

## تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشگاهی

محمد فاضلی<sup>۱</sup>

عضو گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

### چکیده

در اکثر نظریه‌ها درباره نقش دانشگاه در دنیای جدید چنین استدلال می‌شود که ارتقای فرهنگ و تربیت شهروند مشارکت‌جو در کنل تربیت فرد متخصص، از اهم وظایف دانشگاه در دوران جدید است. مصرف محصولات فرهنگی، یکی از راه‌های مهم ارتقای سرمایه فرهنگی و آماده شدن دانشجویان برای ایفای نقش‌هایی است که انتظار می‌رود در دنیای جدید ایفا کنند. مقاله حاضر، با بررسی میزان مصرف فرهنگی دانشجویان ایرانی به بررسی این مسئله می‌پردازد که میزان مصرف فرهنگی دانشجویان در شرایط فعلی تا چه اندازه قادر است ایشان را برای ایفای نقش شهروندانی آگاه و مشارکت‌جو آماده کند. هم‌چنین بر مبنای نظریه سبک زندگی و انتقال بین‌نسلی سرمایه فرهنگی، ایده‌هایی درباره آینده مصرف کالاهای فرهنگی در ایران ارائه شده است.

**واژگان کلیدی:** دانشجو، سبک زندگی فرهنگی، شهروند مشارکت‌جو، مصرف محصولات فرهنگی.

## مقدمه

در این مقاله بر اساس داده‌های موجود درباره مصرف فرهنگی دانشجویان کشور، ایده بسیار ساده ولی مهم را دنبال خواهیم کرد. استدلال ما این است که بر اساس تحولات پدید آمده در جهان، نقش‌هایی که دانشگاه و دانشجوی جدید باید برعهده بگیرد، تغییر کرده است. در این نقش‌های جدید، عنصر فرهنگ حائز اهمیت است و به عبارتی دانشجویان باید بر توانایی‌هایی مسلط شود و مسئولیت‌هایی را در جامعه جدید بپذیرد که بدون داشتن ذخیره‌ای از سرمایه فرهنگی و مسلط شدن بر ایده‌هایی که از طریق مصرف فرهنگی فعال، دائمی و انتقادی به وی منتقل می‌شود، قادر به کسب شایستگی برای این نقش‌ها نخواهد بود. به عبارتی مصرف و سبک زندگی فرهنگی در شکل دادن به حیات فرهنگی دانشجویان و رسیدن آنها به سطحی که بتوانند نقش‌هایی را که از آنها انتظار می‌رود ایفا کنند محوریت دارد. آن‌گاه براساس بررسی تجربی آمارهای موجود درباره مصرف فرهنگی دانشجویان در ایران، به گمانه‌پردازی درباره تناسب دانشگاه و دانشجوی موجود در ایران با انتظارات از دانشگاه و دانشجوی جدید می‌پردازیم.

متأسفانه داده‌های کافی درباره نوع و میزان مصرف فرهنگی دانشجویان کشور وجود ندارد. تحلیل مصرف فرهنگی زمانی می‌تواند بر مبنای نظری مبسوط و دقیق استوار گردد که نه تنها ساعات استفاده از محصولات فرهنگی بلکه محتوای مصرف نیز بررسی شده باشد. نظریه‌های جامعه‌شناختی تبیین‌کننده سبک زندگی و مصرف فرهنگی و پیامدهای آن مانند نظریه پیر بوردیو، ریچارد پیترسون، آنتونی گیدنز (نک: فاضلی، ۱۳۸۲؛ کرچبرگ ۲۰۰۷) بینش‌هایی درخصوص ساخت اجتماعی و محتوای مصرف فرهنگی ارائه می‌کنند. داده‌های موجود درباره مصرف فرهنگی دانشجویان فقط زمان پرداختن به هر فعالیت و مصرف فرهنگی را پوشش داده‌اند و هیچ اطلاعاتی از محتوای مصرف فرهنگی دانشجویان ارائه نمی‌کنند و از همین‌رو نمی‌توان چیزی بیش از گمانه‌زنی‌های ابتدایی درباره مصرف فرهنگی دانشجویان ارائه کرد. اگرچه داده‌های موجود امکانی برای مذاقه‌های نظری فراهم نمی‌کنند، لیکن میزان مصرف فرهنگی دانشجویان در سطحی است که حتی بدون آزمون فرضیات مأخوذ از نظریه می‌توان پیامدهای این سطح از مصرف فرهنگی را تحلیل کرد. حداقل می‌توان مدعی شد که این‌گونه تحلیل قادر است فرضیاتی درباره آینده حیات فرهنگی در ایران ارائه کند.



## دانشگاه و دانشجوی جدید

نظریه‌های مختلفی در باب نقش دانشگاه مطرح است. در این قسمت به بخشی از نظریه‌ها و ایده‌های بیان شده در باب نقش دانشگاه به اختصار اشاره می‌کنیم. اولین نظر در باب نقش دانشگاه، به تفسیری از مفهوم فرهنگ و نقشی که یونسکو برای دانشگاه تعریف کرده است، ارتباط دارد. بنا به تعریف یونسکو «... فرهنگ علاوه بر هنرها و ادبیات، شامل شیوه زندگی، حقوق اساسی بشر، نظام ارزش‌ها، سنت‌ها و باورها نیز می‌شود. ... فرهنگ انسان را برای اندیشیدن دربارهٔ خویش توانا می‌سازد. فرهنگ، همان چیزی است که ما را موجوداتی انسانی، عقلانی، انتقادی و به لحاظ اخلاقی متعهد می‌سازد. انسان از طریق فرهنگ خود را بیان می‌کند، خود را به‌مثابه طرحی ناتمام بازمی‌شناسد، شناخت‌هایش را به بحث می‌گذارد، دائماً معانی جدید می‌جوید و چیزهایی خلق می‌کند که وی را به تعالی می‌رساند» (کابال، ۱۹۹۳: ۱۲۹). با چنین تعریفی از مفهوم فرهنگ، اولین نقشی که برای دانشگاه تعریف می‌شود، «ارتقای فرهنگ» است. این کارکرد عمیقاً با مفهوم دیگری با عنوان «توسعه همه‌جانبه» پیوند دارد.

توسعه همه‌جانبه به معنای توجه به شاخص‌های کمی و کیفی زندگی در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی (و نه صرفاً تقلیل همهٔ واقعیت توسعه به بعد اقتصادی) است. به همین لحاظ، دانشگاه در عقلانی کردن موجودات انسانی و اعطای قابلیت اندیشیدن انتقادی، حفظ تعهد اخلاقی، کار خلاق و بیان هویت انسانی و به عبارت دیگر، تقویت همهٔ عناصری که در تعریف یونسکو از فرهنگ گنجانده شده است، نقشی اساسی دارد.

در ضمن دانشگاه وظیفه انتقال میراث فرهنگی را نیز بر عهده دارد. این میراث نظام ارزش‌ها و باورها و البته قابلیت برخورداری از اندیشهٔ انتقادی نسبت به آن‌ها را نیز در بر می‌گیرد. یونسکو به‌گونه‌ای دیگر هم به کارکرد دانشگاه نظر دارد. از دید یونسکو، نقش اجتماعی دانشگاه عبارت است از «فراهم کردن پیوند میان نقش فکری و آموزشی دانشگاه از یک سو، با توسعهٔ جامعه از سوی دیگر» (پیشین: ۲۲-۲۱). کابال نقش دانشگاه را این‌گونه تعریف می‌کند: «به دو گونه می‌توان در باب مدیریت دانشگاه یا ادارهٔ آن سخن گفت. زمانی دانشگاه به‌مثابه نهادی است با بخش‌های متعدد و به شکل یک نهاد ارگانیک خود را از درون تنظیم می‌کند. اما زمانی دانشگاه خود را برای برآوردن نیازهای جامعه و در خدمت آن بودن، تنظیم می‌کند. نقش‌هایی که دانشگاه برای خدمت به جامعه ایفا می‌کند عبارتند از:





اشاعه دانش، آموزش و تعلیم انسانیت و پرورش جامعه» (پیشین). در بیانیه جهانی آموزش عالی که در سال ۱۹۹۸ به تصویب رسید، وظیفه دانشگاه چنین تعریف شده است: «تربیت فارغ‌التحصیلان با تخصص‌های بالا و شهروندان مسئولی که با عرضه کیفیت‌های خاص، قادر به مشارکت در تمامی بخش‌های فعالیت بشری باشند، از جمله آموزش فنی، مشارکت دادن دیگران در دانش و مهارت‌های سطح بالا از طریق برگزاری کلاس‌ها و برنامه‌هایی که به‌طور مداوم همگام با نیازهای حال و آینده جامعه است». این عبارات بر دو نکته تأکید می‌کنند: ۱. فارغ‌التحصیل متخصص؛ ۲. شهروند مسئول و مشارکت‌جو.

دانش‌آموخته متخصص نیز اساسی اقتصاد دنیای ملرن است. شهروند مسئول و مشارکت‌جو اساس نهادهای مدنی است. دانشگاه باید داشتن تعهد به ارزش‌ها و اصول جامعه، ایجاد انگیزه، توانایی بلزاندیشی انتقادی در آن‌ها و قابلیت‌های مشارکت جستن در جامعه را به فرد منتقل کند. در گزارشی که با عنوان دانشگاه و جامعه از سوی «مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی» منتشر شده به کارکردهای ذیل برای دانشگاه اشاره شده است:

۱. تولید علم عصری و علم بومی: دانشگاه باید دانشی تولید کند که به‌روز و بومی باشد. دانشگاه بومی و به‌روز قادر است به نیاز جامعه پاسخ دهد؛

۲. دانشگاه و تغییرات اجتماعی: دانشگاه خود عامل تغییر اجتماعی است و در پیش‌بینی تغییرات هم نقش دارد؛

۳. دانشگاه و ارتباط بین‌المللی علم: دانشگاه به منزله مرکزی برای مبادله دانش در سطح جهان عمل می‌کند؛

۴. ارائه آموزش‌های کوتاه مدت به جامعه؛

۵. دانشگاه و بلزآموزی: دانشگاه به منزله نهادی در جهت آموزش دائمی بزرگسالان نیز عمل می‌کند (مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی، ۱۳۷۷: ۱۰۸-۱۰۱).

در همین گزارش اشاره شده است که دانشگاه در فراهم آوردن دو پیش‌شرط زندگی اجتماعی نقش اساسی دارد. این پیش‌شرط‌ها عبارتند از ۱. تعهد اخلاقی برای مشارکت و همکاری اجتماعی در جهت تحقق جامعه قانون‌مند مدنی و دفاع از ارزش‌های والای حیاتی مانند گفت‌وگو، هم‌فهمی، دیگرپذیری، انسان‌دوستی و عدالت‌خواهی؛ ۲. دانایی و فناوری، تولید دانش فنی و کاربردی، نوآوری و روزآمد و کل‌آمد کردن علم و فن و هنر برای پاسخ‌گویی به نیازهای متنوع جانشین‌پذیر و پایان‌ناپذیر (پیشین: ۲).



یورگن هابرماس، فیلسوف و جامعه‌شناس معاصر آلمانی نیز به سه مورد از رسالت‌های دانشگاه اشاره کرده است. چون هابرماس از منظر آرمان‌های ملرنیته و از جوانب فلسفی-اجتماعی به دانشگاه نگاه می‌کند، بر رسالت‌های غیر تخصصی آن بیشتر تأکید دارد. وی نظر خویش در باب رسالت‌های دانشگاه را در موارد ذیل بیان می‌کند: «... دانشگاه‌ها نه تنها باید بینشی را که از نظر فنی قابل بهره‌برداری را انتقال دهند بلکه باید به فکر تولید، گسترش و اشاعهٔ چنین دانشی نیز باشند. منظور من از دانش از نظر فنی قابل بهره‌برداری، هم شامل جریان و سرریز اطلاعات از بخش تحقیقات و پژوهش به کانال‌های صنعت می‌شود و هم شامل دانش مشورتی و اطلاعات نظری‌ای می‌شود که در رابطه با راهبردهای مدیریت، حکومت و دیگر قدرت‌های تصمیم‌گیری نظیر مؤسسات خصوصی مورد استفاده می‌شود» (هابرماس ۱۳۷۳: ۹۲-۹۱)؛ اما هابرماس دو وظیفه دیگر نیز برای دانشگاه تعریف کرده است که عبارتند از انتقال، تبیین و اشاعهٔ سنت فرهنگی جامعه و شکل دادن به خودآگاهی سیاسی دانشجویان (همان، ۹۳). نگاه کل‌نگر و همه‌جانبهٔ وی قادر است، ابعاد تخصصی آموزش‌های دانشگاهی را با آنچه برای زیستن در جامعهٔ مدنی لازم است تلفیق کند و نهاد دانشگاه را به سان تغذیه‌کنندهٔ اندیشه در قالب رسالتی که دنیای مدرن بر دوش آن نهاده است، بلز شناسد. دانشگاه جدید نقش مهمی در تقویت حوزهٔ عمومی نیز بر عهده دارد. به عقیده دلانتي «وظیفه دانشگاه این نیست که رهبری معنوی، فرهنگی یا سیاسی جامعه را بر عهده گیرد، بلکه وظیفه دارد مجاری ارتباط در جامعه را بگشاید. دانشگاه به عوض آن‌که جایی برای اجماع کردن باشد، باید در جهت تقویت حوزهٔ عمومی عمل کند» (دلانتي، ۲۰۰۲: ۷).

دانشگاه جدید با پیچیدگی‌های دنیای امروز روبه‌روست و باید خروجی‌هایش را برای پاسخ گفتن به این تهدیدها تربیت کند. جهانی شدن- با تعابیر مختلف از آن- بروز کرده است و بیم آن می‌رود که در جریان سیطرهٔ اقتصاد و سودآوری بر همه چیز، برخی آرمان‌های اخلاقی و مسئولیت‌های شهروندی فراموش شود. تهدید زیست‌محیطی نیز از سال‌ها پیش وجود داشته و امروز شدیدتر شده است. شکاف فقیر و غنی رو به افزایش است؛ جنگ‌ها زندگی تعداد بیشتری از مردم را تهدید می‌کند؛ حقوق بشر به راحتی پایمال می‌شود و هر روز صورت‌های جدیدی از بهره‌کشی و تعرض به حقوق آن‌ها که در حاشیه جوامع قرار گرفته‌اند بروز می‌کند. پاسخ گفتن به این تهدیدها بدان معناست که دانشگاه‌ها همواره باید خود را نسبت به مأموریتی فراتر از تربیت نیروی بلزار کار متعهد سازند. مراکز تحقیق و توسعه صنعتی،

آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای و انواع سازمان‌های اقتصادی که برای خود مراکز آموزشی دایر کرده‌اند قادرند نیروی بلزر کلر را تربیت کنند، ولی شاید فقط دانشگاه‌ها باشند که مأمورند انسان‌هایی حساس به مسائلی نظیر فقر، نابرابری، آلودگی زیست‌محیطی، دارای مسئولیت اجتماعی و متعهد به حفظ اصول روحیه انسانی تربیت کنند (کالینگفورد، ۲۰۰۴: ۲۵۲-۲۴۸). به این ترتیب باید خروجی آموزش عالی قادر باشد از پس الزامات این موقعیت جدید برآید. به این ترتیب مشاهده می‌شود که نظریه‌های موجود درباره نقش دانشگاه در دنیای جدید به شدت بر کلرکدهای فرهنگی آن نظیر انتقال میراث فرهنگی، خلاقیت فرهنگی، توانایی انتقادی اندیشیدن، بسط آگاهی سیاسی، تربیت انسان‌هایی عاقل، دیگرپذیر و متساهل تأکید می‌کنند (برای ملاحظه بحث مفصلی درباره کلرکدهای فرهنگی دانشگاه در دوران معاصر نک به: شلر، پور و همکاران، ۱۳۸۰). بی‌گمان جامعه ایران با همه دشواری‌هایی برآمده از وضعیت دائماً متغیر عرصه اجتماعی که پیش رو دارد، نمی‌تواند نسبت به نقش فرهنگی دانشگاه‌ها بی‌تفاوت بماند و باید نسبت به خصایص فرهنگی خروجی‌های دانشگاه حساس باشد.

### سبک زندگی فرهنگی

نخستین بار لیزر در سال ۱۹۶۳ سبک زندگی را بر اساس الگوی خرید کالا تعریف می‌کرد. به نظر وی «... سبک زندگی دال بر شیوه زندگی متمایز جامعه یا گروه اجتماعی است ... شیوه‌ای که بدان طریق مصرف‌کننده خرید می‌کند و شیوه‌ای که بدان طریق کالای خریداری شده مصرف می‌شود، بازتاب دهنده سبک زندگی مصرف‌کننده در جامعه است» سوبل نیز تأکید می‌کند که الگوی مصرف مشاهده شونده‌ترین و بهترین شاخص سبک زندگی است (سوبل، ۱۹۸۱). لامونت و همکارانش نیز ضمن تأکید بر شیوه سازمان‌دادن زندگی شخصی، الگوی تفریح و مصرف را بهترین شاخص سبک زندگی می‌دانند (لامونت و همکاران، ۳۲: ۱۹۹۶). دیوید چینی سبک‌های زندگی را «سازمان اجتماعی مصرف» (چینی، منتشر نشده: ۸۹) می‌خواند. به اعتقاد وی «سبک زندگی راه الگومند مصرف، درک یا ارج نهادن به محصولات فرهنگ مادی است» (پیشین: ۷۱). با عنایت به تعاریف فوق، سبک زندگی، حول محور «مصرف» سامان می‌یابد. با این توضیح، سبک زندگی فرهنگی مجموعه‌ای از رفتارهای مصرف و فعالیت فرهنگی است که روی هم رفته دارای انسجام‌اند و در گروه مشخصی از افراد قابل تشخیص دادنی است. بسته به این که مصرف مادی یا فرهنگی افراد مد نظر باشد،



می‌توان از سبک زندگی مادی یا فرهنگی سخن گفت.

سبک زندگی - فرهنگی یا مادی - پیامدهای گسترده‌ای برای زندگی فردی و اجتماعی دارد. سبک زندگی ممکن است عامل بهره‌برداری بهتر از انرژی یا از هم‌پاشیدن خانواده، تولید الگوهای مهاجرت، میزان جرم و جنایت، بهداشت و توزیع رفتارهای بهداشتی باشد (سوبل، ۱۹۸۱: ۱۶۹). این سؤال هم به لحاظ نظری و هم به دلایل کاربردی مهم است که سبک زندگی چه کارکردهایی برای فرد، گروه یا جامعه دارد و پی‌آمد هر سبک زندگی در سطوح سه‌گانه مذکور چیست؟ مباحث متعددی درباره پیامدهای سبک زندگی مطرح شده است که ایده‌های مندرج در برخی از آن‌ها را در ادامه بررسی می‌کنیم.

سبک زندگی نقش مهمی در خلق هویت فردی و جمعی دارد. توالی ایده‌ها از زیمل تا گیدنز و بقیه محققان، دال بر آن است که سبک زندگی‌ها قادرند مشخصه‌های هویتی و الگوی انتخاب‌های رفتاری افراد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱۹-۱۲۹)، هویت‌های سیاسی (روبرتز و فاگان، ۱۹۹۹: ۵)، جنبه‌هایی از حافظه تاریخی (چینی، منتشر نشده: ۵۵) و نگرش افراد درباره مصرف در دنیای جدید را شکل دهند (باکاک، ۱۳۸۱). ویل از قول گلاسر نقل می‌کند که خلأ ناشی از فقدان دین در جوامع مدرن از طرف سبک‌های زندگی و قهرمانان پر می‌شود (ویل، ۲۰۰۰: ۴۲) و سو بل بروز سبک‌های زندگی را پاسخی به بی‌هنجاری جهان و عرفی شدن فزاینده آن می‌داند (سوبل، ۱۹۸۱: ۳). دو ماتزیه سبک زندگی فرهنگی و شیوه گذران اوقات فراغت را بر شکل‌دهی به شخصیت افراد نیز مؤثر دانسته است (کوچ و سر، ۱۹۹۱: ۴۱۵). نکتهٔ بسیلر در خور تأمل، نقش سبک زندگی در ایجاد مشروعیت اجتماعی است. به عقیدهٔ شیز، سبک زندگی‌ها قادرند از طریق ایجاد مشروعیت اجتماعی به ایجاد قدرت فرهنگی و نهایتاً به قدرت سیاسی و اجتماعی منجر شوند (شیز، ۱۹۸۷: ۲۵۰). با توجه به نقشی که انتظار می‌رود دانشگاه‌ها در جامعهٔ جدید و بالاخص در جوامع در حال توسعه ایفا کنند، داشتن مشروعیت اجتماعی بسیلر حائز اهمیت است.

سبک زندگی، دارای تعاملی دوسویه با سرمایهٔ فرهنگی است. سرمایهٔ فرهنگی فرد یا خانواده می‌تواند سبب ایجاد برخی سبک‌های زندگی شود و سبک زندگی نیز می‌تواند در جهت افزایش سرمایهٔ فرهنگی باشد. این رابطه برای نظام‌های اجتماعی جدید که یکی از راه‌های اساسی تحرک اجتماعی در آن‌ها موفقیت تحصیلی است، بسیلر اهمیت دارد. فرضیهٔ سنتی بلز تولید، دال بر آن است که منابع مادی والدین تأثیر مستقیم روی موفقیت تحصیلی





فرزندان دارد. اما پژوهش‌های تجربی این فرضیه را بدین شکل تأیید نمی‌کند. عواملی که موفقیت تحصیلی را تبیین می‌کنند بیشتر به سبک زندگی مرتبطند تا به پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده (گنتزبوم، ۱۹۹۰ : ۱۹۰؛ مهر و دی‌مگیو، ۱۹۹۵ : ۱۸). این تحقیقات نشان می‌دهد، میزان مصرف و سرمایه فرهنگی فرزندان، تا اندازه‌ای بسیار تحت تأثیر سرمایه فرهنگی والدین است. یک بررسی انجام شده در ایران نیز انتقال بین‌نسلی سرمایه فرهنگی را تأیید می‌کند (فاضلی، ۱۳۸۲؛ فاضلی، ۱۳۸۴ : ۴۸-۴۴). با این ملاحظات درباره سبک زندگی فرهنگ و پیامدهای آن، انتظار داریم که سبک زندگی فرهنگی دانشجویان، نقش بسیار مهمی در آماده کردن ایشان برای پذیرش نقش‌هایی که از خروجی‌های دانشگاه جدید انتظار می‌رود، داشته باشد. در اصل، بهره‌گیری از نظریه‌های سبک زندگی و نظریه‌های موجود درباره نقش‌های دانشگاه جدید نشان می‌دهد، سبک زندگی فرهنگی دانشجویان یکی از عوامل تعیین‌کننده ویژگی‌ها و قابلیت‌های دانشجویان است.

### روش پژوهش

روش استفاده‌شده در این مقاله، تحلیل ثانویه اطلاعات موجود درباره مصرف فرهنگی دانشجویان کشور است. در ضمن، مقایسه‌ای میان شاخص‌های مصرف فرهنگی دانشجویان و عموم مردم جامعه که دانشجوی نیستند، انجام خواهیم داد. گرچه بر مبنای داده‌های موجود، برقراری ارتباط آماری میان وضعیت مصرف فرهنگی دانشجویان و قوت و ضعف خصایصی که بر اساس خواسته‌هایی که در دانشگاه جدید از دانشجویان انتظار می‌رود، امکان‌پذیر نیست؛ اما در این مقاله می‌کوشیم تا تصویری از مصرف فرهنگی دانشجویان ارائه دهیم و بر اساس همین تصویر درباره میزان تناسب میان وضع موجود و انتظارات از جامعه دانشجویی در چارچوب دانشگاه جدید قضاوت کنیم. داده‌های این مقاله از نتایج تحقیقی با نام «فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی خانوار» که توسط وزارت ارشاد در سال ۱۳۸۲ انجام شده برگرفته شده، است. اطلاعات مربوط به مصرف فرهنگی ۹۸۱۸ نفر در بانک اطلاعات این تحقیق که در سطح ملی جمع‌آوری شده، موجود بوده است. برخی از این افراد، شغل خود را دانشجوی ذکر کرده‌اند و مقطع تحصیلی این دانشجویان نیز ذکر نشده است. ما با این پیش‌فرض که معمولاً دانشجویان در سن ۱۷ یا ۱۸ سالگی وارد دانشگاه می‌شوند و حداکثر ظرف مدت ۵ سال فارغ‌التحصیل خواهند شد، و با در نظر گرفتن دو سال برای کسانی که دیرتر وارد دانشگاه شده





یا دیرتر فارغ‌التحصیل می‌شوند، گروه سنی ۱۸ تا ۲۵ سالی را که شغل خود را دانشجوی اعلام کرده‌اند، برای بررسی انتخاب کرده‌ایم. احتمال دارد درصدی از این گروه، شامل دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد نیز باشند. به این ترتیب، جمعاً ۳۹۲ نفر دانشجوی ۱۸ تا ۲۵ سال در این گروه قرار گرفته‌اند. همچنین برای مقایسه، این گروه را با بقیه افراد بررسی شده در تحقیق اصلی که شغل آن‌ها دانشجو نبوده و در گروه سنی بالای ۲۵ سال قرار داشته‌اند، مقایسه کرده‌ایم. در این گروه نیز ۴۹۲۷ نفر قرار گرفته‌اند.<sup>۱</sup>

سه فرضیه ما در این مقاله عبارت‌اند از ۱. سطح کلی مصرف فرهنگی دانشجویان، بالاتر از میزان مصرف فرهنگی غیردانشجویان است؛ ۲. میزان مصرف فرهنگی دانشجویان به اندازه‌ای نیست که آن‌ها را برای ایفای نقش‌هایی که از آن‌ها انتظار می‌رود، آماده کند؛ ۳. جامعه ایران در آینده، با بحران‌های شدیدتری از نظر مصرف کالاهای فرهنگی مواجه خواهد شد.<sup>۲</sup> گرچه در این مقاله به ابزارها و داده‌های لازم برای آزمودن ارتباط میان سبک زندگی فرهنگی دانشجویان و متغیرهای وابسته تحقیق (ایفای نقش‌های دانشجویی جدید و بحران کاهش مصرف کالاهای فرهنگی در ایران) دسترسی نداریم، اما تحلیل‌های نظری به ما کمک خواهند کرد تا ارتباط میان آن‌ها را تحلیل کنیم.



### زمان فراغت

از افراد پرسیده شد که به‌طور متوسط در هر روز عادی هفته و در هر روز تعطیل چند ساعت وقت فراغت دارند؟ زمان فراغت نیز زمانی تعریف شده که فرد به کار و شغل خود مشغول نیست و در حالت خواب و استراحت قرار ندارد. دانشجویان، میانگین زمان فراغت خود را ۳/۱۵ ساعت در روزهای عادی و ۵/۵ ساعت در روزهای تعطیل هفته دانسته‌اند. این میزان برای گروه غیردانشجو ۴/۲۸ و ۶/۲۵ ساعت بوده است. زمان فراغت دانشجویان در روزهای عادی و تعطیل به طرز معناداری کمتر از گروه غیردانشجو است. میزان زمان فراغت در بین دانشجویان دختر و پسر تفاوت معناداری ندارد؛ اما در گروه غیردانشجو، زنان در روزهای

۱. ما کاملاً آگاهیم که بررسی سبک زندگی فرهنگی در ادبیات موجود، بیش از هر چیز بر مطالعه محتوای رفتارها و مصرف فرهنگی افراد متمرکز است. با این حال داده‌های موجود امکان چنین بررسی‌ای را فراهم نمی‌سازد. در داده‌های موجود، فقط میزان انجام دادن هر یک از رفتارها و انواع مصرف فرهنگی ثبت شده است.  
۲. امروز خیرهای متعددی درباره ورزشکستگی سینمای ایران، خالی بودن سالن‌های تئاتر، پایین بودن تیراژ کتاب، اندک بودن میزان استقبال از موزه‌ها و بقیه مکان‌های فرهنگی منتشر می‌شود. تداوم این وضعیت سبب دشواری‌های بسیار در بخش اقتصاد فرهنگ خواهد شد.

عادی هفته، بیش از مردان، زمان فراغت دارند. با توجه به این ارقام، میانگین کل زمان فراغت دانشجویان در ایام هفته ۲۴/۴ ساعت است. این میزان چندین ساعت بیش از تعداد واحدهای درسی بیشتر دانشجویان در طول یک هفته است. این برآورد میزان اهمیت زمان فراغت دانشجویان را نشان می‌دهد.

## فعالیت‌های فراغت

### کتاب‌خوانی

مطالعه می‌تواند نزدیک‌ترین رفتار فراغتی به ماهیت زندگی دانشجویی تلقی شود. در داده‌های موجود، نوع کتابهایی که افراد مطالعه می‌کنند و متوسط زمان مطالعه در هفته پرسیده شده است. جدول شماره ۱ نشان می‌دهد، در مورد برخی کتاب‌ها تفاوتی میان دانشجویان و غیردانشجویان جامعه وجود ندارد (کتاب‌های کودک و نوجوان، کتاب‌های تاریخی، کتاب‌های هنر و حرفه). ضریب همبستگی نوشته‌شده در آخرین ستون جدول، نشان می‌دهد که تفاوت مشاهده‌شده میان دو گروه تا چه اندازه معنادار بوده و شدت دارد (علامت منفی به معنای بیشتر بودن مطالعه یا یک رفتار خاص در بین گروه دانشجویی است). بیشترین تفاوت مربوط به کتاب‌های کمک‌درسی و کتاب‌های تخصصی دانشگاهی است که پیش‌بینی شدنی نیز است. در بقیه موارد صرفاً میزان مطالعه کتاب‌های شعر و ادب و کتاب‌های رمان و داستان بزرگسالان در بین دانشجویان و غیردانشجویان تفاوت معنادار قابل ملاحظه‌ای دارد. مطالعه کتاب‌های دینی نیز در بین جمعیت غیردانشجو اندکی بیشتر است. نکات قابل توجه دیگری نیز در این داده‌ها به چشم می‌خورد. اولاً، تعداد بیشتری از دختران دانشجو نسبت به پسران دانشجو، در اوقات فراغت خود کتاب می‌خوانند؛ بالاخص در زمینه مطالعه کتاب‌های شعر و ادب، رمان و داستان، روان‌شناسی و تربیتی. نسبت دانشجویان دختری که این‌گونه کتاب‌های را مطالعه می‌کنند، دو تا سه برابر همین نسبت در دانشجویان پسر است. در مورد بقیه کتاب‌های، میزان مطالعه در بین دانشجویان دختر و پسر تفاوت معناداری ندارد. برای مثال ۳۵/۱ درصد دانشجویان دختر رمان و داستان می‌خوانند حال آن‌که فقط ۱۶ درصد پسران رمان و داستان می‌خوانند. در بین دانشجویان ۲۵/۳ درصد، هیچ نوع کتابی در اوقات فراغت خود مطالعه نمی‌کنند. ۳۲/۱ درصد نیز تنها یک نوع کتاب می‌خوانند. در بین دانشجویان پسر، ۲۹/۳ درصد در زمان فراغت هیچ کتابی مطالعه نمی‌کنند. این میزان در بین دانشجویان دختر



۲۱/۸ درصد است. در کل، میزان مطالعه در بین دانشجویان دختر بیش از دانشجویان پسر است. در بین غیردانشجویان، کسانی که هیچ نوع کتابی مطالعه نمی‌کنند، ۶۲/۱ درصد است. در این گروه نیز با فاصله‌ای اندک، میزان مطالعه در زنان بیش از مردان است.

جدول ۱. مقایسه کتاب‌خوانی در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	نوع کتاب	دانشجو		غیردانشجو		ضریب همبستگی
		می‌خوانند	نمی‌خوانند	می‌خوانند	نمی‌خوانند	
۱	کودک و نوجوان	۹۸	۲	۹۸/۹	۱/۱	-
۲	شعر و ادب	۷۸/۶	۲۱/۴	۹۰/۸	۹/۲	-۰/۱۰۷
۳	رمان و داستان بزرگسالان	۷۳/۷	۲۶/۳	۸۸/۴	۱۱/۶	-۰/۱۱۵
۴	کتاب تاریخی	۸۸/۵	۱۱/۵	۹۰/۱	۹/۹	-
۵	کتاب دینی یا کتاب درسی طلاب	۹۱/۳	۸/۷	۸۵/۳	۱۴/۷	-۰/۰۴۵
۶	کتاب درسی	۸۸/۵	۱۱/۵	۹۹/۲	۰/۸	-۰/۲۲۸
۷	مرجع (دائرةالمعارف و ...)	۸۶	۱۴	۹۶/۲	۳/۸	-۰/۱۲۹
۸	هنر و حرفه	۹۶/۲	۳/۸	۹۷/۶	۲/۴	-
۹	تخصصی دانشگاهی	۵۶/۱	۴۲/۹	۹۴/۷	۵/۳	-۰/۰۳۷
۱۰	روانشناسی و تربیتی	۸۹/۸	۱۰/۲	۹۲/۸	۷/۲	-۰/۰۰۳
۱۱	اجتماعی و سیاسی	۹۱/۶	۸/۴	۹۴/۴	۵/۶	-۰/۰۳۱
۱۲	هیپنوتیزم و علوم غریبه	۹۸	۲	۹۹/۱	۰/۹	-۰/۰۲۹

در کل نمونه تحت بررسی، حداکثر ساعات مطالعه در یک هفته ۳ ساعت بوده است؛ اما میانگین زمان مطالعه در هفته ۰/۸۸۱ ساعت یا ۵۲/۸۶ دقیقه است. در گروه دانشجویان این میانگین ۱/۸۶۱ ساعت یا ۱۱۱/۶۶ دقیقه و در گروه غیردانشجو ۰/۸ ساعت یا ۴۸ دقیقه است. تفاوت میان این دو مقدار نیز معنادار است. میزان مطالعه دانشجویان دختر ۱/۹۶۷ ساعت در هفته (۱۱۸/۰۲ دقیقه) و همین میزان برای دانشجویان پسر ۱/۷۳۸ ساعت (۱۰۴/۲۸ دقیقه) است. بررسی میانگین زمان مطالعه در هفته نشان می‌دهد که اگرچه تعداد بیشتری از دختران دانشجویان کتاب می‌خوانند، اما میزان ساعات مطالعه در بین دختران و پسران دانشجویان تفاوت معناداری ندارد. اما در گروه غیردانشجو زنان بیش از مردان در زمان فراغت خود مطالعه می‌کنند. میانگین زمان مطالعه زنان غیردانشجو در طول هفته ۰/۸۴۲ ساعت یا ۵۰/۵۲ دقیقه و میانگین زمان مطالعه مردان غیردانشجو در طول هفته ۰/۷۶۵ ساعت یا ۵۴/۸۴ دقیقه است. در کل نمونه، همبستگی معناداری میان تعداد ساعات فراغت در هفته و ساعات مطالعه



کتاب وجود ندارد. اما این همبستگی در گروه دانشجویان، ۰/۲۸۳ است. به این ترتیب می‌توان گفت دانشجویانی که وقت فراغت بیشتری دارند، بیشتر کتاب مطالعه می‌کنند. این همبستگی در گروه غیردانشجو مشاهده نمی‌شود. همچنین ۰/۱۱۵ میان سن دانشجویان و ساعات مطالعه آن‌ها همبستگی وجود دارد. هر قدر دانشجویان مسن‌ترند، ساعات بیشتری مطالعه می‌کنند. البته در کل، تعداد ساعات مطالعه در هفته بسیار اندک است. با در نظر داشتن ۲۴/۴ ساعت به منزله تعداد ساعات فراغت دانشجویان در هفته و ۱/۸۶۱ ساعت به منزله میانگین زمان مطالعه توسط دانشجویان در هر هفته، مشاهده می‌شود که دانشجویان ۷/۶ درصد از ساعات فراغت خود را به مطالعه اختصاص می‌دهند.

### مطالعه روزنامه و مجله

پاسخ‌گویان می‌توانسته‌اند ۷ روزنامه یا مجله‌ای را که احتمالاً می‌خوانده‌اند، ذکر کنند. در ضمن، می‌توانسته‌اند میزان مطالعه هر کدام را نیز مشخص کنند. با این حال، ما در این جا فقط میزان مطالعه اولین روزنامه یا مجله‌ای را که فرد ذکر کرده است، معیار بررسی قرار می‌دهیم.

جدول ۲. مقایسه مطالعه روزنامه و مجله در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	میزان مطالعه	دانشجو	غیردانشجو
۱	هیچ	۴۳/۹	۵۶/۳
۲	همواره	۳۰/۹	۲۱/۴
۳	گاه‌گاهی	۲۲/۴	۱۹/۴
۴	به ندرت	۲/۸	۳

در کل نمونه، ۵۵/۳ درصد افراد هیچ روزنامه یا مجله‌ای نمی‌خوانده‌اند. ۲۲/۱ درصد همیشه روزنامه یا مجله می‌خوانند. ۱۹/۶ درصد گاه‌گاهی روزنامه یا مجله می‌خوانند ۳ درصد نیز به ندرت مجله یا روزنامه‌ای می‌خوانند. تفاوت مشاهده شده اگرچه معنادار است، اما زیاد نیست و شدت رابطه میان متغیر گروه‌بندی و تفاوت در میزان مطالعه روزنامه و مجله بر اساس آماره فی، فقط ۰/۰۷۱ است. به این ترتیب، می‌توان گفت که تفاوت میزان مطالعه



روزنامه و مجله در گروه دانشجویان و غیردانشجویان قابل ملاحظه نیست. جداول ۳ و ۴ نیز نشان می‌دهند که تمایز میان دو گروه به لحاظ ساعات مطالعه روزنامه و مجله نیز تفاوت زیادی ندارد. اگرچه تفاوت آن‌ها معنادار است.

جدول ۳. مقایسه میزان مطالعه نشریات روزانه در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	میزان مطالعه	دانشجو	غیردانشجو
۱	هیچ	۴۲/۱	۵۷/۵
۲	حدود نیم ساعت	۲۵/۳	۱۷
۳	حدود یک ساعت	۱۹/۶	۱۶/۲
۴	حدود دو ساعت	۹/۲	۶/۴
۵	بیش از دو ساعت	۱۵	۲/۹
	کل	۱۰۰	۱۰۰

جدول ۴. مقایسه میزان مطالعه نشریات هفتگی و ماهانه در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	میزان مطالعه	دانشجو	غیردانشجو
۱	هیچ	۶۶/۸	۷۸/۷
۲	حدود نیم ساعت	۵/۴	۴/۱
۳	حدود یک ساعت	۱۲/۵	۶/۸
۴	حدود دو ساعت	۷/۷	۵/۸
۵	بیش از دو ساعت	۷/۷	۴/۶
	کل	۱۰۰	۱۰۰

ساختار سلیقه‌های این دو گروه در زمینه مطالعه روزنامه و مجله نیز نسبتاً یکسان است. در گروه دانشجویان، ۵ روزنامه و مجله‌ای که بیشترین خواننده را داشته‌اند، عبارتند از روزنامه‌های همشهری، جام‌جم، خراسان، ایران، اطلاعات؛ و در گروه غیردانشجو نیز به ترتیب، عبارتند از: روزنامه‌های همشهری، جام‌جم، ایران، مجله خانواده و روزنامه خراسان. در هر دو گروه، فقط روزنامه همشهری است که بیش از ۱۰ درصد خواننده دارد.



## استفاده از رادیو و تلویزیون

در کل نمونه، ۳۷/۳ درصد افراد از رادیو استفاده می‌کنند. میزان استفاده از رادیو در جمعیت دانشجویی ۱۴/۵ درصد و در جمعیت غیردانشجویی ۳۹/۱ درصد است. تفاوت میزان استفاده از رادیو در این دو گروه نیز کاملاً معنادار است. در جمعیت غیردانشجو، تفاوت معناداری میان میزان استفاده زنان و مردان از رادیو وجود ندارد. این یافته در خصوص جمعیت دانشجو نیز صادق است.

جدول ۵. مقایسه زمان استفاده از رادیو در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	میزان مطالعه	دانشجو	غیردانشجو
۱	هیچ	۸۵/۵	۶۱/۳
۲	حدود نیم ساعت	۳/۶	۷/۳
۳	حدود یک ساعت	۴/۶	۱۰/۳
۴	حدود دو ساعت	۲/۶	۸/۴
۵	بیش از دو ساعت	۳/۸	۱۲/۶
	کل	۱۰۰	۱۰۰

جدول ۶. مقایسه زمان استفاده از تلویزیون در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	میزان مطالعه	دانشجو	غیردانشجو
۱	هیچ	۱۹/۶	۱۰/۸
۲	حدود نیم ساعت	۵/۱	۴/۴
۳	حدود یک ساعت	۹/۷	۱۳/۷
۴	حدود دو ساعت	۱۹/۶	۲۰/۴
۵	بیش از دو ساعت	۴۵/۹	۵۰/۸
	کل	۱۰۰	۱۰۰



در کل نمونه، ۸۹/۱ درصد از تلویزیون استفاده می‌کنند. میزان استفاده از تلویزیون در دو گروه، تفاوت معناداری دارد. در گروه دانشجوی ۸۱/۴ درصد و در گروه غیردانشجو ۸۹/۷ درصد از تلویزیون استفاده می‌کنند. داده‌های جدول ۵ نشان می‌دهد که میزان استفاده از تلویزیون، قابل مقایسه با میزان کتاب‌خوانی، مطالعه روزنامه و مجله و استفاده از رادیو نیست. به علاوه داده‌ها حاکی از آن است که میزان استفاده از تلویزیون اندکی بیش از همین میزان در گروه غیردانشجو است.

### استفاده از نوار صوتی

درباره استفاده کردن از شش نوع نوار صوتی، از مردم سؤال شده است. همان‌گونه که جدول ۷ نشان می‌دهد، میزان استفاده از نوارهای آموزشی و سرود و موسیقی در بین دانشجویان به طرز معناداری بیش از همین میزان در بین گروه غیردانشجو است. میزان استفاده از نوار قصه به دلیل این که گروه سنی تحت بررسی ما در سن گوش دادن به قصه نیست، میان دو گروه تفاوتی بسیار ندارد، ولی میزان استفاده از آن‌ها در گروه غیردانشجو بیشتر است. اما میزان استفاده از نوارهای مذهبی و هم‌چنین نوار سخنرانی در بین گروه غیردانشجو بیشتر است. در کل، میزان استفاده از نوارهای مذهبی در هر دو گروه کم است. تفاوت زمان استفاده از نوار صوتی در بین دو گروه، کاملاً معنادار است. دانشجویان، زمان بیشتری را صرف استفاده از نوار صوتی می‌کنند و عمده‌ترین تفاوت نیز از میزان استفاده از نوارهای سرود و موسیقی ناشی می‌شود.

جدول ۷. مقایسه استفاده از نوار صوتی در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	نوع نوار	دانشجو		غیردانشجو		ضریب همبستگی
		گوش نمی‌دهند	گوش می‌دهند	گوش نمی‌دهند	گوش می‌دهند	
۱	آموزشی	۸۶/۷	۱۳/۳	۹۶/۵	۳/۵	-۰/۱۲۸
۲	سرود و موسیقی	۴۴/۱	۵۵/۹	۶۷/۳	۳۲/۷	-۰/۱۲۸
۳	قصه	۹۹/۲	۰/۸	۹۹/۵	۰/۵	۰/۰۲۴
۴	قرآن	۹۱/۳	۸/۷	۸۸/۴	۱۱/۶	-
۵	روضه و عزاداری	۸۶/۷	۱۳/۳	۷۸/۴	۲۱/۶	۰/۰۵۳
۶	سخنرانی	۹۵/۹	۴/۱	۹۳/۶	۶/۴	۰/۰۲۵





جدول ۸. مقایسه‌زمان استفاده از نوار صوتی در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	میزان مطالعه	دانشجو	غیردانشجو
۱	هیچ	۳۸/۵	۵۶/۵
۲	حدود نیم ساعت	۶/۱	۸/۷
۳	حدود یک ساعت	۱۲	۱۱/۹
۴	حدود دو ساعت	۱۴/۳	۹/۲
۵	بیش از دو ساعت	۲۹/۱	۱۳/۶
	کل	۱۰۰	۱۰۰

در بین گروه دانشجویان تفاوتی میان زنان و مردان در میزان استفاده از نوار وجود ندارد؛ اما در گروه غیردانشجویان، زنان به‌طور متوسط اندکی بیش از مردان از نوار صوتی استفاده می‌کنند. با توجه به آمارهای موجود، گوش دادن به نوار صوتی و موسیقی یکی از فعالیت‌هایی است که در مقایسه با سایر فعالیت‌ها، میزان انجام دادن آن نسبتاً بالاست.

### استفاده از اینترنت

استفاده از اینترنت پدیده‌ی روبه گسترشی است و احتمالاً تغییراتی بسیار در میزان استفاده از آن در فاصله‌ی زمان جمع‌آوری داده‌ها و زمان نگارش مقاله، ایجاد شده است. به هر حال، در نمونه تحت بررسی ۶/۱ درصد افراد از اینترنت استفاده می‌کرده‌اند. در نمونه دانشجویان، میزان استفاده از اینترنت ۲۹/۱ درصد و در نمونه غیردانشجویان این میزان ۴/۳ بوده است. کاملاً آشکار است که تفاوت معناداری میان میزان استفاده از اینترنت در این دو گروه وجود دارد. در گروه غیردانشجو، مردان اندکی بیش از زنان از اینترنت استفاده می‌کرده‌اند، اما در گروه دانشجویان، میزان استفاده از اینترنت در هر دو گروه جنسی، یکسان بوده است. از میان ۲۹/۱ درصد دانشجویان که از اینترنت استفاده می‌کرده‌اند، ۳۵/۱ درصد در خانه، ۸/۸ درصد در محل کار، ۳۳/۳ درصد در محل تحصیل، ۷ درصد در کافی‌نت، و ۱/۸ درصد در سایر اماکن از اینترنت استفاده می‌کنند.



## تماشای فیلم

در کل نمونه، ۱۷۲ درصد افراد سینما می‌رفته‌اند. در نمونه دانشجوی ۳۴/۷ درصد سینما می‌رفته‌اند و در نمونه غیردانشجو این میزان ۱۶/۹ درصد است. تفاوت این دو گروه، در میزان سینما رفتن نیز کاملاً معنادار است. اگرچه تفاوت درصد دانشجویان زن و مردی که سینما می‌روند اندک است، با این حال داده‌ها نشان می‌دهند که مردان دانشجویان بیش از هم‌قطاران زن خود به سینما می‌روند. این تفاوت در بین زنان و مردان غیردانشجو نیز مشاهده می‌شود. در نمونه بررسی شده، ۸۲/۳ درصد افراد در سال هیچ فیلمی نمی‌بینند. بقیه نیز بین ۱ تا ۵۰ فیلم در سال در سینما تماشا می‌کنند، اما میانگین تماشای فیلم در سینما در هر سال ۰/۶۸ فیلم است. البته دانشجویان به‌طور متوسط در هر سال ۱/۵۱ فیلم در سینما تماشا می‌کنند و این مقدار در گروه غیردانشجو ۰/۶۱ فیلم در هر سال است. در کل نمونه، تفاوتی میان تعداد فیلم‌هایی که زنان و مردان در یک سال در سینما می‌بینند، مشاهده نمی‌شود. در بین نمونه دانشجویی نیز همین وضعیت تکرار می‌شود. غیر از تماشای فیلم در سالن سینما، فیلم تماشا کردن در اماکنی غیر از سینما نیز پرسیده شده است. در کل نمونه، تنها ۴/۱ درصد در مراکز غیر از سینما نیز فیلم تماشا می‌کنند. البته در بین نمونه دانشجویی ۱۲/۸ درصد افراد در مراکز غیر سینمایی نیز فیلم تماشا می‌کنند. اما این مقدار در نمونه غیردانشجویی ۲/۷ درصد است. میانگین تماشای فیلم در مراکز غیر سینمایی در هر سال برای کل نمونه ۰/۲۱ فیلم است. البته این میزان در بین دانشجویان ۰/۳۳ و در بین غیردانشجویان ۰/۲ و تفاوت آن‌ها معنادار است. تفاوت میان زنان و مردان نیز در کل معنادار نیست. با احتساب میانگین تماشای سینما و مراکز غیر سینمایی، می‌توان دید که هر دانشجوی به‌طور میانگین ۱/۸۴ فیلم در سال می‌بیند. این میزان در بین جمعیت غیردانشجو ۰/۸۱ فیلم است. دانشجویان به‌طور میانگین دو برابر بقیه مردم، فیلم تماشا می‌کنند.

## تماشای تئاتر

در کل نمونه ۴/۴ درصد افراد گفته‌اند که به تماشای تئاتر نیز می‌روند. در بین جمعیت دانشجویی ۸/۲ درصد به تماشای تئاتر می‌روند و در بین جمع گروه غیردانشجو، این میزان ۴/۱ درصد است. تفاوت مشاهده شده نیز معنادار است. در نمونه دانشجویان، زنان بیش از مردان به تماشای تئاتر می‌روند. در حالی که ۱۱/۴ درصد دانشجویان دختر گفته‌اند که به تماشای





تثاثر می‌روند. این میزان در بین پسران دانشجو فقط ۴/۴ درصد است. در نمونه غیردانشجو این تفاوت قابل مشاهده نیست. در کل نمونه، میانگین تعداد تثاثری که در سال هر فرد تماشا کرده ۰/۰۹ است. در حالی که دانشجویان به طور میانگین سالی ۰/۲ تثاثر تماشا می‌کنند، این میزان در نمونه غیردانشجویی ۰/۰۸ است.

### اعمال مذهبی

اعمال مذهبی نیز بخشی از رفتار و مصرف فرهنگی به حساب می‌آیند. در بانک اطلاعات مورد استفاده در این تحقیق از انجام دادن ده رفتار و عمل مذهبی پرسش شده است. جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که جامعه غیردانشجویی بیش از دانشجویان هشت عمل مذهبی را انجام می‌دهد و تفاوت میان این دو گروه نیز معنادار است. در عمل نماز جماعت خواندن در محل کار و تحصیل، دانشجویان بیش از گروه دیگر این کار را انجام می‌دهند. در میزان قرائت قرآن در خانه نیز بین دو گروه تفاوتی وجود ندارد، زیرا درصد یکسانی از هر دو گروه در خانه قرآن می‌خوانند. با توجه به این داده‌ها می‌توان گفت، درصد کسانی که اعمال مذهبی مذکور را انجام می‌دهند در جامعه دانشجویی کمتر از میانگین کل جامعه است.

جدول ۹. مقایسه انجام اعمال مذهبی در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	عمل مذهبی	دانشجو		غیردانشجو	
		انجام نمی‌دهند	انجام می‌دهند	انجام نمی‌دهند	انجام می‌دهند
۱	رفتن به مجلس مولودی	۶۲/۸	۳۷/۲	۴۸/۷	۵۱/۳
۲	رفتن به روضه	۶۱/۵	۳۸/۵	۳۷/۹	۶۲/۱
۳	شرکت در سخنرانی دینی	۸۸	۱۲	۷۸/۹	۲۱/۱
۴	شرکت در جلسه دعا	۷۹/۸	۲۰/۲	۶۲/۱	۳۷/۹
۵	شرکت در جلسه قرآن	۸۹/۸	۱۰/۲	۷۵/۴	۲۴/۶
۶	شرکت در نماز جماعت مسجد	۸۲/۹	۱۷/۱	۶۷	۳۳
۷	نماز جماعت محل کار و تحصیل	۷۱/۷	۲۸/۳	۹۰/۹	۹/۱
۸	زیارت اهل قبور	۵۴/۸	۴۵/۲	۲۶/۲	۷۳/۸
۹	رفتن به زیارتگاه‌ها	۴۷/۲	۵۲/۸	۳۱/۶	۶۸/۴
۱۰	خواندن قرآن در منزل	۵۲/۳	۴۷/۷	۵۰/۲	۴۹/۸

جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد، میزان انجام دادن هر یک از اعمال مذهبی نیز در بین نمونه غیردانشجویی بیشتر است. در هر ده عمل مذهبی بررسی شده، دانشجویان به طرز



معناداری کمتر از جمعیت غیردانشجو، این اعمال را انجام می‌دهند. در ضمن، در هر دو نمونه بررسی شده، تنها قرآن خواندن در منزل و خواندن نماز جماعت، دو عملی هستند که درصد قابل توجهی از پاسخ‌گویان به‌طور مداوم انجام می‌دهند. بر اساس جمع نمره میزان انجام ده عمل دینی، یک نمره میزان انجام اعمال دینی محاسبه شده است. در ضمن به کمک تحلیل عاملی، ده عمل مذهبی را به دو دسته فردگرایانه و جمع‌گرایانه تقسیم کرده‌ایم. تحلیل عاملی نشان می‌دهد، زیارت اهل قبور، رفتن به زیارت‌گاه و قرآن خواندن در منزل، در یک دسته قرار می‌گیرند (که بیشتر ماهیت فردی دارند) و بقیه در دسته دیگری قرار می‌گیرند. در کل نمونه، نمره زنان در شاخص کلی انجام اعمال مذهبی، به‌طرز معناداری بیش از مردان است. اما در نمونه دانشجویان، این تفاوت در نمره شاخص کلی اعمال مذهبی، مشاهده نمی‌شود. اما نکته مهم این است که دختران دانشجو، بر اساس نمره میزان انجام اعمال فردگرایانه مذهبی به‌طور معناداری، بیش از پسران دانشجو این اعمال را انجام می‌دهند. به‌طور متوسط ۶۹/۰۸ درصد دانشجویان ده عمل مذهبی نشان‌داده‌شده در جدول شماره ۹ را انجام نمی‌دهند. اما در بین جمعیت غیردانشجو، ۵۶/۸ درصد افراد اعمال مذهبی ده‌گانه را به‌طور متوسط انجام نمی‌دهند.

جدول ۱۰. مقایسه میزان انجام اعمال مذهبی در گروه دانشجویان و غیردانشجویان

ردیف	عمل مذهبی	درصد	مردود	هفتای یکبار	هفتای چندبار	جمع یکبار	جمع چندبار	میانگین	انحراف معیار
۱	رفتن به مجلس مولودی	د	۰	۰/۳	۱	۱/۸	۴/۸	۲۴/۲	۵/۱
		غ.د	۰/۳	۰/۸	۱/۹	۵/۷	۳۰/۳	۴۹/۱	۶/۷
۲	رفتن به روضه	د	۰/۵	۰/۵	۱/۸	۳/۸	۴/۱	۲۱/۷	۶/۱
		غ.د	۰/۷	۱/۹	۳/۶	۷/۶	۸/۳	۳۳/۶	۶/۱
۳	شرکت در سخنرانی دینی	د	۱	۰	۱/۳	۱	۱	۶/۴	۱/۳
		غ.د	۰/۴	۱/۲	۱/۷	۲/۳	۲/۹	۹/۶	۲/۷
۴	شرکت در جلسه دعا	د	۰	۱	۲/۸	۱/۸	۲/۶	۸/۴	۲/۳
		غ.د	۰/۵	۲/۳	۷/۳	۶/۳	۵/۹	۱۲/۹	۲/۳
۵	شرکت در جلسه قرآن	د	۰	۰/۸	۲/۶	۱	۱/۸	۳/۱	۱
		غ.د	۰/۶	۳/۲	۵/۷	۳/۹	۳	۶/۷	۱/۵
۶	شرکت در نماز جماعت مسجد	د	۳/۶	۳/۳	۰/۸	۳/۶	۲	۳/۱	۰/۸
		غ.د	۸/۴	۶/۱	۴/۶	۵/۲	۲/۴	۵/۲	۱/۱
۷	نماز جماعت محل کار و تحصیل	د	۹/۴	۶/۴	۳/۳	۴/۶	۲	۱/۸	-/۸
		غ.د	۵/۳	۱/۵	۰/۴	۰/۹	۰/۴	۰/۴	۰/۱
۸	زیارت اهل قبور	د	۰/۳	۰/۳	۱۰/۵	۹/۲	۸/۹	۱۲/۲	۳/۳
		غ.د	۰/۴	۱/۶	۱۹/۳	۱۴/۶	۱۵/۷	۱۶/۳	۵/۷
۹	رفتن به زیارتگاه‌ها	د	۰/۵	۱/۳	۳/۸	۵/۹	۱۰/۲	۲۰/۹	۱۰/۲
		غ.د	۰/۴	۱/۵	۶/۹	۹/۶	۱۲/۸	۲۴/۳	۱۲/۶
۱۰	خواندن قرآن در منزل	د	۱۳	۷/۷	۱۰/۲	۷/۱	۳/۳	۳/۸	۲
		غ.د	۱۸/۷	۹/۴	۸/۶	۵/۱	۲/۷	۴/۲	۱/۱

در ضمن باید به هنگام بررسی ارقام ارائه شده در جدول شماره ۹ که نشان می دهد درصد قابل توجهی از دانشجویان اعمال مذهبی را انجام می دهند، هم زمان به جدول شماره ۱۰ نیز توجه کرد، که نشان می دهد میزان انجام دادن این اعمال زیاد نیست. برای مثال اگرچه ۳۷/۲ درصد دانشجویان در جلسات مولودی خوانی شرکت می کنند، اما تعداد دانشجویانی که در فواصل زمانی کمتر از یک ماه در این جلسات شرکت می کنند کمتر از ۸ درصد کل دانشجویان است.

## ورزش کردن

پاسخ گویان، می توانسته اند تا هشت نوع ورزش را که انجام می داده اند، ذکر کنند. در کل نمونه، ۸۱/۹ درصد هیچ ورزشی انجام نمی داده اند. هفت ورزش اول به ترتیب درصد انجام دهندگان آن ها در جمعیت غیردانشجو عبارتند از نرمش (۳۱/۷)، بدنسازی- آیروبیک (۱۹)، فوتبال (۱۶)، شنا (۱۳)، پیاده روی (۱۳/۶)، کوهنوردی (۷/۷)، والیبال (۶/۵). نه ورزش اول در جمعیت دانشجویی نیز عبارتند از بدنسازی- آیروبیک (۲۴/۴)، فوتبال (۲۱/۱)، شنا (۱۹/۴)، والیبال (۱۲/۸)، نرمش (۱۲/۲)، بدمینتون (۷/۸)، بسکتبال (۶/۷)، کوهنوردی (۶/۱) و پیاده روی (۳/۹). مشاهده می شود که تفاوت قابل ملاحظه ای میان الگوی ورزش هایی که مردم در کل و دانشجویان انجام می دهند، وجود دارد. در کل نمونه، حداکثر زمان ورزش در هفته ۳۶ ساعت بوده است. اما میانگین زمان پرداختن به ورزش در هفته، ۰/۸۵ ساعت (۵۱ دقیقه) است. این میزان در نمونه دانشجوی ۱/۷۶ ساعت (۱۰۵/۶ دقیقه) و در نمونه غیردانشجو (۴۶/۸ دقیقه) است. در کل نمونه، زمان ورزش کردن مردان در طول هفته، بیش از زنان است. این زمان برای مردان ۱ ساعت و برای زنان ۰/۷۱ ساعت (۴۲/۶ دقیقه) است. البته فاصله زمان ورزش کردن زنان و مردان در جمعیت دانشجو به مراتب بیشتر است. پسران دانشجو با میانگین ۲/۳۸ ساعت (۱۴۲/۸ دقیقه) تقریباً دو برابر دختران دانشجو که ۱/۲۲ ساعت (۷۳/۲ دقیقه) در هفته ورزش می کنند. همبستگی ۰/۱۰۱- میان سن و ساعات ورزش کردن دانشجویان نشان می دهد که دانشجویان در ابتدای ورود به دانشگاه بیش از سال های پایانی تحصیل، ورزش می کنند. به نظر می رسد، دانشگاه و محیط آن نقشی تشویق کننده در جذب دانشجویان به ورزش نداشته باشد.



## نتیجه‌گیری

داده‌های موجود به ما امکان می‌دهند تا برخی از جوانب سبک زندگی فرهنگی دانشجویان را بررسی کنیم. به عبارتی، اگرچه نمی‌توانیم درباره این که دانشجویان چه کتابی می‌خوانند، به تماشای چه نوع فیلم‌هایی می‌نشینند یا به کدام ژانر موسیقایی گوش می‌کنند، شناختی به دست آوریم؛ ولی این داده‌ها، بررسی میزان انجام دادن برخی فعالیت‌های مرتبط با مصرف فرهنگی را امکان‌پذیر می‌سازند و در همین اندازه نیز می‌توانند نتایج زیر را آشکار کنند. براساس داده‌های موجود، می‌توان این فرضیه را که جامعه دانشجویی فعال‌ترین بخش جامعه در زمینه مصرف فرهنگی است تأیید شده دانست. دانشجویان بیشتر از عموم مردم کتاب می‌خوانند، روزنامه و مجله مطالعه می‌کنند، فیلم می‌بینند، به تماشای تئاتر می‌روند، از اینترنت استفاده می‌کنند و ورزش می‌کنند. با این حال درصد انجام اعمال مذهبی در بین دانشجویان کمتر است و زمان کمتری نیز در مقایسه با عموم مردم به این اعمال اختصاص می‌دهند. اما از سویی دیگر، میزان کلی انجام فعالیت‌های فرهنگی، اندک است. برخی تفاوت‌های مشاهده‌شده میان میزان فعالیت و مصرف فرهنگی دانشجویان و عموم جامعه نیز زیاد نیست.

دانشجویان در مقایسه با زمان فراغتی که در دسترس دارند، بسیار کم کتاب می‌خوانند. درصد قابل توجهی از آن‌ها کتاب نمی‌خوانند و روزنامه و مجله مطالعه نمی‌کنند. تعداد فیلم‌هایی که دانشجویان می‌بینند بسیار اندک است و تماشای تئاتر نیز وضع نامناسب‌تری دارد. در ضمن، با توجه به میزان شایع بودن ورزش در بین دانشجویان و درصد دانشجویانی که ورزش می‌کنند، می‌توان گفت جامعه دانشجویی نه مصرف‌کننده فعال عرصه فرهنگ و نه به لحاظ ورزشی فعال است. با این ملاحظات، به جرأت می‌توان ادعا کرد میزان مصرف فرهنگی دانشجویان در حدی نیست که بتوان خروجی‌های دانشگاه امروز ایران را متناسب با معیارهای فرهنگی دانشگاه‌های نوین دانست. جای این سؤال باقی است، که وقتی دانشجویان بسیار اندک کتاب، روزنامه و مجله می‌خوانند؛ و میزان تماشای فیلم و تئاتر در آن‌ها ناچیز است، با چه سلوکاری باید حیات فرهنگی ایشان غنا یابد؟ اگر آگاهی داشتن، پیش‌شرط اصلی تبدیل شدن به شهروند مشارکت‌جوست، آیا سطح فعلی مصرف فرهنگی دانشجویان، قادر است شرایط تربیت چنین شهروندی را فراهم سازد؟ در حالی که جامعه دانشجویی (با توجه به برتری نسبی‌اش در میزان مصرف فرهنگی در مقایسه با عموم جامعه) در چنین وضعیتی قرار دارد، می‌توان پایین بودن شمارگان کتاب و نشریات کشور، ورشکستگی نسبی صنعت سینما و



خالی بودن سالن‌های تئاتر را پدیده‌ای کاملاً قابل پیش‌بینی دانست. وقتی بخش فرهیخته جامعه سطح پایینی از مصرف فرهنگی دارد، جامعه آینده نیز نمی‌تواند مصرف‌کننده فعال و خلاق فرهنگ باشد. تحقیقات پیشین در ایران (فاضلی، ۱۳۸۲ و ۱۳۸۴) نشان می‌دهد که مصرف فرهنگی به شدت تعیین‌کننده میزان سرمایه فرهنگی افراد است. سرمایه فرهنگی به صورت بین‌نسلی منتقل می‌شود و فرزندان خانواده‌هایی که مصرف‌کننده فعال بخش فرهنگ‌اند، بیش از بقیه کودکان، مستعد انباشتن سرمایه فرهنگی در خودند. در شرایطی که فرهیختگان جامعه در سطوح مشاهده‌شده در این مقاله به مصرف فرهنگی می‌پردازند، باید کاهش میزان سرمایه فرهنگی نسل‌های آتی را نیز انتظار داشت. البته، این تنها عاملی نیست که بر مصرف فرهنگی نسل‌های جامعه مؤثر است، اما در کل، می‌تواند متغیری مهم و قابل توجه باشد. با وصف فوق، باید انتظار داشته باشیم که نسل‌های آینده، مصرف‌کنندگان غیرفعال‌تر محصولات فرهنگی باشند. این بررسی نشان می‌دهد، آینده بحرانی‌تری در انتظار حیات فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در ایران است.





## منابع

- باکاک، ر. (۱۳۸۱) «مصرف»، ترجمه خسرو صبری، انتشارات شیرازه.
- چینی، د. (منتشر نشده) «سبک زندگی»، ترجمه حسن چاوشیان.
- سلیمی دانشگر، م. (۱۳۷۹) «افق و دورنمای رابطه آموزش عالی و جهان کار در بیانیه جهانی آموزش عالی و تحلیل آن در آموزش عالی ایران»، همایش بررسی مشکلات و چشم‌انداز اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی.
- شارع‌پور، م؛ صالحی، ص؛ فاضلی، م. (۱۳۸۰) «بررسی رابطه میان آموزش‌های دانشگاهی و نیازهای جامعه»، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲) «مصرف و سبک زندگی»، نشر صبح صادق.
- فاضلی، م. (۱۳۸۴) «جامعه‌شناسی مصرف موسیقی»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال اول، شماره ۴: ۲۷-۵۳.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۸)؛ «تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید» ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی.
- مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی (۱۳۷۷) «دانشگاه و جامعه».
- مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- هابرماس، ی. (۱۳۷۳) «رسالت دانشگاه در جامعه مدرن»، ترجمه حسینعلی نودزی، نشریه رهیافت، شماره ۶.
- Bocock, R. (1993) Consumption. Routledge.
- Cabal, A.B. (1993) «The University as an Institution Today» UNESCO.
- Chaney, D. (1996) Lifestyle. Routledge.
- Cullingford, C. (2004) «Conclusion: The Future- Is Sustainability Sustainable» In John Blewitt & Cedric Cullingford. The Sustainability Curriculum: The Challenge for Higher Education. Eartscan.
- Delanty, G. (2002): «Challenging Knowledge», Open University Publications.
- Ganzeboom, H. B. G. (1990) «Cultural and economic dimensions of lifestyle»:185-241 In Blanka Filipcova, Sue Glyptis., Walter Tokarski (eds.), «Life styles: Theories, Concepts, Methods and Results of Life Style Research in International Perspective» Research Committee 13 of the International Sociological Association, Prague: Institute for Philosophy and Sociology, Czechoslovak Academy of Sciences, 2 Volumes
- Giddens, A. (1991) Modrnrity and Self Identity: Self and Society in Late Modern Age. Polity Press.
- Kirchberg, V.(2007) «Cultural Consumptin Analysis: Beyond Structure and Agency». Cultural Sociology, Vol. 1, No. 1, pp. 115-135.
- Koch-Wesser, E. (1991) «A framework for quantitative study of leisure styles» Society and Leisure, Vol. 14, No. 2, 410-432.
- Lamont, M, et al (1996) «Cultural and Moral Boundries in the United States: Structural position, geographic location, and lifestyle explanations» Poetics, Vol. 2.4, 31-56.
- Mohr, J. & Dimaggio, Paul (1995) «The intergenerational transmission of cultural capital» Research in Social Stratification and Mobility, Vol. 14, Pp. 167-199.
- Roberts, K. & Fagan, Colette (1999) «Young people and their leisure in former communist countries: Four theses examined». Leisure Studies, Vol. 18, 1-17.
- Scheys, M. (1987) «The power of lifestyle». Society and Leisure, Vol. 10, No. 2: 249-266.
- Sobel, M. (1981) «Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses» Academic Press.
- Veal, A. J. (2000) «Lifestyle and Leisure: A Review and Annotated Bibliography. School of



Leisure, Sport and Tourism, University of Technology Sydney, On-line Bibliography 8, at:  
WWW.business.uts.edu.au./leisure/research/bibs.html.



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۹۸

سال اول

شماره ۱

پاییز ۱۳۸۶