

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

گزارش مدیریتی

بررسی رابطه سبک زندگی با
سبک مصرفی کتاب در بین شهروندان
دکتر احمد غیاثوند

- Bourdieu, Pierre (۱۹۸۴) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Translated by Richard Nice, Routledge & Keagan Paul.
- Chaney, David (۱۹۹۶) *Lifestyles*, Routledge.
- Kivisto, Peter. (۱۹۸۰): *Tourain's post- Industrial Society: Humoldt Journal of Social, Religion*
- Lopez, J. (۲۰۰۴). *Omnivores show up Again The Segmentation of Cultural Consumers in Spanish Social Space. European Sociological Review, Vol. ۱۸ No. ۳, ۳۵۳-۳۶۸.*
- Rihher, R. (۲۰۰۲). *Life Style and Social Structure Processes of Individualization in European Countries. E and FN Spon.*
- Veblen, T. (۱۹۵۳). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. Rev. ed. New York: New American Library.*
- Reimer, Bo (۱۹۹۵) *Youth and Modern Lifestyles*, in J. Fornas and G. Bolin (ed) *Youth Culture in Late Modernity. London: Sage. Chicago Press.*
- Martin, John Levi (۲۰۰۳) *What Is Field Theory? The Methodology of Pierre Bourdieu*, in: *Critical Sociology*, Vol ۲۲, no ۱.
- Soble, Michael (۱۹۸۱) *Lifestyle and Social Structure: Concept, Definitions and Analyses. Academic Press.*
- Weber, M. (۱۹۶۴). *The theory of social and economic organization. N.Y.*



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

بررسی رابطه سبک زندگی با سبک مصرفی کتاب در بین شهروندان

دکتر احمد غیاثوند

گزارش مدیریتی پژوهش‌های اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

- واکوانت، لوئیک در راب استونز (۱۳۷۸) متفکران بزرگ جامعه شناسی، ترجمه: مهرداد میردامادی، نشر مرکز.
- مهدی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷) مفهوم سبک زندگی، فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات فرهنگی ایران، سال اول، شماره ۱.
- واکوانت، لوئیک (۱۳۷۹) پی یر بوردیو، ترجمه: مهرداد میردامادی در استونز، راب، متفکران بزرگ جامعه شناسی، تهران، نشر آگه.
- وبلن، تورستین (۱۳۸۳) نظریه طبقه مرفه، ترجمه: فرهنگ ارشاد، تهران نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳) تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه: ناصر موفقیان، نشر نی.
- چاووشیان، حسن (۱۳۸۱). سبک زندگی و هویت اجتماعی: مصرف و انتخاب کالاهای ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره اخیر مدرنیته، رساله دکتری جامعه شناسی. دانشگاه تهران.
- غیاثوند، احمد (۱۳۸۶) هویت‌های مصرف در جامعه مدرن، مجله فرهنگ و اندیشه، در دست چاپ.
- جنکینز، ر، (۱۳۸۵) پی یر بوردیو، ترجمه: لیلا جوافشانی و حسن چاووشیان، تهران، نشر نی.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲) مصرف و سبک زندگی، تهران: نشر صبح صادق، چاپ اول.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲) تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر مدرنیته، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- Bocoock, Robert (۱۹۹۳) Consumption, Londen, Routledge.
- Bourdieu, Pierre. (۱۹۸۴). Distinction: A Social Critique if the Judgement of Taste. Routledje.

منابع و مأخذ

- اباذری، یوسف و عباس کاظمی (۱۳۸۴) رویکردهای نظری خرید: از جامعه‌شناسی تا مطالعات فرهنگی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۵، صص ۱۹۵-۱۶۷.
- استوری، جان (۱۳۸۵) مطالعات فرهنگی در باره فرهنگ عامه، ترجمه: حسین پاینده، تهران، نشر آگه.
- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱) از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی (رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی)، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، پاییز و زمستان، صص ۲۷-۳.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۱). نظریه کنش. ترجمه مرتضی مردیها. تهران: نشر نقش و نگار.
- بودون، ریمون، فرانسوا بریکو (۱۳۸۵). فرهنگ انتقادی جامعه‌شناسی، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نشر فرهنگ معاصر
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۰) نظریه کنش؛ دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- بنت، اندی (۱۳۸۶) فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه: لیلاجوافشانی و حسن چاوشیان، تهران، نشر اختران.
- باکاک، روبرت. مصرف (۱۳۸۱). ترجمه خسرو صبری. تهران: نشر شیرازه، چاپ اول.
- پولادی، کمال (۱۳۸۷) رویکردها و شیوه‌های ترویج خواندن، تهران، مؤسسه فرهنگی هنری پژوهشی تاریخ ادبیات کودکان.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳) تحلیلی از اندیشه پییر بوردیو درباره فضای منازعه آمیز و نقش جامعه‌شناسی نامه علوم اجتماعی، شماره پیاپی ۲۳، جلد ۱۱، شماره ۳، شهریور.



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

گزارش مدیریتی پژوهش

موضوع: بررسی رابطه سبک زندگی با سبک مصرفی کتاب در بین شهروندان

معاون امور اجتماعی و فرهنگی: دکتر سید هادی ایزی

مدیر کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهر تهران: سیدرضا مصطفوی

پژوهشگر: دکتر احمد غیاثوند

ناظر: دکتر محمد رضایی

سال انتشار: ۱۳۸۸

ناشر: اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

/ کلیه حقوق این اثر متعلق به اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران می‌باشد /

/ استفاده از مطالب آن با ذکر مأخذ بلامانع است /

/ نشانی: تهران، تقاطع خیابان شهید گمنام و بزرگراه کردستان /

/ معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، طبقه دوم، اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

دورنگار: ۸۲۱۰۶۲۰۹

تلفن: ۸۲۱۰۶۰۰۰

در بین آن‌ها فراغت محور و در مقابل دارندگان سبک زندگی مدرن و دانش محور، عمدتاً سبک مصرفی کتابشان دانش محور است.

بررسی دقیق‌تر این موضوع نشان می‌دهد که پاسخگویانی که مطالعه کتب و قرآن بیشتری دارند، عمدتاً دارای سبک زندگی سنتی هستند. همچنین کسانی که مجلات، مطالعات اینترنتی و کتب درسی و غیردرسی بیشتری مطالعه می‌کنند، عمدتاً سبک زندگی شان مدرن و دانش محور است. البته مطالعه روزنامه بر حسب مدرن یا سنتی بودن سبک زندگی معنادار نگردیده است. بنابراین ملاحظه می‌گردد مطالعه بویژه مطالعه کتب غیردرسی در سبک زندگی مدرن و دانش محور معنا می‌یابد. این امر بیشتر به ماهیت جامعه مدرن بر می‌گردد؛ چرا که می‌توان گفت زندگی در جامعه مدرن تحت تأثیر سه متن و زمینه است؛ اول، رابطه کار و فراغت، دوم پیدایش طبقات متوسط، و سوم رشد و گسترش فرهنگ مصرف و مصرف‌گرایی. پس فعالیت‌های مصرفی موجب ایجاد تمایز و تشخیص در قالب سبک زندگی‌های گوناگون می‌گردد، به نحوی که امروزه رفتارهای مصرفی فرد مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی او محسوب می‌شوند. بنابراین می‌توان بیان داشت که سبک زندگی، شکل اجتماعی نوینی تلقی می‌شود که فقط در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد، و نیز تمایز مرتبط است.

(۱) بیان موضوع

امروزه چرخش زاویه تحلیل‌های اجتماعی از فعالیت‌های تولید به فعالیت‌های مصرفی، به معنی تعویض فرض بنیادی مربوط به شالوده تفاوت‌های اجتماعی و هویت اجتماعی است. این تغییر رویکرد را می‌توان از سه جهت یا در سه متن و زمینه، مورد بحث قرار داد؛ اول، رابطه کار و فراغت، دوم پیدایش طبقات متوسط، و سوم رشد و گسترش فرهنگ مصرف و مصرف‌گرایی (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۱۱). از سویی هویت‌های جدید در جوامع مدرن مبتنی بر دو رویکرد می‌باشند: در رویکرد اول و قدیمی تر، فعالیت مولد و جایگاه فرد در نظام تولید، شالوده هویت اجتماعی اوست، و در رویکرد دوم و جدیدتر، رفتارهای مصرفی فرد مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی او محسوب می‌شوند. رویکرد اول در مفهوم «طبقه اجتماعی» و رویکرد دوم در مفهوم «سبک زندگی» فرمول بندی می‌شود (همان: ۵). بنابراین تغییر و تحولات اساسی صورت گرفته در عرصه زندگی انسان‌ها بیانگر آن است که سبک زندگی و نحوه گذران اوقات فراغت مردم تغییر یافته است و به دنبال آن مصرف کالاهای فرهنگی رشد و گسترش بسیاری در زندگی روزمره مردم پیدا کرده است (غیاثوند، ۱۳۸۷).

در این میان کتاب به عنوان یک کالای فرهنگی و کتاب خوانی به عنوان یک فعالیت فرهنگی، از شاخص‌های مهم میزان مصرف فرهنگی هر جامعه به حساب می‌آید؛ چرا که افراد جامعه بخشی از اوقات فراغت خود را بدین شیوه می‌گذرانند. به تعبیر «پیر بوردیو»، مصرف کالاهای فرهنگی یکی از گویاترین شاخص‌ها برای بررسی موقعیت‌ها و شیوه‌های زندگی در میان گروه‌های اجتماعی است. گروه‌های اجتماعی تلاش می‌کنند که با برگزیدن و بروز رفتارهای خاص که بر سلیقه‌های فرهنگی و هنری خاصی نیز متکی هستند، خود را از دیگران متمایز کرده و بازتولید اجتماعی خویش را ممکن سازند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۷۹).

از این رو، امروزه کتاب به عنوان یک کالای فرهنگی مورد نظر است که همانند هر کالای دیگری مورد مصرف قرار می‌گیرد و به دنبالش منجر به نوعی سبک مصرفی می‌گردد که در سطوحی بالاتر با سبک زندگی افراد پیوند پیدا می‌کند. به عبارتی سبک مصرفی کتاب بخشی از رفتارها، فعالیت‌ها و ترجیحات روزمره زندگی در زمینه مطالعه و خوانش کتاب می‌باشد که در یک چهارچوب عام‌تری از سبک‌های زندگی گوناگون قابل فهم و شناخت می‌باشد، به نحوی که پیدا کردن ارتباط بین این دو، به‌ویژه دستیابی به نقش و جایگاه کتاب در سبک‌های زندگی متفاوت، تبیین‌گر فرهنگ کتاب‌خوانی در بین شهروندان می‌باشد. بنابراین مقاله حاضر به بررسی رابطه سبک زندگی افراد با سبک مصرفی کتاب آن‌ها می‌پردازد.

در واقع در این مطالعه، آنچه علاوه بر سنجش میزان مصرف کتاب بیش از همه مد نظر است، «سبک زندگی» افراد است؛ بدین معنی که امروزه با شکل‌گیری انواع سبک‌های زندگی تحت تأثیر مصارف رسانه‌ای، فعالیت‌های فراغتی، سلائق و گرایش‌های فردی؛ وضعیت مصرف کتاب چه شکلی به خود گرفته است؟ به عبارت دیگر، در جامعه ما کتاب به عنوان یک کالای فرهنگی چگونه مصرف می‌شود؟ و در چه نوع سبک‌های زندگی معنا و جایگاه خود را پیدا نموده است و به تعبیر بوردیویی این فعالیت فرهنگی چگونه مبنای «تشخص» افراد قرار می‌گیرد؟

۲) ادبیات نظری موضوع

مفهوم سبک زندگی پس از آن‌که ابتدا به ترتیب در آثار وبر، و بلن به کار رفت، از رونق افتاد و سال‌ها در جامعه‌شناسی مسکوت باقی ماند و در این سال‌ها بیشتر در پژوهش‌های بازار مورد استفاده قرار می‌گرفت (Reimer, 1995)، به

بررسی‌های حاصل نشان داد که ۳۴ درصد شهروندان در طول روز یا هفته اصلاً به مطالعه کتب قرآن و دعا نمی‌پردازند. همچنین حدود یک سوم ۳۰ تا ۴۵ دقیقه و ۱۹/۷ درصد ۱ ساعت و بیشتر بدین مطالعه می‌پردازند. در زمینه میزان مطالعه مجلات، حدود ۵۶/۷ درصد اصلاً چنین مطالعه ندارند. همچنین حدود یک‌پنجم بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه، ۱۴ درصد تا ۱۵ دقیقه و ۹/۷ درصد ۱ ساعت و بیشتر در طول روز مطالعه می‌کنند.

در خصوص میزان مطالعه روزنامه ۳۷/۵ درصد شهروندان اصلاً روزنامه نمی‌خوانند. همچنین ۳۰/۳ درصد شهروندان بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه، ۱۶/۷ درصد تا ۱۵ دقیقه و ۱۵/۴ درصد ۱ ساعت و بیشتر چنین مطالعه ای دارند. در زمینه میزان مطالعه اینترنتی ۷۴/۸ درصد چنین مطالعه‌ای ندارند.

درباره مطالعه درسی و کمک درسی بررسی‌ها حاکی از آن است که ۷۷/۹ درصد اصلاً مطالعه‌شان درسی نیست. یافته به دست آمده در زمینه میزان مطالعه کتب غیردرسی بیانگر آن است که ۴۲/۶ درصد شهروندان اصلاً به مطالعه غیردرسی در طول روز یا هفته نمی‌پردازند. همچنین ۱۴/۲ درصد از شهروندان بیش از یک ساعت چنین مطالعه‌ای دارند.

در مجموع بررسی‌های حاصل پیرامون نوع مصرف کتاب در بین پاسخگویان حاکی از آن است که ۵۹/۵ درصد شهروندان نوع سبک مصرف‌شان فراغت محور، ۱۸/۴ درصد بینابین و ۲۲/۱ درصد دانش محور می‌باشد. همچنین یافته‌های حاصل در زمینه انگیزه مصرف کتاب نشان داد که ۷۲/۴ درصد شهروندان انگیزه‌شان از مصرف کتاب، کارکردی و ۲۶/۶ درصد غیرکارکردی است.

در بحث از تأثیر سبک زندگی بر سبک مصرفی یافته‌ها حاکی از آن است که شهروندانی که سبک زندگی‌شان سنتی و تفنن محور است، سبک مصرفی کتاب

۶) رابطه سبک زندگی با انگیزه مصرف کتاب

مطالعات حاصل نشان می‌دهد که افرادی که سبک زندگی دانش محور دارند عمدتاً انگیزه مصرف کتاب‌شان کارکردی است (۷۳/۴ درصد در مقایسه با ۲۶/۶ درصد) ولی سبک‌های زندگی تفنن محور بیشتر غیرکارکردی (۳۱/۸ درصد در مقایسه با ۶۸/۲ درصد) می‌باشد. البته در این باره بر حسب مدرن یا سنتی بودن سبک زندگی تفاوت موجود آنقدر مشهود نبود که منجر به رابطه آماری معنادار گردد.

جدول ۱-۷: وضعیت انگیزه مصرف کتاب بر حسب سبک زندگی

سبک زندگی / انگیزه مصرف	غیر کارکردی	کارکردی	آزمون آماری
سبک زندگی	سنتی	۲۹.۶	$X^2 = 2$
	بینابین	۲۷.۹	$V = 0.04$
	مدرن	۲۵.۴	$S = 0.4$
	تفنن محور	۳۱.۸	$X^2 = 5$
	بینابین	۲۴.۷	$V = 0.06$
	دانش محور	۲۶.۶	$S = 0.08$

نتیجه گیری

چنانچه تشریح گردید در این مقاله بحث میزان کتابخوانی در بین شهروندان تهرانی مورد مطالعه قرار گرفت. جهت فهم و شناخت این موضوع سعی گردیده است این بحث در قالب سبک زندگی افراد مورد تبیین قرار گیرد. این امر بدین خاطر است که بسیاری از فعالیت‌های مصرفی افراد متأثر از سبک زندگی آنها می‌باشد.

نقل از بنت، (۱۳۸۶). در سال‌های نخست دهه ۱۹۹۰ سبک زندگی با آثار نظریه پردازان اجتماعی و فرهنگی معاصر مانند بوردیو (Bourdieu, ۱۹۸۴)، فدرستون (Featherstion, ۱۹۹۱)، شیلدز (Shields, ۱۹۹۲)، رایمر (Reimer, ۱۹۹۵)، چنی (Chaney, ۱۹۹۶) دوباره وارد مباحث جامعه‌شناسی شد. مطالعه پرآوازه بوردیو تحت عنوان تمایز (۱۹۸۴) با بسط دادن به اندیشه‌های وبر، زیمل و وبلن سبک زندگی را چونان بازتاب منزلت اجتماعی مفهوم پردازی می‌کند (همان).

مفهوم سبک زندگی از نگاه وبر حاصل بسط تعاملاتی است که درباره گروه‌های منزلتی دارد. وبر سبک زندگی را متعلق به یک گروه با پایگاه مشترک می‌داند، از طریق سبک زندگی مرزهای یک گروه مشخص شده و نظام منزلت تقویت می‌شود. ملوین تأمین معتقد است که: وبر اصطلاح سبک زندگی را از آن رو به کار برد که می‌خواست به مفهوم شرف یا تشخص، رفتار فردی را که درجه‌ای از آبرومندی است، بیفزاید (تأمین، ۱۳۷۳؛ ۱۱۰). گیدنز در تعریف سبک زندگی معتقد است که سبک زندگی مجموعه‌ای نسبتاً منظم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است. سبک زندگی مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است که، علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی، پیوند بین گزینه‌های فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منظم را تأمین می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۲۱). دیوید چنی سبک‌های زندگی را الگوهایی برای کنش می‌داند که مردم را از هم متمایز می‌کند (چنی، ۱۳۸۱: ۱۰). ملوین تأمین، اصطلاح سبک زندگی به صفاتی ارجاع می‌دهد که مایه تمیز گروه‌های پایگاه‌های اجتماعی است، گروه‌هایی که دارندگان سهم معینی از آبرو و حیثیت اجتماعی به آن متعلق‌اند؛ لذا، از اصطلاح «فرصت‌های زندگی» متمایز است، زیرا اصطلاح اخیر از صفات ممیز

دانش محور	بینابین	تفنن محور	مدرن	بینابین	سنتی	مصرف کتاب / سبک زندگی	
$V=0/11$ $S=0/000$			$V=0/05$ $S=0/42$				
۶۱	۷۱.۱	۹۲.۷	۶۱.۹	۷۶.۹	۸۶.۱	اصلاً	مطالعه اینترنتی
۸.۶	۴.۲	۱.۵	۷.۳	۴.۶	۲.۴	تا ۱۵ دقیقه	
۱۳.۸	۱۲.۷	۳.۴	۱۶.۷	۷.۷	۵.۳	۳۰ تا ۴۵ دقیقه	
۱۶.۷	۱۲	۲.۴	۱۴.۱	۱۰.۸	۶.۲	۱ ساعت و بیشتر	
$X^2=120$ $V=0/22$ $S=0/000$			$X^2=70$ $V=0/17$ $S=0/000$			آزمون آماری	
۶۹.۵	۷۵.۸	۸۸.۵	۶۸.۲	۷۶.۱	۸۹.۴	اصلاً	مطالعه درسی
۲.۹	۲	۵.	۲.۴	۲.۱	۱	تا ۱۵ دقیقه	
۶.۷	۶.۵	۵.۱	۸.۵	۶.۲	۳.۶	۳۰ تا ۴۵ دقیقه	
۲۱	۱۵.۷	۵.۹	۲۰.۹	۱۵.۷	۶	۱ ساعت و بیشتر	
$X^2=51$ $V=0/14$ $S=0/000$			$X^2=56$ $V=0/15$ $S=0/000$			آزمون آماری	
۳۶	۳۴.۹	۵۷.۱	۳۶	۴۳.۷	۴۸.۴	اصلاً	مطالعه غیردرسی
۸.۶	۱۵.۷	۱۵.۹	۱۲.۵	۱۳.۱	۱۴.۴	تا ۱۵ دقیقه	
۲۹.۸	۲۲.۹	۱۵.۶	۲۸	۲۲.۶	۱۷.۷	۳۰ تا ۴۵ دقیقه	
۲۵.۷	۲۶.۴	۱۱.۵	۲۳.۵	۲۰.۶	۱۹.۴	۱ ساعت و بیشتر	
جمع		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
$X^2=86$ $V=0/18$ $S=0/000$			$X^2=697$ $V=0/13$ $S=0/03$			آزمون آماری	

طبقات اقتصادی است که از دارندگان نقش مشابهی در فرآیند تولید تشکیل شده است (تأمین، ۱۳۷۳: ۱۱۰).

کوئن نیز در تعریف سبک زندگی می‌گوید: سبک زندگی عبارت است از شیوه‌های گذران اوقات فراغت، روش‌های اجتماعی کردن فرزندان و مشارکت در فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی، شیوه پول خرج کردن و مصرف کردن کالاها و شرکت در فعالیت‌های مذهبی. هر طبقه در پرداختن به این فعالیت‌ها، شیوه مخصوص به خودش را دارد (کوئن، ۱۳۸۲: ۱۹۰).

سوبل (Sobel) بعد از بحثی مفصل درباره تعریف سبک زندگی می‌نویسد: «کاملاً معقول است که بپذیریم سبک زندگی کاملاً قابل مشاهده یا قابل استنتاج از مشاهده است» (Sobel, ۱۹۸۱: ۲۸). و در ادامه تأکید می‌کند که الگوی مصرف قابل مشاهده‌ترین و بهترین شاخص سبک زندگی است. به علاوه، الگوی مصرف قادر است بیشترین ارتباط میان فرد و موقعیت اجتماعی وی برقرار سازد و از این منظر اهمیت تحلیلی بیشتری دارد. لامنت و همکارانش نیز ضمن تأکید نهادن بر شیوه سازمان داده زندگی شخصی، الگوی تفریح و مصرف را بهترین شاخص سبک زندگی می‌دانند (Lamont, et al, ۱۹۶۶: ۳۲) و دیوید چینی سبک‌های زندگی را «سازمان اجتماعی مصرف» می‌خواند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۸).

از منظر بوردیو، سبک زندگی فعالیت نظام‌مندی است که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. و یا به عبارتی ارزش‌های این فعالیت‌ها از موقعیت‌های آن در نظام تضادها و ارتباط‌ها اخذ می‌شود (باکاک، ۱۷۳-۷۶). وی در جای دیگر می‌گوید: «سبک زندگی دارایی‌هایی است که به وسیله آن، اشغال کنندگان موقعیت‌های مختلف خودشان را با قصد تمایز یا بدون قصد آن از دیگران تمایز می‌بخشند» (همان: ۲۴۹).

دیگر بررسی‌ها در خصوص مطالعه غیردرسی نشان می‌دهد که افرادی که مطالعه بیشتر دارند (۲۳/۵ در مقایسه با ۱۹/۴ درصد) سبک زندگی مدرن و نیز دانش محوری (۲۵/۷ درصد در مقایسه با ۱۱/۵ درصد) دارند. این یافته از طریق آزمون آماری مناسب تأیید شده است.

جدول ۲-۶: وضعیت نوع مصرف کتاب پاسخگویان بر حسب نوع سبک زندگی

مصرف کتاب / سبک زندگی		سستی	بینابین	مدرن	تفنن محور	بینابین محور	دانش محور
مطالعه قرآن و ادعیه	اصلاً	۲۷.۱	۳۱.۴	۴۳.۱	۳۵.۱	۳۲.۹	۳۳.۸
	تا ۱۵ دقیقه	۱۹.۴	۱۷.۵	۱۶.۷	۲۰.۲٪	۱۵	۱۸.۳
	۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۳۰	۲۹.۳	۲۶.۴	۲۶.۳	۳۱.۹	۲۷.۴
	۱ ساعت و بیشتر	۲۳.۵	۲۱.۹	۱۳.۹	۱۸.۳	۲۰.۲	۲۰.۵
آزمون آماری		$X^2 = 30$ $V = 0/11$ $S = 0/000$	$X^2 = 6$ $V = 0/05$ $S = 0/35$				
مطالعه مجلات	اصلاً	۶۴.۳	۵۷.۱	۴۸.۹	۶۹.۸	۵۳.۴	۴۷.۱
	تا ۱۵ دقیقه	۱۱.۵	۱۶.۷	۱۳.۹	۱۲.۷	۱۴.۵	۱۴.۸
	۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۱۶.۱	۱۸	۲۳.۳	۱۲.۹	۱۹.۲	۲۵.۲
	۱ ساعت و بیشتر	۸.۲	۸.۲	۱۳.۹	۴.۶	۱۳	۱۲.۹
آزمون آماری		$X^2 = 27$ $V = 0/10$ $S = 0/000$	$X^2 = 55$ $V = 0/15$ $S = 0/000$				
روزنامه	اصلاً	۳۹.۳	۳۹.۸	۳۳.۶	۴۶.۱	۳۵.۲	۳۱.۴
	تا ۱۵ دقیقه	۱۷.۳	۱۵.۷	۱۷.۲	۱۶.۸	۱۵.۷	۱۷.۶
	۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۲۷.۶	۲۹.۳	۳۳.۹	۲۴.۴	۲۹.۷	۳۶.۷
	۱ ساعت و بیشتر	۱۵.۸	۱۵.۲	۱۵.۳	۱۲.۷	۱۹.۵	۱۴.۳
آزمون آماری		$X^2 = 6$	$X^2 = 30$				

در این راستا، دست کم دو برداشت از سبک زندگی وجود دارد: در روایت نخست سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و بیشتر شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی است. در روایت دوم، سبک زندگی شکل اجتماعی نوینی تلقی می‌شود که فقط در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد، و در معنای دوم است که سبک زندگی با مصرف و تمایز مرتبط است (رضایی و کاظمی، ۱۳۸۷: ۲).

در بحث از مؤلفه‌های سبک زندگی (مصادیق عینی) می‌توان از منظر نظریه پردازان مختلف بدان نگریست. عناصر که زیمل، ویلن و وبر در آثار خود از آن‌ها یاد کرده‌اند، عبارت است از: شیوه تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (دکوراسیون، معماری و اثاثیه)، نوع وسیله حمل و نقل، شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح، اطفار (رفتارهای حاکی از نجیب زادگی یا دست و دل بازی، کشیدن سیگار در محافل عمومی، تعداد مستخدمان و آرایش آن‌ها). کلالهون (۱۹۵۸) در یک جمع‌بندی در مورد شاخصه‌های مورد مطالعه سبک زندگی در دهه ۵۰ به رفتارهای شخصی مصرفی که حاکی از ترجیحات فردی است، اشاره می‌کند؛ مواردی مثل: استفاده از صنایع فرهنگی، تفریحی و ورزشی، نحوه بازی کردن و لباس پوشیدن (ای.اس.ای، جلد ۳: ۲۲-۳۴۲).

بوردیو بررسی سبک زندگی را مطالعه اول، دارایی (کالاهای تجملی یا فرهنگی) می‌داند که افراد دور خود جمع کرده‌اند؛ مانند: خانه، ویلا، قایق تفریحی، ماشین، اثاثیه، نقاشی‌ها، کتاب‌ها، نوشابه‌ها، سیگارها، عطر، لباس‌ها و دوم، فعالیت‌هایی که با آن خود را متمایز نشان می‌دهد: ورزش‌ها، بازی‌ها، تفریحات (پایه روی یا کوه پیمایی، اسکی یا سوارکاری، گلف یا تنیس)، لباس پوشیدن، رسیدگی به ظاهر بدن خود، نحوه استفاده از زبان و بودجه‌بندی (بوردیو، ۱۹۸۴: ۴-۱۷۳ و ۲۸۳).

جدول ۱-۶: وضعیت نوع مصرف کتاب پاسخگویان بر حسب سبک زندگی

سبک مصرف کتاب / سبک زندگی	مصرف	فراغت محور	ستتی	بینابین	مدرن	تفنن محور	بینابین	دانش محور
مصرف کتاب	۱۵.۱	۱۵.۹	۲۳.۸	۱۳.۴	۱۹.۲	۲۲.۴		
دانش محور	۱۰.۶	۲۳.۹	۳۱.۸	۱۱.۵	۲۴.۲	۳۰.۵		
آزمون آماری		$X^2=۸۵$ $V=۰/۲۶$ $S=۰/۰۰۰$		$X^2=۷۲$ $V=۰/۱۷$ $S=۰/۰۰۰$				

بررسی‌های دقیق‌تر نشان می‌دهد که پاسخگویانی که مطالعه کتب و قرآن بیشتری دارند، عمدتاً دارای سبک زندگی ستتی هستند، به نحوی که در طیف کسانی که ۱ ساعت و بیشتر قرآن می‌خوانند ۲۳/۵ درصد افراد ستتی و در مقابل ۱۳/۹ درصد سبک زندگی مدرن دارند. در این خصوص بر حسب سبک زندگی تفنن یا دانش محور رابطه معناداری مشاهده نمی‌گردد.

رابطه آماری سبک زندگی به مطالعه مجله معنادار گردیده است؛ یعنی کسانی که مجلات بیشتری مطالعه می‌کنند، عمدتاً سبک زندگی شان مدرن و دانش محور است. مطالعه روزنامه بر حسب مدرن یا ستتی بودن سبک زندگی معنادار نگردیده است، ولی چنانچه ملاحظه می‌گردد بر حسب تفننی یا دانش محور بودن سبک زندگی این نوع مطالعه عمدتاً در بین کسانی که سبک زندگی بینابینی دارند رواج بیشتری دارد. نتایج استخراج شده نشان می‌دهد که مطالعه اینترنتی در بین سبک‌های زندگی مدرن و دانش محور رواج بیشتری دارد. این یافته به لحاظ آماری معنادار شده است.

در زمینه رابطه سبک زندگی با مطالعه درسی رابطه آماری به دست آمده معنادار می‌باشد، به نحوی که کسانی که چنین مطالعاتی دارند سبک زندگی مدرن و دانش محوری دارند.

از این رو، چنانچه مطرح شد سبک مصرف و به‌ویژه سبک مصرفی کتاب نیز از یک سو می‌تواند به عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی سبک زندگی لحاظ گردد و از سویی دیگر آن گونه که مد نظر این مطالعه است، به عنوان نوعی از سبک مصرف که تحت تأثیر سبک زندگی است مورد مطالعه قرار گیرد و از آن سبک‌های مصرفی مختلفی استنتاج نمود. در واقع با تبیین و فهم سبک مصرفی کتاب در چهارچوب نظریه سبک زندگی می‌توان عوامل مختلف بر فرهنگ کتابخوانی را مورد کنکاش قرار داد. با عنایت به نظریه بوردیو می‌توان از آن برای تبیین سبک زندگی و نیز سبک مصرفی کتاب در بین شهروندان تهرانی بهره گرفت.

بوردیو سبک زندگی را فعالیت نظام‌مندی می‌داند که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. یا به عبارتی ارزش‌های این فعالیت‌ها از موقعیت‌های آن در نظام تضادها و ارتباط‌ها اخذ می‌شود (همان: ۱۷۳-۱۷۶). وی در جای دیگر می‌گوید: «سبک زندگی دارایی‌هایی است که به وسیله آن، اشغال‌کنندگان موقعیت‌های مختلف خودشان را با قصد تمایز یا بدون قصد آن از دیگران تمایز می‌بخشند» (همان: ۲۴۹). «ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند.» بنابراین سبک زندگی محصول نظام‌مند منش است که از خلال رابطه دوجانبه خود با رویه‌های منش درک می‌شود و تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ای جامعه‌ای مورد ارزیابی قرار گیرد (مثلاً به عنوان، قابل احترام، ننگ‌آور و...)» (Bourdieu, ۱۹۸۴: ۱۷۲).

در این مطالعه سبک زندگی افراد در قالب سه بعد اساسی مورد سنجش قرار گرفته است که عبارت است از: مصرف رسانه‌ای، فعالیت‌های فراغتی و سلاقت فردی. در نهایت استفاده از شاخص‌های مورد نظر منجر به دسته بندی دو نوع

در مجموع با کدگذاری مجدد و سپس ترکیب شاخص‌های مختلف سبک زندگی، مفهوم کلی آن ساخته شد. در این خصوص دو نوع سبک زندگی «سنتی - مدرن» و «دانش محور - تفنن محور» از یکدیگر تشخیص داده شد که نتایج حاصل در جدول زیر مشاهده می‌شود.

جدول ۵-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب انواع سبک زندگی

انواع سبک زندگی		تعداد	درصد
نوع اول	مدرن	۴۱۷	۳۳.۹
	بینابین	۳۸۹	۳۱.۶
	سنتی	۴۲۵	۳۴.۵
جمع		۱۲۳۱	۱۰۰
انواع سبک زندگی		تعداد	درصد
نوع دوم	دانش محور	۴۱۰	۳۳.۳
	بینابین	۴۰۱	۳۲.۶
	تفنن محور	۴۲۰	۳۴.۱
جمع		۱۲۳۱	۱۰۰

۵) رابطه سبک زندگی با نوع مصرفی کتاب

استفاده از آزمون‌های آماری نشان می‌دهد که رابطه این دو متغیر معنادار شده است. بدین معنا که افرادی که سبک زندگی سنتی داشتند، سبک مصرفی کتابشان فراغت محور و در مقابل دارندگان سبک زندگی مدرن عمدتاً دانش محورند. همچنین افرادی که سبک زندگی‌شان تفنن محور بود، سبک مصرفی کتاب در بین آنها فراغت محور گزارش شده است.

سبک زندگی «سنتی - مدرن» و «دانش محور - تفنن محور» از یکدیگر گردیده است.

در این خصوص نیز سبک مصرفی کتاب به مطالعه هنجارها، ترجیحات و رفتارهای کتابخوانی افراد توجه دارد که منجر به کاستن از تنوع و گوناگونی رفتارهای مرتبط با کتابخوانی و از سویی بر دسته بندی افراد با زمینه‌های و شیوه‌های مطالعه کردن پیوند پیدا می‌کند. در این بررسی سبک مصرفی کتاب بر حسب سبک‌هایی چون؛ نوع مصرف (درسی، غیردرسی، دینی، نشریه‌ای، اینترنتی) و انگیزه مصرف (کارکردی - غیر کارکردی) مورد مطالعه قرار گرفته شده است.

۳) روش شناسی پژوهش

در این مطالعه از روش «پیمایش» استفاده شده است. جامعه آماری آن شامل کلیه شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر تهران می‌باشد. در این راستا، تعداد نمونه برابر با ۱۲۳۱ نفر و شیوه نمونه گیری «چند مرحله ای» انتخاب گردیده است. برای اجرا و انجام پژوهش، با عنایت مراحل شاخص سازی و سؤالات مطرح شده، از ابزار پرسشنامه استفاده شده به نحوی که متغیرها از اعتبار (صوری و تجربی) و روایی لازم برخوردار هستند.

۴) یافته‌های پژوهش

۴-۱) ویژگی‌های فردی شهروندان

بررسی نتایج توصیفی به عمل آمده نشان می‌دهد که از میان ۱۲۳۱ نفر شهروند ۱۵ سال به بالای شهر تهران، ۵۱/۳ درصد را زنان و در مقابل ۴۸/۷ درصد از آنها را مردان تشکیل می‌دهند. سایر یافته‌های به دست آمده حاکی از

آن است که میانگین سن شهروندان مورد مطالعه برابر با ۳۶/۶ سال است. بر حسب مقاطع تحصیلی یافته‌های حاصل بیانگر آن است بیش از یک سوم نمونه، افراد دارای تحصیلات دیپلم هستند. از سویی دارندگان تحصیلات مقطع دکتری با کمتر از یک درصد نسبت کمی از نمونه را به خود اختصاص داده‌اند. ، از میان کل افراد نمونه ۳۰/۷ درصد زنان خانه‌دار هستند. همچنین ۷/۵ درصد دانش آموز و ۹/۹ درصد دانشجوی می‌باشند. بر حسب رتبه شغلی با توجه فهرست مشاغل موجود ۳/۴ درصد از پاسخگویان پایگاه شغلی‌شان بالا، ۲۳/۴ درصد در حد متوسط و ۱۲/۶ درصد پایین می‌باشد. این مطالعه در بین مناطق ۲۲ گانه شهر تهران انجام گردید به نحوی که منطقه چهار (۱۰/۵ درصد)، دو (۷/۶ درصد)، پنج (۷/۵ درصد) و پانزده (۷/۶ درصد) تعداد بیشتری از نمونه مورد مطالعه را به خود اختصاص داده‌اند.

۲-۴) نوع مصرف کتاب در بین شهروندان

در زیر به یافته‌های حاصل پیرامون انواع مطالعه در بین شهروندان تهرانی پرداخته می‌شود:

۱-۲-۴) میزان مطالعه کتب قرآن و ادعیه

نتایج به دست آمده در زمینه میزان مطالعه کتاب‌های قرآن و دعا، نشان می‌دهد که ۳۴ درصد شهروندان در طول روز «اصلاً» چنین مطالعه‌ای ندارند. حدود یک سوم ۳۰ تا ۴۵ دقیقه و ۱۹/۷ درصد ۱ ساعت و بیشتر در طول روز قرآن می‌خوانند.

با کدگذاری گزینه‌های انگیزه مصرف کتاب به دو بعد اساسی مصرف کارکردی کتاب (بالابردن آگاهی، پاسخ به مسائل و سوالات، رشته تحصیلی و شغلی) و مصرف غیرکارکردی آن (بخاطر لذت بردن و گذران اوقات و سرگرمی) نتایج زیر بدست آمده است.

در اولویت نخست، ۷۲/۴ درصد پاسخگویان مصرف کارکردی و ۲۶/۶ درصد مصرف غیرکارکردی و در مرحله دوم، ۵۶/۲ درصد مصرف کارکردی و ۵۶/۲ درصد مصرف غیرکارکردی دارند.

جدول ۲-۴-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب مصرف کارکردی و غیر کارکردی کتاب

اولویت اول		اولویت دوم		انگیزه مطالعه
تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۳۱۷	۲۷.۶	۳۷۷	۴۳.۸	غیر کارکردی
۸۳۳	۷۲.۴	۴۸۳	۵۶.۲	کارکردی
۸۱	-	۳۷۱	-	بی جواب
۱۲۳۱	۱۰۰	۱۲۳۱	۱۰۰	جمع

۵-۴) وضعیت سبک زندگی

چنانچه بحث شد، بورديو سبک زندگی را فعالیت نظام‌مندی می‌داند که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شود که بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. در این مطالعه جهت سنجش سبک زندگی پاسخگویان از سه مؤلفه اساسی چون مصرف رسانه‌ای، فعالیت‌های فراغتی و سلائق شخصی استفاده شده است.

جدول ۱-۲-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه کتب قرآن و دعا

میزان مطالعه	تعداد	درصد
اصلاً	۴۱۸	۳۴
تا ۱۵ دقیقه	۲۲۰	۱۷.۹
۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۳۵۱	۲۸.۵
۱ ساعت و بیشتر	۲۴۲	۱۹.۷
جمع	۱۲۳۱	۱۰۰

۲-۲-۴) میزان مطالعه مجلات

بیش از نیمی از پاسخگویان نمونه، مجله نمی‌خوانند، حدود یک‌پنجم آبادی بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه، ۱۴ درصد تا ۱۵ دقیقه و ۹/۷ درصد ۱ ساعت و بیشتر در طول روز مطالعه می‌کنند.

جدول ۲-۲-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه مجلات

میزان مطالعه	تعداد	درصد
اصلاً	۶۹۸	۵۶.۷
تا ۱۵ دقیقه	۱۷۲	۱۴
۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۲۴۱	۱۹.۶
۱ ساعت و بیشتر	۱۲۰	۹.۷
جمع	۱۲۳۱	۱۰۰

۳-۲-۴) میزان مطالعه روزنامه

طبق یافته‌های مندرج در جدول زیر، بیش از یک‌سوم افراد نمونه اصلاً روزنامه نمی‌خوانند. در مقابل حدود یک‌سوم بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه به مطالعه روزنامه می‌پردازند.

دوم، ۲۴/۸ درصد به خاطر لذت بردن و علاقه به مطالعه و ۲۳/۳ درصد به خاطر پاسخ به سوالات مختلف زندگی اشاره کرده‌اند.

جدول ۳-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب انگیزه مصرف

انگیزه مطالعه		اولویت اول		اولویت دوم	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۶۲۶	۵۴.۴	۱۸۶	۱۵.۱	۲۱.۶	۱.۷
۸۱	۷	۲۰۰	۱۶.۲	۲۳.۳	۱.۹
۱۳۸	۱۲	۲۱۳	۱۷.۳	۲۴.۸	۲.۰
۱۲۶	۱۱	۹۷	۷.۸	۱۱.۳	۰.۹
۱۷۹	۱۵.۶	۱۶۴	۱۳.۳	۱۹.۱	۱.۵
۸۱	-	۳۷۱	۳۰.۱	-	۰
۱۲۳۱	۱۰۰	۱۲۳۱	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

۴-۴) سبک مصرفی کتاب

در این بررسی میزان مطالعه بر حسب نوع مصرف در قالب دو سبک دانش محور - فراغت محور دسته بندی شده است. چنانچه ارقام مندرج در جدول زیر نشان می‌دهد ۵۹/۵ درصد شهروندان نوع سبک مصرف شان فراغت محور، ۱۸/۴ درصد بینابین و ۲۲/۱ درصد دانش محور می‌باشد.

جدول ۱-۴-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب نوع مصرف کتاب

سبک مصرفی	تعداد	درصد
فراغت محور	۷۳۳	۵۹.۵
بینابین	۲۲۶	۱۸.۴
دانش محور	۲۷۲	۲۲.۱
جمع	۱۲۳۱	۱۰۰

جدول ۳-۲-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه روزنامه

میزان مطالعه	تعداد	درصد
اصلاً	۴۶۲	۳۷.۵
تا ۱۵ دقیقه	۲۰۶	۱۶.۷
۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۳۷۳	۳۰.۳
۱ ساعت و بیشتر	۱۹۰	۱۵.۴
جمع	۱۲۳۱	۱۰۰

۴-۲-۴) میزان مطالعه اینترنتی

بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۲۶/۲ درصد پاسخگویان در طول روز مطالعه اینترنتی دارند. در این میان ۴/۸ درصد تا یک‌ربع، حدود ۱۰ درصد ۳۰ تا ۴۵ دقیقه و ۱۰/۴ درصد ۱ ساعت و بیشتر بدین نوع مطالعه می‌پردازند.

جدول ۴-۲-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه اینترنتی

میزان مطالعه	تعداد	درصد
اصلاً	۹۲۱	۷۴.۸
تا ۱۵ دقیقه	۵۹	۴.۸
۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۱۲۳	۱۰
۱ ساعت و بیشتر	۱۲۸	۱۰.۴
جمع	۱۲۳۱	۱۰۰

۴-۲-۵) میزان مطالعه کتب درسی و کمک درسی

از بین پاسخگویان، حدود ۲۳ درصد در طول روز مطالعه درسی و کمک درسی دارند، که در این میان ۱/۸ درصد تا ۱۵ دقیقه، ۶/۱ درصد ۳۰ تا ۴۵ دقیقه، ۱۴/۲ درصد ۱ ساعت و بیشتر مطالعه می‌کنند.

جدول ۵-۲-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه کتب درسی و کمک درسی

میزان مطالعه	تعداد	درصد
اصلاً	۹۵۹	۷۷.۹
تا ۱۵ دقیقه	۲۲	۱.۸
۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۷۵	۶.۱
۱ ساعت و بیشتر	۱۷۵	۱۴.۲
جمع	۱۲۳۱	۱۰۰

۴-۲-۶) میزان مطالعه کتب غیردرسی

بیش از نیمی از شهروندان تهرانی در طول روز و یا در هفته حداقل کتب غیردرسی مختلفی را مطالعه می‌کنند. به طور دقیق‌تر ۱۳/۳ درصد تا ۱۵ دقیقه، ۲۲/۸ درصد ۳۰ تا ۴۵ دقیقه و ۲۱/۲ درصد ۱ ساعت و بیشتر مطالعه دارند.

جدول ۶-۲-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان مطالعه کتاب‌های غیر درسی

میزان مطالعه	تعداد	درصد
اصلاً	۵۲۵	۴۲.۶
تا ۱۵ دقیقه	۱۶۴	۱۳.۳
۳۰ تا ۴۵ دقیقه	۲۸۱	۲۲.۸
۱ ساعت و بیشتر	۲۶۱	۲۱.۲
جمع	۱۲۳۱	۱۰۰

۴-۳) انگیزه مصرف کتاب

یافته‌های حاصل در زمینه سوال «بیشتر به چه خاطر مطالعه می‌کنید؟»، بیانگر آن است که در اولویت نخست، ۵۴/۴ درصد به خاطر کسب آگاهی بیشتر و ۱۵/۶ درصد بیشتر به خاطر گذران اوقات فراغت و سرگرمی مطالعه می‌کنند. در مرحله