

Factors affecting the promotion of reading culture in society from the perspective of Tehrani students

Meysam Farokhi, Associate Professor, Department of Communication and Cultural Studies, Refah Faculty, Tehran. Farokhi@refah.ac.ir

Abstract

Reading culture is not only one of the main components and pillars of culture, but it is also the cause of cultural evolution and growth. Investigations showed that most of the researches in the field of reading culture are focused on the field of students and less attention is paid to the students' point of view in this field. In this regard, the mentioned research has been done with the aim of identifying the effective factors on improving the reading culture in the society from the perspective of Tehrani students. The research method is a survey type and the data collection tool is a researcher-made questionnaire (economic, cultural and managerial factors in the form of 19 items) and the statistical sample includes 300 students of Tehran city, who were selected using the cluster sampling method and using Descriptive and inferential statistics were analyzed. The results showed that in the field of economic factors, the components of "amount of individual capital", "amount of monthly salary" in the field of cultural factors, the components of "inclination to literature, history and culture of the country", "a person's academic degree" and "participation in exhibitions" Cultural and artistic" and in the field of management factors, the components of "organization of cultural activities in society", "inconsistency of cultural management in society" and "monitoring the performance of cultural institutions" are the most important factors influencing the promotion of reading culture in society from the perspective of Tehrani students. The findings from the data analysis showed that the managerial and cultural factors related to the promotion of reading culture in the study community were evaluated as favourable (good), but from the students' point of view, the economic factor as one of the influencing factors in the reading culture is relatively favourable (to the extent medium) were considered. In other words, managerial, cultural and economic factors were studied, respectively, among the effective factors on promoting the culture of reading in the society.

Keywords

Culture, Books, Book Reading, Book Reading Culture, Tehrani Students





پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی

میثم فرخی^۱

چکیده

فرهنگ کتابخوانی نه تنها یکی از مؤلفه‌ها و ارکان اصلی فرهنگ به شمار می‌آید، بلکه خود نیز سبب تکامل و رشد فرهنگی می‌باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌ها در حوزه فرهنگ کتابخوانی بر حوزه دانش‌آموزان متمرکز است و کمتر به دیدگاه دانشجویان در این زمینه توجه شده است. در این راستا پژوهش مذکور باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی صورت گرفته است. روش پژوهش از نوع پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته (عوامل اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی در قالب ۱۹ گویه) و نمونه آماری شامل ۳۰۰ نفر از دانشجویان شهر تهران می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب و با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد در حوزه عوامل اقتصادی مؤلفه‌های «میزان سرمایه‌های فردی»، «میزان حقوق ماهیانه» در حوزه عوامل فرهنگی مؤلفه‌های «تمایل به ادبیات و تاریخ و فرهنگ کشور»، «مدرک تحصیلی فرد» و «شرکت در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری» و در حوزه عوامل مدیریتی مؤلفه‌های «ساماندهی اقدامات فرهنگی در جامعه»، «ناهماهنگی مدیریت فرهنگی در جامعه» و «انجام نظارت بر عملکرد نهادهای فرهنگی» مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار در ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی می‌باشد. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که عوامل مدیریتی و فرهنگی ناظر به ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه مطالعه مطلوب (خوب) ارزیابی شدند اما از دیدگاه دانشجویان عامل اقتصادی به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار در فرهنگ کتابخوانی نسبتاً مطلوب (در حد متوسط) تلقی شدند. به بیان دیگر عوامل مدیریتی، فرهنگی و اقتصادی به ترتیب جز عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه مورد مطالعه قرار گرفتند.

واژگان کلیدی

فرهنگ، کتاب، کتابخوانی، فرهنگ کتابخوانی، دانشجویان تهرانی.

مطالعات فرهنگی

سال سوم
شماره چهارم
زمستان ۱۴۰۲

۱۴۵

farkhi@refah.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۱

۱. دانشیار گروه ارتباطات و مطالعات فرهنگی دانشکده رفاه تهران

مقدمه

کتاب از مؤلفه‌های مهم فرهنگی و ابزاری مناسب برای تغییر و تحول در زیست و فضای فرهنگ است. این رسانه عناصر جدید فرهنگی را به جامعه منتقل می‌کند و ضمن حفاظت از فرهنگ متعالی، آن را بدون تغییر و تحریفی در اختیار آیندگان قرار می‌دهد (زارعی، ۱۴۰۰). در عصر حاضر تمام جوامع دنیا به سوی تحول در حوزه کتاب و کتابخوانی گام برداشتند و به بیان دیگر ترویج فرهنگ کتابخوانی و اشاعه روحیه مطالعه در جامعه از مؤلفه‌های اصلی دنیای جدید است (Lester, 2021). فرهنگ کتابخوانی، پنجره‌ای به سوی اندیشه‌ها، تجربه‌ها، آموخته‌ها و اندوخته‌هاست. در این راستا مؤلفه مطالعه و خواندن همیشگی و مادام‌العمر، اساس فرهنگ کتابخوانی است. در حقیقت، فرهنگ کتابخوانی، حرکتی فراتر از یک مهارت عادی و متضمن فرهنگی است که حاوی سوادی گسترده می‌باشد و خواندن از فعالیت‌های روزانه و مداوم زندگی آن فرهنگ به شمار می‌آید (فاضلی، ۱۳۹۰). بررسی‌ها نشان داده است که در بسیاری از خانواده‌های ایرانی، هنوز فرهنگ مطالعه و کتابخوانی به عنوان یک سنت و یک اصل فرهنگی پذیرفته نشده است. از میزان کتاب‌خوان‌ها، نحوه کتابخوانی، تعداد کتابخانه‌های عمومی، تعداد کتاب‌های به چاپ رسیده، میزان کتاب خریداری شده توسط مردم و مقدار وقتی که صرف مطالعه می‌کنند می‌توان جویا شد که فرهنگ مطالعه در آن کشور در چه جایگاهی قرار دارد و از این طریق مسیر و جهت رشد و توسعه و یا افول ملتی را می‌توان مشاهده کرد که متأسفانه آمار و ارقام موجود در جامعه ما از موقعیت جالبی برخوردار نیست (محمدی و دیگران، ۱۳۹۶). در این برهه از زمان که شاخص مطالعه جامعه ایرانی در بین اقشار تحصیل کرده به‌طور متوسط، کمتر از دو دقیقه در روز است در مقایسه با جوامع پیشرفته‌ای همچون انگلیس که به‌طور متوسط دو ساعت و نیم در روز مطالعه می‌کنند تأکید و ضرورت یافتن راهکارهایی برای ارتقای شاخص مطالعه در کشور بیشتر احساس می‌شود. (احمدی، ۱۳۹۶). کشف عوامل مؤثر بر میزان علاقه‌مندی افراد جامعه به مطالعه غیردرسی، سهم مهمی در بهبود شاخص مطالعه در کشور خواهد داشت؛ بنابراین، اطلاع از وجود کتابخانه‌ها و منابع مطالعاتی، آگاهی از سطح پیشرفت تحصیلی و عادت مردم به مطالعه و تأثیر این عوامل در میزان علاقه‌مندی آنان به مطالعه، کمک شایانی در تدوین برنامه عملیاتی برای بهبود وضعیت کنونی فرهنگ مطالعه و کتابخوانی در جامعه خواهد داشت.

منظور از فرهنگ کتابخوانی، جاری و ساری شدن کتاب و عادت به مطالعه در

جامعه است به بیان دیگر داشتن جایگاه و اعتبار کتاب در سبب محصولات فرهنگی و رسانه‌ای مردم در جامعه می‌باشد. آدمی برای داشتن یک زندگی سعادتمند، نیازمند بینش و آگاهی است و آموخته‌هایی که از طریق مطالعه کسب می‌شوند، مقدمه‌ای برای زندگی هستند (Shaw & Davidson, 2020). مطالعه یکی از مهم‌ترین راه‌های زندگی سعادتمندانه است. انسان برای موفقیت و نیل به سعادت در زندگی، به الگوهای رفتاری نیازمند است. وجود حس همانندسازی در انسان و نیاز به الگوهای رفتاری، ایجاب می‌کند که به الگوهای شایسته‌ای دسترسی داشته باشد تا بدین وسیله شخصیت و رفتار خود را شکل دهد. الگوهایی که به وسیله کتاب معرفی می‌شوند، نقش مهمی را در شکل دادن به شخصیت انسان ایفا می‌کنند. (بیچرانلو و دیگران، ۱۳۹۶). با توجه به مطالب ارائه شده و اهمیت و جایگاه پرداختن به فرهنگ کتاب و کتابخوانی محقق قصد دارد در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشگاه دانشجویان تهرانی بپردازد.

هدف پژوهش

شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی

اهداف فرعی پژوهش

۱. شناسایی عوامل فرهنگی مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی
۲. شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی
۳. شناسایی عوامل مدیریتی مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی

پیشینه پژوهش

به منظور مرور پیشینه‌های مرتبط با پژوهش حاضر تلاش شد جدیدترین پژوهش‌های انجام شده در حوزه موضوع این پژوهش مورد توجه قرار گیرد.

ویدا همراز و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله خود با عنوان «مطالعه نقش رسانه‌های نوین کتاب صوتی در ترویج فرهنگ کتابخوانی» به بررسی تأثیر کتاب صوتی بر ترویج فرهنگ کتابخوانی پرداختند. در این پژوهش ابزار گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای و مصاحبه

با خبرگان و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها تحلیل مضمون می‌باشد. پس از مصاحبه عمیق با هفت نفر از خبرگان مرتبط نتایج نشان داد که مخاطبان به دلیل شنیداری بودن، سهولت دسترسی و ویژگی همه جایی و همه زمانی بودن اقبال بیشتری به کتاب صوتی دارند. تفاوت پژوهش حاضر با این پژوهش بدین گونه است که تلاش شده عوامل مؤثر دیگری (شامل عوامل فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی) در ترویج فرهنگ کتابخوانی به غیر رسانه کتاب صوتی مورد بررسی قرار گیرد.

بنفشه فرهت و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «ارائه مدل ترویج فرهنگ کتابخوانی دانش‌آموزان دوره ابتدایی (مورد مطالعه: شهر بوشهر)» با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته و روش داده بنیاد به ارائه مدل ترویج فرهنگ کتابخوانی پرداخته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است پدیده محوری شامل اهدا کتاب، انجمن‌ها و نهادهای کتابخوانی و آموزش مهارت‌های مطالعه در مدارس؛ شرایط علی شامل نهادینه شدن فرهنگ، کتابخوانی، برنامه داستان خوانی و هدف‌گذاری مطالعاتی؛ شرایط مداخله‌گر شامل نقش کتابدار، مسابقات کتابخوانی، برگزاری نمایشگاه‌های کتاب و شرایط زمینه‌ای شامل فضای مجازی، مناسب بودن کتابخانه‌ها، نقش خانواده می‌باشد. راهبردهای شناسایی شده شامل عواملی همچون سیاست‌گذاری - کاهش هزینه‌ها در یارانه دولتی و در نهایت پیامدها که شامل ایجاد کتابخانه‌های جدید، انتشار الکترونیک، مشارکت در نقد کتابخوانی اینترنتی می‌باشند. در این پژوهش، عوامل مدیریتی و اقتصادی برخلاف این پژوهش به صورت پررنگ مطرح شده و جامعه هدف نیز دانشجویان می‌باشند.

ستاره موسوی (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از فناوری اطلاعات در ترویج فرهنگ کتابخوانی از دیدگاه دانشجو معلمان» با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته دیدگاه ۳۴۲ نفر از دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان شهر اصفهان را مورد مطالعه قرار داده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد مهم‌ترین فرصت‌های شناختی فناوری‌ها، تنوع بخشی به فعالیت‌های تربیتی و فراغت محور، در حیطه عاطفی: تمایل به محتوا سازی مناسب و تفکیک موضوعات و در حیطه رفتاری: متنوع ساختن اوقات فراغت دانش‌آموزان است. مهم‌ترین تهدیدها، در حیطه شناختی: ضعیف شدن درک مطلب و یادسپاری، در حیطه عاطفی: کاهش تفکر و تعمق در مسائل و دنباله‌روی از منابع بی اعتبار در رسانه‌ها و در حیطه رفتاری، ایجاد زمینه جدایی از تعالیم اصیل کتب می‌باشد. پژوهش پیش رو تنها صرفاً به عامل رسانه در حوزه ترویج فرهنگ پرداخته؛ اما در این پژوهش عوامل فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی از دیدگاه

دانشجویان تهران مدنظر می‌باشد.

مریم ابوطالبی (۱۴۰۲) در مقاله خود با عنوان «فضای مجازی و نقش آن در توسعه فرهنگ مطالعه و کتابخوانی در شرایط قرنطینه ناشی از شیوع ویروس کرونا» بر این باور است برخی از شهروندان به رسم قدیم به شیوه سنتی کتاب فیزیکی تمایل پیدا می‌کنند و برخی نیز ترجیح می‌دهند از امکانات فضای مجازی برای مطالعه و کتابخوانی استفاده کنند که هر دو شیوه می‌توانند به شکل مطلوبی در توسعه فرهنگ مطالعه در بین شهروندان جامعه جهانی نقش مفید و ارزشمندی داشته باشند. از بدو شروع ویروس کرونا در جهان و پیامدها و محدودیت‌های ناشی از آن به ویژه منع و کاهش تردها به اماکن عمومی، علاقه‌مندان به کتاب نیز با مشکلات عدیده‌ای مواجه شدند به گونه‌ای که دسترسی به منابع کتابخانه‌ای برای آنان سخت و دشوار شد. با پدید آمدن چنین بحرانی، فضای مجازی به کمک علاقه‌مندان به کتاب آمد و برای ناشران، کتاب‌فروشان و کتابخانه‌ها به ویژه کتابخانه‌های ملی و عمومی کشورها فرصتی فراهم کرد تا انواع منابع اطلاعاتی مورد نیاز علاقه‌مندان به کتاب را در اختیار آنان قرار دهد. در این مقاله نیز بعد رسانه‌ای با تأکید بر فضای مجازی در دوران کرونا به عنوان عامل مهم فرهنگ کتابخوانی لحاظ شده در حالی که پژوهش حاضر تأکید بیشتری بر عامل فرهنگی به عنوان یک شاخص مهم در فرهنگ کتابخوانی دارد.

محسن نوکاریزی و دیگران (۱۴۰۰) در مقاله خود با عنوان «نقش ایستگاه مطالعه در ترویج فرهنگ کتابخوانی در شهرستان مشهد» به بررسی وضعیت کتابخوانی پس از اجرای طرح ایستگاه مطالعه در شهرستان مشهد می‌پردازد. نتایج حاصل از پیمایش نشان می‌دهد که ایستگاه‌های مطالعه در ارتقای مطالعه افراد نسبتاً موفق بوده و نقش آن‌ها در ارتقای مطالعه، بالاتر از حد متوسط بود و میانگین میزان مطالعه افراد افزایش یافته بود. میزان رضایت افراد از کتاب‌های ایستگاه مطالعه و از محل قرارگیری ایستگاه‌های مطالعه، بالاتر از حد متوسط بود. همچنین یافته‌ها نشان داد که تفاوت معناداری بین میزان استفاده از ایستگاه مطالعه و متغیرهای سطح تحصیلات، گروه سنی و جنسیت وجود نداشت. در پژوهش حاضر تلاش شده با نگاه کلان‌تر و رصد عوامل بیشتر نه صرفاً نقش ایستگاه مطالعه به موضوع فرهنگ کتابخوانی توجه شود و برخلاف این پژوهش که مورد مطالعه آن کتابداران مسئول طرح ایستگاه‌های مطالعه هستند، دیدگاه دانشجویان در این زمینه مورد بررسی قرار گیرد.

شیرین جعفری و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر ترویج

فرهنگ کتابخوانی دانش‌آموزان» به بررسی عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ کتابخوانی پرداخته‌اند. این تحقیق بر اساس روش مصاحبه نیمه ساختاریافته و مطالعه منابع علمی و باهدف ارائه راهکارهایی برای مطالعه و به وجود آوردن اثری ارزشمند درخور فهم است. داده‌های به‌دست‌آمده با روش کدگذاری تجزیه و تحلیل شده است. مقاله پیش‌رو به بررسی عوامل مؤثر در علاقه‌مند کردن دانش‌آموزان به مطالعه و کتابخوانی پرداخته که در این پژوهش، این عوامل در چند بعد بررسی نقش معلمان در گسترش فرهنگ مطالعه و کتابخوانی، نقش خانواده، کادر آموزشی مدرسه، کتابخانه‌های مدارس و برنامه‌ریزی صحیح و... ارائه شده‌اند. این پژوهش با توجه به ضرورت و اهمیت مطالعه در ارتقای سطح آگاهی، دانش و نیاز به گسترش فرهنگ کتابخوانی بین دانش‌آموزان انجام گرفته و به همین دلیل ضرورت امر ارتقای مطالعه غیردرسی به عنوان یکی از اهداف اصلی تحقیق بوده است در پژوهش مذکور برخلاف این پژوهش تلاش شده عوامل کلان و کلی‌تر و با تمرکز بر حوزه دانشجویان به فرهنگ کتابخوانی پرداخت شود.

بنفشه فرهت و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر ساختار توسعه فرهنگ کتابخوانی در استان بوشهر» به بررسی چگونگی توسعه فرهنگ کتابخوانی در استان بوشهر پرداخته‌اند. در این پژوهش ابتدا به بررسی وضعیت استان بوشهر پرداخته شده که به‌رغم پیشینه فرهنگی درخشان خود، دارای وضعیت نامطلوب کتاب، کتابخانه و کتابخوانی می‌باشد. سپس به تعیین اهداف توسعه فرهنگ کتابخوانی، استفاده بهینه از امکانات و منابع، تقویت مدیریت کارا و مؤثر کتابخانه‌ها و تقویت نظارت شایسته با استفاده از ارزیابی عوامل عملکردی و فرآیندی مورد توجه می‌باشند. آشفته‌گی فرهنگی و اجتماعی ناشی از عواملی چون تنوع هویت فرهنگی، احساس بومی‌گرایی سنتی و افراطی، احساس بی‌توجهی مسئولان به شرایط اقتصادی، رفاهی، فرهنگی و اجتماعی استان، ضعف نظام اداری کارآمد و مؤثر به‌ویژه در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی... منشأ کاهش انگیزه اقشار مختلف جامعه، به ویژه نوجوانان و جوانان استان در ترویج فرهنگ کتابخوانی می‌باشد. این پدیده وضعیت بی‌قاعدگی، بی‌هنجاری و بی‌ثباتی را نشان داده که هویت فرهنگی اجتماعی جوانان و نوجوانان را کاهش می‌دهد که خود عامل اساسی در کاهش علاقه‌مندی آنان به کتاب و کتابخوانی می‌باشد. در پژوهش حاضر برخلاف این پژوهش که بیشتر بر عامل ساختاری و اداری تأکید دارد دو بعد فرهنگی و اقتصادی نیز به عنوان عوامل مؤثر در ترویج فرهنگ

کتابخوانی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

فرزانه یعقوبی‌راد و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه منطقه ۵ شهر تهران» پرداخته‌اند. هدف از انجام این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه در منطقه ۵ شهر تهران اجرا شده است. روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی است و جامعه آماری شامل همه دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه اول و دوم منطقه ۵ تهران بود. نمونه‌ها به روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای استخراج شدند و گردآوری داده‌ها با تکمیل پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفت. نتایج حاصله از بررسی فرضیه‌های پژوهش به‌طور خلاصه عبارت‌اند از اینکه چهار عامل فضای آموزشی، خانواده، معلم و ارزش‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان اثر گذارند. در این میان، با توجه به نتایج حاصله از آزمون فریدمن، ارزش‌های اجتماعی دارای رتبه اول و مؤلفه‌های معلم، خانواده و فضای آموزشی به ترتیب دارای اولویت‌های بعدی در ترویج فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه در منطقه ۵ شهر تهران تشخیص داده شدند. در پژوهش حاضر عوامل فرهنگی و اقتصادی دیگری مانند «میزان سرمایه‌های فردی» «تمایل به ادبیات و تاریخ و فرهنگ کشور»، «مدرک تحصیلی فرد» و «شرکت در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری» «ساماندهی اقدامات فرهنگی در جامعه»، «ناهماهنگی مدیریت فرهنگی در جامعه» و انجام نظارت بر عملکرد نهادهای فرهنگی با تأکید بر سنجش دیدگاه دانشجویان مدنظر قرار گرفته است.

کامپ^۱ (۲۰۱۹) در مقاله خود با عنوان «بررسی عادات مطالعه در بین دانش‌آموزان» درباره عادت به مطالعه کردن ۲۴۲ دانش‌آموزان پایه اول تا یازدهم دریافت که آن‌ها بیشترین تأثیر را در گرایش به مطالعه از خانواده و معلمان دریافت کرده بودند و اکثراً حسی خوشایند و مثبت نسبت به مطالعه داشتند. این امر تأییدی بر این واقعیت است که عادت به مطالعه کردن در افراد از سنین پایین شکل می‌گیرد و نقش خانواده و مدرسه در شکل‌گیری این عادات بسیار حائز اهمیت است.

پیتر نلسون^۲ (۲۰۱۸) در مقاله خود با عنوان «بررسی نتایج خواندن دانش‌آموزان پس از تصمیم‌گیری در سطوح دوم خروج» به مطالعه مهارت‌های خواندن در دو نقطه زمانی دور برای ۶۸۲۸ دانش‌آموزی که از برنامه مداخله خواندن ردیف دوم در سال‌های

1. Camp

2. Peter M Nelson

تحصیلی ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ حمایت می‌کردند، مورد بررسی قرار داد. اولین ارزیابی پیگیری در پایان سالی که مداخله انجام شد و ارزیابی دوم در ابتدای سال بعد انجام شد. مدل‌های چند سطحی برای پیش‌بینی شانس ورود دانش‌آموز به معیارهای خواندن بهار و پاییز بسته به انواع پیش‌بینی‌کننده‌های سطح دانش‌آموز و مدرسه، با داده‌ها مناسب بودند. بیشترین علاقه، احتمال موفقیت در آینده به عنوان تابعی از این بود که آیا دانش‌آموزان معیارهای خروج از مداخله را برآورده می‌کنند که به عنوان عملکرد ثابت در سطح کلاس در معیار نظارت بر پیشرفت تعریف می‌شود. برآورده کردن معیارهای خروج از مداخله از نظر آماری و عملی یک پیش‌بینی‌کننده معنادار برای امتیاز بالاتر از معیار بهار و پاییز در سال تحصیلی بعد بود. با این حال، علیرغم بهبود نتایج نسبت به دانش‌آموزانی که از مداخله خارج نشده‌اند، بسیاری از دانش‌آموزانی که معیارهای خروج را به دلیل عملکرد سطح پایه رعایت کردند، نتوانستند معیارهای بهار و پاییز را برآورده کنند.

آلان تونیس مور و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله خود به «تجربه خواندن کتاب» پرداخته‌اند. در این تحقیق نتایج نشان داد که: مردم هنگام خواندن آگاهانه چه می‌کنند؟ تقریباً هیچ پژوهش دقیقی در این مورد وجود نداشته است و دیدگاه‌ها در میان فلاسفه و روانشناسان به شدت متفاوت است. سه مطالعه پدیده‌شناسی خواندن و ارتباط آن با حافظه جزئیات متنی و توانایی‌های شناختی عمومی در این مقاله تشریح می‌شود. نتایج نیز شامل این موارد می‌باشد: اول، در گزارش‌هایی در مورد تجربه خواندن، در داخل و بین شرکت‌کنندگان، متغیرهای قابل توجهی وجود دارد. دوم، تجربه خواندن گزارش شده با نوع گذر متفاوت است: عبور با گفت‌وگو موجب افزایش گزارش از گفتار درونی، در حالی که گذر با جزئیات بصری با وضوح باعث افزایش گزارش از تصاویر بصری. سوم، گزارش تجربیات تجسم تصویری، تجربیات گفتاری درونی و تجربیات درک آگاهانه بصری از کلمات در صفحه، به لحاظ ضعیف در ارتباط با توانایی‌های شناختی عمومی و حافظه جزئیات مکالمه تصویری و شنوایی بود.

در مجموع می‌توان بیان کرد در برخی پژوهش‌ها به علل در حوزه فرهنگ کتابخوانی از بعد رسانه‌ای توجه داشتند که در این راستا می‌توان به ویدا همراز و همکاران (۱۴۰۲)، ستاره موسوی (۱۴۰۲) مریم ابوطالبی (۱۴۰۲)، محسن نوکاریزی و دیگران (۱۴۰۰) اشاره نمود. برخی دیگر از پژوهش‌ها به عوامل مؤثر در ترویج

فرهنگ کتابخوانی در بین دانش آموزان توجه شده است که از جمله آن می‌توان به پژوهش پیتیر نلسون (۲۰۱۸)، ویگفیلد^۱ و دیگران (۲۰۱۸)، کامپ (۲۰۱۹)، فرهت و همکاران (۱۴۰۲)، شیرین جعفری و همکاران (۱۴۰۰)، فرزانه یعقوبی راد و همکاران (۱۳۹۵) اشاره نمود که در این پژوهش‌ها عوامل در چند بعد بررسی نقش معلمان در گسترش فرهنگ مطالعه و کتابخوانی، نقش خانواده، کادر آموزشی مدرسه، کتابخانه‌های مدارس و برنامه‌ریزی صحیح و... ارائه شده‌اند. در حوزه دیگری از پژوهش‌ها نیز به راهکارها و ساختار ترویج فرهنگ مطالعه و کتابخوانی در جامعه توجه شده است که در این راستا می‌توان به تحقیق آلان تونیس مور^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، بنفشه فرهت و همکاران (۱۳۹۶)، قیطاسی‌زاده (۱۳۹۱) و سعید غفاری و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد که بر اساس پژوهش‌های مذکور مهم‌ترین عوامل و شرایطی که موجب وضعیت نامطلوب کتاب و کتابخوانی شامل دلایل فرهنگی و اجتماعی، علل مدیریتی، شرایط جغرافیایی و جمعیتی می‌باشد که در این زمینه توجه به نیازهای اطلاعاتی و انجام پژوهش‌هایی در رابطه با نیازسنجی منابع درخواستی، نشان دادن تأثیر مطالعه بر سایر یادگیری‌ها، ساخت و تجهیز کتابخانه‌ها، تهیه منابع جدید از جمله راهکارهای مطروح شده می‌باشد.

چارچوب نظری پژوهش

فرهنگ

کمتر مفهومی به اندازه مفهوم فرهنگ در حوزه علوم اجتماعی در معرض تفسیرها و تعبیرهای گوناگون بوده است. از این رو می‌توان گفت که مفهوم فرهنگ نه تنها دشواری‌های زیادی به بار آورده است بلکه به سبب تنوع و وسعت معنا ایجاد وحدت نظر بر سر گستره موضوعی آن میسر نشده است (پهلوان، ۱۴۰۰)؛ به عبارت دیگر مفهوم فرهنگ یکی از پرکاربردترین واژه‌ها در زندگی اجتماعی انسان‌هاست و نمی‌توان حد و حدود مشخصی برای کاربرد این مفهوم قائل شد. گستردگی معنایی و شمول این مفهوم، سبب شده است که بسیاری از امور انسانی و پدیده‌های اجتماعی تحت پوشش و سیطره این مفهوم قرار گیرد و امور اجتماعی و انسانی توسط آن توصیف، تشریح و تبیین شود. به همین جهت تعاریف و ویژگی‌های مختلفی از این مفهوم ارائه شده است، زیرا افراد با توجه به جهان بینی‌ها،

ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و نوع استفاده و کاربرد موردنظر، این مفهوم را تعریف و طبقه‌بندی می‌کنند؛ بنابراین در انتخاب هر نوع تعریفی از فرهنگ باید «ربط تعریف» با موضوع مطالعه (موضوع کار) مدنظر قرار گیرد طی بررسی نخستین کاربری‌های این مفهوم در اوایل دوران مدرن، فرهنگ در بسیاری از زبان‌های اروپایی حضور چشمگیری پیدا کرد. در این کاربرد «Culture» عمدتاً به معنای پروراندن یا مراقبت از چیزی مثل گیاهان یا جانوران به کار می‌رفت. در اوایل قرن ۱۶، این معنای اولیه به تدریج از حوزه کشاورزی و دامپروری به فرایند تکوین انسان و از کشت و برداشت محصولات به فرهیختگی ذهن امتداد یافت. فرهنگ به عنوان اسم مستقل در زبان‌های انگلیسی و فرانسوی نمایان شد و در اواخر قرن ۱۸، به عنوان واژه‌ای فرانسوی وارد زبان آلمانی شد. (آشوری، ۱۳۹۹) با این تفاسیر فرهنگ عبارت است از مجموعه پیچیده‌ای از علوم، دانش‌ها، هنرها، افکار، اعتقادات، قوانین و مقررات، آداب و رسوم، سنت‌ها و به‌طور خلاصه کلیه آموخته‌ها و عاداتی که یک انسان به عنوان عضو جامعه اخذ می‌کند (کوش، ۱۳۹۸).

فرهنگ کتابخوانی

فرهنگ کتابخوانی، موضوعی است که در همه جنبه‌های زندگی انسان به کار گرفته می‌شود. در همین زمینه به زعم تفکر عده‌ای از محققان، فرهنگ خواندن و مطالعه به‌شدت به زمینه‌های ارتباطی، سیاسی و اقتصادی متکی است. برخی دیگر بر جنبه‌های اجتماعی و عاطفی خواندن و مطالعه تأکید دارند به ویژه خواندن به عنوان یک لذت که خود نمودی از یک فرهنگ کتابخوانی است (Stranger & Johannessen, 2019). فرهنگ مطالعه و کتابخوانی در میان شهروندان، خانواده‌ها، آموزش و پرورش و سازمان‌ها در ایجاد انگیزه و احساس نیاز به کتاب و کتابخوانی و ایجاد رفتاری به نام مطالعه میان مخاطبان در جامعه مؤثر و مهم است. شرایط و عوامل اجتماعی، خانوادگی، مدرسه‌ای، کتابخانه‌ای و فردی در گرایش و ترغیب دانش‌آموزان به مطالعه و کتابخوانی تأثیر می‌گذارد. یکی از معیارها و شاخص‌های رشد و توسعه میزان توجه و گرایش شهروندان به فرهنگ مطالعه و کتابخوانی است و هر جامعه‌ای که بخواهد در مسیر پیشرفت و تعالی قرار گیرد باید برای این مؤلفه مهم و تاثیرگذار سرمایه‌گذاری انسانی انجام دهد. میزان توجه به فرهنگ مطالعه و کتابخوانی، نشانگر رشد فرهنگی و ملی هر کشوری است. کتابخوانی به منزله سیر در اندیشه‌های دیگران و گشودن پنجره‌ای به دنیای ناشناخته‌هاست. کتاب یکی از مهم‌ترین ابزارهای فرهنگی است که در طول قرون متمادی، همواره عامل مهمی در تضمین

رشد و پویایی جوامع بشری بوده که در کنار ابزارهای پیشرفته دیگر، همچنان جایگاه خاص و یگانه خود را حفظ کرده است (رحمانی، ۱۳۸۲). به زعم وایتهارست^۱ افرادی که درست می‌خوانند و بیشتر مطالعه می‌کنند، فرصت‌های بیشتری برای کسب دانش در زمینه‌های گوناگون خواهند داشت (Shaw & Davidson, 2020). به این ترتیب فرهنگ مطلوب خواندن، نه تنها به منزله مقوله‌ای در راستای دستیابی به اهداف مدرسه توسعه‌یافته است بلکه امری است که در همه جنبه‌های زندگی انسان به کار گرفته می‌شود (Doiron & Asselin, 2018). فرهنگ مطالعه و کتابخوانی زمینه بهبود استانداردهای آموزشی را فراهم می‌آورد (Kachala, 2020). زیربنای فکری و عقیدتی، نوع جهان‌بینی فرد، بلوغ فکری و عقلی جامعه، اعتقاد به توانایی حاصل از دانایی، خوش بینی به آینده، اعتقاد به طلب دانش با وجود سختی، عدم باور به ارزش کتاب و مطالعه، کمبود الگوهای فرهنگی، نبود الگوی مطالعه برای کودکان، عدم عادت به مطالعه به خصوص از دوران کودکی، وضعیت بد اقتصادی و گرانی کتاب، موانع فردی که می‌تواند روحی و یا جسمی باشد (موانع جسمی مانند معلولیت‌ها)، درست نبودن شبکه توزیع آثار تولیدشده، سطح کیفی آثار چاپی، ممیزی و ... از جمله عوامل تأثیرگذار بر فرهنگ مطالعه و کتابخوانی است (دادگران و دیگران، ۱۳۹۶).

سرمایه فرهنگی

بورديو سرمایه فرهنگی را مجموعه نمادها، عادات واره‌ها، منش‌ها، شیوه‌های زبانی، مدارک تحصیلی و آموزشی، ذوق و سلیقه‌ها و شیوه‌های زندگی که به‌طور غیررسمی، بین افراد انسانی معمول و شایع است تعریف می‌کند (ریتزر، ۱۳۸۳: ۴۱۳). از نظر بورديو، سرمایه فرهنگی به سه حالت می‌تواند وجود داشته باشد: حالت تجسیدی^۲، حالت عینیت‌یافته^۳، حالت نهادی‌شده^۴.

حالت تجسیدی: این نوع سرمایه به بدن و ذهن فرد پیوسته است. به تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری شخصی فرد وابسته است و به‌وسیله خود فرد به دست می‌آید. آن کسی که برای تحصیل و برای بهبود خود فعالیت می‌کند، آن را به دست می‌آورد. صرف کردن زمان برای کسب علم، تلاش برای کسب سرمایه تجسیدی است. این نوع سرمایه پیوسته و همراه فرد است و جزء عادت واره او شده است و برخلاف پول و دارایی‌هایی حقوقی

1. Whitehurst
2. Embodied state
3. Objectified state
4. Institutionalized state

دیگر از طریق بخشش یا وراثت، خرید یا مبادله به دیگری انتقال نمی‌یابد. این نوع سرمایه نمی‌تواند جدا از فرد در اختیار دیگران قرار گیرد. اقدامات تربیتی جامعه، طبقه فرد در اکتساب آن نقش اساسی دارد و به ظرفیت و استعداد یادگیری کنشگر و حافظه او وابسته است. پیوسته و همراه کنشگر است و به همراه او به همه جا می‌رود. در واقع این حالت، مجموعه توانایی‌ها و دانایی‌های ذهنی و مهارت‌های عملی و تجربی و رفتاری است که در شیوه سخن گفتن، باورها و ارزش‌ها و نگرش‌های خاص فرد تجلی پیدا می‌کند. سرمایه بدنی و فردی؛ حافظه، مهارت‌های تجربی و رفتاری و معلومات کسب‌شده، از سرمایه‌های تجسیدی محسوب می‌شوند. از مشخصه‌های این سرمایه، می‌توان به پیوستگی و درون‌یافتگی آن اشاره کرد. این سرمایه، دارایی‌ای است که به شخص و خلق و خوی وی بدل شده است. به عبارت دیگر، تنها، صاحب این خصایص، دارنده این سرمایه فرهنگی است. به همین جهت، همان‌طور که اشاره شد، نمی‌توان این سرمایه درونی‌شده را از طریق بخشش، وراثت و خرید و فروش به دیگری انتقال داد. در نهایت اینکه این نوع از سرمایه فرهنگی، فانی و میراست، زیرا به شکل خاصی با یکتایی بیولوژیکی شخص، گره خورده است. از نظر بورديو، انباشت سرمایه فرهنگی تجسیدی فرد وابسته به این است که خانواده فرد در دوران کودکی و نوجوانی تا چه اندازه اوقات فارغ از جبر و فشار اقتصادی را برای او فراهم کرده است. او این سرمایه را حق استفاده دائمی فرد از ذهن و جسم خود می‌داند (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۳).

حالت عینیت‌یافته: اشیاء مادی، کالاهای فرهنگی و رسانه‌هایی مانند نوشته‌ها، کتابها، نقاشی‌ها، ابزارهای موسیقی جزء سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته هستند. بهره‌گیری از سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته وابسته به سرمایه فرهنگی تجسیدی فرد است. در مطالعه این نوع سرمایه فرهنگی، می‌توان مجموع دارایی‌ها و موجودی کالاهای فرهنگی مورد استفاده افراد مانند، تعداد و نوع کتابها، مجلات، تابلوهای نقاشی، دوربین عکاسی و فیلم‌برداری، واکمن، انواع نوارهای صوتی و تصویری و کامپیوتر و اشیاء قیمتی فرهنگی را در نظر گرفت. سرمایه عینی فرهنگی، مجموعه میراث‌های فرهنگی، آثار ادبی و شاهکارهای هنری و جز این‌ها را سرمایه عینی فرهنگی می‌نامند. سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته، دارای یک رشته از ویژگی‌هاست که تنها می‌توان از طریق رابطه سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته با سرمایه فرهنگی بدنی و فردی آن را معین کرد. این سرمایه (مانند کتاب، تابلوهای نقاشی، آلات موسیقی و ...) به لحاظ مادی از طریق صاحبانش قابل انتقال است (البته تنها از لحاظ مالکیت حقوقی قابلیت انتقال دارد) (مرادی، ۱۳۹۷: ۸۴).

حالت نهادی شده: عینیت بخشیدن به سرمایه فرهنگی، از طریق مدارک دانشگاهی و تحصیلی است که خارج از دارایی‌های مادی و عینی فرهنگی، سرمایه تجسیدی و بیولوژیکی واقعیت پیدا می‌کند این کار از طریق کسب عناوین تحصیلی که به صورت قانونی و نهادی تایید شده است، حاصل می‌گردد. این مدارک مستقل از صاحبانش دارای اعتبار است. یک مدرک عینی و رسمی است. می‌توان افراد را از نظر این نوع مدارک با هم مقایسه کرد. حتی می‌توان نرخ تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی را به سرمایه اقتصادی بر حسب ارزش پولی برآورد کرد. استراتژی تغییر و تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی به سرمایه‌های اقتصادی وابسته به کمیابی آن است. انفجار و تورم عناوین تحصیلی در این زمینه تأثیرگذار است. سرمایه نهادی و ضابطه‌ای، مدارک تحصیلی، مدارک حرفه‌ای و کارا از نمونه‌های سرمایه نهادی و ضابطه‌ای هستند. مدرک تحصیلی سند تخصص فرهنگی است که به دارنده‌اش ارزش قراردادی تضمین شده‌ای ارائه می‌دهد. برای مطالعه، این نوع سرمایه فرهنگی می‌توان هر نوع مدارک تحصیلی، فنی، حرفه‌ای، فرهنگی و هنری را که از مراکز و انجمن‌های رسمی نهادی شده اخذ کرده‌اند را بررسی کرد (اسمیت، ۱۳۸۳: ۲۲۱).

توسعه فرهنگی و ارتباط آن با فرهنگ کتابخوانی

اگرچه در ابتدا توسعه را یک پدیده عینی اجتماعی اقتصادی تعریف می‌کردند، ولی این مفهوم امری پیچیده، چندبعدی و کل نگرانه‌ای فراتر از توسعه صرف اقتصادی است و به‌سادگی نمی‌توان با شاخص‌های کمی نظیر درآمد سرانه، ازدیاد پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، با انتقال فناوری پیشرفته از جوامع مدرن به کشورهای جهان سوم اندازه‌گیری کرد. چراکه علاوه بر بهبود وضع اقتصادی و ترقی سطح فناوری و ازدیاد ثروت ملی، بایستی تغییرات اساسی کیفی در ساخت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی پدید آید. توسعه متوازن فقط با تلفیق و ادغام عوامل فرهنگی در استراتژی‌های طرح ممکن است (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۲۳). در نتیجه این استراتژی‌ها همیشه باید با توجه به زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی هر جامعه تعیین گردند؛ یعنی هدف توسعه دیگر نمی‌تواند صرفاً اقتصادی و بالا بردن نرخ تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه باشد، بلکه توسعه فرآیندی از تغییر و دگرگونی است که نه تنها در زمینه اقتصادی بلکه در زمینه سیستم اجتماعی، سازمان سیاسی و بالاخره ضوابطی که رفتارهای انسانی را در جامعه رهبری می‌کند، نیز اثر می‌گذارد به عبارتی دیگر توسعه به معنای ارتقاء مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی به سوی زندگی بهتر و یا انسانی‌تر است

(روزبهران، ۱۳۸۸: ۱۶). توسعه در کلیه جوامع باید حداقل دارای سه هدف زیر باشد:

(الف) توسعه اقتصادی: توسعه اقتصادی عبارت است از رشد مداوم اقتصادی یک جامعه و بهبود وضعیت رفاهی افراد جامعه که ناشی از دگرگونی و تحول در بنیان‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، علمی و فرهنگی جامعه است.

(ب) توسعه سیاسی: توسعه سیاسی چنان دامنه‌دار است که دموکراسی، هویت، نفوذ، توزیع، همبستگی، برابری، ثبات، مشروعیت، مشارکت، بسیج، نهادی کردن، قابلیت، عقلایی کردن، امنیت، رفاه، عدالت و آزادی را دربردارد.

(ج) توسعه فرهنگی: توسعه فرهنگی به معنای حفظ هویت فرهنگی است و مفهوم حفظ هویت فرهنگی نیز پرهیز از تحول فرهنگی بر اساس درس گرفتن از جوامع پیشرفته‌تر نمی‌باشد بلکه بایستی با حفظ هویت فرهنگی به آرمان‌های نوسازی نیز متمسک شد، چراکه این آرمان‌ها زمینه‌های توسعه را در جوامع سنتی فراهم می‌آورد (روکزیرو، ۱۳۷۰: ۸۹).

امروزه نقش زیربنایی فرهنگ در همه تحولات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی برای دولت‌ها تعریف شده است. از این‌رو در برنامه‌ریزی‌ها بخش ویژه فرهنگ در نظر گرفته می‌شود. با توجه به حساسیت‌های فرهنگی برنامه‌ریزان نظام، همواره سعی بر این بوده است که نقش و اهمیت فرهنگ در همه قانون‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در نظر گرفته شود. توسعه فرهنگی جزئی از مفهوم توسعه است، اما این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که دستیابی به توسعه فرهنگی به مراتب دشوارتر از توسعه در دیگر بخش‌ها، نظیر توسعه اقتصادی و سیاسی است. توسعه فرهنگی از فرایندهایی است که هرگز نمی‌توان آن را به شکل سطحی و کوتاه مدت در جامعه مطرح کرد، زیرا این مقوله به زیرساخت‌های محکم و مداوم فکری نیاز دارد. در حقیقت توسعه فرهنگی زمانی در جامعه‌ای تحقق می‌یابد که ذهنیت افراد آن جامعه متحول شده و همگان به امکانات فرهنگی موجود در جامعه به شکل یکسان دسترسی داشته باشند (قلی‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۶۹). توسعه فرهنگی را می‌توان فراهم آوردن امکانات آفرینندگی فرهنگی و هنری بر پایه مشارکت تمامی افراد جامعه توصیف کرد که به فرد برای جستجوی خلاقیت کمک می‌کند (محمدی چلچله، ۱۴۰۰).

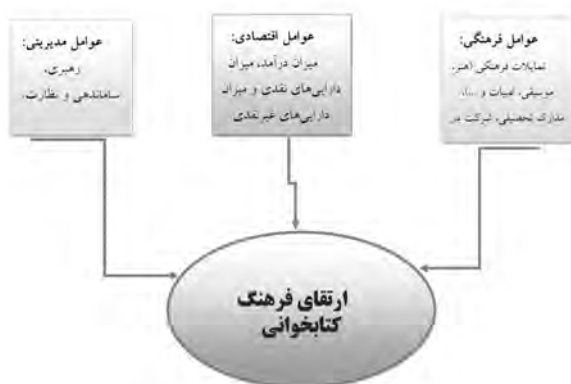
ابراهام میلز اجزای چرخه و مدار فرهنگی اجتماعی و نوزایی و چگونگی عملکرد آن به شرح زیر تفسیر نموده است:

(الف) رسانه‌های گروهی (کتاب و مطبوعات سینما و تئاتر رادیو و تلویزیون) با

تغذیه از حافظه فرهنگی - اجتماعی و اطلاعات و اخبار رویدادهای اجتماعی و هماهنگ با مدیریت و تصمیم‌گیری حاکم بر جامعه فعالیت می‌کنند. آن‌ها آنچه را که از حافظه فرهنگی - اجتماعی جامعه دریافت می‌کنند ساده و قابل فهم می‌سازند و با شیوه‌های مختلف آن‌ها را به پیام‌های فرهنگی مبدل کرده و پخش می‌کنند.

ب) گروه سرآمدان و نخبگان پس از خلق اندیشه‌های تازه برای نشر آن‌ها از ابزارهای گفتگو و تبادل فکری خاص خود استفاده می‌کنند. این ابزارهای درون گروهی نظیر مجلات تخصصی و کتاب‌های علمی کم‌شمار در حوزه‌های کوچک روشنفکران نقد و ارزیابی می‌شود و بعد از گذشتن از این صافی در یک نوع حافظه جمعی بزرگ ضبط می‌شود. این حافظه جمعی چیست؟ کتابخانه‌ها، موزه‌ها، آرشیوها، بانک‌های اطلاعاتی و تمام مراکزی که اطلاعات فرهنگی و هنری در آن‌ها نگهداری می‌شود.

ج) برای تهیه برنامه‌ها و مطالب خود تغذیه می‌کنند و بار دیگر این مطالب را به صورت پیام‌های فرهنگی به درون جامعه می‌فرستند. آنچه در این چرخه اهمیت زیاد دارد، سرعت گردش آن است. هر چه گردش این چرخه زیادت‌تر و سریع‌تر باشد آن فرهنگ پویاتر است. در جوامع صنعتی سرعت گردش این چرخه بسیار زیاد است. کتابخانه‌ها، بانک‌های اطلاعاتی و آرشیوها و وسایل ارتباط جمعی در حکم اتصالات هستند که جامعه کل یا محیط بزرگ را با محیط کوچک یا جامعه روشنفکران متصل می‌کنند و یکی از عوامل اصلی نوزایی و خلاقیت و در نتیجه عامل تحرک و پیش‌برنده توسعه فرهنگی است. در جوامع ایستا که عموماً غیرصنعتی هستند، سرعت گردش این چرخه بسیار ضعیف است و در نتیجه فرهنگ آن جامعه از پویایی بهره‌مند نبوده و سرعت پیشرفت علم و دانش و نوآوری آن نیز اندک است (داداش‌زاده، ۱۳۸۳: ۵۴). با توجه به ادبیات نظری و نیز پیشینه پژوهش ناظر به مباحث مرتبط با حوزه فرهنگ و کتابخوانی و مؤلفه‌های تأثیرگذار در این حوزه با توجه به مباحث توسعه سه عامل فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی به عنوان عوامل مؤثر در حوزه ارتقای فرهنگ کتابخوانی لحاظ شد که در قالب مدل مفهومی ذیل مورد بررسی قرار گرفت.



شکل ۱. مدل نظری تحقیق

روش پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری کلیه دانشجویان شهر تهران در سال ۱۴۰۲ می باشد که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه گیری خوشه ای ۳۰۰ نفر انتخاب شدند. در این راستا ابتدا مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران با توجه به موقعیت جغرافیایی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی به سه خوشه شامل مناطق ۱ تا ۵ در خوشه اول، مناطق ۶ تا ۱۴ در خوشه دوم و مناطق ۱۵ تا ۲۲ در خوشه سوم طبقه بندی شدند. سپس از هر خوشه یک منطقه به صورت تصادفی انتخاب شد. به طوری که منطقه ۱ از خوشه اول، منطقه ۱۳ از خوشه دوم و منطقه ۱۸ از خوشه سوم انتخاب شدند. پس از تعیین حجم نمونه از هر منطقه، تعدادی از بلوک های ذیل هر نمونه به روش تصادفی انتخاب و در نهایت کار تکمیل پرسشنامه صورت گرفت و پرسشنامه محقق ساخته پژوهشگر را تکمیل نمودند. در این پژوهش جهت محاسبه روایی از نظر و دیدگاه برخی اساتید و خبرگان و برای سنجش پایایی به اجرای آزمایشی پرسشنامه در نمونه ای با حجم ۵۰ نفر پرداخته شد و پایایی آن ها از طریق آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار Spss مورد سنجش واقع شد که شرح آن در جدول ذیل آمده است

جدول ۱. تعیین پایایی پژوهش

تعداد نمونه	تعداد آیتم	آلفا
۵۰	۱۹	٪۹۱

در پژوهش حاضر از آمار توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. در سطح آمار توصیفی از مشخصه‌های آماری مانند فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و در بخش آمار استنباطی از آزمون تی و خی دو استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه نیز از نرم‌افزار آماری spss (ویراست ۲۲) در دو سطح آمارهای توصیفی و استنباطی استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

نتایج توصیفی حاصل از داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که در متغیر رده سنی ۴۸/۷ درصد از پاسخگویان از ۱۸ تا ۲۲ سال، ۳۱/۳ درصد از ۲۲ تا ۲۵ سال، ۷/۳ درصد از ۲۵ تا ۳۰ سال و ۱۷ درصد بیشتر از ۳۰ سال سن دارند. ناظر به متغیر عضویت در کتابخانه ۲۴ درصد از پاسخگویان عضو کتابخانه دانشگاه، ۲۸/۷ درصد عضو کتابخانه‌های سطح شهر، ۱۰ درصد سایر کتابخانه‌ها و ۳۷/۳ درصد عضو هیچ کتابخانه‌ای نیستند. پیرامون مقطع تحصیلی باید اشاره نمود که ۷/۷۷ درصد از پاسخگویان در مقطع کارشناسی و ۲۲/۳ درصد در مقطع کارشناسی ارشد هستند. همچنین ۳۰/۳ درصد از پاسخگویان شاغل و ۶۹/۷ درصد غیرشاغل هستند. درباره وضعیت تأهل داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که ۷۱/۷ درصد از پاسخگویان مجرد و ۲۸/۳ درصد متأهل هستند.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی

درصد فراوانی	متغیرها	
۷۱/۷	مجرد	وضعیت تأهل
۲۸/۳	متأهل	
۴۸/۷	۱۸ تا ۲۲ سال	گروه سنی
۳۱/۳	۲۲ تا ۲۵ سال	
۷/۳	۲۵ تا ۳۰ سال	
۱۷	بیشتر از ۳۰ سال	
۷/۷۷	کارشناسی	مقطع تحصیلی
۲۲/۳	کارشناسی ارشد	

درصد فراوانی	متغیرها	
۲۴	کتابخانه دانشگاه	عضویت در کتابخانه
۲۸/۷	کتابخانه‌های سطح شهر	
۱۰	سایر کتابخانه‌ها	
۳۷/۳	عدم عضویت	وضعیت اشتغال
۳۰/۳	شاغل	
۶۹/۷	غیرشاغل	
۱۰۰	مجموع	

یافته‌های استنباطی

هدف اول فرعی پژوهش: شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی

جدول ۳. میانگین عامل اقتصادی بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه مورد مطالعه

عامل	میانگین	انحراف از معیار	نمره معیار	t	X2	سطح معناداری
اقتصادی	۲/۹۲	۱/۸۵	۵	۱/۲۱	۱۷/۲	۰/۰۰۰

نتایج تحقیق نشان می‌دهند که عامل اقتصادی با میانگین ۲/۹۲ از ۵ امتیاز در رده متوسط قرار دارد (۵۸/۴ درصد از ۱۰۰ درصد). این بدان معنی است که تأثیر عامل اقتصادی به عنوان یکی از عوامل ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه در حد متوسط قرار دارد. همچنین میزان آماره خی دو برابر ۱۷/۲ و درجه آزادی ۴ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ می‌باشد بنابراین چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است با ۹۵٪ اطمینان رابطه معناداری میان مؤلفه‌های عامل اقتصادی برقرار است. نتایج ناظر به عوامل اقتصادی مؤثر در ارتقای فرهنگ کتابخوانی نشان می‌دهد که از نظر پاسخگویان مؤلفه‌های میزان سرمایه‌های فرد (۵۴/۷ درصد)، داشتن منزل شخصی (۵۳ درصد)، میزان حقوق ماهیانه (۵۱/۴ درصد) بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه تأثیر بالایی دارند؛ و مؤلفه‌های داشتن خودرو شخصی (۲۴/۳ درصد) داشتن سایر دارایی‌ها (زمین، ملک و ...) (۲۳/۳ درصد) بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی تأثیر کمتری دارند.

هدف دوم فرعی پژوهش: شناسایی عوامل فرهنگی مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی

جدول ۴. میانگین عامل فرهنگی بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه مورد مطالعه

عامل	میانگین	انحراف از معیار	نمره معیار	t	X2	سطح معناداری
فرهنگی	۳/۴۷	۱/۱۲	۵	۳/۲۶	۱۵/۸۱	۰/۰۰۰

نتایج تحقیق نشان می‌دهند که عامل فرهنگی با میانگین ۳/۴۷ از ۵ امتیاز در رده بالایی قرار دارد (۶۹/۴ درصد از ۱۰۰ درصد). این بدان معنی است که تأثیر عامل فرهنگی به عنوان یکی از عوامل ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه در حد بالایی قرار دارد. همچنین میزان آماره خی دو برابر ۱۵/۸۱ و درجه آزادی ۶ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ می‌باشد بنابراین چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است با ۹۵٪ اطمینان رابطه معناداری میان مؤلفه‌های عامل فرهنگی برقرار است. نتایج ناظر به عوامل فرهنگی مؤثر در ارتقای فرهنگ کتابخوانی نشان می‌دهد که از نظر پاسخگویان همه مؤلفه‌های مرتبط با عوامل فرهنگی در ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه مؤثر می‌باشد که در این زمینه مؤلفه‌های تمایل به ادبیات و تاریخ و فرهنگ کشور (با ۸۱ درصد)، مدرک تحصیلی فرد و شرکت در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری (۶۷ درصد) بیشترین تأثیر را در ارتقای فرهنگ کتابخوانی دارند و مؤلفه تمایل به موسیقی (با ۴۱/۶) کمترین تأثیر را در ارتقای فرهنگ کتابخوانی از دیدگاه دانشجویان دارا می‌باشند.

هدف سوم فرعی پژوهش: شناسایی عوامل مدیریتی مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه از دیدگاه دانشجویان تهرانی

جدول ۵. میانگین عامل مدیریتی بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه مورد مطالعه

عامل	میانگین	انحراف از معیار	نمره معیار	t	X2	سطح معناداری
فرهنگی	۳/۷۶	۲/۱۰	۵	۲/۷۶	۱۶/۴	۰/۰۰۰

نتایج تحقیق نشان می‌دهند که مؤلفه مدیریتی با میانگین $3/76$ از 5 امتیاز در رده بالایی قرار دارد (یا $75/2$ درصد از 100 درصد). این بدان معنی است که تأثیر عامل مدیریتی به عنوان یکی از عوامل ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه در حد بالایی قرار دارد. همچنین میزان آماره خی دو برابر $16/4$ و درجه آزادی 6 با سطح معناداری $0/000$ می‌باشد بنابراین چون میزان سطح معناداری از $0/05$ کمتر است با 95% اطمینان رابطه معناداری میان مؤلفه‌های عامل مدیریتی برقرار است. نتایج ناظر به عوامل مدیریتی نشان می‌دهد که از نظر پاسخگویان همه مؤلفه‌های مرتبط با عوامل مدیریتی در ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه مؤثر می‌باشد که در این زمینه مؤلفه ساماندهی اقدامات فرهنگی در جامعه ($77/7$ درصد)، ناهماهنگی مدیریت فرهنگی در جامعه ($73/7$ درصد) و انجام نظارت بر عملکرد نهادهای فرهنگی ($72/4$) بیشترین تأثیر را در ارتقای فرهنگ کتابخوانی دارند و کاهش اقدامات موازی و خنثی‌کننده از طرف سازمان‌ها و ادارات فرهنگی ($53/4$ درصد) کمترین تأثیر را در ارتقای فرهنگ کتابخوانی از دیدگاه دانشجویان دارا می‌باشند.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش برای بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی از دیدگاه دانشجویان تهرانی سه دسته عوامل اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی مورد بررسی قرار گرفت. ناظر به عوامل اقتصادی نتایج تحقیق نشان داد که عامل اقتصادی با میانگین $2/92$ از 5 امتیاز در رده متوسط قرار دارد. این بدان معنی است که تأثیر عامل اقتصادی به عنوان یکی از عوامل ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه در حد متوسط می‌باشد. همچنین بر اساس آزمون خی چون میزان سطح معناداری از $0/05$ کمتر است بنابراین با 95% اطمینان رابطه معناداری میان مؤلفه‌های عامل اقتصادی برقرار است. در این زمینه باید اشاره نمود که مؤلفه‌های میزان سرمایه‌های فرد، داشتن منزل شخصی، میزان حقوق ماهیانه به ترتیب بیشترین تأثیر را بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی از دیدگاه دانشجویان تهرانی داشتند و مؤلفه‌های داشتن خودرو شخصی، داشتن سایر دارایی‌ها (زمین، ملک و ...) بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی تأثیر کمتری را ایفا نمودند. نتایج این تحقیق با پژوهش‌های پیتیر نلسون^۱ (2018)، سعید غفاری و همکاران (1397)، بنفشه فرهت و همکاران (1402)، همخوانی دارد. از سوی دیگر نتایج با پژوهش‌های بیچرانلو و همکاران (1396)، احمدی (1396) و دادگران و همکاران (1396) با توجه به تأکید صرفاً بر فضای رسانه‌های جدید همسو نیست. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که عامل فرهنگی با میانگین $3/47$

از ۵ امتیاز در رده مطلوب قرار دارد. این بدان معنی است که تأثیر عامل فرهنگی به عنوان یکی از مؤلفه‌های ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه در حد بالایی قرار دارد. همچنین بر اساس آزمون خی چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است بنابراین با ۹۵٪ اطمینان رابطه معناداری میان مؤلفه‌های عامل فرهنگی برقرار است. یافته‌های در این راستا حاکی از آن است که مؤلفه‌های تمایل به ادبیات و تاریخ و فرهنگ کشور، مدرک تحصیلی فرد و شرکت در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری تأثیر بالایی را در ارتقای فرهنگ کتابخوان از دیدگاه دانشجویان تهرانی داشتند و مؤلفه تمایل به موسیقی کمترین تأثیر را در ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه دارا می‌باشند. نتایج این پژوهش با تحقیق شیرین جعفری و همکاران (۱۴۰۰) فرزانه یعقوبی راد و همکاران (۱۳۹۵)، آلان تونیس مورا^۱ و همکاران (۲۰۱۸) همسو می‌باشد. همچنین ناظر به عامل مدیریتی باید اشاره نمود که این عامل با میانگین ۳/۷۶ از ۵ امتیاز در رده مطلوب قرار دارد. این بدان معنی است که تأثیر عامل مدیریتی به عنوان یکی از عوامل ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه در حد بالایی قرار دارد. بر اساس نتایج آزمون خی چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است بنابراین با ۹۵٪ اطمینان رابطه معناداری میان مؤلفه‌های عامل مدیریتی برقرار است. در این زمینه باید اشاره نمود که مؤلفه‌های ساماندهی اقدامات فرهنگی در جامعه، ناهماهنگی مدیریت فرهنگی در جامعه و انجام نظارت بر عملکرد نهادهای فرهنگی بیشترین تأثیر را در ارتقای فرهنگ کتابخوانی از دیدگاه دانشجویان تهرانی داشتند و کاهش اقدامات موازی و خنثی‌کننده از طرف سازمان‌ها و ادارات فرهنگی نیز از دیدگاه دانشجویان تهرانی کمترین تأثیر را در ارتقای فرهنگ کتابخوانی دارا می‌باشند. نتایج این پژوهش نیز با تحقیق قیطاسی‌زاده (۱۳۹۱)، لیلا ترکانلوغلو^۲ (۲۰۲۰) مطالعه جوبرت^۳ (۲۰۱۹)، پیتر نلسون^۴ (۲۰۱۸) همسو می‌باشد. از سوی دیگر نتایج با پژوهش‌های ویدا همراز و همکاران (۱۴۰۲)، ستاره موسوی (۱۴۰۲) مریم ابوطالبی (۱۴۰۲)، محسن نوکاریزی و دیگران (۱۴۰۰) با توجه به تأکید بر بعد رسانه همسو نیست. نتایج همچنین نشان می‌دهد که عامل مدیریتی از میان عوامل موردبررسی در جهت ارتقای فرهنگ کتابخوانی در جامعه رتبه اول قرار دارد بنابراین با توجه به اهمیت بحث مدیریت در این تحقیق، می‌بایست با تعیین اهداف توسعه فرهنگ کتابخوانی، استفاده بهینه از امکانات و منابع، تقویت مدیریت کارا و مؤثر کتابخانه‌ها و تقویت نظارت شایسته با استفاده از ارزیابی عوامل عملکردی و فرآیندی

زمینه ارتقای فرهنگ مطالعه و کتابخوانی را در جامعه افزایش داد. از طرفی می‌توان به آشفتگی فرهنگی و اجتماعی ناشی از عواملی چون تنوع هویت فرهنگی، احساس بومی‌گرایی سنتی و افراطی، احساس بی‌توجهی مسئولان به شرایط اقتصادی، رفاهی، فرهنگی و اجتماعی، ضعف نظام اداری کارآمد و مؤثر به ویژه در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی ... اشاره نمود که این موارد منشاء کاهش انگیزه اقشار مختلف جامعه در ترویج فرهنگ کتابخوانی می‌باشد، بنابراین، راه مرتفع نمودن این مشکلات افزایش و بهبود مدیریت در جامعه می‌باشد. عامل فرهنگی نیز در بین عوامل مؤثر موردبررسی در این پژوهش در رتبه دوم قرار دارد؛ بنابراین بایستی به این موضوع مهم اشاره نمود که مردم بر اساس فرهنگی که در آن رشد کرده‌اند و تربیت یافته‌اند، عمل می‌کنند. به بیان دیگر، ارزش‌ها و باورها پایه رفتارهای انسانی به شمار می‌رود در نتیجه ضعف شناخت فرهنگی مردم به مسئله کتابخوانی و فرهنگ مطالعه، موجب کاهش علاقه‌مندی آنان به کتاب و کتابخوانی گردیده است که نقش کلیدی در کاهش رفتارها و مهارت‌های مربوط به استفاده از کتابخانه‌ی عمومی و اختصاصی دارد. عامل اقتصادی نیز در پژوهش مذکور در مقایسه با سایر عوامل در رتبه سوم قرار می‌گیرد. این نکته از این جهت حائز اهمیت است که در عموم جامعه و بر اساس تلقی مردم به ویژه در سال‌های اخیر عامل اقتصادی مهم‌ترین عامل در مصرف امور فرهنگی می‌باشد که برخلاف این تصور در پژوهش فوق عامل اقتصادی در رتبه سوم قرار گرفته است. البته این به معنای نادیده گرفتن این عامل نیست؛ چرا که بحث مؤلفه‌های اقتصادی زیربنای تمامی اقدامات و رفتارهای افراد در سایر حوزه‌های فرهنگی و سیاسی می‌باشد و سطح اقتصادی فرد و خانواده، نقش بسزایی در تقویت عادات مطالعه و کتابخوانی دارد.

ناظر به ارتقای جایگاه فرهنگ کتابخوانی در جامعه پیشنهاد می‌گردد سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با تهیه ویژه‌برنامه‌های علمی - آموزشی در راستای آموزش افراد نسبت به (تمایل افراد به رفتن به سینما، نمایش و سایر اماکن هنری، تمایل به موسیقی، تمایل به ادبیات و تاریخ و فرهنگ کشور، شرکت در نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری، همایش‌های فرهنگی، شرکت در فعالیت‌های فرهنگی) همت‌گمارد. همچنین برگزاری کلاس‌های آموزشی - توجیهی توسط نهادها و یا سازمان‌های فرهنگی کشور (شهرداری‌ها، کانون‌های فرهنگی و ...) برای افراد، کارکنان و مدیران از اقدامات مهم و ضروری برای ارتقای سطح سواد کتابخانه‌ای آنان می‌باشد و در سطح خط‌مشی‌گذاری و سیاست‌گذاری نیز مجلس شورای اسلامی نیز می‌بایست با تصویب قوانینی برای حمایت از خانواده، زمینه را برای ارتقای وضعیت اقتصادی در جامعه فراهم نماید.

منابع و مآخذ

ابوطالبی، مریم (۱۴۰۲). فضای مجازی و نقش آن در توسعه فرهنگ مطالعه و کتابخوانی در شرایط قرنطینه ناشی از شیوع ویروس کرونا، پژوهش و مطالعات علوم اسلامی، ۵ (۴۷)، ۷۳-۸۰.

<https://www.joias.ir/fa/showart-7ca25608155b221b1d11401dafc4d453>

احمدی، اسماعیل (۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی، اینترنتی و خواندن: شناخت مزایا، معایب و راهکارهای اثربخشی، تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۳ (۹۱)، ۵۲-۵۳.

Doi: 20.1001.1.26455730.1396.23.4.6.0

اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳). درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

آشوری، داریوش (۱۳۹۹). تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، تهران: آگاه.

بیچرانلو، عبدالله، غفوری، محبوبه، مهربان، زهرا (۱۳۹۶). نقش تلویزیون در ترویج مطالعه و کتابخوانی در ایران، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۴ (۸۹)، ۹۳-۱۲۰.

<https://doi.org/10.22082/cr.2017.25791>

پهلوان، چنگیز (۱۴۰۰). فرهنگ‌شناسی: گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن، تهران: نشر قطره.

جعفری، شیرین (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ کتابخوانی دانش‌آموزان، سومین همایش تدبیر علوم مدیریتی، تربیتی، اجتماعی، ۱-۲۰.

<https://civilica.com/doc/1226156>

داداش‌زاده، صفر (۱۳۸۳). نقش کتابخانه‌ها در توسعه فرهنگ، تهران: نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران.

دادگران، سیدمحمد، خرازی آذر، رها، دبلشکی، فرحناز (۱۳۹۶). نقش شبکه‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ کتابخوانی (مطالعه موردی، دنبال‌کنندگان صفحه کتابدونی در شبکه اجتماعی اینستاگرام)، راهبرد فرهنگی اجتماعی، ۶ (۲۲)، ۲۰۷-۲۳۴.

Doi: 20.1001.1.22517081.1396.6.1.7.9

رحمانی، بتول (۱۳۸۲). بررسی تعداد مقالات و گزارش‌های منتشر شده درباره کتاب و کتابخوانی، فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۱۴ (۱)، ۱۳-۲۲.

http://46.209.25.211/article_772.html

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸). آنومی یا آشفتگی اجتماعی تهران: شرکت سهامی انتشار.

روکزبور، یان (۱۳۷۰). جامعه‌شناسی توسعه، ترجمه مصطفی ازکیا، تهران: توسعه.

روزبهان، محمود (۱۳۸۸). مبانی توسعه اقتصادی، تهران: نشر تابان.

ریتزر، جورج (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، نشر علمی.

زارعی، عیسی (۱۴۰۰). رسانه ملی و فرهنگ کتابخوانی، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.

شارع‌پور، محمود و خوش فر، غلامرضا (۱۳۸۱). رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان مطالعه موردی جوانان شهر تهران. *نامه علوم اجتماعی*، ۲۰ (۱)، ۱۳۳-۱۴۷.

https://jnoe.ut.ac.ir/article_10513

غفاری، سعید، هنرجو، مریم (۱۳۹۷). راهکارهای ارتقای فرهنگ مطالعه در میان زنان عضو کتابخانه‌های عمومی شهر ملایر، *روانشناسی فرهنگی زن*، ۹ (۳۶)، ۱۱۷-۱۲۶.

92031/https://sanad.iau.ir/Journal/jwc/Article

فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۰). درآمدی جامعه‌شناختی به پدیده و گفتمان کتاب در ایران معاصر، کتاب مهر، (۲)، ۹۴-۴.

فرهت، بنفشه، رحیمی، عبدالرحیم و امام جمعه، فرهاد (۱۴۰۲). ارائه مدل ترویج فرهنگ کتابخوانی دانش‌آموزان دوره ابتدایی (مورد مطالعه: شهر بوشهر)، *انجمن جامعه‌شناسی آموزش و پرورش ایران*، ۹ (۱)، ۱۴۷-۱۵۱.

Doi: 10.22034/ijes.2022.534899.1125

فرهت، بنفشه، قبله‌ای، غلامرضا، سبحانی، عبدالرضا (۱۳۹۶). تحلیلی بر ساختار توسعه فرهنگ کتابخوانی در استان بوشهر، *مطالعات مدیریت و حسابداری*، ۳ (۴)، ۹۵-۱۰۷.

<http://www.uctjournals.com/farsi/index.php/archive-accounting?layout=edit&id=156>

قلی‌زاده، آذر (۱۳۹۰). *جامعه‌شناسی فرهنگی*، اصفهان: دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

قیطاسی‌زاده، ناهید (۱۳۹۱). *بررسی موانع و راهکارهای توسعه فرهنگ کتابخوانی در بین دانش‌آموزان مدارس ابتدایی منطقه ۳ تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی.

کوش، دنی (۱۳۹۸). *مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی*، ترجمه فریدون وحید، تهران: سروش.

محمدی، مسعود، قاضی میرسعید، سیدجواد، کبادی‌نژاد، کمیل، پهلوان‌زاده، باقر (۱۳۹۶). بررسی وضعیت مطالعه در میان مراجعان به کتابخانه‌های عمومی شهرستان سرپل ذهاب و تحلیل دلایل انگیزشی و بازدارنده به مطالعه، *دانش‌شناسی (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات)*، ۱۰ (۳۶)، ۶۳-۷۳.

<https://sanad.iau.ir/Journal/qje/Article/1041057>

محمدی چلچله، سکینه (۱۴۰۰). *ابعاد توسعه فرهنگی در ایران*، تهران: اثر قلم.

مرادی، علیرضا (۱۳۹۷). *تحلیل نقش رسانه‌های دیجیتال بر مشارکت فرهنگی*، پایان‌نامه دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

موسوی، ستاره (۱۴۰۲). بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از فناوری اطلاعات در ترویج فرهنگ کتابخوانی از دیدگاه دانشجو معلمان، *مهارت‌های روانشناسی تربیتی*، ۱۴ (۲)، ۸۱-۹۵.

<https://sanad.iau.ir/Journal/psyedu/Article/953162>

نوکاریزی، محسن، رجبی، فهیمه و تجعفری، معصومه (۱۴۰۰). نقش ایستگاه مطالعه در ترویج فرهنگ کتابخوانی در شهرستان مشهد، ۱۳ (۱)، ۸۰-۹۳.

<https://doi.org/10.22055/slis.2019.22438.1348>

همراز، ویدا و الفت، نگین (۱۴۰۲). مطالعه نقش رسانه نوین کتاب صوتی در ترویج فرهنگ کتابخوانی، مطالعات راهبردی فرهنگ، ۳ (۱)، ۹۳-۱۱۶.

Doi: 10.22083/SCSJ.2023.392756.1102

یعقوبی‌راد، فرزانه، کاوسی، اسمعیل و رشیدپور، علی (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای فرهنگ کتابخوانی در میان دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه منطقه ۵ شهر تهران. خانواده و پژوهش، ۱۲ (۱)، ۸۷-۱۰۶.

DOR: 20.1001.1.26766728.1394.12.1.5.2

Abotalebi, M (2023). Virtual space and its role in the development of the culture of reading and reading in the quarantine conditions caused by the spread of the corona virus, 5 (47), 73-80. <https://www.joisas.ir/fa/showart-7ca25608155b221b1d11401dafc4d453> [In Persian]

Ahmadi, E. (2018). Online Social Networking and Reading: Advantages, Disadvantages and Effectiveness Solutions. Research on Information Science and Public Libraries; 23 (4):503-524. Doi: 20.1001.1.26455730.1396.23.4.6.0 [In Persian]

Bicheranlou, A. Ghafouri M & Mehraban, Z (2017). The Role of Television in Promoting Book Reading in Iran, Communication Research, 24 (89). 93-120. <https://doi.org/10.22082/cr.2017.25791> [In Persian]

Camp, D. (2019). Who's reading and why: Reading habits of 1st grade through graduate students. Reading Horizons Journal, 47(3), 251 -268.

Doiron, R. & Asselin, M. (August 2018). Building a Culture for Reading in a Multicultural, Multilingual World. Paper presented at the Annual Conference of the International Federation for Library Associations, Gotenburg, Sweden, August 7.11.<http://www.ifla.org/files/hq/papers/ifla76/133-dioron-en.pdf>

Farhmat, B, Rahimi, A & Emam Jomeh, F (2023). Presenting a Model for Promoting the Culture of Reading Elementary School Students (Case Study: Bushehr City), Iranian Journal of Educational Society, 9 (1), 147-151. Doi:10.22034/ijes.2022.534899.1125 [In Persian]

Farhmat, B, Gheblei, Gh & Sobhani, A (2017). An analysis on the development structure of reading culture in Bushehr province, Management Studies and Accounting, 3 (4), 95-107.[http://www.uctjournals.com/farsi/index.php/archive_accounting? layout=edit&id=156](http://www.uctjournals.com/farsi/index.php/archive_accounting?layout=edit&id=156) [In Persian]

Ghaffari, S & Honarjoo, M (2017). Promoting Strategies of Study Culture Among Female Members of Public Libraries In Malayer City, Cultural psychology of women, 9 (36), 117-126. <https://sanad.iau.ir/Journal/jwc/Article/92031> [In Persian]

Hamraz, V & olfat, N (2023). Studying the role of new audio book media in promoting book reading culture Quarterly of Strategic studies of culture, 3(1), 93-116. Doi: 10.22083/SCSJ.2023.392756.1102 [In Persian]

- Jafari, Sh (2021) Factors affecting the promotion of students' reading culture, the 3rd Tadbir conference of managerial, educational and social sciences, 1-20. <https://civilica.com/doc/1226156> [In Persian]
- Kharazi Azar, Z, Dadgaran, M & Doblehski, F (2017). The Role of Social Networks on the Promotion of Reading Culture (the Case Study of Followers of Ketabdoni Page in Instagram Social Network), Quarterly Journal of Socio-Cultural Strategy, 6 (22), 207-234. Doi: 20.1001.1.22517081.1396.6.1.7.9 [In Persian]
- Kachala, F. (2020). Developing a reading culture among the rural masses of Mwambo, Zomba District, Malawi: A concept for the 21st century and beyond. Paper presented at World Library and Information Congress: 73RD IFLA General Conference and Council, (pp.1 -14). 19 -23 August 2007, Durban, South Africa.
- Joubert, I, Ebersohn, L., Ferreira, R., Plessis, L. D., & Moen, M. (2019). Establishing a reading culture in a rural secondary school: A literacy intervention with teachers. Journal of Asian and African Studies, 49 (4), 399-412. DOI: 10.1177/0021909613487676.
- Lester, James (2021). Writing research papers: A complete guide: 23th Ed. New: York: HARPER Collins College pub
- Mohamadi, M, GhaziMirsaeed, J, Kabadinejad, K & Pahlavanzade, B (2017). Investigating the study status among the visitors to the public libraries of Sarpol Zahab city and analyzing the motivating and inhibiting reasons to study, Epistemology (library and information sciences and information technology, 10(36), 63-73. <https://sanad.iau.ir/Journal/qje/Article/1041057> [In Persian]
- Mosavi, S (2023) The opportunities and threats caused by information technology in promoting reading culture from the perspective of student teachers, Journal of Educational Psychology Skills, 14(2), 81-95. <https://sanad.iau.ir/Journal/psyedu/Article/953162> [In Persian]
- Nowkarizi, M, Rajabi, F & Tajafari ,M (2021). The Role of Reading Station in Promoting Book Reading Habits in Mashhad, Journal of Studies in Library and Information Science, 13 (1), 80-93 <https://doi.org/10.22055/slis.2019.22438.1348> [In Persian]
- Nelson, Peter M. Ethan R. Van Norman, David C. Parker (2018). An examination of student reading outcomes following tier II exit decisions, Journal of School Psychology, 12 (68). 142-153.
- Rahmani, B (2003). A Comparative Study of Reports and Articles on Books and Reading Habits, Library studies and information organization, 14 (1), 13-22 http://46.209.25.211/article_772.html [In Persian]
- Sharepour, M & Khoshfar, Gh (2002). The relationship between cultural capital and the social

identity of youth “Case Study of Tehran City”, Social science letter, 20(1), 133-137 https://jnoe.ut.ac.ir/article_10513. [In Persian]

Shaw, M., & Davidson, M. (2020). Using the Phono -Graphix Reading Programme as a literacy support intervention strategy. Oxford: Blackwell Publishing.

Stranger-Johannessen, E. (2019). Promoting a reading culture through a rural community library in Uganda International Federation of Library Associations and Institutions. 40(2), 46-67.

Tercanoglu, L. (2020). The nature of Turkish students’ motivation for reading and its relation to their reading frequency. Reading Matrix: An International Online Journal, 1(2). [Online] available at: www.readingmatrix.com/articles/tercanoglu/articles.pdf.

Tonnies Moore, Alan & Schwitzgebel, Eric (2018). the experience of reading, Consciousness and Cognition, 62(3), 57-68.

Wigfield- A, Guthrie, J. T, Tonks S, & Perencevich K, C. (2018). children’s motivation for reading: Domination specificity and instructional influences ,Journal of Research Educational. Domain: reading 97 (6), 299-309.

Yaghobirad, F, Kavosi, S & Rashidpour, A (2015). Factors Contributing to the Promotion of Reading Culture among High School Boys in Tehran, Family and research, 12 (1), 87-106 DOR: 20.1001.1.26766728.1394.12.1.5.2.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی