فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی۱، تابستان ۹۳، صفحات ۹۳-۱۱۳

بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر تولیدات علمی دانشجویان

سید علیرضا صالحی امیری [۱]، علی اکبر رضایی [۲]، غزاله ازناوزاد [۳]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۰/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۲/۱٤

چکیده

امروزه نگاه به سرمایه از سرمایه‌ی فیزیکی به سرمایه‌های فرهنگی تغییر یافته است. اصطلاح سرمایه‌ی فرهنگی بازنمای جمع نیروهای غیراقتصادی مثل زمینه‌ی خانوادگی، طبقه‌ی اجتماعی، سرمایه گذاری‌های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آن‌ها است که بر موفقیت تأثیر می‌گذارد. سرمایه‌ی فرهنگی به عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها تعریف می شود که اغلب یک مکانیزم مهم در بازتولید سلسله مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. مقاله حاضر نتیجه‌ی تحقیق دانشگاهی است که با تمرکز بر سرمایه‌ی فرهنگی و با بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر تولیدات علمی دانشجویان انجام شده است. در کنار این هدف، اهداف فرعی دیگری شامل بررسی تأثیر ابعاد ضمنی، عینی و نهادی برتولیدات علمی در نظر گرفته شده است. تحقیق در پی پاسخ به این سؤال بود که سرمایه‌ی فرهنگی چگونه می‌تواند بر تولیدات علمی دانشجویان تأثیرگذار باشد؟ فرضیه‌ی هم محقق عبارت بود از: به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از طریق ابعاد ضمنی، عینی و نهادی می‌تواند بر تولیدات علمی دانشجویان تأثیرگذار باشد.

در این زمینه، یک نمونه‌ی آماری ۳۸۵ نفری از دانشجویان رشته‌ی مدیریت در دانشگاه‌های تهران، علامه طباطبایی، شهید بهشتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات و یادگار امام بر حسب نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شد و با استفاده از روش پیمایش مشخص شد که سرمایه‌ی فرهنگی از بعد ضمنی با ضریب هم‌بستگی پیرسون معادل ۰/٥٦٦، از بعد عینی با ضریب ۰/٤۷۷و از بعد نهادی با ضریب ۰/٥۲٥بر تولیدات علمی دانشجویان تأثیرگذار است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه‌ی فرهنگی، موفقیت تحصیلی، بعد ضمنی، بعد عینی، بعد نهادی، مدیریت فرهنگی

[۱] – استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه‌آزاداسلامی واحدعلوم، تحقیقات (نویسنده مسؤول) grohefarhangi@yahoo.com

[۲] – استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه‌آزاداسلامی واحدعلوم، تحقیقات rezaii٥۰@yahoo.com

[۳] دانشجوی مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران Ghazaleh.Aznavzad@gmail.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

مقدمه

اصطلاح سرمایه‌ی فرهنگی نخستین بار توسط پیر بوردیو به پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی وارد شده است. بوردیو متفکری است که موضوع نابرابری از اهتمامات جدی او بود. او متولد دهکده‌ای کوهستانی در منطقه‌ی پیرنه‌ی فرانسه است و در دانشگاه معتبر اکول[۱] به تحصیل فلسفه پرداخت و سپس به علوم اجتماعی روی آورد. تحقیقات او بر روی جامعه‌ی الجزایر باعث توجه دانشگاهی و محافل آکادمیک فرانسه به او شد. بوردیو با نثر سخت و اغلب فاقد معنی روشن یکی از مؤثرترین متفکران علوم اجتماعی فرانسه است که توانسته در دنیای خارج از فرانسه زبانان هم معروفیت کسب کند. فرهنگ از نظر بوردیو مانند نوعی اقتصاد یا بازار است. از نظر بوردیو تمام افراد بشر کنشگر هستند؛ چه آن‌هایی که آگاهانه عملی را انجام می دهند و چه آن‌هایی که ناخودآگاه پذیرای سلطه‌اند؛ به عبارتی دیگر افراد فعال و منفعل یک کنشگرند. کنش، عملی است که در یک میدان رخ می دهد. هر میدانی عرصه ای است که در آن نیروی بالقوه یا بالفعل با یک‌دیگر وارد تبادل می شوند. پس برای درک معنی عمل باید معنی میدان را درک کرد که خود حاصل تبادل میان نیروها است. به عقیده‌ی بوردیو در هر میدانی میان بازیگران یا گروه‌های اجتماعی چهار نوع سرمایه رد و بدل می شوند که عبارتند از: سرمایه‌ی اقتصادی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نمادین. در این مقاله سرمایه‌ی فرهنگی مورد توجه بوده و سعی خواهد شد ارتباط آن با تولیدات علمی دانشجویان بررسی شود.

بیان مسأله

سرمایه فرهنگی را می‌توان توانایی تصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی و نیز توانایی‌های ادبی-گفتاری تعریف کرد (هایس[۲]، ۲۰۰۰: ٤۳). اصطلاح سرمایه‌ی فرهنگی را بازنمای جمع نیروهای غیراقتصادی مثل زمینه‌ی خانوادگی، طبقه‌ی اجتماعی، سرمایه گذاری های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آن‌ها می داند که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می گذارد. سرمایه‌ی فرهنگی به عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها تعریف می شود که اغلب یک مکانیزم مهم در بازتولید سلسله مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. تمرکز اصلی تئوری سرمایه‌ی فرهنگی این است که فرهنگ از طریق سیستم

---

۱ -Ecole Normale Superior
۲ -Hayes

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

آموزشی که بازتاب فرهنگ طبقه‌ی حاکم است، انتقال می یابد و تشویق می‌شود و نهایتاً موجب بازتولید همان فرهنگ خواهد شد. ریچارد زوییِنگهافت سرمایه‌ی فرهنگی را انواع گوناگون دانش‌ها و مهارت‌ها می‌داند و برکس و فولک واژه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی را برای اشاره به قابلیت‌های انعطاف‌پذیر جوامع انسانی برای پرداختن به زیست محیط و اصطلاح آن به کار می‌برند» (تراسبی، ۱۳۸۲: ۷٤). اگرچه تعریف برکس و فولک از آن‌چه در این کار مدنظر است تا اندازه‌ای کلی‌تر است و به نظر می‌رسد آن‌ها بر قابلیت‌های ناملموس اشاره دارند؛ درحالیکه سرمایه‌ی فرهنگی از نظر ما به معنی قابلیت‌ها و دانش‌ها و مهارت‌ها و نیز مجموع کالاهای فرهنگی که شخص می‌تواند آن‌ها را کسب کند است. سرمایه‌ی فرهنگی ما را به این اصل رهنمون می‌کند که این نوع خاص از سرمایه جزء ارزش‌ها و هنجارهای والای جامعه است و مورد سوء استفاده نمی تواند واقع شود و طوری نیست که شخص یک شبه (مثل سرمایه‌ی اقتصادی) آن را کسب کند و یا انتقال دهد و یا این‌که قابل خرید و فروش باشد. بوردیو سرمایه‌ی فرهنگی را به مثابه‌ی دانشی (شناختی) می داند که افراد را قادر به تفسیر کدهای فرهنگی گوناگون می کند.

سرمایه‌ی فرهنگی برخاسته از سه منشأ گوناگون است که عبارتند از:پرورش خانوادگی و اجتماعی (طبقاتی)، آموزش‌های رسمی و مهارت‌های کسب شده از طریق آن و فرهنگ شغلی. انباشت سرمایه‌ی فرهنگی در افراد از طریق سه منبع سبب بروز تفاوت‌هایی در دارندگان سرمایه‌ی فرهنگی و کسانی که فاقد آن هستند، می شود. در پژوهش حاضر سعی شده است تا به کمک پیمایش، سرمایه‌ی فرهنگی را با معرف‌هایی کلی مانند میزان دانش، معرفت، مهارت، هنر و... مورد سنجش قرار داده و با استفاده از تکنیک‌های آماری متناسب، به سؤالات فوق و دیگر سؤالات تحقیق پاسخ داده شود.

فرضیه‌ی اصلی تحقیق عبارت است از این‌که به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از طریق ابعاد ضمنی، عینی و نهادی می‌تواند بر تولیدات علمی دانشجویان تأثیرگذار باشد. در کناراین فرضیه‌ی اصلی سه فرضیه‌ی فرعی هم مورد توجه بوده است که عبارتند از:

به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از بعد ضمنی بر تولیدات علمی دانشجویان تأثیرگذار باشد.

به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از بعد عینی بر تولیدات علمی دانشجویان تأثیرگذار باشد.

به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از بعد نهادی بر تولیدات علمی دانشجویان تأثیرگذار باشد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

سرمایه‌ی فرهنگی و تولیدات علمی

سرمایه‌ی اجتماعی مفهومی جامعه‌شناسی است که در تجارت، اقتصاد، علوم انسانی و بهداشت عمومی برای اشاره به ارتباطات درون و میان گروهی از آن استفاده می‌شود. اگرچه تعاریف مختلفی برای این مفهوم وجود دارد، در کل سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان نوعی «علاج همه مشکلات» جامعه‌ی مدرن تلقی شده است. ایده‌ی اصلی این است که «شبکه‌های اجتماعی دارای ارزش هستند. همان‌طور که پیچگوشتی (سرمایه‌ی فیزیکی) یا تحصیلات دانشگاهی (سرمایه‌ی انسانی) هم به صورت فردی و هم در شکل جمعی می‌توانند موجب افزایش بهره وری شوند، ارتباطات اجتماعی هم بر بهره وری افراد و گروه‌ها تأثیر می‌گذارند.

در غیاب سرمایه‌ی اجتماعی، اثربخشی سایر سرمایه‌ها از دست می‌رود و بدون سرمایه‌ی اجتماعی، طی کردن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و مشکل می شود. تا قبل از پیدایش مبحث سرمایه‌ی اجتماعی از سه نوع سرمایه نام برده می‌شد:

سرمایه‌ی فیزیکی: مانند تأسیسات و زیربناها، سد و اتوبان و... اقتصاددانان کلاسیک عوامل اصلی شکل گیری رشد اقتصادی را نخست در سرمایه‌ی فیزیکی و سپس در نیروی کار جستجو می‌کردند.

سرمایه‌ی مالی: مانند اوراق بهادار، اوراق قرضه، پول و...

سرمایه‌ی انسانی: مهارت‌ها و توانایی‌های شخصی، متخصصان، مدیران ممتاز و...

توجه به عامل سرمایه و نقشی که در تحقّق ابعاد توسعه دارد مدنظر صاحب‌نظران توسعه بوده است. «شولتز و بکر در دهه‌ی شصت میلادی سرمایه‌ی انسانی را مطرح کردند که به واسطه‌ی آن اعضای جامعه از طریق بهره‌گیری از آموزش، به خصوص آموزش فنی و حرفه‌ای می‌توانند توانایی خود را تقویت کنند و افزایش تولید را تسهیل کنند.»(کیا و غفاری ،۱۳۸۳:۲۷۸). امروز سرمایه‌ی اجتماعی، نقش بسیار مهم‌تر از سرمایه‌ی فیزیکی و سرمایه‌ی انسانی در جوامع ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی، انسجام بخش میان انسان‌ها و سازمان‌هاست. از سوی دیگر سرمایه‌ی اجتماعی به زندگی، معنی و مفهوم می‌بخشد و زندگی را راحت‌تر می کند.

تفاوت سرمایه با کالای مصرفی این است که کالای مصرفی، مولّد نیست و خودش تبدیل به کالا نمی‌شود در حالی که سرمایه یا خودش را باز تولید می‌کند و یا از طریق آن می‌توان کالا تولید کرد. هم‌چنین گروه یا ملتی سرمایه‌ی اجتماعی بیش‌تری داشته باشد، کارایی بیش‌تری دارد و رفاه آن‌ها نیز بیش‌تر خواهد بود. گالن‌لوری اقتصاددان نیز اصطلاح "سرمایه‌ی اجتماعی" را در دهه‌ی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

(۱۹۷۰) برای توصیف مشکل توسعه‌ی اقتصادی درون شهری به‌کار برد. از سال‌های(۱۹۸۰) به بعد مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی وارد پژوهش‌های علوم اجتماعی به‌ویژه جامعه شناسی شد؛ ابتدا جاکوب، بوردیو، پاسرون و لوری آن را مطرح کردند اما توسط کسانی چون کلمن، پوتنام و پرتز گسترش داده می‌شد.

جیمز کلمن این اصطلاح را درمعنای وسیعی به کار می‌برد و روبرت پوتنام هم با طرح بحث قومی و پرشور درباره‌ی نقش سرمایه‌ی اجتماعی و جامعه‌ی مدنی در دو کشور ایتالیا و ایالات متحده آمریکا پرداخت. اصطلاح سرمایه‌ی اجتماعی[۱] نخستین بار در اثر کلاسیک "جین جیکوبس" با عنوان: مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی (۱۹٦۱) به کار گرفته شد. وی در آن او توضیح داده بود که: «شبکه‌های اجتماعی فشرده در محدوده‌های حومه‌ی قدیمی و مختلط شهری صورتی از سرمایه‌ی اجتماعی را تشکیل می‌دهند و در ارتباط با حفظ نظافت، عدم وجود جرم و جنایت خیابانی و دیگر تصمیمات در مورد بهبود کیفیت زندگی، در مقایسه با عوامل نهادهای رسمی مانند نیروی حفاظتی پلیس و نیروهای انتظامی، مسؤولیت بیش‌تری از خود نشان می‌دهند (فوکویاما،۱۳۷۹: ۱۰).

کلمن (۱۹٦٤) تحقیقی را درباره‌ی نابرابری‌های آموزشی انجام داد که از جمله‌ی نتایج این پژوهش را می توان در این جمله بیان کرد که هیچ یک از خصوصیات مدرسه اثر مثبتی بر پیشرفت درسی دانش آموزان نداشته است. در مقابل طبقه‌ی اجتماعی رابطه‌ی ثابت و پایداری را با پیشرفت درسی آن‌ها نشان می‌دهد. در واقع دانش آموزانی که به طبقات متوسط و بالای جامعه تعلق داشتند به مراتب بهتر از کودکانی عمل می‌کردند که از طبقات محروم بودند (جوادی، ۱۳۷۲: ۲۰). البته این تحقیق به نابرابری هایی دست یافت که اگرچه در درون نظام آموزشی وجود داشت، بدون شک از شرایط اجتماعی و اقتصادی متفاوت خانواده‌ها ناشی می شد. این نابرابری‌ها به شرح زیر بود:

تفاوت در نوع مدرسه که شامل هزینه‌ی آموزشی هر دانش آموز، کیفیت معلمان، وجود کتابخانه در مدرسه و غیره بود.

ترکیب دانش آموزان: هر مدرسه با توجه به فرهنگ دانش آموزان خود ترکیب خاصی را به وجود می‌آورد که برای عده‌ای شبیه فرهنگ خانواده بود ولی برای بقیه، فرهنگ جدیدی به حساب می‌آمد که جریان تحصیل این افراد را دشوارتر از گروه قبلی می‌کرد.

---

[۱]- Social Capital

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

ویژگی های غیرملموس مدرسه: این ویژگی‌ها شامل مواردی چون نوع انتظار معلم از دانش آموزان، میزان علاقه‌ی آن‌ها به یادگیری، نگرش معلم به تحصیل و مواردی از این نوع بود که به صورت غیر مستقیم بر پیشرفت تحصیلی شاگردان تأثیر می گذارد.

جنکس[۱] (۱۹۷۲) نیز در مطالعه‌ای شبیه به کارکلمن[۲] دریافت که هیچ یک از متغیّرهای او رابطه مشخصی با پیشرفت درسی ندارند. این متغیّرها تسهیلات فیزیکی مدرسه، طول ساعات روز، طول ایام تحصیل در یک سال، رفتن یا نرفتن دانش آموز به کودکستان در کودکی، حقوق معلمان، محل تحصیل معلم، مدرک تحصیلی وی و سیاه یا سفید بودن نژاد او بود (همان).

استیفنز[۳] نیز در تحقیقی مشابه، سعی کرد با مرور تحقیقات دیگران درباره‌ی کارایی نسبی عوامل مختلفی چون روش‌ها و شیوه‌های کار در آموزش، از جمله اندازه‌ی کلاس، آموزش فردی شده، راه‌های انتخاب و تربیت معلم، گروه بندی دانش آموزان بر اساس توانایی آن‌ها، بحث‌های گروهی به‌جای سخنرانی، آموزش گروه مدار به جای معلم مدار و استفاده از تلویزیون و آموزش برنامه‌ای) به بررسی بپردازد. استیفنز نیز به همان نتیجه‌ای رسید که جنکس رسیده بود. در واقع همه‌ی این تحقیقات به این نتیجه رسیدند که کلید حل مسائل و مشکلات آموزشی در خود این مؤسسه نیست بلکه بیرون از آن و در درون جامعه قرار دارد. یعنی در شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی متفاوت خانواده‌ها (جوادی، ۱۳۷۳: ۲۱).

در این تحقیق تأکید اصلی بر نظریه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی بوردیو خواهد بود. بوردیو در کتاب تمایز توجه ویژه‌ای به مصرف کالاهای فرهنگی به عنوان محصولاتی که سرمایه‌ی اقتصادی چندانی نمی‌طلبد، کرد. وی در تحلیل روابط میان متغیّرهایی چون درآمد، شغل، تحصیلات و سکونت به این نتیجه رسید که انواع سرمایه‌ها به صورتی نابرابر در میان مردم توزیع شده‌اند و نوع و میزان سرمایه‌ی ارثی و اکتسابی را می‌توان با توجه به تفاوت‌های قابل مشاهده در درآمد، شغل، تحصیلات و سکونت ترسیم کرد. «او مدلی از سبک زندگی و فعالیت های مرتبط با آن‌ها می‌سازد که از طریق منش به خاستگاه اجتماعی و تحصیلات باز می‌گردد. سلسله مراتب سه یعنی معنی "والا"، "میان مایه" و "عامی" به خاستگاه اجتماعی و تحصیلات مربوط می‌شوند» (اباذری، ۱۳۸۱: ۱۵).

---

[۱] -Jenex
[۲] -colman
[۳] -Stiphens

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

در این‌جا لازم است به‌طور اختصار به تعریف سه مؤلفه‌ی مرتبط با سرمایه‌ی فرهنگی بپردازیم:

سرمایه فرهنگی: مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی اغلب معادل اطلاعات، مهارت، دانش و شناخت مطرح می شود. در این تحقیق این سرمایه با متغیّرها و شاخص‌های مختلفی مانند: میزان برگزاری همایش‌ها و برنامه‌های فرهنگی و هنری در دانشگاه، میزان شرکت دانشجویان در برنامه‌های فرهنگی- هنری، تعداد گروه‌های فرهنگی- هنری فعال در دانشگاه، میزان عضویت و فعالیت دانشجویان در این گروه‌ها، میزان منابع موجود در کتابخانه، تعداد عضو کتابخانه، میزان استفاده از منابع کتابخانه‌ای، میزان ارتباط دانشگاه با بازار کار و ...

کالاهای فرهنگی: فعالیت‌های فرهنگی عینی (مانند کتاب، روزنامه و...) و ذهنی (مانند آموزش نویسندگی و ...) که خدمات فرهنگی نامیده می‌شود و دارای ویژگی‌های زیر هستند:

الف- مولّد یا حامل اندیشه‌اند؛ ب- مولّد یا حامل و یا ناقل احساس هستند؛ پ- زبان و بیانی نمادین دارند؛ ت- علاوه بر ارزش اقتصادی، ارزش فرهنگی دارند و...

سرمایه‌ی فرهنگی ذهنی: که مشتمل بر هر دو گونه‌ی مکتسبات آگاهانه و میراث بری‌های منفعلانه‌ی یک شخص است. تأکید صاحب‌نظران مانند بوردو آن است که سرمایه‌ی فرهنگی به صورت خودانگیخته (همچون کادو) منتقل نمی‌شود، بلکه دستاوردی است که در طول زمان خود را در یک شخص (شخصیت و نحوه‌ی تفکر) مجسم می‌کند. بوردیو هم‌چنین از سرمایه‌ی زبانی نام می‌برد و آن را نوعی از انواع سرمایه‌ی فرهنگی مضمون می‌خواند که یک معنای ارتباط و خود عرضه داشتن یک فرد را از فرهنگ پیرامون او متبادر می‌سازد.

سرمایه‌ی فرهنگی عینی: که سرمایه‌های فرهنگی است که به صورت اعیان فیزیکی به تملک درآمده است (مانند ابزارهای اندازه‌گیری علمی یا آثار هنری). در خصوص سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته، باید گفت که این نوع از سرمایه‌ی فرهنگی چند خصوصیت دارد که فقط در رابطه با سرمایه‌ی فرهنگی در شکل مضمون (یا شامل) آن به تعریف در می‌آید. سرمایه‌ی فرهنگی که به شکل اشیای مادی و رسانه‌هایی چون نوشته‌ها، نقاشی‌ها، بناهای تاریخی، ابزارها و غیره، عینیت پیدا می‌کند، در حالت مادیت خود قابل انتقال است. برای مثال، مجموعه‌ای از تابلوهای نقاشی را می‌توان درست همانند سرمایه اقتصادی (اگر نگوییم بهتر از آن، زیرا انتقال سرمایه در این‌جا نهانی تر است) منتقل کرد. در واقع کالاهای فرهنگی را می‌توان هم به طور مادی به تملک درآورد (که مستلزم سرمایه‌ی اقتصادی است) و هم به طور نمادین (که مستلزم سرمایه‌ی فرهنگی) است. این

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

بدان معناست که مالک ابزار تولید باید راهی بیابد که یا سرمایه‌ی مضمون را که پیش شرط یک مالکیت مشخص است، از آن خود کند یا خدمات صاحبان این سرمایه را.

سرمایه‌ی فرهنگی نهادی: گونه‌ای سرمایه‌ی فرهنگی است که اغلب به صورت اعتبارها یا کیفیات علمی یک فرد شناخته می‌شود. بوردیو از دامنه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی نهادینه شده مثال می‌زند و می‌گوید وجود این سرمایه، باعث می‌شود که تبدیل سرمایه‌ی فرهنگی به سرمایه‌ی اقتصادی (به واسطه‌ی خدمت اکتشافی که به فروشندگان می‌دهد تا سرمایه‌ی خود را به خوبی توصیف کنند و به خریداران می‌دهد تا نیاز سرمایه‌ای خود را به خوبی تبیین کند) با سهولت بیش‌تری صورت پذیرد.

مشخصه‌های اصلی پژوهش

نوع پژوهش بر اساس ماهیت؛ در دسته‌بندی متداول تحقیقات از نظر نوع شناسی و طبیعت و ماهیت ذاتی پژوهش، سه نوع پژوهش مطرح می‌شود. پژوهش کمّی، پژوهش کیفی و پژوهش ترکیبی[۱] (کمّی و کیفی). با توجه به پارادایم فلسفی حاکم بر پژوهش و هم‌چنین اهداف، استراتژی، روش‌های گردآوری اطلاعات و روش‌های تحلیل اطلاعات در پژوهش حاضر، می‌توان ادعا کرد که رویکرد غالب در این پژوهش از نوع کمّی است.

نوع پژوهش بر اساس نتیجه؛ دسته‌بندی تحقیقات از نظر جهت‌گیری پژوهش، سه نوع پژوهش را مطرح می‌کند: پژوهش بنیادی، پژوهش کاربردی و پژوهش توسعه‌ای. هر تحقیق، تلاشی سیستماتیک و روشمند به منظور دست یافتن به پاسخ یک پرسش یا راه حلی برای یک مسأله است. با توجه به‌این‌که پرسش‌ها و مسأله‌ها ماهیت‌های گوناگونی دارند، می‌توان بر پایه چگونگی این پرسش‌ها و مسأله‌ها تحقیقات را طبقه‌بندی کرد. البته با توجه به این‌که بر اساس مسأله‌ی اصلی پژوهش، این پژوهش یک پژوهش کمّی به حساب می‌آید، در بخش‌هایی از طرح پژوهش اهداف اکتشافی و توصیفی نیز پی‌گیری شده‌اند.

نوع پژوهش بر اساس میزان درگیری پژوهشگر؛ محقق در یک فرایند تحقیق می‌تواند کاملاً مستقل از موضوع تحقیق باشد (همانند تحقیق پیمایشی) و یا این که کاملاً درگیر در موضوع تحقیق (تحقیق عملی) باشد. در این پژوهش روش‌های مستقل از موضوع تحقیق استفاده شده است.

---

[۱] -Mix Research

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

جامعه‌ی آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه

جامعه‌ی آماری عبارت است از مجموعه‌ای از افراد یا واحدها که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند. صفت مشترک صفتی است که میان همه‌ی عناصر جامعه‌ی آماری مشترک و متمایز کننده ی جامعه‌ی آماری از سایر جوامع باشد (آذر و مومنی، ۱۳۸۳: ٥٤). جامعه‌ی آماری عبارت است دانشگاه تهران، علامه طباطبایی، شهید بهشتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات و یادگار امام. برای جمع‌آوری اطلاعات، از نمونه‌ی آماری استفاده شده است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق روش نمونه‌گیری خوشه‌ای است. اگرچه آمار دانشجویان هر دانشگاه مشخص است، به لحاظ دشواری و بعضاً عدم ارائه‌ی آن از سوی دانشگاه‌ها، از فرمول نمونه‌ی آماری به شرح زیر استفاده شده است:

$$n \geq \frac{Z^{2}_{\alpha/}}$$

ابزار جمع‌آوری اطلاعات

دراین تحقیق محقق بر اساس روش‌های پیمایشی و کتابخانه‌ای و با استفاده از ابزارهای فیش‌برداری به منظور جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری تحقیق و نیز پرسش‌نامه به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها تحقیق اقدام کرده است. محقق از پرسش‌نامه دارای دو بخش، سرمایه‌ی فرهنگی و موفقیت علمی استفاده کرده و هم‌چنین برای پاسخ به سؤالات پرسش‌نامه‌ها از طیف امتیازی لیکرت استفاده شده است. به منظور تعیین ضریب قابلیت اعتماد از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. این روش برای محاسبه‌ی هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسش‌نامه به کار می‌رود. در جدول زیر، ضریب پایایی هر یک از عناصر پرسش‌نامه ارائه شده است.

جدول شماره‌ی ۱- آزمون آلفای کرونباخ برای متغیّرهای تحقیق

		N	%
موارد	معتبر	۳۹۰	۱۰۰
	خارج شده a	۰	۰
	جمع	۳۹۰	۱۰۰.۰
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

آمار روایی

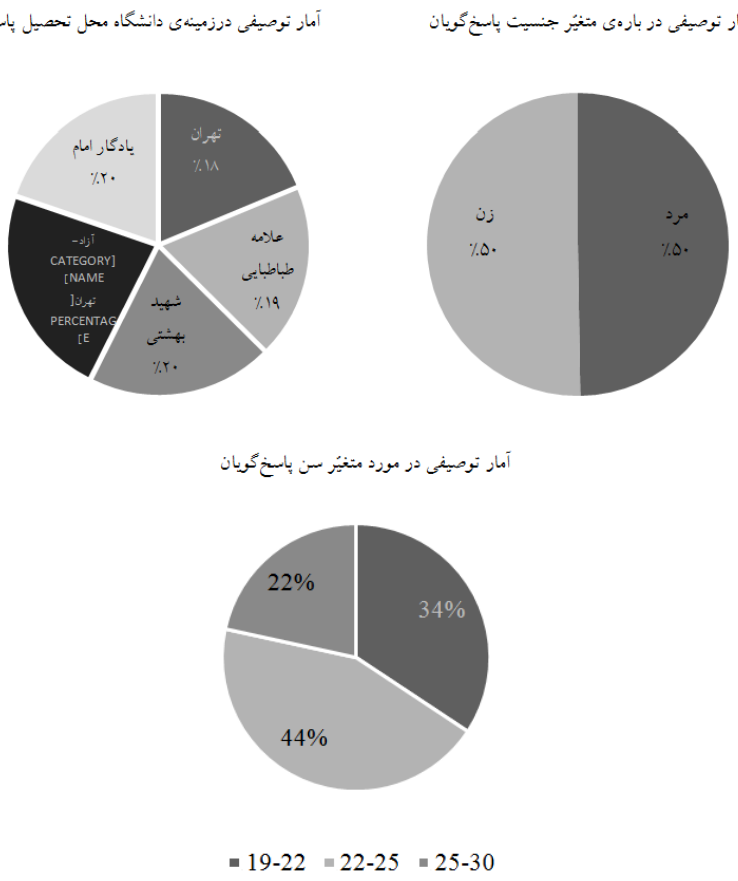
آلفای کرونباخ	تعداد سوال
۰/۷۸۵	۳٦

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

مقدار آلفای کرونباخ برای سؤالات پنجاه و هشت‌گانه‌ی پرسش‌نامه معادل ۰/۷۸۵ است. با توجه به این که از مقدار حداقل قابل قبول که معادل ۰/٦٤٥ بیش‌تر است می‌توان به پرسش‌نامه اتّکا و داده‌های حاصل از آن را استفاده کرد.

تحلیل توصیفی داده‌ها

در اولین مرحله از تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به داده‌های جمع‌آوری شده به بررسی توصیفی متغیّرهای جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان می‌پردازیم. در این تحلیل‌ها، اطلاعات کلی در خصوص فراوانی و تعداد پاسخ‌گویان، دانشگاه محل تحصیل، سن و جنسیت ارائه می‌شود که در به دست آوردن یک دید کلی در باره‌ی پاسخ‌گویان کمک می‌کند.



نمودار شماره‌ی یک- آمار توصیفی متغیّرهای جمعیت شناختی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

بررسی مفروضه‌های استفاده از آمار پارامتریک

برای بررسی نرمال بودن متغیّرهای پژوهش از آزمون کولمگروف–اسمیرنف استفاده می‌شود. این میزان پراکندگی داده‌های به‌دست آمده را از توزیع مورد نظر اندازه‌گیری می‌کند. در این‌جا توزیع مورد نظر، توزیع نرمال است. به عبارت دیگر این آزمون برای بررسی ادعای مطرح شده در باره‌ی توزیع داده‌های یک متغیّر کمّی مورد استفاده قرار می‌گیرد و با استفاده از مقایسه‌ی تابع تجمعی احتمال داده‌ها و تابع تجمعی احتمال توزیع نرمال، فرض پیروی داده‌ها از توزیع نرمال را بررسی می‌کند (مؤمنی و فعالی قیومی، ۱۳۸۷). فرضیه‌ی صفر و فرضیه‌ی مقابل آن در این آزمون را می‌توان به صورت زیر نوشت:

H_0: توزیع داده‌ها نرمال است.

H_1: توزیع داده‌ها نرمال نیست.

برای بررسی صحّت و یا سقم فرض صفر، از آماره‌ی آزمون و شناسه‌ی مقایسه‌ای میان سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای مجاز (انتخاب شده توسط محقق) استفاده می‌شود. در این صورت میزان خطای قابل قبول برای این پژوهش ۵ درصد می‌باشد. داده‌های پرسش‌نامه در نرم‌افزار مربوط به تحلیل‌های آماری وارد شده و آزمون مورد نظر در مورد داده‌ها انجام شده است. نتایج آزمون سنجش نرمال بودن در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره‌ی دو- نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف

		ضمنی	عینی	نهادی	معدل	مقاله	پژوهش
N		۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰
عوامل نرمال a,b	میانگین	۳/۳۰۰۹	۳/۰۲۸۲	۰۳/۳٦۳٥	۱٥/٥۹٤۷	۰/۷۷	۰/۷٤
	انحراف معیار	۰/٥۱۷۹۷	۰/٦۱۱۹۸	۰/٦۳۱٥۷	۲/۳۱۲٦۸	۰/۸۳۱	۰/۸۲۷
تفاوت‌های معنادار	مطلق	۰/۱۰۲	۰/۱٤۷	۰/۱۲۹	۰/۱۰٥	۰/۳۰۸	۰/۳۲۱
	مثبت	۰/۰۸٦	۰/۱٤۷	۰/۰٦۲	۰/۱۰٥	۰/۳۰۸	۰/۳۲۱
	منفی	-۰/۱۰۲	-۰/۱۰۲	-۰/۱۲۹	-۰/۰۹۱	-۰/۱۸۷	-۰/۱۸۷
اماره کولمگروف – اسمیرنف		۲/۰۱۳	۲/۸۹٥	۲/٥٥۱	۲/۰۷٦	٦/۰۸٤	٦/۳٤۰
شناسه		۰/٥٤٥	۰/۲٥۷	۰/٤٥۸	۰/٦۰٦	۰/۹۷۰	۰/٦۹۷

a. توزیع آزمون نرمال است.

b. جمع‌آوری شده از داده‌ها.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

با توجه به سطح معناداری آزمون (بیشتر از ۰/۰۵ است)، فرض صفر رد نمی‌شود و ادعای نرمال بودن داده‌ها تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر، توزیع مشاهده شده با توزیع نظری (که همان توزیع نرمال است) یکسان بوده و تفاوتی میان این دو وجود ندارد. به عبارت دیگر، داده‌های جمع‌آوری شده برای متغیّرهای تحقیق که شامل داده‌هایی در مورد بعد ضمنی، عینی، نهادی سرمایه‌ی فرهنگی و هم‌چنین معدل، تعداد مقاله‌ها و پژوهش‌های دانشجو است، از توزیع نرمال پیروی می‌کند.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

برای بررسی فرضیه‌های پژوهش که شامل شش فرضیه است، با توجه به این‌که از توزیع نرمال برخوردار هستند، از آزمون‌های استنباطی پارامتریک می‌توان استفاده کرد. از آن‌جا که هر پاسخ‌گو دارای یک زوج مرتب در زمینه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی و تولیدات علمی دارد، می‌توانیم در ابتدا با استفاده از آزمون هم‌بستگی پیرسون میزان هم‌بسته بودن این مؤلفه‌ها را با هم بسنجیم. از این رو، برای هر کدام از فرضیه‌ها، آزمون هم‌بستگی پیرسون انجام می‌شود.

جدول شماره‌ی سه- خلاصه نتایج حاصله از آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	نتیجه آزمون فرضیه	میزان همبستگی (ρ)	شناسه در خطای α
۱	به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از بعد ضمنی با تولیدات علمی دانشجویان رابطه دارد.	۰/٥٦٦	۰/۰۰۰
۲	به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از بعد عینی با تولیدات علمی دانشجویان رابطه دارد.	۰/٤٧٧	۰/۰۰۰
۳	به نظر می‌رسد سرمایه‌ی فرهنگی از بعد نهادی با تولیدات علمی دانشجویان رابطه دارد.	۰/٥٢٥	۰/۰۰۰

برای استنتاج مدل نهایی ارتباط میان متغیّرهای مستقل و تولیدات علمی از آزمون رگرسیون چندمتغیّره استفاده شده است. در این آزمون، تولیدات علمی به عنوان متغیّر وابسته در نظر گرفته شده و سایر متغیرها شامل سرمایه‌ی فرهنگی ضمنی، سرمایه‌ی فرهنگی عینی و سرمایه‌ی فرهنگی نهادی نیز متغیّرهای مستقل هستند. مراجعه به سطح معنی‌داری در آزمون رگرسیونی نشان می‌دهد که تمام متغیّرها در این مدل می‌توانند وارد شوند که در این صورت ضریب ثابت معادل ۲/۷۸۰ به عنوان عرض از مبدا شناسایی شده و هم‌چنین برای سایر متغیّرها از مقدار بتای جدول استفاده شده

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

است. نتیجه نشان می‌دهد که تمام متغیرهای مستقل با شیب مثبت بر تولیدات علمی تأثیر دارند؛ به عبارت دیگر هرچقدر که مقدار آن‌ها بیش‌تر باشد، احتمال بالا رفتن تولیدات علمی بیش‌تر می‌شود.

جدول شماره‌ی چهار- ضرایب محاسبه شده در آزمون رگرسیون

مدل		ضرایب غیراستاندارد		ضرایب غیراستاندارد	آماره	شناسه
		B	خطای استاندارد	بتا		
۱	مقدار ثابت	۲/۷۸۰	۰/۳۱۲		۸/۸۹۶	۰/۰۰۰
	ضمنی	۰/۲۷۹	۰/۰۶۲	۰/۲۴۲	٤/٥١١	۰/۰۰۰
	عینی	۰/۰۹٦	۰/۰٤٤	۰/۱۲۳	۲/۲۰۳	۰/۰۲۹
	نهادی	۰/٤۱٦	۰/۰٤۸	۰/٤۸٥	۸/۷۲٦	۰/۰۰۰
متغیّر وابسته: تولیدات علمی						

$$y = 2.780 + 0.279\ X_1 + 0.096\ X_2 + 0.416\ X_3$$

که در این رابطه:

X۱ = سرمایه‌ی فرهنگی ضمنی، X۲= سرمایه‌ی فرهنگی عینی و X۳= سرمایه‌ی فرهنگی نهادی به عنوان متغیّرهای مستقل و y یا تولیدات علمی به عنوان متغیّر وابسته است.

آزمون دوربین و واتسون

آزمون دوربین واتسون یکی از آزمونهای مؤثر برای شناسایی هم‌بستگی سریالی در مورد باقیمانده‌های مدل رگرسیونی است. شرایط لازم برای استفاده از این آزمون:

برای به کار بردن این آزمون هیچ مشاهده‌ی گم شده ای نباید وجود داشته باشد.

متغیّر با وقفه از نوع وابسته نباید در سمت راست مدل وجود داشته باشد.

مدل رگرسیونی باید عرض از مبدأ داشته باشد.

برای بررسی دقیق‌تر باقیمانده‌های مدل رگرسیون، فرض‌های صفر و یک را به صورت زیر مطرح می‌کنیم:

فرض صفر: باقیمانده‌های مدل رگرسیونی دارای هم‌بستگی سریالی نیستند

فرض یک: باقیمانده‌های مدل رگرسیونی دارای هم‌بستگی سریالی هستند

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

(b) جدول شماره‌ی پنج- آزمون دوربین و واتسون

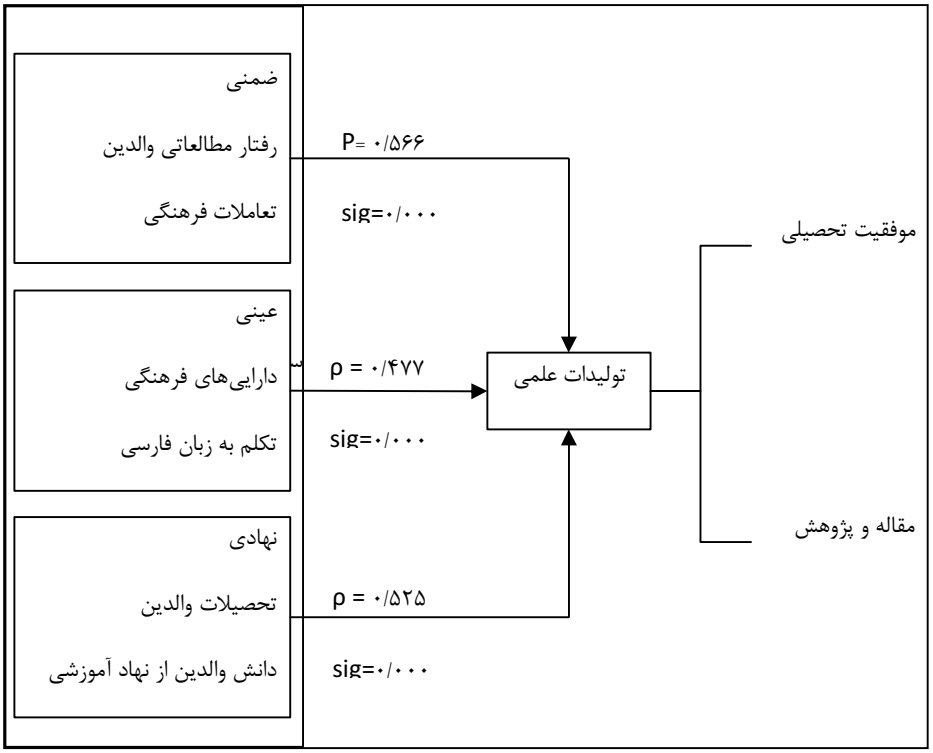
مدل	R	۲R	R۲ تعدیل شده	خطای استاندارد تخمین	دوربین-واتسون
۱	.٥٩٤a	.۳٥۳	.۳٤٥	.٤۱۰۸٦	۱.۸٥۳
a. Predictors: (Constant), rezayat, tahod, farayand b. Dependent Variable: asar					

هرگاه مقدار آماره‌ی دوربین واتسون میان ۱/۵ تا ۲/۵ باشد در این صورت میان اجزای خطای مدل رگرسیون هم‌بستگی وجود ندارد، در غیر این صورت میان اجزای خطای مدل هم‌بستگی وجود دارد. به عبارت دیگر خطاها دارای توزیع نرمال بوده و مدل برازش داده شده مدل خوبی است. برای بررسی وضعیت خود هم‌بستگی خطاها نیز آزمون دوربین- واتسون انجام شد. مقدار این آزمون ۱/۸۵۳ را به دست می‌دهد که باتوجه به آن‌که به دو نزدیک می‌باشد نشان‌دهنده‌ی عدم خود هم‌بستگی خطاهاست.

نتیجه‌گیری

بر اساس اطلاعات حاصل از داده‌ها، ارتباط میان مؤلفه‌های سرمایه‌ی فرهنگی و تولیدات علمی تأیید گردید. با توجه به تحلیل هم‌بستگی، الگوی نهایی به صورت نمودار زیر است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]



نمودار شماره‌ی دو- الگو ارتباط سرمایه‌ی فرهنگی با تولیدات علمی

یافته‌های تحقیق با نتایج مطالعات منفرد (۱۳۸۸) که به بررسی و تحلیل کمّی و کیفی موفقیت دانش آموزان مراکز پیش دانشگاهی در دستیابی به دانشگاه، با تأکید بر نقش متغیّرهای سرمایه‌ی فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی بود، مطابقت دارد. نتایج آن مطالعه نشان می‌دهد که سرمایه‌ی فرهنگی و اجتماعی خانواده، سهم مثبت و معناداری بر احتمال قبولی داوطلبان دارد که با یافته‌های این تحقیق نیز هم‌خوانی دارد. با مروری بر مطالعات و پژوهش‌های نظری تحقیق از جمله تحقیقات بوردیو، پسرون، ۱۹۷۹: ١٤ و لیراو و واینینگ،۲۰۰۳ و هارت و رزلی،۱۹۹۹: ٥٤ و پترسون و کرن۱۹۹٦،پترسون و سیمکوس ۱۹۹۲: ٣٤ که همگی بر تأثیرگذاری سرمایه‌ی فرهنگی بر رفتارهای علمی و فرهنگی دارند، هم‌خوانی دارد.

پیشنهاد اصلی تحقیق این است که برای بالا بردن ضریب احتمال موفقیت تحصیلی و تولیدات علمی دانشجویان باید تأکید ویژه‌ای بر سرمایه‌ی فرهنگی وجود داشته باشد. در بخش دوم گفته شد که سرمایه‌ی فرهنگی شامل شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه‌ی خوب

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

و شیوه‌های عمل متناسب است. هم‌چنین تأکید بر سرمایه‌ی فرهنگی به عنوان مجموعه‌ای از نمادهای فرهنگی نهادی شده، مشترک و عالی رتبه در میان دانشجویان می‌تواند به عنوان قوانین نانوشته و عرف اصلی و حاکم بر روابط و مطالعات فردی و گروهی دانشجویان باشد. در صورت می‌توان امیدوار بود که سرمایه‌ی فرهنگی بازنمایی جمع نیروهای خانوادگی، طبقه‌ی اجتماعی و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند باشد که بر موفقیت تحصیلات دانشگاهی تأثیر می‌گذارد. اگر دانشگاه‌ها تلاش خود را معطوف به تعریف، تقویت و نهادینه‌سازی سرمایه‌ی فرهنگی کنند، در این‌صورت می‌توان امیدوار بود که تولیدات علمی و موفقیت دانشجویان ارتقا یابد.

نکته‌ی دیگر که برخواسته از نتایج این تحقیق است این است که مؤلفه‌های سرمایه‌ی فرهنگی شامل ضمنی، عینی و نهادی سه مؤلفه‌ی اصلی آن هستند. سرمایه‌ی فرهنگی ضمنی مشتمل بر هر دو گونه مکتسبات آگاهانه و میراث بری‌های منفعلانه یک شخص است. تأکید صاحب‌نظران مانند بوردیو آن است که سرمایه‌ی فرهنگی به صورت خودانگیخته (همچون کادو) منتقل نمی‌گردد؛ بلکه دستامدی است که در طول زمان خود را در یک شخص (شخصیت و نحوه تفکر) مجسم می‌سازد. بوردیو هم‌چنین از سرمایه‌ی زبانی نام می‌برد و آن را نوعی از انواع سرمایه‌ی فرهنگی مضمون می خواند که یک معنای ارتباط و خودعرضه داشتن یک فرد را از فرهنگ پیرامون او متبادر می‌کند.

بنابراین بر اساس الگوی ارائه شده در این پژوهش در باره‌ی تأثیر ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی بر تولیدات علمی پیشنهاد می‌شود:

پدر و مادر در منزل مطالعه کنند. والدین در منزل باید به عنوان الگویی از مطالعه، تفکر و رفتارهای فرهنگی باشند. در این صورت تأثیر زیادی در ایجاد و حفظ سرمایه‌ی فرهنگی خواهند داشت.

والدین باید فرزندان خود را از طریق نصحیت، تشویق کلامی و یا تشویق مادی به مطالعه ترغیب کنند.

والدین، امکانات و شرایط لازم را برای مطالعه مهیا کنند. این امکانات می‌تواند از طیفی از محیط آرام و بی‌صدا باشد تا سایر خدمات و امکانات کمک آموزشی نوین و جدید.

خانواده در مراسم فرهنگی شرکت کند. این مراسم ایجاد کننده‌ی سرمایه‌ی فرهنگی در فرد خواهد بود.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

والدین باید فرزندان خود را تشویق کنند تا در مراسم فرهنگی شرکت کنند. این تشویق نیز می‌تواند از تشوق و ترغیب کلامی باشد تا جوایز و هدایا مادی.

خانواده باید ارتباط نزدیک و قوی با مراکز فرهنگی مانند فرهنگ‌سراها، مسجد محله و... داشته باشد.

خانواده باید به نمادها، آثار هنری، مذهبی و ملی کشور اهمیت قایل شود و آن را به فرزندان بیاموزد.

والدین بر استفاده از ضرب‌المثل‌ها، داستان، اشعار و ... فارسی در خانواده تأکید کنند.

والدین از دانشگاه محل تحصیل فرزندان خود بازدید داشته باشند و آشنایی اجمالی از آن به دست آورند.

هم‌چنین والدین از رشته‌ی تحصیلی فرزندان خود آگاهی داشته باشند و آشنایی اجمالی از آن به دست آورند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

منابع و مآخذ:

۱. آذر، عادل و مومنی، منصور (۱۳۸۳) **آمار و کاربرد آن در مدیریت**، تهران، انتشارات سمت.

۲. آشوری، داریوش (۱۳۸۰) **تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ**، تهران: نشر آگه.

۳. ابطحی، سید حسین و صلواتی، عادی (۱۳۸۵) **مدیریت دانش در سازمان**، تهران، انتشارات پیوند نو

٤. اسمیت، فیلیپ (۱۳۸٤) **درآمدی بر نظریه‌ی فرهنگی**، ترجمه‌ی: حسن پویان، تهران: انتشارات دفتر پژوهشهای

۵. ایران نژاد پاریزی، مهدی (۱۳۷۸) **روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی**، تهران: نشر مدیران.

٦. ایزدی، ترابعلی (۱۳۸٦) **سیری در سرمایه اجتماعی**، تهران: نشر داریان.

۷. بری، ریچارد (۱۳۸۲) **روانکاوی فرهنگ عامه**، ترجمه‌ی: حسین پاینده، تهران: طرح نو.

۸ بوردیو، پیر (۱۳۸۱) **نظریه‌ی کنش، دلایل عملی وانتخاب عقلانی**، ترجمه‌ی: مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش ونگار.

۹. پورزارعیان، ناصر (۱۳۸۷) **سرمایه‌ی فرهنگی و عوامل مؤثر بر شکل گیری آن**.؟؟؟

۱۰. تراسبی، دیوید (۱۳۸۲) **اقتصاد و فرهنگ**، ترجمه‌ی کاظم فرهادی، تهران: نشرنی، چاپ اول.

۱۱. تری، ایگلتون (۱۳۸۷)، **ایده‌ی فرهنگ**، ترجمه‌ی علی ادیب راد، تهران: انتشارات حرفه.

۱۲. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳) «تحلیلی از اندیشه پیر بوردیو درباره‌ی فضای منازعه‌آمیز اجتماعی و نقش جامعه‌شناسی»، **نامه‌ی علوم اجتماعی**، شماره‌ی ۲۳، خرداد ۱۳۸۳، ص ۱-۲۵.

۱۳. دلاور، علی (۱۳۸۰) **روش تحقیق در علوم اجتماعی**، تهران: انتشارات رشد.

۱٤. دلاور، علی، ویس کرمی، علی، زرین جویی، محمد (۱۳۸٦) **لیزرل محاوره‌ای: راهنمای کاربران**، تهران: نشر ارسباران.

۱۵. دنهارت، رابرت بی (۱۳۸۰) **تئوری‌های سازمان دولتی**، ترجمه‌ی سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، تهران: انتشارات صفار.

۱٦. روح الامینی، محمود (۱۳۸٦) **زمینه‌ی فرهنگ شناسی**، تهران: انتشارات عطار.

۱۷. ریتزر، جرج (۱۳۷٤) **نظریه‌های جامعه شناسی در دوران معاصر**، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

۱۸. سرمد، زهره و دیگران (۱۳۷۸) **روش‌های تحقیق در علوم رفتاری**، تهران: انتشارات سمت.

۱۹. شارع‌پور، محمود (۱۳۷۷) «تئوری‌های بازتولید اجتماعی و فرهنگی در آموزش و پرورش»، **فصلنامه‌ی فرهنگ عمومی**، شماره‌ی ۱٦-۱۷، ص ٤۱-۵۲.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

۲۰. شارع‌پور، محمود و خوشفر، غلامرضا (۱۳۸۱) «رابطه سرمایه‌ی فرهنگی و هویت اجتماعی جوانان»، نامه‌ی علوم اجتماعی، شماره‌ی ۲۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۱!، ص ۱۳۳-۱۴۷.

۲۱. فرنچ، درک و هیثر سارود (۱۳۷۱) **فرهنگ مدیریت**، ترجمه‌ی محمد صائبی، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

۲۲. فکوهی، ناصر (۱۳۸۱) **تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسانشناسی**، تهران: نشرنی.

۲۳. کریتنر، رابرت و کینیکی، آنجلو (۱۳۸٤) **مدیریت رفتار سازمانی (مفاهیم، مهارت‌ها و کاربردها)**، ترجمه‌ی علی اکبر فرهنگی و حسین صفر زاده، تهران: نشر پیام پویا.

۲٤. کیاسی، محمد (۱۳۸۷) **بررسی عوامل مؤثر بر شکل گیری اعتماد اجتماعی**، تهران: نشر بام روز.

۲۵. مارشال،گرچمن ب راسمن (۱۳۸۱) **روش تحقیق کیفی**، ترجمه‌ی اعرابی و پارسائیان دفتر پژوهش‌های فرهنگی.چاپ دوم.

۲٦. مدنی، زاهد (۱۳۸٦) **نگاهی نو به سرمایه‌ی دانش: ضرورت قرن ۲۱**، تهران: نشر اکابیر.

۲۷. هانتینگتون، ساموئل و لارنس هریسون، (۱۳۸۳) **اهمیت فرهنگ**، ترجمه‌ی انجمن توسعه و مدیریت ایران، تهران.

۲۸. هچ، ماری جو (۱۳۸۵) **تئوری‌های سازمان ومدیریت**، ترجمه‌ی حسن دانایی فرد، تهران: انتشارات افکار.

۲۹. هومن، حیدر علی (۱۳۸٤) **مدل یابی معادلات ساختاری باکاربرد نرم افزارلیزرل**، تهران: انتشارات سمت.

۳۰. Devine-Eller, A(۲۰۰۵) **Rethinking Bourdieu on Race: a Critical Review of Cultural Capital and Habitués in the Sociology of Education Qualitative Literature** ,Rutgers University.

۳۱. Dumais, S.,(۲۰۰۲) «Cultural Capital, Gender, and School Success: the Role of habitus», **Sociology of Education**, v.۷۵, i.۱, pp.٤٤–٦۸

۳۲. Emmison, M., & Frow, J.,(۱۹۹۸) Information Technology as Cultural Capital, Australian Universities Review, Issue ۱/۱۹۹۸, p.٤۱-٤۵

۳۳. Hayes, E.(۲۰۰۰) The Forms of Capit , http: //webcache.google user content.com.

۳٤. Jacobs, C(۲۰۰۷), Community Capitals :Cultural Capital, Community Leadership Development Extension Associate.

۳۵. Lock Lee (۲۰۰۵) Schemes and Tools for Social Capital Measurement as a

۳٦. Maryland, College Park.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

۳۷. Abou-Zied; El-Sayed (۲۰۰۲), An Ontology-Based Approach to Interorganizational Knowledge Transfer, Journal of Global Information Technology Management,Vol ۵,No ۳

۳۸. Bhatt, Ganesh, (۲۰۰۲) ,"Management strategies for individual knowledge and organizational knowledge", Journal of knowledge management, vol٦,no۱, PP۳۱-۳۹

۳۹. Bierly, P and Daly, P (۲۰۰۲), 'Aligning Human Resource Management practices and knowledge strategies', The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge, Oxford University Press, UK.

٤۰. Boisot, H(۲۰۰۳)" Knowledge Assets" Electronic Journal of Knowledge Management. Vol. ۳ Issue. ۱ pp۳٦-٤۲

٤۱. Choi, B & Jong, AM (۲۰۰۵), 'An examination of KM strategies and the Market Value of the Firm: based on the Event study Methodology', in Proceedings of the ۲nd International Conference on Knowledge Management in Asia Pacific (KMAP'۰۵), ۲۸-۲۹ Nov, Wellington, New Zealand.

٤۲. Gold et al., (۲۰۰۱). Knowledge Management:An organizational capabilities perspective. Journal of Management Information Systems, ۱۸(۱), ۱۸۵-۲۱٤

٤۳. Haggie; Konx, Kingston; John (۲۰۰۳), Choosing Your Knowledge Strategy, Journal of Knowledge Management.

٤٤. Haider, S. (۲۰۰۹) "The Organizational Knowledge Iceberg: An Empirical Investigation ", Knowledge and Process Management, Vol ۱٦, No. ۲, pp ۷٤-۸۲.

٤۵. Keskin, H; Akgun, AE; Gunsel, A & Imamoglu, SZ (۲۰۰۵),'The Relationship Between Adhocracy and Clan Cultures and Tacit Oriented KM Strategy', Journal of Transnational Management, Vol.۱۰, Issue ۳, pp. ۳۹-۵۳.

٤٦. Kim; Young-Gul, Yu; Sung-Ho; Lee; Jang-Hwan, (۲۰۰۲), Knowledge Strategy Planning: Methodology and Case, Expert System with Applications, Vol ۲٤.

٤۷. Mentzas,G (۲۰۰٤),'A strategic management framework for leveraging knowledge assets', International Journal of Innovation and Learning, Vol.۱, Issue ۲, pp.۱۱۵-۱٤۲.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

٤٨. -Nonaka, I & Takeuchi, H (١٩٩٥) "The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation". Oxford UniversityPress, New York.

٤٩. Nurmi,R.(٢٠٠١), Knowledge-intensive firms, Business Horizons, May-June, pp.٢٦-٣٢.

٥٠. Pai; Da Chang, (٢٠٠٥), Knowledge Strategies in Taiwan's IC Design Firms, Journal of American Academy of Business, Vol ٧, No٢.

٥١. Sabherwal, R & Sabherwal, S (٢٠٠٣), 'How do knowledge announcement affect firm value? A study of firm pursuing different business strategies', Working paper University of Missouri ,[online :http ://misrc .umn.edu/ workshops /٢٠٠٣/fall/ Sabherwal_١٠٠٣٠٣.pdf].

٥٢. Singh, H & Zollo, M (١٩٩٨),'The impact of knowledge codification, experience trajectories and integration strategies on the performance of corporate acquisitions', Journal of Intellectual Capital, Vol ١, No. ١, pp ١٤٤-٢٣١.

٥٣. Skyrme, DJ (١٩٩٩), Knowledge: the strategic imperative, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.pp ٢٦-٥٣

٥٤. Zack, Michael H. (١٩٩٩), Developing a knowledge Strategy, California Management Review, Vol ١٤, No ٣.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

This document was created with Win2PDF available at http://www.win2pdf.com.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]