

فضای اجتماعی زندگی و طبقه اجتماعی

بازنمایی فعالیت‌های فراغتی زنان در شیراز

علی اصغر مقدس^۱، مریم سروش^۲

تاریخ دریافت: ۹۰/۲/۴ تاریخ پذیرش: ۹۰/۵/۲۹

چکیده

این مقاله به ترسیم فضای زندگی زنان بر اساس نظریه بورديو پرداخته تا به این سوال پاسخ دهد که آیا هنوز هم باید به تعاریف سنتی طبقه زنان وفادار ماند؟. داده‌ها از جمعیت زنان بالای ۲۵ سال شیراز جمع‌آوری شدند. سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان در خانواده اندازه‌گیری شده و برای ایجاد تمایز میان گروه‌های مختلف زنان، فعالیت‌های فراغتی نیز در نظر گرفته شد. این اطلاعات با استفاده از تحلیل توافقی چندگانه مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که میدان اجتماعی زندگی زنان مجرد و متأهل شیراز، سرمایه‌های در دسترس و سبک زندگی فراغتی آنها هنوز به شدت در راستای خطوط طبقاتی توزیع شده است و پایگاه اقتصادی اجتماعی آنها تا حد زیادی متأثر از پایگاه اقتصادی اجتماعی خانواده مبدأ آنها است. افزایش سرمایه‌های در دسترس زنان بیشتر به علت تغییرات قواعد و منابع ساختاری بوده و تفاوتی در شاخص طبقاتی زنان ایجاد نشده است.

واژگان کلیدی: زنان، فضای اجتماعی، طبقه، پایگاه، بورديو

^۱ - دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، alimogadas@yahoo.com

^۲ - عضو هیات علمی جهاد دانشگاهی فارس و دانشجوی دکتری، soroush@acecr.ac.ir

مقدمه و بیان مساله

سابقه مطالعات زنان بعنوان یک رشته دانشگاهی به دهه ۶۰ میلادی باز می‌گردد. پایه و اساس این رشته مبتنی بر پژوهش است. نظریه‌پردازان مطالعات زنان با طرح این مسأله که در پژوهش‌ها و مطالعات انجام شده، نقش جنسیت در ساختار اجتماعی دانش نادیده گرفته شده، تحقیقات و تجربیات خویش را بر جنسیت متمرکز کرده‌اند.

باوجود اینکه زنان موضوع بسیاری از تحقیقات انجام شده هستند و ابعاد مختلف زندگی و هویت آنها در ارتباط با خانواده یا کلیت فضای اجتماعی، در دو حوزه عمومی و خصوصی مورد بررسی قرار گرفته، اما در بدنه اصلی علم جامعه‌شناسی، در حوزه نظریه و روش کمتر نظریه‌پرداز مطرحی وجود دارد که به جنسیت بعنوان یکی از عوامل مهم ساختاردهنده فضای اجتماعی یا مدل برساخته‌های اجتماعی و فرهنگی متمایز، توجه کرده باشد (ادکینز^۱، ۲۰۰۴). گرچه از ابتدای قرن حاضر، نظریه و روش فمینیستی (با تأکید بر جنسیت) خود را به جریان اصلی نظریه جامعه‌شناسی تحمیل کرده و در کتاب‌های منتشر شده، بخشی هم به نظریه‌های جنسیتی اختصاص یافته (ترنر، ۲۰۰۳، ریتزر، ۱۳۸۱ را ببینید) اما هنوز در بدنه اصلی جامعه‌شناسی ترکیب نشده و معمولاً کار متفکران این حوزه، در نظریه‌پردازی بکار گرفته نمی‌شود بلکه ممکن است در نهایت با کار اصلی تطبیق داده شود.^۲

در ایران وجود گروه‌های تحقیقاتی، مراکز و مجلات علمی و تخصصی برای مطالعات زنان، نشان می‌دهد که این امر از اهمیت زیادی (حداقل در حوزه علوم اجتماعی) برخوردار است. نگاهی به عناوین مجلات علمی پژوهشی و مراکز تحقیقاتی و پژوهشی که در کشور به تحقیق در مورد زنان می‌پردازند، نشان می‌دهد که زنان و مسائل مربوط به خانواده، اشتغال، تحصیلات و بخصوص نقش زنان در توسعه، بسته به حساسیت‌های موجود در جامعه، مورد توجه محققین قرار گرفته است. یکی از مهمترین و کلیدی‌ترین متغیرهای جامعه‌شناختی که تقریباً در همه تحقیقات اجتماعی از آن استفاده می‌شود، طبقه اجتماعی^۳ یا پایگاه اقتصادی اجتماعی^۴ است. موضوعی که در این حوزه کمتر مورد توجه قرار گرفته، تعریف جایگاه زنان در ساختار اجتماعی است. تحقیقات موجود درباره هویت و سبک زندگی، بیشتر در حوزه جوانان انجام شده و در اکثر موارد، تفاوت‌های جنسیتی یکی از اهداف ثانویه بوده است. در تحقیقاتی که در مورد دختران جوان انجام شده، پایگاه اقتصادی اجتماعی زنان با مرجع خانواده

^۱ - Adkins

^۲ - نگاه کنید به جامعه‌شناسان کلاسیک مانند دورکیم، وبر، مارکس، زیمل و ستهای نظری معاصر مانند نظریات ساختاری و مابعدساختارگرایی، جامعه‌شناسی تفسیری و فرهنگی، نظریات مدرنیته و حتی نظریات پست‌مدرن و ... در همه این موارد نظریه‌پردازان فمینیست از جریان اصلی جامعه‌شناسی استفاده کرده و آنها را جرح و تعدیل کرده‌اند.

^۳ - Social Class

^۴ - Socio-economic Status

اندازه‌گیری شده است و در مواردی که تحصیلات یا شغل زنان در نظر گرفته شده، پایگاه یا طبقه اقتصادی-اجتماعی در نظر نبوده است. (برای مثال میرزایی و یاراحمدی، ۱۳۸۹؛ نبوی و دیگران، ۱۳۸۷؛ قاسمی و دیگران، ۱۳۸۹ و علمی، ۱۳۸۸ را ببینید.) این مقاله در نظر دارد رهیافت‌های موجود در اندازه‌گیری طبقه/پایگاه اجتماعی را مورد بررسی قرار داده و ارتباط آنها را با وضعیت زنان در ایران بررسی کند.

روش‌های اندازه‌گیری طبقه اجتماعی

دو رهیافت اساسی در اشاره به نابرابریهای اجتماعی وجود دارد. اول رهیافت قشربندی اجتماعی^۱ است که مسئله اصلی آن حول موضوع تحرک اجتماعی و بدست آوردن پایگاه دور می‌زند. دوم رهیافت ارتباطی^۲ که نابرابریهای موجود را نتیجه روابط بین موقعیت‌های جدا از هم اجتماعی می‌داند (مونتانر^۳ و دیگران، ۲۰۱۰).

این دو رهیافت تفاوتی اساسی با هم دارند. در بحث تحرک اجتماعی، طبقه اجتماعی را با موقعیت اجتماعی فرد در سلسله مراتب پایگاهی برابر می‌داند (وینسترا^۴، ۲۰۰۷) و دارای سه شاخص اصلی است: درآمد و ثروت مادی، دستاوردهای تحصیلی و/یا منزلت شغلی. (وینسترا، ۲۰۰۷؛ مونتانر و دیگران، ۲۰۱۰؛ لاول^۵، ۲۰۰۴). در رهیافت دوم، طبقه اجتماعی شامل افرادی است که دسترسی مشابهی به ابزار تولید دارند. در نظریه‌های نومارکسی، نابرابری اقتصادی-اجتماعی، نتایج تجربی تعامل پیچیده و روابط اجتماعی بین گروه‌هایی است که بوسیله کنترلشان بر وسایل تولید از طریق ارتباطات کاری، شکل گرفته‌اند (رایت^۶، ۲۰۰۰). شاخص‌های نومارکسی و نووبری موقعیت اقتصادی-اجتماعی، با استفاده استفاده از دو سازوکار مهم طبقه اجتماعی و دوم اعتبارگرایی^۷ توضیح داده شده‌اند (مونتانر و دیگران، ۲۰۱۰).

روش‌های معمول و مرسوم اندازه‌گیری طبقه/پایگاه اجتماعی معمولاً در کارهای تجربی در سطح خانواده اندازه‌گیری می‌شود و پایگاه اقتصادی-اجتماعی یا طبقه بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده از سرپرست خانواده (معمولاً مرد) محاسبه می‌شود. به این ترتیب پایگاه/طبقه زنان همان چیزی تلقی می‌شود که مربوط به خانواده یا مردی است که با او زندگی می‌کنند (شوهر/پدر). نظریه‌پردازان جدید در

1 - Social Stratification

2 - Relational

3 - Muntaner *et al.*

4 - Veenstra

5 - Lovell

6 - Wright

7 - Credentialism

چارچوب تحلیل‌های خود در این حوزه به فرهنگ و مصرف (به جای اقتصاد و تولید)، نقش محوری می‌دهند. آنها طبقه‌اجتماعی را از یک شکل‌بندی خاص فرهنگی جدا کرده و فرهنگ را که بیشتر از طریق مصرف واسطه‌گری می‌شود، در شکل‌گیری هویت‌ها موثر دانستند.

بک^۱ تا آنجا پیش رفته که نه تنها از «سرمایه‌داری بدون طبقه»^۲ صحبت می‌کند، بلکه مقوله‌هایی مانند طبقه، خانواده و محله را «مقوله‌های مرده» می‌داند. این مباحث برای نظریه‌پردازان حوزه زنان بسیار جالب بود زیرا اولاً اهمیت دادن به پایگاه فردی به جای هویت طبقاتی، زنان را بصورت فردی به رسمیت می‌شناخت و عاملیت آنها را در نظر می‌گرفت، دوم اینکه تأکید بر مصرف در ایجاد هویت‌های جدید، بروشنی زنان را به کانون توجه می‌کشاند زیرا زنان بصورت سنتی برخی از حوزه‌های مصرف را کنترل می‌کنند و بالاخره بسیاری از فمینیست‌ها، خانواده و روابط درون آن را منبع اصلی سرکوب زنان می‌دانستند، بنابراین اشاره به خانواده بعنوان مقوله مرده‌ای که از زندگی تهی است و نوید ارتقای موقعیت زنان در بازار کار، بسیار مسحورکننده بود (لاول، ۲۰۰۴: ۳۸).

بورديو^۳ (۱۹۹۰) معیار جدیدی برای تعریف طبقه اجتماعی مطرح کرد. تعریف وی از طبقه، ترکیبی ترکیبی است از مفهوم مارکسی طبقه و مفهوم وبری پایگاه اجتماعی. این نظریه، دارای پتانسیل‌هایی برای تعریف هویت و پایگاه زنان است که دیگر دیدگاه‌های قشربندی و هویت، فاقد آن هستند. در این مقاله در ابتدا بطور خلاصه این نظریه را مطرح کرده و سپس براساس آن، داده‌های تجربی گردآوری شده ارائه خواهد شد.

بورديو، طبقه اجتماعی و زنان

طبقه اجتماعی در نظریه بورديو با واسطه مفهوم مهمی به نام عادت‌واره^۴ برساخته شده است. عادت‌واره در واقع جایگاه درونی شدن واقعیت و بیرونی شدن امر واقعی است. عادت‌واره «فرم درونی شده شرایط طبقاتی و مشروط کننده آن است. افرادی که دارای عادت‌واره مشترکی هستند، می‌توانند طبقه عینی^۵ را بسازند. طبقه عینی، مجموعه عامل‌هایی^۶ هستند که شرایط وجودی مشابهی دارند، محدودیت‌های مشابهی را پذیرفته و سیستم‌های خلق و خوی^۷ مشابهی ایجاد کرده‌اند که آنها را قادر به انجام اعمال مشابه می‌کند. آنها همچنین دارایی‌های مشترکی در ساختار دارند که شامل دارایی‌های عینی

1 - Beck

2 - Capitalism without class

3 - Bourdeiu

4 - Habitus

5 - Objective class

6 - Agents

7 - Dispositions

یا دارایی‌هایی است که بصورت عادت‌واره تجسم یافته‌اند (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۰۱)».

فضای اجتماعی از نظر بوردیو از مجموعه میدان‌های^۱ اجتماعی ساخته شده که عاملان اجتماعی در آن بر اساس جایگاه‌شان در توزیع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی تقسیم می‌شوند (بوردیو، ۱۳۸۱: ۶۳). به این ترتیب موقعیت کنشگران در میدان، بسته به سرمایه‌های در دسترس آنها است. در واقع بوردیو از الگوی تمایز در میدانهای اجتماعی بر اساس سرمایه، بعنوان طبقه نام می‌برد که فواصلی را تعریف می‌کند که قدرت پیش‌بینی برخوردها، دوستی‌ها و امیال را دارد. اما این امر به این معنا نیست که افراد همجوار در این فضا، به معنای مارکسی، یک طبقه را تشکیل می‌دهند. یعنی گروهی که برای رسیدن به یک هدف مشترک و بخصوص در تضاد با طبقه دیگر به جنبش در می‌آیند (همان: ۴۱-۴۰) این همجواری به این معنا است که افراد نزدیک در میدان، دارای خلق‌و‌خواه، سلاقی و سبک زندگی مشابهی هستند (همان: ۳۳).

تاکید بوردیو بر سبک زندگی در کتاب مهم «تمایز»^۲ قابل مشاهده است. در واقع تمایزهای اجتماعی را می‌توان در مجموعه متنوعی از اعمال اجتماعی مشاهده کرد که بر اساس عادت‌واره‌های طبقات مختلف (که بر اساس میزان سرمایه و نسبت سرمایه‌های مختلف شکل گرفته) در فضای اجتماعی، جا گرفته‌اند. بنابراین سبک‌های مختلف زندگی در حوزه‌هایی مانند غذا، پوشش، تفریحات و فراغت، ورزش و طرفداری سیاسی و غیره را می‌توان در فضای کلی اجتماعی بر اساس تمایزات طبقاتی مشاهده کرد (بوردیو، ۱۹۸۴: ۲۲۴-۱۶۴).

بوردیو مصرف را اصلی‌ترین عنصر دنیای مدرن می‌داند و آن را مستقلا و نه فقط وابسته به عوامل اقتصادی تحلیل می‌کرد. مصرف، خصوصا مصرف فرهنگی، ابزاری برای تولید فرهنگی، مشروعیت‌سازی و مبارزه در فضای اجتماعی است. مصرف چیزی بیش از برآوردن خواسته‌های زیستی است. ارزش‌ها، نشانه‌ها و نمادها فعالانه درگیر تولید و بازتولید ساختارهای اجتماعی هستند (فاضل، ۱۳۸۲: ۴۵).

بوردیو در ترسیم میدان اجتماعی خود، نه تقلیل‌گرای اقتصادی است و نه تقلیل‌گرای فرهنگی. بلکه فضای اجتماعی که او ترسیم کرده از هر دو بعد تشکیل شده و با مقوله‌های شغلی ارتباط نزدیکی دارد. زنان می‌توانند هم از طریق شغل‌شان وارد این فضا شوند و هم از طریق پایگاه سرپرست خانواده‌ای که به آن تعلق دارند. از طرف دیگر بوردیو معتقد است که خصوصیت متمایزکننده طبقه، هر چیزی می‌تواند باشد (اجتماعی، جنسیتی، قومی، نژادی و ...). تنها به شرطی:

«طبقه به وجود می‌آید که فعالینی وجود داشته باشند که قادر باشند خود را بعنوان افرادی

1 - Fields

2 - Distinction

دارای اقتدار سخن گفتن و عمل رسمی به میدان تحمیل کرده و به نام خودشان صحبت کنند و دیگران هم آنها را بعنوان صاحبان قدرت و عمل و نام به رسمیت بشناسند (بوردیو، ۱۹۸۷: ۱۵)

بنابراین زنان می‌توانند یک طبقه را تشکیل دهند اما «نه طبقه‌ای که از قبل وجود داشته باشد یا وجودش بدیهی باشد (در واقع وجود هیچ طبقه‌ای از اول بدیهی نیست) نه حتی "طبقه‌ای در خود" بلکه از وقتی زنان شروع به صحبت و عمل کرده و خود را به فضای اجتماعی تحمیل کنند و دیگر کنشگران هم آنها را به رسمیت بشناسند، آنگاه در ابتدا، مقوله جنسیتی تبدیل به یک "گروه اجتماعی" می‌شود تا وقتی که با گردهم آمدن، تبدیل به یک "گروه عملی"^۱ شود و یک طبقه را تشکیل دهد. این کار آشکارا توسط جنبش زنان صورت می‌گیرد (لاول، ۲۰۰۴: ۴۸).

بوردیو در کتاب «سلطه مردانه» اظهار کرده که جنبش‌های زنان تنها قادر بوده‌اند به صورتی ضعیف، مقدمات تبدیل شدن به گروه اجتماعی را فراهم کنند (بوردیو، ۲۰۰۱). از نظر او، جنسیت هنوز مبنای یک طبقه نیست و زنان نمی‌توانند حامل سرمایه باشند بلکه در ساختار موجود، فقط قادر هستند «یک شیء حامل سرمایه»^۲ برای مردان باشند که ارزش آنها وابسته به گروه مرجع (خانواده) است. زنان وسیله‌ای هستند که مردان بوسیله آنها سرمایه نمادین‌شان را افزایش داده یا به نوع دیگری از سرمایه تبدیل می‌کنند (بوردیو، ۲۰۰۱: ۴۳-۴۲).

بوردیو می‌پذیرد که در شرایط عینی زنان تغییراتی ایجاد شده برای مثال دسترسی بیشتر به تحصیلات، کار و ورود زنان از طریق آن به سپهر عمومی، فاصله‌گیری از کارهای منزل و بازتولید جمعیت (بدلیل استفاده عمومی از وسایل جلوگیری از بارداری و کاهش اندازه خانواده) عقب انداختن ازدواج، افزایش طلاق و نرخ کمتر ازدواج. از دید بوردیو از همه این تغییرات مهم‌تر، افزایش تحصیلات زنان است که بر اثر آن، تسلط مردان بر جامعه دیگر بدیهی نیست. اما از نظر او موقعیت زنان در ساختار کنونی تغییری نخواهد کرد زیرا هنوز هم اصولی عملی بر انتخاب‌های زندگی زنان حاکم است. اول اینکه کارهایی را انتخاب می‌کنند که ادامه کارهای خانگی آنها است. دوم اینکه زنان در بازار کار قدرتی بر مردان ندارند و جایگاه‌های اقتدار در اختیار مردان است و سوم اینکه مردان هنوز هم مالک فن‌آوری‌ها و ابزار تولید هستند (همان: ۹۴-۸۸).

انتقادات زیادی به دیدگاه بوردیو شده است. برای مثال اسکجز^۳ (۲۰۰۴: ۲۹) می‌گوید زنانگی و جنسیت آنطور که بوردیو می‌گوید یک بعد پنهان و بنابراین یک مقوله ثانویه نیست و از طرف دیگر زنان برخلاف دیدگاه بوردیو، معمولاً به سادگی می‌توانند انتقاد کاملی از سلطه مردانه انجام دهند و از

1 - Practical group
2 - Capital bearing objects
3 - Skegges

ضعف‌ها و آسیب‌پذیری ناشی از تضادهای موجود در مردانگی باخبرند. در واقع ابهام در زنانگی است که به زنان اجازه می‌دهد با سلطه مردانه کنار بیایند و بعلاوه زنان هم می‌توانند حامل سرمایه‌ها و سلاقی جداگانه‌ای باشند. والبی تاکید کرده که گرچه زنان یک طبقه را نمی‌سازند اما دارای ابعادی از پایگاه اقتصادی-اجتماعی هستند که میان همه آنها مشترک و متأثر از جنسیت بعنوان اصل مهم سازمان‌دهنده جامعه است. در حالی که زنان خانه‌دار همراه شوهرشان متأثر از ویژگی‌های طبقاتی خانواده‌اند، برخی از زنان بدلیل دارایی‌ها یا مشارکت‌شان در نیروی کار، دارای وضعیت طبقاتی دوگانه‌ای هستند که از سویی تحت تاثیر وضعیت شوهر و از سوی دیگر تحت تاثیر پایگاه شغلی و وضعیت اجتماعی خودشان است که می‌تواند با یکدیگر در تضاد، یا با هم هماهنگ باشد (سیدان، ۱۳۸۳: ۳۷). لاول (۲۰۰۴: ۳۹-۴۰) بر اهمیت طبقه اجتماعی در معنای سنتی آن تاکید می‌کند و تحقیقاتی را ذکر می‌کند که نتایج آن نشان داده که هنوز طبقه اجتماعی اساساً یک مقوله اجتماعی اقتصادی است و نابرابری‌های عمیقی ایجاد کرده و باعث می‌شود موفقیت‌ها و روابط طبقاتی طی نسل‌ها بازتولید شود و بر فرصت‌های زندگی تاثیر بگذارد.

سوال اساسی که در این جا مطرح می‌شود این است که آیا در ایران، آنچه موقعیت زنان را در فضای اجتماعی مشخص می‌کند، شرایط طبقاتی و پایگاه خانواده و ویژگی‌های ساختاری است یا سرمایه‌های در اختیار خودشان؟ و یا هر دو.

شاخص‌های طبقه/پایگاه اجتماعی اقتصادی در ایران

در جستجوهای انجام شده در میان مقالات منتشر شده درباره زنان، تنها دو مقاله بدست آمد که درباره پایگاه اقتصادی-اجتماعی و وضعیت طبقاتی زنان در ایران، کار تجربی انجام داده بودند. یکی از این مقالات (سروش مهر و دیگران، ۱۳۸۹) از شاخص‌های معمول طبقه-اجتماعی (درآمد، مالکیت ملک، وضعیت اشتغال و تحصیلات) برای زنان استفاده کرده و دیگری (سیدان، ۱۳۸۳) پایگاه زنان را به دو صورت پایگاه خانوادگی (پایگاه شغلی، میزان تحصیلات و درآمد شوهر/پدر) و در نظر گرفتن خصوصیات زن در دو بخش میزان دستیابی به منابع در حوزه خصوصی (خانواده) با مشخص کردن ساختار خانواده، قدرت تصمیم‌گیری در خانواده، ویژگی‌های ازدواج و سلامتی و دستیابی به منابع در حوزه عمومی بصورت دسترسی به اشتغال، تحصیلات و مشارکت اجتماعی و سیاسی اندازه گرفته است. در نهایت محقق اینطور نتیجه‌گیری کرده است:

«طبقه‌بندی زنان بر پایه طبقه سرپرست مرد خانواده [در ایران] به تمامی نادرست نیست،

چرا که هنوز بخش عمده‌ای از پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان از ویژگی طبقاتی سرپرست

خانوار، تاثیر می‌گیرد. اما در نظر گرفتن این معیار بی‌نگرش به واقعیت زندگی زنان، به معنای

نادیده ماندن تجارب، دلبستگی‌ها و وضعیت اجتماعی زنان است و باید موقعیت شغلی، تحصیلات و در کل، وضعیت خود زنان نیز در نظر گرفته شود (سیدان، ۱۳۸۳: ۵۶).

هدف مقاله حاضر این است که با استفاده از نظریه پوردیو فضای اجتماعی زندگی زنان را ترسیم کند. با ترسیم این فضا، مشخص خواهد شد که سرمایه‌های در اختیار زنان و خصوصیات مربوط به پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده، کدام سهم بیشتری در ایجاد این فضای اجتماعی دارند. توزیع فعالیت‌های مربوط به فراغت نیز در این فضای اجتماعی مشخص می‌شود تا خصوصیات این فضا را بیشتر بازتابی کند.

روش تحقیق

این تحقیق به روش پیمایشی (با ابزار پرسشنامه) انجام شده و جامعه آماری شامل زنان بالای ۲۵ سال ساکن در شیراز هستند که طبق سرشماری ۱۳۸۵ تعداد ۴۳۱۳۸۳ نفر است. نمونه آماری در این تحقیق طبق جدول لین در سطح ۹۹ درصد اطمینان و مقدار آلفای ۰/۰۵ برای جمعیت‌های بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ هزار نفر تعداد ۶۵۹ نفر تعیین شد. تعداد ۷۰۰ پرسشنامه تهیه و توزیع شد و در نهایت ۶۸۰ پرسشنامه تحلیل شدند. برای آزمون پرسشنامه در ابتدا ۱۰۰ پرسشنامه بصورت مقدماتی تکمیل شده و داده‌های بدست آمده تحلیل شدند و بعد از آن جمع آوری داده‌های اصلی انجام گرفت.

تعریف نظری و عملی متغیرهای تحقیق

متغیرهای جمعیت شناختی: شامل سن، وضعیت تاهل، تعداد فرزندان، وضعیت اشتغال مادر، سن موقع ازدواج.

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی پاسخگو در دو بخش میزان تماس با گروه‌ها (خویشان نزدیک، خویشان دور، دوستان و همسایگان) و میزان اعتماد، در بخش‌های اعتماد تعمیم یافته (اعتماد به مردم، میزان صداقت مردم از نظر پاسخگو) و اعتماد به نهادها (میزان اعتماد به دولت و وزیران، نمایندگان مجلس و قوه قضائیه) سنجیده شده است.

سرمایه فرهنگی: سرمایه فرهنگی پاسخگو در سه بعد عینی، بصورت میزان مالکیت کالاهای فرهنگی (کتاب، مجله، فیلم، موسیقی، تابلو نقاشی، آلات موسیقی و صنایع دستی)، مهارت‌های فرهنگی و سازمانی (توانایی نواختن آلات موسیقی، طراحی کردن، میزان تحصیلات، توانایی استدلال و متقاعد کردن دیگران) و دانش فرهنگی (شناختن آثار هنری و هنرمندان) همچنین میزان تحصیلات پدر و همسر، اندازه‌گیری شده است. مالکیت کالاها و داشتن مهارت‌های فرهنگی با دو گزینه داشتن و نداشتن،

سنجیده شده و برای اندازه‌گیری میزان دانش فرهنگی از پاسخگو خواسته شده بود ۵ اثر هنری از هر نوع و ۵ هنرمند که می‌شناسد را نام ببرد. تعداد آثار و هنرمندان نام برده شده، بصورت یک متغیر عددی در نظر گرفته شد.

سرمایه اقتصادی: با شاخص‌های وضعیت مالکیت ملک توسط پاسخگو، پدر و شوهر، شغل پدر و شوهر و وضعیت اشتغال پاسخگو سنجیده شده است.

فعالیت‌های فراغتی: ۷ فعالیت شامل انجام کارهای هنری زنانه (گلدوزی، خیاطی و...)، انجام کارهای هنری مدرن (طراحی، مجسمه‌سازی،...)، بازدید از موزه، بازدید از نمایشگاه‌های فرهنگی (کتاب، نقاشی، خطاطی و...)، مطالعه کتاب‌های غیردرسی یا غیرکاری، استفاده از اینترنت و بالاخره انجام عبادت‌های مستحبی به پاسخگویان ارائه شده بود که باید انجام دادن یا انجام ندادن این فعالیت‌ها را طی ۶ ماه قبل از آن مشخص می‌کردند.

میزان قدرت زن در خانواده: این متغیر در دو بعد تصمیم‌گیری و تقارن قدرت در خانواده با استفاده از گویه‌های ابزار مهدوی و صبوری خسروشاهی (۱۳۸۲) اندازه‌گیری شد. برای آزمون روایی بخش تقارن قدرت از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفا برای این طیف (۰/۶۷) بدست آمده است که حاکی از همبستگی خوب گویه‌ها با یکدیگر است.

روش آماری

برای ترسیم فضای اجتماعی زندگی زنان، از آزمون تحلیل توافقی چندگانه^۱ استفاده شده است. تحلیل توافقی روشی برای تحلیل ارتباط بین دو متغیر مقوله‌ای با نمایش مقولات این متغیرها بصورت نقاطی در یک فضای دو بعدی است. این آماره اساساً یک نمایش بصری از روابط بین متغیرهای مقوله‌ای ایجاد می‌کند که تفسیر آن را از جداول دو بعدی - بخصوص وقتی که تعداد خانه‌های جداول زیاد باشد و توافق مقولات متغیر را نتوان به آسانی دید - راحت‌تر می‌کند. در نمایش بصری ارائه شده مقولاتی که دارای توزیع مشابهی هستند، بصورت نقاطی نمایش داده می‌شوند که به هم نزدیک‌ترند و مقولاتی که از نظر توزیع، تشابه کمتری دارند، در این فضا از هم فاصله می‌گیرند. در این تکنیک متغیر مستقل و وابسته تعریف نمی‌شود اما مقادیر موجود باید مثبت باشند. این روش توسط بوردیو در کتاب «تمایز» استفاده شده است (بوردیو، ۱۹۸۴). تحلیل توافقی چندگانه، توسعه‌یافته تحلیل توافقی است که در آن بیش از دو متغیر مقوله‌ای (سه متغیر یا بیشتر) وجود دارند که می‌توانند با هم در یک فضای n بعدی مربوط شوند. در این مورد هم نقاط بار شده بر این ابعاد را می‌توان با استفاده از محاسبه مقدار

«اندازه تبعیض»^۱ محاسبه کرده و آنها را بصورت بصری مشاهده کرد. در این آماره می‌توان متغیرها را بصورت «فعال»^۲ در نظر گرفت تا مقوله‌های آنها در محاسبه ابعاد فضای ایجاد شده در نقشه توافقی دخالت داده شوند یا بصورت «تکمیلی»^۳ وارد کرد، تا بدون دخالت در ایجاد فضای نقشه توافقی، روی خروجی نمایش داده شوند. در این تحقیق ترسیم نقشه توافقی فضای اجتماعی زنان با استفاده از تحلیل توافقی چندگانه و با نرم افزار SPSS 18 انجام شده است.

یافته‌های تحقیق

برای استفاده از آماره تحلیل توافقی چندگانه، متغیرهای تحقیق (حتی متغیرهای فاصله‌ای) باید بصورت متغیرهای مقوله‌ای درآیند که این کار با کدگذاری مجدد انجام شد. جدول شماره ۱ یافته‌های توصیفی متغیرهای اندازه‌گیری شده را نشان می‌دهد:

برای ترسیم فضای زندگی زنان، آماره تحلیل توافقی چندگانه یک بار برای زنان مجرد و یک بار برای زنان متأهل بکار رفته است. برای تحلیل اول، متغیرهای موجود در جدول ۱ به جز سن ازدواج، وضعیت تاهل، تعداد فرزندان و پایگاه همسر وارد تحلیل شده‌اند. بعلاوه در تحلیل مربوط به زنان مجرد، متغیر سن نیز حذف شد. زیرا همه زنان مجرد بین ۲۵ تا ۴۰ سال سن داشتند و این متغیر در این گروه واریانس نداشت. غیر از متغیرهای مربوط به فعالیت‌های فراغتی بقیه متغیرها بصورت فعال وارد شده‌اند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1 - Discrimination measures
2 - Active
3 - Supplementary

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی و درصد متغیرهای اندازه‌گیری شده

متغیر	فراوانی(درصد)	متغیر	فراوانی(درصد)	متغیر	فراوانی(درصد)
سن	تحصیلات	تماس ^۱	اعتماد ^۲	فراوانی(درصد)	فراوانی(درصد)
۲۵-۴۰	بی‌سواد	(۹/۵)۷۳	مردم	(۹۰/۱)۶۹۵	خویشان نزدیک
۴۱-۵۵	زیردیپلم	(۴۰/۹)۳۱۶	صداقت مردم	(۴۸/۸)۳۷۵	خویشان دور
۵۶-۷۰	دیپلم	(۲۱/۹)۱۶۹	دولت	(۶۱/۴)۴۷۳	دوستان
۷۱-۸۵	دانشگاه	(۲۷/۷)۲۱۴	مجلس	(۴۵/۶)۳۵۱	همسایگان
وضعیت تاهل	وضعیت اشتغال				
مجرد	شاغل	(۷۵/۶)۵۸۴		(۷۴/۴)۵۷۴	
متاهل	غیرشاغل	(۲۴/۲)۱۸۷		(۵۴/۱)۴۱۴	
تعداد فرزندان	مالکیت کالای فرهنگی			(۴۶/۲)۳۵۳	
بدون فرزند	کتاب	(۶۱/۱)۴۷۲		(۴۹/۵)۳۷۹	
۱-۲ فرزند	مجله	(۵۱/۹)۳۹۸		(۵۶/۱)۴۳۰	
۳-۴ فرزند	فیلم	(۵۸/۷)۴۴۹			
بیش از ۴	موسیقی	(۵۵)۴۲۳			
وضعیت اشتغال مادر	تابلو	(۱۸/۲)۱۴۰			
شاغل	آلات موسیقی	(۱۱/۴)۸۸			
غیرشاغل	صنایع دستی	(۴۶/۱)۳۵۴			
مالکیت ملک	۵ اثر هنری				
بدون ملک	نمی‌شناسم	(۲۵/۳)۱۹۵			
یک مورد	۱-۳ اثر	(۲۶/۹)۲۰۸			
۲ و بیشتر	۴-۵ اثر	(۴۷/۸)۳۶۹			
پایگاه همسر	۵ هنرمند				
پایین	نمی‌شناسم	(۲۰/۵)۱۵۸			
متوسط	۱-۳ اثر	(۱۹/۸)۱۵۳			
بالا	۴-۵ اثر	(۵۹/۷)۴۶۱			
بازدید از موزه	استفاده از اینترنت				
بازدید کرد ام	استفاده کرده‌ام	(۳۷/۲)۲۰۹			
بازدید نکرده‌ام	استفاده نکرده‌ام	(۷۲/۸)۵۵۸			
بازدید از نمایشگاه	عبادت مستحبی				
بازدید کرده‌ام	انجام داده‌ام	(۷۶/۳)۵۸۶			
بازدید نکرده‌ام	انجام نداده‌ام	(۲۳/۷)۱۸۲			
مطالعه کتاب					
مطالعه کرده‌ام					
مطالعه نکرده‌ام					

جایگذاری مقادیر از دست‌رفته^۱ با مقدار نما در هر متغیر، روش مدیریت این داده‌ها بود. از آنجا که

^۱ - فراوانی کسانی که تماس برقرار کرده‌اند ذکر شده است.

^۲ - فراوانی کسانی که ابراز اعتماد کرده‌اند ذکر شده است.

که این روش در صورت زیاد بودن تعداد مقادیر از دست‌رفته مشکل‌ساز است، متغیر میزان قدرت زن در خانواده که نزدیک به ۵ درصد بدون پاسخ داشت از تحلیل حذف شد.^۲ در نهایت تعداد موارد تحلیل شده برای تحلیل اول (زنان مجرد) ۱۴۴ نفر و برای تحلیل دوم (زنان متأهل) ۵۳۳ نفر بود.

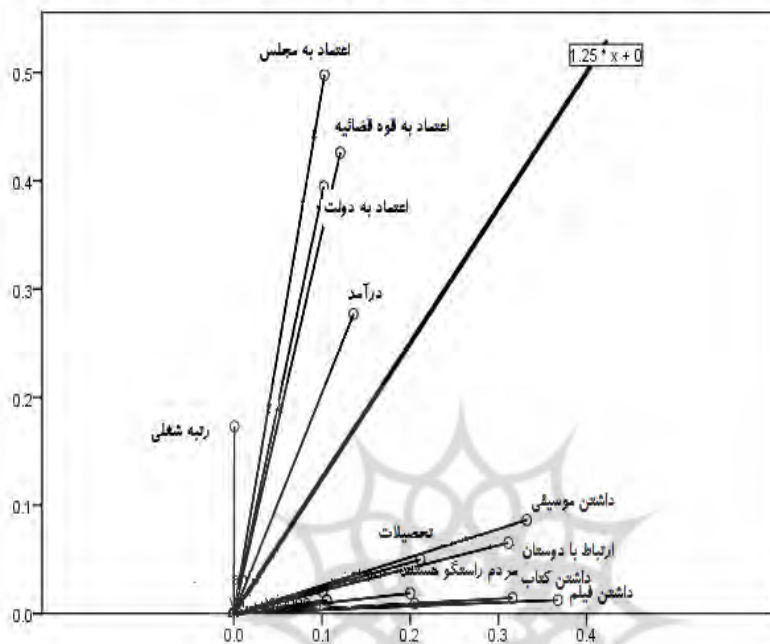
نمودار شماره ۱ اندازه‌گیری مقادیر تبعیض برای متغیرهای بار شده روی ابعاد فضای اجتماعی دختران مجرد در شیراز را نشان می‌دهد. خط وسط، در واقع معادله خط معیار برای این فضا است. با نگاهی به این نمودار می‌توان فهمید که بعد اول (محور افقی) بیشتر متأثر از شاخص‌های سرمایه‌اجتماعی و سرمایه‌فرهنگی است و بعد دوم (محور عمودی) سرمایه‌اقتصادی همراه با اعتماد به نهادها را نشان می‌دهد. مقادیر بدست آمده نشان می‌دهد که سرمایه‌فرهنگی به خوبی محور افقی را توضیح می‌دهد، بطوری‌که داشتن فیلم با اندازه تبعیض ۰/۳۶۳ و داشتن موسیقی (۰/۳۳۲)، طراحی‌کردن (۰/۱۰۱) و همچنین میزان تحصیلات (۰/۲۱۱) بر این بعد بار شده‌اند. میزان تماس و اعتماد تعمیم‌یافته از سرمایه‌اجتماعی نیز در مرحله دوم، در این بعد اهمیت دارند. بطوری‌که تماس با دوستان (۰/۳۱۱)، تماس با همسایگان (۰/۱۰۶)، قابل اعتماد بودن مردم (۰/۱۰) و اعتماد به صداقت مردم (۰/۱۹۲) بعد اول این فضا را می‌سازند. پایگاه پدر پاسخگو نیز با اندازه تبعیض ۰/۲۰ در شکل‌گیری این بعد اهمیت داشته است.

بعد دوم این فضا (محور عمودی) با شاخص‌های اعتماد به نهادها و شاخص‌های سرمایه‌اقتصادی ساخته شده است. بطوری‌که میزان اعتماد به نمایندگان مجلس (۰/۵۵۸)، میزان اعتماد به دولت و وزیران (۰/۴۳۵) و میزان اعتماد به قوه قضائیه (۰/۴۲۶) بر محور عمودی تأثیر داشته‌اند. متغیر وضعیت اشتغال پاسخگو (۰/۱۷۳) و میزان درآمد پاسخگو (۰/۲۷۷) در شکل‌گیری این بعد مهم بوده‌اند. مقدار کل اندازه تبعیض روی محور افقی ۳/۱۹۳ با آلفای کرونباخ ۰/۷۱۳ و برای محور عمودی ۲/۶۱۳ با آلفای ۰/۶۴۱ محاسبه شده است. از میان متغیرهای فعال وارد شده به تحلیل، تماس با خویشان نزدیک و دور، داشتن مجله، تابلو، آلات موسیقی، صنایع دستی، نواختن موسیقی، توانایی استدلال، وضعیت مالکیت، وضعیت اشتغال مادر و دانش‌فرهنگی با مقادیر تبعیض کمی (کمتر از ۰/۱) در تشکیل فضا مشارکت کرده‌اند.

^۱ - Missing values

^۲ - توصیف این متغیر در جدول شماره ۱ ذکر نشده است.

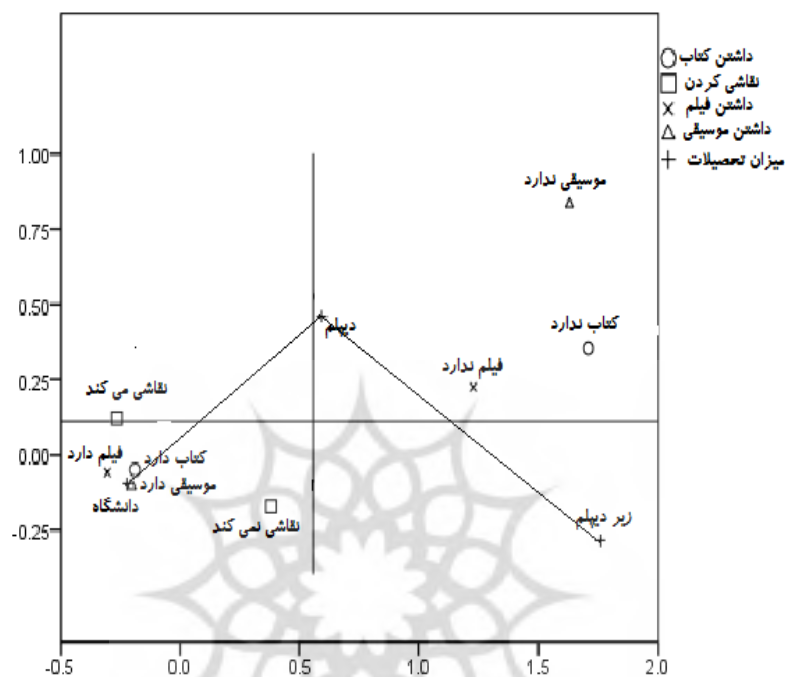
نمودار ۱- اندازه گیری مقادیر تبحرهای مختلف در فضا اجتماعی دکترا ن پوان



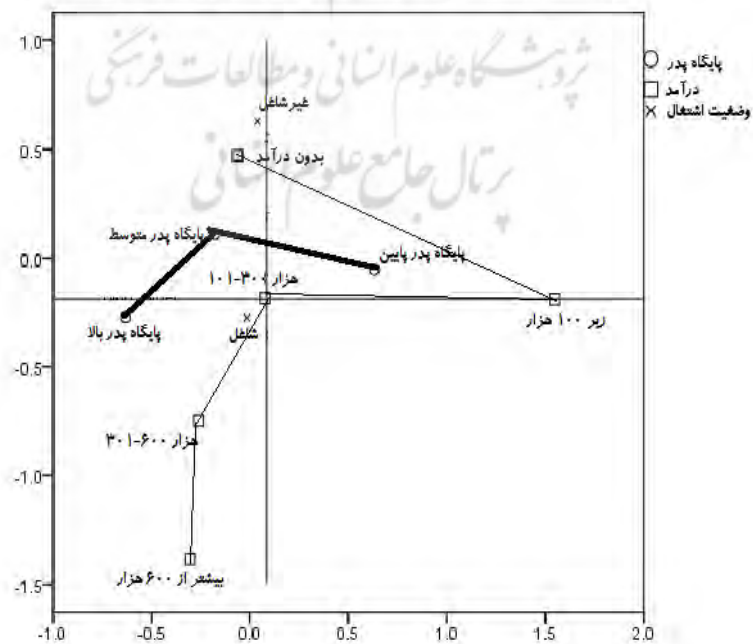
نمودار شماره ۲، توزیع مقولات سرمایه فرهنگی در فضای اجتماعی را نشان می دهد. به روشنی مشاهده می شود که میزان تحصیلات در امتداد محور افقی و از راست به چپ افزایش می یابد. مالکیت کالاهای فرهنگی هم به همین صورت توزیع شده یعنی افرادی که سرمایه فرهنگی کمتری دارند، سمت راست نمودار، قرار گرفته اند و سمت چپ نمودار، سرمایه فرهنگی بیشتر می شود. اما این توزیع در همه چهار بخش نمودار مشاهده نمی شود. سرمایه فرهنگی کمتر اکثراً در ربع اول نمودار (بالای میانگین محور عمودی) و سرمایه فرهنگی بیشتر در ربع سوم نمودار (پایین تر از میانگین محور عمودی) دیده می شود.

نمودار شماره ۳ توزیع مقولات سرمایه اقتصادی را در فضای اجتماعی نشان می دهد. این توزیع مشخصاً در امتداد محور عمودی است بطوریکه سرمایه اقتصادی از بالا به پایین افزایش می یابد. توزیع متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی پدر هم در این نمودار نشان داده شده که در امتداد محور افقی گسترده شده و از راست به چپ کاهش می یابد. در ربع چهارم نمودار (زیر میانگین محور عمودی و سمت راست میانگین محور افقی) هیچ گزینه ای مشاهده نمی شود.

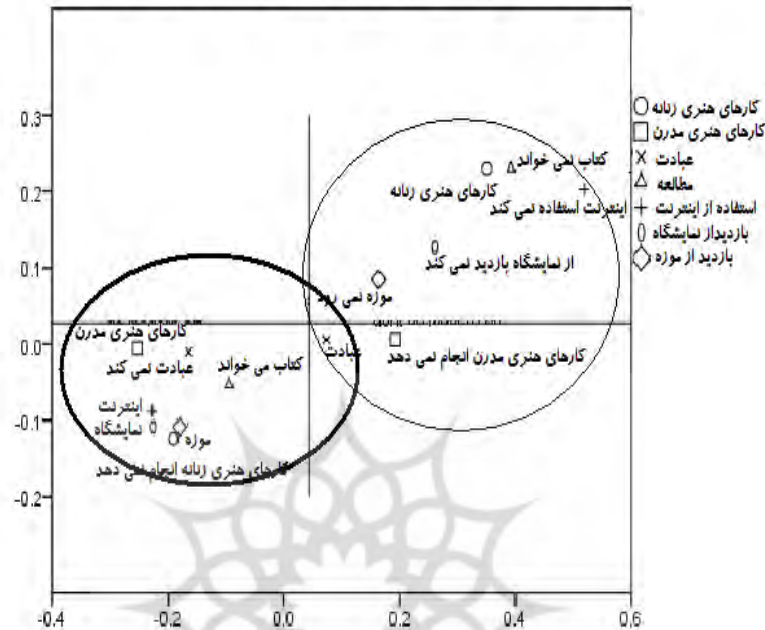
نمودار ۲- توزیع منخبرهای سرمایه فرهنگی در فضای اجتماعی دختران مجرد شیراز



نمودار ۳- توزیع منخبرهای سرمایه اقتصادی و پایگاه پدر دختران مجرد شیراز



نمودار ۴- توزیع فعالیتهای فراغت در فضای اجتماعی دختران مجرد شهرار

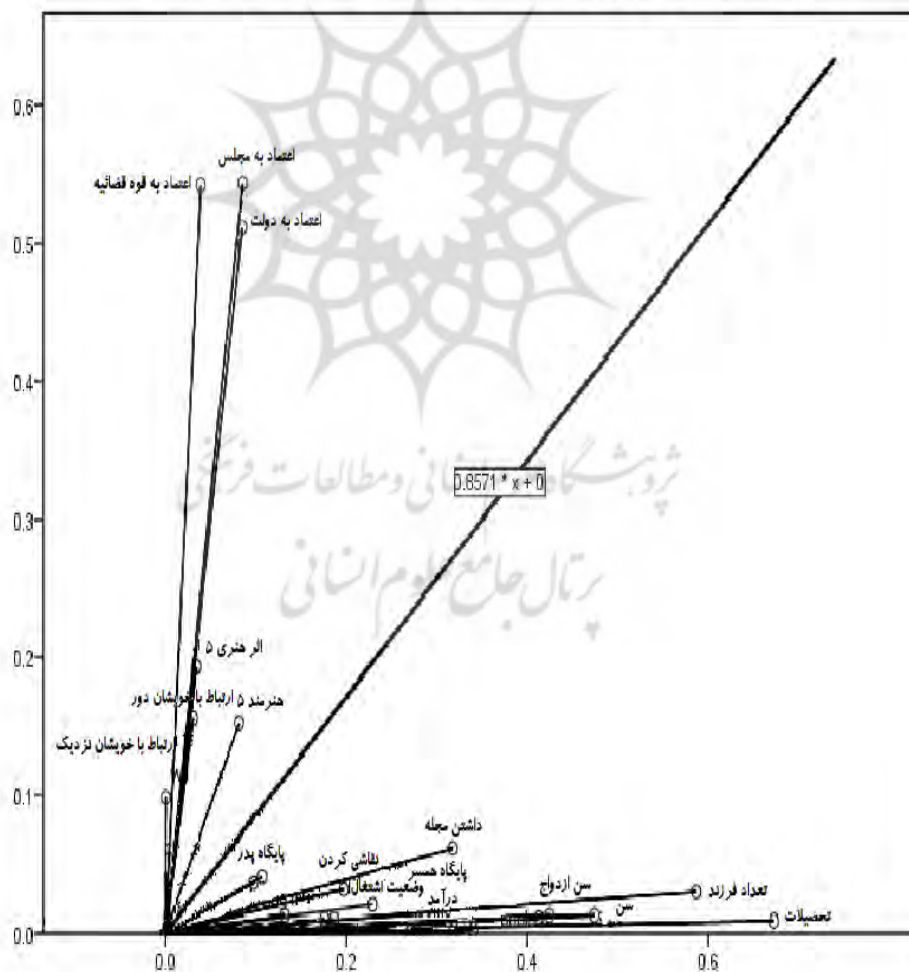


نمودار ۵- توزیع هنجارهای سرمایه اجتماعی در فضای زندگی دختران مجرد شهرار



نمودار شماره ۵ توزیع متغیرهای سرمایه‌اجتماعی را نشان می‌دهد. اعتماد به نهادها در امتداد محور عمودی و اعتماد تعمیم یافته و میزان تماس در امتداد محور افقی گسترده شده‌اند. میزان اعتماد به نهادها از بالا به پایین افزایش یافته و دیگر مولفه‌های سرمایه‌اجتماعی از راست به چپ افزایش می‌یابد. با این اوصاف فضای اجتماعی زندگی دختران مجرد شیراز از دو محور تشکیل شده که محور عمودی آن نشان‌دهنده میزان سرمایه‌اقتصادی و اعتماد به نهادها است که به صورت هم‌تغییر از بالا به پایین افزایش می‌یابد و محور افقی این فضا نشان‌دهنده سرمایه‌فرهنگی و سرمایه‌اجتماعی است که بصورت معکوس با هم تغییر می‌کنند. به این صورت که سمت راست نمودار، سرمایه‌فرهنگی کم و سرمایه‌اجتماعی زیاد است و سمت چپ آن سرمایه‌فرهنگی زیاد و سرمایه‌اجتماعی کم قرار گرفته است. در این فضا، پاسخگویان تحقیق به سه دسته مشخص تقسیم شده‌اند. **دسته اول** دخترانی هستند که در ربع اول نمودار قرار گرفته‌اند. این افراد دارای سرمایه‌فرهنگی کم و سرمایه‌اجتماعی (اعتماد به مردم و میزان تماس با دیگران) بیشتری هستند با این استثنا که دوستان برای آنها اهمیت به مراتب کمتری از دیگران (خویشان و همسایگان) دارند. کالاهای فرهنگی در اختیار ندارند، تحصیلات کمی داشته و پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده آنها (پدر) پایین است. دارایی‌های اقتصادی خودشان کم بوده و شاغل نیستند. اگر به فعالیتهای فراغتی این افراد دقت کنیم می‌بینیم که فعالیتهای مدرن (بازدید از موزه و نمایشگاه، هنرهای مدرن و حتی خواندن کتاب) در میان این گروه مشاهده نمی‌شود، بلکه انجام فعالیتهای سنتی مانند خیاطی، گلدوزی و ... در این بخش رواج دارد. کسانی از این دسته که از نظر سرمایه‌اقتصادی زیر میانگین قرار گرفته‌اند در اوقات فراغت خود به عبادتهای مستحب روی می‌آورند. **دسته دوم** دخترانی هستند که در بخش پایینی ربع دوم نمودار قرار گرفته‌اند. این افراد دارای سرمایه‌اقتصادی متوسطی هستند و پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده (پدر) آنها متوسط است. برخی از آنها شاغل هستند اما درآمد کمی دارند. این افراد ارتباط زیادی با دوستانشان دارند اما با همسایگان ارتباطی ندارند. سرمایه‌فرهنگی متوسطی داشته و برخی از آنها از مهارت‌های هنری و فرهنگی هم بی‌بهره نیستند. و بالاخره میزان اعتماد به نهادها و اعتماد تعمیم یافته در میان آنها کم است. از آنجا که در توزیع فعالیتهای فراغتی اندازه‌گیری شده در این تحقیق، هیچ یک در این محدوده قرار نگرفته به نظر می‌رسد علاقه‌مندی‌های فراغتی آنها متفاوت از فعالیت‌های تعریف شده در این تحقیق بوده است. نزدیکترین مورد به آنها هنرهای مدرن (طراحی و نقاشی، مجسمه سازی و ...) است که روی خط میانگین محور عمودی قرار گرفته است. **دسته سوم** از زنان مجرد شیراز، کسانی هستند که در ربع سوم نمودار قرار گرفته‌اند. آنها از سرمایه‌اقتصادی بیشتری برخوردارند. معمولاً شاغل بوده و بیش از ۳۰۰ هزار تومان در ماه درآمد دارند. تحصیلات دانشگاهی داشته و کالاهای فرهنگی در اختیارشان زیاد است. پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده (پدر) شان بالا است اما میزان سرمایه‌اجتماعی آنها (میزان تماس

نمونه بار ۶- اندازه مقادیر تبعیض متخیرهای بار شده بر ابعاد فضای اجتماعی زندگی زنان متأهل شیراز



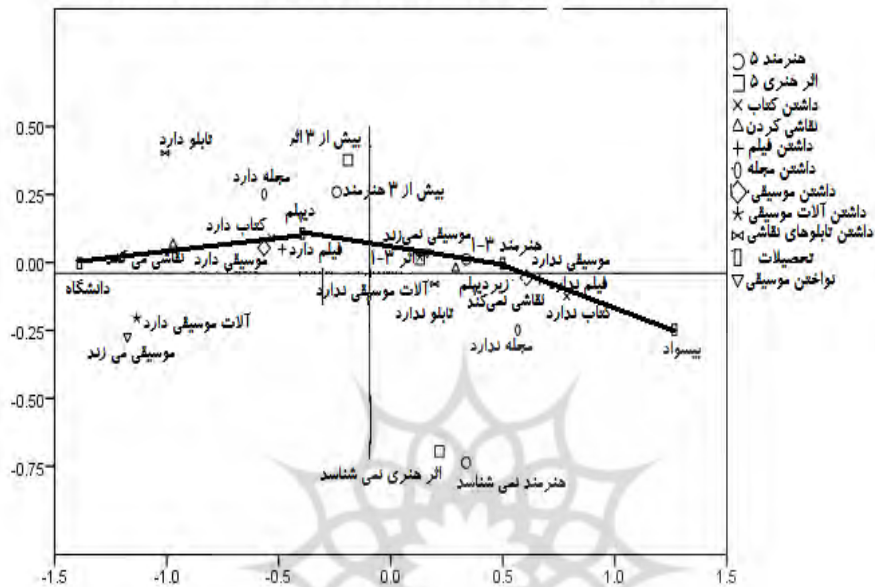
متاهل در بازه سنی بزرگتری قرار داشتند متغیر سن نیز به این تحلیل افزوده شد. نمودار شماره ۶ اندازه مقادیر تبعیض برای مهمترین متغیرهای بار شده بر فضای اجتماعی زنان متاهل را نشان می‌دهد. توجه به نمودار شماره ۶ نشان می‌دهد که نسبت به زنان مجرد، متغیرهای بیشتری در ایجاد فضای ساخته شده نقش داشته‌اند. مقدار کل اندازه تبعیض در بعد اول (محور افقی) مقدار ۶/۱۹۷ با آلفای ۰/۸۶۷ محاسبه شده و برای بعد دوم (محور عمودی) مقدار ۲/۷۱۰ با آلفای ۰/۶۵۲ بدست آمده‌است که نشان‌دهنده اهمیت بیشتر محور افقی است. نگاهی به متغیرها نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی و خصوصیات مربوط به خانواده، مهمترین متغیرهای تشکیل دهنده این بعد هستند. بصورتی که داشتن کتاب با اندازه تبعیض ۰/۴۱۳، مجله (۰/۳۱۸)، فیلم (۰/۳۱۹)، موسیقی (۰/۳۴۰)، تابلو نقاشی (۰/۱۹۷)، آلات موسیقی (۰/۱۴۸)، داشتن مهارت نواختن موسیقی (۰/۱۸۶) و توانایی طراحی و نقاشی (۰/۲۷۷) و از همه مهمتر تحصیلات، با اندازه تبعیض ۰/۶۷۲ از مولفه‌های موثر در بعد اول هستند. بعد از آن متغیرهای مربوط به ساختار خانواده مانند پایگاه پدر (۰/۱۷۶)، تعداد بچه‌ها (۰/۵۸۷)، سن ازدواج (۰/۴۲۴) و پایگاه شوهر (۰/۲۲۹) قرار گرفته‌اند. متغیرهای اقتصادی، مانند میزان درآمد (۰/۲۷۱)، وضعیت اشتغال (۰/۳۳۱) در مرحله بعد قرار دارند. از متغیرهای سرمایه اجتماعی، اعتماد به صداقت مردم (۰/۱)، ارتباط با دوستان (۰/۱۳۲) و همسایگان (۰/۱۰۷) در این بعد قرار دارد و بالاخره سن با اندازه تبعیض ۰/۴۷۴ متغیر مهمی در این بعد محسوب می‌شود.

محور عمودی این فضا بیشتر از شاخص‌های سرمایه اجتماعی تشکیل شده است که مهم‌ترین آنها مولفه‌های اعتماد نهادی شامل اعتماد به نمایندگان مجلس (۰/۵۴۳)، اعتماد به دولت و وزیران (۰/۵۱۲) و اعتماد به قوه قضائیه (۰/۵۴۲) است. ارتباط با خویشان نزدیک (۰/۱) و دور (۰/۱۵۶) در این بخش دیده می‌شوند. شناختن پنج اثر هنری (۰/۱۹۳) و پنج هنرمند (۰/۱۵۲) هم از متغیرهای فرهنگی در این بعد به شمار می‌رود.

نمودار شماره ۷ توزیع متغیرهای سرمایه فرهنگی را در این فضا نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود، توزیع این متغیرها عمدتاً در امتداد محور افقی یا بعد اول است. متغیر تحصیلات کاملاً نزدیک به میانگین بعد دوم به طریقی توزیع شده که تحصیلات از راست به چپ افزایش می‌یابد. بطوری‌که در سمت راست نمودار گزینه بی‌سواد و در انتهای سمت چپ نمودار، دانشگاه قابل مشاهده است. سرمایه فرهنگی (مالکیت کالاهای فرهنگی و مهارت‌های فرهنگی) نیز به همین صورت توزیع شده است. بطوری‌که سمت چپ نمودار میزان سرمایه فرهنگی کم و سمت راست نمودار سرمایه فرهنگی بالا را نشان می‌دهد. مالکیت کالاهای فرهنگی اکثراً بالای میانگین محور دوم و مهارت‌های فرهنگی پایین‌تر از میانگین بعد دوم دیده می‌شوند. میزان دانستنی‌های فرهنگی در وسط فضا اما در امتداد محور عمودی از بالا به پایین کاهش می‌یابد. بطوریکه کسانی که در بخش بالایی نمودار هستند دانش بالایی دارند و

کسانی که در انتهای خط میانگین محور اول قرار گرفته‌اند نام هیچ هنرمند یا اثر هنری را نمی‌دانسته‌اند.

نمودار شماره ۲- توزیع متغیرهای سرمایه فرهنگی فضای اجتماعی زنان متأهل شیراز



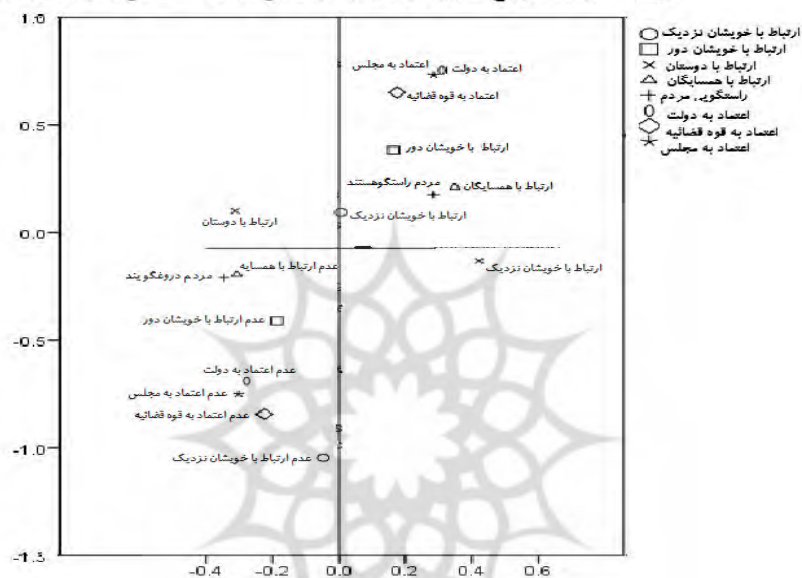
نمودار شماره ۸ توزیع متغیرهای سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد که آشکارا در امتداد محور دوم توزیع شده‌اند به راحتی می‌توان دید با پایین آمدن از محور عمودی، در ابتدا میزان اعتماد نهادی، بعد از آن تماس و اعتماد تعمیم یافته کاهش می‌یابد. به صورتیکه بالای میانگین محور عمودی، کسانی که سرمایه اجتماعی بالایی دارند قرار گرفته‌اند و زیر میانگین سرمایه اجتماعی پایین را نشان می‌دهد.

نمودار شماره ۹ توزیع متغیرهای سرمایه اقتصادی، متغیرهای خانوادگی و سن را نشان می‌دهد. این نمودار نشان می‌دهد که سن در امتداد محور افقی از چپ به راست افزایش می‌یابد. پایگاه اقتصادی اجتماعی پدر و همسر نیز با فاصله کمی از یکدیگر به همین صورت گسترده شده‌اند. سن ازدواج و تعداد بچه‌ها نیز بصورت عکس یکدیگر از سمت چپ به راست نمودار قرار گرفته‌اند بصورتی که سمت چپ محور افقی، سن بالای ازدواج و تعداد بچه‌های کم (بدون بچه و ۱ یا ۲ بچه) را نشان می‌دهد و سمت راست محور افقی کسانی را نشان می‌دهد که زیر ۱۶ سال ازدواج کرده و بیش از ۴ بچه دارند. روشن است کسانی که بخش سمت راست نمودار هستند شاغل نبوده و درآمدی ندارند اما سمت چپ نمودار، شاغلین با میزان درآمد بیشتر را نشان می‌دهد. بطوریکه هر چه بیشتر به سمت چپ می‌رویم میزان درآمد بیشتر می‌شود.

نمودار شماره ۱۰ توزیع فعالیت‌های فراغتی در این فضا را نشان می‌دهد. این فعالیت‌ها نیز در امتداد

محور افقی گسترده شده‌اند. سمت راست نمودار، فعالیتهای سنتی مانند انجام کارهای هنری زنانه و انجام عبادات مستحبی در وقت آزاد و عدم انجام فعالیتهای مدرن مانند دیدار از نمایشگاه و موزه، استفاده از اینترنت، مطالعه و ... قرار گرفته‌اند در صورتی‌که در سمت چپ، عکس این موضوع مشاهده می‌شود.

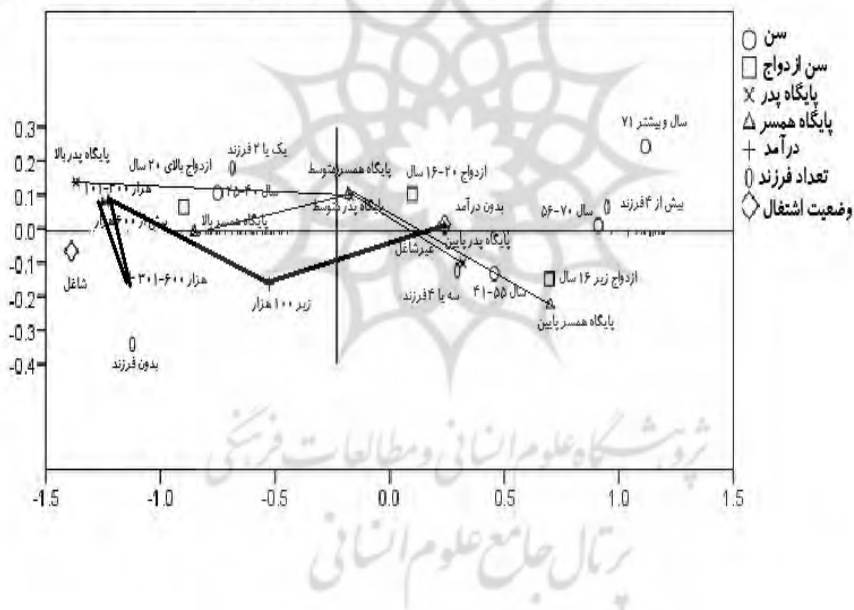
نمودار شماره ۸- توزیع متغیرهای سرمایه اجتماعی در فضا اجتماعی زنان متأهل شیراز



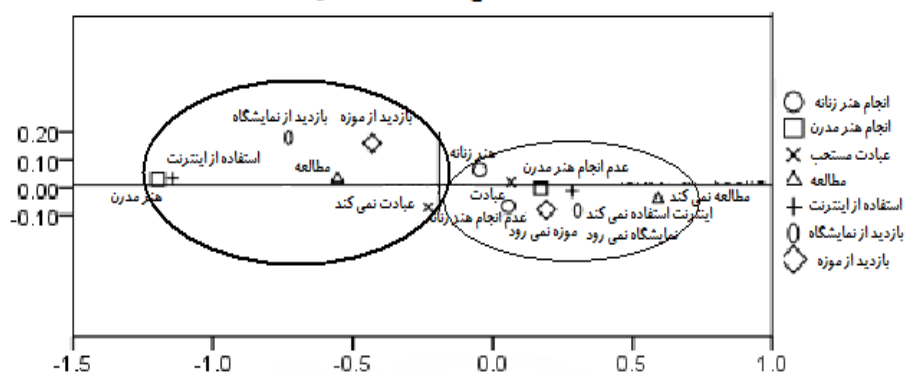
از جمع‌بندی این نمودارها می‌توان گفت که فضای زندگی زنان متأهل از دو بعد تشکیل شده که بعد اول (محور افقی) نشان‌دهنده سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی است که همسو با یکدیگر از راست به چپ تغییر می‌کنند. محور عمودی این فضا را سرمایه اجتماعی تشکیل می‌دهد که از پایین به بالا افزایش می‌یابد. محور افقی یا بعد اول این فضا، وزن بسیار بیشتری در ایجاد این فضای اجتماعی داشته و بیشتر متغیرهای تحقیق حول آن سامان یافته‌اند. زنان متأهل را نیز در این فضا می‌توان با تساهل به سه گروه تقسیم کرد. گروه اول که سمت راست نمودار قرار گرفته‌اند زنانی هستند مسن، با تحصیلات پایین، غیر شاغل و بدون درآمد، سرمایه فرهنگی پایینی داشته و پایگاه اقتصادی اجتماعی پدر و همسرشان نیز پایین است. در سن کم (زیر ۱۶ سال) ازدواج کرده‌اند و معمولاً بیش از ۴ فرزند دارند. این افراد هیچ یک از فعالیتهای مدرن را در اوقات فراغت‌شان انجام نمی‌دهند. گروه دوم زنانی هستند در سن ۴۰ تا ۵۵ سال که معمولاً شاغل نبوده و درآمدی ندارند. پایگاه اقتصادی اجتماعی پدر و همسرشان متوسط است بین ۱۶ تا ۲۰ سالگی ازدواج کرده و دارای ۳ تا ۴ فرزند هستند. در حد دیپلم

درس خوانده‌اند و سرمایه فرهنگی و اجتماعی متوسطی دارند. در این گروه، زنانی که سرمایه اجتماعی بیشتری داشته باشند، کارهای هنری سستی هم انجام می‌دهند و گاهی هم از موزه‌ها دیدن می‌کنند. اما کسانی که سرمایه اجتماعی کمتری دارند کارهای هنری زنانه انجام نمی‌دهند ضمن اینکه هیچ یک از فعالیت‌های سوال شده هم در محدوده آنها قرار نگرفته است. گروه سوم از زنان متأهل، زنانی هستند که سن آنها بین ۲۵ تا ۴۰ سال است. حداقل تحصیلاتشان دیپلم بوده و برخی از آنها دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. کسانی که تحصیلات بیشتری دارند، شاغل بوده و دارای درآمد شخصی هستند. سرمایه فرهنگی بالایی دارند. بالاتر از ۲۰ سالگی ازدواج کرده‌اند. بچه ندارند یا حداکثر دو بچه دارند. پایگاه اقتصادی اجتماعی پدر و همسرشان بالا است. گرچه پایگاه پدر زنانی که در انتهای سمت چپ نمودار قرار گرفته‌اند از پایگاه همسرشان بالاتر است.

نمودار شماره ۹- توزیع متغیرهای سرمایه اقتصادی، پایگاه خانواده و سن در فضای اجتماعی زنان متأهل شیراز



نمودار شماره ۱۰ - توزیع فعالیتهای فراغتی زنان متأهل شیراز



نتیجه گیری

نتایج بدست آمده از این تحلیل چند نکته را به روشنی نشان می دهد:

۱. سرمایه اجتماعی سنتی (اعتماد تعمیم یافته و ارتباط با همسایگان و خویشان) با سبک زندگی سنتی همراه است. هرچه سبک زندگی مدرن تر شود، از میزان این نوع سرمایه اجتماعی کاسته می شود.
۲. برای جوان ترها یا کسانی که سبک زندگی مدرن تری دارند، دوستان، جای خویشاوندان و همسایگان را گرفته اند و ارتباط با دوستان و همگنان جای بیشتری در زندگی آنها دارد. در واقع سرمایه اجتماعی سنتی که بر پایه ارتباط با شبکه خویشاوندی و همسایگان بود، در نسل جدید کاهش یافته است و جای آن را ارتباط با دوستان گرفته که در حوزه روابط شخصی قرار دارند، می توان به آنها اعتماد کرد و با آنها رابطه داشت. اما اکثر این افراد مردم را زیاد قابل اعتماد ندانسته و معتقدند که مردم معمولاً صداقت نداشته و دروغ می گویند. این امر به معنای فقدان سرمایه اجتماعی جدید در میان نسل جوان تر است. فقدان یا سطح نازل سرمایه اجتماعی جدید، در تحقیقات انجام شده در زمینه سرمایه یا مشارکت اجتماعی و سیاسی در میان مردم، تایید شده است (ر.ک.: موسوی، ۱۳۸۴، ۱۳۸۵؛ رکن الدین افتخاری و محمدی سلیمانی، ۱۳۸۱؛ ازکیا و غفاری، ۱۳۸۰؛ روشنفکر و ذکایی، ۱۳۸۶؛ قانع راد و حسینی، ۱۳۸۴؛ سروش، ۱۳۸۷، ۱۳۸۹؛ حسینی، علمی و شارع پور، ۱۳۸۷؛ سعادت، ۱۳۸۷).
۳. اشتغال مادر در هیچ یک از این دو گروه تاثیر چندانی در ایجاد فضای اجتماعی زندگی نداشت.

۴. پایگاه پدر و همسر در مورد زنان متاهل به هم نزدیک است و تحرک اجتماعی زیادی از رهگذر ازدواج نصیب زنان نشده است. این موضوع نشان می‌دهد که سرمایه‌های موجود در خانواده مبدا، نه تنها شرایط کنونی زندگی زنان را تعیین می‌کند، بلکه کم و بیش آینده آنها را هم تحت تاثیر قرار می‌دهد. این امر با تعریف طبقه از دید بورديو كاملا هماهنگی دارد. کسانی که در فضای اجتماعی به هم نزدیک‌ترند نه تنها از نظر شیوه زندگی و خلق‌وخوها و عادت‌واره‌ها مشابه‌اند بلکه احتمال ملاقات و تعامل معنادار بیشتری هم دارند و بنابراین احتمال بیشتری وجود دارد که با هم ازدواج کنند (بورديو، ۱۳۸۱: ۴۰). بنابراین شرایط ساختار، و موقعیت خانواده زنان در میدان اجتماعی، تعیین کننده فرصت‌های زندگی آنها است. این مکانیسم هم در خوش‌اقبالی و هم در محرومیت آنها نقش بازی می‌کند. فیروزآبادی و صادقی (۱۳۸۹) با مطالعه وضعیت طرد اجتماعی زنان فقیر روستایی، دریافته‌اند که سازوکارهای مشابهی باعث می‌شود این زنان نتوانند موقعیت خود را بهبود ببخشند. مهمترین عوامل به حاشیه رانده شدن این زنان، پایگاه پایین اقتصادی اجتماعی خانواده پدری، ازدواج زودهنگام، فقر شبکه خویشاوندی و از دست دادن حمایت شبکه اجتماعی بدلیل فقر و از دست دادن همسر یا طلاق، بی‌قدرتی زنان در مبادلات اجتماعی که کاهش بیشتر سرمایه اجتماعی ناچیز آنها را سبب می‌شود و کم‌سواد و بی‌سواد بین نسلی. آنها تصریح کرده‌اند که فقدان حمایت شبکه اجتماعی شدیدترین محرومیت این زنان است (فیروزآبادی و صادقی، ۱۳۸۹: ۱۷۲-۱۶۵).

۵. فضای زندگی زنان متاهل بیشتر از اینکه تفاوت‌های طبقاتی و سرمایه‌ای خودشان را نشان دهد، تفاوت نسلی را نشان می‌دهد. بررسی این تفاوت نشان‌دهنده این است که ساختار جامعه، فرصت‌هایی در اختیار نسل جدید زنان قرار داده که به جمع سرمایه‌های آنها افزوده، اما به روشنی این فرصت‌ها در امتداد خطوط طبقاتی گسترده شده‌اند. این نتیجه نشان می‌دهد ساختار جامعه (قواعد و منابع موجود) اجازه نمی‌دهد زنان از محدوده الزامات ساختاری خارج شوند. پیشرفت زنان، بیشتر در چارچوب امکانات طبقاتی و خانوادگی آنها است (بخصوص خانواده مبدا). تصویر کلی فضای اجتماعی زندگی زنان متاهل، عاملیت زنان را در ساختن زندگی خودشان نشان نمی‌دهد. سطح کلی سرمایه‌ها افزایش یافته اما چارچوب‌ها و قواعد عوض نشده‌اند و زنان همچنان به سختی در قید و بند ساختار طبقاتی و فرهنگی جامعه هستند.

۶. این نتیجه در مورد دختران مجرد هم کما بیش صحت دارد با این تفاوت که فضای زندگی آنها کمتر تحت تاثیر سرمایه اقتصادی است و سهم سرمایه فرهنگی و اجتماعی در آن بیشتر

است. اما با کمی دقت می‌توان دید که میزان سرمایه‌فرهنگی همسو با پایگاه اقتصادی و اجتماعی پدر تغییر می‌کند. با این حال امکانات و تحرک در این فضا در گستره وسیعتری صورت می‌گیرد.

۷. در فضای زندگی دختران مجرد، کسانی که دارای سرمایه‌فرهنگی کم و سرمایه‌اجتماعی و اقتصادی زیاد باشد (ربع چهارم نمودار) وجود ندارد. این امر نشان می‌دهد که سبک زندگی سنتی (حداقل برای این گروه از زنان) با سرمایه‌اقتصادی آنها نسبت عکس دارد.

۸. باید گفت که پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان کماکان با پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده (پدر) نسبت وثیق‌تری دارد تا سرمایه‌ها یا پایگاه خود آنها. چرا که دومی به شدت متأثر از اولی است و اندازه‌گیری سرمایه‌های زنان، چیز جدیدی را نشان نمی‌دهد و این موضوع در مورد زنان متأهل با اطمینان بیشتری قابل تصریح است در واقع همانطور که احمدنیا (۱۳۸۳: ۱۷۷) اشاره کرده «زندگی زنان ایران تا حدود زیادی تحت تاثیر نگرش و رفتارها [و شرایط طبقاتی] مردان زندگی آنها است که معمولاً شرایط دستیابی ایشان به فرصت‌های پیشرفت از طریق ادامه تحصیل یا اشتغال درآمدزا را برایشان تسهیل می‌کنند یا نمی‌کنند».

۹. نتیجه دیگری که از این تحقیق بدست آمده این است که سرمایه‌اجتماعی و فرهنگی نقش مهمی در ایجاد فضای اجتماعی دختران مجرد در شیراز دارد و تنها سرمایه‌اقتصادی یا خاستگاه طبقاتی در این مورد نقش ایفا نمی‌کنند. قاسمی و دیگران (۱۳۸۷) نیز همین اثر را در سبک زندگی سلامت محور (که زنان در آن بالاترند) از سرمایه‌اجتماعی دیده است. اگر دختران بتوانند با استفاده از سرمایه‌فرهنگی بیشتری که نسبت به نسل قبل دارند، فرصت‌های اجتماعی بیشتری بدست آورند، شاید بتوانند عاملیت خود را فضای اجتماعی، عینیت ببخشند. بنابراین اگر زنان بتوانند با استفاده از بستر فرهنگی و منابع بیشتر در ساختار اجتماعی که در اختیار آنها قرار گرفته، شرایط روحی و روانی مناسب برای اشتغال و عزت نفس و رضایت خاطر بدون احساس گناه بدلیل تضاد نقش، را بدست آورند، می‌توانند کنترل بیشتری بر زندگی خود داشته و در نتیجه کنترل بیشتری بر زندگی و انتخاب‌های خود اعمال کنند (احمدنیا، ۱۳۸۳).

از آنجا که ازدواج، نقطه مهمی در زندگی زنان محسوب می‌شود و در جامعه ایرانی تقریباً یکی از مناسک غیررسمی گذار به بزرگسالی است (سروش، ۱۳۸۲)، پیشنهاد انجام یک مطالعه طولی که دوره زندگی زنان را بررسی کند، می‌تواند اطمینان بیشتری در مورد پایگاه اقتصادی-اجتماعی این گروه ایجاد کند. در واقع بعد از ازدواج و بخصوص بعد از تولد اولین فرزند، بالاترین فشار فرهنگی و ساختاری به زنانی که بصورت فردی دارای سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی بالایی هستند، وارد شده و بیشترین

تضاد نقش در این مرحله مشاهده می‌شود. بنابراین مقایسه این دو بخش از دوره زندگی می‌تواند نشان دهد زنان در برابر ساختار، چقدر می‌توانند عاملیت خود را در ساختن هویت و سبک زندگی‌شان نشان داده و انتخاب‌های آزادتری انجام دهند.

در نهایت اینکه زنان برای استقلال و ارتقاء پایگاه خود چه خواهند کرد همانقدر که به آگاهی آنها، از جایگاه خود در جامعه بستگی دارد، به اعمال عاملیتی مربوط است که به گفته گیدنز هر کنشگر اجتماعی با آن تعریف می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۸) و زنان از آن بی‌بهره نیستند اما برای استفاده از آن باید بتوانند خود را بعنوان فعالینی به جامعه تحمیل کنند که ساختار مردسالار موجود، مجبور شود آنها را به رسمیت شناخته و سخن آنها را بشنود، آنگاه است که زن بودن نیز حامل سرمایه نمادین مثبتی خواهد بود که می‌توان آن را به انواع دیگر سرمایه تبدیل کرد و پایگاه اقتصادی-اجتماعی مستقلی برای زنان در نظر گرفت.

منابع

۱. اباذری، یوسف و چاووشیان، حسن (۱۳۸۱) «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، ص: ۲۷-۳.
۲. احمدنیا، شیرین (۱۳۸۳) «اثرات اشتغال بر سلامت زنان»، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۱۲، ص: ۱۸۰-۱۵۸.
۳. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰)، «بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان»، نامه علوم اجتماعی، جلد ۹، شماره ۱۷، ص: ۳۱-۳.
۴. بوردیو، پیر (۱۳۸۱) نظریه کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار، چاپ دوم.
۵. حسینی، سید امیرحسین؛ علمی، زهرا و شارع‌پور، محمود (۱۳۸۷) «رتبه‌بندی سرمایه اجتماعی در مراکز استانهای کشور»، رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۶، ص: ۸۴-۵۹.
۶. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و محمدی سلیمانی، مهرداد (۱۳۸۱) «عوامل موثر بر میزان مشارکت جوانان و نوجوانان روستایی در برنامه‌ریزی توسعه با تاکید بر عوامل مکانی- فضایی (نمونه موردی شهرستان کرمان)»، مدرس، دوره ۶، شماره ۴، صص: ۳۶-۱۱.
۷. روشنفکر، پیام و ذکایی، سعید (۱۳۸۶) «جوانان، سرمایه اجتماعی و رفتارهای داوطلبانه»، رفاه اجتماعی، سال ۶، شماره ۲۳، ص: ۱۴۶-۱۱۳.
۸. ریتزر، جورج (۱۳۸۱)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.
۹. سروش، مریم (۱۳۸۷) بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر نگرش جوانان نسبت به مهاجرت، معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی فارس.

۱۰. سروش، مریم (۱۳۸۹) مشارکت سیاسی و اجتماعی جوانان و عوامل فرهنگی اجتماعی موثر بر آن، معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی فارس.
۱۱. سروش، مریم (۱۳۸۲) بررسی جامعه‌شناختی و روانشناختی مفهوم جوانی، معاونت پژوهشی جهاد دانشگاهی فارس.
۱۲. سروش مهر، هما؛ رفیعی، حامد؛ کلاتری، خلیل (۱۳۸۹) «بررسی پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی و عوامل موثر بر بهبود آن. مطالعه موردی شهرستان همدان»، پژوهشهای روستایی، سال اول، شماره ۱، ص: ۱۶۵-۱۴۳.
۱۳. سعادت، رحمان (۱۳۸۷) «برآورد روند سرمایه‌اجتماعی در ایران، با استفاده از روش فازی»، تحقیقات اقتصادی، سال ۴۳، شماره ۸۳، ص: ۵۶-۴۱.
۱۴. سیدان، فریبا (۱۳۸۳) «چندگانگی پایگاه اجتماعی اقتصادی زنان و بیماریهای روانی»، مطالعات زنان، سال دوم، شماره ۶، ص: ۵۹-۳۱.
۱۵. علمی، محمود (۱۳۸۸) «گرایشها و اولویتهای ارزشی دانشجویان و رابطه آن با طبقه اجتماعی»، جامعه شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره ۳۴، شماره دوم، ص: ۱۳۲-۱۰۷.
۱۶. فاضل، محمد (۱۳۸۲) مصرف و سبک زندگی، قم، انتشارات صبح صادق
۱۷. فیروزآبادی، سیداحمد و صادقی، علیرضا (۱۳۸۹) «وضعیت طرد اجتماعی زنان فقیر روستایی»، بررسی مسائل اجتماعی ایران، سال اول، شماره ۱، ص: ۱۷۴-۱۴۳.
۱۸. قاسمی، وحید؛ ربانی، رسول؛ ربانی خوراسگانی، علی و علیزاده اقدام، محمدباقر (۱۳۸۷) «تعیین کننده‌های ساختاری و سرمایه‌ای سبک‌زندگی سلامت‌محور»، مسائل اجتماعی ایران، سال ۱۶، شماره ۶۳، ص: ۲۱۳-۱۸۱.
۱۹. قاسمی، وحید؛ وحید، فریدون؛ ربانی، رسول و ذاکری، زهرا (۱۳۸۹) «شناخت تاثیر طبقه اجتماعی بر نگرش نسبت به جریان نوگرایی در شهر اصفهان»، جامعه شناسی کاربردی، شماره ۹۳۷، ص: ۶۸-۴۳.
۲۰. قانع‌راد، محمدامین و حسینی، فریده (۱۳۸۶)، «ارزشها، شبکه روابط و مشارکت در سازمانهای غیردولتی»، مجله جامعه شناسی ایران، جلد ۶ شماره ۳، ص: ۹۷-۱۲۳.
۲۱. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
۲۲. مهدوی، محمدصادق و صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۲)، «بررسی ساختار توزیع قدرت در خانواده‌های تهرانی»، مطالعات زنان، جلد ۱، شماره ۲، ص: ۶۸-۲۷.
۲۳. موسوی، میرطاهر (۱۳۸۵) «مشارکت اجتماعی یکی از مولفه‌های سرمایه‌اجتماعی»، رفاه اجتماعی، شماره ۲۳، ص: ۹۲-۶۷.
۲۴. موسوی، میرطاهر (۱۳۸۴) «تحلیل مشارکت اجتماعی در تهران»، رفاه اجتماعی، شماره ۱۹، ص: ۳۲۷-۳۰۱.

۲۵. میرزایی، محمد و یاراحمدی، علی (۱۳۸۹) «اهمیت آموزش و پایگاه اقتصادی زنان در استفاده از خدمات سلامتی دوران بارداری در ایران»، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۸، شماره ۴، ص: ۲۰۲-۱۸۳.
۲۶. نبوی، سیدعبدالحسین؛ حسین‌زاده، علی‌حسین و حسینی، هاجر (۱۳۸۷) «بررسی تاثیر پایگاه اقتصادی اجتماعی و هویت قومی بر احساس امنیت اجتماعی»، دانش انتظامی، سال دهم، شماره دوم، ص ۹-۳۶.
27. Adkins L. (2004) "Introduction: Feminism, Bourdieu and After" in *Feminism After Bourdieu*, eds. by Lisa Adkins and Skeggs B., Blackwell Publishing, p:3-18.
28. Ashall W. (2009) "Masculine Domination: Investing in Gender?", *Studies in Social and Political Thought*, Issue 9, p: 21-39. University of Sussex.
29. Bourdieu P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Translated by R. Nice, Harvard University Press.
30. Bourdieu P. (1987) "What Makes a Social Class", *Berkeley Journal of Sociology*, p:1-17.
31. Bourdieu P. (2001) *Masculine Domination*, translated by Richard Nice, Cambridge: polity
32. Chambers C. (2005) "Masculine Domination, Radical Feminism and Change", *Feminist Theory*, Vol.6, p:325-346.
33. Le Roux B. and Rouanet H. (2010) *Multiple Correspondance Analysis*, Sage Publication.
34. Lovell T. (2004) "Bourdieu, Class and Gender: The Return of The Living Dead?", in *Feminism After Bourdieu* eds. by Lisa Adkins and Skeggs B., Blackwell Publishing, p:37-56..
35. Muntaner C., Borrell C., Vanroelen Ch., Chung H., Benach J., Kim Li Ho and Ng E. (2010) "Employment Relations, Social Class and Health, A Review and Analysis of Conceptual and Measurment Alternatives", *Social Science & Medicine*, Vol.71, p:2130-2140.
36. Skeggs B. (2004) "Context and Background: Pierre Bourdieu's Analysis of Class, Gender and Sexuality", in *Feminism After Bourdieu*, eds by Lisa Adkins and Skeggs B., Blackwell Publishing, p: 19-34.
37. Turner, J. , (2003), *The Structure of sociological Theory*, wadsworths publishing company, Seventh Edition.
38. Veenstra G. (2007) "Social Space, Social Class and Bourdieu: Health Inequalities in British Columbia, Canada", *Health & Place*, Vol.13, p:14-31.
39. Wright E. O. (2000). *Class Counts*. Cambridge, Cambridge University Press.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی