

## بررسی تأثیر سرمایه نمادین بر سبک زندگی کارگران (مطالعه موردی: کارگران اتوبوسرانی شهرداری تهران)

نیما زنگنه<sup>۱</sup>، دکتر داود رضی<sup>۲</sup> و دکتر اکبر علیوردی‌نیا<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۲۶

تاریخ وصول: ۹۸/۶/۲۳

### چکیده:

هدف از پژوهش حاضر بررسی اثر سرمایه نمادین بر سبک زندگی کارگران می‌باشد. پژوهش به لحاظ زمانی از نوع مقطعی و از نوع پژوهش‌های پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارگران شاغل در اتوبوسرانی شهرداری تهران در سال ۱۳۹۶، به تعداد ۷۳۵۰ نفر، که نمونه کوکران این جامعه ۳۶۶ نفر می‌باشد. ابزار سنجش متغیرها پرسشنامه بوده است. جهت چارچوب نظری از نظریات سرمایه و سبک زندگی بورديو استفاده شده است. جهت تحلیل از آمارهای توصیفی، رگرسیون همزمان، آزمون  $t$  مستقل و آنوا استفاده شده است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که تأثیر سرمایه نمادین بر سبک زندگی کارگران معنادار و شدت آن نسبتاً قوی می‌باشد. ابعاد سرمایه نمادین به جز سرمایه نمادین اجتماعی بر سبک زندگی کارگران اثر مثبت داشته است متغیر سرمایه نمادین اقتصادی ۶۵ و متغیر سرمایه نمادین فرهنگی ۹ درصد از تغییرات متغیر سبک زندگی را تبیین می‌کند میانگین نمره سرمایه نمادین در بین زنان بیشتر از مردان است. تحلیل میانگین جهت سبک زندگی و جنسیت کارگران معنادار نمی‌باشد بعد سرمایه نمادین فرهنگی و اقتصادی کارگران با تحصیلات آنها تفاوت معناداری دارد ولی بعد سرمایه نمادین اجتماعی آنها تفاوت معناداری با سطوح مختلف تحصیلی ندارد.

**مفاهیم کلیدی:** سرمایه نمادین اجتماعی، سرمایه نمادین فرهنگی، سرمایه نمادین اقتصادی، سبک زندگی، کارگر

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران  
nima.mohamad@gmail.com

<sup>۲</sup> استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)  
razi@umz.ac.ir

<sup>۳</sup> استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران  
aliverdina@umz.ac.ir

## مقدمه و بیان مسأله

انسان در هر چیزی که نیمه‌ی گمشده‌ی خود را در آن بیابد، احساس تعلق می‌کند و خود را همواره به آن نزدیک کرده، محو تماشای آن می‌شوند و از دیدن، شنیدن و انس گرفتن با آن احساس رضایت می‌کند و دوست دارد خود را مشابه آن کند و به آن نزدیک شود و با آن انس گیرد و مأنوس شود. از این‌رو این نیاز و خواسته‌ی وی (کمال‌گرایی و یافتن نیمه‌ی گمشده‌ی خود) ارزش‌ها، باورها و عقاید و نمادهای وی را می‌سازد (Mohammadipour & Pirzadian, 2015: 3).

با کمی تأمل پی خواهیم برد که دستگاه‌های برنامه‌ریزی‌کننده، کار و کارگر در حال، نمادسازی هستند و این نمادها را مدیریت و رهبری می‌کنند و جامعه را به سمت پیروی از الگوی خاصی هدایت می‌کنند.

«بوردیو استدلال می‌کند، مردمی که به‌طور نزدیک در یک فضایی اجتماعی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند؛ حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. به‌عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های، الگوهای مصرف مشابه دارند» (Navah, Fazeli & Rajaei, 2016:14).

نمونه‌ی مشخص این الگوهای مصرف را می‌توان در مطالعه‌ی سبک زندگی<sup>۱</sup> جستجو کرد. در این مطالعه تلاش برای شناخت مجموعه‌ی منظمی از رفتارها و الگوهای کنش<sup>۲</sup> است که افراد آنها را انتخاب کرده و کنش‌شان در زندگی روزمره بواسطه‌ی آنها هدایت می‌شود. از سوی دیگر، تغییر کم و کیف ارزش‌های اجتماعی گروه‌های مختلف یک جامعه به‌ویژه گروه‌های بین نسلی معیار بسیار خوبی برای سنجش تحولات اجتماعی است. برای فهمیدن اینکه مردم و جامعه‌ای خاص چون جامعه‌ی کارگری، چگونه زندگی می‌کنند، چگونه به دنیا نگاه می‌کنند، چگونه در میان فرصت‌هایی که در اطرافشان وجود دارد دست به انتخاب می‌زنند و ... باید به مطالعه در حوزه‌ی سبک زندگی دست زد (Rastegar and Golshani, 2016). بوردیو با نشان دادن این که سبک‌های زندگی محصول منش‌ها و خود منش‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها هستند و بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی‌اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه‌داری و باز تولید آن را تحلیل می‌کند. مصرف‌کننده شدن نیازمند به وجود آوردن ناخودآگاه و ذخیره‌ی مناسبی از نمادها است و صرفاً فرایندی زیست‌شناختی نیست. بوردیو برای

<sup>1</sup> life style

<sup>2</sup> action

جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل سبک‌های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی را مورد توجه قرار داده‌است (Fazeli, 2003؛ به نقل از: Navah & et. al, 2016:16).

بدین ترتیب برای مطالعه‌ی سبک زندگی در جوامع کارگری نیاز به انواع سرمایه داریم. در حال حاضر کارگران شرکت واحد اتوبوسرانی تهران به علت داشتن حجم عظیمی از تعداد کارگران کشور، و به جهت آنکه عمده‌ی این کارگران از قشر راننده می‌باشند، و نگاه رسانه‌های داخلی و خارجی به نوع زندگی و سبک زندگی این قشر می‌باشد. هم اکنون ما در عصری زندگی می‌کنیم که پیرامون ما را سازمان‌ها و افراد محاصره کرده‌اند، این سازمان‌ها و افراد نقش خاصی را برای جامعه ایفا می‌کنند و برای رسیدن به هدفی خاص تلاش نموده و یا با افراد و سازمان‌های دیگر در رقابت هستند (Jenkins, 2017:136). بورديو سبک زندگی را فعالیت‌های نظامندی می‌داند که از ذوق و سلیقه‌ی فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه‌ی عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز<sup>۱</sup> ایجاد می‌کنند. او بر نقش زمینه‌ها و عوامل اجتماعی در شکل‌گیری ذائقه تأکید می‌کند و بر نقش هویت‌بخش سبک زندگی اشاره کرده و آن را ابزاری برای نشان دادن تمایز اجتماع می‌داند (Storey, 2006؛ به نقل از: Zare Shahabadi & Taheri, 2016:79).

از مهم‌ترین اشکال سرمایه، سرمایه‌ی نمادین<sup>۲</sup> می‌باشد. مبارزه برای به چنگ آوردن هر چیزی که در دنیای اجتماعی، از جنس عقیده و اعتبار، ادراک و ارزیابی، شناخت پذیرش است نام، آوازه و شهرت، شأن، افتخار، شوکت، اقتدار، یا هر چیزی که قدرت نمادین را به قدرت پذیرفته شده تبدیل می‌کند همیشه به صاحبان ممتاز و متشخص این قدرت و چالشگران متظاهر و خودنما مربوط می‌شود (Pierre Bourdie, 2012:344). به نظر بورديو، بالاترین سود را اشخاص زمانی می‌توانند از سرمایه‌ی نمادین به دست آورند که عدم علاقه‌ی خود را در کسب مادیات به وسیله‌ی درگیر شدن در مصرف واضح و یا سخاوت‌مندی واضح، نشان دهند (Bliege Bird & et. al, 2008:223). با عنایت به اینکه سرمایه‌ی نمادین مرکز ثقل سایر سرمایه‌هاست (Namdar, 2014:110) و اینکه افراد برای دارنده‌ی آن و خود آن چیز ارزش و احترام قائل هستند و همواره به دارنده‌ی آن احترام و منزلت قائل هستند و دوست دارند مشابه آن فرد یا چیز شوند و یا خود را نزدیک

<sup>1</sup> differentiation

<sup>2</sup> symbolic capital

به آن کنند، و با توجه به اینکه جامعه‌ی کارگری در ایران طیف بسیار گسترده‌ای از نیروی انسانی را شامل می‌شود، و با عنایت به اینکه جامعه‌ی کارگری همچون کارگران شرکت واحد اتوبوسرانی تهران، با داشتن سرمایه‌های نمادین اجتماعی و فرهنگی گسترده، مانند وجود داشتن سندیکای مستقل و شورای اسلامی کار در شرف قرار گرفتن سرمایه‌های نمادین جدید و تأثیر این سرمایه‌ها بر سبک زندگی این کارگران مشهود می‌باشد. بدین جهت مسئله‌ی اصلی این پژوهش آن است که، آیا سرمایه‌ای از نوع سرمایه‌ی نمادین، سبک زندگی کارگران اتوبوسرانی تهران را چگونه تبیین می‌نماید؟ و میزان سرمایه‌ی نمادین در بین کارگران چگونه است؟ و سبک زندگی کارگران به چه صورت است؟

### پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متعددی درباره‌ی سبک زندگی و سرمایه‌ی انجام گرفته است که به تفکیک تحقیقات داخلی و خارجی به شرح ذیل تشریح می‌گردد.

#### الف) تحقیقات داخلی

یافته‌ی پژوهش ابراهیمی و بهنویی (۱۳۸۹)، با عنوان «سرمایه‌ی فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان» این بوده است که به موازات بالا بودن میزان سرمایه‌ی فرهنگی در میان پاسخ‌گویان، نوع و سطح سبک زندگی دستخوش تغییر می‌شود و لذا مدیریت ظاهر اهمیتش بیشتر می‌گردد؛ همچنین الگوی رایج مدیریت ظاهر عمدتاً متأثر از نوگرایی و سبک‌های نوین زندگی است (Ebrahimi and Behnoui Gadneh, 2010).

در تحقیق مجیدی و همکاران (۱۳۸۹)، با عنوان سبک زندگی جوانان ساکن شهر مشهد و رابطه‌ی آن با سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی والدین، در بین ۴۰۲ جوان ساکن شهر مشهد با هشت شاخص شامل: مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، رفتار سیاسی، رفتار انحرافی، توجه به آرایش و خودآرایی، مصرف لباس و کفش، مصرف خوراک و دین‌داری با ابزار پرسش‌نامه مورد سنجش قرار گرفت و با توجه به اینکه مسأله‌ی اصلی مقاله‌ی حاضر سنجش رابطه‌ی سبک زندگی و سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی والدین بود، این رابطه مورد تأیید قرار گرفت و همچنین بیشترین تمایز سبک زندگی بین قشر بالا (هم سرمایه‌ی فرهنگی و هم سرمایه‌ی اقتصادی زیاد) و قشر پایین (سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی کم) مشاهده شد (Majidi & et. al., 2010).

کریمی (۱۳۸۹)، پایان‌نامه‌ی خود را با عنوان بررسی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اجتماعی و سبک زندگی انجام داده است. جامعه‌ی آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه اصفهان بوده است، در این تحقیق ابعادی که برای سنجش رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی (متغیر مستقل) و سبک زندگی (متغیر وابسته) در نظر گرفته شده است عبارتند از: هنجار، آگاهی و مشارکت اجتماعی و ابعاد سبک زندگی اوقات فراغت، مصرف فرهنگی، ذائقه‌ی غذایی و اولویت‌های هزینه‌ای می‌باشد که رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی با سبک زندگی و هر کدام از ابعاد آن مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج بدست آمده در این تحقیق نشان می‌دهد که میزان سرمایه‌ی اجتماعی افراد رابطه‌ی معناداری با سبک زندگی آنان نداشته است کسانی که از سرمایه‌ی اجتماعی بیشتری برخوردار بوده‌اند در مقایسه با کسانی که از میزان کمتری از این سرمایه برخوردار بوده‌اند رابطه‌ی معناداری را با نوع خاصی از سبک زندگی آنها نشان نداده است. اما پژوهش حاضر همچنین به بررسی رابطه‌ی بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی با سبک زندگی و ابعاد آن نیز پرداخته است که فقط در یک مورد رابطه معنی‌دار بوده است (Karimi, 2010).

تحقیق خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۰)، تحت عنوان سبک زندگی و مدیریت بدن نظریه‌ی ترکیبی مبتنی بر نظریه‌ی گیدنز در بین ۵۰۸ نفر از نان ۱۵ الی ۶۴ ساله شیرازی انجام شد. نتایج پژوهش نشان دادند که در سطح تحلیل دو متغیره تمامی سبک‌های زندگی با مدیریت بر ظاهر و همچنین تغییر شکل اندام رابطه داشته‌اند، اما در تحلیل چند متغیره مشاهده شد که سبک‌های مدرن ورزشی - موسیقی، فراغتی، مشارکت‌های جدید، مذهبی و در نهایت، موسیقی سنتی روی هم توانسته‌اند مدیریت زنان بر ظاهرشان را با ۴۵ درصد تبیین کنند و متغیرهای سبک مشارکتی جدید، ورزشی موسیقی جدید، موسیقی قدیمی و در نهایت فراغتی روی هم ۳۰/۳ درصد تغییرات مدیریت تغییر شکل اندام زنان را تبیین کنند (Khwaja Nouri & et. al., 2011).

تحقیقی در سال (۱۳۹۲) توسط امام جمعه‌زاده با عنوان بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و مصرف‌گرایی سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان انجام شده است. نمونه‌ی مورد بررسی در این تحقیق شامل ۴۰۵ نفر از دختران و پسران دانشجوی دانشگاه اصفهان می‌باشند. با تقسیم سرمایه‌ی اجتماعی به دو متغیر (اعتماد اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی)، به همراه در نظر گرفتن سه وجه از مصرف‌گرایی سیاسی یعنی رفتارها، انگیزه‌ها و عادات مشاهده شده است که همبستگی‌های معناداری میان ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی و میزان مصرف‌گرایی سیاسی پاسخ‌گویان وجود دارد. در این میان، مصرف‌گرایی سیاسی،

بیشترین تأثیر را از انسجام اجتماعی و از مؤلفه‌های شبکه‌ی اجتماعی و کمترین تأثیر را از اعتماد تعمیم‌یافته از مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی می‌پذیرد (Imam Jomehzadeh, 2013).

در پژوهشی که توسط وثوقی و حضرتی (۱۳۹۳)، با موضوع بررسی جامعه‌شناختی رابطه‌ی سرمایه‌ی نمادین و نگرش به حقوق شهروندی (مطالعه‌ی موردی: شهر تبریز) انجام گرفت. نمونه‌ی مورد بررسی شامل ۴۰۰ نفر از افراد بالای ۱۵ سال مناطق شهری، شهر تبریز می‌باشد که نتایج حاصل از آن بدین شرح گزارش شد: بین سرمایه‌ی نمادین و نگرش به حقوق شهروندی رابطه وجود دارد، همچنین بین سرمایه‌ی نمادین و نگرش به حقوق مدنی و بین سرمایه‌ی نمادین و نگرش به حقوق اجتماعی نیز رابطه وجود دارد، تنها در یک فرضیه که مربوط به سرمایه‌ی نمادین و نگرش به حقوق سیاسی بود، رابطه‌ی دیده نشد (Vosoughi and Hazrati, 2014).

در تحقیقی که گنجی و همکاران (۱۳۹۴)، (۲۰۱۵) با عنوان: بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی و سبک زندگی در بین مردان شهر زاهدان؛ بر روی ۱۹۶ نفر از مردان ۲۰ تا ۲۹ ساله‌ی شهر زاهدان انجام گرفت. در این مطالعه سبک زندگی به دو نوع مدرن و سنتی تقسیم شده و با توجه به اینکه برخی از مصادیق سرمایه‌ی فرهنگی نیز متأثر از دنیای مدرن‌اند سرمایه‌ی فرهنگی نیز به دو دسته مدرن و سنتی تقسیم شده است. بین سرمایه‌ی فرهنگی مدرن با سبک زندگی مدرن از یک سو و سرمایه‌ی فرهنگی سنتی با سبک زندگی سنتی از سوی دیگر، رابطه‌ی مستقیم، مثبت و معنی‌داری وجود دارد. صفت دینداری به‌عنوان متغیری واسطه با سبک زندگی مدرن، رابطه‌ی غیر مستقیم و با سبک زندگی سنتی رابطه‌ی مستقیم دارد. از سوی دیگر سرمایه‌ی اجتماعی دارای رابطه‌ی معنی‌دار و مستقیم با سبک زندگی سنتی است اما رابطه‌ی آن با سبک زندگی مدرن معنی‌دار نبوده است (Ganji & et. al., 2015).

در تحقیق محمدی و همکاران (۱۳۹۴)، تحت عنوان: بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی نمادین با سرمایه‌ی فرهنگی (مورد مطالعه: دانشجویان ایلام) در بین ۳۵۳ نفر از دانشجویان انجام گرفت. سرمایه‌ی نمادین شامل سه بعد سرمایه‌ی نمادین اقتصادی، سرمایه‌ی نمادین اجتماعی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی در نظر گرفته شده است، همچنین سرمایه‌ی فرهنگی شامل سه بعد تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادینه شده می‌باشد. نتایج این تحقیق نشان داده که افرادی که سرمایه‌ی نمادین بیشتری دارند، از سرمایه‌ی فرهنگی بیشتری برخوردارند (Mohammadi & et. al., 2015).

تحقیق میرفردی و هاشمی (۱۳۹۵)، به بررسی سبک زندگی سالم و ارتباط آن با سرمایه‌های اقتصادی و سرمایه‌های فرهنگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج) می‌پردازد که نتایج این تحقیق نشان داده است که سرمایه‌های اقتصادی و سرمایه‌های فرهنگی دانشجویان با سبک زندگی سالم آنها رابطه‌ی مستقیم و معنادار دارد و با افزایش سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی دانشجویان سبک زندگی سالم آنان بهبود پیدا می‌کند (Mirfardi and Hashemi, 2016).

#### ب) تحقیقات خارجی

*Palumets (2002)* در تحقیق خود در مورد سبک زندگی در استونی، بر اساس ترکیب سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی مورد نظر پیر بوردیو سه گروه تشخیص می‌دهد که هر کدام سبک زندگی خاصی دارند. گروه اول کسانی که سرمایه‌های اقتصادی و سرمایه‌های تحصیلی بالایی دارند در مورد سبک زندگی این گروه، گذراندن اوقات فراغت با تجهیزات ورزشی، کوهنوردی و تکنولوژی عکاسی و مصرف بالای فرهنگی، کارهای هنری و کلکسیون هنری و کتابخانه، کلبه‌ی تابستانی و مصرف مکمل‌های غذایی، گروه دوم کسانی که سرمایه‌های اقتصادی بالایی دارند و در مورد سبک زندگی آنان می‌توان به مشخصه‌هایی همچون داشتن اتومبیل شخصی، سنگ‌ها و فلزات گران‌بها، ملاقات‌های اجتماعی در رستوران‌ها و کافه‌ها، رفتن به کنسرت‌ها، تئاترها و نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های سیاسی اشاره کرد و گروه سوم کسانی که سرمایه‌های تحصیلی بالایی دارند که سبک زندگی آنان با ویژگی‌های داشتن آلات موسیقی، کم اهمیت دادن به دیدن تلویزیون و گوش دادن به رادیو، خواندن روزنامه، اهمیت دادن به پیش‌رفت ذهنی و یادگیری زبان‌های خارجی از دو گروه قبل متمایز می‌شوند.

*Honaria & et. al. (2010)* در تحقیقی با عنوان «بررسی دانشجویان دانشگاه تهران: پیروی کردن سبک زندگی خاص و گذراندن اوقات فراغت با تأکید بر ورزش» به بررسی روش‌های دستیابی دانشجویان به سبک زندگی خاص و نحوه‌ی گذران اوقات فراغت پرداختند. بدین منظور ۸۳۰ دانشجوی دختر و پسر به را به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی انتخاب و با استفاده از پرسشنامه‌ی مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. یافته‌ها نشان داد که میانگین اوقات فراغت روزانه دانشجویان ۳/۶ ساعت بود. تماشای تلویزیون، گوش دادن به موسیقی، چت کردن با دوستان، خواندن کتاب، ورزش کردن، کار با کامپیوتر، بطور قابل توجهی بین دانشجویان رتبه‌ی ۱ تا ۶ را گرفت؛ همچنین روش هر دو

دانشجویان پسر و دختر در گذران اوقات فراغت مانند بازدید از بستگان خود، ورزش کردن و شرکت در فعالیت‌های هنر و مذهبی، تماشای فیلم و گوش دادن به موسیقی قابل توجهی با یکدیگر متفاوت بود. در این میان ۵۲/۸٪ و ۴۳/۲٪ از پسران و دختران، به ورزش علاقه‌مند بودند.

*Shephard & et. al. (2014)* در تحقیقی با عنوان «پذیرش جراحی زیبایی: تصویر بدن، عزت نفس و سازگاری» به بررسی رابطه‌ی بین تصویر بدن، اعتماد به نفس، سازگاری با جراحی‌های زیبایی پرداختند. بدین منظور ۲۹۰ نفر (۲۰۴ زن و ۸۶ مرد) که داوطلب برای انجام جراحی زیبایی در بیمارستان‌های تهران بودند را مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاکی از آن بود که جراحی زیبایی از شایع‌ترین اعمال جراحی در ایران است و این امر در میان زنان بیشتر از مردان می‌باشد؛ همچنین افرادی که در محدوده‌ی سنی (۱۸ تا ۲۰) قرار داشتند بیشترین گرایش را نسبت به عمل جراحی زیبایی داشتند. یافته‌های دیگر حاکی از آن است که عزت نفس، داشتن تصویر بدنی منفی و تصویر مثبت، سازگاری هر سه در پذیرش عمل جراحی زیبایی مؤثر می‌باشند. با این تفاوت که عزت نفس بر خلاف تصویر مثبت بدنی و سازگاری به‌طور غیر مستقیم در عمل جراحی زیبایی تأثیر می‌گذارد.

*Gavereliuc & et. al (2014)* در تحقیقی با عنوان سرمایه‌ی نمادین و ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی، برای سازمان‌های آموزشی رومانیایی انجام داده‌اند، که این تحقیق در بخش غربی کشور رومانی انجام گرفته است. در این تحقیق به سرمایه‌ی نمادین، موتور ژنراتور ایجاد کننده‌ی الگوهای باز در محیط آموزشی اشاره شده است. در این پژوهش به بررسی مشکلات و معضلات فکری و رفتاری نظام آموزشی غرب رومانیایی می‌پردازد و برای آن راه حل فکری و عملی ارائه می‌کند و سرمایه‌ی نمادین را، نظریه‌ی نوسازی رابطه‌ی برای بهبود نظام آموزشی کشور پیشنهاد می‌دهد که ریشه در نگرش اجتماعی و تاریخ فرهنگی کشور دارد.

*Spellerberg (2014)* در دانشنامه‌ی کیفیت زندگی و تندرستی بخشی را به مفهوم سبک زندگی اختصاص داده است. او در این بخش بیان می‌کند مفهوم سبک زندگی، مربوط به جوامع مدرن توسعه‌یافته است و می‌توان آن را به‌عنوان الگوهای رفتاری در زمینه‌های فعالیت‌های اوقات فراغت، سلیقه‌ی فرهنگی، ارزش‌های اساسی قابل مشاهده و نمایش وجوه خاصی از شرح حال یک شخص بیان نمود. او در این بخش همچنین بیان می‌کند که ویژگی‌های سبک زندگی عمدتاً حاصل از طبقه‌ی اجتماعی، تجربیات زندگی و جهت‌گیری‌های ارزشی است. افزایش تنوع شغلی، خانواده و انواع آن، فعالیت‌های اوقات



فراغت، و عادات مصرفی باعث شده است که در طول دهه‌ی گذشته به اقتضای این تنوعات مدل‌های طبقاتی و قشریندی‌های متفاوتی ایجاد شود؛ که این منجر به تداوم نابرابری‌های اجتماعی می‌شود.

### چارچوب نظری پژوهش

در این پژوهش از نظرات سرمایه و سبک زندگی بوردیو استفاده شده است.

#### الف) سرمایه از نگاه بوردیو

از دید بوردیو، سرمایه، هر منبعی را گویند که در عرصه‌ی خاصی اثر گذارد و به فرد امکان دهد که سودی ویژه از راه مشارکت در رقابت بر سر آن به دست آورد (Bourdieu, 2014:22). برای ساختن الگوی فضای اجتماعی کافی است که انواع مختلف سرمایه، که چگونگی توزیع آن تعیین‌کننده‌ی ساختار فضای اجتماعی است مورد بررسی قرار گیرد، با توجه به اینکه سرمایه‌ی اقتصادی و سرمایه‌ی فرهنگی در عموم کشورهای پیشرفته و از جمله در فرانسه وزن بسیار مهمی دارد، فضای اجتماعی بر اساس سه بعد اساسی سازمان می‌یابد، در بعد اول عاملان اجتماعی بر اساس سر جمع کل سرمایه‌ای که دارند، یعنی ترکیبی از انواع سرمایه تحت اختیارشان جایگاه خود را مشخص می‌کنند، در بعد دوم این تعیین جایگاه عاملان اجتماعی بر اساس ساختار سرمایه‌ی آنها صورت می‌گیرد، یعنی بر اساس سهمی که هر یک از سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی به صورت جداگانه، در مجموعه‌ی میراث آنها دارد، بعد سوم هم وجود دارد که جایگاه عاملان را در فضای اجتماعی بر اساس رشد و برآورد سر جمع و ساختار سرمایه‌ی آنان در طول زمان نشان می‌دهد (Bourdieu, 2005:48).

#### ب) سرمایه نمادین

سرمایه‌ی نمادین هر نوع از سرمایه است که، دست‌های از اعضای اجتماع آن را درک می‌کنند، به رسمیت می‌شناسند و برای آن ارزش قائل می‌شوند. سرمایه‌ی نمادین که از شأن و حیثیت شخص سرچشمه می‌گیرد، مجموعه ابزارهای نمادینی چون پرستیژ، احترام، قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) و شکوه و فرهنگ را به فرد اعطا می‌نماید (Fakuhi, 2005:300). مفهوم سرمایه‌ی نمادین، مهم‌ترین بخش کار بوردیو در زمینه‌ی تئوری قدرت نمادین است. وی در تعریف این مفهوم می‌گوید: من به هر نوع از سرمایه‌ی

اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی) چنانچه از مقولات فاهمه دریافت شود، به اصول بینش و تقسیم به نظام‌های طبقه‌بندی کننده و به قالب‌های شناختی که تا اندازه‌ای محصول درون کالبد شدن ساختارهای عینی مربوطه یعنی ساختارهای توزیع سرمایه در میدان هستند، سرمایه‌ی نمادین می‌گویم (Bourdieu, 2005:155). با توجه به موارد بیان شده، باید چنین اظهار کرد که در درجه‌ی اول سرمایه‌ی نمادین نوع تغییر شکل یافته از هر نوع سرمایه محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل محسوب می‌شود و دارنده‌ی آن از جانب مردم مورد عزت و احترام قرار می‌گیرد و به نوعی، به‌عنوان پرستیژ محسوب می‌شود و از طرفی هر نوع از سرمایه می‌باشد که در چشم دیگران به‌عنوان نماد محسوب می‌شود. در بیانی دیگر می‌توان این چنین بیان نمود که سرمایه‌ی نمادین از هر نوع سرمایه به‌عنوان بعدی جداگانه محسوب می‌شود و در واقع باید سرمایه‌ی نمادین را به‌عنوان بعدی از هر سرمایه محسوب نمود (Namdar, 2014:114).

### ج) سبک زندگی از دیدگاه بوردیو

چنانچه بوردیو در کتاب تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی نشان می‌دهد مصرف صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز است (Bocock, 2002:96). سبک زندگی نتیجه‌ی قابل رویت و آشکار عادت‌واره‌هاست. همه‌ی موضوعاتی که یک شخص خودش را مورد احاطه قرار می‌دهد، بخشی از سبک زندگی هستند، محل اقامت، اثاثیه، کتاب‌ها، اتومبیل، سیگار، عطر، لباس، غیره. علاوه بر آن، سبک زندگی به هر چیزی که افراد با آن سر و کار دارند (انتخاب میان میادین ورزشی گوناگون، راه‌های گذران اوقات فراغت) و چگونه افراد این (نگرش‌ها و رفتار) را انجام می‌دهند. از زمانی که سبک زندگی از یک اصل مولد، عادت‌واره، نشأت می‌گیرد، یک کلیتی هست که همه‌ی بخش‌ها را در هماهنگی با یکدیگر قرار می‌دهد. در نهایت می‌توان گفت، بوردیو سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی می‌داند که از ذوق و سلیقه‌ی فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه‌ی عینی و خارجی دارند. از نظر بوردیو، سبک زندگی در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کند. بوردیو در جای دیگر سبک زندگی را دارایی‌هایی می‌داند که به وسیله‌ی آن، اشغال‌کنندگان موقعیت‌های مختلف، خود را با قصد تمایز یا بدون قصد آن از دیگران متمایز می‌کنند (Mahdavi Kani, 2008:207).

## چارچوب مفهومی پژوهش

## ۱- سرمایه نمادین اقتصادی

با توجه به مطالب بیان شده می‌توان چنین اظهار نمود که سرمایه‌ی نمادین اقتصادی، آن دسته از سرمایه‌ی اقتصادی می‌باشد که به‌عنوان نماد توسط جامعه پذیرفته شده است و دارنده‌ی آن، از طرف مردم صاحب احترام و منزلت می‌باشد. هر نوع سرمایه و دارایی مشهود می‌باشد که دارنده‌ی آن می‌تواند آن را به سرعت به وجه نقد تبدیل نماید. البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه‌ی نمادین اقتصادی به معنای داشتن سرمایه‌ی اقتصادی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف نمادین اقتصادی دارای ارزش و احترام باشد (ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه‌ی نمادین اقتصادی، هر گونه از سرمایه‌ی اقتصادی محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده‌ی آن از جانب مردم مورد احترام قرار می‌گیرد نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی ساده زیستی و زندگی بدون تجملات و ساده به‌عنوان سرمایه‌ی نمادین اقتصادی دارای ارزش و احترام باشد) (Namdar, 2014؛ به نقل از: Ismaili and Darini, 2015:115).

## ۲- سرمایه نمادین فرهنگی

سرمایه‌ی نمادین فرهنگی آن دسته از سرمایه‌ی فرهنگی می‌باشد که برای مردم به‌عنوان نماد محسوب می‌شود و مردم برای دارنده‌ی آن احترام و منزلت خاصی قائل می‌شوند (سرمایه‌ی فرهنگی نمادین، سرمایه‌ی فرهنگی است که فرد با داشتن آن سرمایه‌ی فرهنگی در چشم مردم، مورد ستایش و احترام است). البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه‌ی نمادین فرهنگی به معنای داشتن سرمایه‌ی فرهنگی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی فرهنگ خاص و یا کلاً فرهنگ منفی و متضاد با فرهنگ پذیرفته شده به‌عنوان سرمایه‌ی نمادین فرهنگی دارای ارزش و احترام باشد.

ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه‌ی نمادین فرهنگی، هر گونه از سرمایه‌ی فرهنگی محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده‌ی آن از جانب مردم مورد احترام قرار می‌گیرد (Ibid:122).

**۳- سرمایه نمادین اجتماعی**

سرمایه‌ی نمادین اجتماعی آن دسته از سرمایه‌ی اجتماعی کار محسوب می‌شود که در میان مردم از احترام و منزلت بالایی برخوردار می‌باشد و به‌عنوان نماد از سوی جامعه‌ی کار محسوب می‌شود (مانند عضویت و همکاری و مشارکت و ارتباط با اشخاص و گروه‌هایی که مردم آن را به‌عنوان نماد به شمار می‌آورند و برای فرد منزلت و احترام به همراه دارد). البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه‌ی نمادین اجتماعی به معنای داشتن سرمایه‌ی اجتماعی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی، زندگی بدون رفت و آمد و ساده به‌عنوان سرمایه‌ی نمادین اجتماعی دارای ارزش و احترام باشد؛ ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه‌ی نمادین اجتماعی، هر گونه از سرمایه‌ی اجتماعی محسوب می‌شود که به‌عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده‌ی آن از جانب مردم مورد احترام قرار می‌گیرد (Ibid:124)

**۴- فعالیت‌های فراغتی**

یکی از شاخص‌های مهم سبک زندگی، فعالیت‌هایی است که افراد در زمان فراغتشان انجام می‌دهند. اوقات فراغت زمان راحتی و فراغت از دل مشغولی‌ها است. هر فردی اوقات فراغتش را با توجه به درک و شناخت خویش از کار با مزد، مسئولیت‌های درون خانواده و غیره تعریف می‌کند (Honaria, 2001).

**۵- مصرف فرهنگی**

مصرف فرهنگی از جمله شاخص‌های مهمی است که سبک زندگی با آن سنجیده می‌شود. مطالعه‌ی سبک زندگی فرهنگی افراد در مقوله‌ی مصرف فرهنگی تجلی پیدا می‌کند (Fazeli, 2003:126). طبق بررسی‌ها و طرح‌های انجام شده توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مصرف فرهنگی، بیشتر بر رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی متمرکز است و در خصوص جوامع جدید بیشتر کاربرد دارد تا جوامع سنتی؛ و مستلزم اطلاعاتی از امکانات و تسهیلاتی نظیر سینما، موزه و ... خواهد بود. برخی از انواع مصرف فرهنگی مورد استفاده عبارتند از: رفتن به تئاتر و سینما، گوش دادن به موسیقی، خواندن کتاب، روزنامه و مجله، دیدن تلویزیون و رسانه‌های تصویری، گوش دادن به رادیو، بازدید از موزه و شرکت

در انواع فعالیت هنری. شدت مصرف هر محصول فرهنگی نیز می‌تواند شاخصی برای سبک زندگی باشد (Ibid:127).

#### ۶- مدیریت بدن

به معنای نظارت و مراقبت مداوم، موفقیت‌آمیز بر چهره و بدن می‌باشد (Giddens, 2013:87).

#### ۷- مصرف مادی

در مباحث سبک زندگی، یکی از پربسامدترین واژه‌ها «مصرف» است. ترجیحاتی که افراد در انتخاب پوشاک (معیار انتخاب و محل خرید) و استفاده از انواع غذاها دارند به‌عنوان سنج‌های مصرف مادی انتخاب گردیده‌است (Honaria, 2010). به نقل از (Seydan and Najafinejad, 2012:100).

#### ۸- رفتار سیاسی

رفتار سیاسی، به رفتار خودخدمتی که منافع دیگران را تهدید می‌کند، اشاره دارد. رفتار سیاسی افزایش منافع کوتاه و بلندمدت فردی از طریق برنامه‌ریزی راهبردی و به قیمت فدا و قربانی کردن دیگران است (Yen, 2009). به نقل از (Abbaspour & et. al., 2016:106). رفتار سیاسی آن دسته از فعالیت‌هایی است که به‌عنوان بخشی از نقش رسمی در سازمان ضرورت ندارد، ولی در امر توزیع مزایا و کاستی‌های درون سازمانی اعمال نفوذ می‌نماید (یا در صدد اعمال نفوذ بر می‌آیند) (Robbins, 2007:255).

## تعاریف عملیاتی

جدول ۱: شاخص‌سازی مؤلفه‌ها

Table 1: Indexing of Components

ایبعاد	مؤلفه	معرف	گویه
Dimensions	Component	Introduced	Item
اوقات فراغت	فعالیت فراغتی	سفر خارجی	رفتن به مسافرت‌های تفریحی خارج از کشور
		تور مختلط	سفر با تورهای مختلط دوستانه
		شرکت در کلاس‌های مدرن	شرکت در کلاس‌هایی از قبیل موسیقی، رقص، یوگا و مدیتیشن
		استفاده از رسانه‌های مدرن	گفتگو با دوستان یا اقوام از طریق ویجت، وایبر و تانگو و ...
		میهمانی مختلط	رفتن به پارتی‌های مختلط
مصرف فرهنگی	رسانه‌های ماهواره‌ای	موسیقی مدرن	گوش دادن به موسیقی پاپ، راک، رپ و ...
		مطالعات خارجی	مطالعه‌ی رمان‌های خارجی (تخیلی و به روز)
		ماهواره	تماشای ماهواره
		استفاده از رسانه‌های ماهواره‌ای	پیگیری سریال‌های پخش شده از ماهواره و اینترنت
کنترل وزن	کنترل وزن	رسانه‌ی مجازی	استفاده از رسانه‌های مجازی (چت‌روم، فیس‌بوک، تلگرام و ...)
		کنترل وزن با رژیم غذایی	کنترل وزن از طریق رژیم غذایی
مدیریت بدن	جراحی زیبایی	کنترل وزن با ورزش	کنترل وزن از طریق ورزش‌های هوازی
		زیبایی بدن	زیبایی بدن از طریق جراحی و برداشتن چربی (نظیر لیپوساکشن و لیپولیزر و جراحی بینی و...) و برنزه کردن پوست و استفاده از لوسیون‌ها
		آرایش مو	آرایش مو بر طبق مدل روز
آرایش و پیرایش	آرایش و پیرایش	بوی مطبوع	استفاده از عطر و ادکلن
		لباس مدرن	علاقه به استفاده از لباس‌های مارک

ابعاد	مؤلفه	معرف	گویه
<i>Dimensions</i>	<i>Component</i>	<i>Introduced</i>	<i>Item</i>
مصرف مادی		لباس نماددار	پوشیدن لباس و پوشاک با نمادها و آرم‌های غربی
		لباس مد	پوشیدن لباس‌های مد
	غذای مدرن	رستوران فرنگی	غذا خوردن در رستوران‌های فرنگی
		غذای خارجی	خوردن غذاهای خارجی
رفتار سیاسی	-----	شرکت در انتخابات سراسری	شرکت در انتخابات سراسری (ریاست جمهوری، مجلس، شورای شهر و خبرنگاران)
		انتخابات کارگری	شرکت در انتخابات کارگری
		خانه کارگر	عضویت در خانه‌ی کارگر
		حضور در سندیکا	عضویت در سندیکای کارگران
سرمایه‌ی نمادین اقتصادی	سرمایه‌ی اقتصادی پرستیژی	خوراک منحصر به فرد	از خوراکی‌ها و مواد غذایی (غربی، شرقی، ملی و محلی) منحصر به فرد و پرستیژی استفاده می‌کنم
		گوشی‌های منحصر به فرد	گوشی‌های موبایل مد، مارک‌دار و منحصر به فرد را استفاده می‌کنم
		لباس‌های منحصر به فرد	معمولاً لباس‌های مد، مارک‌دار و منحصر به فرد دارم
		مراکز خرید منحصر به فرد	معمولاً از پاساژها و مکان‌ها (مجتمع تجاری) بزرگ و مشهور به جهت خرید وسایل و امکانات مد و منحصر به فرد دیدن می‌کنم
		رستوران‌های منحصر به فرد	از رستوران‌ها، فروشگاه‌های مواد غذایی و کافی شاپ‌های مشهور و تک برای صرف غذا، که جنبه‌ی پرستیژی و منحصر به فرد دارد استفاده می‌کنم
سرمایه‌ی نمادین فرهنگی	سرمایه‌ی فرهنگی پرستیژی	هنرهای مدرن و منحصر به فرد	به هنرهای مرسوم (موسیقی، نقاشی، طراحی و صنایع دستی مختلف) و پرستیژی علاقه‌مند هستم
		آموزش زبان	به آموزش زبان‌های رایج و رسمی جهان (انگلیسی، عربی، چینی، فرانسوی و ...) علاقه دارم
		تابلو فرش‌های منحصر به	استفاده از تابلوهای نقاشی، تابلو فرش‌ها و

ابعاد	مؤلفه	معرف	گویه
<i>Dimensions</i>	<i>Component</i>	<i>Introduced</i>	<i>Item</i>
		فرد	فرش های دیواری برای پرستیژمورد قبول من است.
		پوسترهای منحصر به فرد	به پوسترهای مختلف (مکان های دیدنی، افراد و چهره های مشهور، ماشین و موتور و ...) علاقه دارم
		کلکسیون های منحصر به فرد	به استفاده از وسایل قدیمی، منحصر به فرد، کلکسیونی و عتیقه به جهت حفظ پرستیژ علاقه مندم
اعتماد به نمادهای اجتماعی	اعتماد به نمادهای دینی و سیاسی	اعتماد به نمادهای دینی و سیاسی	به نمادها، سمبل ها و عقاید دینی، سیاسی که اکثر مردم به آن اعتماد دارند، اعتماد دارم
		اعتماد به نمادهای فرهنگی	به نمادها، سمبل ها و عقاید فرهنگی که اکثر مردم به آن اعتماد دارند، اعتماد دارم
سرمایه ی نمادین اجتماعی	پرستیژهای اجتماعی	گرفتن عکس یادگاری	به گرفتن عکس یادگاری با اشخاص و چهره های مشهور و شناخته شده علاقه دارم
		استقبال از چهره های مشهور	برای دیدن شخص مشهور یا مشاهده ی مسابقات (ورزشی، فرهنگی و اجتماعی و ...) تمایل به طی مسافت زیاد و پرداخت هزینه ی زیاد دارم
		پیگیری های سخنرانی های چهره های شاخص	مشاهده و پیگیری سخنرانی ها و کلیپ های مختلف تصویری و صوتی افراد سرشناس علمی، سیاسی، فرهنگی و ورزشی برایم مهم است

### فرضیه های پژوهش

- ۱- سرمایه ی نمادین بر سبک زندگی کارگران تأثیر دارد.
- ۲- ابعاد سرمایه ی نمادین (اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) بر سبک زندگی کارگران تأثیر دارد.
- ۳- سرمایه ی نمادین در بین کارگران زن و مرد متفاوت است.
- ۴- سبک زندگی در بین کارگران زن و مرد متفاوت است.



۵- سبک زندگی کارگران و ابعاد آن (فعالیت‌های فراغتی، مدیریت بدن، مصرف فرهنگی، مصرف مادی، رفتار سیاسی) در گروه‌های تحصیلی مختلف کارگران، متفاوت است.

۶- سرمایه‌ی نمادین کارگران و ابعاد آن (سرمایه‌ی نمادین اقتصادی، سرمایه‌ی نمادین اجتماعی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی) در گروه‌های تحصیلی مختلف کارگران، متفاوت است.

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از انواع پژوهش‌های پیمایشی می‌باشد. از لحاظ زمانی از انواع تحقیقات مقطعی و واحد تحلیل پژوهش در سطح خرد می‌باشد که در این تحقیق فرد می‌باشد.

### جامعه آماری پژوهش

جمعیت تحقیق پژوهش حاضر، کلیه‌ی کارگران شاغل در اتوبوسرانی شهرداری تهران در سال ۹۶ می‌باشد. بر اساس آمارهای کارگزینی منابع انسانی کل شاغلین در فروردین ۹۶ تعداد ۷۳۵۰ نفر می‌باشد. جمعیت کارگری اتوبوسرانی در پنج معاونت فعالیت دارند، که معاونت بهره‌برداری، معاونت فنی، معاونت اداری، معاونت مالی و معاونت هماهنگی و برنامه‌ریزی می‌باشد.

### حجم نمونه

حجم نمونه‌ی آماری از فرمول کوکران انتخاب شده است که تعداد ۳۶۷ نفر می‌باشد که برای انتخاب نمونه در پژوهش حاضر از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم نمونه استفاده شد (مطابق جدول ۲)، که در نهایت ۳۶۶ پرسشنامه قابلیت تحلیل داشت.

## جدول ۲: طبقه‌بندی حجم نمونه

Table 2: Sample Size Classification

سهمیه	فاصله نمونه	تعداد کارگران معاونت	معاونت
Quota	Sample Distance	Number of Deputy Workers	Assistance
۱۷۱	۲۰	۳۴۲۵	بهره‌برداری
۱۱۱	۲۰	۲۲۳۱	فنی
۳۸	۲۰	۷۵۲	اداری
۲۶	۲۰	۵۲۱	مالی
۲۱	۲۰	۴۲۱	هماهنگی
۳۶۷	۲۰	۷۳۵۰	مجموع

اعتبار<sup>۱</sup> ابزار سنجش

اعتبار سنجش بر تطابق مفهوم با معرف‌های تجربی سنجش آن بستگی دارد. اعتبار یعنی آیا واقعاً همان چیزی را می‌سنجیم که قصد سنجش آن را داریم. اصلی‌ترین روش آزمون اعتبار بررسی دقیق سنجی مفهوم در پرتو معنای آن و طرح این پرسش جدی است که آیا ابزار سنجش واقعاً مفهوم مورد نظر را می‌سنجد یا نه (Baker, 2011: 137-139). برای سنجش متغیر (سبک زندگی و سرمایه‌ی نمادین) از اعتبار سازه‌ی نظری<sup>۲</sup> استفاده شده است. در روش تحلیل عاملی، به آزمون میزان انطباق بین سازه‌ی نظری و تجربی تحقیق پرداخته شد. نتایج این روش به شرح ذیل می‌باشد.

## جدول ۳: نتایج تشخیص KMO و آزمون کرویت بارتلت (سبک زندگی و سرمایه‌ی نمادین)

Table 3: Results of KMO Diagnosis and Bartlett Sphericity Test (Lifestyle and Symbolic Capital)

متغیر	سبک زندگی	سرمایه نمادین
Variable	Life Style	Symbolic Capital
KMO	0/711	0/69
بارتلت	2760/256	4358/714
Sig	0/000	0/000

<sup>1</sup> validity<sup>2</sup> construct validity

در رابطه با مقدار بسندگی *Keisr-Meyr Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO)، نتایج تحلیل عاملی (۰/۶۹) و (۰/۷۱۱) می‌باشد که حکایت از مناسب بودن داده‌ها و متغیرهای مورد نظر آن می‌باشد؛ و همچنین بارتلت آزمون سبک زندگی و سرمایه‌ی نمادین با ( $sig \leq 0/05$ ) معنادار می‌باشد.

### پایایی<sup>۱</sup>

پایایی عبارت است از میزان همسانی نتایج سنجش مکرر (Baker, 2011:142). سنجشی دارای پایایی است که در صورت تکرار آن در مواقع دیگر به نتایج یکسان برسد (De Vaus, 2013:62). برای تعیین پایایی این پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در واقع آلفای کرونباخ نشانگر انسجام درونی و همسازی داخلی گویه‌ها به شمار می‌رود. مقدار آلفای کرونباخ برای متغیر وابسته و متغیرهای مستقل به شرح جدول (۴) می‌باشد.

جدول ۴: نتایج تحلیل پایایی متغیرهای تحقیق

Table 4: Results of Reliability Analysis of Research Variables

پایایی	تعداد گویه‌ها	متغیر	ردیف
Reliability	Number of Items	Variable	Row
۰/۸۷۶	۵	سرمایه‌ی نمادین اقتصادی	۱
۰/۷۳۴	۵	سرمایه‌ی نمادین فرهنگی	۲
۰/۸۰۳	۵	سرمایه‌ی نمادین اجتماعی	۳
۰/۷۵۷	۵	فعالیت‌های اوقات فراغت	۴
۰/۷۸۷	۵	مصرف فرهنگی	۵
۰/۶۷۱	۵	مدیریت بدن	۶
۰/۹۱۶	۵	مصرف مادی	۷
۰/۷۴۳	۵	رفتار سیاسی	۸

با توجه به اینکه پایایی متغیرها بالاتر از ۰/۷ می‌باشد پس پرسشنامه از پایایی مطلوب برخوردار است.

<sup>۱</sup> Reliability

## یافته‌های پژوهش

## آماره‌های توصیفی

جدول ۵: توزیع نسبی کارگران بر حسب دهه‌ی سنی و تحصیلات و جنسیت

Table 5: Relative distribution of Workers by Age, Education and Gender

		جنسیت		تحصیلات			
		Gender		Education			
		زن	مرد	زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم و لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر
سن	30-40	28	96	8	43	47	26
	41-50	30	156	48	97	36	5
	51-60	9	47	28	21	7	0
مجموع		67	299	84	161	90	31

از جدول ۵ نتیجه می‌شود بیشترین فراوانی کارگران از حیث وضعیت تحصیلات مربوط به کارگرانی است که تحصیلات آنها دیپلم است و پایین‌ترین تعداد فراوانی وضعیت تحصیلات مربوط به کارگرانی است که تحصیلات آنها فوق لیسانس و بالاتر است؛ همچنین تعداد کارگران با جنسیت مرد بیشتر از زنان کارگر می‌باشد و بیشترین فراوانی در میان کارگران مرد و زنی می‌باشد که در دهه‌ی سنی ۴۱ تا ۵۰ سال می‌باشند. در جدول ۳ مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی کارگران از حیث وضعیت تحصیلی در بین کارگران با مدرک تحصیلی دیپلم می‌باشد و بالاترین فراوانی از لحاظ وضعیت تحصیلی در بین کارگرانی است که در دهه‌ی سنی ۴۱ تا ۵۰ سال هستند، همچنین کمترین فراوانی از لحاظ وضعیت تحصیلی متعلق به کارگرانی است که مدرک تحصیلی آنها فوق لیسانس و بالاتر است؛ همچنین در بین کارگرانی که در دهه‌ی سنی ۳۰ تا ۴۰ سال هستند مدرک تحصیلی فوق دیپلم و لیسانس از سایر مدارک تحصیلی بالاتر است و در بین کارگرانی که در دهه‌ی سنی ۴۱ تا ۵۰ سال هستند بالاترین فراوانی وضعیت تحصیلات متعلق به کارگرانی است که دارای مدرک تحصیلی دیپلم هستند. در بین کارگرانی که در دهه‌ی سنی ۵۱ تا ۶۰ سال هستند پایین‌ترین فراوانی مدرک تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر و بالاترین فراوانی وضعیت تحصیلی متعلق به کارگرانی است که دارای مدرک تحصیلی دیپلم هستند.

**جدول ۶:** محاسبه‌ی میانگین و انحراف معیار دو گروه مستقل به منظور مقایسه‌ی میانگین نمرات سبک زندگی در بین جنسیت‌های مختلف

**Table 6:** Calculation of Mean and Standard Deviation of Two Independent Groups in Order to Compare the Mean of Lifestyle Scores between Different Genders

	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف از معیار
	Gender	Number	Average	Deviation from the standard
سبک زندگی	زن	67	57.18	13.851
	مرد	299	60.05	15.189
سرمایه نمادین	زن	67	44.30	5.689
	مرد	299	41.35	10.210

چنانچه از جدول ۶ مشاهده می‌شود میانگین نمرات سبک زندگی در مردان بیشتر از زنان می‌باشد و میانگین نمرات سرمایه‌ی نمادین در بین زنان کارگر بیشتر از مردان کارگر می‌باشد.

- سرمایه‌ی نمادین و ابعاد آن بر سبک زندگی کارگران تأثیر دارد.

**جدول ۷:** نتایج تحلیل رگرسیون همزمان سرمایه‌ی نمادین و ابعاد آن (سرمایه‌ی نمادین

اجتماعی، سرمایه‌ی نمادین اقتصادی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی) بر سبک زندگی

**Table 7:** Results of Simultaneous Regression Analysis of Symbolic Capital and Its Dimensions (Symbolic Social Capital, Symbolic Economic Capital and Symbolic Cultural Capital) on Lifestyle

دوربین - واتسن	df	R <sup>2</sup>	P<	بتا (Beta)	
1/741	1	0/375	0/000	0/613	سرمایه نمادین
1/741	1	0/497	0/000	0/650	سرمایه‌ی نمادین اقتصادی
1/973	1	0/230	0/048	0/090	سرمایه‌ی نمادین فرهنگی
1/941	1	0/040	0/848	0/007	سرمایه‌ی نمادین اجتماعی

**متغیر وابسته: سبک زندگی**

از جدول ۷ ملاحظه می‌شود با توجه به آنکه مقدار آماره‌ی دوربین - واتسون در فاصله‌ی ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد؛ پس فرض همبستگی بین خطاها رد می‌شود و می‌توان از

رگرسیون استفاده کرد. نسبت‌های  $t$  محاسبه شده متغیر سرمایه‌ی نمادین بر سبک زندگی کارگران معنادار است ( $Sig \leq 0/05$ ) که اثر مستقیم سرمایه‌ی نمادین بر سبک زندگی ۶۱٪ می‌باشد؛ همچنین از جدول ۷ ملاحظه می‌شود که ۳۷ درصد از تغییرات متغیر سبک زندگی مربوط به متغیر سرمایه‌ی نمادین می‌باشد. با توجه به نتایج حاصله از جدول ۷ ملاحظه می‌شود نسبت‌های  $t$  محاسبه شده در مؤلفه‌های سرمایه‌ی نمادین (سرمایه نمادین اقتصادی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی) با میزان سبک زندگی کارگران معنادار است ( $Sig \leq 0/05$ )؛ همچنین با عنایت به جدول ۷ ملاحظه می‌گردد تأثیرات دو متغیر سرمایه‌ی نمادین اقتصادی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی بر سبک زندگی معنادار است و سرمایه‌ی نمادین اقتصادی ۶۵٪ از تغییرات متغیر وابسته (سبک زندگی) و همچنین سرمایه‌ی نمادین فرهنگی ۹٪ از تغییرات متغیر وابسته (سبک زندگی) را تبیین می‌کند. اثر سرمایه‌ی نمادین اجتماعی معنادار نمی‌باشد.

- فرضیه: سبک زندگی و سرمایه‌ی نمادین در بین کارگران زن و مرد متفاوت است.

جهت آزمون فرضیه‌ی فوق از آزمون  $t$ -test (آزمون  $t$  مستقل) استفاده می‌کنیم.

**جدول ۸:** محاسبه  $t$  دو گروه مستقل به منظور مقایسه‌ی میانگین نمرات سبک زندگی در بین جنسیت‌های مختلف

**Table 8:** Calculation of  $t$  of Two Independent Groups in Order to Compare the Average Lifestyle Scores between Different Genders

		آزمون $t$ (مستقل) جهت برابری میانگین‌ها			
		$T$ (Independent) Test for Equality of Means			
		$t$	درجه‌ی آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین
			Degrees of Freedom	Sig (Significance Level)	Mean Difference
سبک زندگی	فرض برابری واریانس‌ها	-1.422	364	0/156	-2.874
	فرض نابرابری واریانس‌ها	-1.508	104.67	0/135	-2.874
سرمایه‌ی نمادین	فرض برابری واریانس‌ها	2.286	364	0/023	2.951
	فرض نابرابری واریانس‌ها	3.235	175.41	0/001	2.951

با توجه به جدول ۸ ملاحظه می‌شود نسبت  $t$  به منظور آزمون یکسانی واریانس سبک زندگی در بین گروه‌های زن و مرد معنادار نمی‌باشد ( $Sig \geq 0/05$ ). پس فرض  $H_0$  مورد تأیید است یعنی میزان سبک زندگی در بین زنان و مردان متفاوت نیست؛ همچنین نسبت  $t$  به منظور آزمون یکسانی واریانس سرمایه‌ی نمادین در بین گروه‌های زن و مرد معنادار می‌باشد ( $Sig \leq 0/05$ ). همان‌طور که مشهود است میانگین نمرات سرمایه‌ی نمادین در بین زنان بیشتر از میانگین نمرات سرمایه‌ی نمادین در مردان است.

فرضیه‌ی سبک زندگی کارگران و ابعاد آن (فعالیت‌های فراغتی، مدیریت بدن، مصرف فرهنگی، مصرف مادی، رفتار سیاسی) و همچنین سرمایه‌ی نمادین و ابعاد آن (سرمایه‌ی نمادین اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی)، در گروه‌های تحصیلی مختلف کارگران، متفاوت است.

**جدول ۹:** آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه سبک زندگی و ابعاد آن و سرمایه‌ی نمادین و ابعاد آن در بین تحصیلات مختلف کارگران

**Table 9: One-way Analysis of Variance (ANOVA) Lifestyle and Its Dimensions and Symbolic Capital and Its Dimensions among Different Workers' Education**

		درجه‌ی آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی‌داری
		Degrees of Freedom	Average Squares	F	The Significance Level
سرمایه‌ی نمادین اقتصادی	بین گروه‌ها	3	292.079	13.468	0/000
	در گروه‌ها	362	21.687		
	مجموع	365			
سرمایه‌ی نمادین فرهنگی	بین گروه‌ها	3	121.552	6.047	0/001
	در گروه‌ها	362	20.101		
	مجموع	365			
سرمایه‌ی نمادین اجتماعی	بین گروه‌ها	3	9.345	.566	0/638
	در گروه‌ها	362	16.515		
	مجموع	365			
فعالیت‌های فراغتی	بین گروه‌ها	3	108.696	5.624	0/001
	در گروه‌ها	362	19.326		
	مجموع	365			

		درجه‌ی آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی‌داری
		Degrees of Freedom	Average Squares	F	The Significance Level
مصرف فرهنگی	بین گروه‌ها	3	251.072	12.003	0/000
	در گروه‌ها	362	20.917		
	مجموع	365			
مدیریت بدن	بین گروه‌ها	3	69.430	7.453	0/000
	در گروه‌ها	362	9.316		
	مجموع	365			
مصرف مادی	بین گروه‌ها	3	150.808	5.271	0/001
	در گروه‌ها	362	28.609		
	مجموع	365			
رفتار سیاسی	بین گروه‌ها	3	118.355	5.993	0/001
	در گروه‌ها	362	19.750		
	مجموع	365			
سرمایه‌ی نمادین	بین گروه‌ها	3	906.766	10.603	0/000
	در گروه‌ها	362	85.520		
	مجموع	365			
سبک زندگی	بین گروه‌ها	3	2506.913	12.207	0/000
	در گروه‌ها	362	205.366		
	مجموع	365			

با بررسی جدول ۹ ملاحظه می‌شود که سبک زندگی و ابعاد آن (فعالیت‌های فراغتی، مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، مصرف مادی و رفتار سیاسی) در بین تحصیلات مختلف کارگران (زیر دیپلم، دیپلم، فوق دیپلم و لیسانس و فوق لیسانس و بالاتر) تفاوت معنادار دارد و با توجه  $Sig \leq 0/05$  فرضیه  $H_1$  تأیید می‌گردد؛ همچنین ملاحظه می‌شود که سرمایه‌ی نمادین و ابعاد آن (سرمایه‌ی نمادین اقتصادی و سرمایه‌ی نمادین فرهنگی) در بین تحصیلات مختلف کارگران (زیر دیپلم، دیپلم، فوق دیپلم و لیسانس و فوق لیسانس و بالاتر) تفاوت معنادار دارد و با توجه  $Sig \leq 0/05$  فرضیه  $H_1$  تأیید می‌گردد، و همچنین سرمایه‌ی نمادین اجتماعی در بین تحصیلات مورد تأیید قرار نگرفت.



## بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق با نتایج پژوهش (2002) *Palumets* و (2007) *Lopez* و *Gavreliuc* (2014) با عنایت به آنکه سرمایه اقتصادی بالا سبک زندگی بهتری را عنوان می‌کند در تحقیق حاضر نیز با توجه به نظریه‌ی بوردیو که عنوان می‌کند سرمایه‌ی نمادین گاهی همان سرمایه‌ی فرهنگی می‌باشد و چنانکه سرمایه‌ی نمادین، را به موتور ژنراتور ایجادکننده‌ی الگوهای باز تشبیه می‌کنند در نتیجه با توجه به نتایج تحقیق مشخص است که کسانی که سرمایه‌ی نمادین فرهنگی بالاتری دارند تحصیلات بالاتری نیز دارند، همچنین میانگین نمرات سبک زندگی بالاتری نسبت به سرمایه‌ی نمادین اجتماعی کارگران دارند. در تحقیق حاضر طبقه‌ی کارگران بر مبنای نوع سبک زندگی کارگران (مدرن و سنتی) می‌باشد که با مقایسه‌ی دو تحقیق مشاهده می‌شود کارگرانی که سبک مدرن‌تر دارند اختلاف بسیار زیادی با کارگرانی که سبک زندگی آنها سنتی است دارد و مصرف فرهنگی آنها بالاتر است؛ همچنین تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات *Shephar* (2006) و *Honaria* (2010) همسو است، با توجه به آنکه دو تحقیق فوق تحصیلات و جنسیت را در مورد سبک زندگی و سرمایه، عوامل اصلی در نظر گرفته‌اند و همچنین هنر سبک زندگی را با اوقات فراغت در نظر گرفته است، لهذا تحقیق حاضر نیز نشان داده است که بیشترین میزان مؤلفه‌ی مصرف فرهنگی در بین تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بیشتر از سایر تحصیلات در کارگران است و همچنین با عنایت به اینکه تحصیلات در نقش طبقه‌ی اجتماعی نقش مؤثر و بسزائی دارد از تحقیق حاضر نتیجه می‌شود نمرات مؤلفه‌ی مصرف مادی که همان استفاده‌از غذا و پوشاک بوده است در بین کارگرانی که تحصیلات بالاتری دارند بیشتر از سایر کارگران با تحصیلات پایین‌تر است. در تحقیق حاضر گوش دادن به موسیقی از گوپه‌های سرمایه‌ی نمادین فرهنگی و همچنین گوش دادن به موسیقی‌های مدرن از گوپه‌های مصرف فرهنگی متغیر وابسته سبک زندگی می‌باشد، در تحقیق هنری ترجیح زنان به گوش دادن به موسیقی بیشتر از مردان بود که در تحقیق حاضر مردان به گوش دادن به موسیقی بیشتر علاقه نشان دادند.

در تحقیقات *Shephard* (2013) و *Ebrahimi* (2010) و *Khwaja Nouri* (2011) و *Salimi Aman* (2014) مشخص شد که اهمیت دادن بدن در میان زنان بیشتر از مردان بود و همچنین افراد جوان‌تر تمایل بیشتری به جراحی و نگهداری از بدن خود هستند در تحقیق حاضر نیز کارگرانی که در دهه‌ی سنی ۴۱ تا ۵۰ سال هستند بیشتر از سایر گروه‌ها و دهه‌های سنی به مدیریت بدن خود اهمیت می‌دهند و برخلاف

تحقیق شفارد که بیشتر جوانان به مدیریت بدن اهمیت می‌دادند، ولی در تحقیق حاضر این امر بیشتر به قشر کارگر میانسال مربوط می‌شود؛ و در مورد آنکه زنان کارگر به مدیریت بدن خود بیشتر از مردان اهمیت می‌دهند و نمرات میانگین مدیریت بدن آنها بیشتر از کارگران با جنسیت مرد است.

تحقیق حاضر با تحقیق (Spellerberg (2014) *Rahmati & Sadaat Bakhsh* (2015) که بیان می‌کند افزایش فعالیت‌های اوقات فراغت، و عادات مصرفی باعث شده است که در طول دهه‌ی گذشته به اقتضای این تنوعات مدل‌های طبقاتی و قشربندی‌های متفاوتی ایجاد شود همسو است چرا که با عنایت به طبقه‌بندی سبک‌های زندگی مدرن و سنتی تحقیق حاضر می‌توان نتیجه گرفت مقوله‌ی فعالیت‌های اوقات فراغت به شدت در میان کارگرانی که سبک زندگی آنها مدرن‌تر است و در نتیجه ممکن است طبقه‌ی بالاتری را از لحاظ اجتماعی داشته باشند، بالاتر است؛ همچنین نتایج این تحقیق با تحقیق *Majdi Ganji & et. al. Mohammadi (2012)* و *Karimi (2000)*؛ *& et. al. (2010)* و *Ebrahimi & et. al. (2017)* با عنایت به آنکه رابطه‌ی سبک زندگی و سرمایه‌ی فرهنگی در این تحقیق به اثبات رسیده است و در نتیجه تحقیق حاضر نیز تأثیر این دو متغیر به اثبات رسیده است ولی با عنایت به اینکه بیشترین تمایز سبک زندگی بین قشر بالا (هم سرمایه‌ی فرهنگی و هم سرمایه‌ی اقتصادی زیاد) و قشر پایین (سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی کم) مشاهده شد. یعنی، با افزایش سرمایه‌ی فرهنگی، سبک زندگی افراد پیچیده‌تر می‌گردد و در تحقیق حاضر سرمایه‌ی نمادین کارگرانی که سبک زندگی آنها مدرن‌تر است به شدت بالاتر از نمرات کارگرانی است که سبک زندگی آنها سنتی است، مدرن بودن سبک‌های زندگی تا حدودی به پیچیدگی زندگی مربوط می‌گردد.

نتایج تحقیق با تحقیق *Vosoughi and Hazrati Imam Juma Zadeh (2013)* (2014) هم راستا با تحقیق امام‌جمعه‌زاده می‌باشد، در این تحقیق بین رفتار سیاسی و سرمایه‌ی نمادین رابطه نسبتاً قوی بوده است. ولی با تحقیق حضرتی هم راستا نمی‌باشد چرا که سرمایه‌ی نمادین و نگرش به حقوق سیاسی بود، رابطه‌ای دیده نشد، ولی در تحقیق حاضر رابطه دیده شده است. تحقیق حاضر با تحقیق *Majd (2010)* از حیث آیتم‌های مدیریت فرهنگی، مدیریت بدن، رفتار سیاسی هماهنگ است. با بالا رفتن سطح سبک زندگی سرمایه‌ی فرهنگی افزایش پیدا خواهد کرد. با توجه به عملکرد جامعه‌ی کارگری و بالاخص کارگران اتوبوسرانی در خصوص برقراری پرستیژهای نمادین در خصوص رفتارهای سیاسی و عضویت در شوراها و خانه‌ی کارگر و یا عضویت در

سندیکا‌های کارگری، در تحقیق پیش رو به جهت حفظ منافع سیاسی اندکی با زاویه‌گیری پاسخ داده‌اند که این امر تا حدودی معطوف به فشار مسئولان به انجمن‌های مستقل کارگری می‌باشد؛ اما نکته‌ی جالب که این تحقیق را با سایر تحقیقات متمایز می‌نماید عدم ارتباط مؤثر بین تحصیلات و سرمایه‌ی نمادین اجتماعی می‌باشد در حالی که بین سرمایه‌ی نمادین فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین اقتصادی همبستگی معناداری وجود داشت.

**Reference:**

Abbaspour, F.; Taherpour Kalantari, H.; Rasouli Ghahroudi, M. (2016). "The effect of political behavior on employee performance, by controlling the elements of the Achio model in a state-owned bank", *Quarterly Journal of Development Management Process*, No. 3, Volume 22, pp. 105-122. (Persian).

Baker, T. (2011). *How to conduct social research*, translated by Houshang Naebi, Tehran, Ney Publishing. (Persian).

Bliege Bird, R. and Alden Smith, E. (2008). "Signaling Theory Strategic Interaction and Symbolic Capital", *Current Anthropology*, Volum 46, Pp 221-248.

Bocock, R. (2002). *Consumption* (Khosro Sabri, translator) Tehran: Shirazeh Publications. (Persian).

Bourdieu, P. (2014). *A lesson about a lesson*, translated by Nasser Fakuhi, Tehran. Published by: Ney. (Persian).

Bourdieu, P. (1986). "The forms of capital", in *Hand book of Theory and the Search for the Sociology of Education* J.G. Richardson.

Bourdieu, P. (1992). *An Invitation to Reflexive sociology*, (University of Chicago Press and Polity Press.

Bourdieu, P. (2002). *Science of Science and Reflexivity*. Translated by Richard Nice, Polity Press.

Bourdieu, P. (2005). *A sketch of a theory of action*. Translated by Morteza Mardiha. Tehran: Naghsh va Negar Publications. (Persian).

Bourdieu, P. (2005). *Forms of Capital (Social Capital, Trust, Democracy and Development)*. Translated by Afshin Khakbaz and Hassan Pouyan. Tehran: Shirazeh Publishing. (Persian).

Bourdieu, P. (2011). *distinction*. Translated by H. Chavoshian. Tehran: Third Edition. (Persian).

D. Gavreliuc and A. Gavreliuc (2014). "Symbolic capital an dimensions in Romanian educational organizations," *Procedia-Social Behav. Sci.*, vol. 127, pp. 392–395.

Darini, V. M.; Taban, M.; Namdar Joyimi; Bahonar, N. (2015). "A Study of the Relationship between Symbolic Capital and

Cultural Capital (Case Study of Ilam Students)", Culture-Communication Studies Quarterly, No. 31, Volume 16. (Persian).

De Vaus, D. (2014). Survey in Social Research, translated by Houshang Naebi, Tehran: Ney Publishing. (Persian).

Ebrahimi, Gh. A. and Behnooi Gadneh, A. (2010). "Cultural Capital, Appearance and Youth Management (Study of Girls and Boys in Babolsar)", Journal of Women in Development and Politics, Volume 8, Number 3, pp. 153-176. (Persian).

Fakuhi, N. (2005). "Pierre Bourdieu: The Question of Knowledge and Enlightenment", Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad 2. 161 -141 (1). (Persian).

Fazeli, M. (2003). Consumption and lifestyle. Qom, Publication: Sobh Sadegh. (Persian).

Fazeli, M. (2008). "A Picture of the Cultural Style of the Student Community", Cultural Research Quarterly, No. (1)1. (Persian).

Ganji, M.; Hassan Bar, O.; Karimian, M. (2015). "A Study of the Relationship between Cultural Capital and Lifestyle among Men in Zahedan", Vol. 1, No. 2, pp. 129-176. (Persian).

Giddens, A. (2012). "Modernity and Personalization (Society and Personal Identity in the New Age)", translated by Nasser Movafeghian, Tehran: Nashr-e Ney, fifth edition. (Persian).

Honaria, H. & Goudarzib, M. & Heidari, A. (2010). "An investigation of the ways Tehran university students follow a specific life style and pass their leisure time with an emphasis on sport", Procedia - Social and Behavioral Sciences, (2) 2, 5498 - 5501.

Imam Jomehzadeh, S. J., Supreme Leader, M. R., Mahmoud Oghli, S., Rouhani, H. and Beigi, M. (2013). "Investigating the Relationship between Social Capital and Political Consumerism in Isfahan University Students", Applied Sociology, Vol. 24, No. 1, pp. 37-53. (Persian).

Ismaili, M.; Darini, Wali M. (2015). (Standardization of Symbolic Capital Questionnaire (Case study, staff of Ilam University), the first scientific conference on new findings of management sciences, entrepreneurship and education in Iran. (Persian).

Jenkins, R. (2017). Pierre Bourdieu, translated by Leila Javafshani and Hassan Chavoshian, second edition, Ney Publishing. (Persian).

Karimi, Y. (2010). Investigating the Relationship between Social Capital and Lifestyle, M. Sc. Thesis. University of Isfahan, Faculty of Literature and Humanities. (Persian).

Khajeh Nouri, B.; Rouhani, A.; Hashemi, S. (2011) "Lifestyle and body management", Journal of Sociology of Women, No. 4, Volume 2, pp. 21-48. (Persian).

Mahdavi Kani, M. S. (2008). "The concept of lifestyle and its scope in social sciences", Journal of Cultural Research, (1) 230-1999(Persian).

Majdi, A. A.; Sadranbavi, R.; Behravan, H.; Hooshmand, M. (2010). "Lifestyle of young people living in Mashhad and its relationship with cultural and economic capital of parents", Journal of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Fall and Winter, pp. 131-161. (Persian).

Mirfardi, A. and Hashemi A., S., Hedayat. (2016). A Study of Healthy Lifestyle and its Relationship with Economic Capital and Cultural Capital: Case Study: Yasouj University Students, The First International Conference on New Research in Educational Sciences, Psychology and Social Studies, Iran, Qom, Permanent Secretariat of the Conference, International Institute of Studies and Development Middle East science. (Persian).

Mohammadi, E.; Pirzadian, M.; Namdar Joyimi, E. (2015). Study of the Relationship between Cultural Capital and Symbolic Economic Capital: (Case Study: Students of Ilam State University). (Persian).

Mohammadipour, R. and Pirzadian, M. (2015). Study of the relationship between symbolic capital and spirituality at work and involvement in work (Case study: Ilam University staff), the second conference on management and accounting. (Persian).

Namdarjoimi, E. (2014). Investigating the Relationship between Cultural Capital, Social Capital and Symbolic Capital with Consumer Behavior in the Garment Industry (Case Study of Isfahan Citizens), M.Sc. Thesis, Ilam University, Faculty of Literature and Humanities. (Persian).

Navah, A.; Fazeli, A.; Rajaei, M. S.; Moqtadaei, F. (2016) "Lifestyle and cultural consumption: with emphasis on free study in Ahvaz", *Social Development Quarterly*, No. 3, Vol. 10, pp. 7-28. (Persian).

Palumets, L. (2002). *Space of lifestyles in Estonia in 1991*, pro ethnologia.

Rastegar, Y. and Golshani Khojasteh, L. (2016). *Lifestyle and Generational Differences (Research among Women in Bandar Abbas*, 2nd International Conference on New Findings in Science and Technology, Qom, Soroush Hekmat Mortazavi Center for Islamic Studies and Research. (Persian).

Robbins, Stephen (2007). *Organizational Behavior Management*, Ali and Seyed Mohammad, Parsaiyan and Arabi, Tehran, Business Research Center. (Persian).

Shephard, Arlesa J. & Kinley, Tammy R. & Josiam, Bharath M. (2014). "Fashion leadership, shopping enjoyment, and gender: Hispanic versus, Caucasian consumer's shopping preferences", *Journal of Retailing and Consumer Services*, (21) 3, 277-283.

Spellerberg, A. (2014). "Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research".

Story, J. (2006). *Cultural studies on popular culture*. Translation: Hossein Payende. Tehran: Publication. (Persian).

Vosoughi, M.; Hazrati, M. (2014). "Sociological study of the relationship between symbolic capital and attitudes toward citizenship rights (Case study of Tabriz)", *Quarterly Journal of Sociological Studies*, Vol. 14, No. 4, pp. 141-157. (Persian).

Yen, Wen-Wei; Chen, Shih-Chin & Yen, Shih-I. (2009). "The Impact o Perceptions of Organizational Politics on Workplace Friendship", *African Journal of Business Management*, 3(10), pp. 548-554.

Zare Shahabadi, A.; Taher, M. (2015). *Intergenerational study of body management of girls and mothers in Yazd*, *Quarterly Journal of Lifestyle Sociology*, First.

## Investigating the Effect of Symbolic Capital on Workers' Lifestyle (Case Study of Tehran Municipality Bus Workers)

Nima Zangeneh<sup>1</sup>, Davoud Razi (Ph.D)<sup>2</sup>, Akbar Aliverdin (Ph.D)<sup>3</sup>

DOI: 10.22055/QJSD.2020.27083.1777

### Abstract:

The purpose of this study is to investigate the effect of symbolic capital on workers' lifestyles. The research is in terms of cross-sectional research and survey research. The statistical population of this study is all workers working in the bus service of Tehran Municipality in 1396, numbering 7350 people, of which the Cochran sample of this community is 366 people. The tool for measuring variables was a questionnaire. Bourdieu's theories of capital and lifestyle have been used for the theoretical framework. Simultaneous regression, independent t-test and ANOVA were used to analyze descriptive statistics. The findings of this study show that the effect of symbolic capital on workers' lifestyle is significant and its intensity is relatively strong. Dimensions of symbolic capital except positive symbolic capital have a positive effect on workers' lifestyle. The symbolic variable of economic capital 65 and the variable of cultural symbolic capital explain 9% of the changes in the variable of lifestyle. The average score of symbolic capital is higher among women than men. The analysis of the average scores of workers' lifestyle and gender is not significant. The symbolic cultural and economic capital dimension of workers is significantly different from their education, but their symbolic social capital dimension is not significantly different from different levels of education.

**Key Concepts:** Symbolic Social Capital, Symbolic Cultural Capital, Symbolic Economic Capital, Lifestyle, Worker

<sup>1</sup> Master of Social Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran, nima.mohamad@gmail.com

<sup>2</sup> Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran University, Babolsar, Iran (Corresponding Author), razi@umz.ac.ir

<sup>3</sup> Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran University, Babolsar, Iran, aliverdinia@umz.ac.ir



© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).