

نقش سبک زندگی جوانان در پیشرفت الگوی اسلامی در رابطه با سرمایه فرهنگی و اقتصادی

غلامرضا جعفری نیا *

چکیده

سبک زندگی دارای سه بعد رفتاری، نگرشی و ترجیحات، انگیزه مصرف است. بعد رفتاری سبک زندگی جوانان با هشت شاخص شامل: مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، رفتار سیاسی، رفتار انحرافی، توجه به آرایش و خودآرایی، مصرف لباس و کفش، مصرف خوراک و دین‌داری مورد توجه قرار گرفت و با توجه به اینکه مساله اصلی مقاله حاضر سنجش رابطه سبک زندگی و سرمایه فرهنگی و اقتصادی بود، این رابطه مورد تایید قرار گرفت لازم به ذکر است که بیشترین تمایز سبک زندگی بین قشر بالا (هم سرمایه فرهنگی و هم سرمایه اقتصادی زیاد) و قشر پایین (سرمایه فرهنگی و اقتصادی کم) مشاهده شد.

کلیدواژه ها: سبک زندگی، مصرف، جوانان، سرمایه فرهنگی

مقدمه

سبک زندگی یکی از مفاهیمی است که در نیمه دوم قرن بیستم مورد توجه جدی اقبال جامعه شناسان قرار گرفت. با طرح مباحث مربوط به مدرنیته، هویت، مصرف و انگیزه های مصرف کنندگان از سوی جامعه شناسان بستر مناسبی جهت رشد مطالعات و تحقیقات تجربی در این زمینه فراهم شد. این گسترش با محوریت نظریات و آرای جامعه شناسانی همچون ماکس وبر^۱، گیدنز^۲، وبلن^۳، بوردیو^۴، پیترسون^۵ و... انجام گرفت. بررسی پیشینه های تجربی در زمینه سبک زندگی در ایران نشان می دهد که سابقه پژوهش در این زمینه به کمتر از بیست سال می رسد البته از سال ۱۳۸۰ تاکنون اقبال محققان به سوی این موضوع بیشتر شده است. به گفته فاضلی (۱۳۸۲) گستردگی ابعاد و پیچیدگی موضوع موجب شده است که مرزهای محدود کننده این موضوع لغزنده و مبهم باشد و لذا برداشت های متفاوتی از این موضوع و قلمرو آن به وجود آید که در بررسی ها قابل مشاهده است.

* دانشیار بخش جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر، jafarina_reza@yahoo.com

- 1- Weber
- 2- Giddings
- 3- Veblen
- 4- Bourdieu
- 5- Peaterson

سبک زندگی

مفهوم سبک زندگی اولین بار در سال ۱۹۲۹ توسط آلفرد آدلر^۶، روان‌شناس اجتماعی، مطرح شد. و پس از یک دوره افول، مجدداً از سال ۱۹۶۱ مورد اقبال اندیشمندان به خصوص جامعه‌شناسان قرار گرفت.

در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و مفهوم سازی وجود دارد، یکی مربوط به دهه ۱۹۲۰، که سبک زندگی معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به عنوان شاخص تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است (چاپین^۷ ۱۹۹۵؛ چاپمن^۸ ۱۹۳۵) و دوم به عنوان شکل اجتماعی نوینی که تنها در متن تغییرات مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (گیدنز ۱۹۹۱؛ بوردیو ۱۹۸۴؛ فدرستون^۹ ۱۹۸۷ و لاش و یوری^{۱۰} ۱۹۸۷) و در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه روز افزایش می‌یابد (بابذری، ۱۳۸۱).

جنسن^{۱۱} (۲۰۰۷) معتقد است که بیشتر اوقات این مفهوم بدون آنکه به طور دقیق معنای روش زندگی را بدهد، مورد استفاده قرار می‌گیرد و در ادبیات این واژه، به روش‌های مختلف تعریف شده و اینکه در چهار سطح جهانی، ملی، منطقه‌ای و فردی قابل اندازه‌گیری است. فرهنگ علوم اجتماعی سبک زندگی را به نوع زندگی یا نوع معیشت ترجمه کرده که منظور چگونگی جریان حیات و شیوه زندگی انسان‌ها به صورت فردی و گروهی است و چگونگی استفاده از درآمد، طول زمان کار، شیوه لباس پوشیدن، تغذیه، نحوه آرایش، محل سکونت، رفتارهای دینی و فرهنگی و... را شامل می‌شود (بیرو، ۱۳۷۵). گیدنز (۱۳۸۲) سبک زندگی را مجموعه‌ای نسبتاً منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره خود می‌داند که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌هاست و بر همین اساس از نوعی وحدت برخوردار است.

بوردیو سبک زندگی را نتیجه قابل رؤیتی از ابراز عادت می‌داند از نظر او همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده است مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی او می‌باشند (پالومتس^{۱۲}، ۱۹۹۸).

فیدرستون (۱۹۹۱ به نقل از شهابی، ۱۳۸۶) بدن، لباس، نحوه صحبت کردن، فعالیت‌های فراغتی، ترجیحات خوراکی و نوشیدنی، خانه، اتومبیل، انتخاب مقصد‌گذاران تعطیلات و نظایر این‌ها را شاخص‌های فردیت ذائقه و سبک مورد علاقه مصرف‌کننده می‌دانست.

وبر واژه سبک زندگی را جهت اشاره به شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت بودند، به کار گرفت و (تامین، ۱۳۸۳). وبر در تحلیلی چند بعدی به سه مفهوم سبک زندگی یا سبک مند شدن زندگی، تدبیر زندگی و بخت زندگی اشاره می‌کند. وی خصیصه اصلی سبک زندگی را انتخابی بودن آن می‌دانست که محدود به برخی مضایق ساختاری است و این محدودیت‌ها اقتصادی و اجتماعی‌اند. وبر

6- Addler
7- Chapin
8- Chapman
9- Feathrston
10- Lash & Urry
11- Jensen
12- Palumets

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیت و دووم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

کارکرد دو گانه ای برای سبک زندگی قایل است. از یک طرف موجب تفاوت بین گروهی می شود و به برتری های منزلتی و طبقاتی مشروعیت می بخشد و از سوی دیگر موجب انسجام بخشیدن درون گروهی می شود. به نظر او سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است (فاضلی، ۱۳۸۲).

وبلن (۱۳۸۶) انگیزش های اجتماعی برای رفتار رقابت آمیز و چشم و هم چشمی را پایه و اساس تبیین پدیده مصرف مدرن قرار می دهد و با طرح مفهوم طبقه تن آسا، مفهوم تمایز طبقاتی که در مصرف تجلی پیدا کرده است را مطرح می کند و قدرت مالی و ثروت را مبنای افتخار، منزلت و جایگاه اجتماعی می داند. البته وی نقش ذخیره کردن ثروت در کسب افتخار را ضعیف تر از نمایش دادن آن می داند و معتقد است که برای به دست آوردن و حفظ اعتبار، فقط داشتن ثروت یا قدرت کافی نیست بلکه ثروت و قدرت باید نشان داده شود، زیرا اعتبار فقط با آشکار کردن آن ها به دست می آید. به نظر او افراد ثروتمند در جوامع کوچک از طریق فراغت خود نمایانه و در جوامع بزرگ و شهری از طریق مصرف خود نمایانه و نمایشی، ثروت خود را به نمایش می گذارند. وی به اصل و قانون ضایع کردن تظاهری در جریان مصرف نمایشی اشاره می کند که منظور مسابقه و رقابت بر سر هر چه بیشتر پول خرج کردن است. وی پدیده مد را مختص به طبقه بالایی می داند که می خواهند نشان دهند که برای کسب درآمد مجبور به کار کردن نیستند. او یکی از بهترین زمینه های مصرف نمایشی و ضایع کردن تظاهری را مصرف لباس می داند.

گیدنز (۱۳۸۳) انسان را به عنوان عامل در شکل گیری هویتش موثر می داند و معتقد است که انسان تحت فشار ساختار اجتماعی سبک زندگی را بیشتر تقلید می کند. به نظر او در دنیای متجدد کنونی، همه ما نه فقط از سبک های زندگی پیروی می کنیم بلکه به تعبیر دیگر ناچار به این پیروی هستیم. در حقیقت ما انتخاب دیگری به جز گزینش نداریم. به نظر وی هر چه وضع و حال جامعه و محیطی که فرد در آن به سر می برد بیشتر به دنیای مابعد سنتی تعلق داشته باشد، سبک زندگی او نیز بیشتر با هسته واقعی هویت شخصی اش، و ساخت و همچنین با تجدید ساخت آن سروکار خواهد داشت. البته منظور گیدنز از کثرت انتخاب که در همه انتخابها بر روی همه افراد باز است.

زیمل متمایز ساختن خود از دیگران - به واسطه مد - را محرک مصرف می داند وی کارکرد دو گانه ای برای مد قایل است در یک وجه، اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت است، اما وجه دیگر آن که جنبه طبقاتی دارد، سبب همبستگی گروهی و تقویت انسجام اجتماعی طبقاتی است (میلز^{۱۳}، ۱۹۹۶ به نقل از فاضلی، ۱۳۸۲).

بورديو در باره شکل گیری سبک های زندگی نظریه ای منسجم ارائه داده است. مطابق مدلی که او ارائه کرده است شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی به تولید منش خاص منجر می شود و منش دو دسته نظام است. نظامی برای طبقه بندی اعمال و نظامی برای ادراکات و شناختها (قریحه ها). نتیجه نهایی تعامل این دو نظام سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه ای خاص طبقه بندی شده و حاصل ادراکات خاص هستند. همچنین سبک زندگی تجسم یافته ترجیحات افراد است که به صورت عمل در آمده و قابل مشاهده هستند. الگویی غیر تصادفی که ماهیت طبقاتی دارد. او با نشان دادن اینکه سبک های زندگی محصول منش ها و خود منش ها نیز تابعی از انواع تجربه ها و از جمله تجربه آموزش رسمی هستند با بیان این نکته که الگوهای مصرف اصلی ترین بروز سبک های زندگی اند، ارتباط میان آموزش رسمی در ساختار سرمایه داری و باز تولید آن را تحلیل کرد. عمده ترین

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

میراث اندیشه بورديو برای جامعه شناسی مصرف و تحلیل سبک های زندگی، تحلیل ترکیب انواع سرمایه برای تبیین الگوهای مصرف، بررسی فرضیه تمایز یافتن طبقات از طریق الگوهای مصرف و مبنای طبقاتی قرایح و مصرف فرهنگی است (فاضلی، ۱۳۸۲).

دوگلاس و ایشرود^{۱۴} (۱۹۹۶) متجلی کردن و ثبات بخشیدن به مقولات فرهنگ را محرک مصرف می دانند به نظر آنان چون کالاها وجه نمادین دارند قادرند به عنوان ابزار مبادله و ارتباط به کار گرفته شوند، مصرف کالاها برای حفظ ارتباط و انسجام، جلب حمایت دیگران و ابراز مهربانی کردن لازم اند. به نظر کمپل^{۱۵} (۱۹۸۷) مصرف مدرن با مصرف سنتی متفاوت است. مصرف سنتی لذت مصرف اشیا و انجام اعمال را در خود آن‌ها جست و جو می کند اما مصرف مدرن لذت مصرف را در تجربه ذهنی آن دنبال می کند و لذت خواستن اشیا بیش از لذت داشتن آن‌هاست و مصرف کردن چرخه ای بی انتهاست، زیرا تجربه مصرف کردن همواره از خیال مصرف عقب تر است.

پترسون معتقد است که در دوران جدید الگوی مصرفی بروز کرده است که دیگر اعضای طبقات بالا خود را به داشتن یک الگوی مصرف مشخص محدود نمی کنند. او این الگوی مصرف را «همه کاره بودن» می خواند. در چنین الگوی مصرف جدیدی، طبقات بالا از همه انواع فرهنگ و هنر استفاده کرده و به سلسله مراتب ژانرهای فرهنگی بی اعتنا هستند. ملاحظات زیبا شناختی که بر مبنای معیارهای فردی تعریف می شوند هدایت کردن زندگی و داوری سلیقه ها را بر عهده می گیرند. چنین تحولی را «زیبا شناختی شدن زندگی روزمره» می خواند (فاضلی، ۱۳۸۲).

بر اساس تعاریفی که بیان شد می توان گفت سبک زندگی عبارت از شیوه زندگی کردن است که شامل رفتارهای عینی در قالب مصرف می شود.

سرمایه فرهنگی (تحصیلی) و سرمایه اقتصادی

سرمایه مفهومی بیشتر اقتصادی است که تعریف آن را باید ابتدا در ادبیات آن رشته علمی دنبال کرد. در فرهنگ علوم اقتصادی، سرمایه که یکی از عناصر مهم تولید در نظام سرمایه داری است متشکل از مالی است که از آن عایدی به دست آید و برحسب پول بیان می شود. برخی اقتصاد دانان معلومات اکتسابی را نیز به معنای سرمایه دانسته اند (فرهنگ، ۱۳۶۹). هایک سرمایه را مجموعه ای از کالاهای قابل تولید مجدد می داند: (شایان مهر، ۱۳۷۹). مارکس معتقد است که گردش کالایی سرآغاز سرمایه است و پول به عنوان آخرین محصول دوران کالایی، نخستین صورت تجلی سرمایه است و از لحاظ تاریخی، سرمایه همه جا در برابر مالکیت ارضی بدو به شکل پول، به مثابه دارایی نقدی، سرمایه تجاری و سرمایه ربایی است: (مارکس، بی تا). و در تعریف دارایی و ثروت که مشابه سرمایه است، گفته می شود هر آنچه که ارزش یا مطلوبیت داشته باشد ثروت است و یا ذخیره کالاهای موجود در یک زمان معین که باید با مقررات زیر موافق باشد: ۱- مطلوبیت داشته باشد ۲- دارای ارزش پولی باشد ۳- عرضه آن محدود باشد ۴- انتقال مالکیت آن از یک شخص به دیگری ممکن باشد (فرهنگ، ۱۳۶۹). به نظر بورديو سرمایه فرهنگی، داشتن تمرین‌هایی از فرهنگ قانونی یا قانون فرهنگی است (بورديو، ۱۹۸۴). مفهوم سرمایه فرهنگی نزدیک به مفهوم وبری سبک زندگی است که شامل مهارت‌های خاص، سلیقه، نحوه سخن گفتن، مدارک تحصیلی، و شیوه‌هایی می‌گردد که فرد از طریق آن خود را از دیگران متمایز می‌کند (ممتاز، ۱۳۸۳). همچنین سرمایه اقتصادی از نظر بورديو شامل درآمد و انواع منابع مالی است که در قالب

14- Douglas & Isherwood
15- Campbell

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

مالکیت قرار می گیرند (رضوی زاده، ۱۳۸۷). برای بورديو وجود یک خانه، یک قایق و ماشین لوکس یا گذراندن تعطیلات در هتل های مجلل نیز نشانه های ویژه سرمایه اقتصادی است (بورديو، ۱۹۸۴). آنچه مسلم است سرمایه علاوه بر اینکه در طول عمر یک فرد و به تدریج انباشته می شود ممکن است از طریق ارثیه از والدین نیز به فرد منتقل شود. با عنایت به اینکه در این تحقیق پاسخ گویان در بازه سنی ۲۹ - ۱۵ ساله بودند اکثر آنها فاقد استقلال اقتصادی و تجربه فرهنگی فردی بودند و لذا ثروت والدین (اعم از ارزش منزل و مستغلات، موجودی حساب بانکی، ارزش سهام و ارزش اتومبیل) به عنوان متغیر سرمایه اقتصادی در نظر گرفته شد. البته لازم به توضیح است که بین متغیر ثروت و درآمد ماهیانه در این تحقیق همبستگی معنادار و نسبتاً قوی معادل ۰/۶۶ وجود داشت و میانگین میزان تحصیلات والدین به عنوان متغیر سرمایه فرهنگی پاسخ گویان قرار گرفت.

ترکیب انواع سرمایه (البته فقط اقتصادی و فرهنگی) در نزد بورديو به منظور ارایه یک الگوی طبقه بندی اجتماعی مورد استفاده قرار می گیرد. برای بورديو هر قشر اجتماعی بر اساس ترکیبی از سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی تعریف می شود. اعضای هر طبقه در هر میدان، جایگاهی مخصوص به خود دارند که براساس ترکیب انواع سرمایه تعیین شده است. تحلیل سرمایه در نزد هر طبقه به سه وجه مرتبط است: ۱- میزان سرمایه (کم/زیاد) ۲- ساختار سرمایه (اقتصادی/ فرهنگی) ۳- بعد زمانی سرمایه (کاهش بین نسلی/ افزایش بین نسلی) (بورديو به نقل از رضوی زاده، ۱۳۸۷). بورديو براساس ترکیب سرمایه هایی که در اختیار افراد می باشد سه قشر بالا، متوسط و پایین را از یکدیگر متمایز کرده و قشر بالا را به سه زیر گروه تقسیم می کند که شامل: ۱- گروهی که از نظر سرمایه اقتصادی و فرهنگی در سطح بالایی قرار دارند (بیشترین نمونه معرف این گروه متخصصان حرفه ای هستند). ۲- گروهی که سطح سرمایه اقتصادی بالا ولی سرمایه فرهنگی به اندازه اقتصادی بالا نباشد (مثل گروه شغلی کارآفرینان). ۳- گروهی که سطح سرمایه فرهنگی بالا ولی سطح سرمایه اقتصادی به اندازه سرمایه فرهنگی بالا نباشد (مثل گروه شغلی معلمان) (بورديو، ۱۹۸۴).

پیشینه تحقیق

با توجه به گستردگی موضوع سبک زندگی تحقیقات قابل توجهی در این زمینه در کشورهای دیگر و اخیراً ایران انجام شده است برخی از این منابع به مباحث تئوریک در زمینه سبک زندگی و مشکلات و ابهاماتی که این واژه دارد، پرداخته و ضعف سبک زندگی در تبیین سایر پدیده های اجتماعی را مورد بحث قرار می دهند (مانند جنسن، ۲۰۰۷؛ راسل، ۲۰۰۵). دسته ای از تحقیقات به بعد نگرشی سبک زندگی پرداخته اند و نگرش پاسخ گویان به پدیده های خاصی را به عنوان سبک زندگی تلقی کرده اند (لیتل^{۱۶}، ۱۹۸۹؛ محمدی، ۱۳۸۶). حال آنکه نگرش الزاماً به رفتار منجر نمی شود برخی از تحقیقات تجربی در زمینه سبک زندگی آن را در حد چند عادت یا رفتار خاص ورزشی یا خوردن مواد خوردنی خاص تقلیل داده و اثر آن را بر یک پدیده دیگر مانند بیماری مورد بررسی قرار داده اند (سی دونوگو^{۱۷} و دیگران، ۱۹۹۲؛ مهوس^{۱۸}، ۲۰۰۰؛ رکس^{۱۹} و همکاران، ۱۹۹۷؛ گالوباردس^{۲۰} و دیگران^{۲۱}، ۲۰۰۳؛ هیمن^{۲۱}، ۲۰۰۰؛ میر زمانی و پور اعتماد،

16- Little
17- Donoghoe
18- Meheus
19- Rex
20- Globardes
21- Heiman

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

۱۳۸۳؛ استاجی و همکاران، ۱۳۸۵). حال آنکه زندگی یک کلیت بهم پیوسته است و لذا سبک زندگی نیز واجد این کلیت است. دسته ای از تحقیقات ضمن اذعان به کلی بودن سبک زندگی و اشاره به شاخص‌های متعدد آن، در عمل فقط به یک بعد و شاخص اکتفا کرده و آن را مورد سنجش قرار می‌دهند (رضوی زاده، ۱۳۸۶؛ شفیعی، ۱۳۸۶).

در مورد محتوای پیشینه‌های مورد بررسی، می‌توان به چند نکته توجه کرد. جنسن (۲۰۰۷) در مورد مشکلات تحقیق در مورد سبک زندگی و به خصوص مشکل ابهام در تعریف سبک زندگی بحث کرده و یک تعریف از بعد شناختی را ارائه می‌نماید. لئوبی (۱۳۸۰) در تحقیقی در مورد سبک‌های زندگی جوانان در انگلستان نتیجه گرفت که پیوند عمیقی میان زمینه طبقه اجتماعی و فرصت‌های زندگی (و بنابراین سبک زندگی) جوانان وجود دارد و رابطه همبستگی بین طبقه اجتماعی والدین پاسخ‌گو و مسیرهای شغلی - آموزشی از نظر آماری معنا دار است. فردرو (۱۳۷۸) در تحقیقی در یکی از مناطق شهر تهران دریافت که بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مصرف کالا‌های فرهنگی رابطه همبستگی معنا داری وجود دارد.

موضوع دیگر سنخ بندی سبک زندگی در تحقیقات مختلف است. البته هیچ توافق نظری در مورد تعداد سبک‌های زندگی وجود ندارد. میچل در آمریکا نه سبک زندگی تشخیص می‌دهد (میچل، ۱۹۸۵ به نقل از رضوی زاده، ۱۳۸۷). هارتون و هانت^{۲۲} (۱۹۸۴) براساس سه طبقه اجتماعی، سه سبک زندگی را بیان می‌کنند. محققان انگلیسی در نوع بندی جامعه، شش طبقه را از یکدیگر متمایز می‌کنند (مارش^{۲۳}، ۱۹۸۶). روسویگ^{۲۴} (۲۰۰۵) ضمن اشاره به یک سبک زندگی آمریکایی، به روایت دیگر بر اساس یافته‌های پژوهشی شرکت کاریتاس، ۶۰ گروه سبک زندگی در آمریکا تشخیص داده شده است که رفتارهای مصرفی و گرایش‌های سیاسی متفاوتی دارند. شهابی در سال ۱۳۷۷ به روش کیفی و با استفاده از تیپ ایده آل وبری یک سنخ بندی از سبک‌های زندگی جوانان ایرانی ارائه نمود که بر اساس آن سه نوع سبک زندگی در بین جوانان ایرانی وجود دارد که شامل سبک زندگی هم‌نوایانه یا متعارف، سبک زندگی بسیجی و سبک زندگی جهان وطنانه (شهابی، ۱۳۸۶).

تقی آزاد ارمکی و شالچی (۱۳۸۴) نیز در مقاله «دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ» با توجه به نظریه بورديو به بررسی مقایسه ای دو سبک زندگی در میان جوانان منطقه ۳ شهر تهران می‌پردازند. سبک زندگی اصول‌گرایی انقلابی که متأثر از ارزش‌های انقلاب اسلامی است و اجتناب از روابط با نامحرم و دوری از مدگرایی و مصرف‌گرایی غربی و تاکید بر هویت اسلامی در مقابل هویت غربی از ویژگی‌های این سبک است و سبک زندگی پسامدرن که مدگرایی، مصرف‌گرایی و مصرف‌گرایی غربی و ارتباط با جنس مخالف از جمله ویژگی‌های این سبک است.

محمدی (۱۳۷۸) نیز در مقاله «اخلاق شادی، سبک زندگی» ویژگی‌های یک سبک زندگی را برمی‌شمرد که شهابی آن را سبک زندگی سنتی و در مقابل سبک زندگی سایرین که متفاوت از گروه قبلی هستند که شهابی آن را سبک مدرن نامیده است (به نقل از شهابی، ۱۳۸۶). بنیامین باربر^{۲۵} (۱۹۹۶) یک سنخ‌شناسی دوگانه از سبک زندگی ارائه می‌دهد. او برای توصیف عملکرد دو روند هم‌زمان در جهان از دو واژه «جهاد»^{۲۶} و «مک ورلد»^{۲۷} استفاده می‌کند. به نظر وی ما از

22- Hurton & Hunt
23- Marsh
24- Reusswig
25- Barber
26- Jihad
27- Mcworld

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

یک طرف شاهد روند محلی سازی، خاص گرایی یا سیاست هویت (در اشکال دینی، قومی و نژادی) هستیم که شامل همه اشکال مخالفت بنیاد گرایانه با تجدد می شود که در ادیان و مذاهب اسلام، پروتستانیسم، کاتولیسم، هندوئیسم، بودیسم، کنفوسیونیسیم و یهودیت وجود دارد (جهاد) و از طرف دیگر شاهدیم که یک بازار اقتصادی توسعه طلب و جهانی ساز (تحت کنترل شرکت های چند ملیتی) از طریق اقلام مصرفی و فرهنگ عامه پسند، قصد همگون سازی فرهنگ های محلی و ادغام آنها در فرهنگ جهانی را دارد (مک ورلد) شهابی این دو سبک را، سبک زندگی ستیزه جویانه و سبک زندگی مصرفی می نامد: (به نقل از شهابی، ۱۳۸۶). پالومتس (۱۹۹۸) در تحقیق خود در مورد سبک زندگی در استونی، براساس ترکیب سرمایه های فرهنگی و اقتصادی مورد نظر پیر بوردیو سه گروه تشخیص می دهد که هر کدام سبک زندگی خاصی دارند. گروه اول کسانی که سرمایه اقتصادی و سرمایه تحصیلی بالایی دارند در مورد سبک زندگی این گروه، گذراندن اوقات فراغت با تجهیزات ورزشی، کوهنوردی و تکنولوژی عکاسی و مصرف بالای فرهنگی، کارهای هنری و کلکسیون هنری و کتابخانه، کلبه تابستانی و مصرف مکمل های غذایی، گروه دوم کسانی که سرمایه اقتصادی بالایی دارند و در مورد سبک زندگی آنان می توان به مشخصه هایی همچون داشتن اتومبیل شخصی، سنگ ها و فلزات گران بها، ملاقات های اجتماعی در رستوران ها و کافه ها، رفتن به کنسرت ها، تئاترها و نمایشگاه ها و فعالیت های سیاسی اشاره کرد و گروه سوم کسانی که سرمایه تحصیلی بالایی دارند که سبک زندگی آنان با ویژگی های داشتن آلات موسیقی، کم اهمیت دادن به دیدن تلویزیون و گوش دادن به رادیو، خواندن روزنامه، اهمیت دادن به پیشرفت ذهنی و یادگیری زبان های خارجی از دو گروه قبل متمایز می شوند. برگ با پرسش از ۴۷ فعالیت در بین رانندگان جوان سوئدی و با تحلیل عاملی داده ها ده الگوی سبک زندگی به دست آورده است که شامل سبک های ورزشی، الکلی، عشق رانندگی، فرهنگی، رفتار زنانه، مشارکت اجتماعی، بلا تکلیف، دوستدار فیلم، حساس به لباس و عشق به اتومبیل بود (برگ، ۱۹۹۴ به نقل از فاضلی، ۱۳۸۲).

در مورد رابطه سرمایه فرهنگی و اقتصادی با سبک زندگی تحقیقات مختلفی انجام شده است اما شیوه ترکیب دو نوع سرمایه کاملاً متفاوت است. بیشتر آن ها متغیرهای تحصیلات و درآمد به عنوان اجزای پایگاه اجتماعی و اقتصادی (فردرو، ۱۳۷۸) و یا به عنوان معرف های طبقه اجتماعی (تامین، ۱۳۸۵) مورد استفاده قرار گرفته اند. بر این اساس شواهد تجربی وجود دارد که رابطه تحصیلات با سبک زندگی را تایید می کند (سویج و بارلو، ۱۹۹۲؛ برگس، ۱۹۸۶؛ لیبرسون و بل، ۱۹۹۲؛ رضوی زاده ۱۳۸۶؛ فرد رو ۱۳۷۸) و از سوی دیگر شواهد تجربی دیگری رابطه بین وضعیت اقتصادی و سبک زندگی را نیز تایید می کنند (تامین، ۱۳۸۵؛ ملوین کوهن، دی مگیو و اوسیم، ۲۰۰۰؛ کلی، ۱۹۹۰؛ زابلکی و کانتز، ۱۹۷۶)

لاروک (۱۳۸۵) در زمینه رابطه سبک زندگی با طبقه اجتماعی معتقد است که تعلق به یک طبقه اجتماعی را می توان از روی سبک زندگی شناخت، چرا که سبک زندگی طبقات با هم دیگر متفاوت است. رابطه طبقه و سبک زندگی از دو جهت قابل بررسی است: ۱- سبک زندگی به میزان درآمد بستگی دارد. استفاده از درآمد وسیله ای است برای رسیدن به نقش هایی که میزان مشخصی وجهه ایجاد می کند علاوه بر آن درآمد نه تنها موجب سطح زندگی مشخصی است، بلکه وسیله قبول و پذیرش سبک زندگی معینی نیز هست و مشابه بودن سطح زندگی در بین تعدادی از مردم، نوعی رابطه بین آنها ایجاد می کند که آنان را از کسانی که سطح زندگی بالاتر یا پایین تر از آنها دارند، متمایز می کند. البته گاهی ممکن است افرادی که سطح درآمدی مشابه دارند، از نظر سبک زندگی مشابه نباشند به عبارت دیگر سطح درآمدی

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دووم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

یکسان، سبک زندگی مشابه را در پی نداشته باشد و علت این امر به چگونگی استفاده و هزینه کردن درآمد مربوط است، و در مقابل افرادی که درآمدهای یکسانی ندارند ممکن است سبک زندگی مشابهی داشته باشند. ۲- چگونگی استفاده از درآمد غالباً مبین سبک زندگی است. خانواده‌های با درآمد مشابه و یکسان غالباً درآمد خود را در جهات و امور متفاوت هزینه می‌کنند. برخی برای خوراک و احتیاجات اولیه نسبت بیشتری هزینه می‌کنند و برخی سهم بیشتری را خرج مسکن، اتاق پذیرایی، ناهارخوری، لباس و مانند آن می‌کنند و این تفاوت در بهره‌برداری از درآمد بستگی به این دارد که فرد به کدام گروه و طبقه اجتماعی تعلق دارد. مثلاً در مورد مسکن، اینکه فرد خانه شخصی داشته باشد یا در آپارتمان اجاره‌ای زندگی کند یا در چه محله‌ای سکونت کند تا حد زیادی به گروه و طبقه‌ای که فرد متعلق به آن است، بستگی دارد. در مورد لباس، در بسیاری از جوامع نوع لباس نشانه بستگی فرد به یک گروه اجتماعی معین است. حتی انتخاب نوع غذا، نوع مشروب، ساعات سرو غذا و ترتیب غذا خوردن نیز تا حد زیادی در گروه‌های اجتماعی مختلف متفاوت است. در مورد ورزش نیز برخی از ورزش‌ها مختص طبقات متوسط یا بالاست. البته عامل اساسی در این جریان، تحصیلات و سبک تعلیم و تربیت است. از آنجا که میزان تحصیلات نقش هر کس در جامعه را مشخص می‌کند و همچنین تعیین‌کننده درآمد و نحوه استفاده از درآمد است و شاید به همین علت، سطح تحصیلات و نوع مدرسه‌ای که فرد در آن آموزش دیده، عامل اساسی تعیین‌کننده طبقه اجتماعی اوست.

بررسی تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که هر کدام از تحقیقات انجام شده به یک بعد خاص از سبک زندگی توجه کرده‌اند و جای خالی یک تحقیق که به ابعاد گوناگون سبک زندگی توجه کرده و سنخ بندی خود را براساس ترکیب ابعاد چندگانه آن ارایه نماید ما را بر آن داشت که این موضوع را مورد بررسی قرار دهیم. البته در این مقاله بخش اندکی از یافته‌های پژوهشی حاصل از این بررسی با رویکرد تاثیر سرمایه فرهنگی و اقتصادی بر سبک زندگی ارایه می‌گردد. این مقاله در پی آن است که سبک زندگی جوانان را دسته بندی و توصیف کرده و به این سؤال پاسخ دهد که آیا ترکیب سرمایه فرهنگی و اقتصادی با نوع سبک زندگی رابطه دارد؟ بنابراین فرضیه «سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین بر نوع سبک زندگی جوانان تاثیر دارد.» مورد بررسی قرار می‌گیرد.

در این مقاله فقط به بعد رفتاری سبک زندگی توجه شده است و با استفاده از داده‌های حاصل از تحلیل خوشه بندی پنج سبک زندگی از یکدیگر متمایز شدند.

بحث و نتیجه گیری

سبک زندگی، مفهومی گسترده و چند بعدی است (بیرو، ۱۳۷۵؛ فیدرستون، ۱۹۹۱؛ اباذری، ۱۳۸۱) و اینکه یک بعد خاص از آن را به عنوان شاخص سبک زندگی بررسی کنیم گویا نیست، هر چند توجه به همه ابعاد هم وسعت کار را به حدی افزایش می‌دهد که شاید انجام آن امکان پذیر نباشد. البته می‌توان به روش بینابینی ترکیبی از مهم‌ترین شاخص‌ها را به عنوان شاخص سبک زندگی در نظر گرفت. ساختن چنین شاخصی به راحتی امکان پذیر نیست و نیازمند بررسی‌های تجربی مکرر است. شاخص مورد استفاده جهت متمایز کردن سبک‌های زندگی از یکدیگر، احتمالاً برای اولین بار و با مشارکت هشت معرف ساخته شده است.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیست و دوم و بیست و سوم خردادماه ۱۳۹۸

در این بررسی فرضیه رابطه بین سبک زندگی و سرمایه فرهنگی (تحصیلی) و اقتصادی (بوردیو، ۱۹۸۴؛ پالومتس، ۱۹۹۸) مورد آزمون قرار گرفت که تایید شد. بنابراین سبک زندگی جوانان تحت تاثیر خاستگاه فرهنگی و اقتصادی آنان است.

برخی از پیشینه ها به رابطه بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی با سبک زندگی اشاره کرده اند (فردرو، ۱۳۷۸؛ رضوی زاده، ۱۳۸۷) و برخی به رابطه طبقه اجتماعی با سبک زندگی اشاره کرده اند (لثوبی، ۱۳۸۰؛ تامین، ۱۳۸۵؛ کلی، ۱۹۹۰؛ زابلکی و کانتز، ۱۹۷۶؛ دی مگیو و اوسیم، ۲۰۰۰؛ هارتون و هانت، ۱۹۸۴).

در این بررسی پنج سبک زندگی متفاوت در بین جوانان تشخیص داده شد که تاکنون این تعداد سبک با ترکیب حاضر در هیچ تحقیق تجربی در ایران مشاهده نشده است. البته برخی از سبک های این سنخ بندی با برخی از سبک های ارایه شده مشابهت دارد. مثلاً سبک دو تا حدی با سبک بسیجی (شهابی، ۱۳۸۶) و سبک زندگی اصول گرایی انقلابی (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶) مشابهت دارد و سبک های یک و پنج نیز تا حدودی شبیه سبک زندگی پسامدرن (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶) و سبک زندگی جهان وطنانه (شهابی، ۱۳۸۶) است.

در این بررسی مشخص شد که قشر متوسط تلفیقی از سبک زندگی قشر بالا و قشر پایین دارد و به عبارت دیگر قشر متوسط سبک زندگی مخصوص به خود ندارد و لذا جهت بررسی سبک زندگی از این پس بهتر است سراغ اقشار بالا و پایین جامعه برویم. قشر بالا به دلیل توانایی مالی و میل به متمایز نمودن خود از سایر اقشار، سبک زندگی خاصی را بر می گزیند و در مقابل قشر پایین به دلیل عدم توان مالی قادر به رقابت با قشر بالا نیست و در نتیجه از مدها و الگوهای رفتاری آنان پیروی نخواهند کرد و لذا سبک زندگی خاص خود را خواهند داشت.

وجود یک سبک زندگی که شاخص های متناقض با هم دارند نیز قابل توجه است. کسانی که هم به مناسک دینی پایبندند (اهل شرکت در نماز جماعت و نماز جمعه و دعاها و دعاها مختلف هستند) و هم از ارتکاب انحرافات اخلاقی که با آن مواجه می شوند رویگردان نیستند. البته این سبک ریشه در برخی باورهای عامیانه دارد مثل اینکه بعضی از افراد می گویند «ما قبل از انقلاب، مشروب می خوردیم، دهان خود را آب می کشیدیم و نماز می خواندیم». یا فردی که ربا خوار است و از طریق نامشروع کسب درآمد می کند اما در ماه محرم مراسم عزاداری برگزار می کند و غذا رایگان به مردم می دهد. یعنی کسی که با خدا وارد جنگ شده است برای امام حسین (ع) مجلس عزا برگزار می کند. افزایش پیروان این سبک برای جامعه خطرناک است و موجب رشد نفاق و بی اعتمادی مردم در روابط شخصی خواهد شد.

جوانان آینده سازان جامعه هستند و تهاجم برنامه ریزی شده فرهنگی دشمن نیز این گروه را هدف گرفته است و لذا توجه جدی تر به نحوه زندگی آنان (سبک زندگی) شامل رفتارها، ترجیحات و نگرشها وانگیزه های رفتار یک ضرورت و نیاز انکارناپذیر است وجود رفتارهای انحرافی مثل مصرف سیگار، قلیان و مشروبات الکلی در بین جوانان که خود ریشه بسیاری از انحرافات خطرناک است نیز بایستی مورد توجه جدی قرار گیرد.

فهرست منابع

آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶): الگوهای سبک زندگی در ایران، الگوهای سبک زندگی ایرانیان. ابادری، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱): از "طبقه" تا "سبک زندگی"، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشرانها، چالشها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و سوم خرداد ۱۳۹۸

- استاجی، زهرا و همکاران (۱۳۸۵): بررسی سبک زندگی در ساکنین شهر سبزوار، مجله دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی سبزوار، دوره ۱۳، شماره ۳.
- بیرو، الن (۱۳۸۰): فرهنگ علوم اجتماعی، باقر ساروخانی، انتشارات کیهان، چاپ چهارم.
- پورغلام، زهرا (۱۳۸۶): سبک های زندگی یا رفتارهای خرده فرهنگ در بین دختران نوجوان الگوهای سبک زندگی ایرانیان.
- رضوی زاده، نورالدین (۱۳۸۶): بررسی تاثیر مصرف رسانه ها بر سبک زندگی ساکنان تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۶): توسعه و تضاد، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- شایان مهر، علیرضا (۱۳۷۹): دایرة المعارف تطبیقی علوم اجتماعی، انتشارات کیهان.
- شفیعی، سمیه (۱۳۸۶): مطالعات جنسیتی اوقات فراغت: به سوی تبیین سبک زندگی، الگوهای سبک زندگی ایرانیان.
- شهبابی، محمد (۱۳۸۶): سبک های زندگی جهان وطنانه در میان جوانان ایرانی و دلالت های سیاسی آن، الگوهای سبک زندگی ایرانیان.
- رایمر، بو (۱۳۸۴): فرهنگ جوانان در مدرنیته متاخر، انتشارات سازمان ملی جوانان.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲): مصرف و سبک زندگی، نشر صبح صادق.
- فردرو، محسن و صداقت زادگان، شهناز (۱۳۷۸): پایگاه اقتصادی اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی، نشر زهد.
- فرهنگ، منوچهر (۱۳۶۹): فرهنگ علوم اقتصادی، نشر نو، تهران، چاپ ششم.
- کاظمی، عباس (۱۳۸۷): مطالعات فرهنگی، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران، جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲): تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی، چاپ دوم.
- لاروک، پیر (۱۳۸۵): طبقات اجتماعی، ترجمه ایرج علی آبادی، بهار.
- لثوبی، هنری (۱۳۸۰): اوقات فراغت و سبک های زندگی جوانان، انتشارات سازمان ملی جوانان.
- مارکس، کارل، بی تا، کاپیتال، ایرج اسکندری.
- ممتاز، فریده (۱۳۸۳): معرفی طبقه از دیدگاه بورديو، پژوهش نامه علوم انسانی، شماره ۴۲ - ۴۱.

Burgess, Robert (1989): key variables in social investigation, Rutledge.

Bourdieu, Pierre (1984): Distinction, Cambridge, Mass., Harvard university press.

Donoghoe, Martin C. & others (1992): Life-style factors and social circumstances of syringe sharing in injecting drug users, British journal of addiction, 87.

Duchin, Faye & Hubacek, Klaus (2003): linking social expenditures to household lifestyles, Futures 35.

Galobardes, Bruna & Others (2003): Trends in risk factors for lifestyle, related diseases by socioeconomic positioning Geneva, Switzerland, 1993 – 2000, American journal of public health.

Heiman, Amir & others (2000): the role of socioeconomic factors and lifestyle variables in attitude and the demand for genetically modified foods, Journal of Agribusiness.

Hubacek, Klaus & Others (2007): changing lifestyles and developing, Futures 39.

Hurton, Paul B & Hunt Chester L (1984): Sociology, McGraw hill.

Palumets, Liis (2002): Space of lifestyles in Estonia in 1991, pro ethnologia,

Reusswig, Fritz & others (2005): Changing global lifestyle and consumption.

Patterns, Potsdam institute for climate impact research.

Rex, A. k. & others (2000): Associations between lifestyle and cardiovascular risk factors, Journal of Adolescent Health.

Rossel, Jorg (2008): Conditions for the explanatory power of life styles, European sociological review, volume 24, number 2.

هشتمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پیشرفت؛ پیشبران ما، چالش‌ها و الزامات تحقق؛ بیت و دوم و بیت و سوم خردادماه ۱۳۹۸

Jensen, mikael (2007): lifestyle: suggesting mechanisms and a definition from a cognitive science perspective, Springer science - business media.

Ziegenspeck, Svantje (2004): lifestyles of private forest as an indication of social change, forest policy and economics 6.