

## مناسبات سرمایه فرهنگی و سبک زندگی: پیمایشی در میان شهروندان طبقه متوسط شهر سنندج، کردستان

جمال محمدی\*، ابوعلی ودادهیر\*\*، فردین محمدی\*\*\*  
(تاریخ دریافت 91/1/27، تاریخ پذیرش 91/11/30)

**چکیده:** بحث محوری این مقاله مطالعه مناسبات بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی در میان طبقه متوسط شهر سنندج است. پیش فرض نظری طرح چنین مسئله‌ای این است که سبک زندگی به فراخور نوع و میزان سرمایه فرهنگی سامان می‌یابد. سبک زندگی همچنین نقشی اساسی در برساختن هویت‌ها، معناها، نگرش‌ها، انتخاب‌ها، ذائقه‌ها و رفتارها دارد. چارچوب نظری این مطالعه تلفیقی است از آراء پیر بوردیو، دیوید چینی، میشل سوپل و آنتونی گیدنز. جامعه آماری مورد مطالعه طبقه متوسط شهر سنندج است که نمونه‌ای بر اساس قشرهای درونی آن مانند فرهنگیان، کارمندان، پزشکان، مغازه‌داران و گروه‌هایی جز آن‌ها انتخاب شده‌اند. فن گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بود که با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی در میان 320 نفر از پاسخ‌گویان سنندجی توزیع گردید. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین سرمایه فرهنگی و اشکال آن با سبک زندگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین در بین اشکال مختلف سرمایه فرهنگی نوع «سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته» دارای بیشترین رابطه با سبک زندگی است. یعنی، با افزایش سرمایه فرهنگی، سبک زندگی افراد پیچیده‌تر می‌گردد. از دیگر نتایج تحقیق نقش سرمایه فرهنگی نهادی است که در پیوندی دیالکتیکی با سرمایه اقتصادی سایر

m.jamal8@gmail.com  
vedadha@ut.ac.ir

\*استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان، سنندج، ایران  
\*\*استادیار گروه مردم‌شناسی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)  
\*\*\* کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و پژوهشگر مسائل اجتماعی

مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره سیزدهم، شماره 4، زمستان 1391، ص. 1-23

سرمایه‌های فرهنگی و در نتیجه سبک زندگی را تعیین می‌کند. در رابطه با متغیرهای زمینه‌ای نتایج تحقیق نشان می‌دهد در خصوص سبک زندگی و سرمایه فرهنگی طبقه متوسط نوظهور سنندج، در میان متغیرهای زمینه‌ای، متغیر تحصیلات نقشی اساسی در فراهم ساختن زمینه برخورداری از سرمایه‌ها و نوع و میزان مصرف فرهنگی دارد. طبقه متوسط نوظهور شهر سنندج ماهیتی دولتی- خدماتی دارد که متغیر سن نوظهور بودن آن را تبیین می‌کند.

**مفاهیم کلیدی:** سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، مصرف فرهنگی، هویت‌یابی، معناسازی، طبقه متوسط.

### مقدمه

مسئله رابطه بین سبک زندگی<sup>1</sup> و سرمایه فرهنگی<sup>2</sup> محور اصلی مباحثی است که امروزه در جامعه‌شناسی فرهنگ و مطالعات فرهنگی مطرح است. این موضوع همچنین مورد توجه آن دسته از برنامه‌های پژوهشی جامعه‌شناسی است که، بالاخص در دهه‌های اخیر و به دنبال وقوع تحولات بنیادین در جوامع سرمایه‌داری متأخر، کوشیده‌اند برآمدن جامعه مصرفی و طبقه متوسط جدید را تحلیل کنند. تلاش‌های نظری- تجربی محققانی مانند بوردیو، گیدنز، هال، چینی، سوبل و پاتنام در زمره بارزترین نمونه‌های بسط تأمل جامعه‌شناسانه در وضعیت نوین مدرنیته پسین هستند. در بدنه معرفت و پیشینه کلاسیک جامعه‌شناسی برای تحلیل سبک زندگی و ارزش‌ها و نگرش‌های فرد یا گروه به نقش متغیر طبقه و یا منزلت اجتماعی- اقتصادی (SES) توجه می‌شد، اما از دهه 1970 به این سو، همزمان با رشد و گسترش فزاینده کالاهای مصرفی و تبلیغات تجاری و وسایل ارتباط جمعی، مطالعه مصرف و رابطه آن با سبک زندگی و معنابخشی و ارزش‌ها و نگرش‌های حاکم بر زندگی روزمره افراد در کانون اصلی تلاش‌های جامعه‌شناسان و پژوهشگران مطالعات فرهنگی قرار گرفته است. کالایی‌شدن فرهنگ و پیوند خوردن آن با سلطه و مکانیسم‌های بازتولید نظام سرمایه‌داری موضوع محوری پژوهش‌هایی بوده است که در صدد تبیین کیفیت زندگی و نحوه معناسازی و هویت‌یابی انسان‌ها در متن زندگی روزمره مدرن بر آمده‌اند. مسئله اصلی این مقاله تبیین مناسبات بین سرمایه فرهنگی و سبک زندگی در میان شهروندان طبقه متوسط شهر سنندج است. به بیان دیگر، قصد این جستار علمی تبیین وضعیت کنونی طبقه متوسط شهر سنندج با تکیه بر مفاهیم سرمایه فرهنگی و سبک زندگی است. این مفاهیم یا متغیرها نه فقط در عالم واقع بلکه حتی در سطح تحلیلی نیز به شیوه‌ای دیالکتیکی درهم‌تنیده‌اند، لذا لازمه به‌کارگیری آن‌ها برای مطالعه تجربی یک وضعیت

۱. lifestyle

۲. cultural capital

اجتماعی، تشریح و تدقیق آن‌ها در قالب رویکردهای نظری منسجم و روشن است. پیش‌فرض ما این است که سبک‌های زندگی جزء لاینفک زندگی اجتماعی روزمره در جهان مدرن هستند و نقشی اساسی در تعاملات بین افراد دارند. سبک زندگی، بر خلاف فرهنگ، به معنای «شیوه کلی زندگی»<sup>1</sup> یک گروه یا قوم یا ملت نیست، بلکه عبارت است از «مجموعه کردارها و نگرش‌هایی که در یک زمینه اجتماعی خاص معنا دارند» (چینی، 2002: 4-6). سبک‌های زندگی همان الگوهای کنش‌اند که افراد بر اساس آن‌ها از هم متمایز می‌شوند، الگوهایی که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند و در لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های صحبت کردن و محیط دلخواه برای ملاقات دیگران، جلوه می‌کنند. این رفتارها بازتابگر هویت‌های شخصی، گروهی و اجتماعی‌اند (فاضلی، 1382: 61-84).

بر این اساس، پرسش این مطالعه، در یک سو، این است که عناصر برسازنده یک سبک زندگی چه چیزهایی هستند؟ اما در سوی دیگر، مسأله اساسی آن مناسبات سبک زندگی با اشکال سرمایه فرهنگی است. مفهوم سرمایه فرهنگی به مجموعه‌ای از نمادها، عادت‌ها، منش‌ها، شیوه‌های زبانی، مدارک آموزشی و تحصیلی، ذوق و سلیقه‌ها گفته می‌شود. سرمایه فرهنگی واجد ابعاد عینی، درونی و نهادی یا ضابطه‌ای است (بورديو، 1986: 47). سرمایه فرهنگی در برگیرنده تمایلات پایدار فرد است، یعنی شامل گرایش‌ها و عاداتی است که در طی فرآیند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و شامل کالاهای فرهنگی، مهارت‌ها و انواع دانش مشروعه است (همان: 47). به طور کلی، سبک زندگی و سرمایه فرهنگی واجد تعاملی دوسویه‌اند: سرمایه فرهنگی فرد یا خانواده می‌تواند سبب ایجاد برخی سبک‌های زندگی شود و سبک زندگی نیز می‌تواند در جهت افزایش سرمایه فرهنگی عمل کند.

شهر سنندج، مرکز استان کردستان به رغم آنکه در زمره شهرهای بزرگ و صنعتی ایران نیست، لیکن در دو دهه اخیر شاهد وقوع تحولات اقتصادی، زمینه‌ای و اجتماعی-فرهنگی بنیادین بوده است. نیروهای محرکه و علل وقوع این تحولات هر چه باشد (نوسازی اقتصادی دهه هفتاد، پیشرفت صنعتی کل کشور، جهانی‌شدن ارتباطات و سرمایه و...)، حاصل آن پیدایش و رشد طبقه متوسط جدیدی است که حیات اجتماعی‌اش در ابعاد مختلف (فعالیت‌های فراغت، الگوهای مصرف و خرید، رفتارهای خانوادگی، مدیریت بدن و غیره) با دیگر طبقات موجود و طبقه متوسط قدیم این شهر متفاوت است. مطالعه تجربی گونه‌های مختلف سبک زندگی در میان این طبقه زمینه درک تحولات فرهنگی-اجتماعی و مسائل و معضلات زندگی شهری را فراهم می‌سازد. تلاش این مطالعه معطوف است به تبیین و فهم این مسأله که گونه‌های مختلف سبک زندگی در میان طبقه متوسط شهر سنندج کدامند و چه مناسباتی با نوع و میزان سرمایه فرهنگی دارند؟

1. the whole way of life

### بازنگری در بدنه دانش و پیشینه پژوهش

محوریت یافتن پدیده سبک زندگی در نیمه دوم سده بیستم رخدادی جهانی بود، زیرا این رخداد حاصل زمینه‌ها، فرایندها و عواملی است که خود سرشتی جهانی داشته‌اند و به شکلی فزاینده گسترشی جهان‌شمول پیدا کرده‌اند: صنعتی‌شدن، گسترش شهرنشینی و پیدایش کلان‌شهرها، گسترش ارتباطات جهانی، سیطره روزافزون تولید انبوه، پیدایش جامعه مصرفی و جز آن. بنابراین، در یکی دو دهه اخیر هم در دیگر جوامع و هم در داخل ادبیات پژوهشی حجیمی در این باره تولید شده است. در اینجا فقط به کارهایی که در داخل انجام شده است ارجاع می‌شود، با این استدلال که قصد بر آن است موضوعیت این قضیه در جامعه ایران نشان داده شود. غائب (1386) در «سرمایه فرهنگی و تأثیر آن بر سبک زندگی دختران» درصدد سنجش سرمایه فرهنگی، شناسایی عناصر کسب زندگی نوجوانان و مشخص کردن همبستگی سرمایه فرهنگی با برجستگی سبک‌های مختلف زندگی دختران برآمده است. خطوط اصلی چارچوب نظری این تحقیق را آرای پیر بوردیو تشکیل می‌دهد. در این تحقیق پیمایشی 388 نفر از دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه شهر تهران به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده و پرسش‌نامه‌ها را تکمیل کرده‌اند. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که اشکال و سطوح سبک زندگی رابطه معنی‌داری با متغیرهای فرهنگی (سرمایه فرهنگی) دارند. همچنین رابطه‌های مستقیم و در سطح قوی بین میزان پایگاه اجتماعی - اقتصادی پاسخ‌گویان با میزان سرمایه فرهنگی آنان وجود دارد، به طوری که با افزایش میزان پایگاه اجتماعی - اقتصادی پاسخ‌گویان بر میزان سرمایه فرهنگی آنان افزوده می‌شود. با توجه به روابط ذکر شده، رابطه سرمایه فرهنگی با سبک زندگی به نوعی می‌تواند منعکس‌کننده روابط پایگاه اجتماعی - اقتصادی با سبک زندگی دختران نوجوان نیز باشد. حمیدی و فرجی (1386) در مقاله‌ای با عنوان «سبک زندگی و پوشش زنان تهران» این پرسش را مطرح کردند که منطق مسلط انواع سبک‌های مختلف پوشش در جامعه ما کدامند. آن‌ها در نتیجه تحقیق خود سه نوع سبک زندگی را تشخیص دادند که نه تیپ سبک پوشش را در بر می‌گیرند. الف: سبک زندگی سنتی (تیپ‌های حجاب به مثابه تکلیف، حجاب به مثابه ایدئولوژی و حجاب سنتی)، ب: سبک زندگی مبتنی بر هویت که افرادی آن را بر می‌گزینند که مسئله پوشش و تنوع آن را دائماً مورد بازاندیشی قرار می‌دهند (تیپ‌های حجاب بازاندیشانه، پوشش به مثابه سبک زندگی، فشن‌لس و پوشش فمینیستی)، و سوم سبک زندگی مبتنی بر تمایز که در آن فرد درصدد متمایز ساختن خود از دیگران است (تیپ‌های حجاب زیبایی‌شناسی 1000ختی و تیپ اینترنتی). تحقیق آن‌ها نه فقط اهمیت غیر قابل انکار سبک زندگی را نشان می‌دهد، بلکه روشن می‌سازد که پوشش زنانه دقیقاً در ارتباط با این پدیده شکل اجتماعی‌اش را پیدا می‌کند. در پژوهشی دیگر با عنوان «سرمایه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان»، ابراهیمی و بهنویی گدنه (1389) به بررسی رابطه

سرمایه فرهنگی و مدیریت ظاهر به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سبک زندگی پرداخته‌اند. آن‌ها با تکیه بر آرای بوردیو و گیدنز، به روش پیمایشی و با ابزار پرسش‌نامه، نمونه‌ای 380 نفری از جوانان 15 – 25 ساله شهر بابلسر را مطالعه کرده‌اند. اصلی‌ترین یافته تحقیق آن‌ها این است که به موازات بالا بودن میزان سرمایه 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.

آنچه در اکثر تحقیقات راجع به ارتباط این دو پدیده مورد تأکید قرار گرفته، وجه دیالکتیکی بودن این ارتباط است. در محدود تحقیقاتی که در ایران در این حوزه انجام شده، کمتر به سبک زندگی به منزله پدیده یا متغیری که خود بر اثر تحول سرمایه فرهنگی دستخوش تغییر می‌شود پرداخته شده است. تحقیق حاضر با محوریت قرار دادن این وجه از رابطه دیالکتیکی فوق‌الذکر قصد دارد گامی در جهت پر کردن این خلاء باشد.

### چارچوب مفهومی و نظری

جهان به جای ورود به دنیای پست‌مدرن به سوی دوره‌ای گام برمی‌دارد که در آن پیامدهای مدرنیته ریشه‌ای‌تر و جهانی‌تر از پیش شده‌اند (گیدنز، 1382:30). تشدید پیامدهای مدرنیته و وقوع تحولات بنیادین در چند دهه اخیر نظریه اجتماعی را به سمت پذیرش نقش فزاینده سبک زندگی در بساختن هویت‌های شخصی و اجتماعی سوق داده است و در نتیجه همین امر، رابطه بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی به موضوع محوری نظریه و پژوهش اجتماعی بدل شده است. اگرچه در میان متفکران کلاسیک جامعه‌شناسی کسانی مانند گئورگ زیمل و تورشتاین وبلن به اهمیت سبک زندگی، شاخص‌های آن، نقش آن در ایجاد تمایزهای اجتماعی و رابطه‌اش با مصرف توجه کرده‌اند، اما این مفهوم در نظریه‌های آن‌ها محوری نبوده، بلکه عمدتاً متغیری وابسته بوده است. فقط با شکل‌گیری وضعیت نوظهور دوران پس از جنگ جهانی دوم بود که این مفهوم و مفاهیم مرتبط با آن از جمله مصرف فرهنگی، سرمایه فرهنگی و اوقات فراغت در کانون بحث‌های جامعه‌شناسی قرار گرفت (گودمن، 2004). بنابراین، سبک زندگی در زمره مفاهیم جدیدی است که تغییر و تحولات پدید آمده کاربرد آن را ضروری ساخته‌اند. در بدنه دانش و پیشینه جامعه‌شناسی، از مقوله سبک زندگی دو نوع مفهوم‌پردازی متفاوت به عمل آمده است. در مفهوم‌پردازی نخست که سابقه آن به دهه 1920 باز می‌گردد، سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی است؛ اما در فرمول‌بندی دوم سبک زندگی، نه راهی برای شناسایی طبقه اجتماعی، بلکه صورت‌بندی اجتماعی نویی دانسته می‌شود که فقط در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ

مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (اباذری و چاوشیان، 1381: 22). از نظر شماری از محققان، معانی متعدد این اصطلاح را می‌توان ذیل دو تعریف کلی دسته‌بندی کرد: «دسته اول، مجموعه تعاریفی هستند که سبک زندگی را از جنس رفتار می‌دانند و ارزش‌ها، نگرش‌ها و جهت‌گیری‌های ذهنی افراد را از دایره این مفهوم بیرون می‌گذارند. جهت‌گیری دوم، ارزش‌ها و نگرش‌ها را نیز بخشی از سبک زندگی می‌داند» (فاضلی، 1382: 67). یکی از مهم‌ترین جامعه‌شناسانی که در دوره اخیر مقوله سبک زندگی را در محور کارهای خود قرار داده است آنتونی گیدنز است. از دید او، سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و لذا واجد نوعی وحدت و انسجام است (گیدنز، 1382: 121). سبک زندگی الگوهای روابط اجتماعی، فعالیت‌های فراغت، الگوهای خرید، مصرف فرهنگی، شیوه‌های مدیریت بدن، رفتارهای خانوادگی، دکوراسیون منزل و مد را در بر می‌گیرد و نگرش‌ها و ارزش‌ها و جهان‌نگری افراد را منعکس می‌کند. به بیان دیگر، سبک‌های زندگی کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند، کردارهایی که بازناگر هویت‌های فردی، گروهی و اجتماعی‌اند. لذا از نگاه گیدنز مطالعه سبک زندگی عبارت است از تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگوهای کنش که افراد آن‌ها را انتخاب کرده و کنش‌شان در زندگی روزمره به واسطه آن‌ها هدایت می‌شود (فاضلی، 1382).

نظریه‌پرداز مهم دیگر در این حوزه میشل سوبل<sup>۱</sup> است. بنا به استدلال او، سبک زندگی پدیده‌ای ملموس، قابل مشاهده و یا قابل استنتاج از مشاهده است، پدیده‌ای که به بارزترین وجه در الگوهای مصرف خود را نشان می‌دهد (سوبل، 1981: 28). با مطالعه رفتارهای عینی و سنجش‌پذیر افراد می‌توان به درک سبک‌های مختلف زندگی و دسته‌بندی آن‌ها دست یافت. آنچه در دیدگاه سوبل محوریت دارد رابطه بین سبک زندگی و مصرف است. میشلن شیز<sup>۲</sup> محقق دیگری است که از دریچه مفاهیمی مثل «کسب پرستیژ»، «سازوکارهای تأیید» و «قدرت فرهنگی»، پدیده سبک زندگی را بررسی کرده است. در رویکرد او، «سبک زندگی مجموعه‌ای از نمادها است که نقش فعالی در فرایند کسب پرستیژ ایفا می‌کنند» (شیز، 1987: 253). نمادها فی‌نفسه واجد اهمیت یا معنا نیستند، بلکه معنا و نقش مشروعیت‌بخش خود را از سازوکارهای تأیید می‌گیرند. سازوکارهای تأیید را نیز دارندگان قدرت فرهنگی تعیین و تعریف می‌کنند و بدین‌سان قادرند برای خود تمایز، تشخیص و پرستیژ ایجاد کنند. نتیجه‌گیری شیز این است که سبک زندگی هم وسیله‌ای است برای تولید و توزیع قدرت فرهنگی در سطوح مختلف جامعه و هم حاصل این نحوه تولید و توزیع است (همان منبع: 255). اما

۱. Michael Sobel

۲. Micheline Scheys

شاید معروف‌ترین پژوهشگر در این حوزه که به طور خاص درباره سبک زندگی کار کرده است دیوید چینی<sup>1</sup> باشد. او در کتاب *سبک‌های زندگی*<sup>2</sup> استدلال می‌کند که سبک زندگی همان «سازمان اجتماعی مصرف» است. از دید او، سبک‌های زندگی جزء لاینفک زندگی اجتماعی روزمره در جهان مدرن هستند و نقشی اساسی در تعاملات بین افراد دارند. به همین دلیل، سبک‌های زندگی را باید در بافت محسوس زندگی روزمره افراد شناسایی کرد. سلیقه‌ها و قریحه‌ها و ذایقه‌ها، که در پیوندی تنگاتنگ با سبک زندگی شکل می‌گیرند و نقشی اساسی در نحوه مصرف کالاهای فرهنگی و در برساختن هویت‌ها دارند، مدخل‌هایی برای ورود به متن زندگی روزمره افراد در جامعه مدرن هستند. مشخصه‌های اصلی سبک زندگی همچون سطح‌ها<sup>3</sup>، خودها<sup>4</sup>، و احساسات<sup>5</sup> یا قریحه‌ها را می‌توان به تجربی از طریق بررسی سرمایه و مصرف فرهنگی افراد مطالعه کرد (چینی، 2002: 11). در این مقاله نیز تأکید بر این است که سبک زندگی در متن و کنه زندگی روزمره (در اموداتی مانند لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های کنش و فضاهای تعاملی و جز آن‌ها) جای دارد، بازتابگر فرایندهای مختلف هویت‌یابی و معناسازی و انتخاب‌گری است و بر تمایز و تشخیص فرد یا گروه اجتماعی دلالت دارد. البته سبک زندگی واجد پیچیدگی‌های درونی و اشکال گوناگون است.

مناسبات دیالکتیکی بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی در نظریه فرهنگی و اجتماعی پیر بوردیو نیز به تفصیل مفهوم‌پردازی و تبیین شده است. طبق نظریه او، علاوه بر عوامل اقتصادی، هابیتاس فرهنگی که فرد از خانواده به ارث می‌برد عامل مهمی در موفقیت‌ها و پیشرفت‌های گوناگون است، زیرا منش (هابیتاس) و خصلت‌های فرهنگی در بردارنده منابعی هستند که می‌تواند سودهای زیادی به همراه داشته باشد (وینینگر و لارن، 2007). سرمایه فرهنگی در برگیرنده تمایلات پایدار فرد و گرایش‌ها و عاداتی است که طی فرآیند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و شامل کالاهای فرهنگی، مهارت‌ها و انواع دانش مشروعه است (بوردیو، 1986: 47). در نظریه بوردیو سرمایه فرهنگی دارای سه شکل است:

1. سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته<sup>6</sup> (درونی شده): این سرمایه به واسطه تلاش، تجربه و استعداد فرد حاصل می‌شود و با مرگ دارنده آن از بین می‌رود و نمی‌توان آن را به دیگران انتقال داد. به بیان دیگر، سرمایه فرهنگی در شکل تجسم‌یافته‌اش صورتی از قابلیت یا توانایی‌هایی را به خود می‌گیرد که نمی‌توان آن را از حامل‌اش جدا نمود. در واقع کسب سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته نیازمند صرف وقت

۱. David Chaney

۲. Lifestyles

۳. surfaces

۴. selves

۵. sensibilities

۶. embodied cultural capital

برای آموختن یا آموزش دادن است؛ مثلاً دانشجویی که در رشته تاریخ هنر مشغول تحصیل است، توانایی‌هایی را کسب می‌نماید که شکل سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته به خود می‌گیرد.

2. سرمایه فرهنگی عینی‌یافته<sup>1</sup>: این سرمایه از آشکارترین نوع سرمایه فرهنگی است که افراد جامعه می‌توانند از آن بهره‌مند گردند و عبارت است از مجموعه میراث‌های فرهنگی‌ای مانند آثار هنری، تکنولوژی ماشینی و قوانین علمی که به صورت کتب، اسناد و اشیاء در تملک اختصاصی افراد و خانواده‌ها است. ویژگی این شکل از سرمایه فرهنگی آن است که قابلیت انتقال به دیگران را دارد.

3. سرمایه فرهنگی نهادی و ضابطه‌ای<sup>2</sup>: این شکل از سرمایه فرهنگی به مدد ضوابط اجتماعی و فراهم آوردن عناوین معتبر، برای افراد موقعیت کسب می‌کند؛ مانند مدرک تحصیلی و تصدیق حرفه کار. این سرمایه قابل واگذاری نیست و به دست آوردن آن به شرایط معینی بستگی دارد (بورديو، 1986: 47).

کسب و حفظ سرمایه فرهنگی کارکردها و مزایای فراوانی در زندگی اجتماعی دارد. کسب مشروعیت از طریق بقیه سرمایه‌ها منوط به تبدیل شدن آن‌ها به سرمایه فرهنگی است. کسی که به واسطه سرمایه فرهنگی منزلت دارد می‌تواند روایت خود از دنیای اجتماعی را بر دیگران تحمیل کند. بورديو مدعی است نقشی را که بُعد نهادی سرمایه فرهنگی ایفا می‌کند مشابه نقشی است که پول در سرمایه اقتصادی ایفا می‌کند (وینینگر و لارن، 2005: 2). بدین ترتیب، سرمایه فرهنگی و تمایزهای اجتماعی واجد پیوندی دیالکتیکی هستند: سرمایه فرهنگی موجب تفاوت است و به دایمی کردن تفکیک‌ها، شکاف‌ها و نابرابری‌های اجتماعی کمک می‌کند (ممتاز، 1383: 17). سرمایه فرهنگی سه منشاء دارد: تربیت خانوادگی، آموزش‌های رسمی و فرهنگ شغلی. انباشت سرمایه فرهنگی از طریق این سه منبع سبب بروز تفاوت‌هایی در میان دارندگان آن و کسانی که فاقدش هستند، می‌شود (فاضلی، 1382: 39). البته پورتنس معتقد است که می‌توان سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته را از طریق ارتباط با کارشناسان و متخصصان افزایش داد (استافورد، 2004: 3). ویژگی بارز سرمایه فرهنگی بورديو تحلیل سازوکارهای موفقیت تحصیلی بر حسب حجم برخورداری گروه‌ها و طبقات اجتماعی از این سرمایه است. در متن تعامل دیالکتیکی سبک زندگی و سرمایه فرهنگی، متغیر مصرف فرهنگی<sup>3</sup> نیز ذی‌مدخل است که اگرچه موضوع محوری پژوهش حاضر نیست، لازم است پیوند نظری آن با این دو مفهوم روشن شود. اهمیت این متغیر در جامعه مصرفی معاصر عمدتاً از حیث نقش مصرف کالاهای فرهنگی در برساختن هویت و معنابخشی به حیات اجتماعی انسان‌ها در متن زندگی روزمره است. به طور کلی، این موضوع در قالب سه رویکرد مطالعه شده است: در رویکرد اول مصرف بر مبنای تولید

۱. objectified cultural capital

۲. institutionalized cultural capital

۳. cultural consumption



گسترده سرمایه‌دارانه کالا قابل فهم است، یعنی مصرف تابع تقاضاهای اقتصادی است. رویکرد دوم به بررسی شیوه‌های متفاوتی می‌پردازد که افراد بر مبنای آن‌ها کالاها را به منظور ایجاد مرزها یا تمایزهای اجتماعی استفاده می‌کنند. رویکرد سوم لذت‌های مصرف و رؤیایها و امیال مرتبط با جهان کالاها را در کانون توجه و مطالعه قرار می‌دهد (فدرستون، 1990). جامعه‌شناسانی مانند الریخ بک، آنتونی گیدنز و زیگموند باومن نیز معتقدند که امروزه افراد با مصرف نمایی کالاها و دیگر کردارهای زندگی روزمره، که شیوه‌هایی نیز برای برقراری ارتباط با دیگران و رد و بدل کردن نشانه‌ها و پیام‌ها هستند، به خودشان معنا و هویت می‌بخشند. در دوران کنونی انسان‌ها ظاهرشان را دستکاری و مدیریت می‌کنند و بدین طریق هویت فردی‌شان را خلق می‌کنند. در جهانی که کالاهای بی‌شماری وجود دارد این امکان فراهم می‌شود که هویت بیش از همیشه موضوع انتخاب فردی خود-انگاره باشد و لذا نوع کالاهای فرهنگی و نحوه مصرف آن‌ها نقش عمده‌ای در برساختن هویت و معنابخشی به زندگی دارد (وارد، 1994؛ گودمن، 2004). این نحوه استفاده از کالاها برای بیان هویت اجتماعی و متمایز شدن از دیگران، در جهانی که مرزهای اجتماعی و مرزبندی‌های مبتنی بر طبقه ضعیف شده‌اند، به یکی از پدیده‌های اجتماعی- فرهنگی عمده برای مطالعه در حوزه‌هایی مثل جامعه‌شناسی مصرف و جامعه‌شناسی فرهنگ بدل شده است. به طور خلاصه، همان طور که استوری (1999) گفته است مصرف فرهنگی فعالیت اجتماعی و کرداری روزمره است. به واسطه همین کردارهایی که مصرف فرهنگی نام گرفته‌اند فرهنگ تولید یا بارور می‌شود. مصرف فرهنگی سبک زندگی افراد را شکل می‌دهد، نیازها و تمایلات آن‌ها را سامان می‌دهد، مواد لازم برای تولید تخیلات و رؤیای‌هایشان فراهم می‌کند، نشان‌دهنده تفاوت‌ها و تمایزات اجتماعی است و بیانگر تولیدات ثانویه ما در به‌کارگیری ابزارهای موجود است (به نقل از کاظمی، 1384: 74).

آنچه از آرای متفکران فوق جهت مفهوم‌پردازی رابطه دوسویه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی می‌توان استنتاج کرد در قالب گزاره‌هایی چند قابل صورت‌بندی است، گزاره‌هایی که به شکلی بهم‌بافته و همچون اجزای یک کل نظری بر تعامل دیالکتیکی این دو پدیده دلالت دارند. باید متذکر شد که در اینجا وجه «تنوع‌پذیری و تمایزپذیری سبک‌های زندگی به فراخور نوع و میزان سرمایه فرهنگی» از این دیالکتیک مدنظر است. نخستین گزاره این است که محوریت یافتن هر دو پدیده در نیمه دوم سده بیستم و بر اثر وقوع تحولات اجتماعی- فرهنگی تقریباً مشابهی اتفاق افتاده است. همین زمینه‌های عینی تقریباً همسان به‌وجودآورنده این دو پدیده، عمده‌ترین عامل به‌هم‌بافتگی و درهم‌تنیدگی-شان است. گزاره نظری دیگر این است که کاهش یا افزایش سرمایه فرهنگی افراد، خانواده‌ها و گروه‌ها یک پدیده اجتماعی عینی و مستقل است که نقشی اساسی در تغییر و تمایزپذیری سبک‌های زندگی آن‌ها دارد. به بیان دیگر، اینجا با یک دور یا تسلسل مواجه نیستیم، بلکه درهم‌بافتگی این دو پدیده در عین استقلال روش‌شناختی آن‌هاست. افراد و گروه‌ها به طور ناپکسان به اشکال متفاوت سرمایه

فرهنگی (تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادی) دسترسی دارند و همین امر در متمایز شدن سبک زندگی آن‌ها مؤثر است. دست آخر این که همه نظریه‌پردازان فوق اتفاق نظر دارند که برای تبیین سازوکارها و روندهای مؤثر جامعه مصرفی و پیچیده عینیت‌یافته در مدرنیته متأخر، راهی جز توسل به این مفاهیم تبیینی جامعه‌شناختی نداریم. به بیان دیگر، دیگر نمی‌توان با استناد به مقولات کلی چون تضاد طبقاتی، صنعت فرهنگ‌سازی، آگاهی‌بخش، دوگرایی سنت / مدرنیته و جز آن به درک این جامعه نایل آمد. بر این اساس، پژوهش حاضر با تکیه بر مبانی نظری پیش‌گفته در صدد آزمون فرضیه‌های زیر است.

- بین سرمایه فرهنگی نهادی و سبک زندگی رابطه وجود دارد.
- بین سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و سبک زندگی رابطه وجود دارد.
- بین سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و سبک زندگی رابطه وجود دارد.
- بین مقیاس کلی سرمایه فرهنگی و سبک زندگی رابطه وجود دارد (سبک زندگی طبقه متوسط به تناسب نوع و میزان سرمایه فرهنگی تمایز می‌پذیرد).
- بین متغیرهای زمینه‌ای (ویژگی‌های اجتماعی-جمعیتی) از جمله جنس، سن، وضع تأهل و تحصیلات و سبک زندگی رابطه وجود دارد.

### روش مطالعه

این پژوهش به لحاظ روش‌شناختی از رویکردی کمی بهره می‌برد و با توجه به ماهیت طرح روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایش است. جهت اندازه‌گیری و جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از تکنیک پرسش‌نامه (پرس و جوی کتبی) و با مراجعه مستقیم به شهروندان سنجی استفاده شده است. با توجه به این که در این پژوهش تمامی متغیرهای مورد بررسی در سطح فرد تحلیل شده‌اند و نتایج نیز در همین سطح توصیف، مقایسه و تحلیل شده است، واحد تحلیل آن «فرد» است. در مرحله آنالیز کمی داده‌ها، ابتدا با استفاده از نرم افزار آماری IBM SPSS، ورود داده‌ها انجام شده و بعد از انجام آزمون‌های آماری، رابطه بین متغیرهای پژوهش مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. از حیث اندازه‌گیری، جهت ساختن شاخص‌هایی که تا حد امکان بتوانند متغیرهای مورد بررسی را اندازه بگیرند، علاوه بر مشاوره با برخی از صاحب‌نظران و پژوهش‌گران (تأمین نوعی اعتبار صوری)، از پژوهش‌های نظری و تجربی پیشین نیز بهره گرفته شده است. افزون بر این، جهت ارزیابی روایی وسیله اندازه‌گیری تحقیق در مرحله اول پیش‌آزمون به عمل آمد. به این ترتیب که پرسش‌نامه طراحی شده در میان 30 نفر از زنان و مردان (حدود 10 درصد کل پاسخ‌گویان) توزیع گردید و پس از گردآوری داده‌ها با استفاده از نرم افزار فوق‌الذکر میزان سازگاری درونی (به روش ضریب آلفای

کرونباخ) گویه‌ها محاسبه شد که جزئیات آن در جدول 1 آمده است. به علاوه، در این مطالعه به منظور بررسی و استخراج ابعاد سازه‌ای یا عوامل زیربنایی مقیاس‌های اصلی مطالعه، یعنی سبک زندگی و سرمایه فرهنگی از آنالیز عاملی اکتشافی استفاده شده است. ابتدا باید متذکر شد که با تکیه بر مبانی نظری، دو مقوله سبک زندگی و سرمایه فرهنگی این‌گونه تعریف شده‌اند: سبک زندگی دربرگیرنده الگوهای روابط اجتماعی، فعالیت‌های فراغت، الگوهای خرید، مصرف فرهنگی، شیوه‌های مدیریت بدن، رفتارهای خانوادگی، دکوراسیون منزل و مد است و نگرش‌ها و ارزش‌ها و جهان‌نگری افراد را منعکس می‌کند. به بیان دیگر، سبک‌های زندگی کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند، کردارهایی که بازنامگر هویت‌های فردی، گروهی و اجتماعی‌اند. مطالعه سبک زندگی عبارت است از تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگوهای کنش که افراد آن‌ها را انتخاب کرده و کنش‌شان در زندگی روزمره به واسطه آن‌ها هدایت می‌شود. سرمایه فرهنگی نیز در برگزیده تمایلات پایدار فرد و گرایش‌ها و عاداتی است که طی فرآیند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و شامل کالاهای فرهنگی، مهارت‌ها و انواع دانش مشروعه است. این نوع سرمایه دارای سه شکل تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادی است. به این ترتیب با توجه به مبانی نظری و تحقیقات پیشین 30 گویه برای سنجش مقیاس سبک زندگی در نظر گرفته شد. بر پایه نتایج آنالیز عاملی مقیاس سبک زندگی دارای سه بعد یا عامل زیربنایی است که به ترتیب با عناوین سبک زندگی شخصی، سبک زندگی فعالیتی شخصی و سبک زندگی فراغتی نام‌گذاری شدند (م. ک. جدول 2).

جدول شماره 1. میزان روایی شاخص‌ها/مقیاس‌های اصلی تحقیق در مرحله پیش‌آزمون

نام متغیر/شاخص	تعداد گویه	نمونه‌ها/مشاهدات	ضریب آلفای کرونباخ	وضعیت روایی
سبک زندگی	30	29	0/833	بسیار خوب
سرمایه فرهنگی	25	24	0/781	بسیار خوب
سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته	9	9	0/910	بسیار خوب

به دلیل آن‌که سرمایه فرهنگی نهادی و سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته در این تحقیق دارای سطح ترتیبی دو وجهی هستند، مورد تحلیل عاملی قرار نمی‌گیرند، زیرا یکی از شروط تحلیل عاملی آن است که متغیرهای ورودی دارای سطح اندازه‌گیری فاصله‌ای یا نهایتاً ترتیبی چندحالتی باشند

جدول شماره 2. نتایج آنالیز تحلیل عاملی مفهوم سبک زندگی

نام عامل‌ها	بارهای عاملی			گویه	ردیف
	3	2	1		
سبک زندگی شخصی			0/582	خرید لباس با توجه به موازین اسلامی	1
			0/652	خرید لباس با توجه به مد	2
			0/551	خرید لباس با توجه به نظر شخصی	3
			0/594	خرید لباس با توجه به نظر دوستان	4
			0/657	خرید لباس با توجه به قیمت بالا	5
			0/547	خرید لباس با توجه به زیبایی	6
			0/423	خرید لباس با توجه به دوام	7
			0/511	خرید لباس با توجه به مارک	8
			0/456	آرایش مو و صورت	9
			0/631	آرایش ناخن	10
			0/589	استفاده از ادکلن	11
			0/498	جراحی صورت و زیبایی	12
			0/547	رژیم غذایی	13
			0/513	پوشیدن لباس‌های مانکن و جین	14
سبک زندگی فعالیت شخصی		0/675		علاقمندی به مطالعه	15
		0/385		علاقمندی به بازیگران ایرانی	16
		0/456		علاقمندی به بازیگران خارجی	17
		0/42		استفاده از میز غذاخوری	18
		0/76		استفاده از ماهواره	19
		0/614		داشتن اتومبیل شخصی	20
سبک زندگی فراغتی	0/537			گوش دادن به موسیقی و رادیو	21
	0/459			چت کردن	22
	0/567			سینما رفتن	23
	0/612			پارک رفتن	24
	0/468			ورزش کردن	25
	0/479			انجام فعالیت هنری	26
	0/75			رفتن به کافی شاپ	27
	0/63			کمک در کارهای خانه	28
	0/542			فیلم نگاه کردن	29
	0/487			مطالعه کردن	30

(غیاثوند، 1387: 228). به همین دلیل فقط سرمایه فرهنگی تجسم یافته که دارای 9 گویه است وارد آنالیز شده است. بر پایه نتایج آنالیز عاملی سرمایه فرهنگی تجسم یافته دارای یک عامل است که با همین عنوان نام گذاری شد. یعنی، در این مطالعه سرمایه فرهنگی تجسم یافته یک خرده مقیاس تک بعدی است (م. ک. جدول 3).

جدول شماره 3. نتایج آنالیز عاملی مفهوم سرمایه فرهنگی تجسم یافته

نام عاملها	بارهای عاملی			گویه	ردیف
	3	2	1		
سرمایه فرهنگی تجسم یافته			0/652	مهارت هنری (نقاشی و عکاسی)	1
			0/489	مهارت فنی (کامپیوتر)	2
			0/543	مهارت ورزشی	3
			0/614	مهارت در زبان های خارجی	4
			0/562	مهارت در زمینه موسیقی	5
			0/573	آشنایی با شاعران و هنرمندان	6
			0/635	آشنایی با دانشمندان و بزرگان عرصه علم	7
			0/574	توانایی بیان (قدرت سخنرانی)	8
			0/649	گنجینه لغات	9

جامعه آماری این مطالعه شهروندان طبقه متوسط شهر سنج است که نمونه ای بر اساس قشرهای درونی آن مثل فرهنگیان، کارمندان، پزشکان و مغازه داران انتخاب شده اند. در این پژوهش از نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شده است که در آن عناصر جمعیت بر اساس خصوصیات مشخصی شناسایی می شوند. به بیان دیگر، خوشه واحدی است که حاوی جمعی از عناصر جمعیت است. نمونه گیری خوشه ای عمدتاً هنگامی مورد استفاده قرار می گیرد که فهرست کردن همه عناصر غیر ممکن یا بسیار دشوار باشد. این نمونه گیری در هر انتخاب بیش از یک عنصر جمعیتی را انتخاب می کند، برای مثال یک کلاس از دانشجویان، یک حومه شهری، یک خیابان یا بلوکی از ساکنان شهری، یک سال از انتشارات یک روزنامه یا یک ماه از تقاضانامه های شهروندی. آنچه در اینجا اهمیت دارد فضای اجتماعی است که در این تحقیق از لایه ها و اقشار درونی طبقه متوسط تشکیل شده است. این قشرها بر اساس شغل آنها مشخص شده اند، سپس در هر کدام از فضاهای این مشاغل به شیوه تصادفی در میان این جمعیت های شغلی به گردآوری داده ها پرداخته ایم و در درون این فضاها به شیوه

تصادفی غیرسیستماتیک در جستجوی افراد بوده‌ایم. بدین ترتیب 320 پرسش‌نامه را در این فضاها تکمیل شده است.

## یافته‌ها و نتایج پژوهش

### نتایج پردازش‌های توصیفی یک‌متغیره

**توصیف متغیرهای زمینه‌ای:** در این تحقیق علاوه بر تلاش برای تبیین رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی، سعی شده است تا تمایزپذیری و تغییر مقوله سبک زندگی در ارتباط با یک‌سری متغیرهای زمینه‌ای مثل جنسیت، سن، وضع تأهل و تحصیلات تبیین گردد. بر این اساس، در جدول 4 وضعیت پاسخ‌گویان تحقیق از حیث این چهار متغیر زمینه‌ای توصیف شده است. نتایج جدول 4 بیانگر آن است که از لحاظ جنسیت 55/8 درصد پاسخ‌گویان مرد و 44/2 درصد زن هستند. از نظر سنی بیشترین فراوانی گروه‌های سنی پاسخ‌گویان مربوط به گروه سنی 26 تا 35 ساله است که بیش از 40 درصد پاسخ‌گویان را شامل می‌شود. همچنین کمترین گروه سنی نیز با فراوانی 1/3 درصد یعنی تنها 4 نفر مربوط به پاسخ‌گویانی است که بالاتر از 55 سال سن داشته‌اند. بر اساس درصد فراوانی تجمعی می‌توان گفت بیش از 92/7 درصد پاسخ‌گویان کمتر از 45 سال سن داشته‌اند. همچنین آماره‌های توصیفی مربوط به متغیر تأهل بیانگر آن است که 48/3 درصد پاسخ‌گویان را افراد مجرد و بیش از 50 درصد را افراد متأهل تشکیل می‌دهند. در رابطه با وضعیت تحصیلی نیز بیشترین فراوانی پاسخ‌گویان از لحاظ میزان تحصیلات مربوط به گروهی است که دارای مدرک فوق دیپلم و لیسانس بوده‌اند که شامل 206 نفر یعنی 64/6 درصد پاسخ‌گویان است و کمترین میزان تحصیلات نیز مربوط به کسانی است که اظهار داشته‌اند میزان تحصیلات‌شان ابتدایی و راهنمایی است (1/3 درصد). بر اساس یافته‌های فراوانی تجمعی بدست آمده 92/8 درصد پاسخ‌گویان میزان تحصیلات‌شان پایین‌تر از لیسانس است.

**توصیف متغیرهای اصلی مطالعه تحقیق:** گام دوم برای کسب شناختی توصیفی از جمعیت مورد مطالعه، توصیف نحوه توزیع سرمایه فرهنگی در میان آن‌ها، یا در واقع، توصیف میزان دسترسی‌شان با اشکال متفاوت این نوع سرمایه است. نتایج جدول 5 نشان می‌دهد که در میان جمعیت نمونه مورد بررسی 15/3 درصد دارای سرمایه فرهنگی پایین، 31/5 درصد دارای سرمایه فرهنگی متوسط و 53/2 درصد دارای سرمایه فرهنگی بالا هستند.

جدول شماره 4. توزیع فراوانی و آماره‌های توصیفی متغیرهای زمینه‌ای مطالعه

متغیر	مقوله	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
جنسیت	زن	141	44/2	44/2
	مرد	178	55/8	100
سن	15 تا 25 ساله	122	38/2	38/2
	26 تا 35 ساله	128	40/1	79/1
	36 تا 45 ساله	43	13/5	92/7
	46 تا 55 ساله	19	6	98/7
	55 ساله به بالا	4	1/3	100
وضع تأهل	مجرد	154	48/3	48/3
	متاهل	160	50/2	98/5
	سایر	5	1/5	100
تحصیلات	ابتدایی	1	0/3	0/3
	راهنمایی	3	0/9	1/2
	متوسطه و دیپلم	86	27	28/2
	فوق دیپلم و لیسانس	206	64/6	92/8
	فوق لیسانس و بالاتر	23	7/2	100

جدول شماره 5. توزیع فراوانی متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی)

سطوح سرمایه فرهنگی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
پایین	48	15/3	15/3
متوسط	99	31/5	46/8
بالا	173	53/2	100

قدم بعدی عبارت بود از ارائه توصیفی دقیق از وضعیت درجه تمایز و تنوع سبک زندگی در میان پاسخ‌گویان. در اینجا یافته‌های توصیفی به گونه‌ای بود که می‌شد این تمایز و تنوع را ذیل سه گونه ساده، متوسط و پیچیده طبقه‌بندی نمود. بدین معنا که پاسخ‌گویانی که سبک زندگی‌شان از عناصر منسجم و یکدست و نخ‌نما تشکیل می‌شد دارای سبک زندگی ساده بودند و هر اندازه بر درهم‌بافتگی و

چندگونگی این عناصر افزوده می‌شد سبک زندگی آن‌ها نیز به سوی پیچیدگی بیشتر سیر می‌نمود. اطلاعات مربوط به متغیر وابسته بیانگر آن است که در میان جمعیت نمونه مورد بررسی 17/2 درصد از پاسخ‌گویان دارای سبک زندگی ساده، 23/7 درصد دارای سبک زندگی متوسط و 59/1 درصد دارای سبک زندگی پیچیده‌تری هستند (جدول شماره 6).

جدول شماره 6. توزیع فراوانی متغیر وابسته (سبک زندگی)

سطح سبک زندگی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
ساده	54	17/2	17/2
متوسط	74	23/7	40/9
پیچیده	192	59/1	100

### نتایج پردازش‌های دومتغیره توصیفی و استنباطی

در این قسمت از مقاله نتایج پردازش‌های دومتغیره و مرتبط با آزمون فرضیه‌های تحقیق با استفاده از روش‌های آماری متناسب به ترتیب فرضیه‌ها ارائه می‌گردد.

**سرمایه فرهنگی نهادی و سبک زندگی:** از آنجا که سرمایه فرهنگی نهادی دارای سطح ترتیبی است و سبک زندگی دارای سطح فاصله‌ای است، برای سنجش شدت رابطه آن‌ها از آزمون همبستگی اسپیرمن ( $r_s$ ) استفاده شده است. بر اساس نتایج بدست آمده، سبک زندگی با سرمایه فرهنگی نهادی دارای رابطه معنی‌دار و مثبت است، یعنی با افزایش سرمایه فرهنگی نهادی، سبک زندگی پیچیده‌تر می‌گردد، اما شدت همبستگی بین این متغیرها در سطحی ضعیف است و این شدت رابطه برابر با (0/206) می‌باشد.

**سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و سبک زندگی:** نتایج آزمون همبستگی بین سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و سبک زندگی نیز بیانگر آن است که سبک زندگی با سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته دارای رابطه معنادار و مثبت است. به بیان دیگر، به موازات افزایش سرمایه فرهنگی، سبک زندگی پیچیده‌تر می‌گردد، اما شدت همبستگی بین این متغیرها در سطحی ضعیف است و این شدت همبستگی برابر با (0/258) می‌باشد.

**سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و سبک زندگی:** در خصوص رابطه سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و سبک زندگی باید گفت که ساخت این متغیرها از جمع‌بندی پاسخ به سؤالات طیف لیکرت به دست آمده است. بنابراین، این متغیرها را می‌توان در سطح اندازه‌گیری فاصله‌ای تلقی کرد و یا آن‌ها را شبه-



فاصله‌ای نامید (ساعی، 1387: 88). لذا مفیدتر است برای ارزیابی رابطه این متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی ساده استفاده کرد. البته برای ارزیابی رابطه بین دو متغیر استفاده از ضریب همبستگی کافی است، اما برای محاسبه ضریب تعیین ( $R^2$ ) که توضیح و توجیه مناسب‌تری را از رابطه میان دو متغیر ارائه می‌دهد، تحلیل رگرسیون خطی ساده مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر اساس جدول 7، نتایج همبستگی میان دو متغیر سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و سبک زندگی نشان می‌دهد که سطح معناداری کمتر از (0/05) و ضریب همبستگی برابر با (0/301) است که بیانگر همبستگی مثبت و شدت رابطه نسبتاً متوسط بین این دو متغیر است. بنابراین رابطه خطی مثبت بین این دو متغیر تأیید می‌گردد، یعنی با افزایش سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، سبک زندگی افراد پیچیده‌تر و بهتر می‌گردد. همچنین با توجه به ضریب تعیین نیز می‌توان گفت حدود (0/09) از اطلاعات سبک زندگی در سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته نهفته است، یعنی شاخص سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته به تنهایی، البته بدون کنترل سایر متغیرها، حدود 9 درصد از تغییرات شاخص سبک زندگی را تبیین می‌کند.

**سرمایه فرهنگی (شاخص کلی) و سبک زندگی:** نتایج همبستگی میان دو متغیر سرمایه فرهنگی و سبک زندگی نشان می‌دهد که سطح معناداری کمتر از (0/05) و ضریب همبستگی برابر با (0/371) است که بیانگر همبستگی مثبت و شدت رابطه متوسط بین این دو متغیر است. بنابراین رابطه خطی مثبت بین این دو متغیر تأیید می‌گردد، یعنی با افزایش سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، سبک زندگی افراد پیچیده‌تر و بهتر می‌گردد. همچنین با توجه به ضریب تعیین نیز می‌توان گفت حدود (0/13) از اطلاعات سبک زندگی در سرمایه فرهنگی (کلی) نهفته است، یعنی شاخص سرمایه فرهنگی به تنهایی، البته بدون کنترل کردن سایر متغیرها، حدود 13 درصد از تغییرات شاخص سبک زندگی را تبیین می‌کند.

جدول شماره 7. ماتریس همبستگی شاخص کلی سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با شاخص سبک زندگی

شاخص‌ها/ مقیاس‌ها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون فرضیه
سرمایه فرهنگی نهادی	0/206	0/000	رد فرضیه صفر
سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته	0/258	0/000	رد فرضیه صفر
سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته	0/301	0/000	رد فرضیه صفر
سرمایه فرهنگی کل	0/371	0/000	رد فرضیه صفر

در این‌جا پس از تبیین رابطه سبک زندگی با اشکال سرمایه فرهنگی، نوبت آن است تا رابطه سبک زندگی با متغیرهای زمینه‌ای تبیین گردد و نتایج یافته‌ها نیز تفسیر شود. رابطه متغیرهای

زمینه‌ای تحقیق با متغیر وابسته (سبک زندگی) نشان می‌دهد که تمامی متغیرهای زمینه‌ای مورد نظر این مطالعه به نحوی با متغیر سبک زندگی رابطه دارند.

**سبک زندگی به تفکیک جنس:** نخستین متغیر زمینه‌ای که بسیار هم اساسی و تبیین‌گر است، جنسیت است. جدول 8 نتایج آزمون تفاوت میانگین سبک زندگی در بین پاسخ‌گویان زن و مرد را نشان داده است. بر اساس جدول، بین میانگین سبک زندگی پاسخ‌گویان مرد و پاسخ‌گویان زن تفاوت آماری معنی‌داری وجود دارد و این تفاوت معنی‌دار ( $Sig = 0/019$ ) است. به طوری که، میانگین سبک زندگی در بین مردان طبقه متوسط ( $87/04$ ) بیشتر از میانگین سبک زندگی در بین زنان طبقه متوسط ( $84/42$ ) بیش‌تر می‌باشد. بنابراین تفاوت‌های مشاهده شده بر اساس آزمون  $t$  و سطح معناداری نشان می‌دهد که میان سبک زندگی افراد طبقه متوسط با جنس آنان رابطه وجود دارد. این تفاوت عمدتاً از آنجاست که در جامعه ما نوع ارتباطی که زنان و مردان می‌توانند با عناصر و مؤلفه‌های سبک زندگی برقرار کنند، به سبب جایگاه‌های متفاوت‌شان و نیز به سبب ساختار مذکرسالار جامعه، متفاوت است.

جدول شماره 8. نتایج آزمون تفاوت میانگین گروه‌های مستقل (جنس) برای متغیر سبک زندگی

متغیر	مقوله	میانگین	t آماره	درجه آزادی	سطح معناداری آزمون
سبک زندگی	زن	84/4	2/36	1	0/019
	مرد	87/04			

**سبک زندگی بر حسب وضع تأهل شهروندان:** دیگر متغیر زمینه‌ای تأثیرگذار وضع تأهل است. با توجه به این که در جامعه ما ازدواج کردن نوعی آیین تشریف از یک شکل زندگی<sup>1</sup> به شکلی دیگر است و بسیاری از آداب و رفتار و نوع همبستگی فرد با جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد، این متغیر نقشی اساسی در نوع ارتباط افراد با مؤلفه‌های سبک زندگی دارد. جدول 9 نتایج آزمون تفاوت میانگین سبک زندگی در بین پاسخ‌گویان مجرد و متأهل را نشان داده است. بر اساس یافته‌های جدول می‌توان گفت که بین میانگین سبک زندگی پاسخ‌گویان مجرد و میانگین سبک زندگی پاسخ‌گویان متأهل تفاوت وجود دارد و این تفاوت معنی‌دار ( $Sig = 00/0$ ) است. به طوری که، میانگین سبک زندگی در بین افراد مجرد طبقه متوسط ( $89/89$ ) بیشتر از میانگین سبک زندگی افراد متأهل طبقه متوسط ( $82/62$ ) می‌باشد.

1. life form

جدول شماره 9. آزمون تفاوت میانگین گروه‌های مستقل (وضع تأهل) برای متغیر سبک زندگی

متغیر	مقوله	میانگین	t آماره	درجه آزادی	سطح معناداری آزمون
سبک زندگی	مجرد	89/89	7/160	1	0/000
	متاهل	82/62			

**سبک زندگی و میزان تحصیلات:** تحصیلات نیز از جمله تأثیرگذارترین متغیرها در انتخاب سبک زندگی است و معمولاً انتظار می‌رود که با افزایش سطح تحصیلات افراد، سبک زندگی آنان نیز پیچیده‌تر شود. این پژوهش نیز همین را نشان می‌دهد. برای سنجش رابطه این متغیر با متغیر سبک زندگی ابتدا باید متذکر شد که از آنجا که متغیر تحصیلات دارای سطح ترتیبی و متغیر سبک زندگی و اشکال آن دارای سطح فاصله‌ای است، از ضریب همبستگی اسپیرمن برای مطالعه شدت رابطه آن‌ها استفاده شده است. مطابق با نتایج جدول شماره 10 سطح معناداری ضریب همبستگی اسپیرمن بیانگر رابطه خطی مثبت و شدت همبستگی متوسط بین دو متغیر است. به عبارت دیگر، با توجه به سطح معنی‌داری ( $Sig < 0/05$ )، رابطه معناداری در سطح 0/000 بین دو متغیر مشاهده می‌گردد. یعنی با اطمینان 99 درصد می‌توان گفت بین دو متغیر ارتباط معنادار وجود دارد و این مقدار همبستگی در سطح نسبتاً متوسط (0/311) است. یعنی، تقریباً با افزایش میزان تحصیلات، میزان سبک زندگی افراد نیز بهتر و پیچیده‌تر می‌گردد.

**سبک زندگی و سن:** جدول 10 همچنین نتایج آزمون ضریب همبستگی بین سن و سبک زندگی پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌گردد آزمون ضریب همبستگی بین سن و سبک زندگی پاسخ‌گویان حاکی از آن است که سطح معناداری مورد قبول ( $Sig < 0/05$ ) و شدت همبستگی (-0/265) است، یعنی با اطمینان 99 درصد می‌توان گفت بین دو متغیر ارتباط معنادار اما معکوس وجود دارد و این مقدار همبستگی در سطح نسبتاً متوسط (-0/265) است. یعنی با افزایش سن، احتمالاً سبک زندگی افراد ساده‌تر می‌گردد. پذیرش مؤلفه‌های سبک زندگی برای جوانان و نوجوانان معمولاً آسان‌تر است و قشر بزرگسال اساساً موانع فکری و عرفی بیشتری در راه پذیرش این مؤلفه‌ها پیش روی خود می‌بینند.

جدول شماره 10. ماتریس همبستگی متغیرهای تحصیلات و سن با شاخص سبک زندگی

متغیرها/ مقیاس‌ها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون فرضیه
میزان تحصیلات	0/311	0/000	رد فرضیه صفر
سن	-0/265	0/000	رد فرضیه صفر

## بحث و نتیجه‌گیری

تلاش این مقاله در جهت تبیین مناسبات بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی بود. بر مبنای چارچوب نظری و مفهومی این مطالعه، سبک زندگی نقش عمده‌ای در برساخت هویت‌های فردی و دسته‌جمعی، شکل‌دهی به الگوی انتخاب‌های رفتاری فرد (گیدنز، 1382)، خلق هویت‌های سیاسی (روبرتز و فاگان، 1999) و نگرش افراد درباره مصرف و سرمایه فرهنگی دارد. افزون بر این، هر سبک زندگی به فراخور نوع و میزان خاصی از سرمایه فرهنگی شکل می‌گیرد. سرمایه فرهنگی شامل سلیقه‌های خوب، راه و رسم پسندیده، پیچیدگی شناختی، و توانایی پذیرش محصولات فرهنگی مشروع از قبیل هنر، موسیقی کلاسیک، تئاتر، ادبیات و تسلط یافتن بر هر نوع نظام نمادین است. این مصادیق سرمایه فرهنگی، خود، بخشی از عوامل برساننده سبک زندگی‌اند. بر این اساس، دو پدیده سبک زندگی و سرمایه فرهنگی به هم پیوند خورده‌اند. در این مطالعه تلاش شد این رابطه، با در نظر گرفتن نقش متغیرهای زمینه‌ای تحلیل گردد.

نتایج این مطالعه بیانگر آن بود که فرضیه‌های اصلی تأیید گردیدند و تأیید شد که بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی و اشکال آن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به بیان دیگر، با افزایش سرمایه فرهنگی، سبک زندگی افراد پیچیده‌تر و بهتر می‌گردد. بنابراین سبک زندگی طبقه متوسط به تناسب نوع و میزان سرمایه فرهنگی تمایز می‌پذیرد و این دو در تعاملی دیالکتیکی به همدیگر گره خورده‌اند. یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهد که در بین اشکال سرمایه فرهنگی، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته دارای بیشترین رابطه با سبک زندگی است. این بدین معنا است که اشکال سرمایه فرهنگی در ترکیبی هماهنگ به سبک زندگی پیوند خورده‌اند و بر آن تأثیر می‌گذارند. این امر در نهایت منجر به بازتولید وضع موجود می‌شود. چنین نتیجه‌ای مؤید نظریه بورديو است. در سراسر نظریه بورديو رابطه‌ای دیالکتیکی میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی وجود دارد، زیرا بورديو بر این باور است که افراد در میدان‌های اجتماعی برای کسب اشکال سرمایه به رقابت با همدیگر می‌پردازند و از آنجا که این اشکال سرمایه قابل تبدیل به همدیگر هستند با کسب یکی از اشکال سرمایه (به ویژه سرمایه فرهنگی نهادی) می‌توانند به سایر اشکال سرمایه نیز دست یابند و افزایش سرمایه سبب پیچیده شدن سبک زندگی، بازتولید جایگاه طبقاتی افراد و تداوم نابرابری‌های اجتماعی و در نهایت حفظ وضعیت موجود می‌شود. بدین ترتیب، این رابطه نیز که فرایندهای هویت‌یابی و معناسازی در میان گونه‌های مختلف سبک زندگی معمولاً به میانجی نوع و میزان سرمایه فرهنگی شکل می‌گیرند، تأیید می‌گردد. لایه‌های مختلف طبقه متوسط شهر سنج با تکیه بر شگردهای هویت‌سازی و معنابخشی می‌کوشند سبک زندگی متمایزی برای خود فراهم سازند. از سوی دیگر، سرمایه فرهنگی و سبک زندگی متفاوت طبقه متوسط امکان متمایز ساختن افراد این طبقه با سایر طبقات جامعه (از

جمله طبقات پایین) را می‌دهد. به بیان دیگر، افراد طبقه متوسط از طریق و افزایش سرمایه فرهنگی و سبک زندگی متفاوت اقدام به برساختن هویتی متمایز می‌کنند. و بدین طریق وضع موجود و نابرابری-های اجتماعی بازتولید می‌گردد.

نتایج دیگر تحقیق بیانگر آن است که در خصوص سرمایه فرهنگی و سبک زندگی طبقه متوسط نوظهور شهر سنندج، در میان متغیرهای زمینه‌ای، متغیر جنس و متغیر میزان تحصیلات نقشی اساسی در فراهم ساختن زمینه بر خورداری از سبک زندگی و نوع و میزان مصرف فرهنگی دارد. در فضای اجتماعی و نمادینی که طبقه متوسط نوظهور در آن می‌زید موفقیت تحصیلی، طی کردن مدارج ترقی آکادمیک، کسب مهارت‌ها و توانایی‌های فنی یکی از عمده‌ترین راه‌های تحرک اجتماعی است. از آن سو نیز عواملی که موفقیت تحصیلی را تبیین می‌کنند بیشتر به سبک زندگی مرتبطاند تا به پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده. به طور کلی تحصیلات یکی از عوامل اصلی ایجاد «تمایز» است. از طرف دیگر، سرمایه نهادی در پیوندی دیالکتیکی و درونی با سرمایه اقتصادی قرار دارد. ترکیب بندی سرمایه فرهنگی نهادی - سرمایه اقتصادی سایر سرمایه‌های فرهنگی و در نتیجه سبک زندگی را تعیین می‌کند. سرمایه فرهنگی نهادی میزان، شکل و حجم دیگر سرمایه‌های فرهنگی یعنی سرمایه تجسم-یافته و عینیت یافته را تعیین می‌کند. این گزاره نظری در باب چگونگی شکل گیری طبقه متوسط در سنندج به ما خواهد گفت که این طبقه ماهیتی دولتی - خدماتی دارد. متغیر سن نوظهور بودن طبقه متوسط شهر سنندج را تبیین می‌کند. سن و نسل در پیوندی درونی با سرمایه فرهنگی نهادی قرار دارند. به همین دلیل در میان این طبقه سرمایه فرهنگی نهادی چیزی بیش از سرمایه فرهنگی نهادی است. سرمایه فرهنگی نهادی و دگرگونی نسلی ارتباطی دوسویه و دیالکتیکی دارند. به علاوه، این دو متغیر در پیوندی درونی با سرمایه اقتصادی، در مقام نوعی ترکیب بندی، عامل اصلی تمایز قشرهای درونی طبقه متوسط هستند. به بیان دیگر، پدید آمدن سبک‌های زندگی متنوع در میان طبقه متوسط را این متغیرها ممکن ساخته‌اند.

واپسین سخن این که طبقه متوسط نوظهور شهر سنندج ماهیتی دولتی - خدماتی دارد. این طبقه یکدست و همگون نبوده و در درون خود لایه‌های متفاوتی، با سبک‌های زندگی مختلف، پرورش داده است. اگر این گزاره نظری را مبنا قرار دهیم که هر نوع سبک زندگی بر اساس رابطه‌ای دیالکتیکی با مصرف و سرمایه فرهنگی سامان می‌یابد، می‌توان گفت که عمده‌ترین عامل تمایزبخش این طبقه از طبقه متوسط قدیم و طبقات بالا در گذشته و اکنون همین امکان دسترسی‌اش به کالاهای فرهنگی جدید و لذا افزایش سرمایه فرهنگی‌اش بوده است.

## منابع

- اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن (1381)، *از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، نامه علوم اجتماعی*، شماره 30.
- تنهایی، حسین و خرمی، شمس (1389)، *بررسی رابطه جامعه‌شناختی باورهای دینی و سبک زندگی بر اساس نظریه و روش گافمن، مجله پژوهش اجتماعی*، سال سوم، شماره ششم.
- ابراهیمی، قربانعلی و ضیاءپور، آرش (1391)، *بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن، فصل‌نامه جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیست و سوم، شماره اول.
- ابراهیمی، قربانعلی و بهنویی گدنه، عباس (1389)، *سرمایه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه دختران و پسران شهر بابلسر)*، *مجله زن در توسعه و سیاست*، دوره 8، شماره 3.
- حمیدی، نفیسه و فرجی، مهدی (1386)، *سبک زندگی و پوشش زنان در تهران، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره 1.
- خواجه نوری، بیژن، روحانی، علی و هاشمی، سمیه (1390)، *سبک زندگی و مدیریت بدن، فصل‌نامه علمی-پژوهشی جامعه‌شناسی زنان*، سال دوم، شماره چهارم، صص 21-48.
- ساعی، علی، (1387) *روش تحقیق در علوم اجتماعی*، تهران: سمت.
- سفیری، خدیجه و دیگران (1389)، *تبیین رابطه میزان سرمایه فرهنگی زنان شاغل با نوع روابط همسران در خانواده، زن در توسعه و سیاست*، دوره 8، شماره 1.
- غیاثوند، احمد (1387) *کاربرد آمار و نرم‌افزار SPSS*، تهران: نشر لویه.
- فاضلی، محمد (1382)، *مصرف و سبک زندگی*، تهران: نشر صبح صادق، چاپ اول.
- فاضلی، محمد (1386)، *تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره 1.
- فکوهی، ناصر (1386)، *خرده‌فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی، روندها و چشم اندازه‌ها، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره 1، صص 143-174.
- کاظمی، عباس (1384)، *"پرسه‌زنی در مراکز خرید"*، پایان‌نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- گیدنز، آنتونی (1382)، *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- ممتاز، فریده (1383) *معرفی طبقه از دیدگاه بورديو، پژوهشنامه علوم انسانی*، شماره بهار و تابستان.
- نیازی، محسن و کارکنان، محمد (1386)، *تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان، مطالعات ملی*، شماره 8 (2).

- Bourdieu, P (1986), *The forms of capital*, in j. G. Richardson, Handbook of Theory and Research for Sociology of Education, New York: Greenwood Press.
- Bourdieu,P.(1984),*Distinction:A social critique of the judgement of taste*,Routledge.
- Chaney, D (2002) *Lifestyles*, Taylor & Francis Routledge, London.
- Goodman, DJ. (2004), Consumption as a Social Problem, In: Ritzer, G. (ed.) *Handbook of Social Problems*, London: Sage, pp. 226-245.
- Palumets,L.(2002), *Space of lifestyles in Estonia in 1999*,pro ethnologia.
- Roberts, Kenneth & Fagan, Colette. *Young people and their leisure in former communist countries: Four theses examined*, Leisure Studies 18, 1999, pp 1-17.
- Scheys, Micheline (1987), *The power of lifestyle*, Society and Leisure 10, No. 2.
- Sobel, Michael (1981), *Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses*. Academic Press.
- Stafford, Glen (2004), *Accumulating cultural capital? Some lessons from history for understanding mainland Chinese in Australian high schools*, Center for Asian Studies, university of Adelaide.
- Warde, Alan (2002), *Theories of Practice and Consumption*, Paper for European Sociological Association, Bergen.
- Weininger, Elliot, Lareau, Annette (2007), Cultural Capital and Education, In *The Encyclopedia of Sociology*. Edited by George Ritzer, Oxford: Blackwell.