



هزینه‌کرد فرهنگی خانوار

کتاب «گزارش وضعیت هزینه‌کرد فرهنگی خانوار» را نمافر در آذرماه ۱۴۰۱ در ۷۲ صفحه منتشر کرده است.

مصرف، نقش مهمی در امور روزمره افراد و نظام اجتماعی ایفا می‌کند و دارای ابعادی چندگانه است. شیوه مصرف کردن را می‌توان به عنوان مقوله‌ای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی طبقه‌بندی کرد. مصرف فرهنگی از جمله مفاهیم مهم برای سنجش میزان رفاه و سطح توسعه‌یافتگی جوامع و کیفیت سبک زندگی شهروندان محسوب می‌شود که وابسته به بستر شکل‌گیری و توسعه آن، تعاریف گوناگونی دارد.

صاحب‌نظران معتقدند که افراد برای ایجاد «تمایز» با دیگران و ایجاد منزلت و تشخیص در جامعه از ابزار «مصرف» بهره می‌گیرند. بنابراین امروزه این «مصرف» است که موقعیت فرد را در نردبان اجتماعی تعیین می‌کند. با توجه به این مهم، افراد با چگونگی مصرف اعم از مصارف اقتصادی، فراغتی و فرهنگی و «تمایز» بین خود و دیگران اقدام می‌کنند. «انتخاب» برای چگونگی «مصرف» از ویژگی‌های جامعه مدرن است. به طور کلی مصرف مطالب چاپ‌شده و ادبیات، مصرف موسیقی و مصرف رسانه جزو اصلی‌ترین عناصر سبک زندگی فرهنگی و مصارف فرهنگی به شمار می‌آیند. گفتنی است در مطالعات معاصر، مصرف فراغت نیز، علاوه بر ابعاد ذکرشده، به شاخص‌های مصرف فرهنگی اضافه شده است.

در یک تعریف ساده در این نوشتار، مصرف فرهنگی در بعد خانوار را می‌توان به کل هزینه‌هایی اطلاق کرد که برای خرید یا استفاده کردن از محصولات و خدمات فرهنگی مانند کتاب، موسیقی، گردش و تفریح، تئاتر و فیلم و... صرف می‌شود. در جامعه امروز ایران با توجه به افزایش هزینه‌های زندگی و دشواری تامین آن به دلیل مسائل اقتصادی، مطالعه میزان مصرف فرهنگی خانوار، امری پیچیده و قابل تامل است. اینکه خانوارهای ایرانی در مقایسه با سایر هزینه‌های زندگی چقدر تمایل به مصرف محصولات فرهنگی دارند، نیازمند بررسی دقیق متکی بر شواهد است.

در این گزارش به بررسی آماری سبد مصرف فرهنگی خانوارهای ایرانی پرداخته شده است و سعی شده است نمایی روشن از فضای موجود اجتماعی و فرهنگی جامعه ایرانی ارائه شود.

لینک دریافت کتاب گزارش وضعیت هزینه‌کرد فرهنگی خانوار در سایت نمافر