



## Research Paper

### Sociological explanation of the relationship of different forms of capital with cinematic tastes of audiences (Case studies: film viewers of Zahedan)

Mohammad Osman Hosseinbor<sup>1</sup>, Behrouz Roustakhiz<sup>2\*</sup>, Erfan Askani<sup>3</sup>

1. Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Sistan and Baluchestan; Zahedan, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Anthropology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University; Tehran, Iran (Corresponding author).

3. Master of Sociology, Faculty of Literature and Human Sciences, Kharazmi University; Tehran, Iran.



<https://doi.org/10.22034/scart.2023.62909>

Received: December 31, 2022

Accepted: September 28, 2023

Available online: December 22, 2023

**Keywords:** Cinema consumption, cinematic tendencies, social capital, cultural capital, Zahedani cinemagoers.

#### Abstract

The aim of the present research was to identify some characteristics of cinemagoers in Zahedan city and to examine the relationship between types of capital and their cinematographic tendencies. Since the achievement of the above-mentioned goal depends on knowing the tendency and taste of people, as well as examining their cultural taste according to their assets or capital, in this research, Pierre Bourdieu's approach has been used as a theoretical guide. The research method in this research was also quantitative with the aim of describing and explaining the investigated phenomenon and using the researcher-made questionnaire tool. The statistical population of the research was all customers of cinemas in Zahedan at the time of data collection and the sample size was 232 people who were selected as a whole number of people willing to cooperate. The findings of this research show that cultural and social capitals have a significant relationship with many cinematic tendencies of Zahedani cinemagoers. While economic capital does not show such a significant relationship. Also, all the background characteristics investigated by Zahedani cinemagoers, including gender, age, marital status, ethnicity, religion, level of education, activity status and economic class of the family, at least some of them have a significant relationship with their cinematic tendencies.

Citation: Hosseinbor, M. O., Roustakhiz, B., & Askani, E. (2024). Sociological explanation of the relationship of different forms of capital with cinematic tastes of audiences (Case studies: film viewers of Zahedan). *Sociology of Culture and Art*, 5 (4), 51-72.

**Corresponding Author:** Behrouz Roustakhiz

**Address:** Allameh Tabataba'i University, Faculty of Social Sciences - Tehran, Iran.

**Tell:** +982122223001

**Email:** b.roustakhiz@atu.ac.ir

## Extended Abstract

### 1- Introduction

The main subject of this article is to examine the relationship between types of capital (economic, social and cultural capitals) and cinema tendencies among the cinemagoers of Zahedan city in the southeast of Iran. The people of this area have preserved some of their traditional characteristics and are still in the struggle between tradition and modernity. Therefore, audience research in cinema and the traditional context of this society also has a virgin space. Therefore, examining the situation of this transitioning society in terms of consumption of cultural goods and especially cinema, as well as the lack of previous research on this matter, shows the importance of this research.

A major part of the research related to the consumption of cultural goods is influenced and based on the theory of developmental structuralism of Pierre Bourdieu, a famous French sociologist, in which he seeks to explain human behavior, including the lifestyle and consumption of cultural goods, by emphasizing the dialectical relationship of habitus. In this theory, in the structural part or context, the power and ability of actors is influenced by factors, the most important of which is the amount of their capital. Bourdieu proposes four types of capital, which are economic, social, cultural and symbolic capital. These capitals respectively refer to the amount of property and wealth, the amount of influence or valuable social relations, the amount of possession and use of cultural resources, and the amount of respect and social reputation of individuals. In the framework of Bourdieu's theory, people act on the basis of their taste, which is related to their habitus, by using the types and amount of capital they have in the field, in determining their lifestyle in distinction from others. In this framework, it is possible to explain the consumption of artistic products such as films and their cinematic tendencies.

### 2- Methods:

The research method in this research was quantitative, with the aim of describing and explaining the investigated phenomenon, using a researcher-made questionnaire tool. The field of study of the current research is the cinema halls of Zahedan city, the capital of Sistan and Baluchistan province. The statistical population of this research is made up of all the citizens of different ethnicities who, at the time of data collection, visited the cinema halls of Zahedan city and watched at least one movie in the cinema. The unit of analysis of this research is the individual. The sample size of the research was 232 people in total. This sample volume actually included all cinemagoers who agreed to cooperate during field operations or data

collection (taking into account the conditions of the spread of the corona virus).

### 3- Findings

The majority of the respondents of this research were ethnically Baloch (43.1%) and religiously Shiite (53.9%). In terms of gender, 67.5% are men and 32.5% are women. The majority of them (25%) are in the age group of 28-32. Marital status is such that 49.3% of all respondents are married and 50.7% are single. Most of the respondents are students and have studied at bachelor level. About 57% of the respondents were employed and only 16% of them were unemployed. Among the economic classes, most of them (45.8%) belong to the middle class, and in total, nearly 71% of them belong to the middle and upper middle classes. In terms of the amount of economic capital, the majority of them (26%) have a lot of economic capital, and altogether more than 49% of them have medium and a lot of economic capital. In terms of the amount of social capital, the majority of them (47.1%) have very high social capital, and in total more than 89% of them have high and very high social capital. In terms of the amount of cultural capital, the majority of them (40.1%) have a lot of cultural capital, and more than 56% of them have a lot of cultural capital.

Based on the findings of this research about the interest of the respondents in all kinds of films, the majority of them have declared that - based on the country of origin of the films - they are very interested in American or Hollywood and Iranian films, and on average in other foreign and Indian or Bollywood films. Based on the average level of interest, the most popular movies for respondents based on country of origin are American or Hollywood movies. The popularity of other films is: Iranian, other foreign and Indian or Bollywood films respectively.

In terms of interest in various genres, the results of the research confirm that the most popular movies according to the respondents are: comedy, social and family. The findings of the research about the movie tendencies of the cinema audience in terms of the criteria of interest and preference of movies show that the most important criterion of interest and preference of movies for them is the subject and theme of the movie. The criteria of the genre or style of the film and the actors of the film are next.

### 4- Discussion & Conclusion

While describing the characteristics of Zahedani cinemagoers, this research has investigated the relationship between types of capital and their cinematic tendencies in the framework of Pierre Bourdieu's theory and with a survey method. The

findings of this research showed that there is no significant relationship between the economic capital of cinemagoers and different aspects of their cinematic tendencies. This is different from research results such as Kord's research (2015), Ebrahimi et al. (2013) and Ebrahimi Loya and Rezaizadeh (2013) and does not agree with Bourdieu's theory. Perhaps such a thing can be justified by the economic, social and cultural conditions in Zahedan city or the way of measuring the economic capital (based on the monthly household expenses), especially with the difference with the economic class.

According to the findings of this research, there is a significant relationship between the cultural capital of cinemagoers and some of their cinematic tendencies. This significant relationship is related to the level of interest in Indian films, social films, political films, philosophical films, and documentary films, as well as the importance that moviegoers attach to the director's criteria and film techniques. This finding is in line with the research results of Kord (2015) and Ebrahimi et al. (2015) and is completely consistent with Bourdieu's theory. The significant and direct relationship between the amount of cultural capital and the level of interest in films from social, political, philosophical and documentary genres, as well as with criteria for preferring films such as cinematic techniques, easily reminds of phenomena such as taste and distinction and their relationship with cultural capital, which is in the theory Bourdieu is one of the central concepts.

The findings of this research show that the social capital of cinemagoers in Zahedan has a significant relationship with some of their cinematic tendencies. This significant relationship is related to the level of interest in Iranian films, Indian films, family films, comedy films, religious films and romantic films, as well as the level of importance that moviegoers

attach to the genre or style of the film. This finding is in line with the research results of Ebrahimi and his colleagues (2013) and is in harmony with Bourdieu's theory.

In sum, the results of this research show that Pierre Bourdieu's theories, in the role of cultural and social capital, can be well used to explain the taste and distinction and consumption of cultural goods, and especially the tendencies of cinemagoers in communities like Zahedan, which still cannot be considered a modern society. Be placed However, it seems that the position and role of economic capital has a considerable distance from what is expected in Bourdieu's theory in these fields.

### **5- Funding**

The financial sponsor of this research was the deputy of technology development and cinema studies, Iran's Ministry of Culture and Islamic Guidance.

### **6- Authors' Contributions**

Research design: Mohammad Osman Hosseinbor & Behrouz Roustakhiz - Writing parts of the introduction, theoretical foundations and background of the research: Erfan Askani - Create theoretical framework for research: Mohammad Osman Hosseinbor & Behrouz Roustakhiz - Methodology and data analysis: Mohammad Osman Hosseinbor & Behrouz Roustakhiz - Data collection: Erfan Askani - Supervision and final writing: Mohammad Osman Hosseinbor, Behrouz Roustakhiz & Erfan Askani.

### **7- Conflict of Interests:**

The authors declare no conflict of interest.

## تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلايق سينمايي مخاطبان (مورد مطالعه: سينما روهائ شهر زاهدان)

محمد عثمان حسين بر<sup>۱</sup>، بهروز روستاخيز<sup>۲\*</sup>، عرفان آسكاني<sup>۳</sup>

۱. دانشيار، گروه جامعه‌شناسي، دانشکده ادبيات و علوم انساني، دانشگاه سيستان و بلوچستان، زاهدان، ايران.
۲. استاديار، گروه مردم‌شناسي، دانشکده علوم اجتماعي و عضو پژوهشکده مطالعات و سياستگذاري اجتماعي، دانشگاه علامه طباطبائي، تهران، ايران (نويسنده مسؤل)
۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسي، دانشکده ادبيات و علوم انساني، دانشگاه خوارزمي، تهران، ايران.



<https://doi.org/10.22034/scart.2023.62909>

### چکیده

هدف تحقيق حاضر آن بوده است تا ضمن شناخت برخي ويژگي‌هاي سينما روهائ در شهر زاهدان، ارتباط انواع سرمايه با گرايش‌هاي سينمايي آن‌ها را بررسي نمايد. از آن‌جا که دست‌يابي به هدف فوق‌الذکر منوط به شناخت گرايش و سلیقه افراد، و نیز بررسی ذائقه فرهنگی آنان بر حسب دارایی‌ها یا سرمایه‌های شان می‌باشد، در پژوهش حاضر از رویکرد پیر بوردیو به‌عنوان راهنمای نظری کار استفاده شده است. روش تحقيق نیز از نوع کمی و با هدف توصیف و تبیین پدیده مورد بررسی و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته بوده است. جامعه آماری تحقيق کلیه مشتریان سينماهاي شهر زاهدان در زمان جمع‌آوری داده‌ها و حجم نمونه ۲۳۳ نفر بوده است که به‌صورت تمام‌شماری از افراد حاضر به همکاری انتخاب شده‌اند. یافته‌هاي تحقيق نشان می‌دهد که سرمايه‌هاي فرهنگي و اجتماعي با بسياري از گرايش‌هاي سينمايي سينما روهائ زاهداني رابطه معناداري دارند. در حالی که سرمايه اقتصادی چنین ارتباط معناداری را نشان نمی‌دهد. همچنین تمامی ویژگی‌های زمینه‌ای مورد بررسی سينما روهائ زاهداني شامل جنسيت، سن، وضعیت تأهل، قوميت، مذهب، ميزان تحصیلات، وضع فعاليت و طبقه اقتصادی خانواده، حداقل با برخي با گرايش‌هاي سينمايي آن‌ها از رابطه معناداري برخوردارند.

تاریخ دریافت: ۱۰ دی ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۶ مهر ۱۴۰۲

انتشار آنلاین: ۱ دی ۱۴۰۲

**واژه‌های کلیدی:** مصرف سینما، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سینما، سلیقه.

**استاد:** حسين بر، محمد عثمان؛ روستاخيز، بهروز و آسكاني، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلايق سينمايي مخاطبان (مورد مطالعه: سينما روهائ شهر زاهدان). *فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

\* نویسنده مسؤل: بهروز روستاخيز

نشانی: دانشکده علوم اجتماعي دانشگاه علامه طباطبائي، تهران، ايران.

تلفن: ۰۲۱۲۲۲۳۰۰۱

پست الکترونيکی: b.roustakhiz@atu.ac.ir

## ۱- مقدمه و بیان مسئله

موضوع اصلی این مقاله، بررسی ارتباط انواع سرمایه با گرایش‌های سینمایی در میان سینماورهای شهر زاهدان است. شهروندان با اهداف و انگیزه‌های متفاوتی به سینما می‌روند. سینما برای برخی مفری است از تنش‌های روزمره؛ برای برخی یک امکان فراغتی و ابزار سرگرمی است؛ و البته برخی نیز آن را همچون دریچه‌ای به سوی روشننگری، ادراک می‌کنند. تجربه حضور در سالن‌های سینما، یک تجربه اجتماعی است. به تعبیر دیگر، سینما رفتن یک رویداد اجتماعی است؛ چه جدای از تجربه جمعی حضور در سینما و تماشای فیلم‌ها، ما آن را در زمینه‌ای اجتماعی تجربه می‌کنیم. آن‌چنان‌که به بیان ساترلند و فلتی<sup>۱</sup> (۱۳۹۶: ۱۸-۱۵)، یکی از کارکردهای سینما در اوایل قرن بیستم، در جوامع چندفرهنگی مانند ایالات متحده آمریکا، کمک به جذب و سازگاری مهاجران با جامعه بود، و البته اطمینان دادن به این‌که راه‌های زندگی مشترک را حفظ و انتقال می‌دهند. از سویی، سینماها نیز همچون سایر نهادهای عمومی، انشعابات نژادی، قومی، مبتنی بر طبقه اجتماعی را در جامعه‌ای بزرگ‌تر به صورت فیلم نشان می‌دادند، که البته رفتار مخاطبان مراجعه‌کننده را نیز در بر می‌گرفت. همچنین تا نیمه دوم قرن بیستم، سیاست تبعیض نژادی در سالن‌های سینما به صورت زمانی (نمایش فیلم‌ها برای مخاطبان آفریقایی/آمریکایی در شب)، مکانی (نشستن تماشاچی‌های آفریقایی/آمریکایی در بالکن)، درب ورودی (آمریکایی‌های آفریقایی باید از داخل کوچه وارد سینما می‌شدند)، و محله‌ای اجرا می‌شد؛ علاوه بر این، سینماهای مخصوص سیاه پوستان تنها به مشتریان محله‌های آفریقایی/آمریکایی مخصوص در شهرهای شمالی سرویس می‌دادند. با عبور از دهه‌های قرن بیستم، شاهد تغییراتی در صنعت فیلم بودیم که بازتاب تغییرات اجتماعی و فرهنگی بود؛ مکان و ساختار محیط‌های تماشاچی فیلم از مکان‌های تصویری اوایل قرن بیستم به سمت معماری هنری عصر رکود و فیلم‌های اغواگر اواسط قرن بیستم، و به سمت سالن‌های متعدد و مجتمع‌های چندسالنی اواخر قرن بیستم حرکت نمود. همان‌گونه که محتوای فیلم‌ها فرهنگ مصرف‌گرایی و فردگرایی را تقویت می‌کردند، شیوه مشاهده فیلم نیز با خدمات و امکان تماشای فیلم در منزل گسترش یافت.

در ایران نیز، سینما همچون سایر مظاهر زندگی جدید، بعد از جنبش مشروطیت یا نهضت بیداری ایرانیان قدم به این کشور نهاد، و البته همانند سایر پدیده‌های منتسب به جوامع غربی، با مقاومت و مخالفت‌هایی رو به رو شد که بخشی از این مخالفت‌ها را باید در هراس ناشی از پدیده‌های ناشناخته‌ای جستجو کرد که معمولاً در جوامع سنتی بروز می‌کند؛ ولی بی‌تردید بخش مهم‌تر آن، ریشه در ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه ایرانی دارد. بدیهی است بیشتر مخالفت‌ها با پدیده سینما در آن ایام، با توجه به بستر سنتی جامعه ایرانی و باورهای ریشه‌دار اعتقادی، از منظر اخلاق عمومی صورت می‌پذیرفت. چرا که فیلم‌های سینمایی‌ای که در سینماها به نمایش درمی‌آمدند، گونه‌ای از روابط و اشکالی از زندگی را نشان می‌دادند که هیچ تناسبی با شئون اخلاقی و اجتماعی جامعه ایرانی نداشت و چه بسا منافی اخلاقیات مرسوم و هنجارهای مورد قبول بودند (آسایش، ۱۳۷۹: ۹۶). بدین ترتیب مخاطبان سینما در چنین عصری بیشتر از این‌که سوژه‌هایی بی فکر قلمداد شوند، افرادی بودند که بایستی بتوانند از میان فرهنگ سنتی‌ای که در آن زندگی می‌کردند و عرصه‌ای که پا به دنیا می‌رفتند، دست به انتخاب بزنند. این تعارض بین سنت و مدرنیته که هم‌عصر جریان مدرنیزاسیون در ایران بود تا اواخر دوران پهلوی نیز ادامه داشت؛ هر چند با روی کار آمدن انقلاب اسلامی فضای سینما تا حد زیادی تغییر کرد اما نمی‌توان انکار کرد که مخاطب سینما در ایران همچنان غیرقابل پیش‌بینی، به شدت متنوع و بنابراین، نیازمند شناخت است. این موضوع به‌ویژه در نواحی سنتی‌تر، پیرامونی و خاصه میان شهروندان در حاشیه مانده این کشور که تجربه به‌مراتب کمتری چه از حیث مراجعه به سینما و چه از حیث مشارکت در این صنعت دارند، بیشتر مصداق می‌یابد.

موضوع فوق در ناحیه‌ای مثل سیستان و بلوچستان در جنوب شرقی ایران که از لحاظ فرهنگی بافتی عمدتاً سنتی و مذهبی دارد و بخش عمده جمعیت آن خود را اقلیتی قومی و مذهبی می‌دانند، بیشتر خود را نشان داده و موضوعیت می‌یابد. از این‌رو، آن‌چه شاید اسباب انگیزه بیشتر برای انجام این تحقیق در ناحیه مورد اشاره را فراهم می‌آورد، فضای بکر مخاطب‌پژوهی در سینما و بافت سنتی جامعه سیستان و بلوچستان، و نیاز به شناخت ویژگی‌های این مخاطبان در عرصه دانشگاهی و پژوهشی است. به عبارت دیگر، وضعیت جامعه در حال گذار مورد بررسی از لحاظ مصرف کالاهای فرهنگی و به‌ویژه سینما و نیز فقدان

1. Jean-Anne Sutherland & Kathryn Feltey

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماورهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

تحقیقات قبلی در این مورد بیان‌گر ضرورت و اهمیت این تحقیق می‌باشد. در واقع، می‌توان گفت بخش عمده‌ای از تحقیقات مربوط به مصرف کالاهای فرهنگی متأثر و بر مبنای نظریه ساختارگرایی تکوینی پیر بوردیو<sup>۲</sup> جامعه‌شناس تلفیق‌گرا و شهیر فرانسوی است که در آن با تأکید بر رابطه دیالکتیکی عادت‌واره یا هابیتوس، به‌عنوان عامل ذهنی یا کنشی و میدان یا زمینه، به‌عنوان عامل عینی یا ساختاری، در پی تبیین رفتار انسان‌ها و از آن جمله سبک زندگی و مصرف کالاهای فرهنگی می‌باشد. در این نظریه در بخش ساختاری یا زمینه، قدرت و توانایی کنشگران تحت تأثیر عواملی است که از جمله مهمترین آن‌ها میزان سرمایه‌های ایشان می‌باشد. بوردیو چهار نوع سرمایه را مطرح می‌کند که عبارتند از سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادین. این سرمایه‌ها به ترتیب به میزان دارایی و ثروت، میزان نفوذ یا روابط اجتماعی ارزشمند، میزان برخورداری و کاربرد منابع فرهنگی و میزان پرستیز و شهرت اجتماعی افراد اشاره دارند. در چهارچوب نظریه بوردیو، افراد بر مبنای ذائقه یا سلیقه‌ای که مربوط به عادت‌واره آن‌ها است با استفاده از انواع و میزان سرمایه‌هایی که در میدان در اختیار دارند، در تعیین سبک زندگی خود در تمایز با دیگران عمل می‌کنند (ریتزر، ۱۳۸۴: ۷۲۹-۷۱۵). در این چهارچوب می‌توان مصرف محصولات هنری همانند فیلم و نیز گرایش‌های سینمایی آن‌ها را تبیین نمود. با توجه به آن‌چه گفته شد، در این تحقیق سعی شده است به این سؤال پاسخ داده شود که ارتباط انواع سرمایه‌های سینما روها در شهر زاهدان با گرایش‌های سینمایی آن‌ها چیست؟

## ۲- پیشینه پژوهش

### ۱- ۲- پیشینه تجربی

هم‌زمان با ورود سینما به جوامع، شاهد شکل‌گیری علاقه‌مندی‌هایی برای مطالعات نظری یا تجربی پیرامون آن می‌باشیم. این مطالعات در آغاز محدود به نحوه ورود سینما به این جوامع، واکنش‌های اجتماعی در برابر آن و چگونگی مواجهه افشار مختلف با آن بود. اما رفته‌رفته مطالعات پیرامون سینما اوج گرفت و پا را از این فراتر گذاشت و به موضوعات مختلفی از قبیل مصرف، تقاضا، جنسیت، قشربندی اجتماعی و... پرداخته شد. از این بین، در ادامه به برخی از مطالعاتی اشاره خواهد گردید که به‌نحوی با موضوع مقاله پیش رو ارتباط می‌یابند و نگارندگان به فراخور پژوهش، از آن‌ها بهره گرفته‌اند. در بین پژوهش‌های انجام‌شده در دهه ۱۳۸۰، شرفی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «مصرف سینما در خراسان رضوی و عوامل موثر بر آن»، با هدف شناسایی موانع مصرف سینما، مطالعه‌ای پیمایشی انجام داده‌است. یافته‌ها نشان داد مصرف سینما اغلب با انگیزه تفریح و به‌شیوه جمعی، همراه با خانواده یا دوستان، صورت می‌گیرد. مهم‌ترین موانع مصرف سینما، چنان که در این پژوهش آمده است، هزینه اجتماعی، هزینه عملکردی، هزینه مالی، هزینه زمانی و مصرف بدیل‌های سینما هستند. افزایش هزینه مالی، زمانی، و هزینه عملکردی با افزایش هزینه اجتماعی و افزایش مصرف بدیل‌های سینما در رابطه مستقیم است.

سزاوار حبیبی (۱۳۹۰) مطالعه‌ای میدانی با ابزار پرسشنامه در شهر تهران تحت عنوان «عوامل موثر بر جذب تماشاگران فیلم‌های سینمایی ایرانی به سالن‌های سینما» و با هدف شناسایی عوامل موثر بر جذب افراد به سینما از دید تماشاگران به این نتیجه رسیده است که تمامی متغیرهای آمیخته بازاریابی به‌جز قیمت و کارکنان بر جذب تماشاگر موثر بوده‌اند و اکثر پاسخگویان معتقد بوده‌اند که قیمت بلیت متوسط یا ارزان است. اولویت‌بندی متغیرهای هفت‌گانه تحقیق از منظر تاثیرگذاری آن‌ها بر جذب تماشاگر نشان داد که متغیرهای مکان و فرآیند دارای بالاترین اولویت بوده‌اند. مهم‌ترین شاخص‌های متغیر ترفیح به‌ترتیب عبارت‌اند از: توصیه دوستان و آشنایان، اخبار پخش‌شده در مورد فیلم و نقدهای فیلم. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تفریح و سرگرمی و پیگیری یک کارگردان مهم‌ترین دلایل افراد برای سینما رفتن بوده‌است. پراهمیت‌ترین عواملی که افراد را از سینما رفتن باز می‌دارند به‌ترتیب سوژه‌های تکراری و کیفیت پایین فیلم‌های ایرانی می‌باشند. کیا و شاه‌حسینی (۱۳۹۰) در پیمایشی موردی با عنوان «سینمای ایران، مخاطب و نیازهای فردی و اجتماعی»، در شهر تهران و با تعداد ۴۰۰ نفر حجم نمونه، در پی پاسخ به این سوال بودند که چه رابطه‌ای بین استفاده از سینما برای رفع نیازهای فردی و اجتماعی و میزان استفاده از سینما وجود دارد؟ نتایج حاصله حکایت از این دارد که مخاطبان چون پاسخ نیازهای فردی و اجتماعی خود را در سینمای ایران نیافته‌اند، از سینما برای رفع این نیازها استفاده‌ی اندکی می‌کنند؛ به‌جز در مواردی که با استفاده ایشان از سینما نه محتوایی که

## 2. Pierre Bourdieu

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

فراگردی بوده است و نهایت این که وضعیت مخاطب سینمای ایران، بیشتر رویگردانی است تا استفاده. استفاده اندک تماشاگر از سینمای ایران به این موضوع اشاره می‌کند که مخاطب سینمای ایران را فاقد ارزش برای دیدن نمی‌داند، اما چون نیازهایش به درستی و کامل در این سینما ارضا نمی‌شود، استفاده زیادی از آن به عمل نمی‌آورد.

ابراهیمی لویه و رضایی‌زاده (۱۳۹۲) هم در تحقیقی با عنوان «سلیقه‌های سینمایی سینما رهای شهر رشت»، برای بررسی سلیقه‌های سینمایی افراد سینمارو از روش کمی و کیفی استفاده کرده‌اند. نتایج پیمایش روی ۳۷۸ نفر از افراد سینمارو با استفاده از آزمون‌های آماری مرتبط، نشان داده که پایگاه اقتصادی-اجتماعی، تحصیلات، محل سکونت، و... از مهم‌ترین عوامل موثر بر ریختار و نهایتاً شکل‌گیری سلیقه‌های سینمایی مشخص می‌باشد. ابراهیمی و همکاران او (۱۳۹۳)، با مطالعه‌ای موردی با ابزار پرسشنامه در بین ۴۰۰ جوان دختر و پسر شهر ساری تحت‌عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل موثر بر مصرف سینما»، با بهره‌گیری از نظریه بورديو كوشش نموده‌اند تا تأثیر سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بر مصرف سینمایی را روشن سازند. یافته‌های تحقیق نشان داده که تأثیر هر سه متغیر سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی بر متغیر وابسته تحقیق یعنی مصرف سینمایی مثبت می‌باشد و این مهم به این معنی است که با افزایش سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی، میزان مصرف سینمایی نیز افزایش می‌یابد.

کاظمیان و همکاران (۱۳۹۴) نیز در مطالعه‌ای پیمایشی با عنوان «بررسی ذائقه سینمایی شهروندان» با استفاده از ابزار پرسشنامه و شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای در بین ۴۱۰ نفر از شهروندان شهر مشهد به این نتیجه رسیده است که میانگین تماشای فیلم سینمایی ۶۹/۵ درصد افراد در حد متوسط و پایین‌تر از متوسط است. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد اولاً استقبال زیاد تماشاگران از یک فیلم یا کارگردان حتماً نشان‌دهنده ارزش هنری بالای آن فیلم یا کارگردان نیست؛ ثانیاً، اعمال ممیزی برای بعضی از فیلم‌ها و توقیف برخی از آن‌ها حتماً موجب استقبال کم تماشاگران نمی‌شود؛ ثالثاً، در استقبال تماشاگران از یک فیلم یا فروش آن در گیشه عوامل دیگری نیز غیر از ارزش هنری آن‌ها، مؤثر است. در یکی از این مطالعات که در بین مخاطبان سینماهای شهر شیراز انجام شده است، کرد (۱۳۹۵) با استفاده از روش آماری-توصیفی و با در نظر گرفتن الگوی رفتاری مخاطبان، به این نتیجه دست یافتند که بین گروه‌های سنی، سطح تحصیلات، وضعیت شغلی، درآمد، سرمایه فرهنگی، سلیقه ادبی، سلیقه موسیقایی، سرمایه اقتصادی و سلیقه سینمایی رابطه معنی‌داری با قوت بسیار کم وجود دارد. میرفردی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای پیمایشی در مورد سبک مصرف سینما و رابطه آن با سواد سینمایی با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته و شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای چندمرحله‌ای متناسب با حجم در بین ۴۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه ایلام به این نتیجه رسیده‌اند که یک همبستگی نسبتاً قوی، مستقیم و معنادار بین سواد و دانش سینمایی با مصرف سینما وجود داشته و سبک مصرف سینما به تبعیت از سواد و دانش سینمایی تحول می‌پذیرد. در یکی از جدیدترین مطالعات انجام‌شده نیز، احسان آقابابایی و همکاران وی (۱۴۰۱) به «تبیین جامعه‌شناختی مصرف فیلم در شهر اصفهان» پرداخته‌اند. در پژوهش مورد اشاره هم از رویکرد پیر بورديو استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که سرمایه فرهنگی و مؤلفه‌های آن، دانش سینمایی، گروه‌های مرجع و سرمایه اقتصادی بر مصرف فیلم و سینما اثرگذار بوده‌اند، اما متغیرها و ویژگی‌های زمینه‌ای پاسخگویان در این راستا تأثیر معناداری نداشته‌اند.

در نگاه به پژوهش‌های خارجی می‌توان به آثاری اشاره داشت که این موضوع را به‌نحوی مورد مطالعه قرار داده‌اند. در یکی از این موارد، تورچ<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) رابطه بین پایگاه اجتماعی و مصرف فرهنگی را با هدف بررسی پایگاه اجتماعی، درآمد، تحصیلات و ارتباط آن با مصرف فرهنگی، در بین شهروندان شیلیایی مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های این تحقیق پیمایشی نشان می‌دهد که تحصیلات عامل مهمی در مصارف فرهنگی است و درآمد نیز تأثیر زیادی در این زمینه دارد. تورچ معتقد است که این مسئله تا حدود زیادی در مورد کشورهای فقیر صدق می‌کند و نمی‌توان آن را به‌عنوان یک مدل عمومی برای دیگر کشورها تعمیم داد. به‌طور کلی پایگاه اجتماعی عاملی اساسی و تاثیرگذار در این ارتباط است. چان و گلد تورپ<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) نیز تحقیقی

3. Torche

4. Chan and Goldthorp

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما رهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

درباره قشربندی اجتماعی مصرف فرهنگی انجام داده‌اند. داده‌های این تحقیق از انجمن هنرهای انگلستان که مربوط به نظرسنجی سال ۲۰۰۱ می‌باشد، گرفته شده و به صورت تحلیل ثانویه انجام شده است. در این پژوهش تأثیر چهار متغیر درآمد، تحصیلات، پایگاه اجتماعی و جایگاه طبقاتی بر مصرف فرهنگی مورد سنجش قرار گرفته است. براساس یافته‌های پژوهش، تأثیر متغیر مستقل درآمد بر مصرف فرهنگی کاملاً محدود اما تأثیر متغیر تحصیلات از هر لحاظ مشخص است. صلاحیت‌های آموزشی بالاتر، انحصار فرهنگی کمتر و تساهل طلبی فرهنگی بالاتر را به همراه دارد. با این که تحصیلات به طور مستقل تأثیر به‌سزایی بر مصرف فرهنگی دارد، متغیر پایگاه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر مصرف نشان می‌دهد. باکدی<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) هم، در پژوهشی به رابطه بین قشربندی اجتماعی با مصرف فرهنگی در مجارستان پرداخته است. وی در این پژوهش به بعد مصرف کتاب پرداخته است. روش تحقیق از نوع پیمایش بوده و با ابزار پرسشنامه صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پایگاه اجتماعی، تحصیلات و درآمد به‌عنوان سه مؤلفه اصلی قشربندی، عوامل اساسی در مصرف کتاب در مجارستان بوده‌اند. رفتار مصرفی مردم ارتباط زیادی با الگوهای پایگاه اجتماعی آنان دارد. نتایج همچنین نشان‌دهنده آن است که افرادی که از لحاظ تحصیلات در قسمت فوقانی طبقه خویش قرار دارند، نوع مصرفشان با افرادی که در بخش‌های میانی و پایینی قرار دارند، متفاوت است.

در جمع‌بندی و بررسی تحقیقات پیشین می‌توان گفت این پژوهش‌ها عمدتاً مصرف فرهنگی و سینمایی را مد نظر قرار داده و کمتر به گرایش‌های سینمایی پرداخته‌اند. همچنین هیچ پژوهشی در مورد گرایش‌های سینمایی مردم در سیستان و بلوچستان انجام نشده است. بنابراین تحقیق حاضر در مقایسه با تحقیقات پیشین، با تأکید بر گرایش‌های سینمایی در منطقه‌ای مثل سیستان و بلوچستان و به‌ویژه شهر زاهدان، متمایز می‌شود.

## ۲-۲- ملاحظات نظری

گرایش یا نگرش را می‌توان یک نظام بادوام در دیدگاه‌های انسان دانست که شامل سه عنصر شناختی (اعتقادات و باورها)، احساسی (احساسات و عواطف مثبت و منفی) و تمایل به عمل (آمدگی برای انجام یک کار یا مصرف یک چیز) است (کریمی، ۱۳۷۷: ۲۶۳). نظریه‌های مختلفی در مورد شکل‌گیری گرایش‌ها وجود دارد که در آن‌ها به عوامل مختلف موثر بر گرایش‌ها اشاره شده است. فیش‌بین و آیزن<sup>۶</sup> گرایش‌ها را تحت تأثیر انتظار فایده، ارزیابی فایده و هنجار ذهنی (که خود متأثر از انتظار دیگران و انگیزه پیروی از انتظارات دیگران است) می‌دانند. ساپ و هارود<sup>۷</sup> به این عوامل، پذیرش اجتماعی را که عمدتاً مرتبط با گروه‌های مرجع است اضافه می‌کنند (رفیع‌پور، ۱۳۷۲: ۹-۱۲). مصرف را که عمدتاً به مصرف کالاها (از جمله کالاهای فرهنگی همانند فیلم و موسیقی) و خدمات معطوف است، می‌توان نتیجه گرایش‌ها دانست. همچنین در این راستا می‌توان شباهت و ارتباط نزدیک گرایش با ذائقه که توسط بورديو مطرح شده است را متوجه شد.

مصرف پدیده‌ای است که مدت‌ها مقوله‌ای صرفاً اقتصادی شمرده شده و فقط از همین منظر بدان توجه می‌شد. جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، فرهنگ‌شناسان و مردم‌شناسان بعد از جنگ جهانی دوم به این موضوع علاقمند شدند و پژوهش‌هایی را درباره آن آغاز کردند. مطالعات اجتماعی درباره سبک زندگی و مصرف از ابتدای قرن بیستم آغاز شده بود. در ادامه کارهای اولیه در زمینه سبک زندگی و مصرف توسط ماکس وبر، گئورگ زیمل و تورشتاین وبلن این مفاهیم برای مدتی در جامعه‌شناسی کم کاربرد شد که در طی آن در تحقیقات مربوط به بازار رونق گرفت، اما دوباره در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ قرن بیستم، این مفاهیم را تئوری‌پردازان معاصر فرهنگی و جامعه‌شناختی مانند پیر بورديو (۱۹۸۴)، مایک فدرستون (۱۹۹۱)، و چنی (۱۹۹۶) به‌کار گرفتند (بنت، ۲۰۰۵: ۷۱). باری، از آن‌جا که هدف این پژوهش شناخت گرایش و سلیقه یا ذائقه فرهنگی افراد، حسب دارایی‌ها یا سرمایه‌هایشان می‌باشد، از رویکرد پیر بورديو به‌عنوان راهنمای نظری کار استفاده شده است. بورديو در نظریه ساختارگرایی تکوینی خود با تلفیق جنبه‌های ذهنی یا کنشی عاملان که ساختمان ذهنی، عادت‌واره یا هابیتوس نامیده می‌شود و جنبه‌های ساختاری یا عینی

5. Bukodi

6 . Fishbein and Ajzen

7 . Sapp and Harrod

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روه‌های شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

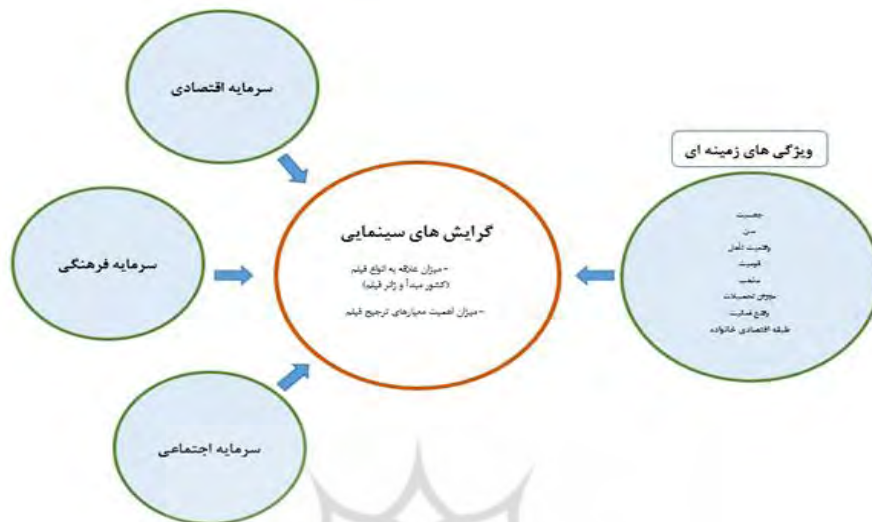


که بورديو به آن زمينه يا ميدان اطلاق مي‌کند و شامل شرايط تسهيلگر يا محدودکننده مثل دسترسي به انواع سرمايه‌هاي اقتصادي، فرهنگي، اجتماعي و نمادين و ميزان آن‌ها مي‌باشد، مي‌کوشد رفتار انسان‌ها را تبیین نماید (ريتزر، ۱۳۸۴: ۷۲۹-۷۱۵). بورديو مدعي است که مصرف فرهنگي روشي است براي آن‌که قشرهاي مختلف خود را متمایز کنند و مدعي منزلت بالاتري شوند، و به همين ميزان فرهنگ جزئي از سياست طبقاتي است. مشخصاً، توليد و مصرف فرهنگي روشي است که قشرهاي طبقه حاکم از طريق آن به دنبال ايجاد و حفظ سلطه‌شان هستند. آن‌ها مي‌خواهند تا ذائقه‌ها، ترجيحات و معيارهاي فرهنگي و سبک زندگي خودشان را به ارزشمندترين و مطلوب‌ترين آن‌ها بدل و مسلط‌شان سازند. به ميزاني که ارزش‌ها، سبک‌هاي زيبايي‌شناختي و داوري‌هاي آن‌ها به لحاظ اجتماعي مسلط شود، منزلت طبقاتي هژمونیک آن‌ها حفظ مي‌شود (سيدمن، ۱۳۹۵: ۲۰۱).

بورديو در پراوازه‌ترين کتابش «تمایز» مي‌کوشد تا نشان دهد که چگونه تمایزات فرهنگي ايجاد، به‌کارگرفته و با قشريندي اجتماعي مرتبط مي‌شوند. او در اثر بعدي‌اش «کنش‌هاي مقاومت» تمایز را برحسب دسترسي به انواع مختلف سرمايه، مورد تحليل قرار داده است. او در بحث از انواع سرمايه، به سه نوع سرمايه اقتصادي، سرمايه فرهنگي و سرمايه اجتماعي اشاره مي‌کند (بورديو، ۱۹۹۷: ۱؛ نقل در: توسلي و موسوي، ۱۳۸۴: ۱۳۴) و معتقد است که سرمايه بسته به حوزه فعاليت آن، مي‌تواند خود را به سه شکل بنيادي (سرمايه نمادين شکلي بنيادين از سرمايه محسوب نمي‌شود و بورديو چندان بر روي آن مانور نمي‌دهد) درآورد: ۱) به‌عنوان «سرمايه اقتصادي» که بي‌درنگ و مستقيماً قابل تبديل به پول است و شامل درآمد و بقيه انواع منابع مالي است و مي‌توان آن را به شکل حقوق مالکيت نهادينه کرد؛ ۲) به‌عنوان «سرمايه فرهنگي» که در شرايط معين قابل تبديل به سرمايه اقتصادي وابسته است و براي نمونه، مي‌توان آن را به شکل کيفيت‌هاي آموزشي نهادينه کرد؛ ۳) به‌عنوان «سرمايه اجتماعي» که از تکاليف و تعهدات اجتماعي (پيوندها و ارتباطات) تشکيل شده و در شرايطي معين به سرمايه اقتصادي قابل تبديل است و مي‌توان آن را براي نمونه، به شکل القاب اشرافي (در شکل اصالت و شهرت) نهادينه کرد. بورديو مفهوم سرمايه فرهنگي را مطرح کرد تا نشان بدهد براي تبیین نابرابري‌هاي آموزشي فقط استفاده از سرمايه اقتصادي کافي نيست، بلکه بيشتر عوامل اقتصادي، عادت‌واره‌هاي فرهنگي و خصلت‌هاي به ارث برده شده از خانواده نقش بسيار مهمي در موفقيت‌هاي آموزشي دارند. مفهوم سرمايه فرهنگي، به‌طور روزافزون، براي سازمان‌هاي فرهنگي مانند سينماها به‌کار گرفته مي‌شود تا نقش آن را در رفاه (به‌زيستن) اجتماعي و اقتصادي جلوه‌گر کند. مطالعه سينما، به مثابه عنصري فرهنگي و اجتماعي، ما را به عمق لايه‌هاي حيات اجتماعي کنوني مان متصل مي‌کند. از آنجا که يکي از دستاوردهاي دگرگوني سريع اجتماعي، اقتصادي و فرهنگي افزايش اوقات فراغت افراد است، در اين ميان، وسايل ارتباط جمعي از ويژگي و برجستگي خاصي برخوردارند و به اذعان بسياري از صاحب‌نظران فرهنگي با توجه به تحولات اجتماعي و افزايش سطح سواد اين انتظار وجود دارد که متقاضيان کتاب، فيلم، سينما، مطبوعات و ساير فراآورده‌هاي فرهنگي افزايش يابد (فردرو و صداقت‌زادگان، ۱۳۷۹؛ نقل در: ابراهيمي لويه و رضايي زاده، ۱۳۹۲). براي فهم انديشه بورديو در مورد سرمايه اجتماعي نيز بايد دغدغه اصلي وي و درک او از سلسله‌مراتب اجتماعي را به ياد داشته باشيم. او به شيوه‌هاي گوناگون با مجموعه‌اي از ايده‌ها درگير بود که به شکل عميقي از جامعه‌شناسي مارکسيستي تاثير پذيرفته بودند. وي عقیده داشت که «سرمايه اقتصادي، ريشه ديگر انواع سرمايه است» (بورديو، ۱۹۸۶: ۲۵۲) و علاقه‌مند به درک شيوه‌هاي ترکيب اين سرمايه با ديگر اشکال سرمايه و ايجاد و توليد نابرابري بود. از نظر بورديو، نابرابري بايد از طريق توليد و بازتوليد سرمايه تشریح شود. او به خوانندگان يادآوري مي‌کند که سرمايه «کار انباشته‌شده‌اي است» که «براي جمع شدن نياز به زمان دارد». اما، صرفاً در مسائل اقتصادي لحاظ کردن سرمايه، کفايت نمي‌کند. تبادلات اقتصادي به‌رغم اين که منافع شخصي را پي‌گيري نمي‌کنند اما بدون شک در جهت کسب سود پيش مي‌روند. همچنين بورديو با نگاه مناقشه‌آمیزی که تبادلات غيرمادي -جهان هنرمند يا جهان عشق و ازدواج- را امري غيرسودانگاران مي‌دانست، مخالفت کرد (همان، ۴۲۲-۴۲۱). از نظر وي، سرمايه فرهنگي و سرمايه اجتماعي بايد به‌عنوان دارايي در نظر گرفته شوند و اين‌ها نشان‌دهنده توليد کار انباشته شده مي‌باشند (فيلد، ۱۳۸۸: ۳۱-۳۲).

رويکرد نظري فوق به‌ويژه از آن‌رو که ترجيحات فردي مانند مصرف سينما را مستلزم فهم موقعيت اجتماعي و فرهنگي افراد دانسته و بر ضرورت برجسته‌سازي منش‌هاي فکري يا عادت‌واره‌هاي ذهني رايج تأکيد مي‌کند، مي‌تواند روشني‌بخش جريان پژوهش حاضر باشد. اين امر به‌ويژه از اين حيث اهميت مي‌يابد که جامعه مورد مطالعه ما برخلاف تصورات کليشه‌اي، اساساً حسين‌بر، محمدعثمان؛ روستاخيز، بهروز و آسکاني، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمايه‌هاي فرهنگي، اجتماعي و اقتصادي با سلايق سينمائي مخاطبان (مورد مطالعه: سينمايروهاي شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

جامعه‌ای یک‌دست نیست و تنوعات اجتماعی-فرهنگی، و حتی اقتصادی زیادی در آن وجود داشته و دارد که منجر به شکل‌گیری طیف‌ها-یا با اغماض- طبقات گوناگونی در آن شده است. با توجه به آن چه گفته شد می‌توان محور چهارچوب نظری این پژوهش را نظریه پیر بوردیو دانست که در آن بر تأثیر انواع سرمایه‌ها بر ذائقه و مصرف فرهنگی تأکید شده است. بدیهی است ویژگی‌های زمینه‌ای افراد چه به‌طور مستقیم و چه در تعامل با انواع سرمایه‌ها می‌توانند بر ذائقه و مصرف فرهنگی و از آن جمله گرایش‌های سینمایی تأثیرگذار باشند. بنابراین می‌توانیم مدل نظری تحقیق را به‌نحوی که در شکل زیر ترسیم شده است، نشان دهیم:



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

با توجه به چهارچوب و مدل نظری ارائه شده، فرضیه‌های پژوهش به قرار ذیل است:

- بین میزان سرمایه اقتصادی سینما‌روهای زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد.
- بین میزان سرمایه فرهنگی سینما‌روهای زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد.
- بین میزان سرمایه اجتماعی سینما‌روهای زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد.
- بین ویژگی‌های زمینه‌ای (جنسیت، سن، وضعیت تأهل، قومیت، مذهب میزان تحصیلات، وضع فعالیت و طبقه اقتصادی خانواده) سینما‌روهای زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد.

### ۳- روش پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش از نوع کمی و با هدف توصیف و تبیین پدیده مورد بررسی و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته بوده است. میدان مورد مطالعه پژوهش حاضر نیز سال‌های سینمایی شهر زاهدان، مرکز استان سیستان و بلوچستان می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را به‌طور مشخص تمامی شهروندان با قومیت‌های مختلف تشکیل می‌دهند که در زمان جمع‌آوری داده‌های تحقیق، به سینماهای شهر زاهدان مراجعه نموده و حداقل یک فیلم را در سینما تماشا کرده‌اند. واحد تحلیل این تحقیق، فرد می‌باشد. حجم نمونه تحقیق نیز در مجموع ۲۳۲ نفر بوده است. این حجم نمونه در واقع شامل تمامی سینما‌روهایی بود که در زمان عملیات میدانی یا جمع‌آوری داده‌ها (با در نظر داشت شرایط شیوع ویروس کرونا) حاضر به همکاری شدند. جهت تعیین اعتبار ابزارهای سنجش، علاوه بر استفاده از تجربیات پژوهشی محققین قبلی، روایی صوری پرسشنامه‌ها از طریق سه نفر از اساتید مرتبط بعد از اعمال برخی نظرات مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی ابزارهای سنجش براساس یک پیش‌آزمون با ۳۵ نمونه، میزان آلفای کرونباخ برای سازه‌ها یا متغیرهای ترکیبی تحقیق به میزان‌های مندرج در جدول زیر به‌دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب برای این مقیاس‌ها می‌باشد.

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما‌روهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

جدول ۱. میزان آلفای کرونباخ برای سازه‌ها یا متغیرهای ترکیبی تحقیق

متغیر	تعداد گویه	میزان آلفای کرونباخ
میزان سرمایه اجتماعی	۱۳	۰/۷۹
میزان سرمایه فرهنگی	۱۰	۰/۷۵

#### ۴-۱- تعریف عملیاتی متغیرهای اصلی

##### • گرایش‌های سینمایی

گرایش‌ها و علائق سینمایی از دو جنبه مورد بررسی قرار گرفته است:

- میزان علاقه به انواع فیلم
- میزان علاقه بیان‌گر میزان گرایش یا نگرش مثبت است. انواع فیلم‌ها هم از دو جنبه منشاء یا کشور سازنده و ژانر یا سبک‌های رایج فیلم‌ها مشخص می‌شود. میزان علاقه سینماورها به انواع فیلم بر مبنای پاسخ‌های آن‌ها به میزان علاقه‌شان به انواع فیلم‌ها براساس منشاء یا کشور سازنده فیلم‌ها شامل فیلم‌های ایرانی، هندی یا بالیودی، آمریکایی یا هالیودی، سایر فیلم‌های خارجی؛ و انواع ژانر یا سبک فیلم‌ها شامل ترسناک، جنگی، علمی-تخیلی، پلیسی و جنایی، خانوادگی، کمدی، اجتماعی، سیاسی، دینی و مذهبی، تاریخی، عاشقانه، فلسفی، مستند و انیمیشن، در چهارچوب طیف لیکرت و سؤالات قالبی با ۶ گزینه شامل اصلاً، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد سنجیده شده است. بنابراین، اندازه‌گیری این متغیر (در واقع ۱۸ متغیر یا گویه) با مقیاس رتبه‌ای و در ۶ سطح با نمرات ۰ تا ۵ صورت گرفته است.
- میزان اهمیت معیارهای علاقه و ترجیح فیلم
- معیارهای علاقه و ترجیح فیلم برای سینماورها بیان‌گر ویژگی‌ها یا جنبه‌هایی از فیلم‌های سینمایی است که سینماورها آن‌ها را معیاری برای ارجحیت فیلم‌های سینمایی قرار داده و بر مبنای آن‌ها به فیلم‌ها علاقه نشان می‌دهند. معیارهای مورد بررسی در این تحقیق عبارتند از: موضوع و مضمون فیلم، کارگردان فیلم، هنرپیشه‌های فیلم، تکنیک‌های سینمایی فیلم و ژانر یا سبک فیلم. اندازه‌گیری میزان اهمیت معیارهای علاقه و ترجیح فیلم (در واقع ۵ متغیر یا گویه) در چهارچوب طیف لیکرت با مقیاس رتبه‌ای و در ۶ سطح با نمرات ۰ تا ۵ صورت گرفته است.

##### • سرمایه اقتصادی

سرمایه اقتصادی شامل دارایی مادی و مالی و به طور کلی انواع منابع مالی است. در این پژوهش سرمایه اقتصادی با تأکید بر دیدگاه پیر بورديو مورد سنجش قرار گرفته است. با توجه به این‌که حساسیت‌های زیادی برای سنجش دارایی‌ها، ثروت و درآمد وجود دارد، در این تحقیق از میزان هزینه‌های ماهیانه خانوار به‌عنوان یک مصداق و به‌جای سرمایه اقتصادی استفاده شده است. سنجش این متغیر در چهارچوب طیف لیکرت و با مقیاس رتبه‌ای و با استفاده از یک گویه با ۵ گزینه از خیلی کم تا خیلی زیاد و نمرات ۱ تا ۵ صورت گرفت.

##### • سرمایه فرهنگی

بنا بر نظریه بورديو، سرمایه فرهنگی انواع گوناگون دانش مشروع را که افراد از آن‌ها برخوردارند دربرمی‌گیرد (ریترز، ۱۳۷۴: ۷۲۵). سرمایه فرهنگی به سه شکل وجود دارد: (۱) سرمایه فرهنگی درونی‌شده، شامل توانایی‌های بالقوه‌ای که به تدریج بخشی

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلايق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماورهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

از وجود فرد شده‌اند و در او تثبیت گردیده اند؛ (۲) سرمایه فرهنگی عینی، شامل کالاهای فرهنگی و اشیاء مادی مانند کتاب، نقاشی و آثار هنری؛ و (۳) سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده، شامل صلاحیت‌های تحصیلی که در قالب مدارک و مدارج تحصیلی قرار می‌گیرند (خدایی، ۱۳۸۷: ۶۸).

برای سنجش سرمایه فرهنگی نیز از نظریه پیر بوردیو استفاده شده است. سرمایه فرهنگی شامل سه بعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و سرمایه فرهنگی نهادی می‌باشد. سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته با مهارت‌های فرهنگی و هنری فرد و هم‌چنین میزان صرف وقت برای امور فرهنگی اندازه‌گیری شده است. برای اندازه‌گیری سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته، وسایل و تکنولوژی‌های فرهنگی پاسخ‌گو مورد سؤال قرار گرفته است. سرمایه فرهنگی نهادی با تحصیلات پاسخ‌گو و میزان آشنایی او با زبان‌های خارجه و مدارک آموزشی مورد سنجش قرار گرفته است. سنجش این متغیر در چهارچوب طیف لیکرت و با مقیاس رتبه‌ای و با استفاده از ۱۰ گویه با ۵ گزینه از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم و نمرات ۱ تا ۵ صورت می‌گیرد. با استفاده از طیف معدل این متغیر به صورت یک متغیر کمی درمی‌آید که می‌توان براین مبنا، آن را باز به صورت یک متغیر رتبه‌ای در ۵ سطح از خیلی کم تا خیلی زیاد درآورد. سؤال و گویه‌های مورد استفاده عبارتند از:

- نظر شما در مورد هریک از عبارات زیر (در مورد خودتان) چیست؟

شماره	عبارت‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	تاحدودی موافقم	مخالفم	کاملاً مخالفم
۱	به زبان خارجی مسلط هستم.					
۲	فیلم و تئاتر تماشا می‌کنم.					
۳	به موسیقی گوش می‌دهم.					
۴	در نقاشی، خطاطی و عکاسی توانایی دارم.					
۵	به کار با کامپیوتر مهارت دارم.					
۶	علاقه خاصی به جمع‌آوری عتیقه‌جات دارم.					
۷	روزنامه، مجله و نشریه مطالعه می‌کنم.					
۸	کتاب‌های داستانی و ادبی می‌خوانم.					
۹	عضو کتابخانه‌ها می‌باشم.					
۱۰	مدرک کامپیوتر دارم.					

#### • سرمایه اجتماعی

بنا بر نظریه بوردیو، سرمایه اجتماعی دربرگیرنده روابط اجتماعی ارزشمند میان انسان‌ها است (ریترز، ۱۳۷۴: ۷۲۵). سرمایه اجتماعی، به‌عنوان تسهیلگر خواسته‌ها و کنش‌ها از مسیر نفوذ اجتماعی، از تکالیف و تعهدات اجتماعی (پیوندها و ارتباطات) تشکیل شده و دارای ابعاد ساختاری، شناختی و ارتباطی است. بنابراین، سرمایه اجتماعی نیز با تأکید بر دیدگاه بوردیو مورد سنجش قرار گرفته است. برای سنجش این متغیر از دو بُعد استفاده شده است. سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و سرمایه اجتماعی برون‌گروهی. برای ساخت و تعریف عملیاتی سرمایه اجتماعی در بُعد سرمایه اجتماعی درون‌گروهی از گویه‌های طرح پژوهشی موسوی (۱۳۸۵) و برای سرمایه اجتماعی برون‌گروهی از گویه‌های ادیبی سده و همکاران (۱۳۸۸) استفاده شده است. لازم به ذکر است که ابعاد همدلی و تعلق، اعتماد و مشارکت و همکاری اجتماعی متعلق به بعد درون‌گروهی و ابعاد علایق متفاوت و سبک زندگی متفاوت مربوط به بعد برون‌گروهی است. سنجش این متغیر در چهارچوب طیف لیکرت و با مقیاس رتبه‌ای و با استفاده از ۱۳ گویه با ۵ گزینه از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم و نمرات ۱ تا ۵ صورت می‌گیرد. با استفاده از طیف معدل این متغیر به صورت یک متغیر کمی درمی‌آید که می‌توان براین مبنا، آن را باز به صورت یک متغیر رتبه‌ای در ۵ سطح از خیلی کم تا خیلی زیاد درآورد. سؤال و گویه‌های مورد استفاده عبارتند از:

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلاقی سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روه‌های شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

- نظر شما در مورد هریک از عبارات زیر (در مورد خودتان) چیست؟

شماره	عبارت‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	تاحدودی موافقم	مخالفم	کاملاً مخالفم
۱	با دوستان، همکاران و همسایگان خود احساس تعلق و همدلی می‌کنم.					
۲	در یکی دو سال گذشته در فعالیت‌های جمعی نظیر عروسی یا عزاداری، کارهای تفریحی و معاملات اقتصادی دوستان، همکاران و همسایگان شرکت داشته‌ام.					
۳	با افراد هم قوم و هم مذهب خود احساس دوستی و تعلق و همدلی می‌کنم.					
۴	با اعضای خانواده و خویشاوندان احساس تعلق و همدلی می‌کنم.					
۵	دوستانی دارم که سبک پوشش‌شان با سبک پوشش من تفاوت زیادی دارد.					
۶	دوستانی دارم که سلیقه‌هایی متفاوت از سلیقه‌های من دارند.					
۷	دوستانی دارم که به لحاظ اعتقادات دینی با من تفاوت دارند.					
۸	دوستانی از قومیت‌های دیگر دارم.					
۹	به افراد هم قوم و هم مذهب خود اعتماد دارم.					
۱۰	به دوستان، همکاران و همسایگان اعتماد دارم.					
۱۱	به اعضای خانواده و خویشاوندان اعتماد دارم.					
۱۲	اگر مشکل حادی مثل نیاز شدید مالی، تصادف، زلزله و سیل برای افراد هم قوم و هم مذهبم پیش آید و من بتوانم آن را برطرف کنم، برای حل آن مشکل همکاری و مشارکت می‌کنم.					
۱۳	اگر مشکل حادی مثل نیاز شدید مالی، تصادف، وقوع زلزله و سیل برای دوستان، همکاران و همسایگانم پیش آید و من بتوانم آن را برطرف کنم، برای حل آن مشکل همکاری و مشارکت می‌کنم.					

#### ۴- یافته‌های پژوهش

##### ۴-۱- سیمای پاسخ‌گویان

اکثریت پاسخگویان این پژوهش، از نظر قومی بلوچ (۴۳/۱ درصد) و از نظر مذهبی اهل تشیع (۵۳/۹ درصد) بوده‌اند. از نظر جنسیتی نیز متشکل از ۶۷/۵ درصد مرد و ۳۲/۵ درصد زن هستند. اکثریت آن‌ها (۲۵ درصد) در گروه سنی ۲۲-۲۸ و سپس در گروه سنی ۲۷-۲۳ (۲۴/۷ درصد) و فقط ۴ نفر از آن‌ها (۱/۸ درصد) در گروه سنی ۴۸ سال به بالا قرار دارند. شاخص‌های پراکندگی نشان می‌دهد که جوان‌ترین آن‌ها ۱۲ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۶۰ سال سن داشته و بنابراین حداکثر اختلاف سنی بین آن‌ها ۴۸ سال است. وضعیت تأهل به‌گونه‌ای است که ۴۹/۳ درصد از کل پاسخگویان را افراد متأهل و ۵۰/۷ درصد را افراد مجرد تشکیل می‌دهند. بیشتر پاسخگویان دانشجوی بوده و در مقطع کارشناسی تحصیل کرده‌اند و کمترین میزان، سهم افراد بی‌سواد می‌باشد. حدود ۵۷ درصد از پاسخگویان از نظر وضع فعالیت، شاغل و تنها ۱۶ درصد آن‌ها بیکار بوده‌اند. در میان طبقات اقتصادی، بیشترین آن‌ها (۴۵/۸ درصد) جزء طبقه متوسط و در مجموع نزدیک به ۷۱ درصد آن‌ها متعلق به طبقات متوسط و متوسط رو به

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روه‌های شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

بالا می‌باشند. از نظر میزان سرمایه اقتصادی، اکثریت آن‌ها (۲۶ درصد) دارای سرمایه اقتصادی زیاد و روی هم رفته بیش از ۴۹ درصد آن‌ها دارای سرمایه اقتصادی متوسط و زیادی هستند. از نظر میزان سرمایه اجتماعی، اکثریت آن‌ها (۴۷/۱ درصد) از سرمایه اجتماعی خیلی زیاد و در مجموع بیش از ۸۹ درصد آن‌ها از سرمایه اجتماعی زیاد و خیلی زیادی برخوردارند. از نظر میزان سرمایه فرهنگی، اکثریت آن‌ها (۴۰/۱ درصد) دارای سرمایه فرهنگی زیاد و روی هم رفته بیش از ۵۶ درصد آن‌ها دارای سرمایه فرهنگی زیاد و خیلی زیادی هستند.

#### ۲-۴- میزان علاقه به انواع فیلم‌ها

حسب اطلاعات ارائه شده در جدول ۲ پیرامون میزان علاقه پاسخگویان به انواع فیلم‌ها، اکثریت آن‌ها اذعان داشته‌اند که -بر مبنای کشور منشاء فیلم‌ها- در حد خیلی زیاد به فیلم‌های آمریکایی یا هالیوودی و ایرانی، و در حد متوسط به سایر فیلم‌های خارجی و هندی یا بالیودی علاقه دارند. بر مبنای میانگین میزان علاقه، محبوب‌ترین فیلم‌ها برای پاسخگویان بر مبنای کشور منشاء، فیلم‌های آمریکایی یا بالیودی هستند. میزان محبوبیت سایر فیلم‌ها به ترتیب عبارت است از: ایرانی، سایر فیلم‌های خارجی و هندی یا بالیودی.

جدول ۲. میزان علاقه پاسخگویان به انواع فیلم‌ها (بر مبنای کشور منشاء فیلم‌ها) بر حسب شاخص‌های مرکزی

تعداد پاسخگویان	شاخص‌های مرکزی			نوع فیلم	ردیف
	میانگین* و انحراف معیار (در دامنه ۰ تا ۵)	میانه	نما (درصد فراوانی)		
۱۹۱	$۳/۶۱ \pm ۱/۲۶$	زیاد	خیلی زیاد (۳۱/۹)	ایرانی	۱
۱۸۷	$۲/۵۹ \pm ۱/۵۹$	در حد متوسط	در حد متوسط (۳۰/۵)	هندی یا بالیودی	۲
۱۸۵	$۳/۶۶ \pm ۱/۴۸$	زیاد	خیلی زیاد (۳۶/۸)	آمریکایی یا هالیوودی	۳
۱۸۱	$۳/۱۵ \pm ۱/۴۶$	در حد متوسط	در حد متوسط (۳۳/۷)	سایر فیلم‌های خارجی	۴

به لحاظ علاقه به انواع ژانر (جدول ۳)، نتایج پژوهش مؤید آن است که محبوب‌ترین فیلم‌ها از منظر پاسخ‌گویان به ترتیب عبارتند از: کمدی، اجتماعی و خانوادگی.

جدول ۳. میزان علاقه پاسخگویان به انواع فیلم‌ها (بر مبنای ژانر فیلم‌ها) بر حسب شاخص‌های مرکزی

تعداد پاسخگویان	شاخص‌های مرکزی			نوع فیلم	ردیف
	میانگین* و انحراف معیار (در دامنه ۰ تا ۵)	میانه	نما (درصد فراوانی)		
۱۸۳	$۲/۵۱ \pm ۱/۷۳$	در حد متوسط	در حد متوسط (۲۰/۲)	ترسناک	۱
۱۸۳	$۲/۹۷ \pm ۱/۵۸$	در حد متوسط	در حد متوسط (۲۵/۱)	جنگی	۲
۱۸۳	$۳/۱۷ \pm ۱/۴۷$	در حد متوسط	در حد متوسط (۲۶/۲)	علمی - تخیلی	۳
۱۸۷	$۳/۴۲ \pm ۱/۳۵$	زیاد	زیاد (۲۷/۳)	پلیسی و جنایی	۴
۱۸۶	$۳/۶۷ \pm ۱/۱۹$	زیاد	زیاد (۳۰/۱)	خانوادگی	۵
۱۸۷	$۳/۹۵ \pm ۱/۱۹$	زیاد	خیلی زیاد (۴۳/۳)	کمدی	۶
۱۸۳	$۳/۸۱ \pm ۱/۱۹$	زیاد	زیاد (۳۶/۱)	اجتماعی	۷

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روه‌های شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

تعداد پاسخگویان	شاخص‌های مرکزی			نوع فیلم	ردیف
	میانگین* و انحراف معیار (در دامنه ۰ تا ۵)	میانه	نما (درصد فراوانی)		
۱۸۵	$2/68 \pm 1/71$	در حد متوسط	در حد متوسط (۲۳/۸)	سیاسی	۸
۱۸۶	$2/41 \pm 1/62$	در حد متوسط	در حد متوسط (۲۸/۵)	دینی و مذهبی	۹
۱۸۲	$3/37 \pm 1/56$	زیاد	خیلی زیاد (۳۰/۸)	تاریخی	۱۰
۱۸۷	$3/47 \pm 1/38$	زیاد	در حد متوسط (۳۱/۰)	عاشقانه	۱۱
۱۸۶	$2/66 \pm 1/70$	در حد متوسط	زیاد (۲۳/۱)	فلسفی	۱۲
۱۸۶	$2/93 \pm 1/69$	در حد متوسط	خیلی زیاد (۲۲/۰)	مستند	۱۳
۱۸۸	$3/06 \pm 1/64$	در حد متوسط	در حد متوسط (۲۸/۲)	انیمیشن	۱۴

یافته‌های پژوهش در زمینه گرایش‌های سینمایی مخاطبان سینما برحسب معیارهای علاقه و ترجیح فیلم‌های سینمایی (جدول ۴)، نشان می‌دهد که مهمترین معیار علاقه و ترجیح فیلم‌ها برای آن‌ها، موضوع و مضمون فیلم است. معیارهای ژانر یا سبک فیلم و هنرپیشه‌های فیلم در مراتب بعدی قرار دارند.

جدول ۴. میزان اهمیت معیارهای علاقه و ترجیح فیلم‌های سینمایی پاسخگویان بر مبنای شاخص‌های مرکزی

تعداد پاسخگویان	شاخص‌های مرکزی			معیارها	ردیف
	میانگین* و انحراف معیار (در دامنه ۰ تا ۵)	میانه	نما (درصد فراوانی)		
۱۸۸	$4/56 \pm 0/78$	خیلی زیاد	خیلی زیاد (۶۸/۶)	موضوع و مضمون فیلم	۱
۱۸۸	$3/50 \pm 1/34$	زیاد	زیاد (۳۳/۵)	کارگردان فیلم	۲
۱۸۵	$4/09 \pm 0/99$	زیاد	خیلی زیاد (۴۳/۲)	هنرپیشه‌های فیلم	۳
۱۸۵	$3/75 \pm 1/08$	زیاد	زیاد (۳۴/۶)	تکنیک‌های سینمایی فیلم	۴
۱۸۳	$4/21 \pm 0/88$	زیاد	خیلی زیاد (۴۴/۳)	ژانر یا سبک فیلم	۵

#### ۳-۴- آزمون فرضیه‌ها و تحلیل استنباطی

در این بخش، عوامل مؤثر بر گرایش‌های سینمایی سینماروهای زاهدانی در پرتو فرضیه‌های پژوهش، مورد تبیین قرار گرفته است.

فرضیه اول: بین میزان سرمایه اقتصادی سینماروهای زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های مربوط به علاقه به انواع فیلم‌ها (منشاء و ژانر) با استفاده از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن در جدول ۵ مورد بررسی قرار گرفته است. این جدول نشان می‌دهد بین میزان سرمایه اقتصادی سینماروها با میزان علاقه آن‌ها به هیچکدام از انواع فیلم‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود ندارد.

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماروهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

جدول ۵. بررسی رابطه میزان سرمایه اقتصادی با میزان علاقه به انواع فیلم‌ها

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری
میزان سرمایه اقتصادی	میزان علاقه به فیلم‌های ایرانی	-۰/۰۰۸	۰/۹۱۴
	میزان علاقه به فیلم‌های هندی	-۰/۰۴۴	۰/۵۷۷
	میزان علاقه به فیلم‌های آمریکایی	۰/۱۰۹	۰/۱۶۴
	میزان علاقه به سایر فیلم‌های خارجی	۰/۰۹۱	۰/۲۵۵
	میزان علاقه به فیلم‌های ترسناک	-۰/۰۸۵	۰/۲۸۴
	میزان علاقه به فیلم‌های جنگی	-۰/۱۰۲	۰/۱۹۸
	میزان علاقه به فیلم‌های علمی-تخیلی	۰/۰۵۷	۰/۴۷۰
	میزان علاقه به فیلم‌های پلیسی و جنایی	-۰/۰۳۲	۰/۶۸۶
	میزان علاقه به فیلم‌های خانوادگی	۰/۰۹۶	۰/۲۲۰
	میزان علاقه به فیلم‌های کمدی	۰/۰۱۰	۰/۹۰۴
	میزان علاقه به فیلم‌های اجتماعی	۰/۰۰۱	۰/۹۹۵
	میزان علاقه به فیلم‌های سیاسی	۰/۱۴۷	۰/۰۶۲
	میزان علاقه به فیلم‌های دینی	۰/۰۱۷	۰/۸۳۲
	میزان علاقه به فیلم‌های تاریخی	۰/۱۲۵	۰/۱۱۵
	میزان علاقه به فیلم‌های عاشقانه	۰/۰۰۸	۰/۹۱۷
	میزان علاقه به فیلم‌های فلسفی	-۰/۰۰۹	۰/۹۱۲
میزان علاقه به فیلم‌های مستند	-۰/۰۲۳	۰/۷۷۲	
میزان علاقه به فیلم‌های انیمیشن	-۰/۰۰۹	۰/۹۱۱	

بر پایه یافته‌های جدول ۶ نیز بین میزان سرمایه اقتصادی سینماورها با میزان اهمیت آن‌ها برای هیچکدام از معیارهای ترجیح فیلم رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۶. بررسی رابطه میزان سرمایه اقتصادی با میزان اهمیت معیار ترجیح فیلم سینمایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری
میزان سرمایه اقتصادی	میزان اهمیت موضوع و مضمون فیلم	۰/۰۰۲	۰/۹۷۵
	میزان اهمیت کارگردان فیلم	۰/۱۱۵	۰/۱۳۹
	میزان اهمیت هنرپیشه‌های فیلم	۰/۰۴۴	۰/۵۷۶

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماورهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.



۰/۶۰۴	-۰/۰۴۱	میزان اهمیت تکنیک‌های سینمایی فیلم	
۰/۹۰۸	-۰/۰۰۹	میزان اهمیت ژانر یا سبک فیلم	

فرضیه دوم: بین میزان سرمایه فرهنگی سینما روهای زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۷ نشان می‌دهد بین میزان سرمایه فرهنگی سینما روهای با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های هندی، اجتماعی، سیاسی، فلسفی و مستند رابطه معناداری وجود دارد و جهت رابطه نیز مستقیم است. بر این اساس، می‌توان گفت که با افزایش میزان سرمایه فرهنگی سینما روهای، میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های نامبرده بیشتر می‌شود. بین میزان سرمایه فرهنگی سینما روهای با میزان علاقه آن‌ها به سایر فیلم‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۷. بررسی رابطه میزان سرمایه فرهنگی با میزان علاقه به انواع فیلم‌ها

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری
میزان سرمایه فرهنگی	میزان علاقه به فیلم‌های ایرانی	۰/۰۴۶	۰/۵۵۱
	میزان علاقه به فیلم‌های هندی	۰/۱۷۱	۰/۰۲۶
	میزان علاقه به فیلم‌های آمریکایی	۰/۰۷۷	۰/۳۲۷
	میزان علاقه به سایر فیلم‌های خارجی	۰/۱۱۷	۰/۱۳۹
	میزان علاقه به فیلم‌های ترسناک	-۰/۰۴۳	۰/۵۸۳
	میزان علاقه به فیلم‌های جنگی	-۰/۰۴۸	۰/۵۴۲
	میزان علاقه به فیلم‌های علمی-تخیلی	۰/۰۲۶	۰/۷۴۰
	میزان علاقه به فیلم‌های پلیسی و جنایی	۰/۰۹۳	۰/۲۳۰
	میزان علاقه به فیلم‌های خانوادگی	۰/۰۳۸	۰/۶۲۹
	میزان علاقه به فیلم‌های کمدی	۰/۰۴۰	۰/۶۰۹
	میزان علاقه به فیلم‌های اجتماعی	۰/۱۶۵	۰/۰۳۵
	میزان علاقه به فیلم‌های سیاسی	۰/۱۶۵	۰/۰۳۴
	میزان علاقه به فیلم‌های دینی	-۰/۰۰۱	۰/۹۹۱
	میزان علاقه به فیلم‌های تاریخی	۰/۱۲۶	۰/۱۰۹
	میزان علاقه به فیلم‌های عاشقانه	۰/۱۰۰	۰/۱۹۸
	میزان علاقه به فیلم‌های فلسفی	۰/۱۹۷	۰/۰۱۱
	میزان علاقه به فیلم‌های مستند	۰/۲۳۶	۰/۰۰۲
میزان علاقه به فیلم‌های انیمیشن	-۰/۰۰۱	۰/۹۸۵	

بر اساس یافته‌های جدول ۸، بین میزان سرمایه فرهنگی سینما روهای با میزان اهمیت آن‌ها برای کارگردان فیلم و تکنیک‌های سینمایی فیلم رابطه بسیار معناداری وجود دارد و جهت رابطه هم مستقیم می‌باشد. بر این اساس، می‌توان گفت که با افزایش میزان سرمایه فرهنگی سینما روهای، میزان اهمیت آن‌ها برای معیار کارگردان فیلم‌ها و همچنین میزان اهمیت تکنیک‌های سینمایی فیلم‌ها بیشتر می‌شود. بین میزان سرمایه فرهنگی سینما روهای با میزان اهمیت آن‌ها برای سایر معیارهای ترجیح فیلم رابطه معناداری وجود ندارد.

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

جدول ۸. بررسی رابطه میزان سرمایه فرهنگی با میزان اهمیت معیار ترجیح فیلم سینمایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری
میزان سرمایه فرهنگی	میزان اهمیت موضوع و مضمون فیلم	۰/۰۵۲	۰/۵۰۰
	میزان اهمیت کارگردان فیلم	۰/۲۲۶	۰/۰۰۳
	میزان اهمیت هنرپیشه‌های فیلم	۰/۰۳۶	۰/۶۴۲
	میزان اهمیت تکنیک‌های سینمایی فیلم	۰/۲۹۷	۰/۰۰۰
	میزان اهمیت ژانر یا سبک فیلم	۰/۰۶۹	۰/۳۷۹

فرضیه سوم: بین میزان سرمایه اجتماعی سینما روه‌های زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد. جدول ۹ نشان می‌دهد که بین میزان سرمایه اجتماعی سینما روه‌ها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های ایرانی، هندی، خانوادگی، کمدی، دینی و عاشقانه رابطه معناداری وجود دارد و جهت رابطه نیز مستقیم است. بر این اساس، می‌توان گفت که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی سینما روه‌ها، میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های نامبرده بیشتر می‌شود. بین میزان سرمایه اجتماعی سینما روه‌ها با میزان علاقه آن‌ها به سایر فیلم‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۹. بررسی رابطه میزان سرمایه اجتماعی با میزان علاقه به انواع فیلم‌ها

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری
میزان سرمایه اجتماعی	میزان علاقه به فیلم‌های ایرانی	۰/۱۸۰	۰/۰۱۹
	میزان علاقه به فیلم‌های هندی	۰/۱۶۲	۰/۰۳۷
	میزان علاقه به فیلم‌های آمریکایی	-۰/۰۳۰	۰/۷۰۵
	میزان علاقه به سایر فیلم‌های خارجی	۰/۰۲۵	۰/۷۵۶
	میزان علاقه به فیلم‌های ترسناک	۰/۰۵۱	۰/۵۲۲
	میزان علاقه به فیلم‌های جنگی	۰/۱۱۱	۰/۱۶۰
	میزان علاقه به فیلم‌های علمی-تخیلی	۰/۰۲۵	۰/۷۵۲
	میزان علاقه به فیلم‌های پلیسی و جنایی	۰/۰۳۷	۰/۶۳۲
	میزان علاقه به فیلم‌های خانوادگی	۰/۲۳۲	۰/۰۰۳
	میزان علاقه به فیلم‌های کمدی	۰/۱۶۶	۰/۰۳۲
	میزان علاقه به فیلم‌های اجتماعی	۰/۱۵۳	۰/۰۵۱
	میزان علاقه به فیلم‌های سیاسی	-۰/۰۰۷	۰/۹۲۸
	میزان علاقه به فیلم‌های دینی	۰/۱۶۱	۰/۰۳۹
	میزان علاقه به فیلم‌های تاریخی	۰/۰۷۳	۰/۳۵۵
	میزان علاقه به فیلم‌های عاشقانه	۰/۲۱۲	۰/۰۰۶
	میزان علاقه به فیلم‌های فلسفی	-۰/۰۳۶	۰/۶۴۴

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روه‌های شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری
	میزان علاقه به فیلم‌های مستند	۰/۰۸۳	۰/۲۹۲
	میزان علاقه به فیلم‌های انیمیشن	۰/۱۰۰	۰/۱۹۸

بر اساس یافته‌های جدول ۱۰، بین میزان سرمایه اجتماعی سینماورها با میزان اهمیت آن‌ها برای ژانر یا سبک فیلم رابطه معناداری وجود دارد و جهت رابطه هم مستقیم است. بر این اساس، می‌توان گفت که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی سینماورها، میزان اهمیتی که آن‌ها برای ژانر یا سبک فیلم می‌دهند، بیشتر می‌شود. بین میزان سرمایه اجتماعی سینماورها با میزان اهمیت آن‌ها برای سایر معیارهای ترجیح فیلم رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۱۰. بررسی رابطه میزان سرمایه اجتماعی با میزان اهمیت معیار ترجیح فیلم سینمایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری
میزان سرمایه اجتماعی	میزان اهمیت موضوع و مضمون فیلم	۰/۱۱۹	۰/۱۲۷
	میزان اهمیت کارگردان فیلم	-۰/۰۲۴	۰/۷۵۶
	میزان اهمیت هنرپیشه‌های فیلم	۰/۱۲۴	۰/۱۱۲
	میزان اهمیت تکنیک‌های سینمایی فیلم	۰/۰۰۸	۰/۹۱۹
	میزان اهمیت ژانر یا سبک فیلم	۰/۱۵۶	۰/۰۴۶

فرضیه چهارم: بین ویژگی‌های زمینه‌ای سینماورهای زاهدانی و گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه وجود دارد. در جدول شماره ۱۱ رابطه ویژگی‌های زمینه‌ای سینماورها با گرایش‌های سینمایی‌شان بر مبنای میزان علاقه به انواع فیلم‌ها (کشور یا منشاء) با استفاده از آزمون‌های خی دو و ضریب همبستگی اسپیرمن بررسی شده است. لازم به ذکر است که توضیحات تکمیلی نتایج در اینجا و در ادامه مطلب، بر مبنای جداول تقاطعی و نیز آزمون من ویتنی می‌باشد که باتوجه به کثرت فرضیه‌ها و محدودیت‌های حجم مقاله از آوردن آن‌ها اجتناب شده است.

مطابق با اطلاعات ارائه شده در این جدول، قومیت، مذهب و جنسیت سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های هندی رابطه معناداری دارد. به طوری که بلوچ‌ها بیشتر از غیربلوچ‌ها، اهل سنت بیشتر از اهل تشیع و مردان بیشتر از زنان به این دسته از فیلم‌ها علاقه دارند. وضعیت تأهل و وضع فعالیت سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های آمریکایی رابطه معناداری دارد. به طوری که مجردها بیشتر از متأهلین و شاغلان دولتی بیشتر از سایرین به این فیلم‌ها علاقه دارند. در نهایت آن‌که بین طبقه اقتصادی خانواده سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به سایر فیلم‌های خارجی رابطه معناداری وجود دارد و جهت رابطه هم مستقیم می‌باشد؛ بر این اساس، با بالارفتن طبقه اقتصادی خانواده، میزان علاقه به این نوع فیلم‌ها بیشتر می‌شود. هیچکدام از ویژگی‌های زمینه‌ای سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های ایرانی رابطه معناداری ندارند.

جدول ۱۱. بررسی رابطه متغیرهای زمینه‌ای با میزان علاقه سینماورها به انواع فیلم‌ها (کشور یا منشاء)

نوع فیلم	ایرانی	هندی	آمریکایی	سایر فیلم‌های خارجی
جنسیت	= 4.600, sig= .467	= 13.169, Cramer's V <sup>۱</sup> = .266, sig= .022	= 4.028, sig= .545	= 8.451, sig= .133
سن	rho=-.008, sig= .914	rho=.053, sig= .471	rho=.089, sig= .227	rho=.021, sig= .781
وضعیت تأهل	= 6.854, sig= .739	= 15.765, sig= .107	= 21.370, Cramer's V <sup>۲</sup> = .240, sig= .019	= 13.696, sig= .187

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماورهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

سایر فیلم‌های خارجی	آمریکایی	هندی	ایرانی	نوع فیلم متغیرها
= 6.135, sig= .458293	= 4.669, sig= .458	= 20.658, Cramer's V <sup>2</sup> = .356, sig= .001	= 2.884, sig= .718	قومیت
= 11.581, sig= .314	= 6.444, sig= .777	= 28.688, Cramer's V <sup>2</sup> = .296, sig= .001	= 11.105, sig= .349	مذهب
rho= -.072, sig= .178	rho=.087, sig= .245	rho= -.066, sig= .374	rho=.013, sig= .862	میزان تحصیلات
= 26.508, sig= .649	= 48.075, Cramer's V <sup>2</sup> = .243, sig= .019	= 30.049, sig= .463	= 33.582, sig= .298	وضع فعالیت
rho=.192, sig= .015	rho=.029, sig= .719	rho= -.051, sig= .518	rho=.092, sig= .233	طبقه اقتصادی خانواده

در جدول شماره ۱۲ نیز رابطه ویژگی‌های زمینه‌ای سینماورها با گرایش سینمایی‌شان بر مبنای میزان علاقه پاسخگویان به انواع فیلم‌ها (ژانر یا سبک فیلم) با استفاده از آزمون‌های خی دو و ضریب همبستگی اسپیرمن بررسی شده است:

مطابق با اطلاعات ارائه شده در این جدول، جنسیت، قومیت، مذهب، میزان تحصیلات و وضع فعالیت سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های جنگی رابطه معناداری دارد. به طوری که مردان بیشتر از زنان، بلوچ‌ها بیشتر از غیربلوچ‌ها، اهل سنت بیشتر از اهل تشیع و شاغلان آزاد بیشتر از سایر شاغلین به این دسته از فیلم‌ها علاقه دارند. همچنین با توجه به رابطه معکوس میزان تحصیلات با علاقه به این فیلم‌ها، با افزایش سطح تحصیلات، علاقه سینماورها به فیلم‌های جنگی کمتر می‌شود. جنسیت و مذهب سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های پلیسی و جنایی رابطه معناداری دارد. به طوری که مردان بیشتر از زنان و اهل سنت بیشتر از اهل تشیع به این دسته از فیلم‌ها علاقه دارند. بین مذهب سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های کمدی رابطه معناداری وجود دارد؛ به طوری که اهل سنت کمتر از اهل تشیع به این فیلم‌ها علاقه دارند. جنسیت و میزان تحصیلات سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های سیاسی رابطه معناداری دارد. به طوری که مردان بیشتر از زنان به این دسته از فیلم‌ها علاقه دارند. همچنین با توجه به رابطه مستقیم میزان تحصیلات با علاقه به این فیلم‌ها، با افزایش سطح تحصیلات، علاقه سینماورها به فیلم‌های سیاسی بیشتر می‌شود. میزان تحصیلات سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های دینی رابطه مستقیم و بسیار معناداری دارد. به طوری که با افزایش سطح تحصیلات، علاقه سینماورها به فیلم‌های دینی بیشتر می‌شود. سن و قومیت سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های تاریخی رابطه معناداری دارد. به طوری که مردان بیشتر از زنان و بلوچ‌ها بیشتر از غیربلوچ‌ها به این دسته از فیلم‌ها علاقه دارند. همچنین با توجه به رابطه مستقیم سن با علاقه به این فیلم‌ها، با افزایش سن، علاقه سینماورها به فیلم‌های تاریخی بیشتر می‌شود. قومیت و میزان تحصیلات سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های فلسفی رابطه معناداری دارد. به طوری که بلوچ‌ها کمتر از غیربلوچ‌ها به این دسته از فیلم‌ها علاقه دارند. همچنین با توجه به رابطه مستقیم میزان تحصیلات با علاقه به این فیلم‌ها، با افزایش سطح تحصیلات، علاقه سینماورها به فیلم‌های فلسفی بیشتر می‌شود. سن و میزان تحصیلات سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های مستند رابطه مستقیم و معناداری دارد. به طوری که با افزایش سن و سطح تحصیلات، علاقه سینماورها به فیلم‌های مستند بیشتر می‌شود. جنسیت و وضعیت تأهل سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های انیمیشن رابطه معناداری دارد. به طوری که زنان بیشتر از مردان و مجردها بیشتر از متأهلین به این دسته از فیلم‌ها علاقه دارند. در نهایت این که بین هیچکدام از ویژگی‌های زمینه‌ای سینماورها با میزان علاقه آن‌ها به فیلم‌های ترسناک، علمی-تخیلی، خانوادگی، اجتماعی و عاشقانه رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۱۲. بررسی رابطه ویژگی‌های زمینه‌ای با میزان علاقه سینماورهای زاهدانی به انواع فیلم‌ها (ژانر یا سبک فیلم)

نوع فیلم متغیرها	ترسناک	جنگی	علمی - تخیلی	پلیسی و جنایی	خانوادگی	کمدی	اجتماعی	سیاسی	دینی	تاریخی	عاشقانه	فلسفی	مستند	انیمیشن
جنسیت	= 9.268, sig=.099	= 53.321, Cramer's V <sup>2</sup> =.541, sig=.000	= 1.836, sig=.371	= 12.998, Cramer's V <sup>2</sup> =.264, sig=.023	= 4.580, sig=.469	= 3.344, sig=.647	= 6.100, sig=.297	= 28.099, Cramer's V <sup>2</sup> =.391, sig=.000	= 5.827, sig=.323	= 20.162, Cramer's V <sup>2</sup> =.334, sig=.000	= 3.925, sig=.560	= 9.879, sig=.079	= 8.430, sig=.134	= 13.880, Cramer's V <sup>2</sup> =.272, sig=.016
سن	rho=-.141, sig=.056	rho=-.054, sig=.468	rho=-.076, sig=.183	rho=.021, sig=.776	rho=.060, sig=.413	rho=-.053, sig=.471	rho=.092, sig=.217	rho=.119, sig=.108	rho=.116, sig=.186	rho=.187, sig=.012	rho=-.035, sig=.638	rho=-.078, sig=.293	rho=.230, sig=.002	rho=-.081, sig=.270
وضعیت تأهل	= 9.674, sig=.470	= 14.161, sig=.166	= 10.577, sig=.391	= 9.620, sig=.474	= 7.738, sig=.654	= 2.632, sig=.989	= 15.352, sig=.123	= 12.418, sig=.258	= 10.906, sig=.365	= 6.154, sig=.802	= 11.655, sig=.309	= 10.536, sig=.395	= 5.853, sig=.827	= 19.305, Cramer's V <sup>2</sup> =.227, sig=.037
قومیت	= 2.494, sig=.777	= 12.029, Cramer's V <sup>2</sup> =.274, sig=.034	= 4.705, sig=.453	= 9.214, sig=.101	= 3.545, sig=.617	= 2.723, sig=.743	= 1.433, sig=.921	= 3.156, sig=.676	= 2.033, sig=.845	= 13.161, Cramer's V <sup>2</sup> =.289, sig=.022	= 7.396, sig=.193	= 13.817, Cramer's V <sup>2</sup> =.292, sig=.017	= 6.558, sig=.256	= 7.887, sig=.163
مذهب	= 7.887, sig=.640	= 19.578, Cramer's V <sup>2</sup> =.247, sig=.034	= 11.210, sig=.341	= 19.037, Cramer's V <sup>2</sup> =.341, sig=.040	= 10.616, sig=.388	= 19.086, Cramer's V <sup>2</sup> =.341, sig=.039	= 4.819, sig=.903	= 8.695, sig=.561	= 8.493, sig=.581	= 13.134, sig=.216	= 11.799, sig=.299	= 16.315, sig=.091	= 11.423, sig=.326	= 10.716, sig=.380
میزان تحصیلات	rho=-.098, sig=.190	rho=-.188, sig=.012	rho=-.103, sig=.170	rho=-.044, sig=.556	rho=.071, sig=.343	rho=.011, sig=.880	rho=.052, sig=.491	rho=.200, sig=.007	rho=.200, sig=.007	rho=.107, sig=.153	rho=-.074, sig=.316	rho=.154, sig=.038	rho=.176, sig=.017	rho=-.007, sig=.924
وضع فعالیت	= 22.938, sig=.818	= 57.546, Cramer's V <sup>2</sup> =.267, sig=.002	= 36.836, sig=.182	= 26.921, sig=.627	= 27.508, sig=.590	= 27.116 sig=.601	= 26.169, sig=.630	= 34.258, sig=.271	= 21.395, sig=.875	= 27.237, sig=.611	= 21.390, sig=.875	= 24.824, sig=.734	= 31.941, sig=.370	= 31.815, sig=.381
طبقه اقتصادی خانواده	rho=-.033, sig=.674	rho=.091, sig=.251	rho=.011, sig=.887	rho=.099, sig=.210	rho=.055, sig=.487	rho=.048, sig=.549	rho=.061, sig=.469	rho=-.023, sig=.770	rho=-.004, sig=.959	rho=-.009, sig=.911	rho=-.009, sig=.911	rho=.046, sig=.564	rho=-.058, sig=.465	rho=-.078, sig=.318

در جدول شماره ۱۳ هم رابطه ویژگی‌های زمینه‌ای سینماورها با گرایش سینمایی آن‌ها بر مبنای معیارهای ترجیح فیلم سینمایی با استفاده از آزمون‌های خی دو و ضریب همبستگی اسپیرمن بررسی شده است. این جدول نشان می‌دهد که سن و وضعیت تأهل سینماورها با میزان اهمیت آن‌ها برای ژانر یا سبک فیلم رابطه معناداری دارد. به طوری که میزان اهمیت مجردها به این معیار نسبت به متأهلین بیشتر است و باتوجه به رابطه مستقیم سن با این معیار، با افزایش سن سینماورها، میزان اهمیت آن‌ها برای ژانر یا سبک فیلم افزایش پیدا می‌کند. قومیت سینماورها با میزان اهمیت قائل شدن آن‌ها برای موضوع و مضمون فیلم سینمایی رابطه بسیار معناداری دارد. به طوری که بلوچ‌ها بیشتر از غیربلوچ‌ها به این معیار اهمیت می‌دهند. قومیت و مذهب سینماورها با میزان اهمیت آن‌ها برای کارگردان فیلم سینمایی رابطه بسیار معناداری دارد. به طوری که غیربلوچ‌ها بیشتر از بلوچ‌ها و شیعه‌ها بیشتر از سنی‌ها به این معیار اهمیت می‌دهند. بین ویژگی‌های زمینه‌ای مورد بررسی سینماورها و میزان اهمیت آن‌ها برای معیارهای هنرپیشه‌های فیلم و تکنیک‌های سینمایی فیلم، رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۱۳. بررسی رابطه متغیرهای زمینه‌ای با میزان اهمیت معیارهای ترجیح فیلم سینمایی

معیار ترجیح فیلم متغیرها	موضوع و مضمون فیلم	کارگردان فیلم	هنرپیشه‌های فیلم	تکنیک‌های سینمایی فیلم	ژانر یا سبک فیلم
جنسیت	= 3.007, sig=.222	= 2.264, sig=.811	= 1.563, sig=.815	= 7.371, sig=.194	= 4.253, sig=.373
سن	rho=.107, sig=.144	rho=.123, sig=.092	rho=-.068, sig=.358	rho=.072, sig=.329	rho=-.172, sig=.020

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماورهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

متغیرها	معیار ترجیح فیلم	موضوع و مضمون فیلم	کارگردان فیلم	هنرپیشه‌های فیلم	تکنیک‌های سینمایی فیلم	ژانر یا سبک فیلم
وضعیت تأهل	= 5.625, sig= .846	= 5.219, sig= .876	= 4.263, sig= .833	= 3.562, sig= .965	= 18.761, Cramer's V <sup>a</sup> = .226, sig= .016	
قومیت	= 11.422, Cramer's V <sup>a</sup> = .264, sig= .003	= 15.691, Cramer's V <sup>b</sup> = .308, sig= .008	= 3.584, sig= .465	= 2.983, sig= .730	= 3.763, sig= .439	
مذهب	= 12.972, sig= .113	= 23.280, Cramer's V <sup>c</sup> = .265, sig= .010	= 5.570, sig= .675	= 7.395, sig= .688	= 5.329, sig= .722	
میزان تحصیلات	rho=.104, sig= .159	rho=.088, sig= .234	rho=-.102, sig= .169	rho=-.010, sig= .890	rho=-.063, sig= .402	
وضع فعالیت	= 36.281, sig= .199	= 34.991, sig= .243	= 28.663, sig= .233	= 35.673, sig= .231	= 22.347, sig= .559	
طبقه اقتصادی خانواده	rho=.019, sig= .804	rho=.103, sig= .185	rho=.045, sig= .573	rho=-.028, sig= .727	rho=.082, sig= .300	

### ۵- بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق ضمن توصیف ویژگی‌های سینما روهای زاهدانی، ارتباط انواع سرمایه با گرایش‌های سینمایی آن‌ها را در چهارچوب نظریه پیر بوردیو و با روش پیمایشی بررسی نموده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اکثریت سینما روهای زاهدانی کسانی هستند که دارای تحصیلات دانشگاهی می‌باشند و به لحاظ اقتصادی نیز خود را متعلق به طبقه متوسط می‌دانند. این نتیجه البته هم‌سو با نتایج بسیاری از پژوهش‌های مشابه دیگر نظیر تحقیقات تورچ (۲۰۰۷)، چان و گلد تورپ (۲۰۰۷)، باکدی (۲۰۰۷)، و ابراهیمی لویه و رضایی‌زاده (۱۳۹۲) است. جملگی این تحقیقات نشان می‌دهد که تحصیلات و طبقه اقتصادی عامل مهمی در مصارف فرهنگی است. علاوه بر این، مشخص شد که این سینما روه‌ها از نظر سرمایه اقتصادی در سطح متوسط و رو به بالا و از نظر سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی در سطح بالا و خیلی بالایی هستند. این امر با نظریه پیر بوردیو هم‌خوانی زیادی دارد. همچنین در ارتباط با گرایش‌های سینمایی مورد بررسی روشن شد که علاقه بیشتر این سینما روه‌ها از نظر منشاء فیلم‌ها به فیلم‌های آمریکایی و از نظر سبک یا ژانر به فیلم‌های کمدی، اجتماعی و خانوادگی است و از معیارهای ترجیح فیلم‌های سینمایی برای آن‌ها، موضوع و مضمون فیلم، ژانر یا سبک فیلم و هنرپیشه‌های فیلم اهمیت بیشتری دارند.

یافته‌های این تحقیق نشان داد بین سرمایه اقتصادی سینما روه‌ها و جنبه‌های مختلف گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه معناداری وجود ندارد. این امر با نتایج تحقیقاتی همانند تحقیق کرد (۱۳۹۵)، ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۳) و ابراهیمی لویه و رضایی‌زاده (۱۳۹۲) متفاوت است و با نظریه بوردیو هم‌خوانی ندارد. شاید بتوان چنین چیزی را با شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موجود در شهر زاهدان و یا شیوه سنجش سرمایه اقتصادی (بر مبنای هزینه ماهیانه خانوار) به‌ویژه با تفاوتی که با طبقه اقتصادی دارد، توجیه نمود. با توجه به این‌که طبقه اقتصادی خانواده سینما روه‌ها نیز با اکثریت جنبه‌های مربوط به گرایش‌های سینمایی آن‌ها ارتباط معناداری ندارد، می‌توان فقدان رابطه معنادار بین سرمایه اقتصادی سینما روه‌ها و جنبه‌های مختلف گرایش‌های سینمایی آن‌ها را به شرایط سنتی جامعه سیستان و بلوچستان نسبت داد که در آن تبدیل این سرمایه‌ها به‌ویژه اقتصادی به فرهنگی به سختی صورت می‌گیرد و همچنین مصرف کالاهای فرهنگی عمدتاً متأثر از سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی است تا اقتصادی. چنین چیزی این نتیجه را به ذهن متبادر می‌کند که در اجتماع سنتی همانند زاهدان و سیستان و بلوچستان، آن ارتباط نزدیکی که بین سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی و نیز سرمایه و طبقه اقتصادی و مصرف کالای فرهنگی در نظریه بوردیو دیده می‌شود، وجود ندارد و احتمالاً به موازات گذار بیشتر به یک جامعه طبقاتی به معنای مدرن آن، چنین ارتباطاتی بیشتر و قوی‌تر خواهد شد. انجام یک پژوهش تخصصی تطبیقی در مورد ارتباط این موارد در اجتماعات سنتی و مدرن، می‌تواند این زمینه بسیار راهگشا باشد.

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینما روه‌های شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

طبق یافته‌های این تحقیق، بین سرمایه فرهنگی سینماورها با برخی گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد. این رابطه معنادار مربوط به میزان علاقه به فیلم‌های هندی، فیلم‌های اجتماعی، فیلم‌های سیاسی، فیلم‌های فلسفی و فیلم‌های مستند و نیز میزان اهمیتی است که سینماورها به معیارهای کارگردان و نیز تکنیک‌های سینمایی فیلم قائلند. این یافته با نتایج تحقیقاتی همانند تحقیق کرد (۱۳۹۵) و ابراهیمی و همکاران او (۱۳۹۳) هم‌راستا است و با نظریه بورديو کاملاً همخوانی دارد. ارتباط معنادار و مستقیم میزان سرمایه فرهنگی با میزان علاقه به فیلم‌هایی از ژانرهای اجتماعی، سیاسی، فلسفی و مستند و نیز با معیارهایی برای ترجیح فیلم‌ها همانند تکنیک‌های سینمایی، به راحتی یادآور پدیده‌هایی مثل ذائقه و تمایز و ارتباط آن‌ها با سرمایه فرهنگی است که در نظریه بورديو از مفاهیم محوری محسوب می‌شوند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند سرمایه اجتماعی سینماورها در زاهدان با برخی گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه معناداری دارد. این رابطه معنادار مربوط به میزان علاقه به فیلم‌های ایرانی، فیلم‌های هندی، فیلم‌های خانوادگی، فیلم‌های کمدی، فیلم‌های دینی و فیلم‌های عاشقانه و نیز میزان اهمیتی است که سینماورها به ژانر یا سبک فیلم قائلند. این یافته با نتایج تحقیقاتی همانند ابراهیمی و همکاران او (۱۳۹۳) هم‌راستا است و با نظریه بورديو هماهنگی دارد.

در مجموع، نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که نظریات پیر بورديو، در نقش سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی می‌تواند به شکل قابل قبولی برای تبیین ذائقه و تمایز و مصرف کالاهای فرهنگی و به‌ویژه گرایش‌های سینماورها در اجتماعاتی همانند زاهدان که هنوز نمی‌توان آن را یک جامعه مدرن دانست مورد استفاده قرار گیرد. با این حال، به نظر می‌رسد جایگاه و نقش سرمایه اقتصادی، با آن چه در نظریه بورديو در این زمینه‌ها آمده و مورد انتظار است، فاصله قابل توجهی دارد.

طبق یافته‌های این پژوهش دو متغیر قومیت و مذهب با بسیاری از گرایش‌های سینمایی سینماورها ارتباط معناداری دارند. این امر ممکن است مطابق با نظریه بورديو تا حدودی به‌واسطه تفاوت‌هایی باشد که بین انواع سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گروه‌های قومی و مذهبی وجود دارد؛ اما با توجه به ارتباط معنی‌دار و مجزا از انواع سرمایه‌های این عوامل با برخی گرایش‌های سینمایی، بدون تردید این عوامل به طور مجزا نیز بر گرایش‌های سینمایی سینماورها اثرگذارند. به عنوان مثال، به نظر می‌رسد عواملی همانند شباهت‌ها و ارتباطات فرهنگی بلوچ‌ها و اهل سنت با شبه قاره هند می‌تواند از عوامل مؤثر بر علاقه بیشتر آن‌ها به فیلم‌های هندی باشد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند مؤلفه جنسیت با برخی گرایش‌های سینمایی سینماورها در زاهدان رابطه معناداری دارد. در این زمینه، علاوه بر تفاوت‌ها و نابرابری‌های اقتصادی و سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی بین زنان و مردان، با توجه به تعداد اندک سینماورهای زن در میان بلوچ‌ها و اهل سنت می‌توان قومیت و مذهب را هم در این میان تأثیرگذار دانست.

وجود رابطه معنادار بین سن و برخی گرایش‌های سینمایی در این تحقیق مشابه با نتیجه پژوهش کرد (۱۳۹۵) می‌باشد. باید در نظر داشت که سن می‌تواند با بسیاری از عوامل مؤثر بر گرایش‌های سینمایی همانند میزان تحصیلات و انواع سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در ارتباط باشد. بر مبنای یافته‌های این پژوهش، وضعیت تأهل نیز با برخی گرایش‌های سینمایی سینماورها رابطه معناداری دارد. این عامل می‌تواند خود با ویژگی‌هایی مثل جنسیت، سن و حتی برخی سرمایه‌ها ارتباط داشته باشد.

طبق یافته‌های این تحقیق، بین میزان تحصیلات با برخی گرایش‌های سینمایی سینماورها رابطه معناداری وجود دارد. این یافته با نتایج تحقیقاتی همانند تحقیق کرد (۱۳۹۵) و ابراهیمی لویه و رضایی‌زاده (۱۳۹۲) هم‌راستا است و البته با توجه به ارتباط نزدیک آن با سرمایه فرهنگی می‌توان گفت با نظریه بورديو کاملاً هم‌خوانی دارد.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهند وضع فعالیت سینماورها در زاهدان با برخی گرایش‌های سینمایی آن‌ها رابطه معناداری دارد. این یافته با نتایج تحقیقاتی همانند تحقیق کرد (۱۳۹۵) هم‌راستا است و البته با توجه به ارتباط آن با انواع سرمایه‌ها، با نظریه بورديو هماهنگی دارد.

طبق یافته‌های این تحقیق، بین طبقه اقتصادی خانواده سینماورها تنها با یکی گرایش‌های سینمایی آن‌ها (میزان علاقه به سایر فیلم‌های خارجی) رابطه معناداری وجود دارد. با صرف نظر کردن از این رابطه کم اهمیت، می‌توان این نتیجه را با نتایج

حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماورهای شهر زاهدان). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵ (۴): ۵۱-۷۲.

تحقیقات قبلی متفاوت و با نظریه بوردیو ناهم‌خوان دانست. این وضعیت را می‌توان همانند بررسی رابطه سرمایه اقتصادی با گرایش‌های سینمایی که در بالا آمد، توجیه نمود.

با توجه به موارد فوق، همه ویژگی‌های زمینه‌ای مورد بررسی سینماورهای زاهدانی یعنی جنسیت، سن، وضعیت تأهل، قومیت، مذهب، میزان تحصیلات، وضع فعالیت و طبقه اقتصادی خانواده، حداقل با برخی از گرایش‌های سینمایی آن‌ها ارتباط معناداری دارند. با توجه به این‌که این ارتباط می‌تواند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم و به‌ویژه از طریق انواع سرمایه‌ها، و یا این‌که به هر دو شکل باشد، می‌توان گفت این ویژگی‌ها نیز در کنار انواع سرمایه‌ها، برای تبیین مصرف کالاهای فرهنگی همانند فیلم‌های سینمایی و نیز گرایش‌های سینمایی اهمیت دارند. در چهارچوب نظریه بوردیو می‌توان گفت این عوامل ممکن است در شکل‌گیری عادت‌واره یا هابیتوس شراکت داشته باشند و در تکوین ذائقه نقش‌آفرینی کنند و یا این‌که به‌واسطه ارتباطات‌شان با انواع سرمایه در دسترس افراد، تسهیلگر یا محدودکننده عمل آن‌ها در میدان یا زمینه شوند و تأثیر خود را بر تمایز افراد و گروه‌ها در جامعه ایفا کنند.

### ملاحظات اخلاقی

در مطالعه حاضر، اصول حرفه‌ای اخلاق پژوهش در ارتباط با پاسخ‌گویان رعایت گردیده است.

### حامی مالی

مقاله حاضر برگرفته از پژوهشی است که با حمایت معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به سرانجام رسیده است.

### مشارکت نویسندگان

طراحی و ایده‌پردازی: محمدعثمان حسین‌بر و بهروز روستاخیز؛ نگارش بخش‌هایی از مقدمه، مبانی نظری و پیشینه پژوهش: عرفان آسکانی؛ تدقیق و ترسیم چهارچوب نظری: محمدعثمان حسین‌بر و بهروز روستاخیز؛ روش‌شناسی، طراحی ابزار و تحلیل داده‌ها: محمدعثمان حسین‌بر و بهروز روستاخیز؛ گردآوری داده‌ها: عرفان آسکانی؛ نظارت و نگارش نهایی: محمدعثمان حسین‌بر، بهروز روستاخیز و عرفان آسکانی.

### تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر هرگونه تعارض منافع بوده است.

### منابع

- آقابابایی، احسان؛ فاطمی، فاطمه‌السادات؛ و قاسمی، وحید (۱۴۰۲). تبیین جامعه‌شناختی مصرف فیلم در شهر اصفهان. *مجله جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۵ (۲): ۵۵-۷۰.
- ابراهیمی، قربانعلی؛ فرهادی محلی، محمود؛ و رزاقی مله، هادی (۱۳۹۳). بررسی جامعه‌شناختی عوامل موثر بر مصرف سینما؛ مطالعه موردی: جوانان دختر و پسر شهر ساری. *مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، ۵ (۱۶): ۹-۲۶.
- ابراهیمی، لویه؛ و رضایی‌زاده، همایون (۱۳۹۲). سلیقه‌های سینمایی سینماورهای شهر رشت. *مجله جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۵ (۱): ۱۰۳-۱۲۴.
- ادیبی سده، مهدی؛ و همکاران (۱۳۸۹). سنجش سرمایه اجتماعی میان گروهی. *مجله رفاه اجتماعی*، ۱۰ (۳۸): ۱۹۳-۲۲۰.
- آسایش، محمدحسین (۱۳۷۹). *سنخ‌شناسی مخاطبان سینما در ایران*. *مجله فارابی*، ۳۷: ۹۵-۱۰۸.
- توسلی، غلامعباس؛ و موسوی، مرضیه (۱۳۸۴). مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی. *مجله نامه علوم اجتماعی*، ۲۶ (۲۶): ۱-۳۲.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۲). *سنجش گرایش روستائیان به جهاد سازندگی*. تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.
- ریترز، جورج (۱۳۸۴). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر* (مترجم: محسن ثلاثی). تهران: علمی.
- حسین‌بر، محمدعثمان؛ روستاخیز، بهروز و آسکانی، عرفان (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با سلیق سینمایی مخاطبان (مورد مطالعه: سینماورهای شهر زاهدان). *فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۵ (۴): ۷۲-۵۱.



- ساترلند، جین آن؛ و فلتی، کاترین (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی سینمایی (مترجم: حسین ابوالحسن تنهایی). تهران: بهمن برنا.
- سزاوار حبیبی، الهام (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر جذب تماشاگران فیلم‌های سینمایی ایرانی به سالن‌های سینما (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی). تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- سیدمن، استیون (۱۳۹۵). کشاکش آراء در جامعه‌شناسی (مترجم: هادی جلیلی). تهران: نی.
- شرفی، ابوالفضل (۱۳۸۸). مصرف سینما در خراسان رضوی و عوامل مؤثر بر آن. *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۳ (۳)، ۴۸-۲۸.
- فیلد، جان (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی (مترجم: غلامرضا غفاری و حسین رضایی). تهران: کویر.
- کاظمیان، مهرداد؛ ابراهیمی، قربانعلی؛ و همتی، زهرا (۱۳۹۴). بررسی ذائقه سینمایی شهروندان؛ مطالعه موردی: شهر مشهد. *مجله جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۷ (۱)، ۱۱۸-۱۰۱.
- کرد، آرش (۱۳۹۵). بررسی انواع سلیق سینمایی مخاطبان در شهر شیراز (پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی). گیلان: دانشگاه گیلان.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۷). روان‌شناسی اجتماعی. تهران: ارسباران.
- کیا، علی‌اصغر؛ و شاه‌حسینی، سعید (۱۳۹۳). سینمای ایران؛ مخاطب و نیازهای فردی و اجتماعی. *مجله علوم اجتماعی*، ۲۱ (۶۴)، ۳۴-۱.
- میرفردی، اصغر؛ ولی‌نژاد، عبدالله؛ و خانمحمدی، احسان (۱۳۹۸). سبک مصرف سینما و رابطه آن با سواد سینمایی در بین دانشجویان دانشگاه ایلام. *مجله توسعه اجتماعی*، ۱۴ (۲)، ۳۲-۱.

## References

- Bennett, A. (2005). *Culture and Everybody Life*. London: Sage Publications.
- Bukodi, E. (2007). Social Stratification and Cultural Consumption in Hungary. *Poetics*, 35 (2-3), 112-131.
- Chan, T. W. and Goldthorpe, J. H. (2007). Social stratification and cultural consumption: Music in England. *European Sociological Review*, 23 (1), 1- 19.
- Hong Kong policy Research Institute (2000). The survey on Movie-going Habits in Hong Kong.
- Torche, F. (2007). Social status and cultural consumption: The case of reading in Chile. *Poetics*, 35 (2-3), 70-92.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی