

تحلیل جامعه‌شناختی کنش‌های اقتصادی با استفاده از مفهوم عادتواری

اقتصادی: مطالعه‌ای کیفی

<https://sociology.tabrizu.ac.ir>

شناسه دیجیتال: DOI:10.22034/jeds.2025.64281.1831

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۱۲/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۰

امیر محمدیان خراسانی^۱
محسن نوغانی دخت بهمنی*^۲

چکیده

اکتشاف ساخت تفکر اقتصادی کنشگران که تحت تاثیر عوامل اجتماعی است، از اهمیت زیادی برخوردار است و یکی از موضوعات مهم در جامعه‌شناسی اقتصادی است. این امر از این جهت ضرورت دارد که هدایتگر چگونگی تصمیمات اقتصادی کنشگران و نحوه‌ی تفسیر و مواجهه با کنش‌های متقابل اقتصادی-اجتماعی و معنایی حاصل از آنها است. همچنین، مدل‌سازی تفکر اقتصادی می‌تواند در تبیین و یا پیش‌بینی برخی کنش‌های اجتماعی مورد استفاده باشد. جهت ارائه‌ی نظریه‌ای بومی در این مورد از مفهوم عادتواری اقتصادی بورديو استفاده کرده و آن را بسط داده‌ایم و مفهوم عاملیت پنهان را معرفی کرده‌ایم. با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای، نمونه‌گیری نظری و مصاحبه‌های عمیق، مشاهدات، گفتگوهای میدانی و اسناد و مدارک به عنوان ابزار، گونه‌شناسی عادتواریهای اقتصادی را ارائه داده‌ها را جمع‌آوری و تولید و مدل پارادایمی (انگاره‌ای) حاصل را همراه با عوامل علی، مداخله‌ای، زمینه‌ای، راهبردی و پیامدی به دست آورده‌ایم. این پژوهش بر روی افراد ۲۰ تا ۴۰ ساله‌ی متاهل ساکن مشهد صورت گرفته است. چهار نوع عادتواری اقتصادی اکتشاف شده حاصل از این مطالعه عبارتند از: ۱. عاطفی-احساسی ۲. ارزشی-باورمدار ۳. خردگرایانه-وضعیتی ۴. سودجویانه یا مادی‌گرا. با استفاده از سه مرحله کدگذاری، مقوله‌ی مرکزی «ذهنیت نهادینه شده یا ساخت درونی شده، ناشی از تجارب زیسته‌ی افراد» استخراج شد. شرایط زمینه‌ای تعیین‌کننده‌ی کنش‌های اقتصادی عبارتند از عوامل محیطی زمان-مکانی و آسایش طلبی. شرایط علی عبارتند از نظام شخصیت، ارزش‌ها، هنجارها و عوامل رابطه‌ای کنش متقابل. شرایط مداخله‌ای نیز شامل نگرش پیشین به کنشگران، نگرش جنسیتی و احساسات و عواطف می‌باشند. شرایط راهبردی دیدگاه زمان‌مند و عدالت اقتصادی و شرایط پیامدی سودجویی و مادی‌اندیشی و اندیشه‌ی غیراقتصادی-معنوی را در بر می‌گیرد.

واژگان کلیدی: عادتواره، بورديو، عادتواری اقتصادی، ذهنیت، احساسات

۱. دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، (نویسنده مسئول)، ایمیل: amir.mohammadiankh@gmail.com
۲. استاد گروه جامعه‌شناسی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، ایمیل: noghani@um.ac.ir

بیان مسئله

خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: «بگو که هرکس مطابق با روش و خلق و خوی خود عمل می‌کند» (قرآن کریم، سوره‌ی اسراء: ۸۴) و برای این تعبیر از واژه‌ی «شاکله» استفاده شده است. در ترجمان این بیان خداوند به زبان علم جامعه‌شناسی از منظر بوردیو می‌توان گفت که عادتواره‌ی افراد هدایتگر کنش‌های آن‌ها می‌باشد.

بوردیو می‌گوید که عادتواره‌ها در بدن‌ها حک می‌شوند و تجلی می‌یابند (شویره و فونتین، ۱۳۸۵: ۷۹). علی‌بن‌ابی‌طالب نیز بیان کرده است که «کسی چیزی را در دل پنهان نمی‌کند مگر اینکه در سخنانی که از دهان او می‌پرد و در چهره و قیافه‌اش آشکار می‌گردد» (نهج‌البلاغه، کلمات قصار: شماره ۲۶) که بیان دیگری از نظر بوردیوست.

از دو منظر کار بوردیو از اهمیت خاصی برخوردار است. او پایه‌های نظریه‌ی خویش را بر کارهای تجربی، میدانی و پیمایشی قرار می‌دهد و از نظریه‌پردازی صرف دوری می‌گزیند (بوردیو، ۲۰۰۰). همچنین، او با انتقاد از اصول اقتصاد کلاسیک و جامعه‌شناسی اقتصادی نوین طرحی نو در این راستا در می‌اندازد (بوردیو، ۲۰۰۰ و ۲۰۰۵). مثلاً او می‌گوید در انسان‌شناسی تخیلی اقتصاد، قوانین عام برای ارجحیت‌های موقتی و زمان‌مند فرمول‌بندی می‌شوند. اگرچه از محاسبه‌ی اقتصادی در مسائل وجودی خود نوعی محاسبه‌ی اقتصادی است. لذت‌پرستی و غنیمت شمردن دم تنها فلسفه‌ی قابل تصور برای کسانی است که آینده‌ای ندارند (بوردیو، ۱۳۹۱: ۲۵۴).

در جایی دیگر نیز می‌گوید اقتصاد ارتدکس این واقعیت را نادیده می‌گیرد که اعمال ممکن است اصولی به جز علت‌های مکانیکی یا نیت آگاهانه‌ی حداکثرسازی سود مادی داشته باشند و با این وجود از منطق اقتصاد عمومی تبعیت کنند. اعمال، یک اقتصاد را شکل می‌دهند؛ یعنی از استدلال عمومی که نمی‌تواند محدود به استدلال اقتصادی شود، پیروی می‌کند، زیرا اقتصاد اعمال ممکن است با ارجاع به شمار زیادی از عملکردها و اهداف تعریف شود. تقلیل جهان به سمت واکنش مکانیکی یا کنش هدفمند، یعنی غیرممکن ساختن توضیح تمامی اعمالی که منطقی هستند بدون آن که محصول هدف اندیشیده یا حتی محاسبه‌ی آگاهانه باشند (بوردیو و واکوانت^۱، ۱۹۹۲: ۱۲۰).

ضرورت انجام این پژوهش، از آن‌جا نشأت می‌گیرد که ما اصولاً نمی‌دانیم تفکرات و ترجیحات و گرایش‌ها و امیال اقتصادی مردم چیست (مطالعه‌ای اکتشافی لازم است) که این امر از بودجه اقتصادی خانوار متفاوت است و بایستی تعیین شود تحت تاثیر چه عوامل غیر اقتصادی است (تبیین لازم است). یعنی دیگر دیدگاه اقتصاد ارتدوکسی جوابگو نیست و دیدگاه جامعه‌شناسی

1. Bourdieu & Wacquant

اقتصادی که سهم عوامل اجتماعی- فرهنگی را در شکل‌گیری عادتواره‌های اقتصادی لحاظ می‌کند بایستی مد نظر قرار گیرد. پس برای این توصیف و تبیین، پرهیز از بدیهی فرض نمودن تصورات و آن چه تحت عنوان علم بیان می‌شود نیاز به پژوهشی اکتشافی می‌باشد تا عادتواره‌ی اقتصادی افراد که عادت‌های عملی اقتصادیشان تنها جنبه‌ای عینی از آن است و شامل جنبه‌های پیدا و پنهان ذهنی و عینی دیگری مانند تصمیمات و ترجیحات و گرایش‌های پنهان می‌شود از آن طریق عیان شود. تجربه‌ی زیسته‌ی افراد در طول زمان نوع تفکر و تمایلات آن‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد و برای پی بردن به این تغییرات که گویای تفکر دینامیک و سیال کنشگر انسانی‌ست به خصوص در قرن بیست و یکم، مطالعه‌ای بروز شده مورد نیاز است.

از جهت مرور پیشینه در میان پژوهش‌های ایرانی، مرور و توضیح این مفهوم مشاهده می‌شود و یا سبک زندگی را حاصل آن دانسته‌اند (برای نمونه نگاه کنید به جمشیدی‌ها و پرستش، ۱۳۸۵؛ شالچی، ۱۳۸۶؛ فرهمند، ۱۳۹۲). آن چه جایش خالیست و ضرورت پژوهش در آن مطرح است کندوکاوی جامعه‌شناختی در عادتواره کنشگران جامعه در رابطه با کنش‌های اقتصادی است که متاثر از الگوهای فرهنگی- اجتماعی می‌باشند.

در راستای مسئله‌ی پژوهش و با مرور ادبیات تحقیق، مهم‌ترین سوالات بدین قرارند: ۱. چه طبقه‌بندی از انواع کنش‌ها و عادتواره‌های اقتصادی می‌توان ارائه داد که صرفاً متغیرهای اقتصادی را تعیین‌کننده‌ی کنش‌های اقتصادی نداند؟ یعنی چگونه می‌توان از دیدگاه صرفاً اقتصادی در مورد کنش‌های اقتصادی و غیراقتصادی حذر کرد و به یک گونه‌شناسی متفاوت رسید؟ و ۲. الگوهای اصلی تفکر و تصمیم‌گیری اقتصادی کنشگران تحت تاثیر چه عوامل فرهنگی- اجتماعی است؟

اهداف اصلی این پژوهش عبارتند از ارائه‌ی گونه‌شناسی از انواع عادتواره‌ی اقتصادی و تبیین عوامل اجتماعی- فرهنگی موثر بر کنش‌های اقتصادی. این تحقیق در شهر مشهد، در میان افراد ۲۰ تا ۴۰ ساله‌ی متاهل صورت گرفته است.

ادبیات پژوهش (مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش)

عادتواره ضرورتی‌ست درونی شده و تبدیل شده به گرایشی که اعمال معنادار و ادراکات معنادهنده را تولید می‌کند، گرایشی که کاربرد نظام‌مند و جهانی ضرورتی که در شرایط یادگیری به طور ذاتی وجود دارد را فراتر از آن چه مستقیماً یادگرفته شده است به انجام می‌رساند (بوردیو، ۱۹۸۴). بوردیو در این جا بیان می‌کند که عادتواره به صورت جهانی کاربرد دارد پس ضرورت بررسی آن نیز می‌تواند جهانی باشد.

عادتواره به تنهایی به ما اجازه می‌دهد پایداری تمایلات، ذائقه‌ها و ترجیحات را لحاظ کرده و توضیح دهیم (بوردیو و واکوانت، ۱۹۹۲: ۱۳۱). گفتار کوتاه هم تعریف عادتواره است و هم

تیبین‌کننده‌ی تمایلات و ترجیحات کنشگران. به عبارتی دیگر خود مفهوم عادتواره تیبین‌کننده است، پس اکتشاف آن نیز تیبین‌گر است. همچنین بوردیو در این‌جا ضرورت کاربردی عادتواره را بیان می‌نماید. عاملان اجتماعی مجهز به عادتواره هستند که در بدن آن‌ها توسط تجارب گذشته حک شده است. این نظام‌های طرح و ادراک، فهم و کنش، آن‌ها را قادر می‌سازد تا با دانش عملی دست به کنش بزنند که بر اساس تشخیص و شناخت محرک‌های شرطی و معمولی‌ست که در معرض آن‌ها هستند تا واکنش نشان دهند و بدون هیچ تعریف آشکار اهداف یا محاسبه‌ی عقلانی وسایل، راهبردهای دائماً نوشونده تولید کنند که در داخل محدودیت‌های ساختاری‌ست که آن‌ها خود محصولش هستند و آن‌ها را تعریف می‌کند (بوردیو، ۲۰۰۰: ۱۳۸).

عادتواره می‌تواند همراه با محاسبه‌ی راهبردی که اغلب به شکل آگاهانه عمل می‌کند، عملی که عادتواره آن را تقریباً متفاوت انجام می‌دهد، باشد (بوردیو، ۱۹۹۰: ۵۳). در واقع، در حضور محیط‌های «خارجی» ست که عادتواره‌ی افراد به سادگی تشخیص داده شده یا عامدانه ساکت می‌شود. عادتواره با دیالکتیک میان ساختار و عاملیت، ابژه و سوژه از طریق نظریه‌ی تمایلی کنش و بازتابش ارتباط برقرار می‌کند. فضای چند بعدی و اجتماعی میدان مرحله‌ای را فراهم می‌کند که در آن «تطابق‌ها و عدم تطابق‌ها، مجاورت‌ها و فاصله‌ها» از طریق جایگاهی که افراد اشغال می‌کنند تعیین می‌شود (بوردیو، ۱۹۸۵: ۷۲۵).

یکنواختی نوع تولید عادتواره (یعنی شرایط مادی زندگی و کنش تربیتی) منجر به یکنواختی گرایشات و علایق می‌شود که در برخی موارد ممکن است آن را با متمایل کردن کسانی که محصول شرایط یکسان تولید هستند به شناخت و جستجوی کالاهای مشابه ایجاد نماید (بوردیو، ۱۹۷۷: ۶۴). بوردیو می‌گوید که عادتواره ساختار ذهنی است که در تمامی ذهن‌ها تلقین شده است و به طرز خاصی اجتماعی شده است و نیز هم جمعی و هم فردی است (بوردیو، ۱۹۹۸: ۶۶). از منظر او عادتواره کارکردی را محقق می‌سازد که ساخت دادن به ادراک از جهان و نیز کنش در آن جهان است (همان: ۸۱).

عادتواره، اصل به شدت اقتصادی کنش است که امکان پس‌انداز بزرگ در محاسبه مخصوصاً در محاسبه‌ی هزینه‌های تحقیق و ارزیابی و نیز در زمان که مخصوصاً منبع نادری ست هنگامی که بحث کنش است را امکان‌پذیر می‌سازد. بنابراین بسیار مناسب شرایط عادی وجود است، یا به دلیل فشار زمان یا ناکافی بودن دانش ضروری، که چشم‌انداز کوچکی را برای ارزیابی محاسبه شده و آگاهانه‌ی بخت‌های سود اجازه می‌دهد. در حالی که مستقیماً از عمل برخاسته و در ارتباط با آن هم در ساختار و هم در کارکرد آن است، این حس عملی نمی‌تواند خارج از شرایط عملی به کار انداختن آن ارزیابی شود (بوردیو، ۲۰۰۵: ۲۱۳). او در این‌جا بیان می‌کند که عادتواره اصولاً بیشتر مربوط به امور اقتصادی‌ست ولی خود به صورت اجتماعی تکوین می‌یابد.

یکی از ویژگی‌های بسیار مهم عادتواره این است که تنها از نگرش‌ها و ادراکات ذهنی تشکیل شده است و خود را متجلی می‌سازد. از نظر بورديو عادتواره از طریق طرق پایدار ایستادن، سخن گفتن، راه رفتن و در نتیجه احساس کردن و اندیشیدن بیان می‌شود (رایبی^۱، ۲۰۰۴).

عادتواره این امر که چه کنش‌هایی برای عاملانی که در جایگاه‌های متفاوتی در یک سازمان اجتماعی قرار دارند، ممکن (و ناممکن) است را روشن می‌سازد. عادتواره که مشروط به ریشه‌های اجتماعی و تجارب منتج از آن است و بنابراین پایدار و قابل انتقال می‌باشد، بسیار پایین‌تر از سطح آگاهی عمل می‌کند و برای اعضای یک سازمان چارچوبی را برای انجام اعمال مناسب فراهم می‌سازد (مکدونناگ و پولزر^۲، ۲۰۱۲).

عادتواره نظام ساختاردهنده‌ی منعطف و بدون قطعیت انجام است که کنشگران اجتماعی را قادر می‌سازد تا راهبردهای خلاقانه‌ی متعددی در دسترس داشته باشند و بنابراین با ساختارهای اجتماعی پیش‌بینی نشده مقابله کنند (الیوت^۳، ۲۰۰۹: ۱۴۴).

بورديو بیان می‌کند که از طریق دخالت عادتواره روابط ساختاری روابط واقعی را شکل می‌دهند: به عنوان جایگاه‌های تجسم یافته در گرایش‌های جسمانی، عادتواره کمک می‌کند تا تعیین کند که آیا بدن‌ها در کنار هم می‌آیند یا از یکدیگر دور قرار می‌گیرند و این کار را با نسبت دادن جاذبه‌ها و دافعه‌ها میان دو بدن که مرتبط با ارتباط میان جایگاه‌هایی است که آن‌ها متجلی‌کننده‌ی آن هستند انجام می‌دهد. به بیان دیگر روابط ساختاری عادتواره را شکل می‌دهند که سپس انواع روابط واقعی که کنشگر را با تحت تاثیر قرار دادن آن چه انجام می‌دهند (و بنابراین چه کسی را ملاقات خواهند کرد) و تعیین این که چگونه دیگران را از طریق ملاقات آن‌ها ارزیابی می‌کنند (زیرا افراد کسانی را که مشابه خودشان هستند دوست دارند) شکل می‌دهد (کراسلی^۴، ۲۰۱۱: ۲۶).

سهم جامعه‌شناسی بورديو در تحقیق از سه جهت می‌باشد: ۱. مجموعه‌ای از ابزارهای تفکر را فراهم می‌کند که می‌تواند طرح روش شناختی را پشتیبانی نماید. ۲. اجازه‌ی رویکرد معنابخش غنی را می‌دهد که هم نظام‌های خارجی و هم تجارب انسانی، جهان‌های ذهنی و عینی، به طرز به هم وابسته‌ای مد نظر قرار گرفته و تحلیل می‌شوند. ۳. قابلیت توانمندسازی هم محقق و هم مورد تحقیق را از طریق یک چارچوب مفهومی که در جهت آشتی نظریه با عمل از طریق روش است دارد (کاستا و مورفی^۵، ۲۰۱۵: ۶).

1. Reay
2. McDonough & Polzer
3. Elliot
4. Crossley
5. Costa & Murphy

گرانووتر^۱ در مورد رفتارهای اقتصادی از دیدگاه جامعه‌شناختی نظریه‌پردازی می‌کند. او بیان می‌کند که اکثر رفتارها در شبکه‌های روابط میان فردی حک شده است و چنین دیدگاهی از دیدگاه‌های فوق اجتماعی یا فرواجتماعی کنش بشری دوری می‌کند. کسانی که رفتار اقتصادی را مطالعه می‌کنند از نظر او به شدت متعهد به نظریه‌های تمیزه شده‌ی کنش هستند و این رفتار به قدر کافی تفسیر نشده است. او همچنین عقیده دارد جامعه‌شناسان از مطالعه‌ی عمیق هر موضوع ادعا شده توسط اقتصاد نئوکلاسیک پرهیز کرده‌اند و به طور ضمنی این پیش فرض اقتصاددانان را پذیرفته‌اند که «فرآیندهای بازار» ابژه‌ی مناسبی برای مطالعه‌ی جامعه‌شناختی نیست زیرا روابط اجتماعی در جوامع مدرن تنها نقش اصطکاکی یا تخریب‌گر را بازی می‌کنند و نه نقش محوری (گرانووتر، ۱۹۸۵: ۴۸۱).

ساختارهای اجتماعی- فرهنگی بسیاری از نتایج مهم اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهند مانند انتخاب شرکا، تصمیمات در مورد اتخاذ راهبردها، پایداری خانواده‌های بزرگ و گروه‌های تجاری قومی در اقتصادهای پیشرفته رشته‌های مجاور با اقتصاد پیشرفت زیادی در رمزگشایی از پویایی‌های پدیده‌های اجتماعی کرده‌اند و راهبرد موثرتر می‌تواند همکاری بینارشته‌ای باشد (گرانووتر، ۲۰۰۵: ۴۷). چیزی که او در این جا می‌گوید یعنی تاثیر ساختارهای اجتماعی- فرهنگی بر نتایج اقتصادی یکی از اهداف جامعه‌شناسی اقتصادی است و کاربرد ساختار در بیان او مشابه با کاربرد میدان در نظریه‌ی بورديو است. همچنین گرانووتر می‌گوید که بیشتر زندگی اجتماعی بر محور تمرکز غیراقتصادی بنا شده است. بنابراین هنگامی که فعالیت اقتصادی و غیراقتصادی مخلوط می‌شوند، فعالیت غیراقتصادی هزینه‌ها و تکنیک‌های در دسترس برای فعالیت اقتصادی را متاثر می‌سازد. این مخلوط شدن فعالیت‌ها آن چیزی است که گرانووتر «حک شدگی اجتماعی» اقتصاد می‌نامد- حدی که تا آن کنش اقتصادی مرتبط با یا وابسته به کنش یا نهادهایی است که در محتوا، اهداف یا فرآیندها غیراقتصادی هستند. در میان انواع حک شدگی‌هایی که وجود دارد حک شدگی کنش اقتصادی در شبکه‌ها، فرهنگ، سیاست و مذهب قرار دارد (گرانووتر، ۲۰۰۵: ۳۵).

او می‌افزاید که جامعه‌شناسی اقتصادی دیگر یک پدیده‌ی جدید نیست. در اواخر قرن نوزدهم متولد شد و در دهه‌ی ۱۹۷۰ دوباره تولد یافت. در اوایل قرن بیست و یکم نیاز است تا فراتر از انباشت مطالعات تجربی بنگریم و دوباره ارزیابی کنیم که چه رئوس مهم نظری را جامعه‌شناسی اقتصادی باید در پی گیرد و در کجا این رئوس با دغدغه‌های جامعه‌شناسی و اقتصاد همخوانی دارد (گرانووتر، ۲۰۰۰: ۱).

ترنر با بحث احساسات منفی و مثبت، به نوعی بخش دیگری از عادتواره را نشان می‌دهد که بیشتر فرهنگی- اجتماعی است. هر آن چه که سطحی از انرژی احساسی منفی باشد که در

1. Granovetter

نتیجه‌ی برآورده نکردن انتظارات واحدهای سازمانی قرار گرفته در برخی عرصه‌های نهادی بوجود آمده است، تا حدی با تحریک احساسی مثبت ناشی از تایید مثبت و برآوردن انتظارات در دیگر عرصه‌ها تسکین می‌یابد. البته اگر شکست‌های فرد در عرصه‌های درگیر در توزیع منابع (یعنی اقتصاد، سیاست و آموزش) با تایید مثبت در دیگر عرصه‌ها جبران نشده باشد حتی ذخیره‌ی بزرگ‌تری از تحریک احساسی منفی پدیدار خواهد شد. بنابراین به عنوان مثال، یک شخص فقیر که در مواجهه با واحدهای سازمانی و نیز در زندگی خانوادگی موفق نشده است ذخایر بزرگی از انرژی احساسی منفی دارد و به طور بالقوه عامل تغییر اجتماعی می‌باشد (ترنر^۱، ۲۰۰۷: ۱۸۷). این ذخایر انرژی برخاسته از احساسات منفی و مثبت که در ذهن و بدن فرد حک می‌شود بعد نوبتی از عادتواره را به ما نشان می‌دهد. در واقع تحریک احساسی قوی‌ترین نیرو در انواع پویایی‌ها است که توسط آن سطح خرد ساختارهای میانه و کلان یک جامعه را تغییر می‌دهد (ترنر، ۲۰۰۷: ۷۲). در واقع، با مطرح کردن تحریک احساسی او سطوح خرد و میانه و کلان را به صورت پویا پیوند می‌زند. همان طور که دیدیم این کار را بوردیو با مفهوم عادتواره انجام می‌دهد.

از آنجایی که نظام قشربندی پیرامون توزیع نابرابر منابع شکل می‌گیرد کسانی که در طبقات بالاتر یا قشرهای بالا در داخل طبقات قرار دارند تنها نباید سرمایه‌ی اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین (با استفاده از گونه‌شناسی بوردیو) بیشتری داشته باشند، همچنین باید ذخایر بزرگ‌تر انرژی احساسی مثبت را دارا باشند. به طور معکوس اشخاص در طبقات پایین‌تر یا قشرهای تحت سلطه در داخل طبقات میزان کمتری از تمامی سرمایه و نیز انرژی احساسی مثبت را دارا هستند. سرمایه‌ی احساسی - برای ابداع نوع دیگری از سرمایه - بنابراین به طور نابرابر در جامعه توزیع شده است. دلیل این نابرابری این است که طبقات بالا و قشرهای مسلط در داخل آن‌ها توسط اشخاصی که در برآوردن انتظارات و دریافت تاییدهای مثبت در مواجهات حک شده در واحدهای سازمانی قرار گرفته در عرصه‌های نهادی توزیع‌کننده‌ی منابع موفق بوده‌اند اشغال شده است در حالی که طبقات پایین‌تر و قشرهای تحت سلطه در داخل آن‌ها نشان دهنده‌ی زندگی‌هایی هستند که احساسات منفی در مواجهات قرارگرفته در واحدهای سازمانی عرصه‌های فوق تحریک شده است (ترنر، ۲۰۰۷: ۱۸۶). او با استفاده از گونه‌شناسی بوردیو در مورد انواع سرمایه، سرمایه‌ی احساسی را معرفی می‌کند و آن را به ساختار نابرابری در جامعه پیوند می‌زند.

و بر نیز در مطالعات خود اقتصاد را متشکل از سه بخش می‌دید: مطالعه‌ی اقتصاد یا پدیده‌ی اقتصادی، پدیده‌ای که بر اقتصاد تاثیر می‌گذارد یا پدیده‌ی مرتبط با اقتصاد و پدیده‌ی مشروط به اقتصاد که تحت تاثیر اقتصاد قرار دارد. بر همین اساس، جامعه‌شناسی اقتصادی با پدیده‌ی مرتبط

با اقتصاد و پدیده‌ی مشروط به اقتصاد سرو کار دارد (سوئدبرگ، ۱۳۹۱: ۳۱). به طور کلی جامعه‌شناسی اقتصادی، کنش‌های اقتصادی اجتماعی که نه فقط به وسیله منافع اقتصادی بلکه توسط احساسات، عواطف و سنت نیز هدایت می‌شوند را مطالعه می‌کند (سوئدبرگ، ۱۳۹۱: ۳۳).

و بر همچنین جامعه‌شناسی اقتصادی را به گونه‌ای می‌بیند که از کنش اقتصادی شروع شده و از طریق روابط اقتصادی ادامه می‌یابد و به سازمان‌های اقتصادی ختم می‌شود. اگر دو نفر با حس تعلق گرد هم آیند روابط آن‌ها جمعی و اگر به خاطر منافع دور هم آیند از نوع انجمنی است (سوئدبرگ، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۴).

از آن‌جا که عادتواره مترادف با ساختمان ذهنی توضیح داده شده است نشان‌گر ساخت تفکر کنشگران می‌باشد و هنگامی که سخن از عادتواره‌ی اقتصادی می‌شود به معنای ساخت تفکر اقتصادی یا گرایش‌ها، تمایلات و سلیق مربوط به امور بنیادین اقتصادی می‌باشد که چون در دایره‌ی جامعه‌شناسی اقتصادی قرار می‌گیرد تحت تاثیر پدیده‌های اجتماعی-فرهنگی می‌باشد.

مفهوم «عاملیت پنهان» را معرفی می‌کنیم که به معنای افکار، احساسات، باور و گرایشاتی است که تحت شرایط معینی می‌توانند ظهور کنند اما عمیق و ریشه‌دار می‌باشند. این مطلب به معنای رویای افراد در صورت نبودن هیچ‌گونه محدودیت در شرایط ایده‌آل نیست بلکه به معنای آن است که با منابع فعلیشان اگر با شرایط خاصی مواجه شوند چه می‌کنند یا چه تمایلی از خود نشان می‌دهند و چه فکر می‌کنند. عاملیت پنهان خود در عیان کردن عادتواره‌ی افراد کمک شایانی می‌نماید. این مفهوم الگوهای فرهنگی پنهان در یک جامعه را نشان می‌دهد.

اگر یک نوع کنش برای شخص رضایت و احساسات خوب به همراه نیاورد حتی اگر از لحاظ اقتصادی عقلانی باشد یعنی منفعت مالی او را تضمین کند در بسیاری از موارد ممکن است از آن اجتناب کند. علاوه بر درونی شدن ساختارها و اجتماعی شدن، خلاقیت و ابتکار افراد به عنوان جزئی پویا از عادتواره مد نظر ماست و می‌تواند به عنوان نیرویی آزادی بخش عمل کند.

کنش‌های اقتصادی همان‌گونه که بیان شد متأثر از احساسات، عواطف و سنت هستند. احساسات در اینجا متفاوت از عواطف است. عواطف به معنای میزان علاقه و احساس صمیمیت و نزدیکی با کنشگران دیگر است ولی احساسات کلی‌تر است و حس خاص نسبت به کنش خاص را شامل می‌شود.

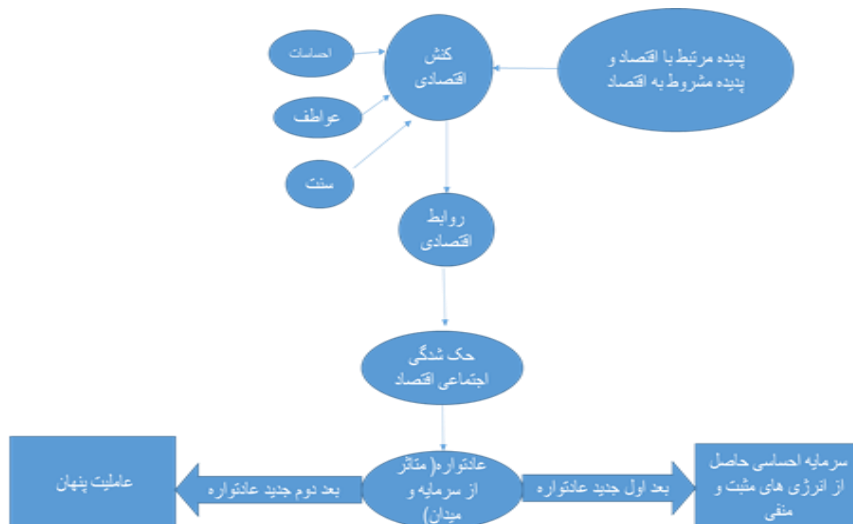
بنابر آن چه گفته شد، عادتواره‌ی مد نظر بوردیو بررسی خواهد شد که نظام پایداری از تمایلات و ترجیحات است که تحت شرایط معینی خود را آشکار می‌سازد یا مانند قطب نما و راهنما عمل می‌کند.

در این پژوهش دو جنبه (بعدی) دیگر نیز به عادتواره‌ی اقتصادی بوردیو افزوده شده است تا چارچوب مفهومی جدیدی شکل بگیرد. بعد اول، سرمایه‌ی احساسی است که ترنر معرفی کرده

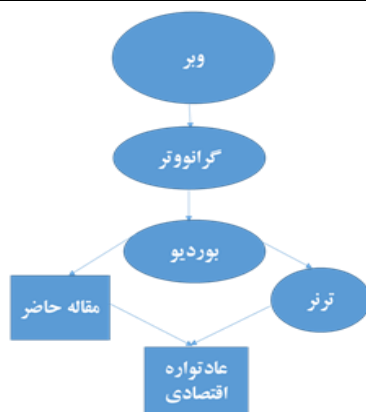
است و برآمده از احساسات مثبت و منفی‌ست و علاوه بر سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادینکه بوردیو به کار می‌برد، در تعیین جایگاه و عادتواره‌ی کنشگران دخیل است.

بعد مفهومی دیگر نیز تحت عنوان عاملیت پنهان در این مقاله معرفی شده است، بدین معنا که در راستای نظر بوردیو مبنی بر این که عادتواره خود را متجلی می‌سازد، در این پژوهش بیان می‌شود که عادتواره گاهی نمی‌تواند خود را متجلی سازد و تحت شرایط اجبار و اضطراب عمل می‌کند که هم نحوه‌ی عمل تحت این شرایط، جزئی از عادتواره است و هم عاملیت پنهان به معنای تفکرات و تمایلاتی که نتوانسته‌اند به مرحله‌ی ظهور برسند ولی ممکن است تحت شرایط معینی خود را بروز دهند. به عبارتی دیگر، عادتواره تولیدکننده‌ی کنش‌ها و نیز تفکرات، ترجیحات و تمایلات بالفعل نشده‌ای‌ست که در وضعیت‌های گوناگون بنا بر شرایط فرهنگی-اجتماعی پنهان می‌ماند.

عاملیت پنهان یعنی بخشی از عادتواره که در صورت حصول شرایط مناسب خود را متجلی می‌سازد اما هر تجلی کنشی نمایانگر عادتواره نیست زیرا خود بوردیو اعتقاد داشت که عادتواره کنش‌هایی را که زیر فشار ماشینی علت‌های بیرونی هستند در بر نمی‌گیرد (شویره و فوتن، ۱۳۸۵: ۷۸). اما این امر به معنای یکسان عمل کردن همگان تحت شرایط اضطراب نباید باشد زیرا مثلاً خیلی‌ها برای کسب درآمد حاضر نیستند حتی هنگامی که پول ندارند دست به کارهایی با منزلت پایین اجتماعی بزنند. پس عمل تحت شرایط اضطراب هم می‌تواند با توجه به بعد اجتماعی- تاریخی جنبه‌ای از عادتواره باشد. در شکل‌های ۱ و ۲ چارچوب نظری- مفهومی ابتکاری مورد استفاده در این پژوهش را ملاحظه می‌کنید که از بوردیو، وبر، ترنر، گرانووتر و مفهوم عاملیت پنهان معرفی شده در این تحقیق شکل گرفته شده است.



شکل ۱. الگوی نظری-مفهومی عادتواره‌ی اقتصادی با استفاده از گونه‌شناسی وبر و مفاهیم ترنر، گرانووتر، بوردیو و پژوهش حاضر



شکل ۲. چارچوب نظری کلی عادتواره‌ی اقتصادی

از منظر وبر پدیده‌ی مرتبط با اقتصاد و پدیده‌ی مشروط به اقتصاد در حوزه جامعه‌شناسی اقتصادی قرار می‌گیرند. در این مقاله در راستای این نظر وبر گونه‌شناس خود را از انواع کنش و آن‌هایی که در جامعه‌شناسی اقتصادی بررسی می‌شوند بیان کردیم. سپس او بیان می‌کند که در حوزه جامعه‌شناسی اقتصادی در ابتدا با کنش اقتصادی روبرو هستیم که از طریق روابط اقتصادی ادامه می‌یابد و به سازمان‌های اقتصادی ختم می‌شود که در اینجا برای مفهوم‌سازی عادتواره‌ی اقتصادی تا همان سطح روابط کافی به نظر می‌رسد. کنش‌های اقتصادی همان‌گونه که بیان شد متأثر از احساسات، عواطف و سنت هستند. احساسات در اینجا متفاوت از عواطف است. عواطف به معنای میزان علاقه و احساس صمیمیت و نزدیکی با کنشگران دیگر است ولی احساسات کلی‌تر است و حس خاص نسبت به کنش خاص را شامل می‌شود. از روابط اقتصادی به حکم‌شدگی اجتماعی اقتصاد مورد نظر گرانووتر می‌رسیم که معتقد است کنش‌ها و روابط اجتماعی متأثر از فرآیندهای اجتماعی هستند. در بعد پیشینه نیز جهت دوری از اطاله‌ی کلام دسته‌بندی آثار انتشار یافته پیرامون عادتواره در جدول زیر آمده است.

جدول ۱. دسته‌بندی آثار پیرامون مفهوم عادتواره

دسته	مساله	منابع	گزاره‌ی اصلی
۱	تشریح و بسط مفهوم عادتواره	W.K. Lau, 2004 Reay, 2004 Swedberg, 2010 Swartz, 2002 Formoso, 2000	عادتواره عبارت است از گرایش، نگرش‌ها، ادراکات، ذائقه‌ها و حتی موارد فیزیکی مانند راه رفتن و طرز ایستادن
۲	نقد مفهوم عادتواره و یا مرور تطبیقی آن با مفاهیم دیگر	Harker and May, 1993 King, 2000 Gebauer and William, 2000 Collet, 2009 Valliati & Cezar Fonesca, 2014	عادتواره برای غلبه بر دوگانگی عین-ذهن مطرح شد و مشابهت‌هایی با برخی مفاهیم مانند عاملیت گیدنز دارد اما خیلی در غلبه بر این دوگانگی موفق نبوده است

ادامه جدول ۱

دسته	مساله	منابع	گزاره‌ی اصلی
۳	چگونگی شکل گیری آن به طور کلی و یا در مورد کنشگرانی خاص	Dumais, 2002 Bourdieu & Nice and Wacquant, 2000 McDonough, 2006 Oliver and O'Reilly, 2010 Crossley, 2001 Hanappi, 2011 Sallaz, 2010 Mayrhofer & Meyer & Steyrer and Langer, 2007 Saatcioglu and Ozanne, 2013 Zevenbergen, 2011 Silverstein, 2004 Costa, 2013 Schiltz, 1982 Rusack & et al, 2011 Owe Dahlgren, 1989 Tomanovic, 2004 Bourgeois and Schonberg, 2007 Formoso, 2000 Horvat and Antonio, 1999	عادتواره محصول تاریخ و تجربیات گذشته‌ی فرد است و بستگی به جایگاه کنشگران در سازمان اجتماعی دارد
۴	تشریح ارتباط آن با مفاهیم مرتبط دیگر همچون هویت و سبک زندگی	W.K. Lau, 2004 Adams, 2006 Isaiah Green, 2008 Silverstein, 2004 Ilahiane, 2001 Sayer, 2011 Harker, 1984 Smith, 2003	عادتواره پایدار است و بسته به جایگاه و شرایط اجتماعی، سازنده‌ی هویت و سبک زندگی افراد می‌باشد
۵	تعارضات ناشی از عدم تطبیق و یا تغییر آن	McDonough and Polzer, 2012 Sallaz, 2010 Jo, 2013	نظر به پایداری عادتواره هنگامی که کنشگران با ویژگی‌های جدید یک میدان و یا جایگاه روبرو می‌شوند دچار اتردیرماندگی می‌گردند.

لازم به ذکر است که گاهی مرز میان دسته‌های بالا در جدول کاملاً مشخص نیست و برخی از پژوهش‌ها در بیش از یک دسته جا می‌گیرند. همان‌طور که در جدول بالا دیده می‌شود بیشترین میزان پژوهش متعلق به دسته سوم است که به چگونگی عادتواره در گروه‌های خاصی از افراد و جمعیت‌ها و در شرایط خاص اجتماعی-جغرافیایی مرتبط است.

در میان پژوهش‌های ایرانی در مورد عادتواره‌ی اقتصادی یا به طور کلی عادتواره، چند نکته‌ی اصلی به چشم می‌خورد: ۱. تحقیقات تجربی بسیار اندکی مشاهده می‌شود علی‌الخصوص با کلید واژه‌ی عادتواره‌ی اقتصادی تقریباً هیچ پژوهشی به چشم نمی‌خورد ۲. عمده‌ی پژوهش‌ها به صورت مروری و انتقادی در مورد نظریه‌ی کنش بوردیو صورت گرفته است و ارجاعی به

عادتواره‌ی اقتصادی داده نشده است بلکه عمدتاً سخن از میدان و منش (عادتواره) بوده است. این امر اساساً به خاطر پیچیدگی نظریه‌ی بوردیو صورت پذیرفته است که حتی صورت ترجمه‌ی شده‌ی آن نیز برای بسیاری از خوانندگان ثقیل به نظر می‌رسد ۳. نکته‌ی اساسی که به چشم می‌خورد آن است که تحقیقاتی که در حوزه‌ی جامعه‌شناسی اقتصادی و یا دیگر رشته‌های مشابه صورت گرفته است در مفهوم‌سازی، اکتشاف و سنجش، مفاهیم دیگری را برگزیده‌اند که در برخی از آن‌ها این کار می‌توانست با استفاده از مفهوم عادتواره به سبک نوینی انجام شود. مفاهیمی از قبیل سبک زندگی، مصرف‌گرایی، جامعه‌شناسی مصرف، سبک مصرف، طبقه و غیره که نشان از دو امر دارد: ۱. روند تحقیقاتی بر مصرف و سبک زندگی متمرکز بوده است که به خاطر ادراک راحت‌تر آن‌ها و قابلیت فرموله‌سازی و پیاده کردن آن‌ها در تحقیقات خصوصاً پژوهش‌های کمی بوده است. همچنین دلیل دیگر آن نوعی هیجان تحقیقاتی فراگیر در مورد این مفاهیم در علوم اجتماعی بوده است و مفاهیمی که منشا آن‌ها فلسفه بوده و مفاهیمی مشابه را کنار زده‌اند (مانند عادتواره که جایگزین عادت در جامعه‌شناسی شده است) به دلیل پیچیدگی حداقل از دامنه‌ی تحقیقات تجربی حذف شده‌اند.

در مورد برخی از این تحقیقات می‌توان گفت آن‌ها می‌توانستند از این مفهوم استفاده کرده و با مفهوم‌سازی آن برای تحقیقات خویش راه دیگری را در پی بگیرند و چه بسا در بعضی از آن‌ها آن‌چه بایستی سنجیده می‌شده و یا سنجیده شده عادتواره‌ها بوده است و نه سبک زندگی‌ها و سبک مصرف‌ها. برای نمونه «دیالکتیک منش (عادتواره) و میدان در نظریه‌ی عمل پیر بوردیو» عنوان پژوهشی‌ست که جایگاه نظریه‌ی بوردیو را در علوم اجتماعی بررسی می‌کند (جمشیدی‌ها و پرستش، ۱۳۸۶)، به عبارتی دیگر پژوهشی تجربی و کاربردی نیست بلکه مروری و انتقادی‌ست.

روش‌شناسی

از آن‌جایی که در این پژوهش درک و فهم پدیده‌ی مورد نظر همراه با کاوش در تفکر و کنش‌های اقتصادی کنشگران مد نظر بوده است تا به نظریه‌ای در این باب برسیم، برای انجام این تحقیق با رویکردی کیفی از نظریه‌ی زمینه‌ای استفاده شده است. از کاربردهای نظریه‌ی زمینه‌ای (یا زمینه بنیاد) مطالعات اکتشافی و توصیفی، شدت بخشیدن به مسائل، ابهامات و مشکلاتی‌ست که مردم در زندگی اجتماعی با آن‌ها مواجه می‌باشند (میرزایی، ۱۳۹۵: ۲۳۵).

نظریه‌ی زمینه بنیاد مبتنی بر مکتب (یا نحله) کنش متقابل نمادین است و جهان و تفسیرهای مردم در خصوص آن از دیدگاه خودشان و بسته به ادراکشان درک می‌گردد و بررسی همدلانه از مهم‌ترین رویکردهای آن می‌باشد (میرزایی، ۱۳۹۵: ۲۳۶). از آن‌جایی که در این

پژوهش در ضمن مصاحبه‌های فردی و گروهی به بررسی تفاسیر افراد از دیدگاه و ادراکشان از منظر خودشان پرداخته شده است از این روش استفاده شده است.

پژوهشی با نظریه‌ی زمینه‌بنیاد یک تحقیق توصیفی نیست زیرا هدف آن ساخت مفاهیمی است که به شیوه‌های حل و فصل مسائل محوری مردم می‌پردازد و در نتیجه توصیف نیز به معنای توضیح مفاهیم مورد نظر می‌باشد. ریشه‌ی نظریه و زمینه در داده‌ها است (میرزایی، ۱۳۹۵: ۲۳۷). چون یکی از اهداف این پژوهش، ساخت مفاهیم و دست‌یابی به یک گونه‌شناسی از انواع عادت‌واره‌ی اقتصادی بوده است این روش مناسب‌تر از سایر روش‌ها بوده است. بنابراین چون هدف ما صرفاً توصیف کنش‌های اقتصادی نبوده است و تفاسیر معانی و انگیزه‌های پنهان کنشگران که تحت تاثیر عوامل فرهنگی-اجتماعی هستند مد نظر بوده است از این روش استفاده گردیده است. نظریه‌ی زمینه‌ای از دیگر رویکردهای پژوهشی متفاوت است از این جهت که برای تبیین و توضیح پدیده‌ی مورد مطالعه استفاده می‌شود. راهبردهای مورد استفاده در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها منجر به تولید نظریه‌ای می‌شود که پدیده‌ی مورد نظر را از جنبه‌ی خاصی و در زمینه‌ی کسانی که آن را تجربه می‌کنند تفسیر می‌نماید (بریکس و میلز، ۲۰۱۱: ۱۶).

نظریه‌ی زمینه‌ای طریقی را که روش، نقشه‌ی روشی را ترسیم مجدد نموده است و برخی موضوعات روشی فلسفی و عملی مهم را مطرح کرده است و گرایش به توسعه و بهبود روش‌ها را مد نظر قرار داده است، مورد تاکید قرار می‌دهد (برایانت و چارمز، ۲۰۰۷: ۴). نظریه‌ی زمینه‌ای جذابیت آشکاری در زمینه‌هایی دارد که هیچ نظریه‌ی قبلی وجود ندارد، بنابراین برای پدیده‌های جدید انتخاب بسیار خوبی است. همچنین برای مطالعه‌ی فرآیندها مناسب است، مخصوصاً هنگام تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه و این امر احتمالاً بدین جهت است که توجه دقیق به آنچه افراد می‌گویند احتمالاً منجر به خلق مفاهیم جدید می‌شود (Urquhart, 2013: 10).

با توجه به موارد گفته شده ضرورت استفاده از این روش و سودمندی آن جهت تولید نظریه‌ای جدید و اکتشاف و تبیین ساخت تفکر اقتصادی که متأثر از الگوهای فرهنگی-اجتماعی است آشکار می‌گردد. جمع‌آوری داده‌ها عمدتاً از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه ساخت یافته صورت گرفته است. همچنین از مشاهده، اسناد و مدارک، گفتگوهای میدانی و مصاحبه‌های گروهی نیز بهره برده شده است. در حین و بعد از مصاحبه، متن آن‌ها مورد تحلیل قرار گرفته است. گفتگوهای میدانی در مراکز خرید و تجاری صورت گرفته است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند از میان متاهلین ساکن مشهد صورت پذیرفته است و مصاحبه‌ها تا رسیدن به نقطه‌ی اشباع نظری ادامه یافته است. استفاده از مشاهده در محیط طبیعی که کم‌تر به عنوان یک ابزار غالب گردآوری داده‌ها در روش‌های کیفی به کار می‌رود در این پژوهش به صورتی گسترده به

کار رفته است. گفتگوها به صورت باز انجام شده است و ساختاریافته با سوالات از پیش موجود نبوده است بلکه تلاش شده است تا نوع غالب کنش اقتصادی افراد مربوط به تصمیم‌گیری و یا ترجیح و دیدگاهشان عیان شود. مشاهدات و گفتگوها در راستای عیان کردن این مورد بوده است که کنش اقتصادی و تفکر اقتصادی فرد تحت تاثیر چه عواملی است که تنها اقتصادی نیستند.

در تحقیقات کیفی کفایت موارد مورد اشاره به حس اقناع پژوهشگر واگذار می‌شود (مردی‌ها، ۱۳۹۶: ۵۳). همچنین چون جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها همزمان صورت می‌گیرد و فرآیندی خطی نیست بلکه چرخه‌ای تکمیلی- ترمیمی دارد (میرزایی، ۱۳۹۵: ۲۳۸-۲۴۱)، این مراحل نیز در هم تنیده بوده‌اند و جداگانه اجرا نشده‌اند. برای تحلیل از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شده است تا مدل پارادایمی استخراج شود. حین کدگذاری‌ها از یادداشت نویسی‌های نظری استفاده گردیده است. همچنین گفتگوهای میدانی و بی‌ساختار و مشاهدات، مورد تحلیل مضمونی قرار گرفته‌اند. استفاده از روش‌های گوناگون جمع‌آوری داده‌ها در طول دو سال و دقت نظری در استخراج مدل پارادایمی و گونه‌شناسی و فرآیند چرخه‌ای جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر داده‌ها روایی و پایایی تحقیق را تضمین نموده است.

کارل مانهایم^۱ می‌گوید که ما به تفصیل سرشت معنایی الگوهای تجربه‌ی ذهنی را بررسی می‌کنیم زیرا لایه‌ای هستند که معنای بیانی و مستند در آن فهمیده می‌شود. وقتی کسی چیزی می‌گوید کم‌تر به فحوای نظری آن چه می‌گوید بایستی توجه کرد و بیشتر باید به این واقعیت پرداخت که او دقیقاً این گزاره را ابلاغ می‌کند و نه گزاره‌ی دیگری را و نیز به چگونگی گفتن آن. گاه فاصله از پرسش خود پاسخی روشن‌گر است (مانهایم، ۱۳۸۹: ۱۱۳). ما در این پژوهش علاوه بر توجه به محتوای نظری پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان و گفتگوهای میدانی و سایر موارد از این دیدگاه بهره‌برده‌ایم و آن را مد نظر قرار داده‌ایم تا بتوانیم پی به آن الگوی تجربه‌ی ذهنی از طریق بیان کردن الف و نه بیان کردن ب ببریم.

در این پژوهش تلاش شده است تا انگاره‌ی کدبندی استفاده شود یعنی به صورت نظام‌مند به شرایط علی پدیده‌ها یا بافت، شرایط دخیل، پیامدها و راهبردها پرداخته شود و محتوای تجربی ما محدود است و داده‌ها تحت تاثیر کاربرد آن‌ها نیستند و از منابع گوناگون جمع‌آوری شده‌اند. پس رویکرد ما بیشتر اشتراوسی‌ست و نه گلاسری و بیشتر در حوزه‌ی کیفی معنادار است (میرزایی، ۱۳۹۵: ۲۳۹-۲۴۰).

حساسیت نظری در این پژوهش با استفاده از صرف زمان زیاد بر روی تولید و گردآوری داده‌ها، استفاده از روش‌های گوناگون جمع‌آوری و تولید داده‌ها، مرور گسترده و بسط ادبیات

1. Karl Mannheim

موجود و استفاده‌ی فراوان از یادداشت‌های نظری و مشاهدات حاصل شده است. حساسیت نظری، پیوستگی نظری و استفاده از یادداشت‌های نظری سهم به سزایی در افزایش اعتمادپذیری به یافته‌ها و نتایج پژوهش داشته‌اند. به طور کلی جهت افزایش شایستگی (معادل اعتبار درونی در تحقیقات کیفی) از تاییدپذیری یافته‌ها با مراجعه به ادبیات پژوهش، درگیری بلندمدت در فرآیند پژوهش و استفاده از منابع گوناگون داده‌ای استفاده شده است. جهت افزایش اتکاپذیری (معادل پایایی در تحقیقات کیفی) نیز یافته‌ها، تفاسیر و نتایج با برخی از مشارکت‌کنندگان در میان گذاشته شد، نتایج به دست آمده با ادبیات پژوهش مقایسه گردید، مقایسه‌ی پیوسته‌ی داده‌ها با هم و کشف تناقضات، تعارضات و علت‌های آن‌ها انجام شد، مشاهده‌ها و مصاحبه‌ها در صورت لزوم تکرار شد، کدگذاری و کدگذاری مجدد داده‌ها بعد از وقفه‌ای چند روزه انجام گرفت و از روش‌شناسان خبره جهت بررسی فرآیند پژوهش استفاده گردید.

به طور خلاصه استفاده از روش‌های گوناگون جمع‌آوری داده‌ها، استفاده از ادبیات موجود، حساسیت نظری، یادداشت‌های نظری و پیوستگی نظری حاصل شده و دقت نظری در استخراج مدل انگاره‌ای و ارائه‌ی گونه‌شناسی و فرآیند چرخه‌ای جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر داده‌ها اعتبار درونی و پایایی تحقیق را بالا برده است.

یافته‌های پژوهش

تیپ‌های غالب عادتواره‌ی اقتصادی حاصل از پژوهش به قرار زیر می‌باشند. لازم به ذکر است که در هیچ شخصی ویژگی‌های خالص تنها یکی از انواع عادتواره‌ی اقتصادی وجود ندارد و هر کنشگر دارای عادتواره‌ی اقتصادی ترکیبی است، البته یکی از انواع آن در هر کنشگر نقش مسلط و وجهه‌ی غالب را داراست. برای هر یک از گونه‌های اکتشاف شده شواهدی در ذیل ارائه می‌گردد.

جدول ۲. انواع‌های عادتواره‌ی اقتصادی

ویژگی اصلی	انواع عادتواره‌ی اقتصادی
حس درونی مانند عشق و محبت و شادی و احساسات برآمده از نوع رابطه و میزان صمیمیت با دیگری در کنش و یا تصمیم‌گیری ملاک اصلی عمل است.	احساسی - عاطفی
اعتقادات و ارزش‌هایی درونی شد برآمده از سنت، مذهب و غیره، تعهد و مسئولیت شخص ملاک عمل و تصمیم‌گیری و تفکر است.	ارزشی - باورمدار
مطابق با نظریه انتخاب عقلانی عمل می‌کند و سود مادی را جستجو می‌نماید مخصوصاً اگر در جایگاه فروشنده و یا عرضه‌کننده باشد.	مادی‌گرا - سودجویانه
در پاسخ به سوالات و وضعیت‌ها از عبارت «بستگی دارد» استفاده می‌کند و تعمیم کلی نمی‌دهد. شرایط مادی و غیرمادی را در نظر می‌گیرد.	خردگرایانه - وضعیتی

عادتواره‌ی احساسی-عاطفی در تصمیم‌گیری‌ها و کنش‌های اقتصادی نوع رابطه و میزان صمیمیت با کنشگر دیگر را در نظر می‌گیرد. همچنین احساسات برآمده از انجام آن کنش اقتصادی نیز در غیراقتصادی عمل کردن او موثر است. بدین معنا که مثلاً برای همسر، فرزند و اعضای درجه‌ی یک خانواده هزینه می‌کند و چشمداشتی هم ندارد حتی اگر مجبور به پرداخت هزینه‌ی یک طرفه و یا زیادتری از حد معمول باشد و یا مسئولیتی در مواردی متوجهش از لحاظ اقتصادی نباشد. همچنین اگر شخصی دوستانش را به مهمانی شام دعوت می‌کند تا موردی را جشن بگیرد و یا چون این دوره‌ی احساس شادی به او می‌دهد نیز در این دسته قرار می‌گیرد.

در عادتواره‌ی ارزشی- باورمدار ملاک تصمیم‌گیری و کنش اقتصادی، باورها و ارزش‌ها می‌باشد که برآمده از سنت‌ها، مذهب، اعتقادات شخصی و متن و زمینه‌ی فرهنگی- اجتماعی یک جامعه است که ممکن است تعهد و مسئولیت در موردی خاص یا شخصی خاص را متوجه کنشگر نماید. همچنین جایگاه اجتماعی فرد و انتظارات فرهنگی- اجتماعی از او نیز در کنش اقتصادی او اثرگذار است. مثلاً شخصی به خاطر باور مذهبی خمس پرداخت می‌کند و یا به خاطر تکلیف شهروندی مالیات پرداخت می‌نماید و یا عکس این موارد نیز مصداق دارد.

در عادتواره‌ی مادیگرا- سودجویانه شخص کنشگر مطابق با نظریه‌ی انتخاب عقلانی در پی بیشینه کردن سود مادی خویش است. این امر به خصوص هنگامی مصداق دارد که شخص در جایگاه عرضه‌کننده و یا فروشنده محصولات و خدمات باشد و به عنوان مثلاً یک پدر با فرزند خویش با استفاده از عادتواره‌ی احساسی- عاطفی بهره می‌گیرد اما هنگامی که در جایگاه اقتصادی خود در بازار قرار می‌گیرد ممکن است مادیگرا- سودجویانه عمل نماید.

عادتواره‌ی خردگرایانه- وضعیتی با توجه به شرایط و منابع اقتصادی و غیراقتصادی تصمیم می‌گیری کرده و دست به کنش می‌زند. مثلاً میزان سرمایه‌ی اقتصادی در دسترس برای او در مواردی ملاک عمل بوده و در شرایط بد اقتصادی حاضر به قرض کردن و گرفتن وام برای موارد لوکس و غیرضروری نمی‌باشد. این عادتواره خود را به صورت صرفه‌جو نشان می‌دهد و نه ولخرج و یا خسیس.

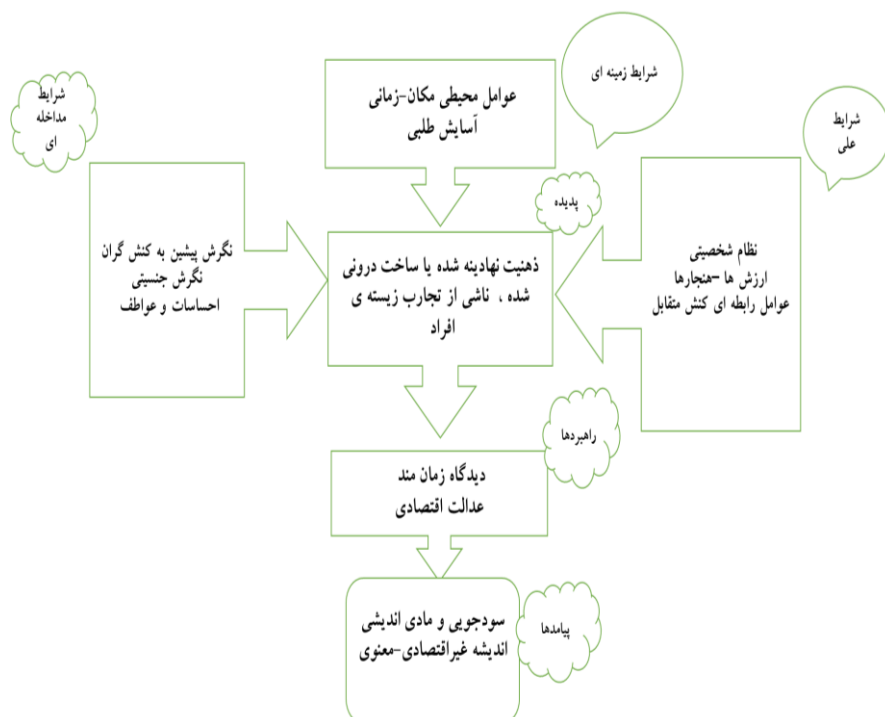
با استفاده از سه مرحله‌ی کدگذاری کار تجزیه و تحلیل یافته‌ها و استخراج مدل پارادایمی صورت گرفت. مفاهیم کلی از دل کدگذاری باز استخراج شدند که آن‌ها را همراه با مقولات حاصل از کدگذاری محوری و نوع مقوله در جدول زیر ملاحظه می‌کنید. همچنین مقوله‌ی مرکزی یا پدیده در نهایت با عنوان «ذهنیت نهادینه شده یا ساخت درونی شده ناشی از تجارب زیسته» به دست آمد.

جدول ۳. مفاهیم، مقولات کلی و نوع مقوله

شماره	مفهوم	مقوله‌ی کلی	نوع مقوله
۱	رکود و رونق بازار	عوامل محیطی مکان-زمانی	زمینه‌ای
۲	سرمایه‌ی اقتصادی کنشگر		
۳	ثبات اقتصادی کلان کشور		
۴	نگرش به همسر	نگرش پیشین به کنشگران	مداخله‌ای
۵	خودپنداره		
۶	نگرش به دیگری (دوست، غریبه و خانواده)		
۷	نگرش به زن	نگرش جنسیتی	مداخله‌ای
۸	نگرش به مرد		
۹	شان و منزلت	احساسات و عواطف	مداخله‌ای
۱۰	شرم و حیا		
۱۱	خوشحالی و لذت		
۱۲	ناراحتی و خشم		
۱۳	تفاهم		
۱۴	صمیمیت	عوامل رابطه‌ای کنش متقابل	علّی
۱۵	اعتماد		
۱۶	احترام		
۱۷	عشق و علاقه		
۱۸	تعهد و مسئولیت		
۱۹	دلسوزی		
۲۰	اجتماعی شدن خانوادگی		
۲۱	تمایلات و گرایش‌های شخصی	نظام شخصیتی	علّی
۲۲	تمایزجویی و برتری طلبی		
۲۳	تجارب پیشین		
۲۴	استقلال طلبی		
۲۵	کسب تجربه و دانش		
۲۶	آینده نگری	دیدگاه زمان‌مند	راهبردی
۲۷	ترس از آینده		
۲۸	بیگاری کردن	سودجویی و مادی اندیشی	پیامدی
۲۹	بیگاری کشیدن		
۳۰	تبدیل سرمایه‌ها (به سرمایه‌ی اقتصادی)		
۳۱	غش در مبادله‌ی اقتصادی		
۳۲	خسران و هزینه‌ی اقتصادی		

ادامه جدول ۳

شماره	مفهوم	مقوله‌ی کلی	نوع مقوله
۳۳	باورهای سنتی	ارزش‌ها و هنجارها	علّی
۳۴	باورهای مذهبی		
۳۵	ملاک قانونی-عرفی		
۳۶	باورهای شخصی	آسایش طلبی	زمینه‌ای
۳۷	آرامش جسمی		
۳۸	آرامش روحی-روانی		
۳۹	حس تعلق به وطن	عدالت اقتصادی	راهبردی
۴۰	رفع نیاز شخصی		
۴۱	ادای حق و انصاف		
۴۲	توزیع پولی	اندیشه غیراقتصادی-معنوی	پیمادی
۴۳	کمک بلاعوض		
	جلب محبت		
	اثبات عشق و علاقه		



شکل ۳. مدل پارادایمی ذهنیت نهادینه شده یا ساخت درونی شده، ناشی از تجارب زیسته

مقوله‌ی مرکزی یا پدیده که ملاحظه می‌کنید به معنای درونی شدن ساختی در ذهنیت کنشگران است که ماحصل تجارب زیسته و زندگی آن‌ها در متن فرهنگ یک اجتماع می‌باشد. این ساخت درونی شده همان ذهنیت‌ها یا عادت‌ها و گرایش‌ها و امیالی است که در یک فرآیند دیالکتیکی میان عاملیت و ساختار یا به بیان بوردیو عادتواره و میدان، نهادینه شده است و عادتواره‌ی اقتصادی افراد را شکل داده است.

شرایط علی موثر در این مدل، نظام شخصیتی، ارزش‌ها، هنجارها و عوامل رابطه‌ای کنش متقابل می‌باشد. یعنی این عوامل نقش علی را در شکل‌گیری آن ذهنیت نهادینه شده بازی کرده‌اند. منظور از عوامل رابطه‌ای کنش متقابل، تفاهم، صمیمیت، اعتماد، احترام، عشق، تعهد و دلسوزی است. بدین معنا که وجود این عوامل عادتواره‌ی اقتصادی را شکل داده و کنش‌های اقتصادی را هدایت می‌نماید. به عنوان مثال وجود تفاهم و صمیمیت بین دو نفر که عاملی غیراقتصادی است در شکل‌گیری کنش‌های اقتصادی میان آن دو نفر نقشی علی بازی می‌کند.

شرایط علی فوق جامع می‌باشند، بدین معنا که آن‌ها به کنش‌های اقتصادی مطابق با گونه‌شناسی ارائه شده در فصل دوم شکل می‌دهند و نقشی تعیین کننده دارند. نظام شخصیتی از اجتماعی شدن و آموزش در خانواده و مدرسه شکل می‌گیرد که عادتواره‌ی افراد را شکل می‌دهد. منظور از آن مجموع تمایلات و گرایش‌های شخصی و تفکر خاص هر شخص می‌باشد که در او نهادینه شده است و حاصل گذر زمان می‌باشد. ارزش‌ها و هنجارها از متن فرهنگی یک جامعه‌ی وابسته به جغرافیا و در برهه‌ای خاص از تاریخ بر می‌خیزند و سنت‌ها، مذهب، قانون و عرف و اعتقادات شخصی ریشه‌دار در تجارب نیز به آن مربوط می‌باشند. عوامل رابطه‌ای کنش متقابل نیز نوعی تحلیل رابطه‌ای وابسته به جایگاه در فضا را که در فصل دوم معرفی کردیم نمایان می‌کنند که روابط مجاورت/دوری بر روی کنش‌های متعاقب اقتصادی افراد تاثیر می‌گذارد. در این مورد شدت و نوع رابطه، تفهیم یا ادراک مشترک از مسائل و حس احترام، عشق، دلسوزی و تعهد که همه متوجه دیگری هستند و وجود دارند یا وجود ندارند باعث شکل‌گیری کنش‌ها و تفکرات اقتصادی بعدی می‌شوند. به عنوان مثال وجود عشق، تعهد و یا اعتماد باعث می‌شود فرد در رابطه‌اش با دیگری اقتصادی فکر نکند و بالعکس زیرا در فضای اجتماعی رابطه‌ی نزدیکی حاصل از جایگاه نزدیک به هم دارند.

شرایط زمینه‌ای شامل عوامل محیطی زمان- مکانی و آسایش طلبی است. منظور از عوامل محیطی مکان- زمانی عواملی است که وابسته به یک مکان یا جغرافیای خاص و در برهه‌ی خاصی از تاریخ یا زمان مشخصی است بدین معنا که وجود این عوامل در مکان و زمان دیگری نیز نقش عوامل زمینه‌ای را بازی می‌کند ولی در همه‌ی زمان‌ها و مکان‌ها ممکن است به صورت مثبت وجود نداشته باشد. در پژوهش ما این عوامل شامل رکود و رونق بازار، ثبات اقتصادی

کلان و میزان سرمایه‌ی اقتصادی کنشگر می‌شود که تقریباً در همه جا کنش‌های اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند در جایی به صورت رکود و در جایی به صورت رونق. مراد از آسایش طلبی این است که یک کنش و یا تصمیم اقتصادی تا چه میزان با آرامش جسمی و روحی - روانی و یا حس تعلق به مکان مثلاً میهن یا زادگاه درگیر است. بدین معنا که مثلاً شخصی ممکن است علیرغم سود اقتصادی سرشار یک کنش اقتصادی، به خاطر بر هم خوردن آرامش روحی-روانی و یا جسمانی و یا خستگی مفرط حاصل از آن صرف نظر کند.

شرایط مداخله‌ای شامل نگرش پیشین به کنشگران، نگرش جنسیتی و احساسات و عواطف می‌باشد. نگرش پیشین یعنی شخص نسبت به همسر، غریبه، دوست، همکار و غیره چه نگرش پیشینی در ذهن دارد که کنش متقابل اقتصادی با او را تحت تأثیر قرار می‌دهد. منظور از آن‌ها یک فرد خاص نیست بلکه نقشی است که آن فرد دارد. مثلاً در مورد همسر، شما قبل از ازدواج نیز نگرشی نسبت به شخصی که نقش همسر را بازی می‌کند دارید، پس این نگرشی مقوله‌ای است. همچنین شامل نگرش شخص به خود و تصویرش از خود نیز می‌شود. نگرش جنسیتی یعنی دیدگاه شخص نسبت به مرد و یا زن چیست که مثلاً باورش نسبت به اشتغال همسرش را تحت تأثیر قرار می‌دهد. نظر به اهمیت مقوله‌ی جنسیت در این پژوهش به خصوص در حوزه‌ی مسائل مرتبط با خانواده این مقوله جدا از مقوله‌ی قبلی در نظر گرفته شده است. احساسات و عواطف بدین معناست که کنش مورد نظر برای شخص چه احساسی به باور خواهد آورد. اگر تصورش ایجاد احساس شادی است حتی اگر از لحاظ اقتصادی به صرفه نباشد امکان انجام آن کار وجود دارد. همچنین ممکن است یک فرد تحت تأثیر خشم و ناراحتی دست به انجام کاری بزند و یا از آن منصرف شود. لازم به ذکر است که این عوامل نقش مداخله‌ای را بازی می‌کنند و نسبت به عوامل علی نقش حاشیه‌ای دارند. به عبارتی عوامل علی را تقویت کرده و یا تضعیف می‌کنند اما نقش اصلی را دارا نمی‌باشند. مثلاً نوع رابطه با همسر که بر عشق و اعتماد مبتنی است می‌تواند بر نگرش منفی جنسیتی و یا نگرش پیشین به مقوله‌ی همسر تأثیر گذاشته و آن را تغییر دهد که این خود حاصل نهادی شدن این امر، حاصل از تجربه‌ی زیسته در ذهنیت فرد می‌باشد یا می‌تواند همراستا با آن عمل کرده و تقویت شود و در حالتی دیگر تضعیف شود.

شرایط راهبردی شامل دیدگاه زمان‌مند و عدالت اقتصادی می‌شود. دیدگاه زمان‌مند به معنای آینده‌نگری و یا ترس از آینده می‌باشد. یعنی کنش اقتصادی را شخص انجام می‌دهد و یا نمی‌دهد به خاطر این که از آینده می‌ترسد و یا آینده‌نگری می‌کند. مثلاً قیمت کالایی بالا می‌رود ولی او باز هم بیشتر می‌خرد زیرا می‌ترسد در آینده در دسترس نباشد و یا گران‌تر شود. کنش او در حال حاضر به دیدگاه زمان‌مند او وابسته است. این ترس از آینده غالباً ریشه در تجارب زیسته‌ی مشابه در گذشته دارد که این امر باعث می‌شود به مقوله‌ی مرکزی ربط مستقیم

پیدا کند که به عنوان پیامد نهادینه شدن ساخت ذهنی لحاظ می‌شود. دیگر مقوله‌ی شرایط راهبردی عدالت اقتصادی‌ست. یعنی بسته به نیاز کنشگران و نیاز جهت ادای حق و انصاف کنش اقتصادی صورت می‌گیرد که در نهایت عدالت اقتصادی از دیدگاه کنشگر حاصل آن است. مانند هنگامی که به خاطر نیازهای متفاوت فرزندان در سنین مختلف هزینه‌هایی که برای آن‌ها صورت می‌گیرد متفاوت است یا به سازمان‌های خیریه و نیازمندان کمک‌های بلا عوض می‌شود تا عدالت برقرار شود. عدالت در اینجا بار ارزشی مثبت ندارد و وابسته به دیدگاه شخص کنشگر می‌باشد. یعنی از منظر او چیزی عین عدالت و حق است مانند مطالبه‌ی مهریه، یا گران‌تر فروختن کالا چون فرد درآمدش کم است و این مساله را حق خود می‌داند.

شرایط پیامدی شامل سودجویی و مادی‌اندیشی و نیز اندیشه‌ی غیراقتصادی و معنوی می‌شود. مادی‌اندیشی و سودجویی نظریه انتخاب عقلانی را در این مورد تأیید می‌کند یعنی به عنوان یک راهبرد متناسب با عادتواره‌ی سوچو-مادی‌گرا گاهی کنشگر در کنش‌های اقتصادی‌اش تنها بر سود مادی و ضرر و زیان اقتصادی متمرکز می‌شود. بیگاری کردن و یا بیگاری کشیدن که هر دو تنها به خاطر کسب پول باشد در زمره‌ی این شرایط راهبردی قرار می‌گیرند. تبدیل سرمایه‌ی فرهنگی به سرمایه اقتصادی نیز در این دسته قرار می‌گیرد. سرمایه جنسی نوعی سرمایه فرهنگی است زیرا سرمایه فرهنگی از منظر بورديو سه بعد دارد که اولین آن توانایی استفاده از بدن و ذهن است (تراسبی، ۱۳۸۷: ۷۲). پس وقتی مردی از توانایی‌های جسمی و ذهنی و یا مردانگی‌اش و یا زنی از توانایی‌های جسمی و ذهنی و یا زنانگی‌اش برای کسب در آمد استفاده می‌کند یعنی در حال تبدیل سرمایه‌ی فرهنگی خویش به سرمایه‌ی اقتصادی‌ست. این تبدیل سرمایه‌ی فرهنگی از بعد جنسیتی آن یعنی بهره‌مندی از جذابیت‌های زنانه (و در برخی موارد مردانه) در بازار کار در موارد زیادی به چشم می‌خورد. در نقطه مقابل آن اندیشه غیراقتصادی یا معنوی قرار دارد که در دسته عادتواره‌های دیگر جای می‌گیرد و مثلاً کمک به خیریه‌ها، یا خرید هدیه برای اثبات محبت را در بر می‌گیرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج به دست آمده حاصل از ۲۰ مصاحبه‌ی انفرادی عمیق نیمه ساخت یافته با زنان و مردان متاهل ۲۰ تا ۴۰ ساله‌ی ساکن شهر مشهد به همراه مصاحبه‌های گروهی (بیشتر در کلاس‌های درسی که محقق، مدرس آن‌ها بوده است)، مشاهدات و گفتگوهای میدانی و مراجعه به اسناد مربوط بوده است تا زمانی که به نقطه‌ی اشباع رسیدیم. مشخصات مصاحبه شونده‌گان انفرادی، شرایط مصاحبه و فایل‌های صوتی مصاحبه‌ها نزد محقق موجود است و در صورت نیاز می‌تواند ارائه شود و به جهت محدودیت واژگانی و فضایی در این جا آورده نشده است.

عادتواری اقتصادی برآمده از فرهنگ و زمینه است و در طول زمان به خاطر تجارب زیسته‌ی افراد شکل گرفته و درونی می‌شود. به بیان دیگر فارغ از علل دیگر عادتواری اقتصادی (مانند جامعه‌پذیری و آموزش) به خاطر تجربیات افراد مانند تجربه‌ی زندگی مشترک و یا درگیر مشکلات اقتصادی بزرگ کردن فرزندان و یا تصمیم به فرزندآوری بودن، عادتواری اقتصادی آن‌ها در متن اجتماع و زمینه‌ی فرهنگی شکل گرفته است و نه این که حاصل شخصیت روان شناختی این افراد باشد بلکه نتیجه‌ی کنش‌های متقابل میان افراد است.

نظریه‌ی انتخاب عقلانی در این پژوهش به گونه‌ای تجربی و با مصداق‌های عینی مورد چالش و نقض شدید قرار می‌گیرد اما کاملاً بی‌اعتبار نمی‌شود. در مورد برخی از کششگران مخصوصاً هنگامی که نقش تولیدکننده و یا عرضه کننده را دارند نوع سوم عادتواری اقتصادی بسیار پررنگ است. در مورد کسانی که به طبقه اقتصادی محروم جامعه تعلق دارند یعنی سرمایه‌ی اقتصادی اندکی دارند نیز این نظریه کاربرد دارد. به بیانی دیگر می‌توان گفت هر چه اوضاع اقتصادی و سطح رفاه نسبی در جامعه‌ای بدتر شود نظریه‌ی انتخاب عقلانی بیشتر تایید می‌شود و برعکس.

حک شدگی مد نظر گرانووتر در عادتواری‌های اقتصادی عیان شده‌ی یک، دو و چهار خود را به تایید می‌رساند، زیرا مخلوط بودن مسائل اجتماعی- فرهنگی را با مسائل اقتصادی به وضوح نشان می‌دهد. به بیانی دیگر جامعه‌شناسی اقتصادی را تقویت می‌کند و اقتصاد محض یا ارتدوکس را به چالش می‌کشد زیرا بیان گر این امر است که انسان‌ها در مورد امور اقتصادی صرفاً اقتصادی نمی‌اندیشند و یا عادتواری اقتصادی آن‌ها، صرفاً اقتصادی شده نمی‌باشد.

طبق نظر بورديو سرمایه‌ها فضای اجتماعی را می‌سازند و فضای اجتماعی مشابه (حاصل از ترکیب و حجم سرمایه‌ای مشابه) ذائقه‌های مشابه را شکل می‌دهند که در نهایت سبک زندگی فرد ترکیبی از سرمایه‌ها و فضای اجتماعی می‌باشد (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۱: ۱۱۶). همان‌طور که بیان شد میزان سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی در شکل‌گیری و بروز عادتواری اقتصادی نقش فعالی بازی می‌کند. از تبدیل سرمایه‌ی فرهنگی به سرمایه‌ی اقتصادی گرفته تا نادیده گرفتن مسائل مادی به نفع افزایش سرمایه‌ی فرهنگی و جایگاه اجتماعی توسط کسانی که از این دو نوع سرمایه به میزان زیادی بهره می‌برند. عادتواری‌های اقتصادی مشابه به خاطر تشابه در میزان و حجم سرمایه‌ی در دسترس فرهنگی و اقتصادی به عنوان یکی از شرایط علی می‌باشد.

هنوز هم این اعتقاد وجود دارد که حق با مارکسیست‌هاست و روح تاریخ اقتصادی ست (ررتی، ۱۳۸۴: ۳۱۳). این امر در ادبیات نیز در قالب ضرب‌المثل‌هایی مانند «آدم گرسنه دین و ایمان ندارد» بارتاب یافته است. همچنین در حدیثی از پیامبر نقل شده است که «فقر دیوار به دیوار کفر است» (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۵: ۴۶۵۴) که این کلام نیز در همین راستاست. نتایج

برآمده از این پژوهش فارغ از تایید کردن روح اقتصادی تاریخ همان طور که گفته شد به اهمیت میزان سرمایه‌ی اقتصادی فرد در تصمیم‌گیری‌ها، کنش‌ها و گرایش‌ها و بروز عواطف و احساسات و بالفعل شدن عاملیت پنهان اشاره دارد و در صورت نبود سرمایه‌ی اقتصادی کافی نه تنها عواطف و احساسات مجال‌ی برای نفوذ پیدا نمی‌کنند بلکه دایره‌ی تاثیر ارزش‌ها و باورها نیز محدودتر می‌شود.

گلدمن معتقد است جامعه‌شناسی روی به روش‌های تبیین و تسکین معضلات مربوط به سازگاری با جامعه‌ی سرمایه‌داری فن‌سالارانه و بغرنج آورده است و نسبت به تحولات کیفی ساختارهای اجتماعی بی‌اعتنا بوده است (همیلتون، ۱۳۸۰: ۱۱۵). پژوهش‌هایی مانند پژوهش حاضر که به صورت کیفی ذهن کنشگران و آشفتگی‌های مربوط به امور اقتصادی‌شان را می‌کاوند و از معنای پنهان خبر می‌دهند، در نقطه‌ی مقابل سخن گلدمن قرار می‌گیرند و بایستی بیشتر به آن‌ها بها داده شود زیرا الگوهای فرهنگی پنهان موجود در زیر پوست جامعه را می‌کاوند.

منابع

قرآن کریم

بوردیو، پیر، (۱۳۹۰)، **تمایز**، ترجمه‌ی حسن چاوشیان، تهران، نشر ثالث.

تراسی، دیوید، (۱۳۸۷)، **اقتصاد و فرهنگ**، ترجمه‌ی کاظم فرهادی، تهران، نشر نی.

جمشیدی‌ها، غلامرضا و پرستش، شهرام، (۱۳۸۵)، «دیالکتیک عادتواره و میدان در نظریه عمل بوردیو»، **نامه علوم اجتماعی**، ۳۰.

شالچی، وحید، (۱۳۸۶)، «سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ»، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، (۱)۱.

فرهمنده، مهناز، (۱۳۹۲)، «بررسی تطبیقی جامعه‌شناسی علم بوردیو و رویکرد کنشگر شبکه»، **فلسفه علم**، ۳(۱)

ررتی، ریچارد، (۱۳۹۴)، **فلسفه و امید اجتماعی**، ترجمه‌ی عبدالحسین آذرنگ، تهران، نشر نی.

سوندبرگ، ریچارد، (۱۳۹۱)، **منفعت طلبی و ساختار اجتماعی، مباحثی در جامعه‌شناسی اقتصادی**، ترجمه‌ی علی اصغر سعیدی، تهران، لوح فکر.

شویره، کریستی‌ین و فونتین، اولیویه، (۱۳۸۵)، **واژگان بوردیو**، ترجمه‌ی مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.

علی بن ابی طالب، (۱۳۸۹)، **نهج البلاغه**، ترجمه‌ی محمد دشتی، قم، انتشارات اتقان.

گیبینز، جان آر و ریمر، بو، (۱۳۸۱)، **سیاست پست مدرنیته**، ترجمه‌ی منصور انصاری، تهران: گام نو.

محمدی ری‌شهری، محمد، (۱۳۸۵)، **میزان الحکمه**. قم: دارالحدیث.

مانهایم، کارل، (۱۳۸۹)، *مقاله‌هایی درباره جامعه‌شناسی شناخت*، ترجمه‌ی فریبرز مجیدی، تهران: نشر ثالث.

مردی‌ها، مرتضی، (۱۳۹۶)، *فضیلت عدم قطعیت در علم شناخت اجتماع*، تهران: نشر ثالث.

میرزایی، خلیل، (۱۳۹۵)، *کیفی پژوهی: پژوهش، پژوهشگری و پژوهش‌نامه‌نویسی*، تهران: نشر فوژان.

همیلتون، پیتر، (۱۳۸۰)، *شناخت و ساختار اجتماع*، ترجمه‌ی حسن شمس‌آوری، تهران: نشر مرکز.

Birks, M., & Mills, J. (2011). *Grounded Theory, A practical guide*, Sage Publications.

Bryant, A., & Charmaz, C. (2007). *The Sage Handbook of Grounded Theory*, Sage Publications.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction, A social critique of the judgement of taste*, translated by Richard Nice, Harvard University.

Bourdieu, P., Nice, R., & Wacquant, L. (2000). "Making the economic habitus: Algerian workers revisited", *Ethnography*, 1(1).

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*, translated by Richard Nice, Press Syndicate of the University of Cambridge.

Bourdieu, P. (1998). *Practical reason. On the theory of action*, Stanford University Press.

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*, translated by Richard Nice, Cambridge University Press.

Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1977). *Reproduction in Education, Society, and Culture*. London: Sage Publications.

Bourdieu, P. (1985). 'Forms of capital' in J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press, pp. 241–258.

Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Bourdieu, P. (2000). *Pascalian Meditations*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago, Illinois: University of Chicago Press.

Bourdieu, P. (2005). *The social structures of the economy*, translated by Chris Turner, Polity Press.

Costa, C., & Murphy, M. (2015). *Bourdieu, Habitus and social research*, Palgrave MacMillan.

Crossley, N. (2011). *Towards relational sociology*, Routledge.

Elliot, A. (2009). *Contemporary social theory, an introduction*, Routledge.

- Granovetter, M. (2005). "The impact of social structure on economic outcomes", **Journal of economic perspective**, 19(1).
- Granovetter, M. (1985). "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", **American journal of sociology**, 91(3).
- Granovetter, M. (2000). **A theoretical agenda for economic sociology**, To appear in *New Directions in Economic Sociology*, edited by Mauro F. Guillen, Randall.
- McDonough, P., & Polzer, J. (2012). Habitus, Hysteresis, and Organizational Change in the Public Sector, **The Canadian Journal of Sociology**, 37(4).
- Reay, D. (2004). "It's All Becoming a Habitus: Beyond the Habitual Use of Habitus in Educational Research", **British Journal of Sociology of Education**, 25(4).
- Turner, J. (2007). **Human Emotions, A sociological theory**, Routledge.
- Urquhart, C. (2013). **Grounded Theory for Qualitative Research**, Sage Publications.