

Meta-Analysis of the Relationship Between Cultural Capital and Lifestyle

Mohsen Niazi

Professor, Department of Sociology, Kashan University, Kashan, Iran

Hadi Afra*

Ph.D. Student in Sociology, Kashan University, Kashan, Iran

Azam Nejadi

Ph.D. Student in Sociology, Kashan University, Kashan, Iran

Ayob Sakhaei

Ph.D. Student in Sociology, Kashan University, Kashan, Iran

**Corresponding author, e-mail: hadi.afra83@gmail.com*

Introduction

According to Thomas Tescie, people are now culturally abandoned. This cultural liberation has made people free from the stigma of traditional patterns of life. But this liberation can also be a bitter experience. Indeed, the world, instead of entering the postmodern world, is moving towards a period in which the successes of modernity are more rooted and more globalized than before. There is no doubt that the current modern world extends far beyond the scope of individual activities. No one is immune to, or opposes, the developments arising from the expansion of modernity. By accepting this fact, we are faced with the death and decline of the Enlightenment subject. As a result of these developments in the global arena, followed by self-consciousness derived from the conditions and characteristics of life in the modern world, there have been developments in the cultural and structural fields that have led to the emergence of the consumer society. The emergence of a consumer society, due to the increase in material commodities and the democratization of consumption, leads to the choice of everyday life. In this context, in the domain of identity, one of the essential components of everyday activity is choices that we normally make. Modernity, however, puts the person in a dilemma of choice, which does not help a person to help him in the choices he should take. This has many implications. One of these consequences is the importance of lifestyle and effective strategies.

Material & Method

The present paper is based on Comprehensive Meta-Analysis. The meta-analysis allows researchers to combine data from several studies. For this purpose, the results of numerous and independent studies of the past on the subject are examined and then converted with the help of the CMA software, and a new statistic, which is called the effect size. The effect size indicates the degree of presence of the phenomenon in society. In the present study, in the first stage, after a preliminary study on cultural capital and lifestyle in the databases, 46 papers were extracted. In the next step, sociological researches that quantitatively and quantitatively examine the impact of the variable cultural capital on lifestyle have been selected. In the third stage, the selected studies were evaluated according to the information needed to extract the practical effect size. Finally, 8 papers were selected for meta-analysis operations.

Discussion of Results & Conclusions

In the first step, to check the bias of the release from the funnel plot of the standard error by fisher's z, linear regression (Eggers regression intercept) and N-class error (classic fail-safe) were used. The results of this study indicate the symmetry and non-bias of the published researches and studies used in this research. In order to examine the homogeneity assumptions of 8 papers, the Q-test with 99% accuracy, rejected the homogeneity hypothesis of the studies and assumed the heterogeneity of the size of the research effect, so that the size of the random effects should be used to continue the study. The results of using the meta-analysis method using the effect size combination method show that there is a significant relationship between the total combinational effect of the random effects model and the cultural capital and lifestyle (0.828). In other words, the average size of the effect of the cultural capital on the lifestyle is equal to 288/0, which is moderate in terms of the Cohen interpretation system. In this study due to the heterogeneity of the primary research results, the effect of moderator

variables was also studied. According to the common characteristics that should be studied, gender, marital and ethnic variables were selected as moderating variables. Based on the results, the size of the combined effect of women is 0.377, which shows that the relationship between the two variables of cultural capital and lifestyle in women is stronger than men. This effect in men is 0.237. The combined effect size in single individuals (0.344) indicates that single people are more interested in the role of cultural capital as a lifestyle constituent strategy than married ones. The combined effect of married persons is 0.230. Also, the effect size of the ethnic group (0.377) was higher than that of other ethnic groups (Maznani 0.29, Farsi 0.28, Turk 0.27, and Arabic 0.24) which indicates the effect of ethnicity in relation to cultural capital and lifestyle. In general, the turning point in recent years of wealth-based Marxist discourse as the indicator of the social class of people based on the growth of consumer culture has increased the role of cultural capital in lifestyle. Considering the results of the meta-analysis and the fact that the research has been less focused on the identification and evaluation of the effects of moderator and mediator variables, it is suggested that the relationship between cultural capital and lifestyle will be investigated with a method other than quantitative and statistical methods to ascertain the role of cultural capital on the lifestyle and the discovery of the missing key between these two variables.

Keywords: Lifestyle, Cultural Capital, Late Modernity, Meta-Analysis

References

- Abedi, A. & Arizei, H. & Mohammadzadeh, F. (2006) "Earnings on the Research Method of Meta-Analysis in Educational Research". *Journal of Housing and University*, 4 (12): 121-140.
- Berger, B. & Kellner, H. (2014) *The homeless mind; modernization and consciousness*. Translation by Mohammad Saveiji, Tehran: Ney Press.
- Bocock, R. (2002) *Consumption*. Translated by Khosrow Sabri, Tehran: Shiraz Press.
- Bornstein, M. & Hedges, L. V. & Higgins, J. P. T. & Rothstein, H. R. (2009) *Introduction to meta-analysis*. John Wiley & Sons, Ltd, UK.
- Chaney, D. (2002) *Lifestyles*. London: Taylor and Francis Rutledge press.
- Chauviré, Ch. & Fontaine, O. (2006) *Le vocabulaire de Bourdieu*. Translation of Morteza Kotbi, Tehran: Ney Press.
- Chavezian, H. (2003) "Lifestyle and Social Identity: Consumption and Positive Choices as Differences and Social Similarities in Modern Modernity". Thesis of Doctorate, Faculty of Social Sciences, University of Tehran.
- Cocker Ham, W. C. & Rutten, A. & Abel, T. (1997) "Conceptualizing Contemporary Health Lifestyles: Moving Beyond Weber". *The Sociological Quarterly*, 38:321-342.
- Cocker Ham, W. C. (2000) *The sociology of health behavior and health lifestyles*. London: Prentice Hall College.
- Coser, L. A. (2001) "Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context". Translation by Mohsen Sallasi. Tehran: Elmi Press.
- Delaware, A. (2005) "Theoretical and practical foundations of research in social sciences and humanities". Tehran: Roshd Press.
- Dunn, R. G. (2006) *Identity crises: a social critique of Postmodernity*. Translation by Saleh Najafi, Tehran: pardis Press.
- Ebrahimi, Gh & Behnouie, A. (2010) "Youth lifestyle." *The Journal of Cultural and Communication Studies*, 18 (6): 135-160.
- Esmaili, E. & Kaldi, A. & Vosoughi, M. (2016) "The Study of the Sociological Impact of Subsidy and Cultural Capital Variables on the Life Style of Teachers of Households in Amol City". *Journal of Social Development Studies*, 7(4): 131-136.
- Farzaneh, H. (2005) "Women and body culture: factors affecting the tendency to beauty surgery". master thesis. Faculty of Social Sciences Allameh Tabatabaie University.
- Fazeli, M. (2003) *Consumption and lifestyle*. Qom: sobhe sadegh Press.
- Federstone, M. (2001) "Aesthetics of Everyday Life". Translation by Mahsa Karampoor. *Arganon Quarterly*, 19: 187-228.
- Ganji, M. & Hossein Bar, M. O. & Karimian, M. (2015) "Investigating the Relationship Between Cultural Capital and Life Style Among Men In Zahedan City". *Journal of Lifestyle Sociology*, 2 (1): 129-176.
- Ghasemi, V. & Rabbani, R. & Rabbani Khorngani, A. & Alizadeh Aghdam, M. (2008) "Structural Determinants and Life Style Health Capital". *Journal of Social Issues of Iran*, 63 (16): 181-213.
- Ghorbanizadeh, V. (2015) *Meta-analysis method with CMA2 software*. Tehran: Baztab Press.
- Gibbins, J. R. (2002) *The politics of postmodernity: an introduction to contemporary politics and culture*. Translated by Mansour Ansari, Tehran: agah press.
- Giddens, A. (2004) *Modernity and self - Identity: Self and society in the late modern age*. Translation: Naser Mofeghian, Tehran: Ney press.
- Giddens, A. (2008) "The Consequences of modernity". Translated by Mohsen Solati, Tehran: Markaz Press.

- Hamidi, N. & Mehdi, F. (2008) "Lifestyle and Women's Coverage in Tehran". *Journal of Cultural Research*, 1 (1): 65-92.
- Hyderali, H. (2008) "*Practical Guide to Meta-Analysis in Scientific Research*". Tehran: SAMT Press.
- Iman, M. & Shamati, N. (2015) "Sociological Explanation of Young People's Trends in Modern Lifestyle in Shiraz". *Journal of Applied Sociology*, 55 (5): 1-20.
- Jenkins, R. (2006) *Pierre Bourdieu*. Translation by Leila Jouefshani and Hassan Chavehian. Release, Tehran: Ney Press.
- Kyvan Ara, M. (2007) "*Fundamentals of Medical Sociology*". Isfahan: University of Isfahan Science and Technology.
- Majdi, A. A. & Sadrunbouy, R. & Behravan, H. & Houshmand, M. (2010) "Lifestyle of Young People Residing in Mashhad City and Its Relation with Cultural and Economic Capital of Parents". *Journal of Social Sciences of Ferdowsi University of Mashhad*, 2(7): 131-161.
- Mohammadi, J. & Vedadayer, A. A. & Mohammadi, F. (2012) "Cultural and Lifestyle Relationships". *Journal of Iranian Sociology*, 4 (13): 1-23.
- Momtaz, F. (2004) "Introducing the Class from Bourdieu's Perspective". *Journal of Human Sciences*, 41-42: 41-42.
- Navah, A. R. & Fazeli, A. & Rajaie, M. S. & Moghattadi, F. (2016) "Lifestyle and Cultural Consumption". *Journal of Social Development*, 3 (10): 7-28.
- Niazi, M. & Shoa, S. (2016) "Meta-Analysis on The Relationship Between Cultural Capital and Body Management". *Journal of Cultural Research*, 1 (9): 136-166.
- Rahmat Abadi, E. & Aghaghashi, A. (2006) "Lifestyle and Youth Identity". *Journal of Social Welfare*, 20 (5): 235-253.
- Ritzer, G. (2014) *Sociological Theory*. Translation by Hooshang Nayibi, Tehran: Ney Press.
- Scheys, M. (1987) "The Power of Lifestyle". *The Journal of Society and Leisure*, 10 (2): 249-266.
- Sobel, M. (1981) *Lifestyle and social structure: concept, definitions and analyses*. Academic press.
- Stones, R. (2002) *Key Sociological Thinkers*. Translation by Mehrdad Mirdamadi. Tehran: markaz Press.
- Strinati, D. (2005) *An Introduction to Studying Popular Culture*. Translating Soria Pak nazar, Tehran: agah Press.
- Tajbakhsh, Gh. & Ahmadi, M. (2017) "Study of the Relationship between Economic Capital and Cultural Capital with Desirable Lifestyle". *First Scientific Conference on Educational Sciences and Psychology of Social and Cultural Diseases*, 1:1-19.
- Weininger, E. & Annette, L. (2007) *Cultural capital and education, in the encyclopedia of sociology*. Edited by George ritzier, oxford: Blackwell.
- Zare, B. & Fallah, M. (2012) "The Study of Youth Lifestyle in Tehran and The Factors Affecting It". *Journal of Cultural Studies*, 4 (5): 75-105.

فرا تحلیل رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی

محسن نیازی، استاد، گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، ایران

هادی افرا، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه کاشان، ایران*

اعظم نژادی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه کاشان، ایران

ایوب سخایی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه کاشان، ایران

چکیده

ظهور جامعه مصرفی از طریق زیاده‌شدن کالاهای مادی و دموکراتیزه شدن مصرف، سبب انتخابی شدن زندگی روزمره می‌شود. در این شرایط در حوزه هویت، یکی از مؤلفه‌های اساسی فعالیت روزمره، انتخاب‌هایی است که به‌طور عادی انجام می‌دهیم. نوگرایی، فرد را با تنوع پیچیده‌ای از انتخاب‌های ممکن رودررو می‌کند؛ ولی به او در گزینش‌هایی که باید به عمل آورد، کمک چندانی نمی‌کند. این امر پیامدهای گوناگونی دارد؛ یکی از این پیامدها اهمیت یافتن سبک زندگی و راهبردهای مؤثر بر آن است؛ از این رو، هدف این پژوهش فرا تحلیل رابطه میان متغیر سرمایه فرهنگی و سبک زندگی است. فرا تحلیل حاضر با استفاده از ۸ پژوهش مرتبط انجام شده است که با روش پیمایش و به‌کارگیری ابزار پرسش‌نامه در جوامع آماری متفاوت برحسب سنجه‌های پایا به انجام رسیده‌اند. در گام نخست، مفروضات همگنی و نداشتن سوگیری انتشار بررسی شدند. یافته‌ها بیانگر ناهمگنی اندازه اثر و نداشتن سوگیری انتشار مطالعات بررسی شده بودند. در مرحله دوم، ضریب اندازه اثر و نقش تعدیل‌کنندگی متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل و قومیت با به‌کارگیری نسخه دوم نرم‌افزار CMA ارزیابی شدند. یافته‌ها نشان دادند اندازه اثر سرمایه فرهنگی و سبک زندگی معادل ۰/۲۸ است که برحسب نظام تفسیری کوهن، در حدی متوسط ارزیابی می‌شود. همچنین، قومیت، متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شد و ضریب اثر برای اقوام کرد ۰/۳۷، مازنی ۰/۲۹، فارس ۰/۲۸، ترک ۰/۲۷ و عرب ۰/۲۴ به دست آمد. برای متغیر تعدیل‌گر جنسیت زن ۰/۳۳ و مرد ۰/۲۳ و برای متغیر تعدیل‌گر تأهل، افراد مجرد ۰/۳۴ و متأهل ۰/۲۳ ارزیابی شدند. در مجموع، نتایج نشان دادند سرمایه فرهنگی با تعدیل‌گری قومیت، جنسیت و تأهل، تأثیر متفاوتی بر سبک زندگی دارد.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، نوگرایی متأخر، فرا تحلیل

مقدمه و بیان مسأله

به تعبیر توماس تسیه امروزه مردم از لحاظ فرهنگی رها هستند؛ این رهایی فرهنگی سبب آزادی مردم از قیدوبند الگوهای سنتی زندگی شده است (گیبیز و ریمر، ۱۳۸۱: ۱۰۵)؛ اما این رهایی بخشی ممکن است تجربه‌ای تلخ باشد. در واقع، جهان به جای ورود به دنیای پست مدرن به سوی دوره‌ای گام برمی‌دارد که در آن پیامدهای نوگرایی، ریشه‌ای‌تر و جهانی‌تر از پیش شده‌اند. تردیدی نیست که دنیای نوگرایی کنونی به میزان گسترده‌ای فراسوی محیط فعالیت‌های انفرادی امتداد می‌یابد (گیبیز، ۱۳۸۳: ۳۰). هیچ‌کس قادر نیست از تحولات ناشی از گسترش نوگرایی در امان بماند یا گزینشی برخلاف آنها داشته باشد. به گونه‌ای که نوگرایی متأخر حتی بر مردمی که در سنتی‌ترین سکونت‌گاه‌های ممکن خارج از بخش «پیشرفته» جهان زندگی می‌کنند، تأثیر گذاشته است؛ به عبارتی، ذهن نوگرا، سیال است (برگر و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۴) و هیچ‌گاه به ثبات و ایستایی اکتفا نمی‌کند. با قبول این واقعیت، با پدیده مرگ و نابودی سوژه روشنگری روبه‌رو هستیم. «ریشه‌های این بحران پیش از همه به آثار فلاسفه ضد روشنگری، فردریش نیچه و مارتین هایدگر، برمی‌گردد. بعدها نظریه پردازان پست مدرن، مانند ژاک دریدا، میشل فوکو، ژان فرانسوا لیوتار و ریچارد رورتی، در آثار خود بر وقوع این بحران مهر تأیید زدند» (جی‌دان، ۱۳۸۵: ۹).

از این رو در اثر گسترش «نوگرایی» و «نوسازی» در عرصه جهانی و به دنبال خودآگاهی‌های سرچشمه‌گرفته از شرایط و ویژگی‌های زندگی در جهان امروزی، تحولاتی در زمینه‌های فرهنگی و ساختاری روی داده است که ظهور جامعه مصرفی را در پی داشته است. ظهور جامعه مصرفی از طریق زیاد شدن کالاهای مادی و دموکراتیزه شدن مصرف، سبب انتخابی شدن زندگی روزمره می‌شود. در این شرایط، در سطح خود^۱، یکی از مؤلفه‌های اساسی فعالیت روزمره همان انتخاب‌هایی است که به طور عادی انجام می‌دهیم؛ نوگرایی فرد را با تنوع

پیچیده‌ای از انتخاب‌های ممکن رودررو می‌کند؛ ولی به دلیل آنکه کیفیتی غیرشالوده‌ای^۲ دارد، به او در گزینش‌هایی که باید به عمل آورد، کمک چندانی نمی‌کند. این امر پیامدهای گوناگونی دارد؛ یکی از این پیامدها اهمیت یافتن سبک زندگی است (گیبیز، ۱۳۸۳: ۱۱۹). برخی از سنخ‌شناسی‌های موجود در دنیای امروزی مانند طبقه، قومیت و جنسیت به طور کامل تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح نمی‌دهند. در واقع، سبک زندگی در فرهنگ سنتی کاربرد چندانی ندارد؛ زیرا با نوعی انتخاب از میان تعداد زیادی از امکان‌های موجود همراه است. در حالی که، در دهه اخیر بدون توجه به این انتخاب‌های زیاد، امکان برقراری ارتباطی معنا دار و پایدار وجود نخواهد داشت (ایمان و مرحمتی، ۱۳۹۳: ۲). در دنیای آکنده از امکانات گوناگون برای گزینش سبک زندگی، داشتن برنامه‌ریزی راهبردی برای زندگی اهمیتی خاص دارد (گیبیز، ۱۳۸۳: ۱۲۵).

نظریه پردازان علوم اجتماعی، سبک زندگی را متأثر از عوامل بسیاری چون عوامل اقتصادی، ارزش‌ها و نگرش‌ها، دین، زمینه‌های اجتماعی و مانند آنها می‌دانند. در واقع افراد با توجه به دارایی‌های مادی و معنوی خود، سبک زندگی‌شان را برمی‌گزینند. سرمایه فرهنگی بخشی از این دارایی‌هاست. به طوری که رابطه میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی، محور اصلی مباحث‌های مطرح‌شده در جامعه‌شناسی فرهنگی و مطالعات فرهنگی است. از دهه ۱۹۷۰ و با رشد و گسترش فزاینده کالاهای مصرفی و تبلیغات تجاری و وسیله‌های ارتباط جمعی نظیر ماهواره و اینترنت، مطالعه رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی در کانون اصلی تلاش‌های جامعه‌شناسان و پژوهشگران مطالعات فرهنگی قرار گرفته است. سرمایه فرهنگی یکی از متغیرهای اصلی و اثرگذار بر سبک زندگی است که شاخصی ترکیبی شامل سه شکل تجسم‌یافته، عینی و نهادی محسوب می‌شود. بورديو تأثیر سرمایه فرهنگی بر مصرف، فعالیت و سبک زندگی فرهنگی افراد را با توسل به نظریه تمایز بیان می‌کند. او معتقد است

² non-core

¹ self

با حجم نمونه ۳۵۰ نفری میان معلمان ۴۵-۳۰ سال سرپرست خانوار در شهر آمل انجام شده است، نشان داده‌اند میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی رابطه‌ای معنادار و مستقیم وجود دارد.

ایمان و مرحمتی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز» به شیوه پیمایش و با حجم نمونه ۴۵۱ نفری میان جوانان شهر شیراز، رابطه معنادار سرمایه فرهنگی و سبک زندگی را تأیید کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند سرمایه فرهنگی با اندازه اثر ۰/۳۹۰ تغییرات سبک زندگی جوانان را تبیین می‌کند.

ابراهیمی و بهنویی (۱۳۸۹) پژوهشی با عنوان «سبک زندگی جوانان» میان ۳۸۰ نفر از جوانان ۲۵-۱۵ سال ساکن شهر بابلسر به شیوه پیمایش انجام داده‌اند. آنها معتقدند میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. شدت این رابطه در پژوهش مذکور برابر با ۰/۴۷۰ است. محمدی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «مناسبات سرمایه فرهنگی و سبک زندگی» با نمونه ۳۲۰ نفری به شیوه پیمایش میان ساکنان شهر سنندج، نشان می‌دهند میان سرمایه فرهنگی و انواع آن و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد و شدت این رابطه ۰/۳۷۰ است.

زارع و فلاح (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن» با حجم نمونه ۳۹۸ نفری از جوانان ۳۲-۱۸ ساله شهر تهران به شیوه پیمایش انجام داده‌اند. نتایج با توجه به ضریب همبستگی پیرسون (۰/۱۷۰)، بیانگر رابطه مثبت و معنادار سرمایه فرهنگی و سبک زندگی است.

قاسمی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «تعیین‌کننده‌های ساختاری و سرمایه‌ای سبک زندگی سلامت‌محور» که به شیوه پیمایش و حجم نمونه ۷۵۲ نفری میان ساکنان بالای ۱۵ سال شهر تبریز انجام شده است، رابطه معنادار سرمایه فرهنگی و سبک زندگی را تأیید کرده‌اند.

دارندگان سرمایه فرهنگی با مصرف فرهنگ و هنر متعالی، خود را از بقیه متمایز می‌کنند. داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر به معنای داشتن توان شناختی بالاتر است و چنانکه ورف‌هورست نشان داده است گرایش به فرهنگ و هنر متعالی، ناشی از شایستگی ارتباطی بیشتر دارندگان این ظرفیت شناختی و کنجکاوی بیشتر آنها برای رمزگشایی از محصولات فرهنگی است. بدین ترتیب سرمایه فرهنگی، از مسیری فردی - ذهنی و نه براساس راهبردی اجتماعی - مبارزه‌جویانه، سبب گرایش افراد به سبک زندگی فرهنگی خاصی می‌شود (گنجی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴۲).

با توجه به مطالب ذکرشده، اهمیت سبک زندگی در نوگرایی متأخر سبب انجام پژوهش‌ها و مطالعات گوناگونی در ایران شده است که در حوزه‌های مختلف و از جنبه‌های مستقیم و غیرمستقیم، ارتباط این دو مفهوم را بررسی کرده‌اند. در این شرایط ضروری است مجموع پژوهش‌های انجام‌شده، دوباره بررسی و تحلیل شوند. این امر از طریق انجام مطالعات فراتحلیل^۱ امکان‌پذیر خواهد بود؛ زیرا فراتحلیل نتایج پژوهش‌ها را با یکدیگر ترکیب می‌کند و روابط تازه‌ای میان پدیده‌های اجتماعی کشف می‌کند و از این طریق سبب کسب تصویری شفاف از وضع موجود موضوع پژوهش می‌شود و عامل‌ها، پیامدها و کاستی‌های حوزه پژوهش را شناسایی می‌کند که به مراتب مؤثرتر و مفیدتر از طرح‌های پژوهشی جدید است. بر همین اساس و با فرض اجرای پژوهش‌های نسبتاً کافی در حوزه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی، تمام پژوهش‌های دارای شرایط فراتحلیل در این حوزه گردآوری و نتایج آنها تحلیل می‌شوند.

پیشینه پژوهش

اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر متغیرهای یارانه و سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی معلمان سرپرست خانوار شهرستان آمل» که به شیوه پیمایش و

¹ Comprehensive Meta Analysis

هویتی سنتی، ظاهراً در اثر گرایش‌هایی که در جوامع سرمایه‌داری امروزی به وجود آمده است، مانند تغییرات سریع و دامنه‌دار اجتماعات، رو به نابودی‌اند (استریناتی، ۱۳۸۴: ۳۱۱). روش‌های زندگی کردن که نوگرایی عامل آنهاست، به شکلی بی‌سابقه ما را از انواع نظم سنتی دور کرده‌اند. دگرگونی‌های به‌وجودآمده توسط نوگرایی به استقرار صورت‌هایی از پیوندهای اجتماعی کمک کرده است که جهان را درنوردیده‌اند و برخی از شخصی‌ترین و محرمانه‌ترین جنبه‌های موجودیت روزانه ما را تغییر داده‌اند؛ بنابراین، «یک فرایند ساده در افول هویت‌ها به وقوع پیوسته است که در آن مجموعه‌ای محدود اما مشخص از هویت‌های منسجم کم‌کم از هم فروپاشیده و جای خود را به یک مجموعه متنوع اما بی‌ثبات از هویت‌های رقابت‌کننده داده‌اند. فرسایش هویت‌های جمعی و باثبات گذشته به فروپاشی هویت‌های شخصی نیز منجر شده است» (استریناتی، ۱۳۸۴: ۳۱۱)؛ از این رو در پی حملات شدیدی که بر پیکر ساختارهای اجتماعی سنتی وارد آمد، هریک از افراد (به‌طور عمده مردان و به‌ندرت زنان)، باید مستقل از صفاتی که به واسطه جایگاه سنتی یا طبیعی خود دارند، خود، هویت خویش را بسازند. از این حیث و با نظر به ذخایر سرشاری که فرد می‌یابد، چنین مقدر شده است که یک‌یک افراد خود به جستجو، کسب کردن و حتی برساختن هویت خویش برخیزند، آن هم در جهانی که روزبه‌روز ناشناخته‌تر و تحولاتش افزون‌تر می‌شود (جی‌دان، ۱۳۸۵: ۱۱۵).

ظهور فردگرایی رهنمودهای جدیدی شامل استقلال، اختیار و آزادی‌گزینش به همراه آورد. این ارزش‌های نویناد این باور را قوت بخشیدند که در شرایط زندگی در دنیای امروزی، افراد باید به‌صورت مستقل یا در تقابل با شیوه‌های رفتار و اندیشه‌های برجای‌مانده از سنت‌های پدران و پدربزرگان‌شان، تعریفی از خویش‌شان ارائه دهند (جی‌دان، ۱۳۸۵: ۱۱۴)؛ تا جایی که میشل فوکو معتقد است انسان امروزی کسی است که می‌خواهد خود را جعل و خلق کند (فدرستون، ۱۳۸۰: ۱۹۰). نوگرایی در همان حال که پایه‌گذار بسیاری از مفاهیمی

نواح و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «سبک زندگی و مصرف فرهنگی»، رابطه مثبت و معنادار سرمایه فرهنگی و سبک زندگی را تأیید کرده‌اند. پژوهش مذکور به شیوه پیمایش و با حجم نمونه ۲۰۰ نفری میان ساکنان بالای ۱۵ سال شهر اهواز انجام شده است.

تاجبخش و احمدی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی با سبک زندگی مطلوب» که به شیوه پیمایش و حجم نمونه ۳۴۱ نفری میان دانشجویان دانشگاه آزاد گچساران انجام شده است، معتقدند میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی دانشجویان دانشگاه آزاد گچساران رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مروری بر نظریه‌ها

در بخش عمده‌ای از تاریخ بشر، افراد همواره در زیست‌جهان‌هایی کم‌ویش یکپارچه زیسته‌اند. این نکته، وجود تقسیم کار و سایر فرایندهای بخش‌بندی نهادی را انکار نمی‌کند؛ بخش‌بندی‌هایی که همواره موجب تفاوت‌های عمده‌ای در زیست‌جهان‌های گروه‌های مختلف یک جامعه واحد و یکپارچه شده‌اند. با وجود این، بیشتر جوامع قدیمی در قیاس با جوامع امروزی، درجه بالای انسجام را نشان می‌دهند. با وجود تفاوت‌های میان بخش‌های گوناگون زندگی اجتماعی در جوامع پیشین، آنها از طریق نوعی نظم معنایی یکپارچه‌ساز که همه گروه‌های متفاوت جامعه را در بر می‌گیرد، به یکپارچگی می‌رسند. این نظم وحدت‌بخش معمولاً نظم دینی بود. معنای ساده این نظم برای فرد این بود که نمادهای یکپارچه‌ساز به‌طور یکسان بخش‌های مختلف زندگی روزمره‌اش را در بر می‌گرفتند. فرد، خواه در کنار خانواده یا هنگام انجام کار، خواه درگیر فرایندهای عمومی یا هنگام شرکت در جشن‌ها و مراسم رسمی، پیوسته در همان جهان بود (برگر و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۳).

در جامعه امروزی، شاهد ناپدیدشدن تدریجی چارچوب‌های شناخته‌شده سنتی و بسیار ارجمندیم. منابع

ذائقه‌ها با یکدیگر سازگارند و تحلیل‌گر اجتماعی قادر است طرحی از آنها ترسیم کند (چاوشیان، ۱۳۸۱). برخلاف سوژه روشنگری، سوژه نوگرایی، ماهیت ثابت و پایداری ندارد. این امر به علت ویژگی سیال و باز نوگرایی است که هیچ‌گاه ثبات و ایستایی ندارد. به‌طور کلی، در ادبیات جامعه‌شناختی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت کلی می‌شود؛ یکی مربوط به دهه ۱۹۲۰ است که سبک زندگی توصیف‌کننده ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و بیشتر، شاخص تعیین طبقه اجتماعی است. دوم به‌صورت شکل اجتماعی جدیدی است که فقط در متن تغییرات نوگرایی و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد. در این معنا سبک زندگی راهی برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد است که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد (گنجی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۸).

بی‌شک ناب‌ترین نظریه‌های جامعه‌شناسی درباره سبک زندگی را بوردیو ارائه کرده است. او با تلفیق ایده‌های مارکس و وبر، درکی کامل‌تر در زمینه طبقات اجتماعی ارائه کرده است. بوردیو ابعاد اقتصادی و فرهنگی را در بحث طبقه در نظر می‌گیرد؛ یعنی مانند مارکس طبقات را بر مبنای عامل اقتصاد لایه بندی و همچون وبر درون هر طبقه را بر مبنای سبک‌های مختلف زندگی از یکدیگر متمایز می‌کند. اگر مارکس طبقه را صرفاً اقتصادی می‌دید، بوردیو آن را بر مبنای سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی تشریح می‌کند. به نظر او، حجم و انواع سرمایه، طبقه را شکل می‌دهند و منش افراد، درون هر طبقه را به یکدیگر وصل می‌کند و بر مبنای این منش مشترک سبک‌های زندگی شکل می‌گیرند؛ البته به معنای دقیق‌تر باید گفت مصرف، اجازه بازنمایی سبک‌های مختلف زندگی و ذائقه‌های گوناگون را می‌دهد و درنهایت سبک‌های زندگی و ذائقه‌هایی که بر مبنای سرمایه‌های بالا شکل می‌گیرد، سبب مصرف کالاهایی می‌شود که تمایز اجتماعی ایجاد می‌کنند. این منطق تمایز در مصرف، در قانون توجه بوردیو قرار دارد (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۷: ۷۰). او در کتاب‌ها و مقاله‌هایی که به رشته تحریر درآورده است، شبکه‌ای از مفاهیم را به کار می‌گیرد که با توضیح آنها طرحی

بوده است که در آنها انتخاب و گزینش کردن اهمیت دارد، معلومات تازه فراوانی راجع به تأثیرات شدید و گاه قیدوبندآفرین طبیعت، سنت، تاریخ، نهادها و ساختارهای اجتماعی به آدمیان داده است. بی‌شک هویت امروزی تا حدی انتخاب آگاهانه افراد بوده است؛ اما در عین حال با شبکه‌ای از عوامل درهم تنیده اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی تعیین شده است. یکی از عوامل تعیین‌کننده و بستر اصلی هویت در دوره نوگرا، جایگاه فرد درون روابط تولید است که به بهترین وجه در قالب مفهوم طبقه مارکس ارائه شده است. «تقسیم جامعه به طبقات، جهان‌بینی‌های سیاسی، اخلاقی، فلسفی و مذهبی گوناگون را پدید می‌آورد. جهان‌بینی‌هایی که روابط طبقاتی موجود را بیان می‌کنند» (کوزر، ۱۳۸۰: ۷۹)؛ بنابراین به عقیده مارکس طبقه، جدای از اینکه در نقش عامل پوشش تاریخی عمل می‌کند، بستر اصلی شکل‌گیری ارزش‌ها، نگرش‌ها و هویت افراد نیز هست؛ اما با ایجاد برخی تغییرات اساسی در ساختار جوامع امروزی، پیداکردن خطوط شباهت میان طبقه و جایگاه فرد در روابط تولید و نیز ارزش‌ها، نگرش‌ها و اعتقادات و به‌طور کلی هویت افراد روزبه‌روز مشکل‌تر می‌شود (چاوشیان، ۱۳۸۱).

گذار تاریخی از نظام مبتنی بر تولید به اقتصاد متکی بر مصرف، موجب تحول ایدئولوژیک بنیادینی در نحوه شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی شد؛ به نحوی که مصرف، به محملی برای پی‌ریزی هویت‌های استوار بر سبک زندگی و منبعی اساسی برای هویت‌یابی و فرهنگ مشترک تبدیل شده است. «مصرف‌گرایی با ماهیت خاصی که دارد، باعث رشد فردگرایی خودخواهانه‌ای می‌شود که فرصت‌های لازم برای رشد هویت‌های قوی و باثبات را از بین می‌برد» (استریناتی، ۱۳۸۴: ۳۱۲). در این شرایط مفهوم «سبک زندگی» راهی برای تعریف دوباره هویت است. مفهوم سبک زندگی در مقایسه با مفهوم طبقه یا سایر هویت‌های ساختاری انعطاف‌پذیرتر است؛ زیرا برخلاف مفهوم طبقه، محتوا و منطق یا منشأ سبک‌های زندگی از پیش تعیین نمی‌شود. سبک زندگی تنها نشان می‌دهد برخی پیشینه‌ها، فعالیت‌ها، نگرش‌ها و

۷۲۴). ویژگی خاص هر میدان براساس منطق و راهبردهایی درک می‌شود که در میدان اعمال می‌شوند. میدان اصولاً پهنه نبرد و همانند بازاری رقابتی است. آنچه به میدان معنا می‌دهد سرمایه است و حجم و ترکیب انواع سرمایه جایگاه فرد در سلسله مراتب میدان را تعیین می‌کند. بورديو سرمایه را در چهار مقوله از هم تفکیک می‌کند: سرمایه اقتصادی (دارایی مالی و مادی)، سرمایه اجتماعی (منابعی که به صرف عضو شدن در گروه به فرد تعلق می‌گیرد)، سرمایه فرهنگی (کالاها و مهارت‌ها و عنوان‌های نمادین کمیاب) و سرمایه نمادین (موقعیت و افتخار اجتماعی). همچنین بورديو تمایز و تملک انواع سرمایه را منشأ تفاوت در ذائقه‌ها می‌داند. در واقع براساس نظریه بورديو سرمایه فرهنگی سبب ایجاد تفاوت می‌شود و به دائمی کردن تفکیک‌ها، شکاف‌ها و نابرابری‌های اجتماعی کمک می‌کند (ممتاز، ۱۳۸۳: ۱۵۱-۱۵۰). مناسبات منظره‌ای میان سبک زندگی و سرمایه فرهنگی در نظریه فرهنگی بورديو به تفصیل تبیین شده‌اند. طبق نظریه او، علاوه بر عوامل اقتصادی، منش فرهنگی که فرد از خانواده به ارث می‌برد، عامل مهمی در موفقیت‌ها و پیشرفت‌های گوناگون است؛ زیرا منش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی در بردارنده منابعی‌اند که قادرند سودهای زیادی به همراه داشته باشند؛ بنابراین سرمایه فرهنگی دربرگیرنده تمایل‌های پایدار فرد و گرایش‌ها و عادت‌هایی است که طی فرایند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و شامل کالاها و فرهنگ و انواع دانش مشروع است که ممکن است به‌طور مداوم از طریق عادت‌واره‌ها^۳ در زندگی خانوادگی و تحصیلات افزایش یابد.

بنابراین، مفهوم مرکزی دیگر در دستگاه فکری بورديو، مفهوم «عادت‌واره» [ریختار، ساختمان ذهنی، آداب، منش] است. «این مفهوم با بار نظری قابل ملاحظه‌ای که دارد، توأمان با مفهوم میدان گره خورده است» (شویره و فونتن، ۱۳۸۵: ۷۷). این کلمه از نظر لفظی یک واژه لاتین است که نشان‌دهنده وضعیت، حالت یا ریخت ظاهری معمول و عادت‌شده به‌ویژه در ارتباط با بدن است (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۲۱). بورديو بعضی از معناهای اصلی این مفهوم را که به رابطه میان بدن و

از نظریه او درباره سبک زندگی ارائه می‌شود. دید بورديو درباره جامعه، مانند دید ماکس وبر، اساساً دیدی جدلی^۱ است. در نظریه او جامعه «فضایی اجتماعی» شناخته می‌شود. فضای اجتماعی جایگاه رقابتی شدید و بی‌پایان است. از میان و در جریان این رقابت‌ها، تفاوت‌هایی ظهور می‌کند که ماده و چارچوب لازم برای هستی اجتماعی را فراهم می‌آورد (استونز، ۱۳۸۱: ۳۳۰)؛ اما در جوامع پیشرفته افراد با فضای اجتماعی یکپارچه روبه‌رو نیستند و فضاها و اجتماعی، خود به فضاها و خرد بی‌شماری تجزیه می‌شوند که «میدان»^۲ نام دارند. هرچه جامعه به لحاظ فناوری پیچیده‌تر و از نظر اجتماعی تمایز یافته‌تر باشد، میدان‌های (خرده‌جهان‌های اجتماعی نسبتاً مستقل و خودمختار) بیشتری وجود خواهد داشت. حد و مرزهای میدان‌ها نامشخص و در حال تغییر است (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۷). بنا به تعریف بورديو، یک میدان، عرصه‌ای اجتماعی است که در آن مبارزه یا تکاپو بر سر منابع و منافع معین و دسترسی به آنها صورت می‌گیرد. میدان‌ها با اقلامی تعریف و مشخص می‌شوند که محل منازعه و مبارزه‌اند؛ از جمله کالاها و فرهنگی (سبک زندگی)، مسکن، تمایز و تشخیص فرهنگی (تحصیل)، زمین، قدرت (سیاست)، طبقه اجتماعی، منزلت یا هر چیز دیگری که ممکن است به درجات متفاوتی، خاص و انضمامی (عینی) باشند (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۵). میدان کارزاری است که در آن درباره شالوده‌های هویت و نظام سلسله‌مراتبی، پیوسته و به‌طور جدایی‌ناپذیر، بحث و جدل می‌شود. میدان گستره‌ای از مواضع و حرکات ممکن را در اختیار فرد قرار می‌دهد که او قادر است خود را با آنها سازگار کند. جایگاه و موقعیت درون میدان همچنین هر کنشگری را به جانب الگوی رفتاری خاصی متمایل می‌کند (استونز، ۱۳۸۱: ۳۳۷).

بورديو درباره میدان [زمینه، حوزه] به گونه‌ای رابطه‌ای می‌اندیشد تا به شیوه‌ای ساختاری؛ [میدان] شبکه‌ای از روابط است که میان جایگاه‌های عینی درون زمینه وجود دارد. این روابط جدا از آگاهی و اراده فردی وجود دارند (ریترز، ۱۳۹۳:

¹ agonistic

² field

³ habitus

۱۳۹۳: ۷۲۲). به تعبیر دیگر عمل عادت‌واره‌ای است که در عمل فعلیت یافته است. تأکید بورديو بر عمل به سبب تبیین رفتار بر اساس منطق عملی یا حس عملی است؛ بدین معنی که عمل به صورت کاملاً آگاهانه صورت نمی‌گیرد؛ بلکه خارج از کنترل آگاهانه و گفتمان و شبیه احاطه و حس غریزی نشان داده می‌شود که نسبت به بازی وجود دارد. از نظر بورديو عمل به صورت آگاهانه - یا کاملاً آگاهانه - سازماندهی و هماهنگ نمی‌شود (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۱۴). ویژگی آن «همانا انعطاف و سیالیت و عدم قطعیت ویژه آن است. زندگی اجتماعی، با همه تنوع و پیچیدگی‌اش، بر مبنای قواعد و اصول و مدل‌های هنجاری، پیش نمی‌رود. حتی این تصور نیز غیرممکن است که قاعده یا دستورالعملی برای همه وضعیت‌های قابل‌تصوری که ممکن است در جریان زندگی اجتماعی متداول پیش آید، در آستین داشته باشیم» (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۱۶)؛ اما منظور این نیست که کنشگران زندگی خویش را بدون قصد و هدف پیش می‌برند. این راهی است که بورديو از طریق آن رویگردانی خود را از ساختارگرایی تعینی چرخش نظری از قواعد به راهبرد نشان می‌دهد. اینجا عادت‌واره «سرچشمه استراتژی‌هاست» (ریترز، ۱۳۹۳: ۷۴۲). «مفهوم استراتژی‌پردازی، یعنی در نظر گرفتن این واقعیت که کنشگران اهداف و علایقی دارند، به این منظور نیز پروراند شده که سرچشمه عمل کنشگران را در تجربه خود آنها از واقعیت جای می‌دهد» (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۱۷). مفهوم راهبرد، جایگزینی برای این فکر است که قواعد، رفتار را هدایت می‌کنند. همچنین حلقه اتصال مهمی میان مفاهیم عمل، عادت‌واره و میدان است.

نکته دیگری که در کارهای بورديو پیگیری می‌شود، علاقه او به مبارزه و رقابت بر سر منزلت است. این امر با به‌کارگیری راهبرد «تمایز»^۳، در طیف وسیعی از حوزه‌ها و امکانات عرصه زندگی اجتماعی و برای کسب منزلت و به‌اتکای انواع گوناگون سرمایه پیگیری می‌شود. در اینجا منزلت اجتماعی شامل کارهایی است که آن دسته از تمایزها و تفاوت‌های فرهنگی را برجسته می‌کند و نمایش می‌دهد که ویژگی حیاتی همه قشربندی‌های اجتماعی‌اند؛ از این‌رو منزلت به صورت سبک زندگی مفهوم‌پردازی می‌شود؛ یعنی کلیت کارهای فرهنگی همچون

عادت‌واره مربوط می‌شود، حفظ می‌کند. بیان دیگری از تجسم یافتن عادت‌واره در استفاده بورديو از واژه سلوک^۱ دیده می‌شود. این واژه که در اصل یونانی است و معنایی تقریباً شبیه به واژه لاتین عادت‌واره دارد، در آثار بورديو برای اشاره به طرز و سبک حرکت کردن کنشگران (طرز ایستادن، راه رفتن، اداها و اطوار) به کار می‌رود. مشابهت معناهای اولیه و اصلی این دو واژه، یعنی عادت‌واره و سلوک، گواه محوریت بدن در مفهوم‌پردازی بورديو درباره عادت‌واره است (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۲۲). عادت‌واره «همان ساختارهای اجتماعی تجسم یافته و ملکه ذهن شده است» (ریترز، ۱۳۹۳: ۷۲۱). عادت‌واره یا ملکه، میانجی و واسطه‌ای میان تأثیرات گذشته و انگیزه‌ها و محرک‌های کنونی است که در آن واحد هم ساخت‌مند است؛ زیرا به وسیله نیروهای اجتماعی الگودار تولید می‌شود و هم ساخت‌دهنده است؛ زیرا ملکه به فعالیت‌های متنوع و گوناگون فرد در حوزه‌های جداگانه و مختلف زندگی شکل می‌دهد و به آنها انسجام می‌بخشد (استونز، ۱۳۸۱: ۳۳۵). بورديو رابطه ساختی میان عادت‌واره یا ملکه و میدان، یعنی رابطه میان «تاریخ تجسم یافته در کالدها» به عنوان خلق و خو و «تاریخ عینیت یافته در اشیا» را که به صورت نظام جایگاه‌ها و موقعیت‌ها شکل یافته است، جایگزین رابطه ساده و ابتدایی فرد و جامعه می‌کند. این امر بدان معنی است که برای توضیح و تبیین هر رویداد و الگوی اجتماعی باید ترکیب اجتماعی کنشگر و ساختار حیطه اجتماعی خاصی که او در آن عمل می‌کند و نیز شرایط خاصی را تجزیه و تحلیل و بررسی کرد که کنشگران در آن با یکدیگر برخورد می‌کنند و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند (استونز، ۱۳۸۱: ۳۳۷)؛ بنابراین، این رابطه به گونه‌ای است که هیچ‌کدام از دو طرف، به‌طور یک‌طرفه توانایی تعیین و جهت‌دهی به عمل اجتماعی را ندارند.

مفهوم دیگری که به‌طور مستقیم از بحث‌های مربوط به عادت‌واره نتیجه‌گیری می‌شود، مفهوم «عمل»^۲ است. «این [عمل] است که [عادت‌واره یا] ساختمان ذهنی و جهان اجتماعی را به هم پیوند می‌دهد. از یک سوی، از طریق [عمل]، ساختمان ذهنی ساخته می‌شود و از سوی دیگر، در نتیجه عمل است که جهان اجتماعی آفریده می‌شود» (ریترز،

^۱ hexis^۲ practice^۳ distinction

ترکیب سرمایه نزد اینگونه گروه‌ها، تبیین کند. در تقسیم‌بندی عمودی، کنشگرانی که مقادیر زیادی از هریک از سرمایه‌ها را در اختیار دارند (طبقه فرادست)، در تقابل با کنشگرانی قرار می‌گیرند که از همه سرمایه‌ها محروم‌اند (طبقه فرودست). این تقابل در تقسیم‌بندی افقی، بین طبقه فرادست، یعنی کسانی که سرمایه اقتصادی زیاد اما دارایی‌های فرهنگی کمی دارند (مانند صاحبان و مدیران بخش‌های اقتصادی که فرادستان طبقه فرادست را شکل می‌دهند) و آنهایی که سرمایه‌شان به‌طور عمده سرمایه‌ای فرهنگی است (روشنفکران و هنرمندان که فرودستان طبقه فرادست را تشکیل می‌دهند)، بروز می‌کند. تک‌تک افراد و خانواده‌ها پیوسته در تلاش‌اند تا با دنبال کردن راهبردهای بازتبدیل - که در آن یک نوع یا گونه خاص سرمایه با گونه دیگری مبادله یا به آن تبدیل می‌شود - جایگاه خویش را در فضای اجتماعی حفظ کنند یا بهبود ببخشند (استونز، ۱۳۸۱: ۳۴۰).

همچنین نظریه‌های جامعه‌شناختی هویت در نوگرایی اخیر، بیش از همه به نوعی به نظریه آنتونی گیدنز پیوند خورده است. ویژگی رهیافت گیدنز بر اهمیت محوری فرایندهای اجتماعی بازتابی تأکید می‌کند. به عبارتی، عامل بودن در متن نظم و ترتیب‌های بعد از نظام سنتی به یک پروژه بازتابی تبدیل می‌شود. گیدنز معتقد است در واقع در دوره پس از نظام‌های سنتی، هویت شخصی به‌صورت رفتارهایی جلوه‌گر می‌شود که به‌طور «بازتابی»^۲ به وجود می‌آیند. این تصور بازتابی از خویش‌تنی که به روایت‌های زندگی‌نامه‌وار منسجم و همواره تجدیدپذیر استوار است، در تاروپود انتخاب‌های متعدد و برآمده از نظام‌های مجرد جای می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۸۳: ۲۰). در نظریه گیدنز یکی از تفاوت‌های بارز دنیای نوگرا نسبت به تمام دوره‌های پیشین زندگی اجتماعی، پویایی و تحرک بی‌سابقه آن است. نهادهای عصر جدید از بسیاری جنبه‌ها بدیع و بی‌سابقه‌اند (گیدنز، ۱۳۸۳: ۱۶). بازتابی بودن سبک‌های زندگی بدین معنی است که هر سبک زندگی در متن خود معنایی ضرورتاً باز و نامتعیین دارد؛ از این رو قطعی نبودن معنای سبک زندگی - یعنی نفی امکان تبیین کافی معنا توسط تعیین‌کننده‌های ساختاری به بازتابندگی

لباس‌پوشیدن، سخن‌گفتن و حالت‌های بدنی (جنکینز، ۱۳۸۵). مفهوم دیگر موردنظر بوردیو، مفهوم «سلیقه»^۱ است که یکی از شاخص‌های سرمایه فرهنگی به شمار می‌رود و جامعه آن را تعیین می‌کند؛ به عبارت دیگر، سلیقه مقوله‌ای اجتماعی است و تنها به‌واسطه نزاع و کشمکش عواملان و کنشگران فعال است که قادر است تغییر کند (فرزانه، ۱۳۸۴: ۴۴). سلیقه نوعی ظرفیت و توانایی است که براساس آن افراد، اشیا و اعمال را به‌صورت نمادین در نقش ترجیح‌های متمایزکننده به کار می‌برند. سلیقه به افراد نسبت به جایگاهشان در نظام اجتماعی درکی می‌دهد و همچنین کسانی را که ترجیح‌های مشابه دارند، به هم نزدیک می‌کند و این افراد را از کسان دیگری متمایز می‌کند که سلیقه‌های متفاوت با آنها دارند. بدین ترتیب افراد از طریق سلیقه امور را دسته‌بندی می‌کنند و در این فرایند خود را نیز طبقه‌بندی می‌کنند. سلیقه یکی از دال‌ها و عناصر اصلی هویت شخصی است.

نتیجه آنکه سبک زندگی خاص هر گروه خود را در تقابل با دیگر سبک‌ها، تعریف و مشخص می‌کند: «ذوق و سلیقه در وهله اول و قبل از هر چیزی بی‌میلی و اکراه نسبت به سلاقی دیگران است. دلیل این امر آن است که اعمال و رویه‌های فرهنگی، معنی اجتماعی خود و قابلیت مشخص ساختن تفاوت فاصله اجتماعی را از موقعیتی که در نظام اهداف و رویه‌های مطلوب دارند، کسب می‌کنند» (استونز، ۱۳۸۱: ۳۳۹). در واقع از دید بوردیو، سلیقه در بدن شکل مادی می‌یابد و روابط متفاوتی را تداوم می‌بخشد که طبقات اجتماعی نسبت به بدن‌هایشان دارند؛ روابطی که در کیفیت و کمیت سرمایه اجتماعی گشوده به روی افراد، بااهمیت است. به عبارتی، اعمال، قابلیت متفاوت و متمایز بودن خود را از ویژگی ذاتی‌شان نمی‌گیرند؛ بلکه دست‌یابی به معنای موردنظر و متمایز بودن، در ارتباط با رویه‌ها و اعمال دیگر پدید می‌آیند.

تحلیل بوردیو نشان می‌دهد گروه‌های فرادست و فرودست در مبارزه‌ای بی‌پایان و نمادین برای تثبیت هویت و موقعیت اجتماعی خود درگیرند. از سوی دیگر توجه به نظریه انواع سرمایه، قادر است الگوهای مصرف را جدای از تحلیل گروه‌بندی‌های عمودی در سطح افقی با توجه به حجم و

² reflexive

¹ taste

داشته باشند (Weininger & Lareau, 2007).

سرمایه فرهنگی دربرگیرنده تمایل‌های پایدار فرد و گرایش‌ها و عادت‌هایی است که طی فرایند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و شامل کالاهای فرهنگی، مهارت‌ها و انواع دانش مشروع است. در نظریه بورديو سرمایه فرهنگی شامل سه شکل است: ۱- سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته^۱ یا درونی‌شده: این سرمایه به‌واسطه تلاش، تجربه و استعداد فرد حاصل می‌شود و با مرگ او از بین می‌رود و نمی‌توان آن را به دیگران انتقال داد. ۲- سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته^۲: این سرمایه از آشکارترین نوع سرمایه فرهنگی است که افراد جامعه قادرند از آن بهره‌مند شوند و عبارت است از مجموعه‌ای از میراث‌های فرهنگی مانند آثار هنری، فناوری ماشینی و قانون‌های علمی که به‌صورت کتاب‌ها، سندها و اشیا در تملک اختصاصی افراد و خانواده‌هاست. این نوع از سرمایه شایستگی انتقال به دیگران را دارد. ۳- سرمایه فرهنگی نهادی و ضابطه‌ای^۳: این شکل از سرمایه فرهنگی به کمک ضابطه‌های اجتماعی و فراهم‌آوردن عنوان‌های معتبر، برای افراد موقعیت کسب می‌کند؛ مانند مدرک تحصیلی و تصدیق حرفه کار. این نوع سرمایه شایستگی انتقال ندارد و به‌دست‌آوردن آن به شرایط معینی بستگی دارد (محمدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷).

کسب سرمایه فرهنگی کارکردها و مزیت‌های فراوانی دارد. درواقع سرمایه فرهنگی و تمایز اجتماعی پیوندی مناظره‌ای دارند. سرمایه فرهنگی تفاوت ایجاد می‌کند و سبب تفکیک‌ها، شکاف‌ها و نابرابری‌های اجتماعی می‌شود (ممتاز، ۱۳۸۳: ۱۵۷)؛ بنابراین، در جوامع معاصر، سرمایه فرهنگی در نقش نوعی راهبرد برسازنده سبک زندگی اهمیت فراوانی دارد.

به این نکته اشاره دارد که معانی فعالیت‌های سبک زندگی دراساس توسط نیروهای وسیع جامعه تعیین نمی‌شوند؛ بلکه طی فرایند دادوستد عملی زیست‌جهان‌های متمایز، معانی روش‌های استفاده از مواد و مصالح نمادین مصرف‌انبوه، به اشیا و اعمال ملموسی تبدیل می‌شوند که استعاره‌ای برای خودشان‌اند. بازتابندگی به استفاده از اطلاعات مربوط به شرایط فعالیت به‌عنوان ابزاری برای تنظیم و تعریف مجدد و قاعده‌مند معنا و چیستی رفتار اشاره دارد (گیدنر، ۱۳۷۸: ۸۶).

با برداشتی که گیدنر از مقوله سبک زندگی دارد، سبک زندگی تلاشی برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگوهای کنش افراد است که افراد آنها را انتخاب می‌کنند و کنش افراد در زندگی روزمره به‌واسطه آنها هدایت می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۵). هر سبک زندگی مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌هاست و از این‌رو نوعی وحدت دارد که علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی - پیوند میان گزینش‌های فرعی موجود در یک الگوی کم‌وبیش منظم را نیز تأمین می‌کند. سبک زندگی به مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از کارکردها گفته می‌شود که فرد آنها را به کار می‌گیرد تا هم نیازهای جاری خود را برآورده کند و هم روایتی ویژه را دربرابر دیگران مجسم کند که برای هویت شخصی خود برگزیده است (گیدنر، ۱۳۸۳: ۱۲۲). سبک‌های زندگی به‌طور عمده در قالب چیزهای ملموسی‌اند که آنها را به اموری نمادین بدل می‌کنند؛ نمادهایی که انعطاف‌پذیرند و معنی‌های گوناگونی دارند. همه دارایی‌های مادی حامل معانی اجتماعی‌اند؛ بنابراین باید بخش عمده‌ای از تحلیل فرهنگی را متوجه استفاده از این کالاهای فرهنگی (بخش مشهود فرهنگ است. این شیوه‌های مصرف در سلسله‌مراتبی آرایش می‌یابند که به طیف کاملی از تمایزها و تفاوت‌ها، تا حد توان ذهن بشر، میدان می‌دهند (چاوشیان، ۱۳۸۱: ۳-۲).

مناسبات مناظره‌ای میان سبک زندگی و سرمایه فرهنگی در نظریه بورديو به تفصیل مفهوم‌پردازی شده است. طبق نظریه او، علاوه بر عامل‌های اقتصادی، عادت‌واره فرهنگی عامل مهمی برای موفقیت‌های گوناگون محسوب می‌شود؛ زیرا عادت‌واره‌ها دربردارنده منابعی‌اند که ممکن است سودهای زیادی به همراه

¹ embodied cultural capital

² objectified cultural capital

³ institutionalized cultural capital

جدول ۱ - نظریه‌ها درباره سبک زندگی

نظریه	شرح
داگلاس و ایشرود	بر این نکته تأکید دارند که کالاها در نقش نماد در مقوله‌های وسیع تری جای می‌گیرند. به عبارتی همه دارایی‌های مادی حامل معانی اجتماعی‌اند؛ بنابراین ما باید بخش عمده‌ای از تحلیل فرهنگی را به استفاده از این کالاها به منزله رسانه، معطوف کنیم. از این رو معانی کالاها ریشه در زمینه نهادی دارند که همین زمینه‌ها نیز مبنایی برای تفسیر آن ارائه می‌دهند. استفاده‌های گوناگون از کالاها بیانگر معرفت اجتماعی است و مصرف شخصی کالا (سبک زندگی) بخش مشهود فرهنگ است. این شیوه‌های مصرف در تصویرها و سلسله‌مراتبی آرایش می‌یابند که به طیف کاملی از تمایزها و تفاوت‌ها، تا حد توان ذهن بشر، میدان می‌دهند. درواقع، داگلاس و ایشرود متجلی کردن و ثبات بخشیدن به مقوله‌های فرهنگ را محرک مصرف می‌دانند. به نظر آنان چون کالاها وجه نمادین دارند، قادرند به صورت ابزار مبادله و ارتباط به کار گرفته شوند. مصرف کالاها برای حفظ ارتباط و انسجام، جلب حمایت دیگران و ابراز مهربانی کردن لازم است (Douglas & Isherwood, 1996: 38).
کاکس و کاکس	ویر واژه سبک زندگی را جهت اشاره به شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی به کار گرفت که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت بودند. او ویژگی اصلی سبک زندگی را انتخابی بودن آن می‌داند که به برخی تنگناهای ساختاری محدود است و این محدودیت‌ها اقتصادی و اجتماعی‌اند. به نظر او سلوک و فرصت‌های زندگی، دو مؤلفه اساسی سبک زندگی‌اند. سلوک زندگی انتخاب‌هایی‌اند که افراد در گزینش سبک زندگی‌شان دارند (Cockerham, 2000: 161). فرصت‌های زندگی مواردی‌اند که افراد به دلیل موقعیت اجتماعی‌شان آنها را دارند (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۸۴). مهم‌ترین سهم ویر از مفهوم‌سازی سبک زندگی، تقابل مناظره‌ای بین انتخاب‌ها و فرصت‌هاست (Cockerham et al; 1997: 324). به طوری که اگر هریک از اینها دیگری را از بین ببرد، در نتیجه سبک زندگی مؤثر است. به عبارتی، افراد سبک زندگی خود را انتخاب می‌کنند و فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند که ویژگی بارز آن است؛ اما انتخاب‌های آنها از موقعیت اجتماعی‌شان تأثیر می‌پذیرد. ویر 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 انسجام‌بخشیدن درون‌گروهی می‌شود. به نظر او سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است (مجدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۳).
دیوید زیل	او با انتشار مقاله «کلان‌شهر و حیات ذهنی» تأملاتش را در ارتباط با فرد، فردیت و تناقض درونی فرد در دوره گذار از اروپای قرن نوزدهم به عصر مدرن مطرح می‌کند و در همین رابطه شیوه مصرف‌کردن و سبک زندگی را راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت کلان‌شهر و نظام تقسیم کار پیچیده‌ای می‌داند که دستمایه‌های هویت و تمایز از دیگران را زایل کرده است. به عبارتی، زیل متمایز کردن خود از دیگران - به واسطه مد - را محرک مصرف می‌داند. او کارکرد دوگانه‌ای برای مد قائل است؛ یک وجه آن، اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت است؛ اما وجه دیگر آن که جنبه طبقاتی دارد، سبب همبستگی گروهی و تقویت انسجام اجتماعی طبقاتی است (فاضلی، ۱۳۸۲).
سابل	سبک زندگی پدیده‌ای ملموس است که مشاهده می‌شود یا در اثر مشاهده نتیجه‌گیری می‌شود. به عبارتی، او سبک زندگی را مجموعه‌ای از رفتارهای مشاهده‌شده و معنی‌دار می‌داند که از سوی افراد جامعه تعریف می‌شوند؛ بنابراین تشخیص سبک‌های زندگی از روی رفتار عینی و مشاهده‌شدنی افراد امکان‌پذیر است. پدیده‌ای که به بارزترین وجه خود را در مصرف نشان می‌دهد. با مطالعه رفتارهای عینی و سنجش‌پذیر افراد، سبک‌های مختلف زندگی و دسته‌بندی آنها درک می‌شود. آنچه در دیدگاه سابل محوریت دارد، رابطه میان سبک زندگی و مصرف است (Sobel, 1981: 28).
سابل و شین	او از دریچه مفاهیمی مثل کسب اعتبار، سازوکارهای تأیید و قدرت فرهنگی، سبک زندگی را بررسی می‌کند. به نظر او، سبک زندگی مجموعه‌ای از نمادهاست که نقش فعالی در فرایند کسب اعتبار و وجهه ایفا می‌کنند. نمادها به خودی خود، اهمیت یا معنا ندارند؛ بلکه معنا و نقش مشروعیت‌بخش خود را از سازوکارهای تأیید می‌گیرند. سازوکارهای تأیید را نیز دارندگان قدرت فرهنگی تعیین و تعریف می‌کنند و بدین سان قادرند برای خود تمایز، تشخیص و اعتبار ایجاد کنند؛ بنابراین سبک زندگی هم وسیله‌ای برای تولید و توزیع قدرت فرهنگی در سطح‌های مختلف جامعه است و هم حاصل این نحوه تولید و توزیع است (Scheys, 1987: 253).
چانوی	به نظر او سبک زندگی همان سازمان اجتماعی مصرف است. از دید او سبک‌های زندگی جزء جدایی‌ناپذیر زندگی اجتماعی روزمره در جهان امروزی‌اند و نقشی اساسی در تعاملات بین افراد دارند. به همین دلیل، سبک‌های زندگی را باید در بافت محسوس زندگی روزمره افراد جستجو کرد. سلیقه‌ها، قریحه‌ها و ذائقه‌ها که در پیوندی تنگاتنگ با سبک زندگی شکل می‌گیرند، نقشی اساسی در نحوه مصرف کالاها و فرهنگی و برساختن هویت دارند و مداخله‌هایی برای ورود به متن زندگی روزمره افراد در جامعه امروزی‌اند. مشخصه‌های اصلی سبک زندگی همچون سطوح، خودها و احساسات یا قریحه‌ها را باید به صورت تجربی از طریق بررسی سرمایه و مصرف فرهنگی افراد مطالعه کرد (Chaney, 2002: 16).

روش پژوهش

مقاله حاضر به روش فراتحلیل انجام شده است. فراتحلیل روشی آماری است که واحد تجزیه و تحلیل در آن، مطالعه است و آزمودنی نیست (نیازی و شعاع، ۱۳۹۵: ۶۹) و پژوهشگر را از اتکا به نتایج یک مطالعه انفرادی یا اتکا به بازنگری‌های

غیرکمی سنتی و روایتی در امان می‌دارد و فرصتی ارزنده برای او فراهم می‌کند تا تشابه‌ها و تفاوت‌های روش‌شناختی را در نتایج چندین مطالعه درک کند و با دیدی تراکمی، تصویری کلی از یک فعالیت پژوهشی ارائه دهد. به بیان دیگر فراتحلیل به پژوهشگران امکان می‌دهد داده‌های حاصل از چندین

که در همه مطالعات بررسی شده در این مقاله، متغیر سرمایه فرهنگی با روال نسبتاً مشابهی بررسی شده است.

جدول ۲ - ویژگی‌های پژوهش‌های انتخاب شده

ردیف	محقق	سال	حجم نمونه	جامعه آماری	نمونه‌گیری
۱	تاجبخش و احمدی	۱۳۹۳	۳۴۱	دانشجویان دانشگاه آزاد گچساران	طبقه‌ای
۲	محمدی و همکاران	۱۳۹۱	۳۲۹	ساکنان شهر سندج	خوشه‌ای
۳	نواح و همکاران	۱۳۹۵	۲۰۰	ساکنان بالای ۱۵ سال شهر اهواز	طبقه‌ای
۴	ابراهیمی و بهنویی	۱۳۸۹	۳۸۰	جوانان ۲۵- سال شهر بابلسر	طبقه‌ای
۵	اسماعیلی و همکاران	۱۳۹۴	۳۵۰	معلمان ۴۵- سال سرپرست خانوار	طبقه‌ای
۶	زارع و فلاح	۱۳۹۱	۳۹۸	جوانان ۳۲- ۱۸ سال شهر تهران	خوشه‌ای
۷	ایمان و مرحمتی	۱۳۹۳	۴۵۱	جوانان ۳۰- ۱۸ سال ساکنان بالای	خوشه‌ای
۸	قاسمی و همکاران	۱۳۸۷	۷۵۲	۱۵ سال شهر تبریز	خوشه‌ای

یافته‌ها

جدول ۳ نشان‌دهنده رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی با فاصله اطمینان ۹۵ درصد در هر کدام از پژوهش‌های انتخاب شده است. اندازه اثر بیانگر میزان یا درجه حضور پدیده‌ها در جامعه و برابر با نسبت سطح معناداری به شاخصی از حجم نمونه است. در واقع، جدول ۳ نشان می‌دهد در ۸ مورد از مطالعات پیشین، درباره سرمایه فرهنگی (متغیر مستقل) روی متغیر وابسته (سبک زندگی) مطالعه شده است. اندازه اثر این مطالعات میان ۰/۲۰ تا ۰/۴۷ بوده است. در پژوهش‌های بررسی شده، بیشترین اندازه اثر مربوط به

بررسی و مطالعه را با هم ترکیب کنند (هومن، ۱۳۸۷: ۲۷). در پژوهش فراتحلیل، پژوهشگر با ثبت ویژگی‌ها و یافته‌های توده‌ای از پژوهش‌ها در قالب مفهوم‌های کمی، آنها را برای استفاده از روش‌های نیرومند آماری آماده می‌کند (دلور، ۱۳۸۴). بدین منظور نتایج حاصل از مطالعات متعدد و مستقل گذشته در زمینه موضوع، بررسی و به کمک نرم افزارهای مناسب آماری یکسان می‌شود و به آماره جدیدی به نام اندازه اثر تبدیل می‌شود. اندازه اثر نشان‌دهنده میزان یا درجه حضور پدیده در جامعه است (عابدی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۲۸). این آماره فراتحلیل را ممکن می‌کند. به عبارت دیگر اندازه اثر، نتایج پژوهش‌های مختلف را در قالب یک مقیاس عددی اثربخش نشان می‌دهد. به نحوی که میان پژوهش‌های مختلف مقایسه‌کردنی باشد (قربانی‌زاده، ۱۳۹۴: ۳۹).

در پژوهش حاضر در مرحله اول، پس از یک مطالعه اولیه در زمینه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی در بانک‌های اطلاعاتی شامل جهاد دانشگاهی^۱، پایگاه مجلات تخصصی نور^۲، پایگاه بانک اطلاعات نشریات کشور^۳ و پایگاه مرکز اسناد و مدارک علمی ایران^۴، ۴۶ مقاله استخراج شد. در مرحله بعد، آن دسته از پژوهش‌های جامعه‌شناسی انتخاب شدند که به صورت کمی و به روش پیمایش تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی را بررسی کرده‌اند. در مرحله سوم پژوهش‌های انتخاب شده با توجه به ویژگی‌هایی نظیر روش آماری، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، حجم نمونه، فرضیه‌ها یا سؤال‌های مشابه، چارچوب نظری، نتایج داده‌های موردنیاز، سطح معناداری پژوهش‌ها و تعریف نظری و عملیاتی متغیرها و آماره‌های استفاده شده (به‌طور کلی اینکه مقاله‌ها اطلاعات لازم برای استخراج عملی اندازه اثر را ارائه کرده باشند)، ارزیابی شدند که در نهایت با توجه به اینکه مقاله‌ها باید از نظر ویژگی‌های ذکر شده برای استفاده در فراتحلیل مشابه باشند، تعداد ۸ مقاله برای عملیات فراتحلیل انتخاب شدند (جدول شماره ۱). ذکر این نکته ضروری است

¹ SID

² Noormags

³ Magiran

⁴ Irandoc

حداقل و حداکثر میزان رابطه میان متغیرهای سرمایه فرهنگی پژوهش‌های شماره ۴ و ۷ و کمترین اندازه اثر مربوط به پژوهش‌های شماره ۳ و ۶ است. این مطلب نشان‌دهنده

حداقل و حداکثر میزان رابطه میان متغیرهای سرمایه فرهنگی پژوهش‌های انجام‌شده در ایران است.

جدول ۳ - نتایج رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی

ردیف	پژوهشگر	اندازه اثر	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		Z-Value	P-Value
			حدپائین	حدبالا		
۱	تاجبخش و احمدی	۰/۳۰	۰/۲۰۰	۰/۳۹۴	۵/۶۹۰	۰/۰۰۱
۲	محمدی و همکاران	۰/۳۷	۰/۲۷۲	۰/۴۶۲	۶/۹۳۶	۰/۰۰۱
۳	نواح و همکاران	۰/۲۰	۰/۱۰۴	۰/۲۹۲	۴/۰۳۹	۰/۰۰۱
۴	ابراهیمی و بهنویی	۰/۴۷۰	۰/۴۶۸	۰/۵۴۵	۹/۹۰۴	۰/۰۰۱
۵	اسماعیلی و همکاران	۰/۰۹۶	-۰/۰۰۹	۰/۱۹۹	۱/۷۹۴	۰/۰۷۳
۶	زارع و فلاح	۰/۱۷۰	۰/۰۷۳	۰/۲۶۴	۳/۴۱۲	۰/۰۰۱
۷	ایمان و مرحمتی	۰/۳۹۰	۰/۳۰۹	۰/۴۶۶	۸/۷۱۶	۰/۰۰۱
۸	قاسمی و همکاران	۰/۲۷۱	۰/۲۰۳	۰/۳۳۶	۷/۶۰۷	۰/۰۰۱
	اثرات ترکیبی ثابت	۰/۲۸۷	۰/۲۵۶	۰/۳۱۸	۱۷/۱۴۱	۰/۰۰۱
	اثرات ترکیبی تصادفی	۰/۲۸۸	۰/۲۰۲	۰/۳۶۹	۶/۳۸۲	۰/۰۰۱

را به صورت درصد نشان می‌دهد. هرچه مقدار این ضریب به ۱۰۰ درصد نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده ناهمگنی بیشتر اندازه آثار پژوهش‌هاست. در مطالعات مربوط به سرمایه فرهنگی و سبک زندگی، نتایج حاصل از ضریب مجذور I بیانگر این مطلب است که حدود ۸۶ درصد از تغییرات کل مطالعات به ناهمگنی آنها مربوط است و باید از الگوی آثار تصادفی برای ترکیب نتایج استفاده کرد. در واقع، این آزمون به ما می‌گوید رابطه میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی از نظر ویژگی‌های مطالعات متفاوت است و در این وضعیت باید از متغیر تعدیل‌گر برای مشخص کردن واریانس و محل این تفاوت‌ها استفاده کرد. در الگوی اثرات ثابت فرض می‌شود اندازه اثر واقعی وجود دارد که زیربنای همه تحلیل‌هاست و تفاوت‌های اندازه اثر پژوهش‌های اولیه به دلیل خطای نمونه‌گیری است. در مقابل، در الگوی اثرات تصادفی، فرض می‌شود اندازه اثر واقعی از پژوهشی به پژوهش دیگر در حال تغییر است که یکی از علت‌های آن ممکن است وجود متغیرهای مداخله‌گر در روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل باشد (Borenstein et al., 2009).

بررسی مفروضه همگنی مطالعات انجام‌شده

یک بخش مهم از هر فراتحلیل، آزمون همگنی مطالعات است که برای بررسی این مفروضه از آزمون Q استفاده شده است. نتایج حاصل از بررسی آن در جدول ۴ نمایش داده شده است.

جدول ۴ - نتایج حاصل از آزمون Q

مقدار آزمون (Q)	درجه آزادی (Df)	سطح معنی‌داری (P-Value)	I-Squared
۱۷۶۳	۷	۰,۰۰۱	۸۵/۹۳۳
۴۹			

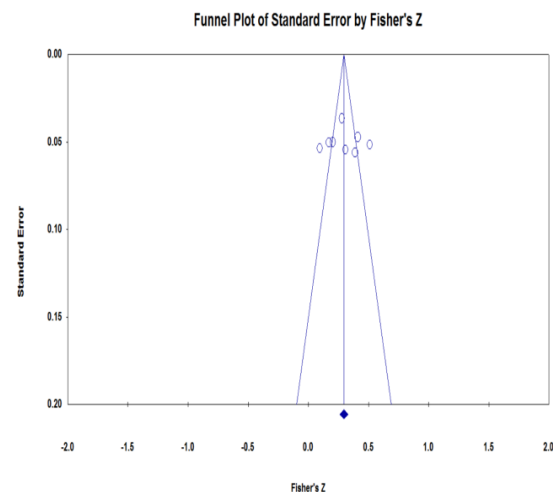
با توجه به نتایج حاصل از آزمون Q به نظر می‌رسد درباره مطالعات مربوط به هر دو فرضیه بررسی‌شده ($P < 0/05$) با اطمینان ۹۵٪، فرض صفر مبنی بر ناهمگن بودن مطالعات پذیرفته می‌شود و فرض همگونی میان پژوهش‌ها رد می‌شود. به بیان دیگر، معنادار بودن شاخص Q نشان‌دهنده وجود ناهمگنی در اندازه اثر پژوهش‌هاست. ضریب مجذور I مقداری از صفر تا ۱۰۰ درصد دارد و در واقع مقدار ناهمگنی

سوگیری انتشار

بخش دیگر فرایند فرا تحلیل، بررسی سوگیری انتشار است که ناشی از انتشار شدن یا نشدن پژوهش‌های چاپ‌شده و انواع خطاهاست. به بیانی دیگر یکی از مشکلاتی که موجب مخدوش شدن اعتبار نتایج فرا تحلیل می‌شود، دسترسی نداشتن پژوهشگر به تمام مطالعاتی است که در فاصله زمانی خاص در موضوع بررسی شده انجام شده‌اند. برای بررسی این مفروضه از روش نمودار کیفی^۱، رگرسیون خطی اگر^۲ و N ایمن از خط^۳ استفاده شده است که نتایج بررسی این مفروضه به کمک روش‌های مختلف در قسمت زیر ارائه شده است.

الف) نمودار کیفی

در نمودار کیفی محور افقی نشان دهنده مقادیر اندازه اثر و محور عمودی خطای معیار آنهاست. مطالعاتی که خطای استاندارد پایین دارند و بالای کیف جمع می‌شوند، سوگیری انتشار ندارند و هرچه به سمت پایین کشیده شوند، خطای استاندارد بیشتر و در نتیجه سوگیری انتشار بیشتری دارند.



نمودار ۱ - نمودار کیفی تورش پژوهش‌های اولیه

با توجه به این نمودار، پژوهش‌های مطالعه‌شده تقریباً تقارن نسبی دارند و در بالای نمودار متمرکز شده‌اند؛ بنابراین

سوگیری انتشار ندارند.

ب) رگرسیون خطی اگر

در نبود سوگیری انتشار انتظار می‌رود در پژوهش‌های کوچک اثر استاندارد کوچک و در پژوهش‌های بزرگ، اثر استاندارد بزرگ مشاهده شود. این حالت خط رگرسیونی را ایجاد می‌کند که برشی از خط رگرسیون اصلی است. اگر برش خط رگرسیونی با سطح مورد انتظار تفاوت داشته باشد، علت آن ممکن است سوگیری انتشار باشد. نتایج حاصل از بررسی روش رگرسیون خطی اگر، برای بررسی سوگیری انتشار به شرح جدول ۵ است.

جدول ۵ - نتایج حاصل از بررسی روش رگرسیون خطی اگر

سطح معنی داری (P-)		خطای استاندارد (SE)	برش (B)
یک دامنه	دو دامنه		
۰/۹۴۴	۰/۴۷۲	۰/۰۷۲	۰/۵۳۵

بر اساس نتایج رگرسیون خطی اگر، فرض صفر مبنی بر متقارن بودن و نداشتن سوگیری انتشار تأیید می‌شود. بر اساس نتایج رگرسیون خطی اگر، برش برابر با ۰/۵۳۵ و فاصله اطمینان ۹۵٪ برابر با ۰/۰۷۲ است. از آنجا که مقدار p یک دامنه ۰/۴۷۲ و دو دامنه ۰/۹۴۴ است، فرض صفر مبنی بر متقارن بودن نمودار کیفی و نداشتن سوگیری انتشار تأیید می‌شود.

ج) N ایمن از خط

آزمون N ایمن از خط روزنتال تعداد مطالعات گمشده (با میانگین اثر برابر با صفر) یعنی تعداد مطالعات بیانگر فرضیه صفر را پیشنهاد می‌دهد که باید به تحلیل اضافه شود تا معنادار نبودن آماری اثر کلی به دست آید. نتایج حاصل از این روش به شرح جدول زیر است.

¹ Funnel plot

² Eggers regression intercept

³ classic fail - safe N

تجاوز نکند و تنها در این صورت است که در نتایج نهایی محاسبات و تحلیل‌ها خطا رخ می‌دهد. این نتیجه دقت و درستی بالای اطلاعات و نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش را نشان می‌دهد.

محاسبه اندازه اثر

پس از بررسی مفروضات فراتحلیل این نتیجه به دست آمد که باید از الگوی اثر تصادفی برای ترکیب نتایج به‌منظور گزارش اندازه اثر استفاده کرد؛ بنابراین در جدول ۷ گزارش اندازه اثر مطالعات انجام‌شده در الگوی تصادفی ارائه شده است.

مقدار	شاخص
۱۷/۰۰۵	مقدار Z برای مطالعات مشاهده‌شده
۰/۰۰۰	مقدار P برای مطالعات مشاهده‌شده
۰/۰۵۰	آلفا
۲	باقی‌مانده
۱/۹۵۹	Z برای آلفا
۸	تعداد مطالعات مشاهده‌شده
۵۹۵	تعداد مطالعات گمشده‌ای که مقدار P را به
	آلفا می‌رساند

با نگاهی به جدول ۶ درمی‌یابیم باید ۵۹۵ مطالعه دیگر انجام و بررسی شود تا مقدار P دوسویه ترکیب‌شده از ۰/۰۵

جدول ۷ - نتایج حاصل از اندازه اثر مطالعات

P-Value	Z-Value	حد بالا	حد پایین	اندازه اثر (r)	تعداد مطالعات	پرسش
۰/۰۰۱	۶/۳۸۲	۰/۳۶۹	۰/۲۰۲	۰/۲۸۸	۸	رابطه میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی

برآورد نقطه‌ای به‌دست‌آمده (۰/۳۸۳)، بر مبنای نظام تفسیر اندازه اثر ناشی از فراتحلیل براساس الگوی کوهن (جدول ۸)، اثر در حد نزدیک به متوسط را نشان می‌دهد. پس در مجموع باید گفت سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی در حد متوسط مؤثر است.

داده‌های جدول ۷ نشان می‌دهند میانگین اندازه اثر سرمایه فرهنگی (اثرات ترکیبی تصادفی) بر سبک زندگی در نمونه پژوهش حاضر معادل ۰/۲۸۸ است و این اندازه در محدوده اطمینان است؛ بنابراین باید گفت تأثیر سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی تأیید می‌شود. ذکر این نکته ضروری است که

جدول ۸ - الگوی کوهن، نظام تفسیر اندازه اثر ناشی از فراتحلیل

d	R	اندازه اثر
۰/۲	۰/۱	کم
۰/۵	۰/۳	متوسط
۰/۸	۰/۵	زیاد

الف) بررسی نقش تعدیل‌کنندگی متغیر جنسیت

جدول ۹ - نتایج اندازه‌های اثر ترکیبی به تفکیک جنسیت

جنسیت	اندازه ترکیبی	Z-Value	P-Value
زن	۰/۳۳۷	۴/۸۴۰	۰/۰۰۱
مرد	۰/۲۳۷	۴/۳۵۰	۰/۰۰۱
کل	۰/۲۷۵	۶/۳۹۷	۰/۰۰۱

متغیر تعدیل‌گر

با توجه به نتایج حاصل از ناهمگونی مطالعات، در این قسمت سعی شد برای مشخص کردن این ناهمگنی از متغیر تعدیل‌کننده استفاده شود تا شاید از این طریق واریانس میان مطالعات مشخص شود. در این پژوهش از متغیرهای جنسیت، تاهل و قومیت برای متغیرهای تعدیل‌گر استفاده شده است.

با توجه به اطلاعات جدول ۱۱ از لحاظ قومیت، اندازه اثر با الگوی تصادفی میان افراد عرب ۰/۲۴۹، فارس ۰/۲۸۴، کرد ۰/۳۷۱، مازنی ۰/۲۹۴ و ترک‌ها ۰/۲۷۱ است که همه موارد غیر از مازنی‌ها، در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. همچنین به طور کلی اندازه اثر در همه گروه‌ها ۰/۲۸۸ است. با توجه به بررسی‌های انجام شده و تنوعی که در اندازه اثر ترکیبی میان قومیت‌های مختلف وجود دارد، به نظر می‌رسد نقش فرهنگ و قومیت تأثیر بسزایی در این رابطه دارد. به طوری که تنوع قبیله‌ای و فرهنگی سبب پدید آمدن نوع خاصی از سبک زندگی مبتنی بر سرمایه فرهنگی می‌شود. در واقع سبک زندگی میان کردها و فارس‌ها بیشتر از بقیه اقوام از سرمایه فرهنگی آنها تأثیر می‌گیرد.

نتیجه

چرخشی که در سال‌های اخیر از گفتمان مارکسی مبتنی بر ثروت - که شاخص طبقه اجتماعی افراد است - به سبک زندگی مبتنی بر رشد فرهنگ مصرفی صورت گرفته است، سبب شده است نقش سرمایه فرهنگی در سبک زندگی و ادراک آن در اذهان اعضای جامعه، اهمیت فزون تری یابد و دانش پژوهان در طرح‌های پژوهشی متعدد به جایگاه رفیع سرمایه در آن توجه کنند. نتایج مشابه و گاهی متناقض، همبستگی‌های ضعیف و قوی و یافته‌های معقول و نامعقول حاصل از این مطالعات، زمینه ساز تدوین فراتحلیل‌هایی مانند اثر حاضر شده است که با رویکردی جدید به فراتحلیل (نه مرور نظام‌مند مطالعات پیشین)، درکی جامع‌تر و یکپارچه‌تر از نتایج را ارائه می‌دهد.

برای این منظور، با استفاده از روش فراتحلیل، در گام نخست برای بررسی سوگیری انتشار از رگرسیون خطی *I*گر و *N* ایمن از خطا استفاده شد. نتایج حاصل از آن نشان‌دهنده متقارن بودن و نداشتن سوگیری انتشار پژوهش‌ها و مطالعات استفاده شده در این پژوهش است. همچنین، برای بررسی مفروضات همگنی ۸ مقاله مورد نظر، آزمون *Q* با اطمینان ۹۹

جدول ۹ اندازه‌های اثر ترکیبی الگوی تصادفی مربوط به رابطه میان سرمایه فرهنگی با سبک زندگی را به تفکیک جنسیت ارائه می‌دهد. از لحاظ جنسیت، نتایج نشان می‌دهند میان زنان، اندازه اثر در الگو ۰/۳۳۷ است و در گروه مردان، اندازه اثر با الگوی تصادفی، ۰/۲۳۷ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. همچنین به طور کلی اندازه اثر در هر دو گروه مردان و زنان ۰/۲۷۵ است. به عبارتی، سرمایه فرهنگی میان زنان تأثیر بیشتری بر سبک زندگی آنها نسبت به مردان دارد. در واقع سبک زندگی زنان بیشتر از مردان، از سرمایه فرهنگی تأثیر می‌گیرد.

ب) بررسی نقش تعدیل‌کنندگی متغیر تاهل

جدول ۱۰ - نتایج اندازه‌های اثر ترکیبی به تفکیک وضعیت تاهل

تاهل	اندازه ترکیبی	Z-Value	P-Value	سرمایه فرهنگی
مجرد	۰/۳۴۴	۵/۴۲۶	۰/۰۰۱	
متاهل	۰/۲۳۰	۴/۰۳۹	۰/۰۰۱	
کل	۰/۲۸۱	۶/۶۱۴	۰/۰۰۱	

با توجه به اطلاعات ارائه شده در جدول ۱۰ از لحاظ وضعیت تاهل، میان افراد مجرد، اندازه اثر در الگو، ۰/۳۴۴ است و در گروه افراد متاهل اندازه اثر با الگوی تصادفی ۰/۲۳۰ است که در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است. همچنین به طور کلی اندازه اثر در هر دو گروه ۰/۲۸۱ است؛ بنابراین سبک زندگی در افراد مجرد بیشتر از افراد متاهل، از سرمایه فرهنگی تأثیر می‌گیرد.

ب) بررسی نقش تعدیل‌کنندگی متغیر قومیت

جدول ۱۱ - نتایج اندازه‌های اثر ترکیبی به تفکیک قومیت

قومیت	اندازه ترکیبی	Z-Value	P-Value	سرمایه فرهنگی
عرب	۰/۲۴۹	۴/۷۶۲	۰/۰۰۱	
فارس	۰/۲۸۴	۲/۴۳۵	۰/۰۰۱	
کرد	۰/۳۷۱	۶/۹۳۶	۰/۰۰۱	
مازنی	۰/۲۹۴	۱/۴۶۷	۰/۱۴۲	
ترک	۰/۲۷۱	۷/۶۰۷	۰/۰۰۱	
کل	۰/۲۸۸	۱۱/۵۳۷	۰/۰۰۱	

درصد، فرضیه همگنی مطالعات انجام شده را رد کرد و فرض ناهمگونی اندازه اثر پژوهش‌ها را تأیید کرد که در نتیجه آن جهت ادامه بررسی باید از اندازه اثرات تصادفی استفاده کرد. نتایج حاصل از به‌کارگیری روش فراتحلیل با بهره‌گیری از روش ترکیب اندازه اثر در پژوهش حاضر، نشان‌دهنده این است که براساس اندازه اثر ترکیبی کلی در الگوی اثرات تصادفی، رابطه معناداری میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی (۰/۲۸۸) وجود دارد. به عبارتی، میانگین اندازه اثر یا تأثیر سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی، معادل ۰/۲۸۸ است که بر مبنای نظام تفسیری کوهن، اندازه‌ای در حد متوسط است؛ بنابراین متغیر سرمایه فرهنگی عاملی مؤثر در سبک زندگی افراد ارزیابی می‌شود. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های جامعه‌شناسی در این حوزه از قبیل قاسمی و همکاران (۱۳۸۷)، ابراهیمی و بهنویی (۱۳۸۹)، زارع و فلاح (۱۳۹۱)، محمدی و همکاران (۱۳۹۱)، ایمان و مرحمتی (۱۳۹۳)، اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۴)، نواح و همکاران (۱۳۹۵) و تاجبخش و احمدی (۱۳۹۳) مطابقت دارد.

برای مردمی که در دوره معاصر زندگی می‌کنند، وظیفه تصمیم‌گیری درباره اینکه می‌خواهند با زندگی خودشان چه کنند در مقایسه با دوره‌های قبل اهمیت بیشتری دارد و به بخش مهمی از وجود روزمره آنها تبدیل شده است. این موضوع بیش از همه به این واقعیت بازمی‌گردد که امروزه مردم بیشتر از قبل خود را در برابر آنچه می‌خواهند با زندگی‌شان بکنند، مسئول می‌دانند. توانایی انتخاب آزادانه سبک زندگی و توانایی تغییر آن تجربه‌ای رهایی‌بخش است. با وجود این ممکن است تجربه‌ای تلخ نیز باشد. احساس امنیتی که نسل‌های قبل داشته‌اند، از بین رفته است و هیچ‌کس قادر به تحقق رؤیاهایش نیست؛ بنابراین، به تعبیر الیش بک شاهد فرایند فردی شدن هستیم؛ یعنی اهمیت عوامل ساختاربخش سنتی مانند طبقه، جنسیت، قومیت و زبان روزبه‌روز کم می‌شود و مردم به‌طور فزاینده‌ای بر مبنای علاقه‌ها و منافع فردی دست به انتخاب می‌زنند. از این رو، در

این فضای اجتماعی پویا، کنشگر راهبردهای متنوعی را برای ساخت سبک زندگی خود در پیش می‌گیرد. بر مبنای الگوی مفهومی بوردیو، سبک زندگی در جوامع معاصر مبتنی بر سرمایه اقتصادی و فرهنگی است. هر قدر سرمایه فرد بیشتر باشد، در فضای اجتماعی سبک زندگی بالاتری خواهد داشت؛ بنابراین بیشتر مردم تمایل دارند یکی از این دو نوع سرمایه را انتخاب کنند. سرمایه فرهنگی از عوامل اصلی شکل‌دهی به سبک زندگی است. دارندگان سرمایه فرهنگی با مصرف فرهنگ و هنر متعالی خود را متمایز می‌کنند. به طوری که کاهش یا افزایش آن، نقشی اساسی در تغییر و تمایزپذیری سبک‌های زندگی آنها دارد. افراد و گروه‌ها به‌طور نایکسان به اشکال متفاوت سرمایه فرهنگی دسترسی دارند و همین امر در متمایز شدن سبک زندگی آنها مؤثر است؛ از این رو، هر سبک زندگی به فراخور نوع و میزان خاصی از سرمایه فرهنگی شکل می‌گیرد.

همچنین، در این مطالعه به سبب ناهمگن بودن نتایج پژوهش‌های اولیه، اثر متغیرهای تعدیل‌گر نیز بررسی شد که با توجه به ویژگی‌های مشترکی که مطالعات بررسی شده باید داشته باشند، متغیرهای جنسیت، تأهل و قومیت به‌عنوان متغیرهای تعدیل‌گر انتخاب شدند. براساس نتایج به دست آمده، اندازه اثر ترکیبی زنان ۰/۳۳۷ است که نشان می‌دهد ارتباط میان دو متغیر سرمایه فرهنگی و سبک زندگی در زنان قوی‌تر از مردان است. این اندازه اثر در مردان ۰/۲۳۷ است. به عبارتی، سرمایه فرهنگی در زنان بیشتر از مردان بر سبک زندگی آنها تأثیرگذار است. به نظر می‌رسد اهمیت بیشتر سرمایه فرهنگی بر اساس جنسیت ناشی از اولویت‌های زنان و مردان در زندگی است که فرد را در جهت جستجوی نیازهایی هدایت می‌کند که طی فرایند اجتماعی شدن کسب کرده است. همچنین، اندازه اثر ترکیبی در افراد مجرد (۰/۳۴۴)، نشان‌دهنده توجه بیشتر افراد مجرد نسبت به افراد متأهل به نقش سرمایه فرهنگی به‌عنوان راهبرد برساننده سبک زندگی است. اندازه اثر ترکیبی افراد متأهل برابر با ۰/۲۳۰ است. به

منابع

- نظر می‌رسد دلیل توجه کمتر افراد متأهل به سرمایه فرهنگی، اهمیت سرمایه اقتصادی در زندگی این افراد باشد. توجه به سرمایه اقتصادی تا اندازه زیادی میل به سرمایه فرهنگی برای سامان‌دهی به سبک زندگی را کاهش می‌دهد. در واقع، تجربه‌های دوره زندگی و منطق عمل زندگی روزمره بر این تمایل تأثیر گذارند؛ از این رو، افراد متأهل به ارزش‌های مادی و ابزاری جهت سامان‌دهی به سبک زندگی‌شان تمایل بیشتری دارند. همچنین، اندازه اثر بالاتر قوم کرد (۰/۳۷۱) نسبت به سایر اقوام (مازنی ۰/۲۹، فارس ۰/۲۸، ترک ۰/۲۷ و عرب ۰/۲۴) نشان‌دهنده تأثیر قومیت در ارتباط سرمایه فرهنگی و سبک زندگی است. به عبارتی، با توجه به بررسی‌های انجام‌شده و تنوعی که در اندازه اثر ترکیبی میان قومیت‌های مختلف وجود دارد، به نظر می‌رسد نقش فرهنگ و قومیت تأثیر بسزایی در این رابطه دارد. به طوری که تنوع قبیله‌ای و فرهنگی سبب پدید آمدن نوع خاصی از سبک زندگی مبتنی بر سرمایه فرهنگی می‌شود. در واقع لایه‌های متعدد قومیتی با تکیه بر سرمایه فرهنگی به‌عنوان نوعی شگرد هویت‌سازی و معنابخشی، می‌کوشند سبک زندگی متمایزی را خلق کنند. میدان‌ها و فضاها فرهنگی که قومیت خلق می‌کند، فرد را بیشتر برای تغییرات نگرشی و تمایل به سرمایه فرهنگی در سبک زندگی آماده می‌کند.
- به طور کلی، با توجه به نتایج فراتحلیل و اینکه پژوهش‌های انجام‌شده کمتر تأثیرات متغیرهای تعدیل‌کننده و میانجی را شناسایی و بررسی کرده‌اند، پیشنهاد می‌شود به این عوامل توجه بیشتری شود که این کار، علاوه بر بدیع‌بودن، پیامدهای علمی و کاربردی زیادی در این حوزه خواهد داشت. همچنین، با توجه به ماهیت موضوع پژوهش، به بررسی رابطه میان سرمایه فرهنگی و سبک زندگی با روشی غیر از روش‌های کمی و آماری برای پی‌بردن به نقش سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی و کشف حلقه گمشده اصلی میان این دو متغیر، نیاز است.
- ابراهیمی، ق. و بهنویی، ع. (۱۳۸۹). «سبک زندگی جوانان»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، س ۶، ش ۱۸، ص ۱۶۰-۱۳۵.
- استریناتی، د. (۱۳۸۴). نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه: ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- استونز، ر. (۱۳۸۱). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه: مهرداد میردامادی، تهران: مرکز.
- اسماعیلی، الف؛ کلدی، ع. و وثوقی، م. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر جامعه‌شناختی متغیرهای یارانه و سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی معلمان سرپرست خانوار شهرستان آمل»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، س ۷، ش ۴، ص ۱۳۶-۱۲۱.
- ایمان، م. و مرحمتی، ن. (۱۳۹۳). «تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز»، جامعه‌شناسی کاربردی، س ۲۵، ش (۳) ۵۵، ص ۲۰-۱.
- برگر، پ؛ بریجیت، ب. و هانسفرید، ک. (۱۳۹۳). ذهن بی‌خانمان: نوسازی و آگاهی، ترجمه: محمد ساوجی، تهران: نشر نی.
- تاجبخش، غ. و احمدی، م. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی با سبک زندگی مطلوب»، اولین همایش علمی - پژوهشی علوم تربیتی و روان‌شناسی آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی، ص ۱۹-۱.
- جنکینز، ر. (۱۳۸۵). پی‌یر بوردیو، ترجمه: لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- جی دان، ر. (۱۳۸۵). نقد اجتماعی پست مدرنیته: بحران‌های هویت، ترجمه: صالح نجفی، تهران: پردیس دانش.
- چاوشیان، ح. (۱۳۸۱). سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب‌های ذوقی به‌عنوان تمایز و تشابه

- کوزر، ل. (۱۳۸۰). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- گنجی، م.؛ حسین‌بر، م. و کریمیان، م. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی در بین مردان شهر زاهدان»، *فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی*، س ۱، ش ۲، ص ۱۷۶-۱۲۹.
- گیبینز، ج. و ریمبر، ب. (۱۳۸۱). *سیاست پست مدرنیته*، ترجمه: منصور انصاری، تهران: گام نو.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۸). *پیامدهای مدنیت*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
- گیدنز، آ. (۱۳۸۳). *تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- مجدی، ع.؛ صدرنبوی، ر.؛ بهروان، ح. و هوشمند، م. (۱۳۸۹). «سبک زندگی جوانان ساکن شهر مشهد و رابطه آن با سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین»، *مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، د ۷، ش ۲، ص ۱۶۱-۱۳۱.
- محمدی، ج.؛ ودادهیر، الف. و محمدی، ف. (۱۳۹۱). «مناسبات سرمایه فرهنگی و سبک زندگی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، د ۱۳، ش ۴، ص ۲۳-۱.
- ممتاز، ف. (۱۳۸۳). «معرفی طبقه از دیدگاه بوردیو»، *پژوهش‌نامه علوم انسانی*، ش ۴۱ و ۴۲، ص ۱۶۰-۱۴۹.
- نواح، ع.؛ فاضلی، ع.؛ رجایی، م. و مقتدایی، ف. (۱۳۹۵). «سبک زندگی و مصرف فرهنگی»، *فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)*، د ۱۰، ش ۳، ص ۲۸-۷.
- نیازی، م. و شعاع، ص. (۱۳۹۵). «فراتحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن»، *مجله تحقیقات فرهنگی ایران*، د ۹، ش ۱، ص ۸۱-۶۱.
- هومن، ح. (۱۳۸۷). *راهنمای عملی فراتحلیل در پژوهش اجتماعی در مدرنیته اخیر*، پایان‌نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- حمیدی، ن. و فرجی، م. (۱۳۸۷). «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، س ۱، ش ۱، ص ۹۲-۶۵.
- دلاور، ع. (۱۳۸۴). *مبانی نظری و عملی - پژوهش در علوم اجتماعی و علوم انسانی*، تهران: رشد.
- ریتزر، ج. (۱۳۹۳). *نظریه جامعه‌شناسی*، ترجمه: هوشنگ ناییب، تهران: نشر نی.
- زارع، ب. و فلاح، م. (۱۳۹۱). «بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، د ۵، ش ۴، ص ۱۰۵-۷۵.
- شویره، ک. و فونتین، الف. (۱۳۸۵). *واژگان بوردیو*، ترجمه: مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.
- عابدی، الف.؛ عریضی، ح. و محمدزاده، ف. (۱۳۸۵). «درآمدی بر روش پژوهش فراتحلیل در تحقیقات آموزشی»، *فصلنامه حوزه و دانشگاه*، س ۱۲، ش ۴، ص ۱۴۰-۱۲۱.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، قم: صبح صادق.
- فدرستون، م. (۱۳۸۰). «زیباشناختی کردن زندگی روزمره»، ترجمه: مهسا کرم‌پور، *فصلنامه ارغنون*، ش ۱۹ (فرهنگ و زندگی روزمره ۱)، ص ۲۲۸-۱۸۷.
- فرزانه، ح. (۱۳۸۴). *زنان و فرهنگ بدن: عوامل مؤثر بر گرایش به جراحی‌های زیبایی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- قاسمی، و.؛ ربانی، ر.؛ ربانی خوراسگانی، ع. و علیزاده‌ا قدم، م. (۱۳۸۷). «تعیین‌کننده‌های ساختاری و سرمایه‌ای سبک زندگی سلامت‌محور»، *مجله مسائل اجتماعی ایران*، س ۱۶، ش ۶۳، ص ۲۱۳-۱۸۱.
- قربانی‌زاده، و. (۱۳۹۴). *روش تحقیق فراتحلیل با نرم‌افزار CMA2*، تهران: بازتاب.

Perntice Hall College.

- Douglas, M. & Isherwood, B. (1996) *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, London: Routledge.
- Scheys, M. (1987) "The Power of Lifestyle." *Society and Leisure*, 10(2): 249-266.
- Sobel, M. (1981) *Lifestyle and Social Structure: Concept, Definitions and Analyses*, New York: Academic Press.
- Weininger, E. & Lareau, A. (2007) *Cultural Capital and Education*, in the *Encyclopedia of Sociology*, George ritzer (ED), Oxford: Blackwell.

علمی، تهران: سمت.

- Borenstein, M. Hedges, L. V. Higgins, J. P. T. & Rothstein, H. R. (2009) *Introduction to Meta-Analysis*, Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Chaney, D. (2002) *Lifestyles Taylor and Francis Routledge*, London: Routledge.
- Cockerham, W. C. Rutten, A. & Abel, T. (1997) "Conceptualizing Contemporary Health Lifestyles: Moving Beyond Weber." *Journal the Sociological Quarterly*, 38(2): 321-342.
- Cockerham, W. C. (2000) *The Sociology of Health Behavior and Health Lifestyles*, London:

