اند.

نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های این پژوهش، جایگاه طبقه متوسط پس از پشت سر نهادن تکانه‌های ناشی از انقلاب اسلامی و جنگ، از منظر اقتصادی در دوره دولت سازندگی بازسازی شده و این جایگاه در سیاست‌های اقتصادی دولت اصلاحات تقویت شد. اما به سبب وجود برخی سیاست‌ها در دولت های نهم و دهم، این طبقه از نظر اقتصادی ضعیف شده و جایگاه اقتصادی آن به مراتب کاهش یافته است. با این حال، نتایج این پژوهش حاکی از این واقعیت است که جایگاه طبقه متوسط در سیاست های فرهنگی دولت‌های حاکم در جمهوری اسلامی به صورت تصاعدی افزایش یافته و رو به صعود بوده است. نتایج حاصل از جدول ۲ نشان می‌دهد در دولت سازندگی ۱۶٪، در دولت اصلاحات ۳۱/۵٪ و در دولت‌های نهم و دهم ۵۲/۵٪ از شاخص سرمایه فرهنگی به مصرف طبقه متوسط رسیده است. این بدان معناست که با وجود اینکه در دولت های نهم و دهم طبقه متوسط از منظر اقتصادی با چالشی‌ترین شرایط مواجه بوده و توان آن به شدت نزول یافته است، از منظر فرهنگی در این دوره ۸ ساله بیش از دوره ۱۶ ساله پیش از آن، مصرف فرهنگی داشته است یا به بیان دیگر، برای مصرف فرهنگی خود هزینه کرده است.

از این رو، می‌توان گفت: ۱. در سازوکار درونی و دو وجهی فرهنگی و اقتصادی طبقه متوسط، میان وجه فرهنگی این طبقه با وجه اقتصادی آن تفکیک به وجود آمده و هرچند به مرور وجه اقتصادی و ابعاد مادی آن ضعیف شده، اما وجه فرهنگی این طبقه چه به صورت مصرف عادی و روزمره فرهنگی اعم از تحصیل، آموزش و... و چه مصرف عامدانه و آگاهانه فرهنگی اعم از سینما، تئاتر، کتاب و... رشد یافته و تقویت شده است؛ ۲. مصرف فرهنگی در شرایطی بروز می‌کند که طبقه متوسط با وجود نداشتن توان اقتصادی لازم، با کم کردن از سایر ملزومات زندگی و پاسخ ندادن به برخی نیازها، به صورت انتخابی و آگاهانه درصدد برآوردن مصرف فرهنگی خود برآید. در مجموع، یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد در حالی که جایگاه طبقه متوسط از نظر اقتصادی در دولت‌های حد فاصل سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۴ تقویت شده و رشد یافته و در حد فاصل سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ تضعیف شده، وضعیت مصرف فرهنگی آن در سیاست‌های فرهنگی دولت‌های جمهوری اسلامی ایران در فاصله ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۲ سیر افزایشی و بالارونده داشته است.

منابع

- ابراهیمی، پریچهر (۱۳۷۶) طبقه متوسط جدید در جوامع غربی و ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، دوره ۵، شماره ۹. ازغندی، علیرضا (۱۳۸۵) درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، تهران: قومس.
- اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۱)، سایت دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- امیراحمدی، هوشنگ (۱۳۸۱) جامعه سیاسی، جامعه مدنی و توسعه ملی، تهران: نقش و نگار.
- پاکاک، رابرت (۱۳۸۱) مصرف، ترجمه خسرو صبوری، نشر شیرازه.
- بنت، اندی (۱۳۸۶) فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه لیلا جو افشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر اختران.
- حاجی‌حیدری، حامد (۱۳۸۳) درک ماهیت نوین سیاست و طبقات متوسط جدید، روزنامه رسالت.
- ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۱) خرده فرهنگ، سبک زندگی و هویت، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره ۲۰ و ۲۱.
- زیباکلام مفرد، صادق (۱۳۸۸) پنج گفتار در باب حکومت، روزنه.
- سیدامامی، کاووس و عبدالله، عبدالمطلب (۱۳۸۸) عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس؛ مطالعه موردی شهر تهران، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال چهارم، شماره چهارم.
- شارع‌پور، محمود و خسوف‌فر، غلامرضا (۱۳۸۱) رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان؛ مطالعه موردی شهر تهران، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- فردرو، محسن و شهناز، صداقت‌زادگان (۱۳۷۹) پایگاه اقتصادی-اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۲۲ و ۲۳.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۷) سه پارادایم در مطالعه‌ی مصرف فرهنگی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- کچوئیان، حسین، راغفر، حسین، امیدبخش، اسفندیار و مرتضی نبوی (۱۳۸۶) اقتصاد سیاسی ایران؛ سیری در علل و راهکارها، راهبرد یاس، شماره ۱۱.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۰) پژوهش در خصوص طبقه متوسط.
- هادی زنون، بهروز (۱۳۸۴) فقر و نابرابری درآمد در ایران، فصلنامه رفاه اجتماعی، دوره ۵، شماره ۱۷.
- Bourdieu, P. (1977) "Cultural Reproduction and Social Reproduction", In: Kaarabel, J and Halsey, A. H. (Ed), **Power and Ideology in Education**, New York: Oxford University Press.
- Bourdieu, P. (1997) "The Forms of Capital", In: Halsey et al, **Education: Culture, Economy, and Society**, Oxford: Oxford University Press.
- Bourdieu, Pierre & Passeron, Jean Claude (1977) **Reproduction in Education, Society and Culture**, London: Sage Publications Inc.
- Mann, Michael (1989) **Macmillian Student Encyclopedia of Sociology**, London: Macmillian