

نگاه بر جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

سبک زندگی طبقه متوسط جدید و قدیم

دکتر پروین سزگارا
عضو هیات علمی دانشگاه تهران

A View of Sociological Studies About Middle Class In Iran

Life Style Of New & Old Middle Class

نظام قشر بندی ایران، تحت تاثیر دوران گذار از سنتی به مدرن، تغییراتی را متحمل شده است. مدرنیته و حضور طبقه متوسط جدید کنار طبقه متوسط سنتی، تفاوت ها و تمایزاتی را در سبک زندگی آنها به وجود آورده است.

این کتاب با نگاه به نظریه بوردیو در این زمینه، و استفاده از دو شاخص سلیقه و گذران اوقات فراغت

به سوال کلی بررسی پاسخ داده است که در شرایط مساوی اقتصادی، سرمایه فرهنگی تا چه اندازه؟ این دو طبقه را از هم متمایز کرده است.

Iran's social order has changed in the transition from a traditional to a modern society.

Modernity and the Presence of a new middle class alongside a traditional one have wrought change and differentiation in Iranian's lifestyles.

With an eye to the theories of Pierre Bourdieu and making use of the indices of "taste" and "leisure time" this book answers the general question:

Given equivalent economic circumstances, to what extent has cultural capital differentiated these two classes?

Dr. Rarvin Sazgara

faculty Member of Sociology Department
Tehran University

الله الرحمن الرحيم

نگارهای جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

سبک زندگی طبقه متوسط جدید و قدیم

دکتر پروین سنازگار

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

سرشناسه	: سازگارا، پروین، ۱۳۲۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران: سبک زندگی طبقه متوسط جدید و قدیم/ پروین سازگارا.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات رز، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: [۷۰] ص: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۶۴۵۹-۸۱-۶
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا	
یادداشت	: کتابنامه
عنوان دیگر	: سبک زندگی طبقه متوسط جدید و قدیم.
موضوع	: طبقه متوسط - ایران - Middle class—Iran
موضوع	: طبقات اجتماعی - ایران -- Social classes -- Iran
موضوع	: طبقه متوسط -- ایران -- تاریخ -- قرن ۱۴
موضوع	: Middle class -- Iran -- History -- 20th century
موضوع	: قشربندی اجتماعی - ایران
موضوع	: Social stratification -- Iran
موضوع	: شیوه زندگی -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	: Lifestyles -- Iran -- Case studies
رده‌بندی کنکره	: HT ۶۹۰ / ۱۳۹۷ س۲ الف / ۳۰۵/۵۵۰۹۵۵
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۵/۵۵۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۳۶۴۵۸۱



انتشارات رز

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران سبک زندگی طبقه متوسط جدید و قدیم

تألیف: دکتر پروین سازگارا
عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

چاپ اول: ۱۳۹۷

قطع: رقعی

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

لیتوگرافی: خدمات فرهنگی صبا

چاپ و صحافی: پردیس

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۶۴۵۹-۸۱-۶

نظام قشر-بندی ایران، تحت تأثیر دوران گذار از سنتی به مدرن، تغییراتی را متحمل شده است. مدرنیته و حضور طبقه متوسط جدید کنار طبقه متوسط سنتی، تعامل‌ها و تمایزاتی در سبک زندگی آنها بوجود آورده است.

این کتاب با نگاه به نظریه بوردیو در این زمینه و استفاده از دو شاخص سلیقه و گذران اوقات فراغت.

به سوال کلی بررسی پاسخ داده است که در شرایط مساوی اقتصادی، سرمایه فرهنگی تا چه اندازه این دو طبقه را از هم متمایز کرده است.

فهرست مطالب

۹ ورود به پژوهش
۱۱ مقدمه
۱۳ پیشینه تحقیق
۱۹ چارچوب نظری
۳۳ روش‌شناسی
۳۹ نتیجه‌گیری و پیشنهادات
۶۳ توضیح
۶۵ منابع انگلیسی
۶۸ خلاصه انگلیسی

ورود به پژوهش

جامعه‌شناسی طبقات اجتماعی امروز، توجه خود را از تمرکز صرف بر مفهوم روابط تولید و میزان مالکیت ابزار تولید و نیز رویکرد قطبی نسبت به طبقات برداشته و دامنه مفاهیم مربوط به ساختار قشر-بندی و طبقات به مفاهیمی نظیر منزلت، نحوه و میزان مصرف، سبک زندگی و شاخص‌های خردتر، مربوط به این مفاهیم، به عبارت روشن‌تر، هویت اجتماعی، ناشی از تعلقات و طبقات اجتماعی، گسترش داده است. این دیدگاه جدید، برای میزان مالکیت ابزار تولید - که در تحلیل مارکس از اهمیت بنیادی و محوری برخوردار است - اهمیت کمتری قائل شده و معطوف به عوامل جدیدی شده است.

در رویکرد جدید برای تمایزات اجتماعی، ساختار قشر-بندی، شاخص‌های ویژه سبک زندگی (مثل سلیقه و گذران اوقات فراغت در نظر گرفته شده است).

۱۰ / نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

برای ما هم این سوال‌ها مطرح است که آیا سلیقه دو طبقه متوسط جدید [۲] و قدیم [۳] و گذران اوقات فراغت دو قشر از دو طبقه با هم تفاوت دارد؟

و دیگر اینکه آیا با شرایط مساوی اقتصادی، سرمایه فرهنگی تا چه اندازه بر سبک زندگی دو طبقه اثر گذاشته است؟

مقدمه

طبقه اجتماعی یکی از جالب توجه‌ترین و مهم‌ترین موضوع‌ها در جامعه‌شناسی است. به دلیل اینکه تعداد پدیده‌هایی که در طبقات گوناگون وجود دارند، مختلف هستند:

- چه کسانی طبقه متوسط جدید هستند؟

- چه کسانی طبقه متوسط قدیم هستند؟

- چگونه آنها زندگی می‌کنند؟

- سبک زندگی آنها چگونه است؟

در این پژوهش تأثیر سرمایه فرهنگی روی سبک زندگی طبقه متوسط جدید و قدیم در ایران بررسی شده است. اگرچه **بورديو**[۱] موضوع‌های بسیاری را بررسی کرده است. محور اصلی جامعه‌شناسی وی نقطه‌نظری از سیمای فرهنگی مربوط به این طبقات را مطرح می‌کند.

برای فهم نقطه‌نظر بوردیو از طبقات اجتماعی شناخت تمایزی که وی بین چهار نوع سرمایه: اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادی قائل شده است، ضرورت دارد.

این تمایز سرمایه به ما امکان بررسی تفاوت دو خانواده دانشگاهی و بازاری را داده است، به طوری که فرض اصلی تحقیق که عبارت است از تفاوت سبک زندگی طبقه متوسط جدید و طبقه متوسط قدیم بود به اثبات رساند.

در این پژوهش از روش پیمایشی با به‌کار بردن پرسش‌نامه در جمع‌آوری اطلاعات لازم بهره گرفته شده است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، طبقه اجتماعی، طبقه متوسط قدیم، طبقه متوسط جدید، اوقات فراغت، سلیقه، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی

پیشینه تحقیق:

این پژوهش مطالعه، در باب قشر‌بندی، اما نه با رویکرد متداول و برداشت از ساختار طبقات اجتماعی در جوامع، بلکه در بررسی ساختار طبقاتی، با رویکردی واقع‌بینانه تلاش می‌کند تا در فهم و تعیین شاخص‌ها و مؤلفه‌های طبقه اجتماعی، به عوامل واقعی اثرگذار در ساخت‌دهی به طبقه اجتماعی توجه کند و در فضای عینی جامعه و در متن اجتماع، طبقه اجتماعی و ساختار آن را مورد نظر قرار دهد.

گواینکه بررسی بین طبقه و سبک زندگی (با دو شاخص سلیقه و گذران اوقات فراغت) مقوله کاملاً جدیدی است که طراح اصلی آن بوردیو است. ولی نگاهی به تحقیقات انجام شده ما را متوجه این مسئله می‌کند که جامعه‌شناسان پیش از بوردیو بطور غیرمستقیم مقولاتی را در رابطه با طبقه و سبک زندگی، نحوه مصرف و گذران اوقات فراغت مطرح کرده‌اند که از آنها می‌توان چشم پوشید.

وبلن Veblen در سال ۱۹۷۷ شاید از اولین نظریه‌پردازانی باشد که شاخص سبک زندگی را به عنوان عامل و شاخصی که افراد بدان وسیله خود را به طبقه اجتماعی متصف می‌کنند در نظر گرفته است. (کوزر. ۳۲۶: ۱۳۷۳)

ویلیام یانگ William young 1979 طی پژوهشی نشان داد که مصرف کالاهای فرهنگی مثل روزنامه، کتاب و استفاده از تلویزیون و سینما با تحصیلات افراد رابطه مستقیم دارد. طی پژوهشی دیگر یانگ نشان داد که بین تحصیلات و نحوه گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد. (این تحقیق را در سال ۱۹۴۱ در دانشگاه مینه‌سوتا انجام داده است. (Miller, 2002: 529)

کیویستو Kivisto 1980 بیان می‌کند که زیمل در مقاله مشهور خود «مد» سال ۱۹۰۴ به نحوه گذران اوقات فراغت و مصرف‌گرایی توجه کرده است. از نظر زیمل مردم به این علت با آهنگی پرشتاب به مدهای جدید و متفاوت جذب می‌شوند که می‌خواهند به هویت شخصی متمایز خود، شکل بدهند. (Simmele, 1971: 297)

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۱۵

چاپین (Chapin, 1982) نشان می‌دهد که دکور ساختمان (مثل رنگ، نوع کف‌پوش، شکل‌بندی فضا با سلیقه طبقاتی در ارتباط است.

ویلیامز Williams نیز در کتاب خود، عالم رویاها مصرف‌توده در اواخر قرن نوزدهم با بازگشت به قرن نوزدهم انگلستان و بررسی اشاعه فرهنگ جدیدی که به آن قرتی‌گرایی^۱ می‌گویند، به این موضوع می‌پردازد، که این فرهنگ سبک زندگی‌ای را می‌سازد که هدفش بدست آوردن برتری خاصی است که در آن اشرافیت، روح خود را در تحقیر توده‌ها جستجو می‌کند. (Williams, 1982;107)

فدرستون Fedreston 1991 به بررسی و تعیین جایگاه سبک زندگی، در زندگی روزمره می‌پردازد. فدرستون تأکید دارد که با استفاده از برداشت و تلقی بوردیو از مفاهیم «ساختمان ذهنی» و «رابطه» و «سبک زندگی» و ارتباطی که بوردیو میان این سه مؤلفه برقرار می‌کند، درصدد طرح مفهوم خاص خود پیرامون سبک زندگی و فرهنگ توده است.

1. Dandyism

روی شوکر Roy Shuker 1994 در کتاب فهم موسیقی توده‌ای به بررسی رابطه طبقات اجتماعی و سلیقه موسیقایی افراد پرداخته است.

جوکا گرونو Jokka Gronow 1997 در کتاب جامعه‌شناسی سلیقه به بررسی رابطه میان سلیقه و طبقه اجتماعی می‌پردازد، وی با رجوع به افکار پیر بورديو پیرامون سلیقه، سبک زندگی و طبقه اجتماعی و بررسی رابطه میان این مؤلفه‌ها، بر هم تغییری نگرش زیبایی‌شناختی و سبک زندگی و طبقه اجتماعی افراد تأکید می‌کند.
(Gronow, 1997:10-12)

گرونو (Gronow, 1997:1-18) به رابطه بین طبقه و سلیقه غذایی اشاره می‌کند، در این زمینه پژوهش دیگری پراتیل (Pratiail, 1992) انجام شده است که به رابطه رژیم غذایی و جنسیت پرداخته است.

با استفاده از تفکیکی که آدرنو، میان فرهنگ عامه و فرهنگ والا قائل است، شاخص‌های فرهنگی مانند موسیقی و تماشای فیلم و تلویزیون می‌پردازد.
(Adernow, 1940, Witkin, 1990, Witkin, 2003)

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۱۷

میلر (Miller, etal, 2002) در کتاب اثاث منزل به بررسی سلیق مختلف افراد و نحوه آراستن منزل و تهیه وسایل منزل پرداخته است. در این کتاب، نوع طراحی ساختمان و ساخت آن نیز به عنوان شاخص طبقاتی و نیز معیار تمایز سلیقه افراد، در نظر گرفته شده است.

در ایران رابطه بین سلیقه و ذوق افراد و طبقه اجتماعی به طور کلی‌تر توجه به معیار شاخص‌های فرهنگی و ذهنی، به عنوان معیار تفکیک و تمایز طبقاتی، امری است که کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

چارچوب نظری:

چنانکه در مقدمه اشاره گردید. بررسی طبقات اجتماعی عمدتاً بر پایه مدل مارکس (تولید) مبتنی هستند. اما در جامعه‌شناسی امروز «مصرف» جایگزین تولید شده است. یکی از نظریه‌پردازان در این زمینه پیر بوردیو، Bourdieu Peire جامعه‌شناس معاصر فرانسوی است.

در بیان تعریف طبقه، می‌دانیم که سرمایه به عنوان یک شاخص، جایگاه مهمی دارد به خصوص که مارکس در بیان مفهوم طبقه، سرمایه را محور اصلی شکل‌گیری آن می‌داند. اساساً ساخت یافتن طبقه در فضای اجتماعی را منوط به سرمایه تلقی می‌کند. مفهوم سرمایه در نزد بوردیو، بر خلاف مارکس محدود به «سرمایه اقتصادی» نمی‌شود و به تبع آن، شکل‌گیری ساختار طبقاتی نیز تنها از داشتن یا نداشتن سرمایه ناشی نمی‌شود. در واقع ساختار طبقات اجتماعی یک سلسله مراتب عمودی نیست که کسانی که در رأس هرم قرار گرفته‌اند، دارای بالاترین میزان سرمایه اقتصادی و کسانی که

در قاعده هرم هستند، دارای حداقل میزان سرمایه اقتصادی باشند.

برداشت مارکسیستی از مفهوم طبقه، ساختار روشن و آشکاری می‌آفریند که به سادگی با اندازه‌گیری میزان دارایی اقتصادی هر فرد قابل اندازه‌گیری است. به عقیده بوردیو، ساختار طبقاتی، امری آشکار و ساده‌انگونه که برداشت اقتصادی از طبقه ارائه می‌دهد نیست.

به گفته جنکینز از دیدگاه بوردیو: «طبقات از یک منظر عینی، گروه‌بندی‌هایی از افراد هستند که از طریق اولویت‌بندی، شبیه و یا نزدیک به هم هستند و جایگاه‌هایی را اشغال می‌کنند، اما گذشته از اشغال جایگاه‌های مشترک، که به صورت عینی هستند، افراد باید به یک شناخت جمعی از هویت خود، به عنوان عامل تمایز از سایر گروه‌ها طبقات هم برسند تا به عنوان طبقه اجتماعی پذیرفته شوند.» (Jenkins, 2002:88)

از دیدگاه بوردیو سرمایه اینگونه تعریف می‌شود:

۱- سرمایه اقتصادی یا دارایی این سرمایه شامل پول و مواردی می‌شود که برای تولید کالا و خدمات مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۲۱

۲- سرمایه اجتماعی، شامل موقعیت‌ها، ارتباطات، شبکه‌های اجتماعی و گروه‌بندی‌ها می‌شوند.

۳- سرمایه فرهنگی یا مهارت‌های بین شخصی و غیررسمی، شامل عادت‌ها، روش‌ها، شبکه‌های ساخت زبان، مدارک تحصیلی، سلیقه‌ها سبک زندگی و غیره می‌گردد.

۴- سرمایه نمادین از طریق به کار گیری نمادها برای مشروعیت بخشیدن به تصرف و تملک سطوح و اشکال مختلف از سه نمونه دیگر سرمایه در نظر گرفته شده است. به عقیده بوردیو، این شکل‌های سرمایه قابل تبدیل به یکدیگر هستند. (Jenkins, 2002:140)

از منظر بوردیو ساخت طبقه، کل میزان سرمایه را که گروه‌های مختلف دارند، منعکس می‌کند. به طور کلی طبقه غالب یا مسلط، بیشترین میزان سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی و نمادین را داراست. طبقه متوسط کمتر از طبقه مسلط مالکیت سرمایه‌ها را دارد و طبقات پایین کمترین میزان منابع و سرمایه را دارا هستند. (Ritzer, 2000:512)

ساختار طبقه از نظر بوردیو، یک سلسله‌مراتب در خط عمودی نیست، بلکه داخل هر طبقه رده وسط به میزان

متوسط مالک سرمایه‌های فرهنگی و نمادین و اقتصادی آن طبقه است. هر طبقه ردیف بالا پاره طبقه غالب و پایین‌ترین رده در هر طبقه، پاره طبقه مغلوب به حساب می‌آیند.

تحلیل بوردیو، شیوه‌ای خاص برای تحلیل «فرهنگ طبقه» فراهم کرده است و «فرهنگ طبقه» همیشه از نظر بوردیو یک متغیر وابسته به حساب می‌آید و اما تفصیل و شرح جزئیات برای این فرهنگ‌های طبقه شاید مهمترین سهم بی‌نظیر بوردیو برای جامعه‌شناسی باشد که به وسیله بوردیو در مفهوم وی از «ساختمان ذهنی» [۴] مورد استفاده قرار گرفته است. (Turner, 1998:515)

بوردیو تأکید می‌کند که ساختار طبقاتی در وهله اول آشکار نیست، انسجام طبقاتی امری پنهان است. به عقیده بوردیو: «اینکه فرد باید طبقه معینی متشکل از افراد بسازد، که وضعیت‌های مشترک و مشابه آنها، ساختمان‌های ذهنی مشترک و مشابهی برای دستیابی به قدرت و سرمایه را فراهم می‌کند. (Bourdieu, 1984:81) «بوردیو از شاخص‌های آماری به خصوص، برای اندازه‌گیری سرمایه اقتصادی استفاده می‌کند. شاخص‌هایی نظیر مالکیت منزل، مالکیت اتومبیل

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۲۳

لوکس، درآمد و... سرمایه فرهنگی را با شاخص‌هایی نظیر مطالعه روزنامه، کتاب، رفتن به تئاتر و علاقه به موسیقی کلاسیک، اندازه می‌گیرد. این دو نوع سرمایه به هم مرتبط‌اند و افزایش یکی با کاهش دیگری همراه است.» (Jenkins. 2002: 34-9)

چون آشنایی با مفهوم سرمایه اقتصادی زیاد است. در اینجا به مفهوم سرمایه فرهنگی در تفکر نظری بوردیو می‌پردازیم.

بوردیو سرمایه فرهنگی را به عنوان یک بند از ساختمان ذهنی وسیع‌تر، انعکاسی از موقعیت و جایگاه اجتماعی دیده است. او نشان می‌دهد که سلیقه [۵] مشخصه پایگاه اجتماعی است. بررسی تحلیلی او بیان می‌کند طبقات و گروه‌های شغلی در جامعه فرانسوی (مثل کارگران، آکادمیک‌ها، تکنسین‌ها) تمایل به داشتن سیستم‌های متفاوت در موزیک و هنر و غذا و غیره داشته‌اند. وی معتقد است که سلیقه به تنهایی یک شاخصی است، که به وسیله موقعیت و پایگاه اجتماعی شکل گرفته است. (Smith, 2001: 131-7)

این دید که سلیقه موضوعی اجتماعی است، بسیار جدید و نو می‌باشد، بوردیو عنوان کرده که چه چیزهایی قابل پذیرفتن یا قابل ارزیابی فرهنگی می‌باشد و چه چیزهایی قابل ارزشیابی نمی‌باشد. کاری که به وسیله وی در جامعه فرانسه صورت گرفته است. دادن ارزش بالاتر «به فرهنگ برتر» نسبت به فرهنگ عامه می‌باشد.

فرهنگ سطح بالاتر، که پالایش شده است، روشنفکرانه، دائمی و جدی است. در مقابل آن یک فرهنگ عامه که جزیی و بی‌دوام می‌باشد قرار دارد. وی معتقد است که، سرمایه فرهنگی قابلیت انتقال دارد و کلاً گروه‌ها می‌توانند یک شکل از سرمایه را به شکل دیگری از سرمایه تبدیل نمایند.

سلیقه‌ها در واقع در سلسله‌مراتب فرهنگی سازمان‌بندی شده‌اند و آینه‌وار سلسله‌مراتب اجتماعی و جایگاه عینی طبقه را بازتاب می‌کنند. (Turner, 1998: 152,515-16)

بوردیو بین دو نوع سلیقه تمایز قائل شده است سلیقه طبقه بالا در مقابل سلیقه طبقه پایین، بطور مثال سلیقه طبقه بالا درباره هنر بر اساس معیار هنر برای هنر قرار دارد. سلیقه طبقه بالا از تجمّل تنها به بیان و ارائه برخی

واقعیت‌های بیرونی هنر مربوط نمی‌شود، بلکه به این معنی است که هنر از زندگی فاصله گرفته است درست همان‌گونه که زندگی طبقه بالا از ضرورت قسمت مادی فاصله گرفته است سلیقه لوکس‌گرایی، سلیقه معمولی و نازیبا را به سمت سلیقه زیباشناسی و قشنگ‌پالایش و ویرایش کرده است.

بورديو مطرح می‌کند که زیباشناسی به عنوان یک حوزه عملی مطرح نیست ولی «فاصله از نیاز و احتیاج» به عنوان یک درون‌مایه از سبک زندگی طبقه یک (طبقه بالا) را باید پذیرفت برعکس، به دلیل اینکه طبقه پایین در واقعیت‌های فیزیکی و ضرورت‌های اقتصادی غرق می‌شوند. سلیقه عامه، لباس و اثاثیه‌ای را برمی‌گزینند که بیشتر کاربردی هستند و مورد استفاده ضروری آنهاست و این تنها به دلیل جبر و فشار اقتصادی نیست (Turner, 1998: 515).

«سلیقه مبنای کلیه چیزهایی است که فرد دارا است و از طریق آنها هم خود را طبقه‌بندی می‌کند و هم دیگران او را طبقه‌بندی می‌کنند.»

بورديو محور تحليلی خود را بر اين پايه قرار داده که سلیقه می‌تواند معیارهایی جهت ایجاد تمایزات اجتماعی باشد.

بورديو با محور قرار دادن موضوع طبقه و طبقاتی کردن سلیقه عنوان کرده که تعلق فرد به یک طبقه خاص است که یک سلیقه یا ذوق را تایید می‌کند و دیگری را خیر، در واقع سلیقه هر فرد به وسیله طبقه اجتماعی او تایید و ارزیابی می‌شود. به قول بورديو مبنایی است برای اینکه فرد خود را طبقه‌بندی کند و دیگران هم او را طبقه‌بندی کنند (Bourdieu, 1984: 50).

به این ترتیب ترجیح یک سلیقه به سلیقه دیگر گرچه امری است که به واسطه طبقه اجتماعی تعیین می‌شود اما ملاکی جهت تعیین این موضوع که کدام سلیقه بهتر و کدام یک برتر است ندارد.

گرچه بورديو عناوین زیادی را شرح داده است، اما هسته مفهومی، جامعه‌شناسی او منظری از طبقات اجتماعی و شکل‌های فرهنگی مبتنی بر این طبقات می‌باشد. باید گفته شود که کار بورديو یک تئوری است که بر اساس موقعیت

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۲۷

عینی طبقه در ارتباط با ابزار تولید، و با استفاده از تحلیل و بررسی از پایگاه گروهی (سبک زندگی، سلیقه پرستیژ) و سیاست‌هایی «در جهت کوشش سازمان‌یافته برای فردی که «فرهنگ مسلط» دارد شکل گرفته است» (Turner, 1998: 539, Ritzer, 2004: 317).

به اعتقاد بوردیو افرادی که در موقعیت پایین اجتماع قرار دارند «تابع و مغلوب» هستند مجهز به ساختمان ذهنی می‌باشند که به آنها اجازه داخل شدن به الگوهای پیشرفت زندگی را نمی‌دهد، در عوض ساختمان ذهنی آنها را به تمایلات، هیجان‌ات، دانستنی‌ها، مهارت‌ها، روزمرگی‌ها و استراتژی که پایگاه پایین‌تر «رتبه پست‌تر» دارد آنچنان مجهز می‌کند که این پایگاه‌ها را بازتولید کنند.

بوردیو معتقد است که مدرسه و خانواده در شکل‌گیری مفهوم و ساختار «ساختمان ذهنی» نقش قاطعی ایفا می‌کنند. این نهادها امتیازات نازیبایی به افرادی که از طبقات پایین هستند اعطا می‌کنند. برای اینکه بهتر درک کنیم چگونه «ساختمان ذهنی» می‌تواند نابرابری‌ها را بازتولید کند، ناگزیر به مطالعه سرمایه فرهنگی بوردیو هستیم (Smith, 2001: 139).

در تئوری بوردیو و چارچوب نظری او اصل بر این مبنا قرار دارد که مردم فرهنگ را به عنوان یک امر آموختنی یاد می‌گیرند، و می‌آموزند که چگونه فرهنگ را به مصرف برسانند. این آموزش با طبقه اجتماعی تغییر می‌کند. به عقیده بوردیو، مثلاً طبقه کارگری، نسبت به طبقه متوسط و طبقه بالا توانایی کمتری برای قضاوت زیبایی‌شناسانه درباره یک موضوع دارد.

در جمع‌بندی نظر بوردیو و چارچوب نظری تحقیق می‌توانیم فرض‌های این پژوهش را راحت‌تر عنوان کنیم:

آنچه بوردیو تلاش به بیان آن دارد، رابطه‌ای است که میان اخلاق مصرف‌گرایی طبقه جدید و الگوها و شاخص‌های ذوقی و طبقاتی ارائه شده‌ای است که توسط آنان برقرار می‌شود. مصرف طبقه متوسط جدید از نظم سنتی پیروی نمی‌کند. این طبقه شاخص‌های مصرفی خود را که نوع و شکل رفتار وی را تعیین می‌کند، در قالب سبک زندگی‌اش انتخاب می‌کند. شاخص‌ها شیوه‌ای از زندگی است که طبقه اجتماعی بر اساس معیارهای ذهنی و اجتماعی است که آنها را تعریف می‌کند.

علت تأکید این پژوهش در بخش نظری بر مفهوم سلیقه و شاخصه تمیزگذاری آن این است که، در چارچوب نظری بوردیو، مفهوم سبک زندگی در سلیقه افراد نسبت به امور

مختلف اجتماعی تجلی پیدا می‌کند. در واقع سلیقه یک عنصر هویت اجتماعی است و افراد بیشتر مایلند با افرادی که دارای سبک‌های زندگی مشترک و مشابه آنها هستند تعاملات اجتماعی داشته باشند بدین منظور از شاخص عینی سلیقه آنها در تشخیص و تمیز سبک زندگی‌شان کمک می‌گیرند (Jenkins, 2003: 139).

از نظر بورديو سلیقه مشخصه پایگاه اجتماعی افراد است. بررسی او مبین این نکته است که طبقات و گروه‌های شغلی در فرانسه (مثل کارگران، دانشگاهیان و تکنسین‌ها) تمایل به داشتن سلیقه‌های مختلف در موزیک، هنر، غذا و... دارند و در حقیقت نشان می‌دهد که سلیقه شاخصی است که به وسیله جایگاه اجتماعی شکل گرفته و تثبیت می‌شود (Smith, 2001: 137).

نظام قشربندی در ایران هم تحت تأثیر دوره گذار از جامعه سنتی به مدرن و همچنین انقلاب اسلامی، متحمل تغییراتی شده است. تجربه مدرنیسم در ایران هم منجر به چندپارگی طبقات اجتماعی و ظهور طبقه متوسط جدید شده است و هم تحت تأثیر نفوذ فضا و ساختار سرمایه‌داری، شاهد رشد فرهنگ مصرف و گسترش اخلاق لذت‌جویانه، لذت‌طلبانه و تفکیک سبک‌های زندگی از یکدیگر در ساختار اجتماعی هستیم.

بورديو با دو شاخص سلیقه و اوقات فراغت به بررسی سبک زندگی می‌پردازد و اضافه می‌کند که، «تغییرات در سلیقه، کار و فراغت جزو پیامدهای مدرنیسم است که با خود فرهنگ خاص را حمل می‌کند که عبارت از فرهنگ مصرف می‌باشد.» اصولاً حوزه طبقه متوسط جدید وجه تمایز آن با طبقه متوسط سنتی و سایر طبقات در مصرف‌گرایی این طبقه است.

از دیدگاه بورديو طبقه متوسط، خصوصاً طبقه متوسط جدید به مصرف به عنوان یک پروژه نگاه می‌کند. بنابراین ارزش کار، در مقابل فراغت کم‌رنگ‌تر می‌شود. وی از نحوه گذران اوقات فراغت که با مصرف در ارتباط است به عنوان یک عامل مهم در سبک زندگی نام می‌برد (Wynne, 1988: 25-26).

بورديو معتقد است که سبک زندگی با سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی در ارتباط است. به این نکته باز تأکید می‌کنیم که بورديو مصرف را جایگزین تولید کرده است.

بر اساس چارچوب نظری بورديو و نگاهی به جمع‌بندی فرض‌های اصلی پژوهش اینگونه استخراج می‌گردد.

• فرض اول: بین طبقه اجتماعی و سبک زندگی رابطه وجود دارد.

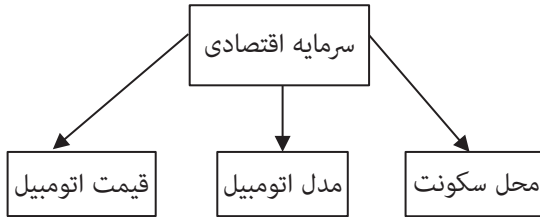
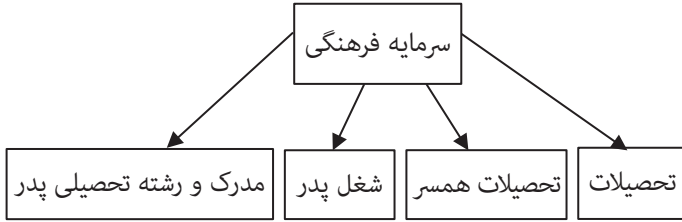
طبقه اجتماعی به عنوان متغیر مستقل و سبک زندگی به عنوان متغیر وابسته پژوهش در نظر گرفته شده است و بر این اساس تفاوت سبک زندگی قشر- دانشگاهی از طبقه متوسط جدید و قشر بازاری از طبقه متوسط قدیم مورد بررسی قرار می‌گیرد.

• فرض دوم: ساختار سرمایه طبقه متوسط جدید با ساختار سرمایه طبقه متوسط قدیم متفاوت است. به این معنی که ساختار طبقه متوسط جدید بیشتر تحت تأثیر سرمایه فرهنگی است. در حالی که ساختار سرمایه طبقه متوسط سنتی بیشتر شامل سرمایه اقتصادی می‌شود.

بر اساس این دو نظریه کلی و با لحاظ کردن این فرض که، شاخص اصلی سبک زندگی دو شاخص «سلیقه» و «نحوه گذران اوقات فراغت» برای بررسی در نظر گرفته شده است. فرضیات جزئی‌تر از این دو فرض کلی استخراج شده‌اند.

دو شاخص سلیقه و اوقات فراغت با تکیه بر پژوهش‌های تجربی که توسط بوردیو و سایرین با استفاده از مبانی نظری بوردیو و جهت بررسی رابطه بین سبک زندگی و طبقه اجتماعی انجام شد مورد استفاده قرار گرفته است (Bourdieu, 1984, Gronow, 1996, Wynne, 1994).

نحوه عملیاتی کردن متغیرهای سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی



روش‌شناسی

تمرکز این پژوهش درباره سبک زندگی به تفکیک طبقه اجتماعی قرار دارد با توجه به چارچوب نظری پژوهش، طبقه اجتماعی بر اساس شاخص‌های سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته است. یکسان فرض کردن میزان سرمایه اقتصادی دو قشر- از دو طبقه مورد مطالعه (اساتید و دانشیاران علوم انسانی دانشگاه تهران و تجار متوسط فرش بازار تهران) تمهیدی بود تا امکان بررسی و مقایسه دو قشر، از نظر سرمایه فرهنگی، سبک زندگی و شاخص‌های آن فراهم شود. آزمون‌های صورت گرفته در این پژوهش بر برابری سرمایه اقتصادی این دو قشر- و تفاوت معنادار سرمایه فرهنگی صحه می‌گذارند.

استفاده از شاخص‌های طبقاتی بوردیو در این پژوهش نسبت به شاخص‌های چندبعدی متداول اندازه‌گیری طبقات اجتماعی به جای میزان درآمد و منزلت شغلی این مزیت را دارد که تنها سرمایه اقتصادی لحاظ نمی‌شود.

این پژوهش به اقتضای موضوع در چارچوب نظری و فرضیه‌های تدوین شده، شیوه جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از روش پیمایشی صورت پذیرفته است. جامعه آماری این پژوهش استادان و دانشیاران علوم انسانی دانشگاه تهران از طبقه متوسط جدید و تجار متوسط فرش از بازار تهران از طبقه متوسط قدیم انتخاب شده‌اند.

نمونه‌گیری در حدود جامعه آماری با روش تصادفی ساده صورت پذیرفت. جمع‌آوری اطلاعات سه ماه اول ۱۳۸۲ و محل آن شهر تهران (دانشگاه تهران و بازار فرش تهران) است.

به دلیل اینکه بین بازاریان اساساً زن وجود نداشته است تا در نمونه آماری قرار گیرند و در بین پاسخگویان دانشگاهی هم تعداد پاسخگویان زن که واجد مشخصات مورد نظر آماری باشند بسیار کم بود، لذا جنس پاسخگویان «مرد» در نظر گرفته شد.

در مورد سن پاسخگویان نیز چون سابقه کاری خاصی مورد نظر بود و لازم شد تا افراد مورد بررسی از نظر زمانی دارای تجربه کاری مناسبی باشند تا بتوانیم آنها را دارای سبک زندگی ویژه که خاص شغل و طبقه آنهاست در نظر بگیریم، حداقل ۱۰ سال سابقه کاری ملاک عمل قرار گرفت.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۳۵

قشر دانشگاهی (از طبقه متوسط) طبق گفته بوردیو از سرمایه فرهنگی بالا برخوردار است و تمایز و تفاوت این دو طبقه در وزن سرمایه فرهنگی نیز تأیید می‌گردد.

۳۶ / نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

بررسی رابطه بین طبقه و اولویت دادن به سرمایه فرهنگی

کل	طبقه				
	دانشگاهی	بازاری			
۳۲		۳۲	تعداد	هرگز	اولویت دادن به سرمایه فرهنگی
۲۷/۶		۳۷/۶	درصد		
۲۴	۲	۲۲	تعداد	به ندرت	
۲۰/۷	۶/۵	۲۵/۹	درصد		
۲۳	۶	۱۷	تعداد	گاهی اوقات	
۱۹/۸	۱۹/۴	۲۰/۰	درصد		
۱۷	۷	۱۰	تعداد	بیشتر اوقات	
۱۴/۷	۲۲/۶	۱۵/۸	درصد		
۲۰	۱۶	۴	تعداد	همیشه	
۱۷/۲	۵۱/۶	۴/۷	درصد		
۱۱۶	۲۱	۸۵	تعداد		
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد		

value	sig	
۰/۶۳	۰/۰۰۰	۷ کرامر

sig	Df	value	
۰/۰۰۰	۴	۴۶/۶	کای اسکوئر

یکی دیگر از فرضیات ما این بود که بین طبقه و اولویت دادن به سرمایه فرهنگی رابطه وجود دارد سرمایه فرهنگی که یک متغیر ترکیبی است که از ترکیب اوقات فراغت، مناسک‌گرایی، همسرگزینی، ترجیحات غذایی، علاقه موسیقیایی، آراستن منزل، دکوراسیون منزل، هزینه‌های

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۳۷

زندگی، زمینه خانوادگی تشکیل شده است. با توجه به جدول تقاطعی به نظر می‌رسد اولویت دادن به سرمایه فرهنگی در بین دو طبقه متفاوت می‌باشد به عبارت دیگر اولویت‌های آنها شبیه به هم نمی‌باشد آماره V کرامر شدت این رابطه را $۰/۶۳$ نشان می‌دهد که حاکی از یک رابطه قوی است و سطح معناداری آن نیز $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ می‌باشد که قابل تعمیم و معنادارست.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات:

از بین شکاف‌ها و تعارضات اجتماعی در ایران یکی هم تعارض و شکاف ذهنی است که بین سنت و مدرنیسم حاصل شده است. گویانکه سنت در حال تجدید و نوشدن است و نوگرایی از تجدید سنت‌ها متأثر می‌شود و سنت‌گرایان مجبور می‌شوند، از برخی مواضع خود دست بکشند و سنت‌گرایان امروز همواره از سنت‌گرایان دیروز مدرن‌تر هستند معذالک این شکاف و تعارض در جامعه ایران ملاحظه می‌شود.

طبعاً چندپارگی فرهنگی محصول فرآیند و نوسازی جامعه‌ای است که علاقه به ارزش‌های قدیم را تحت تأثیر قرار می‌دهد و علایق و ارزش‌های جدیدی را به همراه می‌آورد.

در جامعه‌شناسی به طور سنتی بیشتر بر مفهوم طبقه تأکید شده است، که مبنای اصلی آن در کل نظریه مارکس

قابل توجه است. رویکردهای دنیای مدرن به دنبال نظر وبر و توجه به وجه تمایز بین طبقه و منزلت، ما را از تکیه بر تولید به سوی مصرف می‌کشاند و به دنبال آن جامعه‌شناسان معاصر مثل گیدنز (۱۹۹۱) و بوردیو (۱۹۸۴) و دیگران پذیرفتند «سبک زندگی» و «نوع مصرف» را در شناخت طبقات اجتماعی مفید بدانند. در این راستا بوردیو شناسنامه طبقه را در ارتباط با سبک زندگی با دو شاخص سلیقه و فراغت مطرح می‌سازد.

بوردیو با تقسیم سرمایه به چهار نوع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادی مفهوم جدیدی از طبقه ارائه و پیرامون این موضوع تأکید می‌کند که، طبقات اجتماعی بر اساس وزن هر یک از سرمایه‌ها تفکیک می‌شود (Turner, 1991).

بوردیو معتقد است که هر کدام از سرمایه‌ها قابل تبدیل به یکدیگر هستند از دیدگاه بوردیو ساختار طبقه یک سلسله مراتب در خط عمودی نیست، بلکه در داخل هر طبقه خرده طبقاتی که به وسیله ترکیب سرمایه‌هایشان و یا زمینه خانوادگی (Social origin) شکل می‌گیرد وجود دارد. بوردیو در هر طبقه اعم از مسلط، متوسط، تحت سلطه، سه خرده طبقه (بالا متوسط پایین) را طی جدولی بیان داشته است.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۴۱

محور بررسی این پژوهش طبقه متوسط است که به دو طبقه قدیم و جدید تقسیم می‌شود اولی بر اساس میزان دارایی دومی بر اساس نقش سازمانی و موجودی‌های فرهنگی دسته‌بندی شده‌اند. (Edgell, 1993)

بورديو اعتقاد دارد که ویژگی اصلی دوره جدید در این است که مصرف‌کنندگان تولید می‌کنند که خواسته‌های آنان از نظم سنتی پیشین پیروی نمی‌کند. آنها مصرف‌کنندگان آرمانی هستند. مصرف آنها مبتنی بر لذت‌گرایی است که با وام گرفتن و هدر دادن پول امکان‌پذیر است درست نقطه مقابل طبقه سنتی قرار دارند که علاقمند به پس‌انداز بوده و آینده‌نگر هستند (Gronow, 1997).

در ایران طبقه متوسط قدیم در مقایسه با طبقه بالا نسبتاً دست نخورده باقی مانده است. این طبقه که به عنوان سنتی هم شهرت دارد گاهی بورژوازی نامیده شده است و عمدتاً از تجار متوسط تشکیل شده‌اند و به غیر از بازاریان، از صنعتگران، پیشه‌وران، روحانیون در سطح پایین‌تر هم می‌توان نام برد.

طبقه متوسط جدید بر طبق موجودی‌های سازمانی به عنوان بوروکرات‌ها و مدیران و موجودی‌های فرهنگی به عنوان حرفه‌ای‌ها، اعتبار و منزلت خود را کسب می‌کنند به دلیل دارا بودن تحصیلات جدید و کسب مهارت‌ها در ایران،

شامل کارمندان دفتری، مدیران، متخصصین آزاد، پرسنل نظامی، پزشکان و اساتید دانشگاه و روشنفکران می‌شود (اشرف، مینو عزیزی: ۱۳۷۲).

بورديو در داخل هر طبقه اجتماعی بر اساس مصرف و سرمایه‌های متفاوت خرده طبقاتی را مشخص می‌کند که در این راستا معتقد است که حرفه‌ای‌های فرهنگی در پیوستگی با یکدیگر طبقه اجتماعی قابل تمیزی را تشکیل داده‌اند که بیش از سایرین صاحب سرمایه‌های فرهنگی هستند. (Bourdieu, 1996)

وی اضافه می‌کند که این خرده طبقه یا قشر- به دلیل مدارک تحصیلی بالا و مشاغل خاص به عنوان یک زنجیره‌ای از ارزش‌ها و سبک زندگی مطرح می‌باشند که عمدتاً متخصصین دانشگاهی را دربرمی‌گیرد (Edgell, 1998).

چرا ما این دو قشر- را از دو طبقه متوسطه جدید و قدیم انتخاب کردیم؟

در پاسخ به این سوال مطرح می‌کنیم که در سطح جامعه ایران قشر دانشگاهی به عنوان یکی از قشرهای طبقه متوسط جدید به نوگرایی و غرب‌زدگی و قشر بازاری به عنوان یکی از اقشار طبقه متوسط قدیم به پای‌بندی سنت و مخالفت به نوگرایی شهرت یافته‌اند. با بررسی سبک زندگی این دو قشر می‌خواهیم بدانیم قضاوت‌های

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۴۳

مطرح شده چقدر مبتنی بر واقعیت و تا چه اندازه متکی بر پیش‌داوری است.

علت تأکید این پژوهش در بخش نظری بر مفهوم سلیقه این است که در چارچوب نظری بوردیو، مفهوم سبک زندگی در سلیقه افراد نسبت به امور مختلف اجتماعی تجلی پیدا می‌کند (Jenkins, 2002).

وینه (Wynne) شاخص دیگری را از دیدگاه بوردیو برای تعیین سبک زندگی در نظر دارد و آن فراغت می‌باشد. همان‌گونه که بیان کردیم بر اساس چارچوب نظری بوردیو فرض‌های اصلی و فرعی پژوهش شکل گرفت و پرسش‌نامه‌ای در ۶ صفحه تنظیم شد و افراد دو قشر- در جامعه آماری مورد پژوهش حضوری قرار گرفتند.

استفاده از شاخص‌های طبقاتی مورد نظر بوردیو جهت تعیین و تبیین ساختارهای طبقاتی مزیتی دیگر نسبت به شاخص‌های چندبعدی متداول اندازه‌گیری طبقه اجتماعی دارد و آن اینکه در شاخص‌های چندبعدی متداول نظیر SES افرادی که دارای پایگاه اجتماعی متفاوتی هستند، اما دارای درآمد متشابه و یا منزلت شغلی یکسان، در یک طبقه قرار می‌گیرند، امکان مقایسه فراهم نمی‌شود. در حالی که با لحاظ کردن دو مؤلفه سرمایه اقتصادی و فرهنگی در ساختار طبقه افرادی که دارای سرمایه

اقتصادی یکسان هم باشند لزوماً هم طبقه نیستند (به طور مثال در قشر- بازاری و دانشگاهی در این پژوهش میزان درآمد و منزلت شغلی یکسان در نظر گرفته شده تا اثر سرمایه فرهنگی را روی سبک زندگی بررسی کنیم).

بعد از مرور کل تحقیق و بیان خلاصه‌ای از یافته‌های تحقیق و جمع‌بندی آن نشان می‌دهد که:

بین طبقه افراد و میزان مناسک‌گرایی رابطه وجود دارد. بازاریان بیش از دانشگاهیان مناسک‌گرا هستند. این مسئله با سرمایه فرهنگی و یا آزمون دیگر سنجیده شد، نتیجه این است که افراد با سرمایه فرهنگی بالاتر کمتر مناسک‌گرا هستند.

در بحث ترجیحات غذایی و مقایسه دو قشر، بازاریان بیش از دانشگاهیان به ترجیحات غذایی بها می‌دهند با سرمایه فرهنگی هم این نتایج به دست آمد.

در ملاک همسرگزینی برای فرزندان قشر بازاری متمایل به دخالت مستقیم انتخاب همسر فرزندان خود هستند و در معیارهای انتخاب همسر برای فرزندان تفاوت بین دو قشر کاملاً مشهود است دانشگاهیان به تحصیلات و همگن بودن دو زوج بها می‌دهند.

در شاخص‌های کلی فراغت که پرسش‌های ۶۰-۳۸ پرسش‌نامه به آن اختصاص داده شده بود در بررسی

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۴۵

سؤال‌های این قسمت به عنوان یک گزینه متفاوت
معناداری بین گذران اوقات فراغت دو قشر ملاحظه گردید.

اگر در سلیقه موسیقیایی علاقه بیشتر دانشگاهیان را به
رفتن کنسرت، در مسائل ورزشی علاقه بیشتری دانشگاهیان
را به شنا و پیاده‌روی نسبت به بازاریان به یافته‌های
پژوهش اضافه کنیم. نتایج کلی‌تر این پژوهش را اینگونه
می‌توان عنوان کرد:

۴۶ / نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

رابطه بین طبقات و مناسک‌گرایی

کل	طبقه				
	بازاری	دانشگاهی			
۳۸	۳۳	۵	تعداد	همیشه	مناسک‌گرایی
۲۵/۵	۳۳/۳	۱۰/۰	درصد		
۳۷	۳۲	۵	تعداد	بیشتر اوقات	
۲۴/۸	۳۲/۳	۱۰/۰	درصد		
۲۸	۱۷	۱۱	تعداد	گاهی	
۱۸۵/۸	۱۷/۲	۲۲/۰	درصد	اوقات	
۲۳	۸	۱۵	تعداد	به ندرت	
۱۵/۴	۸/۱	۳۰/۰	درصد		
۲۳	۹	۱۴	تعداد	هرگز	
۱۵/۴	۹/۱	۲۸/۰	درصد		
۱۴۹	۹۹	۵۰	تعداد		
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد		

جدول تقاطعی بالا حاکی از آن است که میزان مناسک‌گرایی در طبقه بازاری بیشتر از طبقه دانشگاهی می‌باشد.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۴۷

Value	sig	
۰/۴۶	۰/۰۰۰	۷ کرامر

sig	Df	value	
۰/۰۰۰	۴	۰/۳۶	کای اسکوئر

نتایج آماری شدت همبستگی را ۰/۴۶ نشان می‌دهد که یک رابطه نسبتاً قوی می‌باشد و برای معناداری آن از آزمون کای اسکوئر استفاده کردیم که سطح معناداری را $\text{sig} = ۰/۰۰$ نشان می‌دهد بنابراین این رابطه قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد.

در نهایت می‌توان گفت که مناسب‌گرایی در بین بازاریان میزان بیشتری نسبت به دانشجویان را نشان می‌دهد و این فرضیه تأیید می‌شود.

۴۸ / نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

طبقه و ترجیحات غذایی

کل	طبقه				
	بازاری	دانشگاهی			
۳۹	۳۴	۵	تعداد	همیشه	ترجیحات غذایی
۲۶/۲	۳۴/۳	۱۰/۰	درصد		
۳۵	۲۴	۱۱	تعداد	بیشتر اوقات	
۲۳/۵	۲۴/۲	۲۲/۰	درصد		
۲۳	۱۵	۸	تعداد	گاهی اوقات	
۱۵/۴	۱۵/۲	۱۶/۰	درصد		
۳۴	۲۱	۱۳	تعداد	به ندرت	
۲۲/۸	۲۱/۲	۲۶/۰	درصد		
۱۸	۵	۱۳	تعداد	هرگز	
۱۲/۱	۵/۱	۲۶/۰	درصد		
۱۴۹	۹۹	۵۰	تعداد		
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد		کل

جدول تقاطعی بالا حاکی از آن است که طبقه بازاری بیشتر به غذا و نوع آن اهمیت می‌دهند و دانشگاهیان نسبت به آنها در سطح پایین‌تری می‌باشند.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۴۹

Value	sig	
۲۷	۰/۰۰۳	۷ کرامر
۰/۳۹	۰/۰۰۳	فی

sig	Df	value	
۰/۰۰۳	۴	۲۰	کای اسکوئر

رابطه بین طبقه و همسرگزینی

کل	طبقه				
	بازاری	دانشگاهی			
۳۶	۳۵	۱	تعداد	همیشه	همسرگزینی
۲۵/۵	۳۷/۲	۲/۱	درصد		
۲۳	۱۷	۶	تعداد	بیشتر اوقات	
۱۶/۳	۱۸/۱	۱۲/۸	درصد		
۳۱	۱۹	۱۲	تعداد	گاهی اوقات	
۲۱/۹	۲۰/۲	۲۵/۵	درصد		
۲۵	۱۱	۱۴	تعداد	به ندرت	
۱۷/۸	۱۱/۷	۲۹/۸	درصد		
۲۶	۱۲	۱۴	تعداد	هرگز	
۱۸/۵	۱۲/۸	۲۹/۸	درصد		
۱۴۱	۹۴	۴۷	تعداد		
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد		

به نظر می‌رسد بازاریان بیشتر در همسرگزینی فرزندان‌شان دخالت می‌کنند و دانشگاهیان کمتر.

۵۰ / نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

Value	sig	
۰/۴۳	۰/۰۰۳	۷ کرامر

sig	Df	value	
۰/۰۰۰	۴	۲۶/۷	کای اسکوئر

نتایج آماری شدت رابطه را ۰/۴۳ نشان می‌دهد که حاکی از یک رابطه قوی بین این دو می‌باشد و سطح معناداری آن با توجه به آزمون کای اسکوئر $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ می‌باشد که قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد در نهایت بازاریان در همسر-گزینی فرزندان‌شان بیشتر از دانشگاهیان دخالت می‌کنند و فرضیه ما در این مورد تأیید می‌شود.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۵۱

سرمایه فرهنگی و پیاده‌روی

کل	میزان سرمایه فرهنگی			پیاده‌روی
	پایین	متوسط	بالا	
۱۲/۲	۱۳/۵	۱۲/۱	۱۰/۳	همیشه
۲۴/۵	۱۷/۳	۲۴/۱	۳۸	بیشتر اوقات
۳۸/۸	۴۰/۴	۳۸	۳۸	گاهی اوقات
۱۷/۳	۲۱/۲	۱۷/۲	۱۰/۳	به ندرت
۷/۲	۷/۶	۸/۶	۳/۴	هرگز
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

Sig	آزمون
۰/۱۵۱	d سامرز

value	آزمون
-۰/۱۰۹	d سامرز

جدول نشان می‌دهد که با افزایش سرمایه فرهنگی میزان پیاده‌روی نیز زیاد می‌شود و با پایین آمدن سرمایه فرهنگی میزان پیاده‌روی نیز کم می‌شود.

۵۲ / نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

بررسی رابطه بین طبقه و میزان رفتن به کنسرت موسیقی

کل	طبقه					
	دانشگاهی	بازاری				
۴	۲	۲	تعداد	بیشتر اوقات	کنسرت	
۲/۸	۴/۵	۱/۲	درصد			
۱۳	۸	۵	تعداد	گاهی اوقات		
۹/۲	۱۸/۳	۵/۲	درصد			
۳۶	۱۷	۱۹	تعداد	به ندرت		
۲۵/۵	۳۸/۶	۱۹/۵	درصد			
۸۸	۱۷	۷۱	تعداد	هرگز		
۶۲/۵	۳۸/۶	۷۳/۲	درصد			
۱۴۱	۴۴	۹۷	تعداد			کل
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد			

value	sig	
۰/۳۴	۰/۰۰۱	۷ کرامر

sig	Df	value	
۰/۰۰۱	۳	۱۶/۳	کای اسکوئر

در نمونه آماری پژوهش به دلیل یکسان گرفتن سرمایه اقتصادی تفاوت در بعد مادی این دو قشر جزئی است (مثل داشتن ماشین و خانه) اما در تأثیر سرمایه فرهنگی روی سلیقه افراد در گزینش و انتخاب کالاها استفاده از فضای منزل و شیوه غذا خوردن و هم‌چنین گذران اوقات فراغت تفاوت کاملاً معنی‌دار و قابل تعمیم به جامعه کل می‌باشد.

بدین ترتیب اگر فرض‌های کلی پژوهش را بار دیگر مرور کنیم:

اولاً، ساختار طبقاتی در ایران به شیوه‌های جدید (و با استفاده از شاخص سبک زندگی و مطالعه آن) بهتر قابل بررسی است.

ثانیاً، بین طبقه متوسط جدید و قدیم در مصرف کالا خصوصاً کالاهای فرهنگی تفاوت معنی‌داری ملاحظه می‌گردد.

ثالثاً، وزن سرمایه‌های فرهنگی که در (دانشگاه‌ها بسیار زیادتر است) تأثیر کامل خود را روی سبک زندگی (سلیقه و اوقات فراغت) گذاشته است. ضمناً این دیدگاه بوردیو هم که افراد با تحصیلات دانشگاهی با وزن بیشتر فرهنگی، خرده طبقه قابل تمیزی را تشکیل داده‌اند و به عنوان یک زنجیره‌ای از ارزش‌ها و سبک زندگی مطرح می‌باشد اینگونه قابل اثبات گردید.

در این بررسی متوجه شدیم که:

بین دو قشر از طبقه متوسط جدید و قدیم و سبک زندگی و مصرف کالاها تفاوت معنی‌دار است

پیشنهاد ما بر اساس یافته‌های پژوهش برای برنامه‌ریزی آینده جامعه در چند نکته کلیدی قابل ارائه است:

• در نحوه گذران اوقات فراغت در شهر تهران یافته‌های پژوهش نشان داد که دو قشر - بازاری و دانشگاهی از طبقه متوسط قدیم و جدید علاقه‌ای به تماشای تلویزیون ندارند از آن جایی که در بیشتر نقاط دنیا استفاده از تلویزیون بیشتر خاص طبقه متوسط جامعه است بازنگری در برنامه‌های تلویزیون امری ضروری به نظر می‌رسد.

• یافته‌های پژوهش بیانگر این مطلب است که در رفتن به کنسرت و نواختن یک ساز و کلاً بهره‌گیری از موسیقی که با فرهنگ ایرانی عجین است، در بین دو قشر با اینکه از سرمایه اقتصادی نسبتاً خوبی برخوردارند، بسیار کم‌رنگ است این نکته هم جای تعمق دارد.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۵۵

سرمایه فرهنگی و تماشای تلویزیون

کل	میزان سرمایه فرهنگی (درصد)			تماشای تلویزیون
	پایین	متوسط	بالا	
۱۳/۳	۱۹/۲	۱۰/۲	۹/۴	همیشه
۲۵/۲	۳۴/۷	۲۲	۱۵/۶	بیشتر اوقات
۴۹/۷	۴۴/۲	۵۲/۵	۵۳/۱	گاهی اوقات
۱۱/۸	۱/۹	۱۵/۳	۲۱/۹	به ندرت
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

Sig	آزمون
۰/۰۰۰	d سامرز

value	آزمون
۰/۲۳۵	d سامرز

۵۶ / نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران

طبقه × گوش دادن به موسیقی

کل	طبقه			
	دانشگاهی	بازاری		
۹	۱	۸	تعداد	همیشه
۶/۳	۲/۲	۸/۲	درصد	
۲۸	۶	۲۲	تعداد	بیشتر اوقات
۱۹/۷	۱۳/۳	۲۲/۷	درصد	
۵۸	۲۵	۳۳	تعداد	گاهی اوقات
۴۰/۹	۵۵/۶	۳۴/۰	درصد	
۳۱	۱۰	۲۱	تعداد	به ندرت
۲۱/۸	۲۲/۲	۲۱/۷	درصد	
۱۶	۳	۱۳	تعداد	هرگز
۱۱/۳	۶/۷	۱۳/۴	درصد	
۱۴۲	۴۵	۹۷	تعداد	کل
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد	

value	sig	
۰/۲۳	۰/۰۰۹	۷ کرامر

sig	Df	value	
۰/۰۰۹	۴	۷/۸	کای اسکوئر

این فرضیه که بین طبقه افراد و گوش دادن به موسیقی رابطه وجود دارد نیز مورد آزمون قرار گرفت.

نگاهی جامعه‌شناسانه به طبقه متوسط ایران / ۵۷

بررسی رابطه بین طبقه و رفتن به مسجد

کل	طبقه				
	دانشگاهی	بازاری			
۱۱		۱۱	تعداد	همیشه	مسجد
۷/۵		۱۱/۱	درصد		
۱۲	۳	۹	تعداد	بیشتر اوقات	
۸/۲	۶/۴	۹/۱	درصد		
۴۴	۲۲	۲۲	تعداد	گاهی اوقات	
۳۰/۱	۴۶/۸	۲۲/۲	درصد		
۴۲	۱۵	۲۸	تعداد	به ندرت	
۲۹/۵	۳۱/۹	۲۸/۳	درصد		
۳۶	۷	۲۹	تعداد	هرگز	
۲۴/۷	۱۴/۹	۲۹/۳	درصد		
۱۴۶	۴۷	۹۹	تعداد		کل
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	درصد		

value	sig	
۰/۳۱	۰/۰۰۵	۷ کرامر

sig	Df	value	
۰/۰۰۵	۴	۱۴	کای اسکوتر

• با اینکه نمونه جامعه آماری این پژوهش را افراد ۴۰ سال به بالا تشکیل دادند، در هر دو قشر رفتن به مسجد بسیار رقم کمی را به خود اختصاص داده است در فضای جمهوری اسلامی نگاه و تحقیق دیگری را برای انگیزه رفتن به مساجد را می‌طلبد.

• با بررسی یافته‌های این پژوهش کاملاً بین مناسک‌گرایی و سرمایه فرهنگی ارتباط معنی‌داری ملاحظه می‌گردد. به نظر می‌رسد که تلاش جامعه در راستای افزایش سرمایه فرهنگی جامعه خصوصاً طبقه متوسط در جامعه شهری تأثیر شایسته‌ای را بر فاصله گرفتن افراد از باورها و ارزش‌های سنتی و کورکورانه و تقویت اعتقاد مذهبی افراد متکی بر بینش و بصیرت و پایبندی به مذهب راستین متمرثر خواهد بود.

ما فرضیه بین طبقه و رفتن به مسجد را نیز مورد آزمون قرار دادیم. جدول تقاطعی نشان می‌دهد که دانشجویان کمتر و بازاریان بیشتر به مسجد می‌روند. آماره χ^2 کرامر شدت همبستگی را $0/31$ نشان می‌دهد که رابطه متوسطی است و سطح معناداری آن $0/005$ می‌باشد که قابل تعمیم می‌باشد بنابراین این فرضیه ما تأیید می‌شود.

ملاحظه جدول نشان می‌دهد که $20/2$ درصد از بازاریان همیشه یا بیشتر مواقع به مسجد می‌روند، این در حالی است که فقط 3% از دانشجویان شاید همیشه به مسجد بروند.

[۱] پیر بوردیو در یک شهرک کوچک روستایی در جنوب شرقی فرانسه در سال ۱۹۳۰ در یک خانواده متوسط پایین به دنیا آمد. وی به عنوان دستیار آموزش در ۱۹۶۰ در دانشگاه پاریس کار کرد. دستیاری ریمون آرون جامعه‌شناس را بر عهده گرفت. سپس در دانشگاه لیل سه سال کار کرد در ۱۹۶۴ با مقام والا رئیس مطالعات عالی اکول پراکتیک به پاریس بازگشت.

در سال‌های پس از این، بوردیو در محافل روشنفکری پاریس فرانسوی و بین‌المللی شخصیت عمده‌ای شد.

در ۱۹۶۸ مرکز جامعه‌شناسی اروپایی بنیان‌گذاری شد و از آن زمان تا زمان فوتش ریاست آن را بر عهده داشت.

در ۱۹۸۱ که ریمون آرون بازنشسته شد، کرسی او در کالژدوفرانس خالی ماند و پست وی به بوردیو تعلق یافت از آن زمان تا آخر عمر (۱۹۸۲) بیش از گذشته به نوشتن پرداخت و آوازه‌اش بلندتر شد. کارهای گوناگون وی روی آموزش و پرورش، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی تأثیر گذاشت.

[۲] طبقه متوسط جدید New middle class

طبقه متوسط جدید گاهی تحت عنوان طبقه متوسط متخصصین نامیده می‌شود. عمدتاً در دانشگاه‌ها بوده و بوروکرات‌ها هم در آن قرار می‌گیرند بورديو معتقد است که حرفه‌ای‌های فرهنگی در پیوستگی با یکدیگر یک طبقه اجتماعی قابل تمیزی را تشکیل داده‌اند که صاحب سرمایه فرهنگی بوده و به دلیل مدارک تحصیلی و مشاغل خاص به عنوان یک زنجیره‌ای از ارزش‌ها و سبک زندگی قرار دارند که در طبقه متوسط جدید به عنوان یک رده با خرده طبقه مطرح می‌باشند (Bourdieu, 1996: 33)

«بر اساس این نظریه قشر دانشگاهی در مقایسه با قشر بازاری انتخاب شد.»

[۳] طبقه متوسط قدیم Old middle class

این طبقه مالک دارایی هستند قابل توجه است که گفته شود با توجه به اقتصاد مدرن این طبقه شرکت‌های بزرگ به ویژه کارخانه‌ها را تحت سیطره خود دارند (Bourdieu and Carran, 1989: 13)

از نشانه‌های این طبقه خوداشتغالی مشاغل کوچک و خودکنترلی و خودمدرنیستی است (Coffe and case, 1989)

طبقه متوسط قدیم در ایران بر خلاف طبقه بالا بعد از انقلاب دست نخورده باقی مانده است و به گروه‌های مجزا و متعدد تقسیم شده است این طبقه که به عنوان سنتی هم شهرت دارد گاهی بورژوازی نامیده می‌شود و عمدتاً از تجار متوسط تشکیل شده‌اند و به غیر از بازاریان از صنعت‌گران پیشه‌وران روحانیون سطح پایین‌تر در طبقه متوسط قدیم نام برده شده است. (Farr, 1999: 79). اینها عمدتاً داخل بازار تهران به باورهای مذهبی سنتی متکی هستند و بیشتر از طریق خویشاوندی به استخدام می‌رسند.

[۴] ساختمان ذهنی Habitus

به ساختارهای ذهنی یا شناختی اطلاق می‌شود که انسان‌ها از طریق آنها با جهان اجتماعی برخورد می‌کنند انسان‌ها را مجهز به یک رشته طرح‌های ملکه‌ذهن شده می‌کنند که با آنها جهان اجتماعی‌شان را ادراک و فهم، ارزیابی و ارزش‌گذاری می‌کنند (Bourdieu, 1980: 468).

[۵] سلیقه Taste

به نظر بوردیو سلیقه به عنوان یکی از مهمترین مظاهر ساختمان ذهنی می‌باشد گرچه سلیقه به عنوان یک پدیده

بی‌ضرر و طبیعی ظاهر می‌گردد ولی با سایر موقعیت‌های عینی طبقه تغییر می‌کند بورديو بين دو سلیقه طبقه بالا و طبقه پایین تمایز قائل شده است. وی معتقد است سلیقه طبقه بالا فاصله از نیاز و احتیاج در زیبایی‌شناسی را مطرح می‌کند در حالیکه طبقات پایین‌تر در رفع نیازهای اشتغال غرق می‌شوند (Turner, 1998: 517).

توضیح:

سازگارا، پروین (۱۳۸۲) «بررسی سبک زندگی قشر-
دانشگاهی و بازاریان» (طبقه متوسط جدید و قدیم)
پایان نامه دکتری تخصصی جامعه‌شناسی* به راهنمایی دکتر
رحمت‌الله صدیق سروستانی، اساتید مشاور: دکتر
غلام‌عباس توسلی، دکتر باقر ساروخانی، دانشگاه تهران،
دانشکده علوم اجتماعی.

* کتاب برگرفته از این رساله می‌باشد.

منابع انگلیسی

- Bourdieu, Pierre. (1984): *Distinction: Social Critique of the Judgment of Taste* Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre. (1986): *The Forms of capital in hand book theory and research in Sociology of Education*, Gren Wood.
- Edegell. (1993): *Class Key Ideas*. Routledge.
- Farr, Gran T.M. (1999): *Modern Iran*, Mac GROW hill.
- Featherstone, M. (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage.
- Gronow, Gukka. (1997): *Sociology of Taste*. Routledge.
- Jenkins, Richard. (2002): *Pierre Bourdieu*. London: Routledge.
- Kivistio, Peter. (1980): *Tourain's post-industrial*

Society. Humoldt Journal of Social, relations.

- Miller. Delbert C. (2002): Hand book of research design. Sage.
- Ritzer, George. (2000): Sociological Theory. Mac Grow hill.
- Shuker, R. (1994), Understanding Popular Music, Poutledge.
- Simmel, Goerge. (1997), "Fashion", Burgess Lorientally Published in International Quartely. (1904) 10: 130-55), 1981.
- Smith, P. (2001): Cultural theory Blackweel.
- Turner H.H. (1998): The Structure of Sociological Theory. Wad Worth Publishing Company.
- Williams, R. (1981), Culture, Fontana Paperbacks.
- Witkin, Robert W. (2003), Adorno on Popular Culture, Routledge.
- Wynne, D. (1988): Leisure, Lifestyle and the Newclass. A case study Routlege.

conceptual core of his sociology is a vision of social classes & the cultural forms associated with these classes.

In this research the influence of cultural capital on the lifestyle of new and old middle class are investigated.

To understand Bourdieu's view of classes it is first necessary to recognize a distinction among four types of capital: Economic capital, Social capital, Cultural capital, Symbolic capital, that differences observed is such that we can distinguish between the family's university professors and the businessmen.

The main research hypothesizes is:

Life style differences are observed between family's new middle class and traditional middle class.

We have used survey research method and questionnaires to measure the research variables and collect the necessary data.

Key words:

Old middle class, new middle class, cultural capital, life style (taste, leisure)

A View of sociological studies about middle class in Iran

Dr. Parvin Sazegara¹

Abstract

Social class is one of the most interesting & important issues in the social sciences. Because many of the phenomena which we study are very different classes.

- Who are the new middle class?
- Who are the old middle class?
- How do they live?
- How life style's there?

In this research the influence of social class on life style of new & old middle class in Iran are investigated.

Also Bourdieu has explored many topics the

A View of Sociological Studies About Middle Class In Iran

Life Style Of New & Old Middle Class

نظام قشر بندی ایران، تحت تاثیر دوران گذار از سنتی به مدرن، تغییراتی را متحمل شده است. مدرنیته و حضور طبقه متوسط جدید کنار طبقه متوسط سنتی، تفاوت ها و تمایزاتی را در سبک زندگی آنها به وجود آورده است. این کتاب با نگاه به نظریه بوردیو در این زمینه، و استفاده از دو شاخص سلیقه و گذران اوقات فراغت به سوال کلی بررسی پاسخ داده است که در شرایط مساوی اقتصادی، سرمایه فرهنگی تا چه اندازه؟ این دو طبقه را از هم متمایز کرده است.

Iran's social order has changed in the transition from a traditional to a modern society.

Modernity and the Presence of a new middle class alongside a traditional one have wrought change and differentiation in Iranian's lifestyles.

With an eye to the theories of Pierre Bourdieu and making use of the indices of "taste" and "leisure time" this book answers the general question:

Given equivalent economic circumstances, to what extent has cultural capital differentiated these two classes?