

ادعای پایگاهی و سبک زندگی فرهنگی و مادی

اعظم آزاده

دانشگاه الزهرا

(تاریخ دریافت 1388/7/20، تاریخ پذیرش 1389/1/21)

چکیده: در حوزه ادبیات نابرابری‌های اجتماعی، فرضیات زیادی به طرح مدعیات پایگاهی پرداخته‌اند. موانع ایجاد شده در کسب موقعیت اجتماعی در خور، از طرق مختلف به مدعیات پایگاهی دامن می‌زند.

این موضوع خصوصاً در مورد گروه‌های محروم اجتماعی مانند گروه‌های سنی، جنسی، مذهبی، اقلیت و چند گانه در پایگاه مصداق بیش‌تری پیدا می‌کند. ادعای پایگاهی با کنش‌هایی از جمله طرز بیان، رفتار و نمادهایی که به دیگران عضویت در گروهی خاص را گوشزد می‌کند، مشخص می‌گردد. این ادعا نه تنها شأن و منزلت، که سبک زندگی و فرصت‌هایی را برای فرد فراهم می‌آورد. احساس نیاز افراد به ادعای پایگاهی هنگامی که احترام و منزلت و موقعیت آن‌ها مورد تهدید قرار می‌گیرد، افزایش می‌یابد.

در این مقاله به بررسی رابطه بین موقعیت ساختاری و وضعیت چندگانه پایگاهی بر سبک زندگی با جهت‌گیری ارزشی مادی و یا فرهنگی به‌عنوان مصداقی از مدعیات پایگاهی پرداخته می‌شود تا مشخص شود که آیا تهدید و محرومیت پایگاهی به سبک زندگی با گرایش‌های ارزشی خاص می‌انجامد یا خیر؟ یافته‌ها نشان از تمایل زنان، مجردان، غیر شاغلان و پایگاه بالاتر اجتماعی به سبک زندگی با گرایش فرهنگی دارد و تمایل افراد تحصیل‌کرده و دوگانه پایگاهی، به سبک زندگی با گرایش مادی است. در این میان مهم‌ترین متغیرهای مبین در روابط چندگانه جنسیت، تحصیلات، پایگاه اجتماعی و دوگانگی پایگاهی بوده است.

واژگان کلیدی: ادعای پایگاهی، موقعیت اجتماعی، موقعیت ساختاری، سبک زندگی، جهت‌گیری ارزشی مادی و فرهنگی.

مقدمه و طرح مسأله

در این مقاله به موضوع سبک زندگی گروه‌هایی که تجربه تهدید موقعیت منزلتی را دارند، پرداخته می‌شود. گروه‌هایی اجتماعی که با وجود دستیابی به موقعیتی مشابه، آن‌گونه که باید و شاید در موقعیت‌های منزلتی مناسب قرار نگرفته‌اند. بنا بر مفروضات ادبیات قشربندی اجتماعی هنگامی که موقعیت پایگاهی افراد مورد تهدید قرار گیرد، تظاهرات پایگاهی برای اثبات موقعیت درخور و شایسته فزونی می‌گیرد. تظاهرات پایگاهی با بیان، رفتار و مالکیت نمادهایی که به دیگران عضویت پایگاهی خاص را گوشزد می‌کند، صورت می‌گیرد. افراد هنگامی که دیگران در جامعه تظاهرات پایگاهی آن‌ها را تصدیق کرده و مشروع بدانند و رفتار خود را در کنش متقابل براساس آن تنظیم نمایند، به اثبات موقعیت پایگاهی خود دست می‌یابند.

به دلیل عدم پذیرش و عضویت در گروه‌های خاص و فقدان دسترسی به نمادها و منابعی که عضویت پایگاهی را گوشزد می‌کند، افراد و گروه‌ها مجبور می‌شوند برای حفاظت و نگهداری و اثبات موقعیت خود، با تأکید بیش‌تر بر نمادها و منابع و با تمهیدات بیش‌تری به اثبات ادعای پایگاهی خود پردازند.

ادعای پایگاهی، یکی از نمودهای ابهام در ابعاد موقعیت اجتماعی است که با کنش و نمادهایی که به دیگران عضویت در گروه پایگاهی خاص را گوشزد می‌کند، شکل می‌گیرد. تعلق به پایگاهی خاص و کسب هویت از آن، احترام و آبروی پایگاهی را برای مدعی به همراه دارد. این ادعا نه تنها شأن و منزلت که فرصت‌ها و سبک‌های خاص زندگی را ممکن می‌سازد.

احساس نیاز به ادعای پایگاهی خصوصاً هنگامی که احترام و منزلت پایگاهی خاص مورد تهدید قرار می‌گیرد، افزایش می‌یابد. این مسأله در مورد گروه‌های اجتماعی محروم مثل جوانان و زنان و گروه‌های اقلیت که عمدتاً از ورود به بعضی از موقعیت‌های اجتماعی منع می‌شوند، مصداق بیش‌تری پیدا می‌کند. فراقکنی ویژگی‌های خاص به این گروه‌ها هم چون خودپنداره ضعیف یا عدم توانایی فعالیت‌های اجتماعی به محروم نگاه داشتن این گروه‌ها در ورود به این موقعیت‌ها کمک می‌رساند. در عین حال منزلت و احترام پایگاهی افراد اگر به عنوان عضوی محترم به رسمیت شناخته نشود، سبک زندگی را دچار اختلالاتی می‌سازد.

فرصت‌های زندگی و سبک زندگی از مهم‌ترین پیامدهای ابهام و ناهماهنگی در منزلت افراد محسوب می‌شوند. فرصت‌هایی مثل کیفیت و کمیت سبک زندگی، از طریق پایگاه اجتماعی تعیین و رقم زده می‌شود. در دنیای مصرفی امروز، سبک زندگی خصوصاً از طریق مصارف فرهنگی و مادی مشخص می‌گردد.

این مقاله با استفاده از تئوری‌های دوگراف، وبلن، بوردیو دی ماجیو، لامانت و دیگران در این حوزه، درصدد پاسخگویی بدین سؤال است که چگونه موقعیت‌های پایگاهی مورد تهدید درصدد احیاء منزلت کسب نشده و یا ازدست رفته برمی‌آیند. براساس این نظریات انتخاب افراد از تمایزات و تشخیص مادی و فرهنگی، به موقعیت ساختاری، زمینه‌های فرهنگی و ترجیحات شخص بستگی دارد. بدین ترتیب افرادی که منزلت پایگاهی آن‌ها به گونه‌ای در جامعه مورد تهدید قرار می‌گیرد، بیش‌تر احتمال دارد که با توجه به ابهامات پایگاهی خود، اهمیت بیش‌تری برای سبک‌های زندگی فرهنگی و مادی قایل شوند. این اهمیت با توسل و استناد به سرمایه‌های مادی یا فرهنگی، سبب تقویت زمینه‌های گرایش به مصارف فرهنگی و مادی در بین خانواده‌ها و تداوم آن از طریق انتقال به فرزندان می‌شود و از این جهت دارای اهمیت ویژه می‌گردد.

مرور نظری

از تحلیل وبر در مورد ساختار نابرابری اجتماعی معمولاً به‌عنوان سرمنشأ مطالعات ابهام پایگاهی به‌شمار می‌آید. مدل تحلیلی وبر به خاطر مفروض دانستن ابعاد چندگانه نابرابری، زمینه مناسب را برای این‌گونه مطالعات فراهم می‌سازد. از آنجا که در صورت وجود منابع نابرابری متعدد و به‌ویژه در جوامع باز، در زمان واحد افراد ممکن است افراد رتبه‌های متفاوتی را در ابعاد نابرابری کسب نمایند، ناهماهنگی پایگاهی به‌عنوان مسأله‌ای با پیامدهای گوناگون مورد توجه قرار می‌گیرد. بدین ترتیب ناهماهنگی پایگاه یا عدم تعادل در ابعاد مختلف موقعیت کلی اجتماعی، اشغال رتبه‌های ناهمسان و گاه متضاد در شاخص‌های تشکیل دهنده موقعیت اجتماعی افراد را بازگو می‌کند. این وضعیت می‌تواند به انتظارات متضاد در مورد رفتار دیگران و یا عدم اطمینان در مورد رفتار خود منجر شود. بسیاری از محققان در این حوزه بر این باورند در صورت ایجاد ناهماهنگی پایگاهی، افراد معمولاً خود را با بعد و یا شاخصی که در آن فراتر از شاخص‌های دیگر قرار می‌گیرند،

ارزیابی نموده، براساس آن خود را تعریف می کنند و رفتار می نمایند (مدل به حداکثر رسانی). درحالی که سایرین آن‌ها را با بعد فروتر می بینند و بدین گونه موقعیت و منزلت پایگاهی آن‌ها را نازل تر برآورد می کنند (تامین، 1373، 76-75).

وبر پایگاه را با سبک زندگی خاص معرفی می نماید. سبک زندگی با رفتارهایی که به دیگران عضویت گروهی فرد را گوشزد می نماید، مطابقت دارد (گراب، 1373، 78).
وبلن در توضیح این ابعاد به بیان کشمکش دائمی به منظور کسب عزت نفس اشاره می کند. ادعای پایگاهی سبک زندگی خاصی را می طلبد که با کنشی متمایز - مصرف کالاهای مادی، اخلاقیات، استانداردها، سلاقی و خصوصیات رفتاری - مشخص می گردد. این سبک زندگی هم چنین با ادعای عضویت در گروه‌های خاص شکلی نمادین به خود می گیرد. در این منظر طبقه در وهله اول با نوع شغل و سبک زندگی با مالکیت کالاهای مادی و رفتارهای ارزشمند فرهنگی تعریف می شود (وبلن، 1383).

وبلن رقابت‌های پایگاهی را به حوزه مصرف می پیوندد. از نظر وبلن به دو روش، ثروت و دارایی به نمایش گذاشته و پایگاه کسب می شود. مصرف آشکار و تظاهری به مصرف کالاهای غیرضروری و فراغت تظاهری به گذران زمان در فعالیت‌های غیر تولیدی مثل تقدیر فرهنگ برتر، آموزش هنرهای روشنفکرانه، نواختن یک وسیله موسیقی و یا آموزش رموز پیچیده آداب اشاره دارد. گرچه وبلن در مورد طبقه بالا مطالعه می کند؛ ولی معتقد است که رقابت پایگاهی در همه گروه‌های اجتماعی به همین نحو عمل می کند. گروه‌های فراتر نمی توانند صاحب منزلت شوند مگر اینکه افراد جامعه با معانی و ارزش‌های نمایش تظاهری آن‌ها موافقت داشته باشند. هم چشمی در مال و منال، واژه کلیدی وبلن در نشان دادن کوشش اعضای گروه‌های فروتر در مصرف تظاهری لازم برای به دست آوردن پایگاه بالاتر است (وبلن، 1383). در نظر وبر نیز گرچه منزلت پایگاهی در مقابل تظاهر به مالکیت صرف قرار می گیرد ولی اغلب، این دو با یکدیگر تداخل پیدا می کنند (بوترو، 2005: 40). وبر گروه‌های منزلتی را به عنوان جمعی که اعضای خود را برای کشمکش رقابتی از همه نوع یعنی هم مادی و هم نمادین به تحریک وامی دارد، نشان می دهد. حصار اجتماعی مفهومی است که وبر برای نشان دادن کوشش افراد و گروه‌ها برای افزایش امتیازات خود از شرایط موجود و یا انحصاری کردن منابع با ارزش و محدودیت دسترسی برای افراد دیگر به کار می برد. حصار در هر سه بعد قشربندی ایجاد می شود و منابعی که

برای آن‌ها رقابت می‌شود، می‌تواند منابع فرهنگی، منزلتی، مقررات سبک زندگی، پذیرش در دایره‌های اجتماعی، حقوقی، قانونی، سیاسی و یا حتی شهروندی باشد (همان، 41-42). انحصاری کردن شکلی از تسلط است و هدف آن ایجاد محدودیت در دسترسی به فرصت‌های اجتماعی، اقتصادی برای افراد خارج از گروه می‌باشد. در این صورت حصار اجتماعی فرآیند انقیاد در درون سلسله مراتب اجتماعی است که در آن یک گروه فرصت‌ها را از دیگران با تعریف عدم لزوم و یا استحقاق برخوردار از آن‌ها دریغ می‌دارد. در مقابل، گروه‌ها و افراد طرد شده سعی می‌کنند که موانع دفاعی تمایز و تحرک گروهی را از جا برکنند. این عکس‌العمل انتخابی با عنوان غصب، معمولاً توسط تقلید از سبک زندگی گروه‌های مسلط انجام می‌شود. توصیف وبر از مفهوم حصار، آن را به مقوله‌ای رقابتی برای کسب منابع کمیاب از جمله منابع مادی و آرمانی و نمادی تبدیل می‌کند. حصار توسط طیفی از کنش‌های اجتماعی از جمله الگوهای مصرفی، فعالیت فرهنگی و فراغتی متمایز شکل می‌گیرد و فاصله و جدایی اجتماعی و به دنبال آن طرد و غصب گروهی را فراهم می‌نماید (پارکین، 1982، 176-183).

دی‌ماجیو بر همین اساس عقیده دارد که گروه‌های منزلتی با ایجاد محدودیت در امکان دسترسی دیگران به فرصت‌های مادی و فرهنگی توسط وضع قواعد خاص فرهنگی، فرصت‌های مطلوب برای مبادله را برای گروه خود محدود و انحصاری می‌سازند. فرهنگ پایگاهی، از انتظارات رفتاری مورد پذیرش گروه منزلتی، قابل تفکیک نیست، اما در جوامع متحول کنونی، گروه‌های منزلتی که تمایلی به بی‌شکلی و توسعه شبکه‌های اجتماعی، به جای گروه‌های کاملاً محصور دارند و به دنبال ایجاد فرصت بیشتر برای عضویت در طبقه متوسط هستند، شبکه‌های فردی و اجتماعی و به‌خصوص شبکه‌های ارتباطی طبقه متوسط را وسیع‌تر، متعددتر و پراکنده‌تر می‌سازند.

در چنین وضعیتی، به جای ادراک نقش‌های از پیش تعیین شده در اجتماعات کاملاً مرزبندی شده، شناخت، براساس انجام عمل رمز دادن به نقش‌های خاص و رمزگشایی از آن‌ها صورت می‌گیرد. بدین ترتیب پایگاه، دیگر قابل تحویل به عضویت گروهی نبوده، بیش‌تر تابع یک روند فرهنگی می‌شود. قابلیت مشارکت در فرهنگ پایگاهی خاص، خود منبع و مرجعی برای ایجاد شبکه‌های اجتماعی جدید می‌شود و از این طریق می‌تواند در کسب بعضی از امتیازات اجتماعی و منزلتی مفید واقع گردد. امکان مشارکت در یک

فرهنگ پایگاهی با منزلت بالا، افراد را به ارتباط با کسانی که تخصیص پاداش‌ها و امتیازات اجتماعی را کنترل می‌کنند، قادر ساخته، در نهایت امکان برخورداری از این گونه امتیازات را امکان‌پذیر می‌سازد (دی ماجیو، 1985، 35-1231).

به نظر لامانت (1992) در جامعه‌ای با درجات مختلف تناقض در موقعیت پایگاهی و ابهام در ابعاد موقعیت اجتماعی، تشخیص موقعیت اجتماعی مشکل می‌شود. در این حالت نمادهای پایگاهی ممکن است دچار سردرگمی شوند و نیاز به بازتعریف داشته باشند. احساس ناامنی در موقعیت اجتماعی، اطمینان پایگاهی را دچار مخاطره می‌سازد. در موقعیت پایگاهی تعریف شده و مطمئن، نمادهای پایگاهی برای همه افراد قابل فهم است و ادعای تشخیص آسان‌تر صورت می‌گیرد. هرچه موقعیت‌ها نامطمئن‌تر و متناقض‌تر شوند، نه تنها سرمایه فرهنگی به صورتی ناآگاهانه و به عنوان بخشی از عادت‌واره‌ها به کار گرفته می‌شوند؛ بلکه هم‌چنین از آن به گونه‌ای آگاهانه و برای ادعا و مطالبات تظاهری پایگاهی استفاده می‌شود. خصوصاً کسانی که تهدیدی را علیه پایگاه منزلتی خود احساس می‌کنند، تأکید بیش‌تری بر انواع اشکال سرمایه و مصرف تظاهری آن می‌نمایند. بدین ترتیب سرمایه مادی و یا نمادی، نه تنها امنیت و اطمینان پایگاهی را تضمین می‌کند؛ بلکه هم‌چنین در یک بافت اجتماعی متناقض، به ابزاری برای ادعای پایگاهی تبدیل می‌گردد (پلرین، 2001: 5-3).

بسیاری از محققان حوزه ابهام پایگاهی، به بررسی رابطه بین ابعاد نابرابری و سبک زندگی به عنوان یکی از شاخص‌های پیامدهای این ناهماهنگی پرداخته‌اند. این تحقیقات بیش‌تر در باره جوامع جهان سوم که تحت روند مدرنیزاسیون قرار داشته‌اند و دوگانگی سنت و مدرنیسم را تجربه می‌کنند و یا در مورد گروه‌های اقلیت در جوامع پیشرفته انجام شده است (درسلر، 1988: 80).

بسیاری از این گونه تحقیقات به بررسی مکانیزم‌های روانشناسی اجتماعی برای شرح چگونگی رابطه بین ابهام در پایگاه و پیامدهای رفتاری و نگرشی آن پرداخته‌اند. بعضی از این تحقیقات به بررسی ناهماهنگی و اغتشاش در انتظارات هنجاری، عدالت توزیعی و ناهماهنگی شناختی پرداخته و از تحصیلات، به عنوان یک نوع سرمایه‌گذاری و از منزلت شغلی، به عنوان پاداش اجتماعی و از درآمد، به عنوان پاداش مادی نام برده‌اند. به نظر این گروه از تحقیقات، درمورد رابطه مناسب بین این ابعاد، در جامعه باورهای هنجاری وجود دارد، بدین صورت که پاداش دریافت شده باید متناسب با سرمایه‌گذاری باشد (براون، 1988، 216).

مدل‌های تحلیلی گوناگونی برای توضیح ناهماهنگی پایگاهی و سبک‌های زندگی به کار گرفته می‌شود. در اولین مدل به پیروی از لنسکی (1954)، ناهماهنگی بین شغل و درآمد به عنوان معرف‌های موقعیت پایگاهی (درسلر، 1988، 81)، در دومین مدل، جدایی و فاصله بین انتظارات و اکتسابات و پیامدهای ناشی از آن بررسی می‌شود. در این مدل، از تحصیلات به عنوان سنجه انتظارات و از شغل به عنوان معرف اکتسابات استفاده می‌شود. بر اساس این مدل، در صورت پیشی گرفتن انتظارات از اکتسابات، می‌باید منتظر پیامدهایی بود.

در سومین مدل که به نام ناهماهنگی در سبک زندگی شناخته می‌شود، پایگاه، با مالکیت مقولات، با ارزش فرهنگی و مادی و مطابقت با رفتارهای مناسب با آن سنجیده می‌شود. مالکیت و یا نمایش این مقولات با ادعای پایگاه برتر همراه می‌شود. انتخاب سبک زندگی تا آنجا که با موقعیت در سلسله مراتب اجتماعی مطابقت داشته باشد، بدون ایجاد مسأله انجام می‌پذیرد. در صورتی که سبک زندگی از موقعیت سلسله مراتبی که با رتبه شغلی سنجیده می‌شود پیشی گیرد، در این صورت افراد با انتظارات و تعاملات اجتماعی متضاد روبه‌رو شده، برای کاهش این تناقض مجبور به پافشاری بیش‌تر بر ادعای پایگاهی خود می‌شوند.

این وضعیت برای گروه‌های محروم یا ناهماهنگ در مؤلفه‌های پایگاهی نیز متصور است. این گروه‌ها با سرمایه‌گذاری در بعضی از ابعاد پایگاه و عدم بازگشت امتیازات و انتظارات ناشی از آن ممکن است که با رفتارهایی متفاوت در سبک زندگی درصدد حل این تناقض برآیند.

منزلت پایگاهی و مصرف فرهنگی

در ادبیات جامعه‌شناسی، منزلت پایگاهی در رابطه با سبک و گرایش‌های فرهنگی و فرصت‌های زندگی قرار می‌گیرد (هاو، 1992، 6-5). پایگاه افراد، در صورت ادعای فرد و تصدیق دیگران ایجاد می‌گردد. مطالبه پایگاه خاص برای افراد خصوصاً در موقعیت‌های فروتر جامعه، مسأله‌ای چالش برانگیز قلمداد می‌شود.

برای پیوستن به پایگاه منزلتی مفروض، انتخاب سبک زندگی خاص چه در رفتار و چه در تملک مطلوبیت‌های مادی و کیفی، لازم به نظر می‌رسد. به رسمیت شناخته شدن

موقعیت اجتماعی، مستلزم رفتاری خاص از جمله اشتغال به فعالیت اجتماعی پر منزلت و دارا بودن حداقل امکانات تعریف شده می‌باشد (پلرین، 2001: 2-3).

هم‌چنین در جامعه امروز، منزلت پایگاهی با به کارگیری سرمایه فرهنگی و مادی ساخته می‌شود. سرمایه فرهنگی با کسب فرهنگ برتر و سرمایه مادی با دارایی‌های مادی، درآمد و نمادهای آن ایجاد می‌شود.

افراد جامعه در زمینه‌های اجتماعی مختلف با سرمایه‌های فرهنگی خود برای کسب منزلت پایگاهی به رقابت می‌پردازند (بورديو، 1984). گرچه استفاده نخبگان از سرمایه فرهنگی در ایجاد تشخص و تمایز، آگاهانه و استراتژیک نیست، اما تأثیر خود را برای تشخص منزلت نخبگان از منزلت‌های دیگر باقی می‌گذارد. پیامد این پدیده، انتظار نخبگان برای کسب موقعیت‌های شغلی برتر و پر درآمدتر می‌باشد که از این طریق سرمایه فرهنگی تبدیل به سرمایه مادی می‌شود.

بورديو منزلت پایگاهی را از طریق ذائقه و سلیقه مطالعه می‌کند. از نظر وی سرمایه فرهنگی تعیین کننده سطح پرستیژ و منزلت فرهنگی سطوح مختلف ساختار طبقاتی در جامعه است. وی با وبلن در اینکه سرمایه اقتصادی، از طریق منابع کمیاب مادی و سرمایه فرهنگی، از طریق منابع زیبایی شناختی کمیاب و سبک‌های زندگی ویژه نخبگان فرهنگی ایجاد می‌شود، موافقت دارد. اما به جای رقابت آگاهانه برای کسب موقعیت منزلتی، به توصیف استفاده ناخودآگاه از سرمایه فرهنگی تجسم یافته در عادت‌واره‌ها می‌پردازد. عادت‌واره‌ها در طبقات برتر با حساسیت‌ها، آداب، سلیق و شناخت خاص، سبب تشخص انحصاری آن‌ها از سایر گروه‌های اجتماعی می‌گردد. بدین ترتیب سرمایه فرهنگی به‌عنوان یک ویژگی هژمونیک طبقات برتر معرفی می‌شود که به دارندگان خود اطمینان و مشروعیت استفاده از آن را می‌بخشد (بورديو، 1984: 96-85).

به نظر بورديو سرمایه فرهنگی بخشی از ویژگی‌های فردی است که وظیفه خود را در بازتولید سلسله مراتب منزلتی، بدون توجه به استفاده آگاهانه از آن، انجام می‌دهد. در تعاملات اجتماعی، سرمایه فرهنگی به منظور بازتولید سلسله مراتب پایگاهی عمل و به ابقای تمایزات طبقاتی کمک می‌کند و همانند سرمایه مادی به فرصت‌های زندگی افراد شکل می‌بخشد. افراد در محیط‌ها و زمینه‌های مختلف اجتماعی با ترکیب سرمایه فرهنگی و مادی رتبه بندی می‌شوند. در درون هر محیط، رتبه بالاتر دارای سبک زندگی فرهنگی

بالتر است و باعث تسلط و مشروعیت صاحبان آن می شود (تالی، 1998: 370). در بعضی از جوامع و در مورد بعضی از افراد و گروه‌ها این مؤلفه‌ها در پیوند با یکدیگر قرار می‌گیرند؛ همان‌طور که بورديو اظهار می‌دارد افراد بامنزلت پایین کاملاً خارج از سیستم موقعیت و درک فرهنگ برتر و زیبایی شناختی قرار می‌گیرند (بورديو، 1994: 57). برای مقابله با این شرایط، افراد گروه‌های محروم، بیش‌تر احتمال دارد که به مدعیات پایگاهی بپردازند. مدعیات پایگاهی فرهنگی و مادی، به لحاظ تحلیلی می‌توانند از یکدیگر جدا باشند و افراد براساس زمینه و بافت فرهنگی، شرایط ساختاری، ترجیحات فردی و منابع، از میان آن‌ها دست به انتخاب زنند (لامانت، 1992، به نقل از پلرین، 2001: 45). در این میان زنان، جوانان، گروه‌های اقلیت دینی و قومی، پایگاه‌های فروتر اجتماعی، و افرادی با دوگانگی ساختاری و یا ناهماهنگی پایگاهی که در موقعیت فروتری قرار دارند، برای جبران این محرومیت و کاهش ناهماهنگی‌ها و عدم تعادل‌های موجود بین ابعاد پایگاهی، دارای مدعیات پایگاهی خواهند بود. این مدعیات که خود نتیجه ابهام و عدم پذیرش پایگاه از طرف خود و دیگران است، می‌تواند دارای صورتی مثبت یا منفی باشد.

افراد دارای موقعیت‌های ساختاری متفاوت، معمولاً خود را با پایگاه بالاتر و گروه‌های مرجع آن ارزیابی می‌نمایند. در حالی که افراد جامعه آن‌ها را با بعد پایین‌تر پایگاه می‌سنجند. این ابهام در ارزیابی خود و دیگران منجر به جهت‌گیری ارزشی و گرایش‌های روانی و اجتماعی از جمله تمایل به استفاده و تعریف خود از طریق جهت‌گیری‌های ارزشی در سبک‌های زندگی فرهنگی و یا مادی می‌شود (دوگراف، 1999: 268).

در این بررسی فرض می‌شود که سبک زندگی فرهنگی و مادی براساس شرایطی همچون موقعیت ساختاری، زمینه‌های فرهنگی، ویژگی‌های فردی و یا دوگانگی‌های ساختاری شکل گرفته و رشد می‌یابد. محرومیت فرهنگی و پیشداوری در مورد موقعیت اجتماعی فروتر و محرومیت مادی پایگاه اجتماعی، تظاهراتی مصرفی را به عنوان نمادی، به‌منظور تصاحب پایگاه سلب شده شکل می‌بخشد و جلب احترام اجتماعی ادعایی، از طریق به‌نمایش‌گذاردن و مهم‌جلوه دادن مقولات ارزشی مادی و فرهنگی امکان‌پذیر می‌شود. با تحقق این شرایط گزاره‌هایی به‌صورت فرضیات زیر قابل بررسی می‌شوند:

پایگاه اجتماعی افراد تعیین کننده سبک زندگی فرهنگی و یا مادی آنها می باشد. ناهماهنگی پایگاهی، سبک زندگی فرهنگی و یا مادی را تعیین می کند. ویژگی های انتسابی همچون جنس، سن، منشأ و قومیت در انتخاب سبک زندگی افراد نقش دارند. ویژگی های اکتسابی مانند تحصیلات، درآمد، هزینه های زندگی با انتخاب سبک زندگی رابطه دارند.

روش بررسی

روش غالب در تحقیق حاضر پیمایش و ابزار گردآوری داده، مصاحبه ساختارمند و دارای پرسشنامه بوده است. جمعیت آماری شامل تمامی افراد بزرگسال 60-25 ساله ای است که در خانواده های مناطق بیست و دوگانه تهران ساکن بوده اند. 25 سالگی در بسیاری از تقسیم بندی های سنی، آغاز استقلال اقتصادی و اجتماعی بزرگسالی محسوب شده است و 60 سالگی نیز پایان آن محسوب می شود.

حجم نمونه با در نظر گرفتن همگنی صفت مورد بررسی (جهت گیری در سبک زندگی) در بررسی مقدماتی 0/3 و خطای 4٪، 525 نفر در نظر گرفته شد. نمونه ها در هر منطقه به شیوه نمونه گیری چند مرحله ای و متناسب با حجم، در بلوک های انتخابی با مراجعه به درب منازل و مصاحبه با یک مرد یا زن در بازه سنی مورد نظر توزیع گردید.

روائی و پایایی

اعتبار پرسشنامه از نوع صوری می باشد. پایایی آن نیز از طریق محاسبه آلفای کرونباخ برای جهت گیری ارزشی سبک زندگی خاص (0/65) و آزمون مجدد پرسشنامه به فاصله زمانی سه ماه و با ضریب همبستگی 0/7 بوده است.

تعریف مفاهیم و شاخص سازی

متغیر وابسته در این تحقیق سبک زندگی مادی و یا فرهنگی است. سبک زندگی یکی از صورت های خرده فرهنگی است که با ارزش دادن و یا گرایش به مقولات فرهنگی و یا مادی قابل سنجش می شود.

سبک زندگی، نظامی از اعمال طبقه بندی شده و طبقه بندی کننده است که از طریق الگوهای خاصی از ویژگی‌ها و فعالیت‌های با ارزش و صحیح تعریف می‌شود. به عبارت روشن‌تر مجموعه‌ای از ترجیحات متمایز کننده که گرایش‌های مشابه را در هر یک از فضاها و نمادین عرصه زندگی به نمایش می‌گذارد (جارونن، 2007: 57).

سبک زندگی با نمایش سرمایه‌های فرهنگی و مادی شکل می‌گیرد. افراد مدعی پایگاهی خاص با نمایش این سرمایه‌ها تعلقات پایگاهی خود را به دیگران گوشزد می‌نمایند. همچنین افراد متعلق به یک پایگاه، هنگامی که سبک زندگی مادی و یا فرهنگی اهمیت می‌دهند که آن سبک در مجموعه ارزشی آن‌ها قابل تعریف و دارای معنای ویژه باشد (پلرین، 2001: 6).

بر اساس نظر لامانت افراد شیوه‌ای را برای زندگی انتخاب خواهند نمود که با موقعیت ساختاری، منابع، زمینه‌های فرهنگی و ترجیحات شخصی و پایگاهی آن‌ها مطابقت داشته باشد. (همان، 7). همچنین و موافق با ایده بوردیو (1984) به نظر می‌رسد که در میان افراد نخبه با تحصیلات بالاتر و درآمد کمتر به نسبت تحصیلات، ذائقه و سلیقه فرهنگی بیش‌تر مورد تأکید قرار می‌گیرد.

با الهام از پلرین (2001) به منظور سنجش سبک زندگی مادی و یا فرهنگی سیاه‌های از موضوعات مهم در زندگی مانند امنیت مالی، ثروت و قدرت، مالکیت اجناس لوکس و قیمتی، ایمان به خدا، تشکیل خانواده، منزلت شغل و تحصیلات بالا، آداب دانی و نزاکت و فرهیختگی (روشنفکری) از طریق یک طیف پنج قسمتی شامل گزینه‌های بسیار مهم تا بی‌اهمیت در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. برای هر گویه، گزینه‌های بسیار مهم و مهم، نشان‌دهنده، گرایش ارزشی و سبک زندگی موافق با آن بوده است.

با فرض اینکه ویژگی‌های انتسابی و اکتسابی افراد در تعیین ذائقه فرهنگی و سبک زندگی آن‌ها اثرگذار است، متغیرهای مستقل این تحقیق را متغیرهای ساختاری مانند پایگاه اجتماعی، دوگانگی پایگاهی، ویژگی‌های انتسابی و اکتسابی تشکیل می‌دهند.

پایگاه با احتساب نمره منزلت شغل به عنوان متعین رسوبی موقعیت اجتماعی در جامعه کنونی، دوگانگی ساختاری (ناهماهنگی پایگاهی)، با تبدیل تحصیلات و درآمد به متغیر استاندارد و اندازه‌گیری تفاوت این دو متغیر از یکدیگر، ویژگی‌های انتسابی، با پرسش از جنس، سن، قومیت، منشأ شهری و یا روستایی و بالاخره ویژگی‌های اکتسابی، با

تحصیلات، درآمد، هزینه‌های زندگی، وضعیت فعلی اشتغال و تجربه مواجهه با محیط‌های دیگر مثل زندگی در شهر بزرگ و مسافرت به کشورهای دیگر تعریف و سنجیده شده است.

یافته‌ها

تصویری از ویژگی‌های کلی پاسخگویان

بر اساس نتایج به دست آمده 58% از پاسخگویان زن و 42% مرد بوده‌اند. میانگین سن مردان 37/6 سال و میانگین سن زنان 37/2 سال می‌باشد. 24/7 درصد این افراد مجرد، 71 درصد متأهل و بقیه بیوه هستند. منشأ 81% پاسخگویان تهران، 17/3 درصد شهر بزرگ و 1/7 درصد روستا بوده است. تحصیلات پاسخگویان به ترتیب 1/9 درصد بی‌سواد، 23/35 درصد راهنمایی و دبیرستان، 47/1 درصد تا دیپلم، 25/2 درصد لیسانس و 3/4 درصد نیز بالاتر بوده است. میانگین درآمد 317 هزار تومان و مخارج 217 هزار تومان است و درآمد بین 9000 تا 5750000 تومان و مخارج بین 13000 تا 4600000 تومان نوسان دارد. 51/3 درصد نمونه دارای قومیت فارس، 30 درصد ترک و بقیه از سایر اقوام می‌باشند. پایگاه اجتماعی این گروه نیز با در نظر گرفتن منزلت شغل 37 درصد پایین، 48/2 درصد متوسط و 12 درصد بالا بوده است. دوگانگی ساختاری طیفی با حداقل 13/62 و حداکثر 2/71 را تشکیل می‌دهد. 39/6 درصد پاسخگویان دارای درآمد بیش از تحصیل و 60/4 درصد تحصیلات بیش از درآمد بوده‌اند. در ضمن حدود 62 درصد افراد نمونه در سبک زندگی دارای جهت‌گیری مادی و بقیه، گرایش‌های فرهنگی داشته‌اند.

رابطه متغیرهای مستقل و سبک زندگی فرهنگی و مادی

بررسی رابطه دو متغیره

متغیر وابسته در این تحقیق، سبک زندگی با جهت‌گیری مادی و یا فرهنگی و متغیرهای مستقل، شماری از متغیرها با سطح سنجش اسمی و فاصله‌ای است که برای بررسی رابطه موجود بین آن‌ها و متغیر وابسته از آزمون‌های آماری F پیرسون و مقایسه میانگین‌ها استفاده شده است. نتایج به دست آمده در جدول زیر گزارش شده است.

جدول 1: نتایج روابط همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر وابسته	سن	پایگاه اجتماعی	دوگانگی ساختاری	تحصیلات	درآمد	هزینه
سبک زندگی	0/038	0/098	-0/129	-0/152	0/012	0/055
	0/395	0/030	0/007	0/001	0/799	0/239
	0/503	0/491	0/428	0/505	0/504	0/459

روابط مشاهده شده، گویای ارتباط بین تحصیلات، دوگانگی ساختاری و پایگاه اجتماعی با سبک زندگی مادی یا فرهنگی می‌باشد. از آنجا که سبک زندگی، شاخصی است که دارای دو مقدار حد نهایی سبک زندگی با جهت گیری مادی و فرهنگی است، رابطه منفی آن با تحصیلات و دوگانگی ساختاری نشان دهنده سبک زندگی مادی در تحصیلات و دوگانگی ساختاری بیشتر است. با توجه به شاخص دوگانگی ساختاری که میزان آن نشان دهنده تفاوت تحصیلات و درآمد است، می‌توان این گونه نتیجه گیری کرد که پاسخگویانی که تحصیلات آن‌ها بیش تر از درآمد است (دوگانگی مثبت) به سبک مادی و در مقابل کسانی که دارای درآمد بیش از تحصیلات هستند به سبک فرهنگی گرایش دارند. این نتیجه، تمایل تحصیلکردگان به سبک مادی را نیز قابل توجیه می‌سازد. به عبارت دیگر، وجود وضعیت و شرایط فرهنگی که با تحصیلات بالاتر مشخص می‌شود، گرایش مادی متناسب با آن را طلب می‌کند. رابطه پایگاه با سبک زندگی نیز توجیهی دیگر برای این قضیه است. پایگاه بالاتر، افراد را متمایل به سبک زندگی فرهنگی می‌سازد، گرچه اندازه این رابطه ضعیف است؛ اما رابطه‌ای معنادار می‌باشد. این نتایج ایده بوردیو را در مورد همراهی و تعامل بین سرمایه اقتصادی و فرهنگی بازگو می‌کند. افراد با سرمایه فرهنگی بالاتر، مدعی و متمایل به کسب سرمایه اقتصادی متناسب با سرمایه فرهنگی خود می‌باشند.

به منظور شناخت بهتر نقش دوگانگی ساختاری، به تفکیک افراد با تحصیلات بیش از درآمد و افراد با تحصیلات بیش از درآمد پرداخته شد و سپس تفاوت میانگین سبک زندگی در این دو گروه مورد بررسی قرار گرفت. نتیجه آزمون مقایسه میانگین با دو نمونه مستقل، نتایج قبلی را در سطح معناداری 0/03 تأیید نمود.

جدول 2: نتایج آزمون مقایسه میانگین متغیر وابسته در طبقات متغیر مستقل

متغیرهای مستقل	طبقات متغیرهای مستقل	میانگین متغیر وابسته	مقدار T	سطح معناداری
جنسیت	زن مرد	9/32 8/67	-2/44	0/015
وضعیت تاهل	مجرد متاهل	9/19 8/60	-2/010	0/045
وضعیت شغل	شاغل بیکار	9/11 7/89	-2/29	0/022

بر اساس نتایج به دست آمده در بین متغیرهای مستقل طبقه‌بندی شده، تنها جنسیت، وضعیت تاهل و شغل با سبک زندگی رابطه دارند. زنان، شاغلان و مجردان بیش تر گرایش به سبک زندگی فرهنگی دارند. بدین ترتیب به نظر می‌رسد که ادعای پایگاهی این گروه از افراد بیش تر از طریق گرایش به سبک زندگی فرهنگی شکل می‌گیرد.

بررسی روابط چند متغیره

الف = تابع تشخیص

به منظور بررسی رابطه همزمان متغیرهای مستقل با سبک زندگی فرهنگی یا غیر فرهنگی (مادی) از آزمون تحلیل تشخیصی به منظور شناسایی متغیرهای اثرگذار بر دو نوع سبک زندگی بهره گرفته شد. متغیرهای وارد شده در تابع، پایگاه اجتماعی، دوگانگی ساختاری، سن، جنس، قومیت، منشأ (تهران، شهر بزرگ، روستا)، وضعیت تاهل، شغل، تحصیلات، درآمد و هزینه خانواده می‌باشد.

وزن ضرایب تشخیصی متغیرهای استاندارد شده نشان می‌دهد که متغیرهای جنسیت با مقدار 0/483، تحصیلات با ضریب 0/578- و دوگانگی ساختاری 0/589- سهم بیش تری در تعیین توان تابع تشخیص دارند

$$Y = 0/483(\text{جنسیت}) + 0/566(\text{پایگاه}) - 0/578(\text{تحصیلات}) - 0/589(\text{دوگانگی ساختاری})$$

مقدار لاندای ویلکس 0/958، کای اسکویر 7/716 با سطح معناداری 0/001، همبستگی کانونی معادل 0/451 و واریانس تبیین شده 0/194 می‌باشد که نشان می‌دهد حدود 20 درصد از واریانس متغیر وابسته توسط این متغیرهای مستقل توضیح داده می‌شوند.

ب = رگرسیون لجستیک

پس از تشخیص مؤثرترین متغیرها در تعیین سبک زندگی فرهنگی و یا غیر آن، می‌توان از رگرسیون لجستیک به منظور آگاهی از تأثیر همزمان متغیرهای مستقل بر سبک زندگی فرهنگی یا غیر آن بهره برد. در رگرسیون لجستیک از آماره‌های دارای توزیع کای اسکویر برای ارتباط معنادار متغیرها استفاده می‌شود.

متغیرهایی که با روش گام به گام وارد معادله می‌شوند، به ترتیب متغیر جنسیت، پایگاه اجتماعی و دوگانگی ساختاری می‌باشند. متغیرهای مستقل در سطح 0/03 و با مقدار کای اسکوئر 22/733 با سبک زندگی فرهنگی دارای رابطه هستند. صحت طبقه‌بندی، مدل به میزان 86/7 است که نشان‌دهنده درصد بالای درستی تفکیک پاسخگویان در دو گروه با سبک زندگی فرهنگی و غیر آن می‌باشد.

جدول 3: نتایج آزمون رگرسیون لجستیک

متغیرهای مستقل	مقدار b	خطای معیار	آماره والد	درصد آزادی	سطح معناداری	نسبت برتری
جنسیت	0/584	0/305	3/668	1	0/05	1/793
پایگاه	0/64	0/031	4/169	1	0/04	1/066
دوگانگی ساختاری	-0/172	0/076	5/164	1	0/023	0/842
مقدار ثابت	1/924	0/584	10/843	1	0/001	6/851

بر مبنای مقدار ثابت و ضریب b معادله رگرسیون لجستیک به صورت زیر نوشته می‌شود:

(دوگانگی ساختاری) $-0/172$ (پایگاه) $+0/64$ (جنسیت) $+0/584$ $+1/924$ = سبک زندگی

نتایج نشان می‌دهد که زن بودن و پایگاه اجتماعی بالاتر، احتمال سبک زندگی با جهت گیری فرهنگی را افزایش داده و در مقابل، دوگانگی ساختاری آن را کاهش می‌دهد. نسبت برتری $EXP(B)$ بیانگر نسبت فراوانی تعلق به یک طبقه در مقابل فراوانی عدم تعلق به آن می‌باشد. در این صورت، جنسیت زن با احتمالاً $1/8$ برابر، پایگاه اجتماعی افراد با احتمال $1/06$ برابر و دوگانگی ساختاری به میزان احتمال $0/8$ تمایل به سبک زندگی فرهنگی را در مقابل سبک مادی آن افزایش می‌دهد.

نتیجه گیری

تعاملات اجتماعی تنها با شناخت وضعیت پایگاهی طرف‌های درگیر امکان‌پذیر می‌باشد. تظاهرات پایگاهی پذیرفته شده توسط دیگران، تأیید پایگاهی را به دنبال داشته و نه تنها باعث ارضای عزت نفس شده است، بلکه در ایجاد و فراهم نمودن فرصت و سبک‌های زندگی اهمیت دارد.

از طرف دیگر، در جوامعی با درجات مختلف تناقض، چندگانگی و ابهام در ابعاد موقعیت اجتماعی، تشخیص موقعیت اجتماعی مشکل می‌شود. در این حالت نمادهای پایگاهی ممکن است دچار سردرگمی شوند و نیاز به باز تعریف داشته باشند. احساس ناامنی در موقعیت اجتماعی، اطمینان پایگاهی را دچار مخاطره می‌سازد. هنگامی که موقعیت پایگاهی دارای تعریف دقیق اجتماعی باشد، نمادهای پایگاهی برای همه افراد قابل فهم است و ادعای تشخص آسان‌تر صورت می‌گیرد. هرچه موقعیت‌ها نامطمئن‌تر و متناقض‌تر شوند، نه تنها سرمایه فرهنگی به صورتی ناآگاهانه و به عنوان بخشی از عادت‌واره‌ها به کار گرفته می‌شوند؛ بلکه هم‌چنین از آن به گونه‌ای آگاهانه و برای ادعا و مطالبات تظاهری پایگاهی استفاده می‌شود. خصوصاً کسانی که تهدید و یا عدم پذیرشی را علیه پایگاه منزلتی خود احساس می‌کنند، گرایش بیش‌تری به انواع اشکال سرمایه و مصرف تظاهری آن از خود بروز می‌دهند. با فرض چنین شرایطی، سرمایه مادی و یا نمادی، نه تنها امنیت و اطمینان پایگاهی را تضمین می‌کند؛ بلکه هم‌چنین در یک بافت اجتماعی متناقض به ابزاری برای ادعای پایگاهی تبدیل می‌گردد (پلرین، 2001: 5-3).

بدین ترتیب به نظر می‌رسد که تظاهرات پایگاهی با افزایش عدم پذیرش و تهدید موقعیت اجتماعی شدت می‌گیرد. این پیش فرض مدعی است که گروه‌های فروتر اجتماعی برای اثبات و پذیرش موقعیت اجتماعی خود، نیازمند پافشاری بیش‌تر بر سبک‌های زندگی فرهنگی و یا مادی می‌باشند. این پافشاری به صورت تظاهرات بیانی، رفتاری و یا به کارگیری نمادهایی جلوه‌گر خواهد شد که به دیگران عضویت پایگاهی مورد قبول را خاطر نشان سازد. معمولاً در شرایط محدودیت دسترسی به شاخص‌های لازم برای کسب موقعیت پایگاهی برتر، تأکید بیش‌تری بر ادعای عضویت پایگاهی شده و گرایش به سبک‌هایی از زندگی شدت می‌گیرد که با جهت‌گیری ارزشی خاصی در ارتباط می‌باشد. تئوری‌های پایگاه اجتماعی و مصرف تظاهری ویلن، وبر، بورديو و دیگران به بیان

تشخص پایگاهی از طریق شکل‌گیری سرمایه‌های فرهنگی و یا مادی می‌پردازند. دوگراف با استفاده از فرضیه‌ی به حداکثر رسانی پایگاه، به بررسی چندگانگی پایگاهی و سبک زندگی می‌پردازد. از این منظر در تعاملات اجتماعی، افراد بیش‌تر خود را با تظاهر به سبکی ظاهر می‌سازند که با معیارهای پایگاه برتر مطابقت داشته و به افزایش پایگاه بینجامد.

گرایش به سبک زندگی فرهنگی و یا مادی بیانگر نوعی آمادگی برای رفتار براساس همان سبک می‌باشد. در این صورت گروه‌های مختلف اجتماعی، خصوصاً گروه‌های محروم شده جنسیتی، سنی، قومیتی، تحصیلی، شغلی و پایگاهی که هر کدام به‌نوعی در صدد به حداکثر رسانی موقعیت اجتماعی خود می‌باشند، گرایش به سبکی خواهند داشت که در نظرشان موقعیت اجتماعی آن‌ها را افزایش خواهد داد.

نتایج حاصل از بررسی تجربی این فرض، حاکی از گرایش بیش‌تر افراد تحصیل کرده و دو گانه پایگاهی، به سبک زندگی مادی و گروه‌های با پایگاه اجتماعی بالاتر، به سبک زندگی فرهنگی است. چنین به نظر می‌رسد که گروه‌های تحصیلی و دو گانه پایگاهی، افزایش موقعیت اجتماعی خود را در گرو سبک زندگی مادی شایسته و گروه‌های پایگاهی (منزلت شغلی برتر)، در سبک فرهنگی می‌دانند.

در تحلیل تشخیصی، جنسیت (زن) و گروه‌هایی با پایگاه بالاتر، به سبک فرهنگی و گروه‌های تحصیلی، به سبک مادی تمایل نشان داده‌اند. در رگرسیون لاجستیک نیز تنها پایگاه (با احتمال و نسبت برتری سبک فرهنگی به مادی $1/1$) و دو گانه پایگاهی (با نسبت برتری سبک فرهنگی به مادی $0/83$) دارای رابطه‌ی معنادار با سبک زندگی بوده‌اند.

بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که در جمعیت مورد تحقیق متغیرهای تحصیل، جنسیت، پایگاه اجتماعی و دوگانگی ساختاری هر کدام به نسبت و در شرایطی از مهم‌ترین مولفه‌ها در تعیین ادعای پایگاهی نهفته در سبک زندگی با گرایش‌های ارزشی فرهنگی و یا مادی می‌باشند.

منابع

تامین، ملوین. 1373. جامعه‌شناسی قشر بندی و نابرابریهای اجتماعی. ترجمه عبدالحسین نیک گهر. تهران: نشر توتیا.

اباذری یوسف و چاوشیان حسن 1381، "از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی / رویکردهای نوین در تحلیل

- جامعه شناختی هویت اجتماعی"، مجله نامه علوم اجتماعی، شماره 20، پائیز و زمستان صص 3-28.
رحمت آبادی الهام و آقابخشی حبیب 1385، "سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان"، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره 20، بهار، صص 123-253.
گراب، ادوارد جی. 1373. نابرابریهای اجتماعی. ترجمه محمد سیاهپوش و دیگران. تهران: نشر معاصر.
وبر، ماکس. 1374. اقتصاد و جامعه. ترجمه عباس منوچهری و دیگران. تهران: انتشارات مولی.
وبلن، تورستن. 1383. نظریه طبقه مرفه. ترجمه فرهنگ ارشاد. تهران: نشر نی.
- Aschaffenburg, Koran, Maas, Ineke, 1997, "Cultural and educational careers: The dynamics of social reproduction", *American sociological review*, Vol.62, Aug, 573-587.
- Bottero, Wendy, 2005, *Stratification, Social division and inequality*, London and New York, Routledge.
- Bourdieu, Pierre, 1984, **Distinction: a social critique of the judgment of taste**, London, Routledge.
- Brown, Wayne c, Crates, Gary A, Lass well, Tomas E, 1988, "Measuring status inconsistency ,More trouble than it's worth?", *Sociological perspectives*, Vol.31, No 2, Apr:213-237.
- De Graf, Nan dirk, 1991, "Distinction by consumption in Czechoslovakia, Hungary and Netherlands" *European sociological review*, Vol.7, No 3, Dec, 267-290.
- DiMaggio, Paul, Mohr, John, 1985, "Cultural capital, Educational attainment and Marital selection" *American journal of sociology*, Vol.90, No 6, 1231-1261.
- Dressler, W, W, 1988, "Social consistency and psychological distress", *Journal of health and social behavior*, Vol.24, No 1, Mar, 69-91.
- Howe, Carolyn, 1992, **Political Ideology and class formation: A study of the middle class**, Westport, Connecticut, London Praeger.
- Jarvinen, Margaretha, Gundelach, Peter, 2007, "Teenage Drinking, Symbolic Capital and Distinction" *Journal of Youth Studies*, vol. 10, No 1, fib, 55-71.
- Parkin, Frank, 1982, **social closure and class formation in classes, power and conflict: classical and contemporary debates**, Ed Giddiness and Hell, London, McMillan 175-185.
- Pellerine, Lisa A, Stearns, Elizabeth, 2001, "Status honor and the valuing of cultural and material capital", *Elsevier, poetics*, No 29, 1-24.
- Slomczynski, Kazimir, 1989, **Effects of status inconsistency in the intellectual process: The United States, Japan and Poland** in cross national Research in sociology, Ed Kohn .M, London, sage 148-166.
- Tally, Katz G, Shavit, Yossi, 1998, "The Stratification of Leisure and Taste: Classes and Lifestyles in Israel" *European Sociological Review*, vol.14 No 4, 369-386.