

فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی، سال اول، شماره چهارم، زمستان ۹۴، صفحات ۱۷۵-۲۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۲/۱۸

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۰۹/۲۲

مطالعه جامعه‌شناختی تأثیر سبک زندگی و سایر عوامل اجتماعی بر سرمایه فرهنگی (مطالعه موردی جوانان ۲۰ تا ۳۴ ساله شهر ارومیه)

محمد حسن شربتیان^۱

زهرا اسکندری^۲

پویا طوافی^۳

چکیده

سرمایه فرهنگی، قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و در برابر گیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در افراد بر اساس سه بعد (ذهنی، عینی، نهادی) اباشتنه می‌گردد. هدف مقاله حاضر سنجش میزان بهره مندی جوانان ارومیه از سرمایه فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن است. چارچوب نظری این پژوهش ترکیبی از نظریات اریکسون، استوری، بوردیو، رنه گونینک و گربنر است. جامعه آماری جوانان ۲۰ تا ۳۴ ساله ارومیه است که طبق فرمول کوکران ۳۸۳ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری خوش‌آی طبقاتی انتخاب شده‌اند، ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بوده، و از اعتبار صوری و آلفای کرونباخ برای برآورد اعتبار و پایایی ابزار تحقیق استفاده شده است. نتایج به دست آمده از این پژوهش بیانگر وجود ارتباط بین متغیرهای مستقل (فراغت، مصرف رسانه ای، تعاملات خانوادگی، سبک زندگی و هویت قومی) با متغیر وابسته (میزان سرمایه فرهنگی) است. میزان بهره‌مندی جوانان از سرمایه فرهنگی طبق نتایج به دست آمده ۵۴/۱۸ درصد ارزیابی شده است. بر اساس نتایج رگرسیون مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر میزان سرمایه فرهنگی جوانان متغیر سبک زندگی است که بیشترین میزان بتا (۰/۳۱) را داشته است و بعد از آن مصرف رسانه ای (۰/۳۰) بیشترین تأثیر و به طور مستقیم بر متغیر سرمایه فرهنگی اثر گذاشته است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که معادله پیش‌بینی میزان سرمایه فرهنگی می‌تواند (۱/۶۳) درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کند.

کلیدواژه‌ها: ارومیه، تعاملات خانوادگی، جوانان، سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، مصرف رسانه‌ای.

۱- نویسنده مسئول: عضو هیئت علمی گروه جامعه شناسی دانشگاه پیام نور

Email: sharbatian@pnu.ac.ir

۲- کارشناسی ارشد گروه جامعه شناسی دانشگاه پیام نور

Email: zahraeskandari.eskandari3@gmail.com

۳- کارشناسی ارشد جامعه شناسی دانشگاه پیام نور

Email: tavafi8997@gmail.com

مقدمه

اصطلاح سرمایه فرهنگی نخستین بار توسط پیر بوردیو^۱ (۱۹۳۰ - ۲۰۰۲) به ادبیات علوم اجتماعی و انسانی وارد شده است. فرهنگ از نظر بوردیو مانند نوعی اقتصاد یا بازار است. از نظر وی تمام افراد بشر کنشگر هستند، چه آن‌هایی که آگاهانه عملی را انجام می‌دهند و چه آن‌هایی که ناخودآگاه پذیرای سلطه‌اند، به عبارتی دیگر افراد فعال و منفعل یک کنشگرند.

بوردیو در تحقیقی که بر اساس فرضیه عدم تساوی سرمایه فرهنگی انجام داده است، سرمایه فرهنگی را به سه دسته تقسیم می‌کند: ۱) سرمایه فرهنگی لحاظ شده که بیانگر چیزهایی است که افراد می‌دانند و می‌توانند انجام دهند. درواقع، سرمایه فرهنگی لحاظ شده، توانایی‌های بالقوه‌ای است که به تدریج بخشی از وجود افراد شده‌اند و در او تشییت گردیده‌اند. ۲) سرمایه فرهنگی عینی مانند کالاهای فرهنگی و اشیاء مادی از قبیل کتاب، نقاشی و آثار هنری. ۳) سرمایه فرهنگی نهادینه شده همچون صلاحیت‌های تحصیلی که در قالب مدارک و مدارج تحصیلی نمود عینی پیدا می‌کند و به دارنده آن‌ها هم از نظر قانونی و هم ارزش اجتماعی و تعریف شده می‌دهد» (بوردیو، ۱۹۸۶).

اصطلاح سرمایه فرهنگی را بازنمای جمع نیروهای غیراقتصادی مثل زمینه خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آن‌ها می‌داند که بر موفقیت دانشگاهی (علمی یا

¹ Pierre Bourdieu

تحصیلی) تأثیر می‌گذارد. سرمایه فرهنگی به عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها می‌توان تعریف کرد که اغلب یک مکانیسم مهم در بازتولید سلسله مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. «تمرکز اصلی تئوری سرمایه فرهنگی این است که فرهنگ از طریق سیستم آموزشی که بازتاب فرهنگ طبقه حاکم است، انتقال یافته و تشویق می‌شود و نهایتاً موجب بازتولید همان فرهنگ خواهد شد» (تراسبی^۱، ۱۳۸۲: ۷۴). عناصر توسعه‌گرا و تحول خواه موجود در فرهنگ هر جامعه به عنوان سرمایه‌های فرهنگی آن جامعه، پشتونهای مؤثر برای توسعه محسوب می‌شود، سرمایه‌هایی که تنها در روند توسعه‌یافگی و موفقیت نسبی در آن، امکان بازتولید خود را پیدا می‌کنند، بنابراین نکته حائز اهمیت در ارائه الگویی برای توسعه فرهنگی، بومی بودن آن و حفظ هویت فرهنگی طی فرایند توسعه است.

طبق نظریه صاحب‌نظران توسعه، سرمایه فرهنگی شاخصی از توسعه فرهنگی بشمار می‌رود، لذا با توجه به اهمیت تأمین سرمایه فرهنگی، لازم است که کارگزاران فرهنگی شناخت کاملی از این سرمایه و برآورده از رشد آن در اختیار داشته و چگونگی تحولات آن را بدانند و منابعی را برای تأمین این نیاز به گونه‌ای مناسب تخصیص دهند مضاف بر اینکه سرمایه می‌تواند دارای اشکال مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد یعنی این امکان وجود دارد که موقعیت افراد را از لحاظ سرمایه فرهنگی آن‌ها مورد بررسی قرار دهیم. «چنین به نظر می‌رسد که این نظریه می‌تواند برای لایه‌های تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر حوزه توسعه و اقتدار ملی که تأکید بر بعد وحدت و عدالت دارند مفید باشد» (شارع پور و خوش فر، ۱۳۸۱: ۱۳۴). در

حالت نهادینه شده، سرمایه فرهنگی به شکل و مدارج آموزشی و امتیازات ضمانت شده همراه است که نقش مؤثر در بسط توسعه فرهنگی دارد. بوردیو در این سه بعد اشاره به تمایلات و گرایش‌های روانی افراد، میزان مصرف کالاهای فرهنگی و ارتقاء مدارک، مدارج تحصیلی و علمی فرهنگی افراد جامعه می‌کند که در سنجش هویت فرهنگی و توسعه پایدار فرهنگی جوامع نقش بسزایی دارد.

مفهوم سرمایه فرهنگی بوردیو و تأکید آشکارش بر حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه (ارزش‌های اجتماعی، مهارت‌ها، خصلت‌ها و عادت واره‌های فرهنگی) صرف نظر از تغییری که پیدا نموده است، بدون شک در آینده نقش مهمی در حوزه نظریه‌های نابرابری، جامعه‌شناسی فرهنگی و جامعه‌شناسی جوانان ایفاء خواهد نمود. کسب سرمایه فرهنگی زمان می‌خواهد و به امکانات مالی و مادی نیاز دارد، سرمایه فرهنگی از این بابت به نحوی تنگاتنگ به سرمایه اقتصادی گره‌خورده و به شکل دیگر آن درآمده است سرمایه فرهنگی ارتباط تنگاتنگی با هویت اجتماعی دارد. از طرف دیگر ارتباطات و رسانه‌ها و تعاملات خانوادگی و میزان آگاهی و توجه جوانان به مسائل عمومی و سیاسی و اجتماعی روز تأثیر بسزایی در میزان سرمایه فرهنگی دارد.

بی‌اطلاعی از سرمایه فرهنگی (مهارت‌های تجربی، مدارک تحصیلی و تخصص‌ها) افراد یک جامعه به مثابه گنجی است که پنهان شده و کسی از وجود آن خبر ندارد. به اعتقاد صاحب‌نظران توسعه، سرمایه فرهنگی خود شاخصی از توسعه فرهنگی به شمار می‌رود. با توجه به اهمیت تأمین سرمایه فرهنگی، لازم است که سیاست‌گذاران فرهنگی شناخت کاملی از این سرمایه، برآورده از رشد آن در اختیار داشته باشند و

چگونگی تحولات آن را بدانند و منابع را برای تأمین این نیاز به گونه‌ای متناسب تخصیص دهند. مسئله مورد نظر از آن جهت حائز اهمیت است که نابرابری شدید در توزیع سرمایه فرهنگی می‌تواند پیامدهای نامطلوب ذیل را برای جامعه به دنبال داشته باشد، محرومیت اکثر اعضای جامعه در دسترسی به منابع معرفتی، محدود شدن امکان بسط خردگرایی تعمیم‌یافته در عرصه‌های مختلف زندگی، نزول سطح مشارکت همگانی مؤثر در تولیدات و خلاقیت‌های علمی و فرهنگی، محدودیت در گردش اطلاعات و جذب دانش‌های نوین و کاهش ارزش تغییر در جامعه در چنین شرایطی تغییرپذیری در جامعه کاهش می‌یابد، و تغییرات اجتماعی کند و ناعقلانی می‌شود، و اکثریت افراد جامعه نقش پیرو را بازی می‌کنند.

با توجه به اینکه شهر ارومیه از قومیت‌های مختلف با فرهنگ‌های مختلف تشکیل شده است لذا رشد سرمایه فرهنگی در این شهر از اهمیت زیادی برخوردار است. با توجه به اهمیت سرمایه فرهنگی و بسط آن به عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی این پژوهش در صدد سنجش شاخص‌های میزان سرمایه فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن است، بنابراین هدف این پژوهش اندازه‌گیری میزان سرمایه فرهنگی جوانان ارومیه و عوامل مؤثر بر آن است. با توجه به موارد مطرح شده، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر هست: جوانان ارومیه به چه میزان از شاخص سرمایه فرهنگی بهره‌مند هستند؟ و این قشر از جامعه در هر یک از این شاخص‌ها چه سهمی دارند؟ هریک از عوامل جامعه‌شناختی (فراغت، مصرف رسانه، تعاملات خانوادگی، سبک زندگی، هویت قومی) تا چه حد بر میزان سرمایه فرهنگی جوانان مؤثر هستند؟ و چه راهکارها و راهبردهایی را می‌توان برای ارتقاء شاخص سرمایه فرهنگی در این شهر به صورت

نهادینه و مستمر برنامه‌ریزی کرد؟

چارچوب نظری

سرمایه فرهنگی یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباسته می‌شود (بوردیو، ۱۳۸۱). سرمایه فرهنگی مشتمل بر کفایت زبانی، فرهنگی و مهارت در فرهنگ طبقات بالاتر است (دمیس، ۲۰۰۲).

با طرح نظریه سرمایه فرهنگی، بوردیو از جمله کسانی بود که این مفهوم را در آثار خود به کار برد. او از سال ۱۹۷۰ تحلیل‌های خود را از زمینه‌های خاص تحصیلی، بهخصوص در کتاب تمایز (۱۳۹۰) توسعه داد و باور داشت که سرمایه فرهنگی بر ویژگی سبک‌های زندگی گروه‌های متفاوت، ذائقه‌ها، شایستگی‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی و همچنین گرایش به فرهنگ سیاسی و اخلاقیات دلالت می‌کند (پیر وساواج، ۲۰۰۸: ۵۶۷).

چگونگی گذران اوقات فراغت بازتابی از سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هر جامعه است. فضای اوقات فراغت را می‌توان یک میدان فرهنگی یا فضای فرهنگی (طبق نظر بوردیو) در نظر گرفت که توسط خود افراد جامعه در طی زمان ساخته می‌شود و از طرفی افراد فرهنگ و فضای اجتماعی خود را در آن می‌سازند. هر میدان، به دلیل محتوای تعریف کننده خود، منطق متفاوتی و ساختار ضرورت و مناسبت بدیهی انگاشته متفاوتی دارد که هم محصول و هم تولیدکننده ریختاری است که مختص و درخور آن میدان است» (جکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۵-۱۳۶) بر اساس نظر بوردیو، میزان و

نحوه گذران اوقات فراغت افراد با متغیرهای مهمی از جمله سرمایه فرهنگی آنان ارتباط دارد. بر مبنای دیدگاه بوردیو، «گذران اوقات فراغت می‌تواند بینگر سبک زندگی و ذاته‌های خاص باشد؛ که به تمایز شدن افراد از یکدیگر منجر شود. درواقع، یکی از کارکردهای اوقات فراغت، تمایز بخشی است. بوردیو برای تبیین نظریه خود از مفهومی به نام ذاته سود می‌جوید. (ذاته، عملکردی است که یکی از کارکردهای این است که به افراد ادراکی از جایگاهشان در نظام اجتماعی می‌دهد.» (بوردیو، ۱۹۸۴: ۴۷؛ ۱۳۹۲: ۱۴)

شاخص‌های فراغت در دوران جدید شامل شاخص اول، در جوامع رشد یافته امروزی، فراغت به طبقات ممتاز و متنعم اختصاص ندارد، بلکه به طبقات دیگر تعمیم یافته و با توسعه صنعت و تکامل فنی نه فقط گسترش می‌یابد، بلکه افزایش پیدا می‌کند. شاخص دوم، در سابق طبقات کوچک‌تر جامعه از آزادی و آسودگی محدودی برخوردار بودند و این اوقات را در خانه و خانواده صرف می‌کردند. این نوع گذران اوقات صورت غیررسمی و خودمانی داشت، ولی با پیشرفت جوامع و پراکندگی وظایف خانواده، تدریجًا جنبه رسمی و تجاری پیدا کرد و جزء وظایف مؤسسات خاص درآمد. شاخص سوم، به کار بردن وسایل و اسباب ماشینی مثل، اتومبیل، تلویزیون و مانند آن که هر یک سهم بزرگی در گذراندن اوقات فراغت، دارند، دیگر شاخص گذران اوقات را تشکیل می‌دهد. شاخص چهارم، به دلیل اهمیت خاصی که اوقات فراغت در حیات فردی و اجتماعی احراز کرده، زمان کار از زمان فراغت، به کلی جدا شده و اوقات فراغت ارزشی بذاته پیدا کرده است (کوهستانی و خلیل زاده، ۱۳۷۸: ۶۸).

نحوه گذران اوقات فراغت نیز با سبک زندگی دارای پیوند است اما از دگرگونی در امان نمانده است. قبل از برخی از شیوه‌های گذران اوقات فراغت همچون موسیقی، نمایش و ورزش در انحصار نخبگان بود، اما از اوایل قرن به تدریج و به صورتی فراینده عمومی‌تر شده است. پر کردن این اوقات با استفاده از تفریحات فرهنگی چون منابع منتشرشده، رادیو و تلویزیون، ویدئو و سینما و موسیقی، این صنایع فراغتی برای آشکار نمودن سبک زندگی اهمیت دارند. به نظر بوردیو، میان ماهیت محصولات فرهنگی و ذائقه رابطه دیالکتیکی برقرار است. دگرگونی در هریک دگرگونی در دیگری را به بار می‌آورد. ساختارهای میدان نه تنها امیال مصرف کنندگان کالاهای فرهنگی را مشروط می‌سازد، بلکه آنچه را که تولید کنندگان برای برآوردن این تقاضاها ایجاد می‌کنند، نیز ساختار می‌دهد. داستان‌های موجود در یک فرهنگ، تصاویر، ایدئولوژی و ارزش‌های اساسی و بنیادی آن‌ها منعکس می‌کند و ارتباط جمعی تولید، توزیع و مصرف انبوه داستان‌های فرهنگی است. گربنر می‌گوید رسانه‌های جمعی نگرش‌ها و ارزش‌هایی را که در حال حاضر در یک فرهنگ وجود دارند، پرورش می‌دهد و تقویت می‌کند: رسانه این ارزش‌ها را میان اعضای یک فرهنگ حفظ و تبلیغ می‌کند و آن‌ها (ارزش‌ها) را به همدیگر پیوند می‌زنند. بدین ترتیب رسانه‌های جمعی بر نگرش‌ها و ادراکات مردم از حقیقت اثر می‌گذارند. گربنر معتقد است رسانه‌ها یک تصویر کاذب معین از حقیقت و جریان بخش آن ارائه می‌دهند تا آنجا که کاربر رسانه، از تفسیر محتوای رسانه دست بر می‌دارد و پیش از آن که حقیقت عینی پیرامون خود را دریابد (بینند) تمایل می‌یابد حقیقت بودن تصاویر رسانه‌ها (تلویزیون و سایر رسانه‌ها) را باور کند (نصیری، ۱۳۸۹: ۴۲). رسانه‌ها با ورود

به منازل بزرگراه‌های اطلاعاتی در بین خانه‌ها ایجاد کرده‌اند همچنین با انتقال پیام ارزش‌های جدید، هویت جدید، افکار جدید را با خود به همراه می‌آورند و ناخواسته الگوپردازی از محتويات رسانه برای مصرف‌کنندگان ایجاد می‌شود در حال حاضر رسانه تبدیل به یک ابزار قدرتمندی شده‌اند که به شکل جدی روی جامعه پذیری وزندگی اجتماعی افراد، خانواده‌ها و درنهایت روی فرهنگ و جامعه تأثیر می‌گذارد (مهرداد، ۱۳۸۸: ۴۳)

رنه کونینگ^۱، مهم‌ترین خصلت و مشخصه اصلی خانواده را رویارویی روابط و صمیمیت می‌داند و خانواده را گروهی که با احساسات شدید با یکدیگر در ارتباط هستند، تعریف می‌کند. او معتقد است در دوران کتونی کارکردهای ثانویه خانواده، شامل کارکردهای اقتصادی، آموزشی، بهداشتی، نگهداری از سالخوردگان و گذران اوقات فراغت، به سازمان‌های دولتی واگذارشده و خانواده قادر شده به کارکرد اولیه خود، رشد شخصیت اجتماعی و فرهنگی کودکان، پردازد. وی همچنین خانواده و جامعه را بیشتر در مقابل با یکدیگر می‌داند و نه در ارتباط باهم و معتقد است تضاد و نابرابری‌های موجود و اختلالات در روابط درونی خانواده که برای آن از اصطلاح نابسامانی استفاده می‌کند، ارتباطی با جامعه ندارند (پولاک^۲، ۱۳۶۱)

به نظر می‌رسد نقش فضاهای فرهنگی درون خانه‌ها که متأثر از سرمایه‌های فرهنگی آنان است، تأثیر بسیار مهمی بر چگونگی شکل‌گیری شخصیت و فرهنگ فرزندانشان خواهد داشت. البته مدارس و مراکز فرهنگی از قبیل آموزش پرورش،

1 - Rene Gonick
2 - Paul Jackson Pollock

رسانه‌ها و شبکه دوستان در شکل‌گیری شخصیت و فرهنگ فرزندان مؤثر هستند ولی پژوهش‌های متعدد نشان داده‌اند که والدین تأثیر بسیار زیادی بر فرزندان خوددارند (پروین، ۱۳۷۴). تحقیقات نشان می‌دهند که در بین عوامل مختلفی که در پرورش و شخصیت سالم در کودکان و نوجوانان مؤثرند تأثیر متقابل کودک و والدین و نحوه برخورد و ارتباط والدین و کودک از مهم‌ترین و بنیادی‌ترین عوامل محسوب می‌شود (نوابی نژاد، ۱۳۷۰). سبک زندگی، بسیاری از رفتارهای اعضای خانواده را شکل می‌دهد و قالبی است که در آن نگرش‌ها شکل می‌گیرد. بوردیو سبک زندگی را نتیجه قابل رویتی از ابراز عادت می‌داند از نظر او همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده است مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی او می‌باشد (پالومتس، ۲۰۰۲). مناسبات دیالکتیک بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی در نظریه فرهنگی و اجتماعی پیر بوردیو نیز به تفصیل مفهوم پردازی و تبیین شده است. طبق نظر او، علاوه بر عوامل اقتصادی، عادت واره فرهنگی که فرد از خانواده به ارث می‌برد عامل مهمی در موفقیت‌ها و پیشرفت‌های گوناگون است (وینینجر و لرن، ۲۰۰۷).

به‌طور خلاصه، همان‌طور که استوری^۱ (۱۹۹۹) گفته است مصرف فرهنگی، فعالیتی اجتماعی و کارکردن روزمره است. به‌واسطه همین کردارهایی که مصرف فرهنگی نام‌گرفته‌اند 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 رؤیاها‌یشان فراهم می‌کند، نشان‌دهنده تفاوت‌ها و تمایزات اجتماعی است و

بیانگر تولیدات ثانویه ما در به کار گیری ابزارهای موجود است (کاظمی، ۱۳۸۴: ۷۴).

سبک زندگی از نظر و بر شیوه‌های خاصی از زندگی است که گروه‌های اجتماعی برای «تمایز» خود از دیگران و کسب منزلت (و هویت اجتماعی) به کار می‌گیرند. برای به وجود آمدن گروه‌های قومی گروه، باید حداقلی از برخورد با دیگر اقوام را داشته باشد و اعضای گروه باید ایده‌های گروه‌های دیگر را به عنوان تفاوت‌های فرهنگی از سنت خودشان نگاه کنند. اگر این شرایط نباشد قومیت وجود ندارد، بنابراین «قومیت یک ارتباط اجتماعی ویژه بین عاملانی است که خودشان را به لحاظ فرهنگی از اعضای گروه‌های دیگر که با آن‌ها حداقلی از کنش متقابل منظم را دارند، متفاوت می‌یابند. همچنین قومیت به عنوان یکی هویت اجتماعی (ناشی از یک تمایز و تفاوت با دیگران) به وسیله خویشاوندان افسانه‌ای یا استعاری، تعریف شده باشد» (اریکسون، ۱۹۹۳: ۱۱).

ویژگی بارز نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو تحلیل سازوکار موفقیت‌های تحصیلی با عنایت به میزان برخورداری گروه‌ها و طبقات اجتماعی از این سرمایه است. دانش‌آموzanی که سرمایه فرهنگی بیشتری دارند - دانش‌آموzan خانواده‌هایی که مهارت‌ها و برتری‌های فرهنگی مسلط را در اختیار دارند - بهتر می‌توانند قواعد بازی را رمزگشایی کنند و بهتر می‌توانند مهارت‌ها و برتری‌های فرهنگی را که در مدارس پاداش می‌گیرند در خود پرورش دهند، بنابراین، بهتر می‌توانند به سطوح بالای تحصیلی برسند. بر این اساس، می‌توان گفت که طبقات مسلط نسبت به سایر طبقات سهم بیشتری از سرمایه فرهنگی می‌برند و لذا بیشتر قادرند این نوع سرمایه را در فرزندانشان به ودیعه بگذارند. با افزایش سرمایه فرهنگی در نزد طبقات متوسط،

عملکرد تحصیلی فرزندان افزایش می‌یابد. به دلیل ارتباط متقابل نظام آموزشی و بازتولید فرهنگی می‌توان نتیجه گرفت که نظام آموزشی تمام ساختارها، ترجیحاً ساختار توزیع سرمایه فرهنگی را در بین طبقات بازتولید می‌کند (آشافنیرگ و ماس، ۱۹۹۷).

مفهوم سرمایه فرهنگی بوردیو و تأکید آشکارش بر حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی جامعه (ارزش‌های اجتماعی، مهارت‌ها، خصلت‌ها و عادت واره‌های فرهنگی) صرف نظر از تغییری که پیدا نموده است، بدون شک در آینده نقش مهمی در حوزه نظریه‌های نابرابری، جامعه‌شناسی فرهنگ ایفا خواهد نمود، بنابراین چارچوب تحقیق در پژوهش حاضر بر اساس نظرات بوردیو خواهد بود. بوردیو باور داشت که سرمایه فرهنگی بر ویژگی سبک‌های زندگی گروه‌های متفاوت، ذائقه‌ها، شایستگی‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی و همچنین گرایش به فرهنگ سیاسی و اخلاقیات دلالت می‌کند. بوردیو از فرهنگ مسلط به عنوان سرمایه فرهنگی یاد می‌کند. طبق نظر بوردیو سبک زندگی و هویت و فراغت از عوامل مؤثر بر سرمایه فرهنگی می‌باشند. به عقیده او بین محصولات فرهنگی و ذائقه رابطه دیالکتیکی برقرار است رسانه‌ها که جزء محصولات فرهنگی محسوب می‌شوند بر ذائقه افراد تأثیر دارند. به نظر گونیک با اینکه کارکرد خانواده کم شده است ولی با این حال خانواده و جامعه با هم در تعامل هستند. به اعتقاد اریکسون قومیت یک ارتباط اجتماعی بین کنشگران هست که خود را به هم نزدیک می‌دانند در این پژوهش تأثیر متغیرهای مستقل (فراغت، مصرف رسانه، تعاملات خانوادگی، سبک زندگی، هویت قومی) بر متغیر وابسته تحقیق یعنی میزان سرمایه فرهنگی سنجیده می‌شود.

جدول ۱: بررسی متغیرها از دیدگاه نظریه‌پردازان

نظریه‌پردازان	شرح نظریه
دیمیجو (۱۹۸۷)	نخستین کسی بود که سرمایه فرهنگی را در قالب مدل «تحرک فرهنگی» مطرح کرد. بر اساس این مدل، سرمایه فرهنگی نقش مهمی در شکل دادن به تابابری‌های اجتماعی ایفاء می‌کند تفاوت اساسی میان دو مدل بازتولید اجتماعی و تحرک فرهنگی «ثبات پایگاه اجتماعی» است (دیمیجو، ۱۹۸۲).
ریتر (۱۳۷۴)	«اوقات فراغت» یک مفهوم فرهنگی و جزئی از نظام فرهنگی است و در ارتباط با خرده نظام شخصیتی، در پی تحقق مطلوبیت فردی اعضای جامعه بوده، کارکرد عمدۀ آن، علاوه بر تأمین نیازهای فراغت گران، نوعی کارکرد اجتماعی در راستای اجتماعی شدن و انتقال ارزش‌ها و هنجارها، تأمین حیات اجتماعی و ایجاد تعادل و توازن در نظام اجتماعی است (ریتر، ۱۳۷۴: ۱۳۵-۱۳۶).
وبر	وبر کارکرد دوگانه‌ای برای سبک زندگی قائل است. از یک طرف موجب تفاوت بین گروهی می‌شود و به برتری‌های منزلتی و طبقاتی مشروعیت می‌بخشد و از سوی دیگر موجب انسجام بخشیدن درون‌گروهی می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲).
میشل سوبل (۱۹۸۱)	نظریه‌پرداز مهم در حوزه سبک زندگی است. بنا به استدلال او، سبک زندگی پدیده‌ای ملموس، قابل مشاهده و یا قابل استنتاج از مشاهده است، پدیده‌ای که به بارزترین وجه در الگوی مصرف خود را نشان می‌دهد (سوبل، ۱۹۸۱: ۲۸ به نقل از خادمیان، ۱۳۹۰).
گربنر	از دیدگاه گربنر، رسانه گرایش به این دارد که روایت‌هایی یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیت‌های اجتماعی ارائه دهد و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن فرهنگ پذیری کنند. (رضوی زاده، ۱۳۸۵: ۱۱۷).

پیشنه تجربی

rstگار خالد و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین سرمایه فرهنگی و کیفیت زندگی» به بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و کیفیت زندگی جوانان تهران

می‌پردازند. «نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که بین سرمایه فرهنگی و کیفیت زندگی افراد رابطه معناداری وجود دارد، به این معنا که سرمایه فرهنگی، کیفیت زندگی افراد و میزان رضایت از آن را افزایش می‌دهد همچنین میان هر یک از مؤلفه‌های کیفیت زندگی با سرمایه فرهنگی ارتباط معناداری مشاهده شد» (rstگار خالد و همکاران، ۱۳۹۳).

کارکنان نصرآبادی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر سرمایه فرهنگی در شهرستان‌های کاشان و آران و بیدگل» به مطالعه عوامل مؤثر بر سرمایه فرهنگی در شهرستان کاشان پرداخته است. هدف اساسی این مقاله، چگونگی پیوند و تعامل متغیرهای میزان هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی با میزان سرمایه فرهنگی در جامعه آماری مورد مطالعه بود. این مطالعه از نوع پیمایش اجتماعی بوده است. تعداد ۷۶۰ نفر به عنوان نمونه تحقیق تعیین و با استفاده از روش سهمیه‌ای تصادفی انتخاب و بررسی شدند. «یافته‌های تحقیق و نتایج ضریب همبستگی پیرسون، همبستگی مثبت و معنی‌دار بین متغیرهای میزان سرمایه اجتماعی، پایگاه اقتصادی و اجتماعی با میزان سرمایه فرهنگی پاسخگویان را نشان می‌دهد همچنین، نتایج تحلیل رگرسیونی به عمل آمده میزان تأثیر هر یک از متغیرهای آگاهی اجتماعی، شرکت در گروه‌ها و اعتماد به نهادها بر میزان سرمایه فرهنگی را به ترتیب به میزان ۰/۱۰۴، ۰/۲۶۸ و ۰/۲۰۱ درصد نشان داده است» (کارکنان نصرآبادی و همکاران، ۱۳۹۱).

فخرایی و همکار (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت پذیری» به بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت پذیری پرداخته است؛ که این پژوهش به سنجش تجربی مفاهیم سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی، رابطه ابعاد

مخالف سرمایه فرهنگی با نحوه تعریف افراد از خویشتن می‌پردازد. «جامعه آماری ۲۵۰ نفر از دانشآموزان شهر بوکان است. نتایج حاصل از بررسی نشان می‌دهد که همبستگی معنادار و مثبت بین سرمایه فرهنگی و هویت ملی، قومی و دینی وجود دارد. لیکن همبستگی معناداری بین سرمایه فرهنگی و هویت جهانی وجود ندارد» (فخرایی و همکار، ۱۳۹۰).

ابراهیمی و همکار (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «اوقات فراغت، سرمایه فرهنگی و زنان» به مطالعه موردنی زنان ۱۵-۶۴ شهرستان جویبار پرداختند. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که میانگین مشارکت زنان در اوقات فراغت فعال بیشتر از مشارکت زنان در فراغت غیرفعال است و نتایج رگرسیون خطی این پژوهش نشان‌دهنده تأثیر معنادار سرمایه فرهنگی عینیت یافته و نهادینه شده بر اوقات فراغت است (ابراهیمی و همکار، ۱۳۹۰).

علی بابایی و همکار (۱۳۸۹) در پژوهشی با موضوع «بررسی میزان تأثیر سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی بر سرمایه فرهنگی» به بررسی تأثیر سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی بر سرمایه فرهنگی در شهر پاوه پرداختند. در این تحقیق، از نظریه پیر بوردیو استفاده شده و نتایج توصیفی این تحقیق نشان داده است که، «میزان سرمایه اجتماعی جوانان شهر پاوه در حد زیاد اما میزان سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی آن‌ها در حد متوسط است. نتایج تحلیلی تحقیق نیز نشان می‌دهد که از میان مؤلفه‌های مختلف سرمایه اجتماعی، مؤلفه آگاهی و توجه به امور عمومی، سیاسی و اجتماعی و از میان مؤلفه‌های مختلف سرمایه اقتصادی، برخورداری از وسائل رفاهی، بیشترین نقش تبیین‌کنندگی را در زمینه سرمایه فرهنگی دارند» (علی بابایی و همکار،

(۸۷:۱۳۸۸)

ابراهیمی و همکار (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «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 ۳۸۰ نفری از جوانان ۱۵-۲۵ 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 (ابراهیمی و همکار، ۱۳۸۹).

الین گاورلیوک و دنا گاورلیوک^۱ (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان «سرمایه نمادین و ابعاد سرمایه فرهنگی برای سازمان‌های آموزشی رومانیایی» انجام داده‌اند. این تحقیق در بخش غربی کشور رومانی انجام‌شده است. در این تحقیق به سرمایه نمادین به عنوان موتور ژنراتور ایجاد‌کننده الگوهای باز در محیط آموزشی اشاره دارد و به بررسی مشکلات و معضلات فکری و رفتاری نظام آموزشی غرب رومانیایی می‌پردازد و برای آن راه حل فکری و عملی ارائه می‌دهد و سرمایه نمادین را به عنوان تئوری نوسازی رابطه‌ای برای بهبود نظام آموزشی کشور، پیشنهاد می‌دهد که ریشه در نگرش‌های اجتماعی و تاریخ فرهنگی کشور دارد (گاورلیوک و دنا، ۲۰۱۴).

پایینو و رنزوی^۲ (۲۰۱۲) با عنوان «مهارت‌های کامپیوترا را به عنوان بعد دیجیتال

1 - Gavereliuc, Dana&Gavereliuc, Alin
2 - Painoand &Renzulli



سرمایه فرهنگی» در نظر گرفته‌اند. در این پژوهش سرمایه فرهنگی از طریق پیوند با بحث‌های فناورانه، تجدیدنظر و بهروز شده است. درواقع رفتن به اپرا، کنسرت و ... به‌نهایی نمی‌تواند پاسخگوی سرمایه فرهنگی دانش‌آموزان باشند، بلکه مهارت‌های افراد در مدرسه با بهره‌گیری آن‌ها از فناوری اطلاعاتی و ارتباطی کامل می‌شود، بنابراین در سنجش مفهوم سرمایه فرهنگی دانش‌آموزان باید میزان استفاده دانش‌آموزان از کامپیوتر در ایام فراغت و برای انجام کارهای کلاسی، میزان آشنایی با کاربردهای برنامه‌های کامپیوتری (ارسال ایمیل به دیگران و...)، میزان تمایل دانش‌آموزان به کامپیوتر مورد توجه و سنجش قرار گیرد (پایینو و رنزولی، ۲۰۱۲).

اندرسون و هنسن^۱ (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان: «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و پایگاه طبقاتی» که در میان پنج نسل از دانش‌آموزان نروژی انجام داده‌اند، به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه متقابلی بین سرمایه فرهنگی و پایگاه طبقاتی دانش‌آموزان وجود دارد (اندرسون و هنسن، ۲۰۱۱).

کاتز^۲ (۲۰۰۸) در پژوهشی تحت عنوان «سرمایه فرهنگی، ارتباط میان ذائقه و مشارکت» به بررسی ارتباط بین ذائقه و مشارکت مطروحه در تئوری بوردیو پرداخته است او با در نظر گیری این دو عامل به عنوان شاخص‌های اندازه‌گیری سرمایه فرهنگی، ذائقه مخاطب خود را با توجه به علاقه او به موسیقی، فیلم و هنرهای نمایشی و مشارکت فرد را نیز به عنوان حضور افراد در همین حوزه‌ها تعریف نموده است (کاتز، ۲۰۰۸).

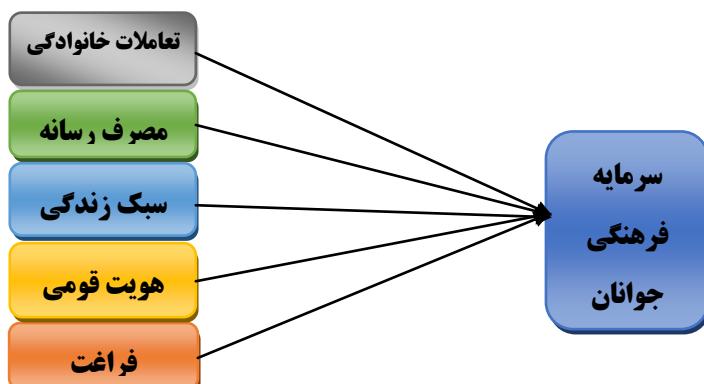
1 - Andersen, Patrick Lie & Hensen

2 - Tally katz

سوئنگ و هیسون^۱ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «اهمیت سرمایه فرهنگی: اختلاف فرهنگی و کیفیت زندگی مطالعه‌ای در کشور کره جنوبی» انجام دادند. آن‌ها مطالعه کردند که چگونه اختلاف در میزان سرمایه فرهنگی بر رضایت فردی تأثیر می‌گذارد، همچنین چه عواملی باعث اختلاف در میزان سرمایه فرهنگی می‌شوند. این دو محقق با تجزیه و تحلیل داده‌های خود به این نتایج دست یافتند ۱- افرادی که تجربیات فرهنگی بیشتری را دارا بودند رضایت و احساس خوشبختی بیشتری بیان می‌کردند؛ ۲- سرمایه فرهنگی روی کیفیت زندگی مؤثر است و ۳- درآمد و آموزش بیش از طبقه اجتماعی تعیین‌کننده سرمایه فرهنگی افراد است (سوئنگ و هیسون، ۲۰۰۸).

با توجه به تحقیقات انجام‌شده تفاوت این تحقیق در این است که در ایران کمتر به بررسی میزان سرمایه فرهنگی جوانان پرداخته شده است. در حقیقت، در این مطالعه علاوه بر در نظر گرفتن مفهوم سرمایه فرهنگی و بررسی میزان آن در بین جوانان شهر ارومیه به دنبال بررسی و تحلیل رابطه عواملی چون سبک زندگی، مصرف رسانه، هویت قومی، تعاملات خانوادگی و اوقات فراغت جوانان و متغیر وابسته که همان سرمایه فرهنگی است معطوف شده است، به‌طوری‌که در تحقیقات پیشین بیشتر بر روی تأثیر یک عامل بر سرمایه فرهنگی تأکید شده بود. همچنین مطالعه توصیفی از وضعیت تنوعات فرهنگی و گرایش‌ها فرهنگی شهروندان توجه شده است و سعی در سنجش میزان سرمایه فرهنگی جوانان ارومیه با توجه به اینکه در این شهر قومیت‌های مختلف با سبک زندگی متفاوت و حتی گرایش مذهبی متفاوت زندگی می‌کنند، شده است.

با توجه به مبانی نظری بیان شده در این تحقیق مدل زیرا برای مطالعه رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته در جامعه موردمطالعه بیان شده است.



شکل ۱: مدل تحقیق (نگارنده)

با توجه به مدل تحقیق ترسیم شده در این پژوهش می‌توان مهم‌ترین فرضیه‌های این تحقیق را این‌گونه در سطور ذیل بیان کرد.

- ۱- هر چه فراغت جوانان بیشتر باشد، میزان سرمایه فرهنگی آن‌ها نیز بیشتر می‌شود.
- ۲- هرچه مصرف رسانه جوانان بیشتر باشد، میزان سرمایه فرهنگی آنان نیز بیشتر می‌شود.
- ۳- هرچه تعاملات خانوادگی جوانان بیشتر باشد، میزان سرمایه فرهنگی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد.
- ۴- بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی رابطه وجود دارد.
- ۵- بین هویت قومی و سرمایه فرهنگی آن‌ها رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی

روش پژوهش پیمایش از نوع کاربردی است. واحد تحلیل فرد و جامعه آماری عبارت کلیه جوانان ۲۰ تا ۳۴ ساله شهر ارومیه در سال ۱۳۹۳ بوده است که بر اساس آخرین سرشماری سال ۱۳۹۰ تعداد جوانان برابر با ۱۴۳۴۴۵ نفر بوده است، که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه جامعه آماری ۳۸۳ نفر به دست آمده است. در این تحقیق از پرسشنامه‌های محقق ساخته استفاده شده است. در این پژوهش سعی بر این است که بر اساس شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش ترکیبی از شیوه‌های نمونه‌گیری خوش‌های و تصادفی طبقاتی بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی استفاده شد (شامل جداول و نمودارها، شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکنده‌گی، فراوانی‌ها و ...) و آماره‌های استنباطی با توجه به استفاده از نرم‌افزار SPSS22 (ضریب پرسون، رگرسیون خطی چند متغیره و تحلیل مسیر) بوده است در این تحقیق پس از تکمیل پرسشنامه اولیه از طریق آزمون پری تست در یک نمونه ۳۵ نفری ضریب آلفای کرونباخ متغیرها و مقیاس‌های پرسشنامه خود محقق ساخته به شرح جدول زیر به دست آمده است.

جدول ۲: میزان پایایی و تحلیل اعتبار سازه‌ای تحقیق

احتمال معناداری	بارتلت	KMO	(آلفای کرونباخ)	تعداد گویه	متغیر
۰/۰۰۰	۵۶۸/۱۵۹	۰/۸۲۰	۰/۸۶	۱۰	فراغت
۰/۰۰۰	۱۱۵۷/۲۸۴	۰/۸۷۴	۰/۸۲	۱۲	صرف رسانه
۰/۰۰۰	۹۱۲/۳۹۲	۰/۸۴۷	۰/۸۳	۱۰	تعاملات خانوادگی

متغیر	تعداد گویه	(آلفای کرونباخ)	KMO	بارتلت	احتمال معناداری
سبک زندگی	۱۲	۰/۸۴	۰/۸۵۵	۸۷۲/۸۵۶	۰/۰۰۰
هویت قومی	۱۰	۰/۸۶	۰/۷۹۶	۶۴۳/۵۲۰	۰/۰۰۰
سرمایه فرهنگی (کل)	۱۴	۰/۷۹	۰/۸۲۸	۱۰۵۵/۸۵۲	۰/۰۰۰

در جدول تحلیل عاملی سازه‌های (متغیرهای) تحقیق میزان KMO متغیر فراغت ۰/۸۲۰ است یعنی داده‌های این متغیر قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیربنایی و بنیادی می‌باشند، و نتیجه آزمون بارتلت این متغیر برابر است با ۵۶۸/۱۵۹ که در سطح خطای کوچک‌تر از ۱/۰ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، ماتریس همانی و واحد نیست؛ یعنی از یک طرف بین گویه‌های عامل با گویه‌های عامل دیگر، هیچ‌گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود؛ که نشان‌دهنده اعتبار این سازه است. میزان KMO متغیر مصرف رسانه ۰/۸۷۴ هست یعنی داده‌های این متغیر قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیربنایی و بنیادی می‌باشند؛ و نتیجه آزمون بارتلت این متغیر برابر است با ۱۱۵۷/۲۸۴ که در سطح خطای کوچک‌تر از ۱/۰ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، ماتریس همانی و واحد نیست، یعنی از یک طرف بین گویه‌های عامل با گویه‌های عامل دیگر، هیچ‌گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود، که نشان‌دهنده اعتبار این سازه است. میزان KMO متغیر تعاملات خانوادگی ۰/۸۴۷ هست یعنی داده‌های این متغیر قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیربنایی و بنیادی می‌باشند؛ و نتیجه آزمون بارتلت این متغیر برابر است با ۹۱۲/۳۹۲ که در سطح خطای کوچک‌تر از ۱/۰ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین

گویه‌ها، ماتریس همانی و واحد نیست، یعنی از یک طرف بین گویه‌های عامل با گویه‌های عامل دیگر، هیچ‌گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود، که نشان‌دهنده اعتبار این سازه است. میزان KMO متغیر سبک زندگی 0.855 هست یعنی داده‌های این متغیر قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیر بنایی و بنیادی می‌باشند، و نتیجه آزمون بارتلت این متغیر برابر است با $872/856$ که در سطح خطای کوچک‌تر از $0/1$ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، ماتریس همانی و واحد نیست؛ یعنی از یک طرف بین گویه‌های عامل با گویه‌های عامل دیگر، هیچ‌گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود، که نشان‌دهنده اعتبار این سازه هست. میزان KMO متغیر هویت 0.796 است یعنی داده‌های این متغیر قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیر بنایی و بنیادی می‌باشند، و نتیجه آزمون بارتلت این متغیر برابر است با $643/520$ که در سطح خطای کوچک‌تر از $0/1$ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، ماتریس همانی و واحد نیست، یعنی از یک طرف بین گویه‌های عامل دیگر، هیچ‌گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود، که نشان‌دهنده اعتبار این سازه هست. میزان KMO متغیر وابسته (سرمایه فرهنگی) 0.828 هست یعنی داده‌های این متغیر قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیر بنایی و بنیادی می‌باشند، و نتیجه آزمون بارتلت این متغیر برابر است با $1055/852$ که در سطح خطای کوچک‌تر از $0/1$ معنی‌دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، ماتریس همانی و واحد نیست، یعنی از یک طرف بین گویه‌های عامل با گویه‌های عامل دیگر، هیچ‌گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود، که نشان‌دهنده اعتبار این شاخص‌ها دارد.



تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

سرمایه فرهنگی: مجموعه‌ای از روابط، معلومات و امتیازات است که فرد، برای حفظ کردن یا به دست آوردن یک موقعیت اجتماعی از آن استفاده می‌کند. به عبارت دیگر، سرمایه‌ای فرهنگی به طور دائمی در قلمرو امکانات یک قشر، گروه، طایفه یا قبیله است (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۶۴). سرمایه فرهنگی بر اساس مطالعات تجربی خارجی و داخلی و منابع موجود به صورت عادت واره فرهنگی، مالکیت کالاهای فرهنگی، مهارت هنری- فرهنگی، مدرک تحصیلی، مدارک آموزشی و هنری شاخص سازی و عملیاتی شده است. به دلیل خلاصه‌تر شدن پژوهش تعریف عملیاتی و مفهومی متغیرها در جدول زیر آورده شده‌اند.

جدول ۳: تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

متغیر وابسته	تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی	شاخص	گویه
سرمایه فرهنگی	معرفهای مهارت در انواع هنرها و میزان وقت اختصاصی فرد به فعالیتهای فرهنگی گوناگون	مهارت در هنرهای مختلف، میزان وقتی که صرف فعالیتهای مختلف فرهنگی من جمله کتاب خواندن، یادگرگن زبان‌های مختلف وغیره می‌شود	میزان مهارت در انواع هنرها و میزان وقت اختصاصی فرد به فعالیتهای فرهنگی گوناگون	۱- علاقه‌مند به یادگیری هنرهای مختلف ۲- داشتن مهارت در هنرهای مختلف ۳- صرف زمان برای کتاب خواندن ۴- صرف وقت برای انواع فعالیتهای فرهنگی ۵- صرف زمان برای آشنازی با فرهنگ‌های گوناگون ۶- صرف زمان برای یادگیری زبان‌های دیگر
مانند کالاهای فرهنگی و اشیا مادی از قبیل کتاب، نقاشی و آثار هنری.	دارا بودن کالاهای فرهنگی و همچنین میزان محصولات فرهنگی	داشتن کتاب‌های مختلف، کامپیوتر، تلویزیون، استفاده از انواع مجلات و... ۱- داشتن کتاب‌های گوناگون در زمینه‌های مختلف ۲- داشتن کامپیوتر ۳- داشتن تلویزیون ۴- سینما رفتن ۵- استفاده از انواع مجلات	در زمینه‌های مختلف، کامپیوتر، تلویزیون، استفاده از انواع مجلات و...	۱- میزان تحصیلات فرد ۲- میزان تحصیلات پدر ۳- میزان تحصیلات مادر
همچون صلاحیت‌های تحصیلی که در قالب مدارک و مدارج تحصیلی نمود عینی پیدا می‌کنند (بوردیو، ۱۹۸۶، ۱۳۹۲: ۱۵)	میزان تحصیلات فرد، میزان تحصیلات پدر و میزان تحصیلات مادر	میزان تحصیلات فرد، و میزان تحصیلات پدر و میزان تحصیلات مادر		

متغیر مستقل	تعريف مفهومی	تعريف عملياتی	شاخص	گویه
منظور از اوقات فراغت، ساعاتی است که فرد مشغول کاری اعم از: کارهای فرهنگی، هنری، تولیدی، خدماتی، سرگرمی سودمند و غیره نباشد (کاوه، ۱۳۹۱: ۲۲۰).	نوع فعالیت فراغتی و میزان حضور در کلاس‌های مختلف شرکت در پارتی‌های آموزشی دوستانه، میزان سفرهای داخلی و خارجی و ...	نوع فعالیت فراغتی، رفتن به کوه و پارک، کلاس‌های مختلف شرکت در پارتی‌های آموزشی دوستانه، میزان سفرهای داخلی و خارجی و ...	نوع فعالیت فراغتی، رفتن به کوه و پارک، کلاس‌های مختلف شرکت در پارتی‌های آموزشی دوستانه، میزان سفرهای داخلی و خارجی و ...	۱- نوع فعالیت فراغتی در بیرون از منزل ۲- میزان حضور در کلاس‌های آموزشی ۳- میزان رفتن به پارک و کوه و ... ۴- شرکت در پارتی‌های دوستانه ۵- شرکت در کلاس‌های ورزشی ۶- میزان تماشای فیلم ۷- میزان گوش دادن موسیقی ۸- سفرهای خارجی ۹- میزان سفرهای داخلی ۱۰- میزان مکالمات تلفنی
وضعیتی که فرد یا گروه، به مدتی خاص، در معرض رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو، ماهواره، اینترنت، مجلات، سینما و تئاتر، اینترنت، رادیو، تلفن، موبایل، تلویزیون، رادیو، ماهواره، اینترنت، نشریات و مجلات قرار می‌گیرد و از آنها حسب نیازمندی و علاقمندی خود استفاده می‌کند را مصرف رسانه‌ای می‌گوییم (بل و دیمار، ۲۰۱۲: ۴۷۸).	ارتباط با اینترنت، تلویزیون، مجلات، سینما و تئاتر، اینترنت، رادیو	تلویزیون، مجلات، سینما و تئاتر، اینترنت، رادیو	تلویزیون، رادیو، ماهواره، مجلات، سینما و تئاتر	۱- میزان ارتباط روزانه با اینترنت ۲- میزان گفتگوی نتی و چت ۳- میزان ساعت‌های تماشای برنامه‌های ماهواره ۴- میزان مطالعه کتاب ۵- میزان مطالعه مجلات و روزنامه‌ها ۶- میزان تماشای برنامه‌های تلویزیون ملی ۷- میزان گوش دادن به رادیو ۸- میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۹- میزان استفاده از فیلم‌های سینما ۱۰- میزان استفاده از ۳۰ دی ۱۱- میزان استفاده از تلفن همراه ۱۲- میزان تماشای تئاتر

متغیر مستقل	تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی	شاخص	گویه
سبک زندگی روابط متقابل دارند و رفتار هر عضو می تواند تأثیر بالقوه ای بر سایر افراد داشته، آنها را به عکس العمل مناسب وادرد.	اعضای یک گروه با یکدیگر روابط متقابل دارند و رفتار هر عضو می تواند تأثیر بالقوه ای بر سایر افراد داشته، آنها را به عکس العمل مناسب وادرد.	قالب اعتبار فرد در خانواده، میزان اهمیت تعامل و ارجحیت فرد با گروههای اجتماعی و خانوادگی و آشنايان، بعد خانوار و میزان حمایت اجتماعی	اعتبار فردی، تعامل با گروههای اجتماعی، احساس صمیمیت فرد با گروههای اجتماعی، حمایت اجتماعی	۱- احترام ارزش به عقاید یکدیگر در خانواده ۲- ترجیح خانواده به سایر گروهها در هنگام بروز مشکلات ۳- میزان رابطه و احساس نزدیکی با خانواده ۴- میزان رابطه و احساس نزدیکی با فamilی مادری ۵- میزان رابطه و احساس نزدیکی با فamilی پدری ۶- میزان صمیمیت با خواهر یا برادر ۷- میزان حمایت خانواده از فرد هنگام مشکلات مالی ۸- میزان حمایت خانواده از فرد هنگام مسائل عاطفی ۹- میزان نفوذ خانواده در انتخاب شغل ۱۰- میزان نفوذ خانواده در انتخاب هرسر
	اعضای خانواده نیز چنین تعاملی با یکدیگر دارند (فورسایت، ۱۳۸۰: ۳۸)	اعضای خانواده نیز چنین تعاملی با یکدیگر دارند (فورسایت، ۱۳۸۰: ۳۸)	اعضای خانواده، میزان اهمیت تعامل و ارجحیت فرد با گروههای اجتماعی و خانوادگی و آشنايان، بعد خانوار و میزان حمایت اجتماعی	۱- دسترسی به ماهواره ۲- داشتن تجربه سیگار کشیدن ۳- داشتن تجربه مصرف مواد مخدر ۴- شرکت در انتخابات ۵- میزان به فکر مسائل سیاسی بودن ۶- ژل زدن مو ۷- آرایش کردن ۸- اهل رژیم گرفتن ۹- تمایل به جراحی زیبایی ۱۰- دین داری ۱۱- برداشت زیر ابرو ۱۲- داشتن تجربه دوستی با جنس مخالف
	سبک زندگی مجموعه رفتاری در حوزه مصرف فرهنگی و مادی زندگی اجتماعی است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۵۷)	دسترسی داشتن به ماهواره و تجربه رفتار انحرافی مثل سیگار کشیدن، صرف مواد مخدور، شرکت در انتخابات و توجه به آرایش	صرف فرهنگی، مدیریت بدن، رفتار انحرافی، رفتار سیاسی، توجه به آرایش	۱- دسترسی به ماهواره ۲- داشتن تجربه سیگار کشیدن ۳- داشتن تجربه مصرف مواد مخدر ۴- شرکت در انتخابات ۵- میزان به فکر مسائل سیاسی بودن ۶- ژل زدن مو ۷- آرایش کردن ۸- اهل رژیم گرفتن ۹- تمایل به جراحی زیبایی ۱۰- دین داری ۱۱- برداشت زیر ابرو ۱۲- داشتن تجربه دوستی با جنس مخالف

متغیر مستقل	تعريف مفهومی	تعريف عملياتي	شاخص	گویه
هویت قومی	این نوع هویت به معنای احساس تعلق و دل‌بستگی به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع قومی است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۳۰)	میزان استفاده و بهره‌مندی از شخص‌های فرهنگی قومی	میزان علاقه به انجام آداب و رسوم قومی، علاقه به موسیقی قومی، فرمیتی و ...	تکلم به زبان قومی، علاقه به انجام آداب و رسوم قومی، علاقه به موسیقی قومی و ...
هویت قومی	این نوع هویت به معنای احساس تعلق و دل‌بستگی به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع قومی است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۳۰)	میزان استفاده و بهره‌مندی از شخص‌های فرهنگی قومی	میزان علاقه به انجام آداب و رسوم قومی، علاقه به موسیقی قومی، فرمیتی و ...	تکلم به زبان قومی، علاقه به انجام آداب و رسوم قومی، علاقه به موسیقی قومی و ...
هویت قومی	این نوع هویت به معنای احساس تعلق و دل‌بستگی به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع قومی است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۳۰)	میزان استفاده و بهره‌مندی از شخص‌های فرهنگی قومی	میزان علاقه به انجام آداب و رسوم قومی، علاقه به موسیقی قومی، فرمیتی و ...	تکلم به زبان قومی، علاقه به انجام آداب و رسوم قومی، علاقه به موسیقی قومی و ...

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند حدود ۵۰/۴ درصد پاسخگویان مرد و حدود ۴۹/۶ درصد زن بوده‌اند، بیشترین درصد پاسخگویان در گروه سنی ۳۱-۲۹ سال قرار دارد و ۱۷/۵ درصد از پاسخگویان درآمدشان در گروه یک میلیون و صد هزار الی یک میلیون و سیصد هزار تومان و ۱۱/۲ درصد از پاسخگویان کمترین درآمد یعنی ۴۰۰ هزار تومان را به خود اختصاص داده‌اند. از بین این جوانان مورد بررسی (۶۷/۹) درصد مجرد و (۳۲/۱) درصد متاهل بوده‌اند و بیشترین فراوانی سطح تحصیلات مروط به دارندگان مدرک لیسانس با ۳۶/۸ و کمترین آن با ۴/۷ درصد متعلق به دارندگان مدرک دکترا می‌باشد.

جدول ۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تمامی متغیرهای مستقل تحقیق را نشان می‌دهد. شواهد حاکی از آن است که متغیر فراغت جوانان با تعداد ۱۰ گویه در سطح زیاد بالاترین فراوانی را به دست آورده است ($60/37$) درصد و ($25/40$) درصد در سطح متوسط و ($14/23$) درصد در سطح کم ارزیابی شده‌اند و میانگین ($32/2$) درصد را به خود اختصاص داده است. متغیر مصرف رسانه نیز در سطح زیاد بیشترین فراوانی را به دست آورده است ($62/31$) درصد و ($23/6$) درصد متوسط و ($14/63$) درصد در سطح پایین ارزیابی شده‌اند. در متغیرهای تعاملات خانوادگی، سبک زندگی و هویت قومی نیز در سطح زیاد بیشترین فراوانی به دست آمده است. به طوری که به ترتیب میانگین‌های ($31/12$), ($33/33$) و ($33/32$) درصد به دست آمده است. در کل متغیر تعاملات خانوادگی نسبت به بقیه متغیرها از میانگین کمتری برخوردار است.

متغیر وابسته این تحقیق را سرمایه فرهنگی تشکیل می‌دهد که دارای سه مؤلفه اصلی، سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سرمایه فرهنگی نهادینه شده است. سرمایه فرهنگی در این پژوهش پیونددهنده شاخصی است که از ترکیب گویه‌های (جنسيت، فراغت، میزان مصرف رسانه، تعاملات خانوادگی، سبک زندگی، هویت قومی) اخذ شده است. این متغیر به عنوان متغیر وابسته تحقیق در نظر گرفته شده است.

یافته‌های جدول فوق حاکی از آن است که بیشتر پاسخگویان مورد بررسی ($41/32$) درصدشان در سطح زیاد از سرمایه فرهنگی تجسم یافته برخوردارند و ($26/95$) درصد نیز کم ارزیابی شده‌اند. درنتیجه سطح میانگین سرمایه فرهنگی تجسم یافته بالا است، و تعداد ($31/73$) درصد نیز در سطح متوسط از سرمایه فرهنگی

تجسم یافته برخوردار هستند، و همچنین نتایج نشان‌دهنده آن هستند که (۴۴/۲۹) درصد از پاسخگویان از کالاهای فرهنگی استفاده می‌کنند که بیشترین درصد پاسخگویان در سطح سرمایه فرهنگی نهادینه شده را تشکیل می‌دهند، و تعداد (۲۳/۹۵) درصد از سرمایه فرهنگی نهادینه شده متوسط روبه بالا برخوردار هستند و تعداد (۳۱/۷۶) درصد از پاسخگویان از سرمایه نهادینه شده کمی برخوردار هستند. در بررسی جدول سرمایه نهادی در سطور ذیل که شاخص سنجش آن بررسی سطح تحصیلات والدین و پاسخگویان است، میزان تحصیلات بیشتر را نشان سرمایه فرهنگی نهادی بیشتر در نظر گرفته شده است. نتایج حاکی از آن است که (۳۱/۷۶) درصد سرمایه نهادی کم (تحصیلات پایین‌تر)، (۲۳/۹۵) درصد سرمایه فرهنگی نهادی شده تا حدودی ارزیابی شده است و (۴۴/۲۹) درصد در سطح زیاد سرمایه فرهنگی نهادی شده ارزیابی شده است.

با توجه به جدول بالا، ۲۳/۶۳ درصد از پاسخگویان از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردار بودند و ۲۳/۶۳ درصد از پاسخگویان از سرمایه فرهنگی متوسط و ۲۱/۶۳ درصد سرمایه فرهنگی کمی داشته‌اند.

جدول ۴: توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای مستقل و میزان شاخص‌های سرمایه فرهنگی

متغیرها	تعداد گویه	زیاد		متوسط		کم		متانگین
		درصد فروانی						
فراغت	۱۰	۶۰/۳۷	۱۰۱	۲۵/۴۰	۶۹	۱۴/۲۳	۳۲/۲	۳۲/۲
صرف رسانه	۱۲	۶۲/۳۱	۲۱۸	۲۳/۶	۷۴	۱۴/۶۳	۳۱/۴۱	۳۱/۱۲
معاملات خانوادگی	۱۰	۶۲/۳۷	۲۱۷	۲۶/۳۲	۶۶	۱۰/۹۵	۳۱/۳۳	۳۳/۳۲
سبک زندگی	۱۲	۵۳/۶۹	۱۷۸	۲۸/۶۴	۷۰	۱۷/۶۷	۳۳/۳۳	۱۷/۱۵
هویت قومی	۱۰	۶۳/۷۷	۲۳۰	۲۳/۴۸	۵۴	۱۲۰/۷۵	۳۳/۳۲	۱۷/۱۵
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	۶	۴۱/۳۲	۱۵۴	۳۱/۷۳	۱۰۵	۲۶/۹۵	۱۷/۱۵	۱۳/۸۵
سرمایه فرهنگی عینیت یافته	۵	۲۲۲	۴۵/۲۹	۲۳/۲۳	۱۰۱	۳۱/۴۸	۳۱/۴۱	۹/۴۰
سرمایه فرهنگی نهاد یافته شده	۳	۱۹۴	۴۴/۲۹	۲۳/۹۵	۱۰۰	۳۱/۷۶	۳۱/۴۱	۴۰/۴۰
سرمایه فرهنگی	۱۴	۱۹۶	۵۴/۱۸	۲۳/۶۳	۸۵	۲۲/۱۹	۲۲/۱۹	۴۰/۴۰

یافته‌های استنباطی

با توجه به اینکه در پرسشنامه اکثریت گویه‌ها بر اساس طیف لیکرت تنظیم شده است در نرم‌افزار آن‌ها به شاخص تبدیل شدند و در سطح سنجش فاصله‌ای قرار گرفتند، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید. نتایج آزمون ضریب همبستگی در جدول ۶ نشان می‌دهد که در تمامی موارد مذکور فرضیه تحقیق تأیید شده و فرض صفر (عدم رابطه) رد شده است، به این معنا که هر کدام از متغیرهای مستقل با متغیر

وابسته میزان سرمایه فرهنگی جوانان ارومیه ارتباط مستقیم و قوی داشتند.

در فرضیه اول که ارتباط فراغت با میزان سرمایه فرهنگی بود مقدار همبستگی دو متغیر (۵۳۳/۰) بود و رابطه دو متغیر مثبت بوده و نوع همبستگی بین دو متغیر مستقیم بوده است که نشان‌دهنده آن است که هر چه میزان فراغت بالا می‌رود میزان سرمایه فرهنگی جوانان نیز بالا می‌رود. بدین مفهوم که تغییرات در متغیر فراغت باعث ایجاد نوسان در متغیر وابسته (سرمایه فرهنگی) خواهد شد. همچنین سطح معناداری آزمون، کوچک‌تر از ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. نتیجه می‌گیریم بین فراغت جوانان و سرمایه فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به نظریه بوردیو مبنی بر تأثیر فراغت بر سرمایه فرهنگی فرضیه اول این پژوهش تأیید می‌شود.

در فرضیه دوم که رابطه بین میزان مصرف رسانه با میزان سرمایه فرهنگی جوانان بود میزان همبستگی دو متغیر (۵۷۰/۰) بود و رابطه بین آن‌ها مثبت بوده و نوع همبستگی بین دو متغیر مستقیم بوده است که نشان‌دهنده آن است که هر چه میزان بهره‌مندی از وسایل ارتباطی بالا می‌رود میزان سرمایه فرهنگی نیز بالا می‌رود. بدین مفهوم که تغییرات در متغیر مصرف رسانه باعث ایجاد نوسان در متغیر وابسته (سرمایه فرهنگی) خواهد شد. همچنین سطح معناداری آزمون، کوچک‌تر از ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. با توجه نظریات بوردیو مبنی بر تأثیر مصرف رسانه بر سرمایه فرهنگی این فرضیه تأیید می‌شود.

فرضیه سوم رابطه بین تعاملات خانوادگی با میزان سرمایه فرهنگی بود که میزان

همبستگی دو متغیر (۵۲۱/۰) بود و رابطه دو متغیر مثبت بوده و نوع همبستگی بین آنها مستقیم بوده است که نشان‌دهنده آن است که هر چه میزان تعاملات خانوادگی جوانان بالا می‌رود میزان سرمایه فرهنگی نیز بالا می‌رود. بدین مفهوم که تغییرات در متغیر تعاملات خانوادگی باعث ایجاد نوسان در متغیر وابسته (سرمایه فرهنگی) خواهد شد. همچنین سطح معناداری آزمون، کوچک‌تر از ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. با توجه به نظریان رنه گونیک که خانواده با جامعه در تعامل هستند پس این فرضیه پژوهش نیز تأیید می‌شود.

فرضیه چهارم رابطه بین میزان سبک زندگی با میزان سرمایه فرهنگی جوانان است که ضریب پرسون آن (۵۶۶/۰) بود و رابطه دو متغیره مثبت بوده و نوع همبستگی بین دو متغیر مستقیم بوده است که نشان‌دهنده آن است که هر چه سبک زندگی فرد بهتر باشد میزان سرمایه فرهنگی وی نیز بالا می‌رود. بدین مفهوم که تغییرات در متغیر سبک زندگی باعث ایجاد نوسان در متغیر وابسته (سرمایه فرهنگی) خواهد شد. همچنین سطح معناداری آزمون، کوچک‌تر از ۰/۰ به دست آمده است، بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. با توجه به نظریات بوردیو مبنی بر تأثیر سبک زندگی در سرمایه فرهنگی این فرضیه نیز تأیید می‌شود.

فرضیه پنجم رابطه بین هویت قومی با میزان سرمایه فرهنگی جوانان است که ضریب پرسون آن (۵۱۱/۰) بود و رابطه دو متغیر مثبت بوده و نوع همبستگی بین آنها مستقیم بوده است که نشان‌دهنده آن است که بین هویت قومی جوانان و سرمایه فرهنگی آنان رابطه وجود دارد. بدین مفهوم که تغییرات در متغیر هویت قومی باعث ایجاد نوسان در متغیر وابسته (سرمایه فرهنگی) خواهد شد. همچنین سطح معناداری

آزمون، کوچک‌تر از $0/000$ به دست آمده است، بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. با توجه به نظریات اریکسون مبنی بر تأثیر هویت قومی بر سرمایه فرهنگی این فرضیه تأیید می‌شود.

جدول ۵: ضریب پیرسون متغیرهای مستقل

متغیر مستقل	متغیر وابسته	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتایج آزمون	نوع رابطه
فراغت	سرمایه فرهنگی	$0/000$	$0/533$	تأید	مستقیم
صرف رسانه	سرمایه فرهنگی	$0/000$	$0/570$	تأید	مستقیم
معاملات خانوادگی	سرمایه فرهنگی	$0/000$	$0/521$	تأید	مستقیم
سبک زندگی	سرمایه فرهنگی	$0/000$	$0/566$	تأید	مستقیم
هویت قومی	سرمایه فرهنگی	$0/000$	$0/511$	تأید	مستقیم

به منظور دستیابی به مدل چند متغیری پیش‌بینی متغیر وابسته پژوهش که میزان سرمایه فرهنگی فرد است از روش هم‌زمان^۱ در رگرسیون چند متغیری استفاده شده است. نتایج کلی رگرسیون چند متغیره در جدول ۶ نشان می‌دهد که به طور کلی، تمامی متغیرهای مستقل میزان متفاوتی از تأثیر بر متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند، نتایج کلی این آزمون که در جدول آمده است حاکی از آن است که میزان همبستگی این متغیرها با میزان سرمایه فرهنگی ($0/716$) است. یافته‌های جدول رگرسیون خطی چند متغیر مستقل و متغیر وابسته را نشان می‌دهد از میان پنج متغیر مستقل موجود در مدل رگرسیونی متغیرهای سبک زندگی، میزان صرف رسانه، هویت قومی به ترتیب با

مقدار ضریب بتای (β) و (t) به بهترین وجه متغیر وابسته میزان سرمایه فرهنگی را تبیین می‌کنند.

جدول ۶: رگرسیون خطی چند متغیره شاخص‌های متغیر مستقل

متغیرهای مستقل	B	خطای معیار نشده	ضرایب معیار شده بتا	t	سطح معناداری	تولرنس	عامل تورم واریانس (VIF)
فراغت	۱/۳۶	۰/۱۴۹	۰/۲۱۹	۶/۹۷۸	۰/۰۰۰	۰/۹۷۳	۱/۲۸
مصرف رسانه	۱/۲۸۸	۰/۱۳۱	۰/۳۰۷	۹/۸۲۹	۰/۰۰۰	۰/۹۵۸	۱/۴۴
تعاملات خانوادگی	۰/۶۱۲	۰/۱۰۴	۰/۱۸۶	۵/۸۶۵	۰/۰۰۰	۰/۹۸۲	۱/۱۸
سبک زندگی	۱/۲۸۲	۰/۱۲۴	۰/۳۱۵	۱۰/۳۶۶	۰/۰۰۰	۰/۹۸۹	۱/۱۲
هویت قومی	۱/۱۱۳	۰/۱۳۰	۰/۲۶۳	۸/۵۳۹	۰/۰۰۰	۰/۹۷۹	۱/۳۰

با توجه به نتایج جدول رگرسیون و اهمیتی که هر یک از متغیرهای مستقل بر وابسته داشته‌اند، می‌توان اشاره به مقدار ضریب همبستگی (R) نمود. با توجه به نتایج جدول ۸ مقدار t اهمیت نسبی حضور هر متغیر مستقل را در مدل نشان می‌دهد با توجه به اینکه در این تحقیق مقدار t برای همه متغیرهای مستقل، بزرگ‌تر از ($2/۳۳$) و در سطح خطای کوچک‌تر از ($0/۱$) معنی‌دار است درنتیجه می‌گوییم که متغیرهای موردنظر تأثیر معنی‌داری در تبیین متغیر وابسته داشته‌اند. با توجه به این که مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ($0/۷۱۶$) هست که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته سرمایه فرهنگی همبستگی قوی وجود دارد. همچنین

این متغیرها با توجه به مقدار R^2 (۰/۶۳۴) یعنی (۴/۶۳) از تغییرات (واریانس) سرمایه فرهنگی را تبیین می‌کنند که به عدد یک نزدیک بوده و نشان از آن دارد که متغیر نقش متوسط و خوبی در تبیین واریانس متغیر وابسته دارند. (۶/۳۶) درصد باقیمانده توسط عوامل خارج از مدل تبیین می‌شوند. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با (۱/۶۳۱) است که با توجه به اینکه این ضریب با درجات آزادی تعدیل شده است به منظور انعکاس بیشتر میزان نکویی برآش مدل از آن استفاده می‌شود. م نشان می‌دهد که معادله رگرسیونی حاضر (۱/۶۳) درصد از تغییرات (واریانس) متغیر وابسته سرمایه فرهنگی را تبیین می‌کند. با توجه به مقدار آزمون تحلیل واریانس (۲۵/۱۰۸) سطح خطای کوچک‌تر از (۱/۰) معنادار است، می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از ۵ متغیر مستقل و یک متغیر وابسته (سرمایه فرهنگی) مدل خوبی بوده است.

جدول ۷: مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین R^2	سطح معنی‌داری	F	درجه آزادی	درجه آزادی
۰/۷۱۶	۰/۶۳۴	۰/۶۳۱	۱۰۸/۲۲۵	۵	۰/۰۰۰

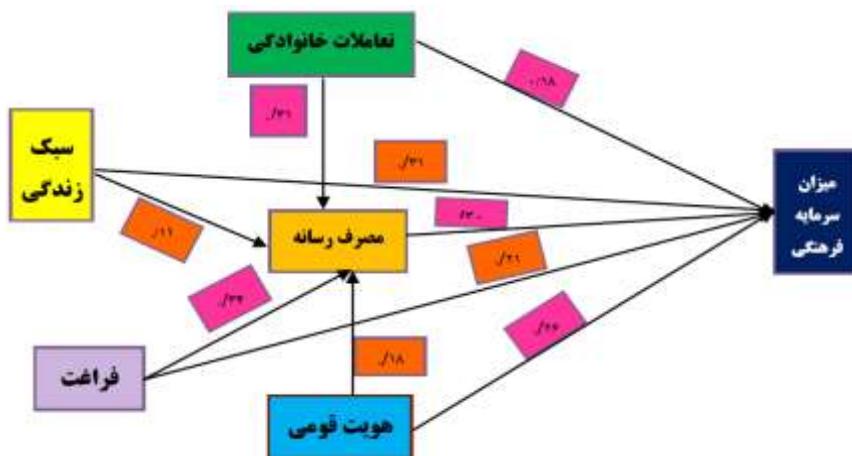
جدول ۶ نتایج مربوط به آزمون هم خطی را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه ضریب تولرانس بین صفر و یک نوسان دارد و نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل تا چه اندازه رابطه خطی با همدیگر دارند، بنابراین هرچه این مقدار بیشتر باشد (نزدیک به عدد یک) میزان هم خطی کمتر است. همان‌طور که هویداست مقدار تولرانس در تمامی متغیرهای مستقل وارد شده در تحلیل زیاد و نزدیک به یک هست، بنابراین میزان هم

خطی پایین و متغیرهای مستقل تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل نیستند. پس خطای استاندارد ضرایب رگرسیون از تورم بالایی برخوردار نیست. همچنین مقدار VIF که از تقسیم عدد یک بر مقدار تولرانس حاصل می‌شود و نسبت معکوسی با تولرانس دارد (هرچه تولرانس بیشتر، عامل تورم واریانس کمتر). به عبارتی هر چه مقدار تورم واریانس از عدد (۲) بزرگ‌تر باشد، میزان هم خطی بیشتر است. شواهد نشان می‌دهد که حداقل مقدار تورم واریانس برابر با $(1/44)$ است که فاصله زیادی با عدد (۲) دارد، بنابراین از طریق این شاخص نیز می‌توان به میزان پایین هم خطی بین متغیرهای مستقل تحقیق پی برد. همچنین با توجه به تعداد مشاهدات و تعداد متغیرهای واردشده در معادله رگرسیونی، مقدار آماره دوربین واتسون (استقلال خطاهای) برابر با $(2/21)$ شده است که با توجه به اینکه بین دو مقدار $(1/5)$ تا $(2/5)$ است بین باقیماندهای مدل همبستگی وجود نداشته است و باقیماندها مستقل هستند.

تحلیل مسیر

با توجه به آزمون رگرسیون چند متغیره و در مدل نظری فوق مشخص شده که تمامی متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته تأثیر مستقیم دارند. نتایج جدول ۱۰ بیانگر این است که بیشترین تأثیر مستقیم را متغیرهای سبک زندگی با میزان بتای $(0/315)$ و متغیر مصرف رسانه با میزان بتای $(0/307)$ بر روی متغیر وابسته تحقیق داشته‌اند. متغیر تعاملات خانوادگی با میزان بتای $(0/189)$ کمترین تأثیر مستقیم وغیرمستقیم را بر متغیر وابسته داشته است. همچنین متغیرهای فراغت، تعاملات خانوادگی، سبک زندگی، هویت قومی علاوه بر تأثیر مستقیم از طریق متغیر مصرف رسانه تأثیری غیرمستقیم نیز بر متغیر وابسته میزان سرمایه فرهنگی داشته‌اند.

طبق نظریه بوردیو درباره رابطه مصرف کالاهای فرهنگی و سرمایه فرهنگی و با توجه به نتایج بدستآمده از تحلیل مسیر فرضیه مصرف رسانه‌ها و میزان سرمایه فرهنگی تأیید می‌شود، و طبق نظریه بوردیو مبنی بر وجود رابطه دیالکتیک بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی و طبق نتایج بدستآمده فرضیه وجود رابطه بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی نیز تأیید می‌شود و نشان‌دهنده آن است که نظریات بوردیو با نتایج بدستآمده از این پژوهش تطبیق دارند.



شکل ۲: مدل تحلیل مسیر

جدول ۸: تحلیل مسیر متغیرها

متغیر مستقل	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	کل
فراغت	۰/۲۱۹	۰/۳۰ * ۰/۳۴	۰/۳۲
صرف رسانه	۰/۳۰۷	-	۰/۳۰۷
نظام خانوادگی	۰/۱۸۶	۰/۳۰ * ۰/۳۱	۰/۲۷
سبک زندگی	۰/۳۱۵	۰/۳۰ * ۰/۱۱	۰/۳۴
هویت قومی	۰/۲۶۳	۰/۳۰ * ۰/۱۸	۰/۳۱۷

خلاصه و نتیجه‌گیری

طبق نتایج به دست آمده بیش از نیمی از پاسخگویان از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردار بودند، و پاسخگویان در سطح شاخص سرمایه فرهنگی نهادینه شده دارای بیشترین تعداد بودند و کمترین تعداد پاسخگویان در سطح سرمایه فرهنگی تجسم یافته بودند.

به نظر بوردیو، طبقه مسلط به دلیل برخورداری از امکان بیشتر برای بازدید از موزه‌ها، کتابخانه‌ها و تئاترها و انجام مسافرت‌ها و خرید کتاب و به‌طور کلی دست‌یابی به ثروت‌های فرهنگی، از جایگاه برتری برخوردار است. درواقع، ثروت‌های فرهنگی به صورت نابرابر پخش می‌شود و این نه نابرابری اقتصادی، بلکه انعکاس استراتژی تشخیص و تمایز، یعنی مبارزه طبقاتی در فرهنگ است.

فضای اوقات فراغت را می‌توان یک میدان فرهنگی یا فضای فرهنگی (طبق نظر بوردیو) در نظر گرفت که توسط خود افراد جامعه در طی زمان ساخته می‌شود و از طرفی افراد فرهنگ و فضای اجتماعی خود را در آن می‌سازند. طبق نتایجی که در این تحقیق به دست آورده شد نتیجه آزمون پیرسون فراغت و میزان سرمایه فرهنگی جوانان (۵۵۳/۰) بود. پس فرضیه تأثیر فراغت بر میزان سرمایه فرهنگی طبق نظریات بوردیو تأیید می‌شود. طبق پژوهشی که ابراهیمی و مسلمی پژوهودی انجام داده بودند سرمایه فرهنگی بر اوقات فراغت زنان تأثیر داشت در این پژوهش نیز طبق نتایج به دست آمده تأثیر اوقات فراغت بر سرمایه فرهنگی مشاهده شد. پایین‌و رنزوی (۲۰۱۲) مهارت‌های کامپیوتری را به عنوان بعد دیجیتال سرمایه فرهنگی در نظر

گرفته‌اند به اعتقاد آن‌ها سرمایه فرهنگی از طریق پیوند با بحث‌های فناورانه، تجدیدنظر و بهروز شده است. به عقیده بوردیو کالاهای مصرفی و ذائقه انسان‌ها باهم رابطه دیالکتیکی دارند. همان‌طور که در این پژوهش دیدیم میزان همبستگی بین مصرف رسانه و سرمایه فرهنگی (۰/۵۷۰) هست پس این فرضیه نیز تأیید می‌شود و میزان مصرف رسانه‌ها تأثیر زیادی در میزان سرمایه فرهنگی جوانان دارد. خانواده‌ها به تناسبی که سرمایه فرهنگی‌شان بیشتر باشد سرمایه بیشتری به امر آموزش و پرورش تخصیص می‌دهند. این الگو به فهم این موضع کمک می‌کند که بزرگ‌ترین و بلندمرتبه‌ترین مراکز آموزشی که فارغ‌التحصیلان آن موقعیت‌های اجتماعی را اشغال می‌کند هر روز بیش از پیش مورد استفاده اعضای فرزندان لایه‌های ممتاز جامعه قرار می‌گیرند. کودکان طبقه بالا به‌طور طبیعی مانند والدین جامعه‌پذیر شده و فرهنگ پایگاه بالاتر را که توسط سیستم آموزشی تجربی پاداش داده می‌شود به نمایش می‌گذارند و همین مسئله سبب تراکم سرمایه فرهنگی آنان می‌شود؛ و در کسب مشاغل پر وجهه موفق‌ترند. بوردیو باور داشت که سرمایه فرهنگی بر ویژگی سبک‌های زندگی گروه‌های متفاوت، ذائقه‌ها، شایستگی‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی و همچنین گرایش به فرهنگ سیاسی و اجتماعی و اخلاقیات دلالت می‌کند به عقیده بوردیو هرچه خانواده دارای مناسبات فرهنگی بالایی باشد میزان تأثیر بر سرمایه فرهنگی نیز بیشتر می‌شود. همان‌طور که در این تحقیق نیز مشاهده شد تعاملات خانوادگی و خانواده در میزان سرمایه فرهنگی جوانان با مقدار ضریب پیرسون (۰/۵۲۱) تأثیر زیادی داشت. هرچه تعاملات خانوادگی و فرهنگی و اجتماعی جوانان زیاد باشد میزان سرمایه فرهنگی جوانان نیز بیشتر می‌شود. در پژوهشی که رستگار

خالد و همکاران (۱۳۹۳) انجام داده بودند بین سرمایه فرهنگی و کیفیت زندگی افراد رابطه معناداری وجود داشت و همچنین طبق نظریات بوردیو سبک زندگی از عوامل تأثیرگذار بر سرمایه فرهنگی است همان‌طور که در نتایج هویدا شد ضریب همبستگی متغیر سبک زندگی (۰/۵۶۶) است که نشان‌دهنده همبستگی بالای این متغیر با میزان سرمایه فرهنگی جوانان ارومیه است. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهند بین سرمایه فرهنگی و هویت قومی نیز رابطه معناداری وجود دارد میزان ضریب همبستگی بین هویت قومی و سرمایه فرهنگی جوانان (۰/۵۱۱) است که نشان‌دهنده همبستگی بالای دو متغیر هست همان‌طور که در پیشینه تحقیق اشاره شد قبل از پژوهشی که توسط میکائیل حسین زاده در این رابطه انجام شده بود این نتیجه به دست آمده بود. پس بین سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. و با توجه به این که هویت قومی از زیرمجموعه‌های هویت اجتماعی هست و همان گونه که در این پژوهش نیز مشاهده شد رابطه بسیار بالایی بین هویت قومی و میزان سرمایه فرهنگی جوانان ارومیه است.

طبق آزمون پیرسون از تمام فرضیات پژوهش بین متغیر وابسته این تحقیق میزان سرمایه فرهنگی و متغیرهای مستقل این تحقیق (فراغت، مصرف رسانه، تعاملات خانوادگی، سبک زندگی، هویت قومی) رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد، و طبق آزمون رگرسیون چندمتغیره درصد زیادی از کل تغییرات میزان سرمایه فرهنگی جوانان ارومیه مربوط به پنج متغیر مستقل است. متغیر سبک زندگی با (۰/۳۱) بیشترین تأثیر را بر روی متغیر وابسته تحقیق داشته است. پنج متغیر نام برده شده در این تحقیق با توجه به مقدار R^2 تعدیل شده (۰/۶۳۱) یعنی (۶۳/۱) درصد از تغییرات (واریانس)



سرمایه فرهنگی را تبیین می‌کنند که به عدد یک نزدیک بوده و نشان از آن دارد که این پنج متغیر نقش متوسط و خوبی در تبیین واریانس متغیر وابسته دارند (۳۶/۹) درصد باقیمانده توسط عوامل خارج از مدل تبیین می‌شوند.

اکنون مشخص شده است که مبنای هر نوع توسعه، توسعه فرهنگی است و از آنجاکه دغدغه اصلی دولت‌ها رسیدن به توسعه همه جانبه است و از آن جائیکه مبنای این توسعه انسان (موجودی فرهنگی) هست، زیربنای توسعه حقیقی و پایدار توسعه فرهنگی می‌خواهد و لازم است تلاش و کوشش فراوان شود که در ارتقاء سطح فرهنگ جامعه کوشای بوده و تلاش مضاعف به کار بسته شود. مقوله فرهنگ در توسعه کشورها یکی از حوزه‌های مهم است وارد کردن جنبه فرهنگی در توسعه به معنی گسترش دادن توسعه تا آن اندازه است که تمامی انسان را در بر می‌گیرد. از سوی دیگر فرهنگ را جنبه‌ای از توسعه دانستن به معنی گشودن فرهنگ به روی همگان است. اگر می‌خواهیم در کشورمان توسعه و پیشرفتی حاصل شود باید ضعف‌های فرهنگی خودمان را بشناسیم. پس با شناسایی عوامل مؤثر بر میزان سرمایه فرهنگی مردم کشورمان می‌توانیم زمینه را برای توسعه فرهنگی کشور آماده کنیم، بنابراین در سطور ذیل اشاره به یکسری راهبردها و راهکارها برای افزایش سرمایه فرهنگی شهروندان بالاً‌خصوص جوانان شهر ارومیه می‌شود.

- ۱- افزایش مناسبات مبادلات فرهنگی اجتماعی و اقتصادی میان اقوام مختلف استان.
- ۲- غنی‌سازی اوقات فراغت نسل جوان و قشر دانشجویی، دارای اهمیت زیادی است و برای سالم‌سازی این اوقات باید برنامه‌ریزی مدونی کرد.

- ۳- محققان اکنون به بررسی این نکته بپردازنند که برای جوانان چه نوع سرمایه فرهنگی‌ای لازم است و اینکه در نظام آموزشی از چه نوع سرمایه فرهنگی‌ای باید استفاده کرد.
- ۴- با توجه به تأثیر مثبت سرمایه فرهنگی بر روی هویت‌های عام و جمعی و فردی لازم است دستگاه‌های اجرایی در حوزه فرهنگی، زمینه‌های مشارکت جوانان در فعالیت‌های فرهنگی را تقویت کنند.
- ۵- ارتقای عملکرد رسانه‌های جمعی به‌مثالیه یکی از مهم‌ترین ابزارهای مؤثر در معرفی مواریث تاریخی و فرهنگی و آموزش و ترویج حقوق شهروندی در ایران.
- ۶- توجه جدی به سبک زندگی جوانان شامل رفتارها، ترجیحات و نگرش‌های جوانان و جلوگیری از رفتارهای انحرافی در بین آنان
- ۷- دسترسی برابر همگان به سرمایه‌های فرهنگی به‌منظور بسط خردگرایی در عرصه‌های مختلف زندگی، بالا بودن سطح مشارکت همگانی در تولیدات و خلاقیت‌های علمی و فرهنگی، سریع شدن تغییرات اجتماعی، گسترش دانش‌های نوین و گسترش گردش اطلاعات به صورت افقی و عمودی و رشد شخصیتی برای اکثریت افراد جامعه.
- ۸- فراهم نمودن زمینه تهیه کالاهای فرهنگی برای تمامی اقسام جامعه و بخصوص اقسام کم‌درآمد جامعه برای افزایش سرمایه فرهنگی.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی، مسلمی پطروندی، رقیه (۱۳۹۰)، اوقات فراغت، سرمایه فرهنگی وزنان، زن در توسعه و سیاست، دوره ۹، شماره ۴، زمستان، صص: ۹۱-۷۳.
- ابراهیمی، قربانعلی و بهنوئی گدنه، عباس (۱۳۸۹)، سرمایه فرهنگی، مدیریت ظاهر و جوانان (مطالعه‌ی دختران و پسران شهر بابلسر) زن در توسعه و سیاست، دوره ۸، شماره ۳، پاییز، صص: ۱۷۶-۱۵۳.
- پروین، لارنس ای (۱۳۷۴)، روانشناسی شخصیت (نظریه و تحقیق)، ترجمه محمد جعفر جوادی و پروین کدیور، چاپ اول، تهران، موسسه خدمات فرهنگی رسا.
- پولاکی، ادوردیاکوب (۱۳۶۱)، ایران و ایرانیان، ترجمه کیکاووس جهانداری، چاپ اول، تهران، انتشارات خوارزمی.
- توسلی، غلام عباس (۱۳۸۳)، تحلیلی از اندیشه پیر بوردیو درباره فضای منازعه آمیز اجتماعی و نقش جامعه‌شناس، نامه علوم اجتماعی، جلد ۱۱، شماره پیاپی ۲۳، صص: ۲۷-۳.
- جکیتز، ریچارد (۱۳۸۵)، پیر بوردیو، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جو افشاری، چاپ اول، تهران، انتشارات: نی.
- حسنپور، محمد محسن (۱۳۸۹)، کاربرد مفهوم سرمایه فرهنگی در گستره تحقیقات تجربی با تأکید بر جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، نامه فرهنگ و ارتباطات، شماره: ۳، پاییز و زمستان، صص: ۵۵-۸۴.
- خادمیان، طلیعه (۱۳۹۰)، سبک زندگی و مصرف فرهنگی (مطالعه‌ای در حوزه

جامعه‌شناسی فرهنگی و دیباچه‌ای بر سبک زندگی فرهنگی ایرانیان، چاپ سوم، تهران: موسسه فرهنگی- هنری جهان کتاب.

- تراسبی، دیوید (۱۳۸۲)، **اقتصاد و فرهنگ**، ترجمه کاظم فرهادی، چاپ اول، تهران، نشر نی.

- رستگار خالد، امیر؛ محمدی، میثم؛ پاک باز، سکینه (۱۳۹۳)، رابطه بین سرمایه فرهنگی و کیفیت زندگی، **فصلنامه توسعه اجتماعی**، دوره ۷، شماره ۴، تابستان، صص: ۷۸-۹۴.

- رضایی، محمد؛ تشویق، فاطمه (۱۳۹۲)، بازخوانی سنجه‌های سرمایه فرهنگی، **فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، دوره دوم، شماره اول، بهار، صص: ۹-۳۵.

- رضوی زاده، سید نورالدین (۱۳۸۴)، بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی، **مجله علمی و ترویجی علوم اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبائی)**، شمار ۳۱، پاییز، صص: ۱۱۱-۱۴۴.

- ریترر، جورج (۱۳۷۴)، **نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر**، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ اول، تهران، انتشارات علمی.

- شارع پور، محمود؛ خوش فر، غلامرضا (۱۳۸۱)، رابطه سرمایه فرهنگی با هویت جوانان: مطالعه موردی شهر تهران، **نامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۰، پاییز و زمستان، ۱۳۳-۱۴۷.

- صالحی امیری، سید رضا (۱۳۸۶)، **مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی**، چاپ اول، تهران، نشر ققنوس.

- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، **صرف و سبک زندگی**، چاپ اول، قم، نشر صبح صادق.

- فخرابی، سیروس؛ کریمیان، انور (۱۳۸۸)، بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت



- پذیری، **فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی**، شماره، ۳، تابستان، صص: ۱۴۸-۱۲۵.
- فورسایت، دانلسن (۱۳۸۰)، **پویایی گروه**، ترجمه دکتر جعفر نجفی زند، دکتر حسن پاشا شریفی، تهران، نشر دوران،
- علی بابایی، یحیی؛ باینگانی، بهمن (۱۳۸۹)، **بورسی میزان تأثیر سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی بر سرمایه فرهنگی**، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۱۸، بهار، صص: ۱۱۶-۸۷.
- کارکنان نصرآبادی، محمد؛ جعفرپور، مرتضی؛ پروری آرانی، زینب (۱۳۹۱)، **عوامل مؤثر بر سرمایه فرهنگی در شهرستان‌های کاشان و آران و بیدگل**، **مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، شماره ۲۷، تابستان، صص: ۱۷۱-۱۴۳.
- کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۸۶) **بورسی نگرش شهروندان در مورد رابطه سرمایه اجتماعی و توسعه شهری در سفید شهر**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۴)، **پرسه زنی در مراکز خرید**، رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- کاوه، محمد (۱۳۹۱)، **آسیب شناسی بیماری‌های اجتماعی** (جلد اول)، تهران: نشر جامعه شناسان، چاپ اول
- کوهستانی، حسینعلی؛ خلیل زاده، علی‌اصغر (۱۳۷۸)، **پژوهشی در اوقات فراغت و راه-های بهره‌وری از آن**، چاپ اول، مشهد، نشر تیهو.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۸)، **نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی**، چاپ اول، تهران: انتشارات

موسسه فاران.

- نصیری، بهاره (۱۳۸۶)، *میزان بررسی نظرات متخصصان علم ارتباطات پیرامون سواد رسانه‌ای در جامعه*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال.
- نوابی نژاد، شکوه (۱۳۷۰)، مبانی رفتار، *نشریه پیوند* (روان‌شناسی و علوم تربیتی)، ماه بهمن، شماره ۱۳۶.
- یوسفی، علی (۱۳۸۰) روابط بین قومی و تاثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۸، سال دوم، تابستان، صص ۴۲-۱۱.
- Andersen, Patrick Lie & Hansen, Marianne Nordli (2011), “Class and Cultural Capital: The Case of Class Inequality in Educational Performance”, *European Sociological Review*, Vol 27, No 1, pp: 1-15.
 - Aschaffenburg, k. & Maas, Ineke (1997), “Cultural and Educational Careers: The Dynamic of Social Reproduction”, *American Sociological Review*, Vol 62, No. 4 (Aug), pp: 573-587.
 - Bell, Beth Teresa & Dittmar, Helga (2012), “Does Media Type Matter? The Role of Identification in Adolescent Girls’ Media Consumption and the Impact of Different Thin-Ideal Media on Body Image”.
 - *A Journal of Sex Roles*, Vol. 65 Issue 7/8, pp: 478–490.
 - Bourdieu, Pierre, & Passer on, Jean Claude (1977), *Reproduction in Education, Society and culture*, London: Sage press.
 - Bourdieu, Pierre. (1977), *Cultural Reproduction and Social Reproduction InPower and Ideology in Education*, Edited by Kaarabel, J and Halsey, A. H. 487-511. New York: Oxford



University Press.

- Bourdieu, Pierre ,(1986) *The Forms of Capital* , in John G. Richardson(ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education Westport, CT: Greenwood Press.
- Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction*, Cambridge, Mass., Harvard university press.
- DiMaggio, Paul. (1982), “Cultural Capital and Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School”, *American Sociological Review*, Vol.47, No2, pp: 189-201.
- Dumas's. (2002), “Cultural Capital, Gender, and School Success: The Role of Habitu”, *Sociology of Education*, Vol.75, No.1, pp.44-68.
- Erikson, Thomas H. (1993). *Ethincity and nationalisim*, London: Pluto press.
- Gavereliuc, Dana; Gavereliuc, Alin (2014): “Symbolic capital and cultural dimensions in Romanian educational organizations, Procidia”, *Social and behavior sciences*, Volume 127, (April) .pp:395 -392.
- Gao, Lan (2011), *Impacts of Cultural Capital on Student College Choice Process in Chin*, United States of America: Lexington Books.
- Kalmijn, Matthijs & Kraaykamp, Gerber (1990), “Race, Cultural Capital, and Schooling: An Analysis of Trends in the United States”, *Sociology of Education*, Vol. 69, No1, pp: 22-34.
- Katz-Gerro, Tally (2008), “Cultural Capital: Between Taste and Participation”, *A newsletter of the consumer studies research netwok*, Vol. 9, No. 2,(May),pp: 1-6.
- Palumets, Liis (2002): “Space of lifestyles in Estonia in 1991

Society with heritage in the light of Bourdieu Theory”, *pro ethnologia*, Vol 16, No2, pp: 39-59.

- Piano, Maria & Renault, Linda A. (2012), “Digital Dimension of Cultural Capital: The (In) Visible Advantages for Students Who Exhibit Computer Skills”, *Sociology of Education*, Vol. 86, No. 2, pp: 1-15.
- Prieur, Annick. & Savage, Mike (2011), “cultural capital theory: A discussion basedon studies in Denmark and in Britain”, *Poetics*, Vol 39, No. 2, pp: 566-580.
- Seoyong, Kim; Hyesun Kim, (2008), “Does Cultural Capital Matter? Cultural Divide and Quality of Life”, *Social Indicators Research*, Volume 93, Issue 2, pp: 295-313.
- Weininger, Elliot, Lareau, Annette (2007), *cultural capital and Education, in the encyclopedia of sociology*. Edited by George ritzer, oxford: Blackwell.