

الله الرحمن الرحيم



دانشکده علوم انسانی و اجتماعی

گروه علوم اجتماعی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد در رشته علوم اجتماعی گرایش جامعه شناسی

عنوان

بررسی تطبیقی تاثیر عرصه اجتماعی بر چندگانگی ذائقه در بین دانشجویان کارشناسی و طلاب حوزه علمیه شهر اردبیل

استاد راهنما

دکتر حسین بنی فاطمه

اساتید مشاور

دکتر محمد باقر علیزاده اقدام

دکتر توکل آقایی هیر

پژوهشگر

اسماعیل برومند

دیماه ۱۳۹۰

نام خانوادگی : پرومند	نام : اسماعیل
عنوان پایان نامه: بررسی تطبیقی تاثیر عرصه اجتماعی برچندگانگی ذائقه در بین دانشجویان کارشناسی و طلاب حوزه علمیه	
شهر اردبیل	
استاد راهنما: دکتر حسین بنی فاطمه	
اساتید مشاور: دکتر محمد باقر علیزاده اقدم، دکتر توکل آقاباری هیر	
دانشگاه: تبریز دانشکده: علوم انسانی و اجتماعی رشته: علوم اجتماعی گرایش: جامعه‌شناسی مقطع تحصیلی: کارشناسی ارشد	
تاریخ فارغ التحصیلی: دی ماه ۱۳۹۰	تعداد صفحه: ۱۱۱
کلیدواژه ها: عرصه‌ی اجتماعی، ذائقه، ساخت، عامل، جامعه‌شناسی معرفت، تمایز	
<p>چکیده</p> <p>بی شک بررسی عرصه‌های اجتماعی با توجه به موضوع ساخت در مقابل عامل در جامعه‌شناسی واجد اهمیت است، جامعه‌شناسی معرفت این موضوع را مد نظر داشته و ریشه‌های کنش بشری را با زمینه‌ی اجتماعی افراد پیوند می‌زند و بیان می‌دارد که هر فرد یا گروه از دریچه‌ی خاص خود به جهان می‌نگرند. دیدگاه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی، کنش افراد را بیشتر به عامل یا ساخت تقلیل می‌دادند. در این میان پیر بوردیو برای گذر از تقابل‌های سنتی عامل و ساخت و دور ماندن از تقلیل‌گرایی، مفاهیم عرصه و عادت واره را وضع کرده است، نزد بوردیو عرصه‌ها همان ساخت‌ها هستند و یکی از عناصر اصلی جامعه‌شناسی وی را تشکیل می‌دهند. یکی از بررسی‌های تجربی بوردیو بررسی ذائقه‌ی افراد است. جامعه‌شناسی وقتی با موضوعی مانند ذائقه مواجه می‌شود سعی دارد آن را به چیزی غیر خودش یعنی به ریشه‌های اجتماعی آن پیوند دهد و بتواند تحلیلی جامعه‌شناختی از این موضوع ارائه دهد. هدف پژوهش حاضر نیز بررسی میزان تأثیر و نقش عرصه‌ها بر روی ذائقه‌های دانشجویان و طلاب با استفاده از الگوی تبیینی پیر بوردیو می‌باشد. روش تحقیق از نوع پیمایشی بوده و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم می‌باشد که تعداد ۳۶۲ نفر دانشجوی با ۱۶۸ نفر طلبه مقایسه شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه‌ی محقق ساخته شامل ۵۳ سوال بود. روایی محتوای پرسشنامه توسط استادان جامعه‌شناسی تأیید شد و پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۲ تعیین شد. نتایج حاصل از اجرای پرسشنامه با استفاده از آزمون t دو گروه مستقل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که محل تحصیل به عنوان متغیر مستقل روی ذائقه‌ها که در شش دسته‌ی ذائقه‌ی سیاسی، جنسیتی، زیباشناسی، سبک زندگی، مصرف و رسانه طبقه‌بندی شده بودند اثر دارد و در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه‌ی آماری آن‌ها معنی دار است. همچنین متغیرهای زمینه‌ای درآمد خانواده و مدرک تحصیلی والدین با محل تحصیل افراد با استفاده از آزمون کای اسکوتر مطالعه شد که نتیجه‌ی آزمون رابطه‌ی معنی دار بین متغیرهای مذکور را نشان می‌دهد.</p>	

تقدیم به دو شمع روشنی بخش زندگیم

پدر و مادر عزیزم

سپاسگزاری

«من لم يشكر الخالق، لم يشكر المخلوق»

اکنون بر خود فرض می دانم از استادان عزیزم، که بدون یاری آنان انجام این تحقیق ناممکن بود، قدردانی نمایم. از استادان خوبم: دکتر حسین بنی فاطمه، که بی طرفی علمی ایشان در کار علمی، الگویی برای همیشه ی من خواهد بود؛ دکتر محمدباقر علیزاده اقدم و دکتر توکل آقاییاری، که با اشارات دقیق و راهگشا، موانع راه این تحقیق را هموار ساختند؛ سپاس آموختن انجام کار تحقیق را، برای تمام تحقیقات احتمالی بعدی بدیشان مدیونم.

از سایر اساتید آقایان: دکتر محمد حریری اکبری، دکتر ایوب امیرکواسمی، دکتر فردین قریشی، دکتر فاروق امین مظفری و دکتر محمد عباس زاده که در طی دوران تحصیلی ام بهره های علمی فراوان برده ام، نهایت تشکر و قدردانی را دارم. همچنین از آقای دکتر حسین میرزایی که زحمت داوری پایان نامه را برعهده داشتند، سپاسگزارم.

از سایر دوستان، آقایان رسول صحرایی، عباس حمیدی، اسماعیل نجف زاده، مجید وظیفه امنندی و صمد جاویدان که هر کدام سهم ارزنده ای در به سرانجام رسیدن پایان نامه ی حاضر داشته اند، صمیمانه قدردانی می نمایم.

از پدر و مادر عزیزم که همیشه در راه تحصیل مشوق و همراه بنده بودند، نهایت سپاسگزاری را دارم، همچنین از برادر عزیزم شاپور برومند که مرا در نوشتن پایان نامه یاری نمودند، کمال تشکر و قدردانی را دارم.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
۲	۱-۱- مقدمه
۳	۱-۲- بیان مسأله
۶	۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش
۷	۱-۴- تعریف و تحدید موضوع
۸	۱-۵- اهداف پژوهش
۸	۱-۵-۱- هدف اصلی
۸	۱-۵-۲- اهداف فرعی
۸	۱-۶- سازمان بندی تحقیق

فصل دوم: ادبیات پژوهش

۱۱	۲-۱- پیشینه ی نظری
۱۱	۲-۱-۱- جامعه شناسی معرفت
۱۱	۲-۱-۲- جامعه شناسان آلمان
۱۴	۲-۱-۲-۲- ماکس وبر
۱۶	۲-۱-۲-۳- ماکس شلر
۱۷	۲-۱-۳- جامعه شناسان آمریکایی
۱۹	۲-۱-۳-۲- کارل مانهایم
۲۲	۲-۱-۳-۳- پیتر برگر
۲۳	۲-۱-۴- جامعه شناسان فرانسوی
۲۳	۲-۱-۴-۱- امیل دورکیم
۲۴	۲-۱-۴-۲- پیر بوردیو
۲۹	۲-۱-۵- مفاهیم و اندیشه های پیر بوردیو

- ۲۹-۱-۵-۲- مدرنیسم تا پست مدرنیسم.....
- ۳۰-۲-۱-۵-۲- زیبایی‌شناختی کردن زندگی روزمره.....
- ۳۲-۳-۱-۵-۲- منش یا خصلت.....
- ۳۴-۴-۱-۵-۲- میدان یا عرصه.....
- ۳۶-۵-۱-۵-۲- میدان و سرمایه.....
- ۳۷-۶-۱-۵-۲- عادت واره و رابطه آن با طبقه.....
- ۳۹-۷-۱-۵-۲- فضای اجتماعی.....
- ۳۹-۸-۱-۵-۲- موقعیت‌های اجتماعی و کنش.....
- ۴۰-۹-۱-۵-۲- دیالکتیک ساختار و عاملیت (منش و میدان).....
- ۴۴-۱۰-۱-۵-۲- سبک زندگی و تمایز.....
- ۴۶-۶-۱-۲- نقد و بررسی نظریه‌ها.....
- ۴۷-۲-۲- پیشینه‌ی پژوهش.....
- ۴۷-۱-۲-۲- پیشینه تجربی پژوهش در داخل کشور.....
- ۵۰-۲-۲-۲- پیشینه تجربی خارجی.....
- ۵۱-۳-۲- فرضیه‌های پژوهش.....
- ۵۱-۱-۳-۲- فرضیه‌های اصلی.....
- ۵۱-۲-۳-۲- فرضیه‌های فرعی.....
- ۵۱-۴-۲- ارائه‌ی مدل تحلیلی پژوهش.....

فصل سوم: روش‌شناسی

- ۵۴-۱-۳- مقدمه.....
- ۵۴-۲-۳- جامعه‌ی آماری مورد بررسی.....
- ۵۴-۱-۳-۲- انتخاب نمونه.....
- ۵۴-۲-۳-۲- شیوه‌ی نمونه‌گیری.....
- ۵۵-۳-۲-۳- واحد آماری.....
- ۵۵-۴-۳-۲- واحد تحلیل (واحد نمونه‌گیری).....
- ۵۵-۵-۳-۲- حجم نمونه.....

- ۳-۳- تعاریف متغیرها و مفاهیم مورد مطالعه ۵۷
- ۳-۳-۱- تعریف و نحوه ی اندازه گیری متغیرها ۵۷
- ۳-۳-۲- متغیرهای زمینه ای ۵۸
- ۳-۳-۳- تعریف مفهومی متغیر وابسته ۵۸
- ۳-۳-۴- تعریف عملیاتی متغیر وابسته ۵۹
- ۳-۳-۵- تعریف مفهومی متغیر مستقل ۶۰
- ۳-۳-۶- تعریف عملیاتی متغیر مستقل ۶۱
- ۳-۳-۷- تعریف برخی از مفاهیم ۶۱
- ۳-۴- روش های آماری و تجزیه و تحلیل داده ها ۶۱
- ۳-۴-۱- کدگذاری و استخراج داده ها ۶۲
- ۳-۴-۲- شاخص و نحوه ی شاخص سازی برای گویه ها ۶۴
- ۳-۵- تعیین پایایی و اعتبار پرسشنامه ۶۴

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

- ۴-۱- آماره های توصیفی ۶۷
- ۴-۱-۱- آماره های توصیفی متغیرهای زمینه ای ۶۷
- ۴-۲-۱- آماره های توصیفی متغیرهای وابسته ۷۵
- ۴-۲-۱-۱- متغیرذائقه ی سیاسی ۷۵
- ۴-۲-۱-۲- متغیرذائقه ی جنسیتی ۷۶
- ۴-۲-۱-۳- متغیرذائقه ی زیبایی شناسی ۷۸
- ۴-۲-۱-۴- متغیرذائقه ی سبک زندگی ۷۹
- ۴-۲-۱-۵- متغیرذائقه ی مصرف ۸۱
- ۴-۲-۱-۶- متغیرذائقه ی نوع رسانه ها ۸۳
- ۴-۲- آمار استنباطی ۸۴
- ۴-۲- آزمون متغیرهای زمینه ای ۹۱
- ۴-۲-۱- بررسی روابط بین متغیرهای زمینه ای و عرصه ۹۱
- ۴-۲-۲- بررسی روابط بین متغیرهای زمینه ای و ذائقه ۹۵

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۹۷	۵-۱- نتایج تحقیق
۹۷	۵-۱-۱- نتایج توصیفی پژوهش
۹۸	۵-۲- نتایج استنباطی تحقیق
۹۸	۵-۲-۱- نتایج استنباطی فرضیه های اصلی پژوهش
۹۹	۵-۳- یافته های پژوهش و ارتباط آن با چارچوب نظری و تجربی پژوهش
۹۹	۵-۳-۱- یافته های پژوهش و ارتباط آن با چارچوب نظری پژوهش
۱۰۲	۵-۳-۲- یافته های پژوهش و ارتباط آن با چارچوب تجربی پژوهش
۱۰۲	۵-۴- محدودیت ها، مشکلات و موانع تحقیق
۱۰۳	۵-۵- پیشنهادها
۱۰۶	فهرست منابع
۱۰۶	الف- منابع فارسی
۱۱۱	ب- منابع انگلیسی
۱۱۳	ضمایم

فهرست شکل ها

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲- مدل تحلیلی پژوهش	۵۲

فهرست جدول ها

عنوان جدول	صفحه
جدول ۱-۳- آمار دانشجویان کارشناسی دانشگاه محقق اردبیلی در سال ۸۹-۹۰	۵۶
جدول ۲-۳- لیست طلاب حوزه علمیه استان اردبیل سال ۸۹	۵۶
جدول ۳-۳- آمار خواهران طلبه حوزه ی علمیه شهرستان اردبیل	۵۶
جدول ۴-۳- تعداد دانشجویان و طلاب حاضر در نمونه پژوهش بر حسب جنسیت	۵۷
جدول ۵-۳- سطح سنجش و نوع آزمون سوالات زمینه ای پرسشنامه	۶۲
جدول ۶-۳- سطح سنجش و نوع آزمون سوالات گویه های پرسشنامه	۶۳
جدول ۷-۳- ضریب آلفای گویه های مربوط به ذائقه ها	۶۴
جدول ۸-۳- شاخص پایایی پرسشنامه	۶۵
جدول ۱-۴- آماره های توصیفی متغیرهای زمینه ای	۶۷
جدول ۲-۴- توزیع پاسخگویان بر حسب جنسیت به تفکیک حوزه و دانشگاه	۶۷
جدول ۳-۴- توزیع پاسخگویان بر حسب محل تحصیل به تفکیک حوزه و دانشگاه	۶۸
جدول ۴-۴- توزیع فراوانی های افراد مورد مطالعه بر حسب سن	۶۸
جدول ۵-۴- آماره های توصیفی افراد مورد مطالعه بر حسب سن	۶۸
جدول ۶-۴- توزیع پاسخگویان بر حسب محل سکونت به تفکیک حوزه و دانشگاه	۶۹
جدول ۷-۴- توزیع پاسخگویان بر حسب اشتغال به تفکیک حوزه و دانشگاه	۶۹

- جدول ۴-۸- توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۰
- جدول ۴-۹- توزیع پاسخگویان بر حسب درآمد خانواده به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۰
- جدول ۴-۱۰- توزیع پاسخگویان بر حسب شغل پدر به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۱
- جدول ۴-۱۱- توزیع پاسخگویان بر حسب مدرک تحصیلی پدر به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۲
- جدول ۴-۱۲- توزیع پاسخگویان بر حسب مدرک تحصیلی مادر به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۳
- جدول ۴-۱۳- توزیع پاسخگویان بر حسب شغل مادر به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۴
- جدول ۴-۱۴- توزیع پاسخگویان براساس ذائقه ی سیاسی به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۵
- جدول ۴-۱۴-۱- آماره های توصیفی شاخص ذائقه ی سیاسی ۷۶
- جدول ۴-۱۵- توزیع پاسخگویان براساس ذائقه ی جنسیتی به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۶
- جدول ۴-۱۵-۱- آماره های توصیفی شاخص ذائقه ی جنسیتی ۷۷
- جدول ۴-۱۶- توزیع پاسخگویان براساس ذائقه ی زیبایی شناسی به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۷۸
- جدول ۴-۱۶-۱- آماره های توصیفی شاخص ذائقه ی زیبایی شناسی ۷۹
- جدول ۴-۱۷- توزیع پاسخگویان براساس ذائقه ی سبک زندگی به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۸۰
- جدول ۴-۱۷-۱- آماره های توصیفی شاخص ذائقه ی سبک زندگی ۸۱
- جدول ۴-۱۸- توزیع پاسخگویان براساس ذائقه ی مصرف به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۸۲
- جدول ۴-۱۸-۱- آماره های توصیفی شاخص ذائقه ی مصرف ۸۲
- جدول ۴-۱۹- توزیع پاسخگویان براساس ذائقه ی رسانه به تفکیک حوزه و دانشگاه..... ۸۳
- جدول ۴-۱۹-۱- آماره های توصیفی شاخص نوع برخورد با رسانه ۸۴
- جدول ۴-۲۰- نوع آزمون و سطح سنجش متغیر مستقل و وابسته ۸۴
- جدول ۴-۲۱- آماره های مربوط به دو گروه در شاخص ذائقه سیاسی ۸۵

- جدول ۱-۲۱-۴-آزمون T دو گروه مستقل در شاخص ذائقه سیاسی ۸۶
- جدول ۲۲-۴- آماره های مربوط به دو گروه در شاخص ذائقه جنسیتی ۸۶
- جدول ۱-۲۲-۴-آزمون T دو گروه مستقل در شاخص ذائقه جنسیتی ۸۷
- جدول ۲۳-۴- آماره های مربوط به دو گروه در ذائقه شاخص زیباشناسی ۸۷
- جدول ۱-۲۳-۴-آزمون T دو گروه مستقل در شاخص ذائقه زیباشناسی ۸۸
- جدول ۲۴-۴- آماره های مربوط به دو گروه در شاخص ذائقه سبک زندگی ۸۸
- جدول ۱-۲۴-۴-آزمون T دو گروه مستقل در شاخص ذائقه سبک زندگی ۸۹
- جدول ۲۵-۴- آماره های مربوط به دو گروه در شاخص ذائقه مصرف ۸۹
- جدول ۱-۲۵-۴- آزمون T دو گروه مستقل در شاخص ذائقه مصرف ۹۰
- جدول ۲۶-۴- آماره های مربوط به دو گروه در شاخص ذائقه رسانه ای ۹۰
- جدول ۱-۲۶-۴-آزمون T دو گروه مستقل در شاخص ذائقه رسانه‌ای ۹۱
- جدول ۲۷-۴- نوع آزمون و سطح سنجش متغیرهای زمینه ای ۹۱
- جدول ۲۸-۴- جدول توافقی درآمد خانواده و محل تحصیل ۹۲
- جدول ۲۹-۴- آزمون کای اسکوتر متغیر درآمد خانواده و محل تحصیل ۹۲
- جدول ۳۰-۴- جدول توافقی مدرک پدر و محل تحصیل ۹۳
- جدول ۳۱-۴- آزمون کای اسکوتر مدرک تحصیلی پدر و محل تحصیل فرزندان آن ها ۹۳
- جدول ۳۲-۴- جدول توافقی مدرک مادر و محل تحصیل ۹۴
- جدول ۳۳-۴- آزمون کای اسکوتر مدرک تحصیلی مادر و محل تحصیل فرزندان آن ها ۹۴

فصل اوّل

کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

جامعه‌شناسی وقتی با موضوعی مانند ذائقه مواجه می‌شود سعی دارد آن را به چیزی غیر خودش یعنی به ریشه‌های اجتماعی آن پیوند دهد. و بتواند تحلیلی جامعه‌شناختی از این موضوع ارائه دهد و علت تفاوت ذائقه‌ی یک دانشجو با طلبه را نشان دهد. واضح است که افراد در عرصه‌های مختلف اجتماعی وارد می‌شوند و سرمایه‌های مختلفی را کسب می‌کنند به عبارتی عرصه‌های اجتماعی براساس سرمایه‌ها ساخته می‌شوند. همین عرصه‌ی اجتماعی با اینکه امکان انجام عمل را می‌دهد یا به عبارت بوردیوی فضای امکان‌هاست اما با این حال خود نیز محدود کننده می‌باشد، زیرا از طریق نوع و حجم سرمایه‌هایی که به افراد می‌دهد، ذائقه‌ی خاصی در آن‌ها بوجود می‌آورد و افراد براساس آن خود را از دیگران متمایز می‌سازند.

جامعه‌ی ایرانی عرصه‌ی^۱ تنازع، رقابت و همزیستی شیوه‌های گوناگون زندگی است. این شیوه‌های زندگی بر سر دستیابی به سرمایه در حال منازعه، رقابت و چالش با یکدیگرند. نه تنها از زندگی، لذت، ارزش روایت‌های مختلفی دارند بلکه حتی از امور عینی رخ داده در گذشته نیز روایت‌های مختلفی دارند گویا چندین تاریخ همزمان در ایران اتفاق افتاده است. این طرح نیز در صدد آن است تا این روایت‌های مختلف و چندگانگی سلیق را تبیین نماید و سهم عرصه‌های مختلف اجتماعی را در تنوع ذائقه‌های افراد دریابد.

بوردیو^۲ معتقد است که عاملین اجتماعی تحت تأثیر تجربیات گذشته دارای عادت واره‌هایی هستند که به نظام‌های بینش سلیقه و قضاوت مربوط می‌شود و آن‌ها را قادر به انجام اعمال روزانه تحت تأثیر دانش عملی می‌سازد. یعنی از طریق عادت واره می‌توانند به شرایط اجتماعی پاسخ داده و محرک‌های مرسوم عمل را مورد استفاده قرار دهند در اینجا محاسبه نتایج یا انتخاب عقلانی ابزار به کار گرفته شده وجود ندارد اما عمل‌کننده در چهارچوب محدودیت‌های ساختی به شکل بی‌نهایت عمل می‌کند و ممکن است استراتژی‌های جدید نیز به کار گیرد. به عبارت دیگر، گرایش‌های خاصی در وجود عامل از طریق تجربیات گذشته هست که او را قادر می‌سازد آن گونه که باید و شایسته است عمل کند و این بعد به طور مستقیم مربوط به تربیت طبقاتی او می‌شود.

بوردیو، همسو با کل سنت نظریه‌ی اجتماعی، معتقد است که مدرن شدن نوعی فرایند تفکیک است. اولین اصل این نظریه آن است که مشخصه‌ی دنیای ایده‌ها در جوامع سنتی یک «عقیده»^۳ بی‌چون و چرای

^۱. Field

^۲. Bourdieu

^۳. Doxa

واحد است، حال آن که در جوامع مدرن اصول «دگر اندیشی»^۱ و «راست اندیشی» با هم در کشاکشند (لش، ۱۳۸۳: ۳۴۹).

بی شک امروزه عرصه های مختلف اجتماعی به یکی از مهمترین وجوه «تمایز»^۲ بدل شده است. به این معنا که نوع «عرصه»ها نوع «سرمایه فرهنگی» و «سرمایه اقتصادی» افراد و خانواده ها را مشخص کرده و میزان «منزلت اجتماعی» آنها را تعیین می کند و میان آنها تمایز می گذارد. به تعبیر «پیر بوردیو» فرد با نوع ورزش، نوع پوشش، نوع موسیقی و نوع فیلمی که می پسندد، می توانید خود را از بقیه (دیگری) «تمایز» ساخته و طبقه خود را تعیین کند.

در میان عرصه های مختلف، در جامعه ی ما دو عرصه بیش از دیگر عرصه ها می تواند بیانگر چندگانگی ذائقه ها باشد. عرصه ای که جامعه ی دانشجویی را شکل می دهد و عرصه ی دوم، عرصه ی مذهبی با نام طلاب، که جامعه ی علوم دینی را شکل می دهد. این طرح عمدتاً در صدد برآورد نتایج حاصل از این دو جامعه است و بیان می دارد که جامعه ی آماری مد نظر ما، در اثر تأثیر عرصه های متفاوت، ذائقه های متفاوتی به افراد می دهند و خود این ذائقه ها، چندگانگی هایی را در زندگی افراد به وجود می آورد.

آنچه اهمیت دارد این است که ایران نیز در دهه های اخیر در گذر چرخ های توسعه قرار گرفته و تغییر شکل یافته، یعنی گذاری داشته از سنت به مدرنیته و حتی در بخش هایی ویژگی های پست مدرنیسم نیز دیده می شود، و کنشگران امروزی مانند سابق عمل نمی کنند و ذائقه شان در ابعاد مختلف تفاوت کرده است، جامعه شناسان نیز روی این موارد کار کرده اند، این طرح با در نظر گرفتن زمینه بومی و به یاری نظریه های موجود این چندگانگی را بررسی کرده است.

۲-۱- بیان مسأله

تبیین کنش، مهمترین مسأله در عرصه جامعه شناسی است و رویکرد جامعه شناسان در برخورد با این مسأله در قالب دو سنت نظری عین گرایی^۳ و ذهن گرایی^۴ قابل دسته بندی است. رقابت این دو سنت متقابل، زمینه را برای رویکرد سوم فراهم می آورد، رویکردی که ادعای فراروی از دوگانه گرایی^۵ را دارد. هسته این

^۱. Heterodoxy

^۲. Distinction

^۳. Objectivism

^۴. Subjectivism

^۵. Dualism

برنامه پژوهشی در مفهوم رابطه^۱ نهفته است، چنانچه از توقف در وجوه عینی و ذهنی واقعیت امتناع می‌ورزد و دیالکتیک سوژه و ابژه را بنیاد واقعیت اجتماعی در سطح هستی‌شناسی فرض می‌کند. به موازات این مفروضه، سطوح معرفت‌شناختی و روش‌شناختی نیز تعریف و تنظیم می‌گردند (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۲).

جهان اجتماعی مدرن که حاصل فرایند طولانی شکل‌گیری تمایزیابی هاست، به فضاهای خرد بی‌شماری تجزیه می‌شود که همانا میدان^۲ها هستند. هر یک از این میدان‌ها شرایط بازی، موضوعات و منافع خاص خود را دارد (میدان ادبی، علمی، سیاسی، دانشگاهی، قضایی، بنگاهی، ژورنالیستی) (کتبی، ۱۳۸۵: ۱۳۸).

طبق نظر بوردیو «جایگاه و موقعیت»^۳ هر کنشگر او را به سوی الگوی رفتاری خاصی متمایل می‌کند (سفیری و همکاران، ۱۳۸۹: ۳). آدم‌های قرون وسطی و اعضای جوامع قبیله‌ای ماقبل مدرن می‌توانستند سال‌ها بدون رویارویی با خدای دیگر، یا با یک جهان بینی کاملاً متضاد، با افسانه‌های عامیانه متفاوت، رقص‌ها، آداب و سنن و یا اسطوره‌های متفاوت به زندگی خود ادامه دهند. اگر قرار بود با فرد یا جامعه متفاوت دیگر مواجه شوند، در آن صورت استراتژی عبارت بود از فتح و غلبه نظامی، اقتصادی و جنسی بر فرد یا جامعه مذکور؛ در آوردن وی به دین و آئین خود (تغییر دادن کیش او)؛ و یا کشتن وی. صرف وجود "غیر" یا دیگری تهدیدی برای کلیت و جهانشمولیت اعتقادات (فرد یا جامعه مذکور قرون وسطایی یا جوامع قبیله‌ای ماقبل مدرن) به شمار می‌رفت. لیکن در عصر پست مدرن نمی‌توان حتی یک روز بدون مواجهه با واقعیت‌های متفاوت بسیارسپری کرد (نوذری، ۱۳۷۹: ۶). بنابراین عرصه‌های مختلف دائماً در حال رویارویی با یکدیگرند و این رویارویی ممکن است در جهت تقویت همدیگر و یا طرد همدیگر باشند.

جامعه‌شناسی پیر بوردیو از منظر جامعه‌شناسی معرفت مورد بررسی قرار می‌گیرد، مسأله هسته‌ای جامعه‌شناسی معرفت مسأله "تعین اجتماعی معرفت" ولو با تعبیرات مختلف است. منظور از این مسأله، یعنی "تعین اجتماعی معرفت" چیست؟ بیان ساده مسأله این است که خاستگاه، منشأ و یا مظهر ایده‌ها، افکار، ذهنیت‌ها، نظریه‌ها و سیستم‌های معرفتی، جامعه است یا به بیانی دیگر آنها در چارچوب‌های اجتماعی شکل می‌گیرند و به پارامترها و واقعیت‌های اجتماعی وابسته‌اند (توکل، ۱۳۸۷: ۲).

وبلن در سراسر نوشته‌هایش خواسته است نشان دهد که چگونه عادات فکری بر اثر عادت‌های زندگی پدید می‌آیند و پیوسته بر وابستگی سبک‌های فکری به سازمان‌های اجتماعی تأکید داشت (به نقل از کوزر، ۱۳۸۵: ۳۶۳).

^۱. Relation

^۲. Champ

^۳. Position

از آنجا که عرصه‌های اجتماعی متفاوت، عادت و آواره‌های مختلفی را به افراد می‌دهند و ذائقه نمود عینی عادت و آواره به شمار می‌رود، زندگی نیز از گوناگونی و چندگانگی تشکیل می‌شود، خود افراد نیز به صورت‌های مختلف این تمایز را نشان می‌دهند. ویلن اشاره می‌کند که به طور مثال داشتن یک کتابخانه مجلل یا کلکسیون نقاشی‌نمایشگر فراغت و مصرف چشمگیر است و طبقه مرفه از آن طریق اثبات می‌کند که شیوه زندگی متفاوت از دیگران دارد. یعنی از نظر زمانی، وقت خرید این کتاب‌ها و نقاشی‌ها را دارد و از نظر مالی پرداخت این نوع هزینه‌ها برایش بسیار آسان است (به نقل از ممتاز، ۱۳۸۳: ۳).

مسئله‌ی اجتماعی ما که ضرورت این طرح را نیز ایجاب می‌کند، موضوعی است برخاسته از این واقعیت اجتماعی^۱ که در هر جامعه‌ای چندگانگی در ذائقه‌ها دیده می‌شود که با اسامی و عناوین مختلف مانند کثرت‌گرایی مطرح می‌شود. در نظر ما آنچه که به عنوان متغیر اصلی و اساسی، این چندگانگی را بر جامعه تحمیل می‌کند، عرصه‌های مختلف اجتماعی است. لذا برای بررسی این موضوع دو عرصه‌ی متفاوت را که هریک می‌تواند نشانگر تفاوت‌ها در ذائقه‌ها باشند را مورد پژوهش قرار می‌دهیم.

نکته مهم در تحلیل این عرصه‌های اجتماعی ایرانی آن است که این عرصه‌های اجتماعی از یک سو هم پیامد تحولات اجتماعی - فرهنگی ایرانند و هم از سوی دیگر شکل دهنده تحولات اجتماعی و فرهنگی می‌باشند. حاصل این دیالکتیک میان عواملان و شرایط تاریخی ایران جهان‌های فرهنگی مختلفی است که در عرصه فرهنگی و اجتماعی ایران در حال تنازعند. موضوع اصلی تنازع، تحمیل «تعریف مشروع و معیار» از زندگی و عناصر مهم آن است (به نقل از ارمکی و شالچی، ۱۳۸۷: ۲).

یکی از مهم‌ترین مسائلی که هر کشور گریبانگیر آن است مسئله‌ی فرهنگی می‌باشد، خصوصاً کشورهای جهان سوم، کشور ایران نیز با توجه به تعدد نهادهای فرهنگی، درگیر مسایل سلیقه‌ای در ابعاد مختلف، حتی بعد علمی گشته‌است، نهادهای علمی دو گانه در ایران (حوزه و دانشگاه) که مسئولیت تولید علم و انتقال آن به افراد جامعه از طریق رسانه‌های واسطه که می‌تواند حوزه، دانشگاه، نشریه، رادیو، اینترنت و غیره باشد این رسالت را انجام می‌دهند. هدف این طرح نیز ارایه راهکاری برای تقویت همگرایی و پرهیز از واگرایی در عرصه‌ی علمی کشور می‌باشد، لذا یافتن نقاط همگرایی و کمک به افزایش آن و کاستن از واگرایی مهمترین مساله‌ی این طرح می‌باشد. مساله‌ی که به طور واضح با آینده‌ی کشور مرتبط است و اینکه مسیر علمی کشور را مشخص می‌کند و می‌توان نقشه‌ی علمی‌ای با توجه به این موضوع در کشور تهیه کرد.

اسکات لث (۱۳۸۳) از معتقدان به جامعه‌شناسی پست مدرنیسم نیز رهیافت بوردیو را در تحلیل فرهنگی بکار می‌گیرد. لث مستند به برخی از آثار بوردیو به‌ویژه کارهای مردم‌شناسانه وی و همچنین با استنباطی که

^۱. Social Reality

خود به وسیله مفاهیم بوردیویی انجام می‌دهد، ویژگی‌های سنت، مدرنیته و پسامدرنیته را در نظر بوردیو بیان می‌کند. مدرنیزاسیون در نظریه بوردیو به مفهوم تمایزیابی و خودمختار شدن میدان‌ها (حوزه‌ها) در سطح ساختاری و تمایزیابی منش در سطح عاملیت راجع است، «پست مدرنیزاسیون فرایند تمایزدایی و واژگون شدن خودمختاری است. این فرآیند هم شامل فرآیند تمایزدایی میدان‌ها یا ساختارها، و هم تمایزدایی عاملیت یا «منش» است» (لش، ۱۳۸۳: ۳۷۷).

تیپ ایده‌آلی که برای بررسی حاضر می‌توان در نظر گرفت در دو گروه متمایز قرار می‌گیرند: یکی گروه دانشجویان و دیگری طلاب، که می‌توانند نمایندگان دو عرصه‌ی متفاوت باشند. عملکرد این دو گروه در مورد ترجیح قائل شدن‌هایشان ما را به این نتیجه خواهد رساند که آیا عرصه‌ی اجتماعی متفاوت، عادت‌واره‌ها و ذائقه‌های افراد را متأثر می‌سازند یا نه. و اگر عادت‌واره‌های افراد متأثر از عرصه‌های اجتماعی آنهاست، این تاثیر تاچه میزان است. موقعیت‌های مشترک در نظام اجتماعی شرایطی را فراهم می‌آورند که طرح‌های ادراکی و ارزیابی کنشگران همگرا گردند، به گونه‌ای که تجلی این همگرایی در قالب منطق عملی مشترک آن‌ها نمود می‌یابد. بدین ترتیب، مفهوم جهان‌بینی و آگاهی طبقاتی^۱ مارکس به این نحو در نظریه بوردیو نیز ترجمه می‌گردد (جمشیدیها و پرستش، ۱۳۸۶: ۱۴). جامعه‌شناسی معرفت و بویژه رهیافت بوردیو در این مسیر یاریگر ما خواهد شد.

۳-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش

بدیهی است که نهادهای فرهنگی جزو ارکان اصلی هر کشور می‌باشند، سرمایه فرهنگی که بوردیو مطرح می‌کند یکی از چهار سرمایه مطرح شده در نظریات وی است " مفهوم سرمایه فرهنگی نزدیک به مفهوم وبری شیوه زندگی است که شامل مهارت‌های خاص، سلیقه، نحوه سخن گفتن، مدارک تحصیلی و شیوه‌هایی می‌گردد که فرد از طریق آن خود را از دیگران متمایز می‌سازد (ممتاز، ۱۳۸۳: ۳). با توجه به گذار کشورمان از جامعه‌ی سنتی به مدرن و با در نظر گرفتن این نکته که مدرن شدن فرایندی مبتنی بر تفکیک^۲ فرهنگی است، در جامعه تمایزهایی را خواهیم دید که در عرصه‌های مختلف اجتماعی پراکنده شده است، مثلاً وزن و حجم سرمایه‌های مختلف در عرصه‌ی دانشگاه متفاوت با وزن و حجم سرمایه در عرصه‌ی حوزه می‌باشد؛ این امر خود را می‌تواند به راحتی نشان دهد، اما مسأله اساسی زمانی حاصل می‌آید که این عرصه‌ها در تقابل سلیقه‌ای قرار گیرند و خواهان تسلط بر دیگری باشند، یعنی خواستار برتری جویی در ارزش‌های خود بر گروه یا عرصه دیگری باشند. ترجیحات خود را بر دیگری تحمیل کنند که این ترجیحات می‌توانند طیف

^۱. Social conciesnes

^۲. Differentiation

گسترده‌ای از هنجارهای مصرفی (انتخاب پوشاک و خوراک و ...)، ترجیحات سیاسی (چپ و راست و ...)، فعالیت‌های وقت آزاد (نوع ورزش، مسافرت، نحوه استفاده از رایانه و ...)، در اینجا یک سلیقه با تمام وجود می‌خواهد در تمام ابعاد خود را بر دیگر سلیق غالب کند، و ارزش‌های خود را ارزش حاکم نماید.

از طرف دیگر وحدت حوزه و دانشگاه یا اسلامی کردن دانشگاه که از بدو انقلاب مطرح شده است و تاکنون اقدامات چندی از جمله ایجاد گروه معارف و رشته الهیات و واحدهای درسی معارف اسلامی در رشته‌های مختلف دانشگاهی و همچنین تدریس دروس دانشگاهی و ایجاد رشته‌هایی چون روانشناسی، پزشکی، جامعه‌شناسی و ... در برخی حوزه‌های علمی انجام گرفته است. با توجه به اینکه این دو نهاد دو بازوی مهم فرهنگی کشور هستند که در سطوح کلان، برنامه ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کشوری را بر عهده دارند و در صورت شکاف بین آنها کشور خسارت‌های فراوانی را دیده و خواهد دید (جابرین، ۱۳۸۵: ۸). همچنین موجب تلف شدن نیروی انسانی و زمان و هزینه در کشور خواهد شد. بنابراین ضروری می‌نماید بررسی‌های علمی و کارشناسانه در جهت شناخت علل اختلاف‌نظرها و به اصطلاح واگرایی سلیق از همدیگر انجام گیرد. مطالعه‌ی تطبیقی این دو گروه همچنین نشان خواهد داد چگونه اختلاف در عرصه می‌تواند منجر به بروز اختلاف در ترجیحات آنها شود و طیفی از ترجیحات از سنتی تا مدرن را ایجاد نماید.

۴-۱- تعریف و تحدید موضوع

در تحلیل‌های جامعه‌شناختی بر ابعاد خرد و کلان (عاملیت و ساختار) تأکید می‌شود و لذا به اعتقاد بوردیو هم ساختار عینی (عرصه) و هم عاملیت (ساختار ذهنی) در تولید ذائقه موثرند. نگرش دیالکتیکی بین عاملیت و ساختار به عنوان عنصر تمایز ذائقه‌ها از شاخص‌های عمده‌ای است که جامعه‌شناسی بوردیو را از سایرین مجزا می‌کند. لذا تعاریف ما از ذائقه و عرصه عمدتاً از دیدگاه‌های نظری بوردیو گرفته شده است. بوردیو همه‌ی عوامل را وابسته به عرصه می‌داند چرا که عرصه‌ها خود می‌توانند در ایجاد عادت و ذائقه‌ها موثر باشند (مقدس جعفری و همکاران، ۱۳۸۶: ۹).

عرصه‌های مختلفی در هر اجتماع وجود دارد، مثل عرصه‌ی قدرت، اقتصاد و سایر که ما در این تحقیق روی عرصه‌ی تولید فرهنگی تمرکز کرده‌ایم تا نتایج حاصل از این عرصه‌ها را روی ذائقه‌ی افراد بررسی نماییم.

ذائقه: بورديو عادت واره را با يك مفهوم ديگر به نام ذائقه پيوند مي زند. ذائقه نيز يك عملکرد^۱ است که یکی از کارکردهایش این است که افراد جامعه از طریق ذائقه به ادراکی از جایگاهشان در نظام اجتماعی می رسند. ذائقه، همه کسانی را که سلیقه ی به نسبت یکسانی دارند به هم نزدیک می کند و از این طریق آن ها را از افراد دیگر جدا می کند (ریترز، ۱۳۷۴: ۷۲۷).

عرصه: زمینه یا حوزه عبارت است از زیر اجتماعی که یک عادت واره یا منش در آن حاکمیت دارد. (نقل از مقدس جعفری و همکاران، ۱۳۸۶: ۴). زمینه بیانگر تأکید بورديو بر شرایط اجتماعی است، بدون افتادن در دام جبرگرایی عینی (رضایی، ۱۳۸۳: ۵۲).

۱-۵- اهداف پژوهش

۱-۵-۱- هدف اصلی

شناخت عرصه ی اجتماعی و میزان تاثیر آن در ذائقه در بین دانشجویان کارشناسی و طلاب علوم دینی شهر اردبیل.

۱-۵-۲- اهداف فرعی

شناخت میزان تفاوت در قضاوت های زیبایی شناختی افراد به علت تمایز موقعیت های اجتماعی آنان .

شناخت میزان تشابه ذائقه ی افرادی که عرصه ی اجتماعی یکسانی دارند.

شناخت میزان تأثیر گذاری عرصه ی اجتماعی بر ذائقه های افراد.

شناخت میزان برخورداری از انواع سرمایه ها و نحوه ی عملکرد افراد به تناسب آن.

۱-۶- سازمان بندی تحقیق

این رساله در پنج فصل تنظیم شده است، فصل اول مقدمه ای است درباره ی بیان مسأله، ضرورت و اهمیت تحقیق و اهداف و محدودیت های تحقیق، فصل دوم مروری است بر رهیافت ها و رویکردهای نظری، دیدگاه های جامعه شناسی معرفت بویژه پیربورديو و طرح سابقه ی تحقیق و بعد از تدوین تئوری یک مدل نظری برای پژوهش انتخاب شد. فصل سوم که به روش شناسی تحقیق مربوط می شود جامعه ی آماری،