

نگاهی انتقادی به پیشینه داخلی مطالعات جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی

رضا صمیم^۱

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۸/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۲/۰۱

چکیده

سبک زندگی هر چند اصطلاحی صرفاً جامعه‌شناختی نیست لیکن مفهوم‌پردازی خود را تا حدود زیادی مدیون مطالعات جامعه‌شناختی‌ای است که از بدو تاسیس این رشته بر روی این مفهوم صورت گرفته است. مفهوم‌پردازی سبک زندگی به عنوان مسئله‌ای پژوهشی به دوران کلاسیک این رشته در قرن ۱۹ میلادی باز می‌گردد. در این زمان تمرکز اصلی پیشگامان جامعه‌شناسی در کنار توضیح تفاوت‌های جامعه و اجتماع، بررسی اشکال و الگوهای سبک زندگی انسان‌ها در جامعه جدید بود. در ایران نیز چندی است این اصطلاح در فضای آکادمیک به موضوعی قابل توجه در هدایت تحقیقات و انجام پژوهش‌های مختلف تبدیل شده است. در اینجا این سؤال به وجود می‌آید که آیا می‌توان به معنایی که در اروپای قرن نوزدهم و بیستم میلادی سبک زندگی به عنوان مسئله‌ای جامعه‌شناختی طرح گردید در جامعه ایرانی نیز به عنوان مسئله‌ای جامعه‌شناختی صورت‌بندی کرد؟ و آیا پژوهش‌های جامعه‌شناختی صورت گرفته تاکنون توانسته در تمام ابعاد یک پژوهش، چون طرح مسئله، مفاهیم و نظریات، روش‌ها و یافته‌ها به صورت‌بندی خود منطبق با چارچوب‌های مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی بپردازد؟ در جهت پاسخگویی به این سؤال در مقاله حاضر، یازده مقاله علمی-پژوهشی که با رویکرد جامعه‌شناختی در باب سبک زندگی در ایران به نگارش درآمده و چاپ شده را با روش تحلیل متنی بررسی نموده‌ایم. در این پژوهش هدف آن بوده که با توجه به نگاه جامعه‌شناختی به مفهوم سبک زندگی، رویکرد مقالاتی که به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند را در تمام ابعاد پژوهش مورد ارزیابی قرار دهیم.

واژگان کلیدی: سبک زندگی؛ مطالعات جامعه‌شناختی؛ مقالات علمی-پژوهشی، تحلیل متنی.

«سبک زندگی»^۱ هر چند در تاریخ فکری مغرب زمین اصطلاحی نوپدید به شمار نمی‌آید و شاخه‌های متفاوت علوم انسانی چون فلسفه و روان‌شناسی در قالب اصطلاحاتی مشابه، کم و بیش بدان پرداخته‌اند، ظهور خود را به عنوان اصطلاحی فنی مدیون تأسیس جامعه‌شناسی است. پربراه نیست اگر مسئله‌مندی سبک زندگی را با روزگار آغازین خردورزی جامعه‌شناختی در انتهای قرن نوزدهم میلادی هم‌زمان بدانیم. به بیان دیگر همان موقع که پرسش درباب چیستی گونه‌ای خاص از جامعه انسانی - که در اروپا از قرن هفدهم میلادی به بعد مستقر شد و جایگزین اشکال دیگر زندگی جمعی انسان‌ها گردید - بوجود آمد، پرسش درباب چیستی سبک زندگی انسان و چگونگی شکل‌گیری گونه‌های «متمایز» آن در اجتماعات انسانی مطرح شد. زمانی که جامعه‌شناسی موضوع خود یعنی «جامعه»^۲ را یافت و میان آن و «اجتماع»^۳ تفاوت‌های بارزی مشاهده کرد، سبک زندگی به عنوان یکی از جلوه‌های تجلی تفاوت‌های پیش‌گفته، چهره خود را برابر اندیشه جامعه‌شناختی گشود. به همین دلیل است که نخستین جامعه‌شناسان در کنار فهم جامعه جدید به صورت‌بندی پروبلماتیک سبک زندگی پرداختند و درباب معنا و اشکال متفاوت آن، سطرها نوشتند. سبک زندگی نخستین بار در نوشته‌های ماکس وبر^۴ و گئورگ زیمل^۵، جامعه‌شناسان پیشگام آلمانی مفهوم‌پردازی شد. اتفاقاً این دو جامعه‌شناس از نخستین چهره‌هایی بودند که توصیفاتی غنی و دقیق و مبتنی بر تفسیر و تفهیم^۶ از زیست - جهان مدرن ارائه نمودند (فریزبی، ۱۳۷۵: ۴۳۷). برای آنها این زیست - جهان، یعنی بستر پروبلماتیک ساز سبک زندگی، انسان زیست‌کننده در خود را به طریقی ماهوی در نسبت با آنچه پیش از آن بوده متحول ساخته است. این تحول، نمودهای عینی بسیاری دارد که یکی از آنها سبک زندگی است. سبک زندگی ابتدا نزد این کلاسیک‌های جامعه‌شناختی خود را در سطحی روان‌شناختی و در تحولات ذهنی انسان مدرن متجلی می‌کند. این است که فی‌المثل برای زیمل سبک زندگی مجموعه‌ای از واکنش‌های عینی انسان مدرن به تحریکات عصبی نهفته‌ای است که در ذات تحولات و تغییرات سریع و بدون وقفه محرک‌های بیرونی و درونی



1. Life Style
2. Gesellschaft
3. Gemeinschaft
4. Weber, M.
5. Simmel, G.
6. Verstehen

جامعه جدید وجود دارد. پس افزایش سرعت تغییرات زندگی به تحول سبک زندگی انسان می‌انجامد و به این ترتیب برای افرادی چون وبر و زیمل به مسئله قابل پژوهش تبدیل می‌گردد: «در مورد بنیادهای حسی حیات ذهنی، شهر، تفاوت بسیاری با... زندگی روستایی دارد. این امر خود را در هر بار گذشتن از خیابان و در ضربان و تنوع زندگی اقتصادی و شغلی و اجتماعی نشان می‌دهد. کلان‌شهر از آدمی به منزله موجودی تمیزگذار، آگاهی به مراتب بیشتری طلب می‌کند تا زندگی روستایی. در روستا آهنگ حرکت زندگی و تصاویر ذهنی، حسی آشنا تر و موزون تر است» (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۴).

در این توصیف از فضای جامعه جدید در مقایسه با جامعه ماقبل مدرن نوعی حس نوستالژیک به چشم می‌خورد. بیان مختصات سبک زندگی انسان جامعه جدید که خود، این واژه را به اصطلاحی فنی در ادبیات جامعه‌شناختی تبدیل نمود با نوعی حس رومانیک و نوستالژیک نسبت به سبک زندگی انسان ماقبل مدرن همراه است. به بیان دیگر این حس که در اندیشه‌های زیمل و وبر بازنمایی شده است مقدمه مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه‌شناسی به حساب می‌آید. برای پیشگامان مفهوم‌پردازی سبک زندگی، آسیب‌های سبک زندگی مدرن، آن را به مثابه مسئله، واجد ارزش پژوهش نموده است. سبک زندگی انسان مدرن از نظر همین نظریه‌پردازان در جهت امحای فردیت اصیل عمل می‌کند و زندگی او را از کیفیت تهی می‌نماید و در نهایت، جهان را به «قفسی آهنین» تبدیل کرده، دلزدگی به بار می‌آورد.

ظهور سبک زندگی به عنوان مسئله‌ای جامعه‌شناختی در همان ابتدای تاسیس رشته، خود را در کنار مسئله‌مندی مدرنیته، اقتصاد پولی، سرمایه‌داری و... می‌دیده است. بنابراین انتظار آن است که در هر جامعه‌ای که درگیر چنین تحولاتی گردد سبک زندگی به عنوان مسئله‌ای جامعه‌شناختی رخ نماید و جامعه‌شناسان را ترغیب کند بر روی آن به پژوهش و مذاقه پردازند. در ایران نیز چندی است این اصطلاح در فضای آکادمیک به موضوعی قابل توجه در هدایت تحقیقات و انجام پژوهش‌های مختلف تبدیل شده است. در اینجا این سؤال به وجود می‌آید که آیا می‌توان به معنایی که در اروپای قرن نوزدهم و بیستم میلادی سبک زندگی به عنوان مسئله‌ای جامعه‌شناختی طرح گردید در جامعه ایرانی نیز به عنوان مسئله‌ای جامعه‌شناختی صورتبندی گردد؟ با نگاه به تغییرات و تحولات جامعه ایرانی به نظر می‌رسد بسیاری از مسائل جامعه‌شناختی از جمله سبک زندگی در مورد این جامعه قابل طرح است.

۱. در اینجا شهر به عنوان نماد جامعه جدید یا گرنشافت و روستا به معنای نماد جامعه ماقبل مدرن یا گماینشافت به کار رفته است.



از آنجا که مسئله‌مندی سبک زندگی با مدرن شدن جامعه رابطه‌ای همسو دارد، می‌توان برخی سوالات پیرامون آن در باب جامعه ایرانی را کاملاً به جا و شکل‌گیری پژوهش در باب الگوها و اشکال ایرانی آن را ضروری برشمرد. ولی آیا پژوهش‌های جامعه‌شناختی صورت گرفته تاکنون توانسته در تمام ابعاد یک پژوهش، چون طرح مسئله، مفاهیم و نظریات، روش‌ها و یافته‌ها به صورت‌بندی خود منطبق با چارچوب‌های مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی پردازد؟ این پرسش برای پژوهش حاضر پرسشی کلیدی به حساب می‌آید. در جهت پاسخگویی به آن یازده مقاله علمی-پژوهشی که با رویکرد جامعه‌شناختی در باب سبک زندگی در ایران به نگارش درآمده و چاپ شده را با روش تحلیل متنی بررسی نموده‌ایم. در این پژوهش هدف آن است که با توجه به نگاه جامعه‌شناختی به مفهوم سبک زندگی، رویکرد مقالاتی که به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند را در تمام ابعاد پژوهش مورد ارزیابی قرار دهیم. این که آیا طرح مسئله برمبنای واقعیت جامعه ایرانی و با توجه به معنای واقعی مفهوم سبک زندگی صورت گرفته است؟، آیا نظریات و مفاهیم منتخب در پژوهش‌ها توانسته سوالات طرح شده را با جوابی مناسب مواجه سازد؟، آیا روش‌های جمع‌آوری یا تحلیل داده‌ها، میدان‌های مورد بررسی یا نمونه‌های اخذ شده می‌توانند داده‌ها، تحلیل‌ها یا میدان‌هایی معتبر برای پژوهش بر روی سبک زندگی باشند؟ و آیا یافته‌ها توانسته سوالات طرح شده را پاسخ گوید؟ سوالات فرعی تحقیق پیش رو به حساب می‌آید.



پیشینه تاریخی مطالعه جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی و تحولات مفهومی آن

سبک زندگی اصطلاحی مبهم است. البته در ادبیات جامعه‌شناختی با توجه به بحث‌های فراوان و گسترده‌ای که بر سر آن صورت گرفته است می‌توان آن را در نسبت با سبک متمایز زندگی گروه‌های پایگاهی^۱ خاص تعریف کرد (برای اطلاع بیشتر از این دست تعاریف ر.ک به وبر، ۱۹۶۸؛ زوبل^۲، ۱۹۸۲؛ روژک^۳، ۱۹۸۵). پس می‌توان مهمترین مفاهیم مرتبط با تعریف سبک زندگی را مفهوم پایگاه و پیش از آن مفهوم طبقه^۴ دانست. جامعه‌شناسی نیز در سودای به کارگیری این دو مفهوم بود که به صورت‌بندی اصطلاح سبک زندگی پرداخت. مفصل‌بندی

1. Status Groups
2. Sobel, E.
3. Rojeck, C.
4. Class

میان سه مفهوم سبک زندگی، طبقه و پایگاه در آثار و مطالعات پیشینیان جامعه‌شناسی یعنی، مارکس^۱، وبر و زیمل خود را نشان می‌دهد. دغدغه اصلی کارل مارکس، صورت‌بندی مفهوم طبقه بود. او در نظریه مدرنیزاسیون‌اش، طبقه را تجلی تمایزهای ناشی از استقرار مناسبات تولیدی متفاوت در هر عصر و دوره‌ای می‌داند. این مناسبات تولیدی دایره‌ای از اهداف، منافع و انگیزه‌ها را در گروه‌های متفاوت مردم و در نسبت‌های مختلفی که آنها با این مناسبات برقرار می‌کنند شکل می‌دهد. درست است که مارکس به صورت مستقیم به مفهوم سبک زندگی اشاره نمی‌کند لیکن پژوهش‌های او در باب خصوصیات طبقات مختلف اجتماعی در جامعه سرمایه‌داری را می‌توان از گونه‌های نخستین مطالعات جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی دانست (رک به مارکس، ۱۳۷۷ و مارکس و دیگران، ۱۳۸۵).

واقعیت آن است که همانگونه که پیشتر نیز توضیح داده شد، مفهوم‌پردازی سبک زندگی بیشتر مدیون پژوهش‌های سنت تفسیری در جامعه‌شناسی کلاسیک است. یعنی آن سستی که وبر و زیمل پیشگامان آن به حساب می‌آیند. تمایزی که وبر میان دو مفهوم ژایگاه و طبقه قائل شد نقطه عطفی در مفهوم‌پردازی سبک زندگی است. وبر در بازنگری نظریه قشربندی اجتماعی مارکس سعی کرد میان مالکیت، قدرت و منزلت^۲ تفاوت قائل شود. از نظر او این سه مفهوم، با وجود وابستگی متقابلشان، سه بنیان متفاوتند که بر روی این بنیان‌ها نظام قشربندی اجتماعی در هر جامعه‌ای سامان می‌یابد. از نظر وبر تفاوت در برخورداری از مالکیت اموال منشا طبقه‌بندی اجتماعی است (در اینجا او با مارکس هم‌داستان است). تقسیم نابرابر قدرت به تشکیل احزاب سیاسی می‌انجامد و درجات منزلت گوناگون منشا پیدایی پایگاه‌های اجتماعی است (قاسمی و صمیم، ۱۳۸۷: ۸۵):

« گروه‌های منزلتی بر خلاف طبقات نوعی جماعت هستند، اما جماعتی بی‌شکل. ما برای ایجاد تمایز میان موقعیت طبقاتی که منحصر از طریق اقتصاد تعیین می‌شود، هر جزء از سرنوشت انسان‌ها را که از طریق ارزیابی مثبت یا منفی از حیثیت اجتماعی تعیین می‌شود، موقعیت منزلتی می‌نامیم. حیثیت اجتماعی ممکن است با هر نوع کیفیت مشترک بین یک گروه و البته با موقعیت طبقاتی ارتباط داشته باشد. تمایزهای طبقاتی به شکل‌های بسیار متنوع با تمایزهای منزلتی ارتباط دارند. دارایی همیشه شرطی لازم برای منزلت به شمار نمی‌آید. اما در بلندمدت با نظمی خارق‌العاده چنین کیفیتی پیدا می‌کند... افراد نادار و دارا ممکن است به گروه منزلتی یکسانی

1. Marx, C.
2. Prestige



تعلق داشته باشند که غالباً این وضع پیامدهای بسیار ملموسی دارد» (وبر، ۱۳۸۷: ۲۱۴). وبر در این بریده‌ای که از کتاب دین، قدرت، جامعه انتخاب شده بود به بیان دقیق تفاوت میان طبقه و پایگاه (گروه‌های منزلتی) می‌پردازد و زمینه را برای نیل به مفهوم سبک زندگی آماده می‌کند: «نقش تعیین کننده سبک زندگی در حیثیت منزلتی به این معناست که گروه‌های منزلتی حاملان ویژه میثاق‌ها هستند. هرگونه سبک بخشیدن^۱ به زندگی به هر شکلی که متجلی شود یا از درون گروه‌های منزلتی ریشه می‌گیرد و یا به وسیله آنها تداوم می‌یابد» (همان، ۲۱۹).

در اینجا وبر سبک زندگی را ناشی از کنش خاص گروه‌های منزلتی می‌داند. اصطلاح سبک بخشیدن به زندگی نقشی کلیدی برای صورت‌بندی مفهوم سبک زندگی دارد. در این اصطلاح است که بعد فرهنگی مفهوم از بعد اقتصادی آن پررنگ‌تر می‌شود.^۲ از اینجا به بعد است که جامعه‌شناسانی که بر تحلیل فرهنگ به مثابه کلی که نظام اجتماعی را در بر می‌گیرد تمرکز می‌کنند بیشتر به مفهوم سبک زندگی می‌پردازند تا جامعه‌شناسانی که نظام اجتماعی را امر کلی‌تر از فرهنگ می‌پندارند. در نتیجه چنین تحلیلی جامعه‌شناسان فرهنگی سبک زندگی را به عنوان مفهومی خاص و مسئله‌ای دارای ارزش پژوهش در نظر می‌آورند. این جامعه‌شناسان بیش از آنکه به تولید پردازند مصرف^۳ و مناسبات مصرفی در جامعه جدید برایشان اهمیت دارد. «سبک بخشیدن به زندگی» بیش از آنکه به تولید مربوط باشد از طریق مصرف کالاها به عنوان نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی حاصل می‌شود (فدرستون^۴، ۱۹۸۷: ۵۵).

زیمل از طریق تبیین مفهوم مصرف سعی کرد به بیان جلوه‌های ویژه سبک زندگی پردازد. مفهوم مصرف نزد زیمل، ارتباط تنگاتنگی با سبک زندگی به عنوان مسئله جامعه مدرن دارد. از نظر او، سبک زندگی مدرن، چیزی است که تنها در تمایز میان شهر به معنای متجدد آن و اجتماعات کوچکتر فهمیدنی است^۵. از نظر زیمل سبک زندگی مدرن در کلان شهر^۶ است که شکلی متمایز می‌یابد:

1. Stylization

۲. به نظر می‌رسد سبک زندگی از این منظر محصول نخستین چرخش فرهنگی (Cultural Turn) در تاریخ جامعه‌شناسی است. این چرخش را وبر و سنت تفسیری‌اش در مقایسه با مارکس و سنت بررسی کلان نظام‌های اجتماعی‌اش به بار آورده است.

3. Consumption

4. Featherstone, M.

۵. جامعه‌شناسان بسیاری در تلاش برای درک خصلت مدرنیته به بیان تمایز میان شهر و روستا پرداخته‌اند. پیش از همه، که به نظر می‌رسد زیمل نیز در چنین گونه‌شناسی‌ای از او متأثر است، فردیناند تونیس (Ferdinand Tonnies) در تمایزی که میان گماینشافت (Gemeinschaft) به معنای اجتماع و گرلشافت (Gesellschaft) به معنای جامعه قائل شد، شهر مدرن را مفهوم پردازی نمود (کیویستو، ۱۳۸۰: ۱۲۴) و برای اطلاع بیشتر ر. ک به (Tonnie, 1887) 1957.

6. Metropolis



« در مورد بنیادهای حسی حیات ذهنی، شهر تفاوت بسیاری با شهر کوچک و زندگی روستایی دارد. این امر خود را در هر بار گذشتن از خیابان و در ضربان و تنوع زندگی اجتماعی، شغلی و اقتصادی نشان می‌دهد. کلان شهر از آدمی به عنوان موجودی تمیزگذار، آگاهی به مراتب بیشتری طلب می‌کند تا زندگی روستایی. در روستا آهنگ حرکت زندگی و تصاویر ذهنی، حسی آشنا تر و موزون تر است. دقیقاً با اتکا به همین نکته است که خصلت پیچیده حیات ذهنی کلان شهری فهمیده می‌شود، آن هم در قیاس با زندگی در شهر کوچک [یا جامعه روستایی] که بیشتر بر روابط عمیق و عاطفی مبتنی است» (زیمِل، ۱۳۷۲: ۵۴).

او از «فرد کلان شهری» به عنوان انسانی با خصوصیات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی متفاوت سخن می‌گوید. فردی که حالات روان شناختی ویژه‌ای دارد و تمایلات جدیدش را به گونه‌هایی متفاوت از انسان پیش از مدرن نشان می‌دهد. از جمله خصوصیات اصلی او میلش به جلب نظر و تمایز است:

«آدمی [در کلان شهر در جهت توسل به تفاوت‌های کیفی برای جلب نظر] و سوسه می‌شود که رفتارهای خاص جهت‌داری اختیار کند، یعنی همان زیاده‌روی در آداب دانی و تلون مزاج و ظرافت در رفتار را که مشخصه [فرد] نوع کلان شهری است» (زیمِل، ۱۳۷۲: ۶۳).

آنچه کلان شهر را به مفهوم سبک زندگی مدرن مرتبط می‌سازد، «پول» و «اقتصاد پولی» است. پول در برساختِ مناسبات جدید در کلان شهر نقشی اساسی از نظر زیمِل ایفا می‌نماید: «کلان شهر همواره جایگاه اقتصاد پولی بوده است. در آنجا تکثر و تمرکز مبادله اقتصادی، ابزار مبادله را اهمیت و اعتباری می‌بخشد که تجارت بی‌رونق روستایی یارای آن را ندارد. اقتصاد پولی و سلطه عقل به طور درونی به هم پیوسته‌اند و در رویارویی با آدمیان و اشیا بر واقع بینی متکی هستند... پول فقط با آنچه میان هم مشترک است سروکار دارد و طالب ارزش مبادله است و تمام کیفیت و فردیت را به سوال «چقدر؟» می‌کاهد» (همان: ۵۵).

از نظر زیمِل، همین عامل متمایز کننده، یعنی پول و پیامدهای رواج گسترده آن در میان مردم است که سبک زندگی فرد نوع کلان شهری را به عنوان سبک زندگی فردی مصرف کننده برمی‌سازد. زیمِل در مقاله مشهور خود «پول در فرهنگ مدرن»، ارتباطی روش‌مند میان استفاده از پول، تغییر ذائقه زیبایی شناختی فرد مدرن و سوق یافتن او به مصرف برقرار می‌سازد: «گسترش اقتصاد پولی مدیون استفاده مداوم و فزاینده از واحدهای پولی خردتر است. تا

1. Money in Modern Culture



سال ۱۷۵۹، بانک انگلستان، اسکناس ۲۰ پوندی را به جریان نیانداخته بود؛ اما از آن زمان به بعد تا اسکناس ۵ پوندی [هم] پایین آمده و به جریان انداخت. نکته مهم اینکه تا سال ۱۸۴۴ اسکناس ها قبل از آنکه خُرد شوند ۵۱ روز [در گردش بودند] در حالیکه در سال ۱۸۷۱ پیش از خُرد شدن فقط هفت روز در گردش بودند. بنابراین در طول ۲۷ سال نیاز به پول خرد تقریباً ۲۵ درصد افزایش یافت. مردم در جیب‌هایشان پول خرد حمل می‌کنند و با آن می‌توانند فوراً انواع چیزهای کوچک را اغلب از روی هوس خریداری کنند... به طور کلی خُرد شدن پول به اسلوب سبک سرانه‌ی زندگی بیرونی [منظور همان سبک زندگی است] و خاصه به حوزه‌های زیبا شناختی زندگی مدرن و همچنین به تعداد چیزهای پر زرق و برق و مبتذلی که ما با آنها زندگی خود را می‌آراییم، کمک کرده است» (زیمل، ۱۳۷۳: ۳۳۶).

در این بخش، زیمل، وجود پول را دلیلی برای گرایش به مصرف، آن هم نه به قصد ارضای نیازهای اساسی، بلکه بیشتر به هدف خرید اشیاء پر زرق و برق می‌داند. این شکل مصرف، تحولی بنیادین در ذائقه زیبا شناختی فرد نوع کلان شهری یا انسان مدرن پدید می‌آورد. انسانی که از طریق مصرف به شیوه‌ای نوین پرورش می‌یابد، برای خود تمایز و فردیتی می‌یابد که از نظر زیمل «کاذب و دروغین» است (ادگار و سجویک، ۱۳۸۸: ۴۶۲). از نظر زیمل سبک زندگی انسان مدرن، سبکی بسیار پیچیده است، لیکن این پیچیدگی، نوعی سبک زندگی بی تفاوت و منفعلانه را سبب می‌شود، سبک زندگی که هدفش تمایز اجتماعی است و پیامدی جز «دلزدگی» ندارد:

«لذت جویی مدام در زندگی [فرد نوع کلان شهری]، او را دلزده می‌سازد. زیرا اعصاب را تحریک می‌کند و برای مدتی چنان طولانی، شدیدترین واکنش‌ها را برمی‌انگیزد که در نهایت نظام عصبی از واکنش نشان دادن کاملاً باز می‌ایستد» (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۸)

زیمل در مقاله‌ای دیگر که با نام «مد»^۱ (۱۹۰۴) منتشر شد توجه کانونی‌اش را به مسئله مصرف و سبک زندگی در جهان مدرن معطوف ساخت. او در این مقاله، به دلایل اصلی تغییر مد (در پوشاک، آشپزی، هنر، معماری، موسیقی و...) در فرهنگ مدرن پرداخت. او روند تغییر مد در جامعه مدرن را به دلیل وجود انتخاب‌های بسیاری که برای مصرف وجود دارد بسیار تندتر و پرشتاب‌تر از گذشته می‌داند. زیمل در اینجا نیز میان مصرف و سبک زندگی ارتباط برقرار می‌کند. او علاوه بر تمایل افراد به ساخت سبک زندگی‌ای خاص در جامعه مدرن از طریق مصرف، نوعی میل نهان به هم‌رنگی با جامعه از طریق تبعیت از مد را در «فرد نوع کلان شهری» باز می‌شناسد:



«ماهیت ویژه مد ایجاب می‌کند که تنها در یک زمان به دست بخشی از گروهی معین اعمال گردد و اکثر افراد صرفاً در جهت پذیرفتن آن حرکت کنند. همین که نمونه‌ای عموماً پذیرفته شد، به محض اینکه هر کاری که در آغاز شمار اندکی از افراد آن را انجام داده‌اند واقعاً هم انجام دهند» (زیمل، ۱۹۷۱: ۳۰۲).

تورشتاین وبلن^۱ جامعه‌شناس آمریکایی در میانه دهه ۵۰ میلادی در ادامه سنت زیمل به مفهوم پردازشی «مصرف فرهنگی» و برقراری ارتباط آن با سبک زندگی می‌پردازد. او در کتاب مشهورش «نظریه طبقه تن‌آسا»^۲ مصرف را به عنوان عامل اصلی سبک زندگی طبقاتی و اجتماعی افراد مورد بررسی قرار داد.

وبلن در این کتاب، به صاحبان بنگاه‌های سرمایه‌داری که پیش از او آنها را «فرماندهان صنعت» نام گذاری کرده بودند و عامل اصلی نوآوری، ترقی و پویایی جامعه سرمایه‌داری به حساب می‌آوردند، نقدهای بنیادین وارد ساخت. او این اعضای جامعه سرمایه‌داری را در تضاد با تفکر غالب، کسانی می‌داند که هیچ نقشی در سازندگی جامعه صنعتی ندارند. او آنها را که به برکت موفقیت اقتصادی جامعه صنعتی روزگار می‌گذرانند «طبق تن‌آسا»^۳ معرفی می‌نماید. از دیدگاه او طبقه تن‌آسا به واسطه جامعه صنعتی گذران می‌کند، نه در جامعه صنعتی. روابط این طبقه با صنعت بیشتر از نوع روابط پولی است و نه روابط صنعتی (وبلن، ۱۹۲۴: ۹۲۶).

وبلن آنجایی که به تحلیل فرهنگ این طبقه می‌پردازد، مفهوم مصرف را پیش می‌کشد. در اینجا او به جنبه نمادی موقعیت پایگاهی اشاره می‌کند و به تحلیل وسایلی دست می‌زند که انسان‌های طبقات مختلف جامعه و البته طبقه خاص تن‌آسا به مدد آن وسایل می‌کوشند تا پایگاه والایشان را به گونه‌ای نمادی و البته به واسطه مصرف نشان دهند. او مصرف طبقه تن‌آسا را «مصرف چشمگیر یا آشکار»^۴ و آن را مترادف با «تن‌آسایی آشکار» قلمداد می‌کند:

«مصرف چشمگیر، تن‌آسایی چشمگیر و نمایش چشمگیر نمادهای بلندپایگی، وسایلی هستند که انسان‌های طبقه تن‌آسا با آنها می‌کوشند تا در چشم دیگران برتر جلوه کنند و در ضمن، برای خودشان نیز ارزش بیشتری قائل شوند» (کوزر، ۱۳۸۰: ۳۶۲).

همانگونه که در توصیف لوئیس کوزر^۵ از اصطلاحات پیش گفته مشهود است، مصرف

1. Veblen, T.
2. The Theory of the Leisure Class
3. Leisure Class
4. Cospicuous Leisure
5. Coser, L.A.

چشمگیر و تن‌آسایی چشم‌گیر هر دو اصطلاحاتی هستند که بیان‌گر سبک زندگی طبقه تن‌آساست و نشان دهنده‌ی آن است که مصرف برای آن‌ها نه برای برآورده کردن نیازهای واقعی، بلکه برای مطرح ساختن منزلت اجتماعی و سبک زندگی‌ای خاص طرح شده است. وبلن سبک زندگی مصرفی طبقه تن‌آسا را مصرف مبتنی بر اسراف و اتلاف می‌داند. کوشش، وقت و کالاها در سبک زندگی طبقه تن‌آسا، تلف می‌شود. و این کنش‌های مصرفی، هیچ کمکی به افزایش بهبود و آسایش آنان در جامعه سرمایه‌داری نمی‌کند. در نگاه وبلن به خصوص آنجا که روابط در جامعه صنعتی را به دو بخش روابط پولی و روابط صنعتی تقسیم کرده و طبقه تن‌آسا را طبقه‌ای می‌داند که کنش‌هایش مبتنی بر روابط پولی است، نوعی رهیافت زیملی وجود دارد. برای وبلن نیز مانند زیمل، پول به مصرفی منتهی می‌شود که نه در جهت رفع نیاز بلکه بیشتر به جهت تفاخر و کسب منزلت اجتماعی صورت می‌گیرد و به این لحاظ مورد انتقاد است. وبلن در مفصل‌بندی میان مصرف و سبک زندگی نوعی تحلیل طبقاتی و پایگاهی وارد می‌کند و چندان به الگوهای فردی سبک زندگی معتقد نیست. این در حالی است که زیمل در بخشی از مطالعات جامعه‌شناختی خود بر روی سبک زندگی این امکان نظری را فراهم ساخته بود که سبک زندگی در جامعه مدرن را نوعی اهتمام برای شکل‌گیری فردیت تشدید یافته قلمداد کنیم.

در برخی رهیافت‌های جامعه‌شناسانه متاخر نیز تلاش شده میان مصرف فرهنگی، سبم زندگی و طبقه و پایگاه اجتماعی افراد ارتباط برقرار گردد. تقسیم‌بندی چنین رهیافت‌هایی توسط تاملینسون^۱ و مک میکین^۲ (۲۰۰۰) و سینتاس^۳ و آلوارس^۴ (۲۰۰۲)، صورت گرفته است (برای اطلاع بیشتر از نحوه این تقسیم‌بندی‌ها ر.ک به چان و گلدثروپ، ۲۰۰۲: ۵). این رهیافت‌ها در پژوهش‌های نام برده به ۳ دسته تقسیم شده‌اند:

(۱) رهیافت‌های هم‌سیاقی^۵

(۲) رهیافت تفرده^۶

(۳) رهیافت همه چیزخوار - تک‌خوار^۷



1. Tamlinson
2. Mc Meechin
3. Sintas, L.
4. Alvarez, G.
5. Homology
6. Individualisation
7. Omnivore - Univore

نقطه مشترک تمام این رهیافت‌ها، تبیین مفهوم سبک زندگی و مصرف فرهنگی از طریق ارتباطی است که این مفهوم با قشربندی اجتماعی یا به بیان دیگر موقعیت‌های پایگاهی و طبقاتی افراد در جامعه دارد. در رهیافت هم سیاقی این دیدگاه وجود دارد که سبک زندگی و مصرف فرهنگی به طور کامل از طریق متغیر طبقه و پایگاه تبیین می‌گردد. به بیان دیگر افراد متعلق به قشرهای بالای اجتماعی، در نوع مصرف فرهنگی خود با افراد متعلق به قشرهای پایین جامعه متفاوت‌اند. این رهیافت، بیشتر بر مبنای دیدگاه‌های پیربورديو در باب مصرف فرهنگی شکل گرفته است. بورديو در کتاب مشهورش «تمايز» (۱۹۸۴)، با استفاده‌ای که از تمايز مفهومي و بر میان طبقه و پایگاه کرده است پایه‌های این مبحث نظری را بنیان نهاده است (چان و گلثروپ، ۲۰۰۷: ۲).

در رهیافت تفرد، بیشتر ردپای دیدگاه‌ها و نظریه‌های آنتونی گیدنز،^۱ جامعه شناس معاصر بریتانیایی دیده می‌شود. در این رهیافت، مصرف فرهنگی به طور کامل بر اساس موقعیت طبقاتی و پایگاهی فرد مصرف کننده در جامعه تبیین نمی‌گردد. در این رهیافت نوع مصرف فرهنگی و سبک زندگی در جوامع توسعه یافته امروزی با نوع مصرف فرهنگی و سبک زندگی در جوامع توسعه نیافته متفاوت است. در جوامع توسعه یافته کنونی، هر فرد بر اساس اصطلاح کلیدی «خودشکوفایی فردی»^۲ دست به مصرف می‌زند و سبک زندگی خود را بر می‌سازد (برای اطلاع بیشتر در مورد این اصطلاح ر.ک به گیدنز،^۳ ۱۹۹۱: ۳۶). خودشکوفایی فردی یا فردیت فزاینده مصرف کننده در جامعه توسعه یافته امروزی، مهمترین عامل در تبیین شکل سبک زندگی بر اساس چیزی غیر از عامل موقعیت طبقاتی و پایگاهی افراد در جامعه است. این در حالی است که بر اساس این رهیافت، سبک زندگی در جوامع توسعه نیافته، هنوز بر اساس موقعیت طبقاتی و پایگاهی آنها تبیین می‌گردد. در اینجا فرد و سبک زندگی او دارای نوعی «آزادی»^۴ در انتخاب است و اسیر «عادت واره» خود نیست (فدرستون، ۱۹۸۷: ۶۱). الگوهای سبک زندگی در جامعه مدرن الگوهایی کاملاً فردی است. البته برخی مفاهیم و متغیرها چون سن، جنس، قومیت و جنسیت هنوز در تبیین سبک زندگی در جامعه توسعه یافته در این رهیافت نقشی اساسی ایفا می‌کند. در این رهیافت سبک زندگی الگویی است

1. Giddenz, A.
2. Self - Realization
3. Giddenz, A.
4. Freedom



خلاق و بازنمایی کننده فردیت انسان مدرن در جوامع سرمایه‌داری و توسعه یافته امروزی. این رهیافت، تمایزی محوری میان تبیین سبک زندگی در جوامع توسعه یافته و توسعه نیافته قائل شده که پیشتر ذکر آن به میان آمد.

در دیدگاه‌های متاخر این نکته جلب توجه می‌کند که سبک زندگی با توجه به اختیار انتخاب و آزادی‌ای که جامعه مدرن متاخر به انسان داده است دیگر کمتر بر مبنای تحلیل‌های طبقاتی و پایگاهی تحلیل می‌گردد. در این دیدگاه‌ها همان‌طور که استیوارت و الیزابت ایون^۱ (۱۹۸۲: ۲۴۹-۲۵۱) بدان اشاره می‌کنند مبنای تحلیل سبک زندگی در جامعه‌ای است که چندان هم‌نمایی در آن مسئله نیست. جامعه‌ای که در آن گروه‌های پایگاهی و منزلتی وجود ندارند. این را به سبک زندگی پسامدرن نیز تعبیر کرده‌اند. سبک زندگی در جامعه پسامدرن بر اساس وفور اطلاعات شکلی کاملاً شخصی شده می‌یابد. تکرر و امکان انتخاب به حدی است که هر کس می‌تواند هر سبک زندگی‌ای که خواست برای خود برسازد. سبک زندگی هر فرد در این نگاه جولانگه نمادهایی است که برگزیده تا از مجرای آن نمادها و نشانه‌ها معنایی شخصی برای خودش بیافریند. در این رویکرد سلیقه^۲ قدرت طبقه‌بندی افراد را ندارد و نمی‌توان آن را براساس نظم اجتماعی و درون ساختار طبقاتی تحلیل نمود. حال اینکه هر کدام از پژوهش‌های جامعه‌شناختی صورت گرفته بر روی سبک زندگی در ایران که تعدادشان نیز بر اساس میزان مقالات علمی- پژوهشی نمایه شده در تارنمای اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی از ۱۱ عدد تجاوز نمی‌کند تا چه حد با این جهت‌گیری‌ها همخوانند و چقدر توانسته‌اند اقتضائات مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی را در گزینش این رویکردها در نظر آورند به مدد مطالب پیش گفته مورد بررسی و مذاقه این نوشتار قرار خواهد گرفت.

روش تحقیق

هدف مقاله حاضر این است که با بررسی تجربه‌های داخلی مطالعه جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی به این سؤال کلیدی پاسخ گوید که آیا پژوهش‌های جامعه‌شناختی صورت گرفته تاکنون توانسته در تمام ابعاد یک پژوهش، چون طرح مسئله، مفاهیم و نظریات، روش‌ها و یافته‌ها به صورت‌بندی خود منطبق با چارچوب‌های مسئله‌مندی سبک زندگی به این موضوع در جامعه ایرانی بپردازد؟

برای نیل به این هدف و پاسخگویی به سؤال طرح شده ابتدا با انجام یک سلسله مطالعات اسنادی گسترده که نتایج آن در بخش پیشین انعکاس یافت، سعی کردیم رویکردها و



1. Stuart and Elizabeth Ewen
2. Taste

جهت‌گیری‌های کلی در مطالعه جامعه‌شناختی سبک زندگی را استخراج نماییم. سپس قصد داریم با استفاده از رویکردها و جهت‌گیری‌های معرفی شده به بررسی برخی از تجربه‌های داخلی مطالعه جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی پرداخته‌ایم.

برای این مطالعه ۱۱ پژوهش که نتایجش در نشریات علمی- پژوهشی معتبر انتشار یافته بود انتخاب شد.^۱ این مقالات عبارتند از «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی» (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱)، «سبک زندگی و هویت اجتماعی» (رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵)، «سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ» (شالچی، ۱۳۸۶)، «خرده‌فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی» (فکوهی، ۱۳۸۶)، «تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی» (فاضلی، ۱۳۸۶)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران» (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۶)، «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی» (مه‌دوی کنی، ۱۳۸۶)، «بررسی تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی: مطالعه موردی جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهر بابل» (کفاشی و دیگران، ۱۳۸۹)، «تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی» (ازکیا و رودبارکی، ۱۳۸۹)، «سبک زندگی شهری و مشارکت اجتماعی شهروندان سالمند اهوازی: یک پیمایش منطقه‌ای» (اسداللهی و دیگران، ۱۳۹۲) و «بررسی نمودهای عرفی شدن دین در سبک زندگی جوانان شهر اصفهان» (هاشمیان‌فر و هاشمی، ۱۳۹۲).

متن مقالات فوق‌الذکر با روش تحلیل متن^۲ (برای اطلاع بیشتر ر.ک به Coultard, 1994: 15) مورد بررسی قرار گرفت. تحلیل متن به جهت شناسایی رویکردهای حاکم بر تحقیقات مورد نظر که پیشتر معرفی شد و برخی انتقادات نظری و روش‌شناختی موجود با توجه به جهت‌گیری‌ها و رویکردهای بررسی شده در مطالعه جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی صورت گرفته است. در مجموع می‌توان روش تحقیق در مقاله پیش‌رو را ترکیبی از روش‌های تحلیل متن و اسنادی معرفی نمود. این روش ترکیبی، بیشتر در جهت شناسایی مقولات اصلی معرفی‌کننده مطالعه جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی به عنوان جهت‌گیری‌ای خاص و تطبیق آنها با تجربه‌های داخلی مطالعه جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی استفاده شده است.^۳

۱. اساس این‌گزینه‌ش پیش از هر چیز بر اساس اعتبار نشریاتی بود که به حوزه مورد بررسی مرتبط بودند. بر این اساس تمامی مقالات علمی- پژوهشی که با رویکرد جامعه‌شناختی به نگارش درآمده، در عنوان یا یکی از واژگان کلیدی از اصطلاح سبک زندگی استفاده نموده و در تارگه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID) نمایه شده بودند انتخاب شد.

2. Text Analysis

۳. پیش از این، روش ترکیبی مذکور در نگاه انتقادی به تجربه داخلی حوزه‌ای دیگر از دانش در ایران مورد استفاده نویسنده مقاله حاضر قرار گرفته است (برای اطلاع بیشتر از آن مقاله ر.ک به صمیم، ۱۳۹۲).



یافته‌ها: مطالعه انتقادی پژوهش‌های داخلی

پژوهش‌های داخلی معرفی شده در بخش پیشین، در این قسمت با روش تحلیل متن مورد بررسی انتقادی قرار گرفته‌اند. در این بررسی، هدف آن بود که ارزیابی‌ای کلی و انتقادی از بخش‌های کلی این پژوهش صورت گیرد و به این سؤال پاسخ داده شود که آیا این مطالعات توانسته در تمام ابعاد یک پژوهش، چون طرح مسئله، مفاهیم و نظریات، روش‌ها و یافته‌ها به صورت‌بندی خود منطبق با چارچوب‌های مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی بپردازد؟ از میان ۱۱ پژوهش منتخب، دو پژوهش، یکی نوشته اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱) و دیگری نوشته مهدوی کنی (۱۳۸۶) بررسی نظری و اسنادی دیدگاه‌ها در زمینه سبک زندگی است. در این دو مطالعه سعی شده تفسیری دقیق از مفصل‌بندی میان مفاهیم مرتبط با بحث‌های نظری پیرامون سبک زندگی ارائه شود. در مطالعه اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱) سبک زندگی در ارتباط با تحلیل مفهوم هویت اجتماعی قرار گرفته است. و در مطالعه مهدوی کنی (۱۳۸۶) سبک زندگی در ارتباط با مفهوم «ذائقه» مفهوم‌پردازی شده است.

در میان مطالعات دیگر که همگی متکی به تحلیل داده بوده و مسئله‌ای پژوهشی نیز در آن طرح شده است می‌توان سه گونه کلی را از هم بازشناخت: یک دسته مطالعاتی که با روش کمی به انجام رسیده‌اند مانند شالچی (۱۳۸۶)، کفاشی و دیگران (۱۳۸۹)، ازکیا و رودبارکی (۱۳۸۹)^۱، اسداللهی و دیگران (۱۳۹۲) و هاشمیان‌فر و هاشمی (۱۳۹۲). دسته دیگر تحقیقاتی که با روش کیفی انجام شده است مانند رحمت‌آبادی و آقابخشی (۱۳۸۵) و حمیدی و فرجی (۱۳۸۶) و دسته آخر تحقیقاتی که به فراتحلیل^۲ و تحلیل ثانویه^۳ پرداخته‌اند مانند فکوهی (۱۳۸۶) و فاضلی (۱۳۸۶). در تحقیق شالچی (۱۳۸۶) طرح مسئله مبتنی بر وضعیت خاص جوانان ایرانی صورت گرفته و ادعا شده است که فهم پیچیدگی‌های این وضعیت خاص به مدد تحقیق پیرامون سبک زندگی این قشر امکان‌پذیر است. برای سامان دادن به تحقیق، پژوهشگر از نظریات وبر و بوردیو استفاده کرده است. البته در انتها بیشتر بر نحوه گذران اوقات فراغت و تاثیر آن در هویت‌بخشی به جوانان مورد مطالعه تاکید شده است و الگوی سبک زندگی مشخصی ارائه نشده است.

در تحقیق کفاشی و دیگران (۱۳۸۹) نیز طرح مسئله مبتنی بر وضعیت خاص جامعه جوان ایران صورت گرفته لیکن یافته‌ها مستخرج از داده‌هایی کمی از جوانان یک شهر خاص

۱. این مطالعه، ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی را برگزیده است. البته از آنجا که روش غالب در این تحقیق کمی است آنرا در دسته تحقیقات کمی جای داده‌ایم.

2. Meta- Analysis

3. Secondary Analysis



است که نمی‌تواند نماینده تمامی جوانان و الگوهای سبک زندگی آنها باشد. در تحقیق ازکیا و رودبارکی (۱۳۸۹) هم به مسئله‌مندی تغییرات نسلی با تمرکز بر هویت جوانان تاکید شده است. البته این تحقیق معطوف به ارائه الگوهای سبک زندگی روستایی است و سعی شده نظریات توسعه روستایی و دیدگاه‌های مربوط به سبک زندگی با یکدیگر تلفیق شود. البته سبک زندگی همانگونه که پیشتر آمد در اروپا به عنوان مسئله‌ای شهری و گزلفاشفتی رخ نمود. هرچند شهری شدن فزاینده فضای فرهنگی روستاها می‌تواند سبک زندگی را به مثابه مسئله‌ای در آن اجتماع نیز طرح نماید. متأسفانه در مقاله مذکور در مورد نسبت میان روستا و مسئله‌مندی سبک زندگی توجیهی نظری ارائه نشده است.

در تحقیق اسداللهی و دیگران (۱۳۹۲) نیز نوعی تلفیق نظری میان دیدگاه‌های موجود در بحث از مشارکت اجتماعی و نظریات پیرامون سبک زندگی صورت گرفته است. شاخص‌های سبک زندگی در این تحقیق با آنچه سابقه مطالعات جامعه‌شناختی پیرامون این مفهوم نشان داد متفاوت است. به نظر می‌رسد سبک زندگی در این نوشتار در معنای موسع و نه به عنوان اصطلاحی جامعه‌شناختی به کار رفته است. بیشتر تحلیل‌ها نیز متأثر از دیدگاه‌های موجود در مطالعات شهری^۱ است کمتر از تخیل جامعه‌شناختی بهره دارد. در پژوهش هاشمیان‌فر و هاشمی (۱۳۹۲) طرح مسئله مبتنی بر تاثیر دین بر شکل‌گیری سبک زندگی صورت گرفته است. از این منظر مقاله مذکور سعی کرده در تبیین مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی به سراغ متغیری بومی و تاثیرگذار رود. داده‌ها از میدانی برگزیده شده است که می‌تواند نماینده مسئله طرح شده باشد لیکن نتایج هرچند از داده‌های کمی مستخرج شده، به کل جامعه ایرانی قابل تعمیم نیست. در طرح مسئله مقاله رحمت آبادی و آقابخشی (۱۳۸۵) مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی برپایه وضعیت در حال انتقال این جامعه صورت گرفته است. گذار از شکل‌های سنتی به مدرن، سبک زندگی در قشر جوان به عنوان قشری که این گذار را سریعتر تجربه می‌نماید به مسئله‌ای قابل پژوهش تبدیل نموده است. از این منظر مقاله حاضر در میان طرح مسئله مثال‌های مورد بررسی نگاهی ویژه و منحصر به فرد دارد. داده‌ها در این تحقیق نیز بر اساس استراتژی تحقیق دلفی جمع‌آوری شده‌اند. در اینجا کشف ذهنیت جوانان و ارائه مدلی از سبک زندگی آنها مبتنی بر این ذهنیت مدنظر بوده است.

در تحقیق حمیدی و فرجی (۱۳۸۶) نیز از روش کیفی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. هرچند این تحقیق فاقد استراتژی‌ای مشخص برای تحلیل است و صرفاً از تکنیک



مصاحبه استفاده نموده است. لیکن در طرح مسئله میل به تمایز به عنوان عامل اصلی مسئله‌مندی سبک زندگی در هر جامعه‌ای مورد تاکید قرار گرفته است.

در دو تحقیق آخر، هر دو محقق به فراتحلیل یا تحلیل ثانویه داده‌های از پیش جمع‌آوری شده پرداخته‌اند. در تحقیق فکوهی (۱۳۸۶) / ف داده‌هایی پیرامون هویت جنسی، سنی، قومی - محلی و قشراجماعی افراد مورد تحلیل قرار گرفته و سعی شده بر مبنای این تحلیل سبک زندگی هر خرده‌فرهنگ معرفی گردد. در تحقیق فاضلی (۱۳۸۶) نیز مصرف در میان دانشجویان سبک زندگی در این قشر را به مسئله تبدیل نموده است. او به تحلیل ثانویه داده‌هایی پرداخته که مصرف و اوقات فراغت دانشجویی را به تحقیق نشسته‌اند و سعی دارد از مجرای این تحلیل ثانویه به ارائه تصویری تفسیری از سبک زندگی جوانان دانشجو بپردازد. از نقاط قوت این تحقیق مقایسه نتایج در جمعیت دانشجویی و داده‌های برخی تحقیقات در جمعین غیردانشجویی است. این تحقیق به این نتیجه رسیده است که اولاً سطح کلی مصرف فرهنگی دانشجویان بالاتر از غیر دانشجویان است. ثانیاً میزان مصرف فرهنگی دانشجویان به اندازه‌ای نیست که آنها را برای ایفای نقش‌هایی که از آنها انتظار می‌رود آماده کند و ثالثاً جامعه ایران در آینده با بحران‌های شدیدتری از نظر مصرف کالاهای فرهنگی مواجه خواهد شد. این تحقیق نیز بررسی سبک زندگی به مدد مطالعه محتوای رفتار و مصرف فرهنگی افراد متمرکز کرده است. هرچند به زعم خود محقق داده‌های در دسترس‌اش برای تحلیل، امکان همین را هم فراهم نمی‌کرده و صرفاً اطلاعاتی از میزان انجام دادن هریک از رفتارها و انواع مصرف فرهنگی در اختیار محقق قرار می‌داده است. البته توجه به تفاوت‌های جنسیتی، قومی و... در بیان الگوهای متفاوت سبک زندگی از دیگر نکات مثبت مطالعه مورد بررسی است.

به نظر می‌رسد پژوهش‌های انجام شده در ایران به لحاظ کمی منطبق با واقعیت مسئله سبک زندگی در جامعه ایرانی نیست. آنچه بیش از همه در مسئله‌مندی سبک زندگی در جامعه ایرانی است یعنی خصوصیات ویژه این جامعه کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. در میان همه مقالات علمی - پژوهشی که تمرکزشان بر روی مطالعه سبک زندگی بوده است مطالعه جامعه‌شناختی تعداد اندکی را به خود اختصاص داده است. اگر به لحاظ آماری به تعداد این مقالات با مقالات چاپ شده در زمینه پزشکی مراجعه کنیم. این گفته بیش از پیش خود را نشان می‌دهد. با اینکه به نظر می‌رسد، سبک زندگی بیش از هر چیز مسئله‌ای جامعه‌شناختی باشد، تعداد مقالاتی که در آنها به مطالعه پزشکی سبک زندگی پرداخته شده و در تارنمای



اطلاعات علمی جهاددانشگاهی نمایه شده است بیش از ۳ برابر مقالاتی است که به انعکاس یافته‌های جامعه‌شناختی در باب سبک زندگی پرداخته‌اند.

جدول ۱. نتایج خلاصه شده مطالعه انتقادی پژوهش‌های داخلی

ردیف	پژوهش	روش پژوهش	رویکرد نظری	نکات مثبت	نکات منفی
۱	اباذری و چاوشیان، ۱۸۳۱	اسنادی	تبیین نظری مفاهیم اصلی در رابطه طبقه، سبک زندگی و هویت	تفسیری دقیق از مفصل‌بندی مفاهیم موجود	عدم ارائه بحثی مفهومی با استفاده از مفاهیم مورد بررسی در مورد ایران
۲	رحمت‌آبادی و آقابخش، ۵۸۳۱	دلفی	استفاده از رهیافت تفرد	ارائه داده‌های کیفی از جوانان طبقه متوسط	ارائه شاخص‌های اعتبارسنجی نشده
۳	شالچی، ۶۸۳۱	پیمایش	استفاده از رهیافت هم‌سیاقی	کمی سازی شاخص‌های سنجش سبک زندگی	عدم قابلیت تعمیم نتایج به کل جمعیت جوان
۴	فکوهی، ۶۸۳۱	اسنادی و فراتحلیل	تلفیق رهیافت‌های تفرد و هم‌سیاقی	سعی در اکتشاف زمینه مورد مطالعه	عدم آزمون نتایج بر اساس تحقیق میدانی
۵	فاضلی، ۶۸۳۱	تحلیل ثانویه	استفاده از رهیافت هم‌سیاقی	مقایسه دو فضای اجتماعی	تمرکز بر مصرف به عنوان تنها بعد سنجش سبک زندگی
۶	حمیدی و فرجی، ۶۸۳۱	مصاحبه عمیق	استفاده از رهیافت هم‌سیاقی	نگاه به جنسیت و تمرکز بر آن در شکل‌گیری سبک زندگی	عدم استفاده از استراتژی مشخص تحقیق
۷	مهدوی کنی، ۶۸۳۱	اسنادی	بررسی نظری مؤلفه‌های سبک زندگی	نقد هر مؤلفه	عدم آزمون توسط داده‌های میدانی
۸	کفاشی و دیگران، ۹۸۳۱	پیمایش	استفاده از رهیافت هم‌سیاقی و تفرد	آزمون رهیافت‌ها به مدد داده‌های کمی	عدم قابلیت تعمیم داده‌ها
۹	ازکیا و رودبارکی، ۹۸۳۱	ترکیبی (کمی و کیفی)	تلفیق نظریات توسعه و سبک زندگی	آزمون نظریه‌های سبک‌زندگی در فضای غیر شهری	عدم توجه به تفاوت‌های نظری میان روستا و شهر
۱۰	اسداللهی و دیگران، ۲۹۳۱	پیمایش	تلفیق دیدگاه‌های مطالعات شهری و سبک‌زندگی	شاخص سازی از مؤلفه‌ها	عدم ارائه تفسیر جامعه‌شناختی از نتایج
۱۱	هاشمیان‌فرو و هاشمی، ۲۹۳۱	پیمایش	تلفیق نظریه‌های عرفی شدن و سبک‌زندگی	توجه به دین به عنوان مؤلفه‌ای در بساخت سبک‌زندگی	عدم قابلیت تعمیم نتایج به زمینه کلی تر جامعه ایرانی



نتیجه گیری

همانگونه که آمد هدف این مقاله پاسخ به این پرسش اصلی بود که آیا پژوهش های جامعه‌شناختی صورت گرفته در داخل تاکنون توانسته در تمام ابعاد یک پژوهش، چون طرح مسئله، مفاهیم و نظریات، روش‌ها و یافته‌ها به صورت‌بندی خود منطبق با چارچوب‌های مسئله‌مندی سبک زندگی به این موضوع در جامعه ایرانی بپردازد؟ این که آیا طرح مسئله بر مبنای واقعیت جامعه ایرانی و با توجه به معنای واقعی مفهوم سبک زندگی صورت گرفته است؟، آیا نظریات و مفاهیم منتخب در پژوهش‌ها توانسته سوالات طرح شده را با جوابی مناسب مواجه سازد؟، آیا روش‌های جمع‌آوری یا تحلیل داده‌ها، میدان‌های مورد بررسی یا نمونه‌های اخذ شده می‌توانند داده‌ها، تحلیل‌ها یا میدان‌هایی معتبر برای پژوهش بر روی سبک زندگی باشند؟ و آیا یافته‌ها توانسته سوالات طرح شده را پاسخ گوید؟ سوالات فرعی تحقیق پیش رو به حساب می‌آید. در جهت پاسخ به پرسش اصلی و پرسش‌های فرعی پیش گفته، ابتدا به بررسی پیشینه تاریخی مطالعه جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی پرداختیم تا برخی تحولات نظری پیرامون این مفهوم را توضیح دهیم و به استخراج بعضی مقولات اصلی و مؤلفه‌های سبک زندگی بپردازیم. در این بررسی مشخص شد بدنه اصلی نظری موجود در مفهوم‌پردازی سبک زندگی از سنت مطالعه جامعه‌شناسان کلاسیک به جای مانده است. برای آنها تمرکز بر سبک زندگی تجلی عینی مسئله‌مندی جهانی بود که از آن به جهان مدرن یاد می‌شد. جهانی که با گونه‌های پیش از خودش به غایت متفاوت بود. این تفاوت برای آن جامعه‌شناسان خود را در گونه‌های تحول یافته شیوه‌های زندگی نشان می‌داد. برای جامعه‌شناسان پیشگام، تحولاتی چون مصرفی شدن اجتماعات انسانی در عصر جدید، الگوهای سبک زندگی افراد را به شیوه‌ای خارق‌العاده متکثر و متنوع نموده بود و آسیب و مسئله نیز در همین تنوع و تکثر دیده می‌شد. به همین خاطر نیز جامعه‌شناسان پیشگام، تمرکز خود را در صورت‌بندی سبک زندگی مدرن بر شناخت مرزهای سبک زندگی مصرفی نهادند. برای زیمل مصرف، خصوصیت اصلی انسان گزلفشافتی است. این مصرف برای این انسان هدفی جز نیل به تمایز تشدید یافته فردی و برساخت فردیت غیر اصیل^۱ در بستر زیست جهان مدرن ندارد.

پس از مباحث نظری جامعه‌شناسی کلاسیک پیرامون سبک زندگی، رهیافت‌های متاخر برخی تحولات نظری در مفهوم‌پردازی سبک زندگی پدید آوردند. در این رهیافت‌ها هم تحلیل

۱. منظور زیمل از فردیت غیر اصیل، حس کاذبی است که گزلفشافت برای انسان از آزادی مطلق به وجود آورده است. او این واژه را در کنار فردیت اصیل گماینشافتی قرار می‌دهد.



فرهنگ مصرفی، نقطه تمرکز است لیکن به نظر می‌رسد، فرهنگ مصرفی معاصر با آنچه پیش از این، جامعه‌شناسان پیشگام از آن به فرهنگ مصرفی تعبیر می‌کردند تفاوت‌های معنادار دارد. در فرهنگ مصرفی معاصر به نظر می‌رسد آزادی انتخاب و تکرر کالاهای فرهنگی بسیار بیشتر از آن است که سبک زندگی را بتوان الگوهای نمادگرایی فرهنگی طبقات و پایگاه‌های فرهنگی انسان‌ها دانست. در فرهنگ مصرفی معاصر هر فرد قائم به تمایل شخصی‌اش می‌تواند انتخابی کاملاً مجزا از هم‌سیاقان خود داشته باشد. البته همانگونه که مرور نمودیم شاید بتوان این را از خصوصیات اصلی جوامع توسعه یافته قلمداد کرد. آنتونی گیدنز بود که نخستین بار این تکرر و آزادی را در فرهنگ مصرفی معاصر خصوصیت جوامع توسعه یافته برشمرد و خودشکوفایی فردی را تنها انگیزه اتخاذ سبک زندگی توسط انسان جوامع توسعه یافته برشمرد.

آنچه مشخص است مفهوم‌پردازی سبک زندگی چه در دیدگاه‌های جامعه‌شناسان پیشگام و چه در نظریات رهیافت‌های جامعه‌شناسانه متاخر بیشتر با توجه به زمینه اجتماعی جوامع غربی و توسعه یافته صورت گرفته است. هرچند پیشتر اذعان کردیم که با توجه به تحولات گسترده فرهنگی در جوامع غیرغربی و غیر توسعه یافته‌ای چون ایران در نتیجه تبادلات فرهنگی با جوامع غربی و توسعه یافته، می‌توان سبک زندگی را به مثابه مسئله‌ای دارای ارزش پژوهش در نظر آورد لیکن به نظر می‌رسد که نوع سبک زندگی ایرانی با نوع غربی آن تفاوت دارد. در جهت اینکه دریابیم این تفاوت‌ها در برخی از مطالعات داخلی جامعه‌شناسان ایرانی بر روی سبک زندگی جلوه داشته است به بررسی برخی مطالعات داخلی جامعه‌شناختی بر روی سبک زندگی پرداختیم. مطالعات مورد بررسی آنهایی بودند که نتایجشان در مجلات علمی-پژوهشی مرتبط و نمایه شده در تارنمای اطلاعات علمی جهاددانشگاهی انعکاس یافته بود. در نتایج بررسی این مطالعات به این نتیجه رسیدیم که اولاً همه مقالات مسائل خود را بر اساس مفهوم‌پردازی‌های رهیافت‌های غیر بومی طرح کرده‌اند. بیشتر آنها در سازگار کردن مفاهیم رهیافت‌های تفرد و هم‌سیاقی در طرح مسائل پژوهشی‌شان سعی داشته‌اند. اقتضائات جامعه ایرانی هیچگاه آن‌ها را به جعل مفاهیمی ویژه در توصیف و تفسیر سبک زندگی ایرانی ترغیب نکرده است. البته در برخی مقالات به تفاوت‌های ساختاری این جامعه با جوامع غربی در قالب مفاهیمی چون جامعه سنتی یا در هر گذار اشاره شده بود لیکن این مقایسه‌ها در نهایت به خلق مفاهیمی بومی منجر نشده‌اند. هنوز برای محققان داخلی فرهنگ مصرفی، اوقات فراغت و ذائقه مفاهیم کمک‌کننده در مفهوم‌پردازی سبک زندگی ایرانی است این در



حالی است که برخی از این مفاهیم در فرهنگ سنتی ما هیچگاه وجود نداشته است. هرچند در برخی اقشار چون جوانان و طبقه متوسط که البته جامعه هدف اکثر مقالات مورد بررسی در انجام پژوهش‌هایشان بر روی سبک زندگی در جامعه ایرانی بوده‌اند می‌توان برخی از این مفاهیم را در توضیح سبک زندگی‌شان به کار برد لیکن به نظر می‌رسد به خصوص برای آن بخش از جامعه ایرانی که هنوز در جهان سنت می‌زیند نتوان از مفهوم سبک زندگی و اصطلاح کمک‌کننده به آن در تبیین شیوه‌های زندگی استفاده نمود. روش پیمایش، روش غالب در اکثر مطالعاتی بود که مورد بررسی این مقاله قرار داشتند. باید اذعان کرد تجربه انسان در جامعه‌ای که به لحاظ ساختاری ارزش‌های جهان‌سنتی را در برابر ارزش‌های جهان مدرن به تمامی رها نکرده است، را نمی‌توان به مدد داده‌های کمی فهم کرد. تحقیقات کیفی این خصوصیت را دارد که می‌توان به مدد تکنیک‌ها و فنون آن به عمیق‌ترین لایه‌های تجربه زیسته انسان‌ها برای شناخت الگوهای سبک زندگی آن‌ها نفوذ کرد. روش‌هایی که برای شناخت الگوهای سبک زندگی ایرانی هنوز مورد استفاده ۲۰ درصد از محققان ما نیز قرار نمی‌گیرد.



کتابنامه

- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱)، «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰، صص ۳-۲۷.
- ادگار، اندرو و پیتر سجویک (۱۳۸۸)، *مفاهیم کلیدی در نظریه فرهنگی*، ترجمه ناصرالدین علی تقویان، تهران: دفتر برنامه ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی و پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- ازکیا، مصطفی و سکینه رودبارکی (۱۳۸۹)، «تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی»، *رفاه اجتماعی*، شماره ۳۷، صص ۲۴۱-۲۶۴.
- اسداللهی، عبدالرحیم؛ علی حسین حسین‌زاده، علیرضا محسنی تبریزی و عبدالحسین نبوی (۱۳۹۲)، «سبک زندگی شهری و مشارکت اجتماعی شهروندان سالمند اهوازی: یک پیمایش منطقه‌ای»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره ۴۹، صص ۱-۱۶.
- حمیدی، نفیسه و مهدی فرجی (۱۳۸۶)، «سبک زندگی و پوشش زنان در تهران»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۱، صص ۶۵-۹۲.
- رحمت‌آبادی، الهام و حبیب آقابخشی (۱۳۸۵)، «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان»، *رفاه اجتماعی*، شماره ۲۰، صص ۲۳۵-۲۵۳.
- زیمیل، گئورگ (۱۳۷۳)، «پول در فرهنگ مدرن»، ترجمه یوسف اباذری، *ارغنون*، شماره ۳، صص ۳۲۵-۳۳۸.
- زیمیل، گئورگ (۱۳۷۲)، «کلان شهر و حیات ذهنی»، ترجمه یوسف اباذری، *نامه علوم اجتماعی*، شماره سوم، صص ۵۳-۶۶.
- شالچی، وحید (۱۳۸۶)، «سبک زندگی و جوانان کافی‌شاپ»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۱، صص ۹۳-۱۱۵.
- صمیم، رضا (۱۳۹۲)، «نگاهی انتقادی به مطالعه موسیقی مردم‌پسند: پژوهشی پیرامون امکان شکل‌گیری حوزه میان‌رشته‌ای مطالعات موسیقی مردم‌پسند در ایران»، *هنرهای زیبا- هنرهای نمایشی و موسیقی*، دوره ۱۸، شماره ۲، صص ۴۱-۴۸.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۶)، «تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۱، صص ۱۷۵-۱۹۸.
- فرریزی، دیوید (۱۳۷۵)، «جامعه‌شناسان آلمانی و مدرنیته»، ترجمه مجید مددی، *ارغنون*، شماره ۱۱ و ۱۲، صص ۴۳۷-۴۶۰.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۶)، «خرده‌فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی: روندها و چشم‌اندازها»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۱، صص ۱۴۳-۱۷۴.
- قاسمی، وحید و رضا صمیم (۱۳۸۷)، «مطالعه‌ای پیرامون رابطه قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه مصرف موسیقایی در شهر تهران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره نهم، شماره ۱ و ۲، صص ۸۰-۱۰۱.
- کفاشی، مجید؛ منوچهر پهلوان و کاظم عباس‌نژاد (۱۳۸۹)، «بررسی تاثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی»، *پژوهش اجتماعی*، شماره نهم، صص ۱۱۷-۱۳۹.



- کوزر، لویس (۱۳۸۰)، *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- کیویستو، پیتر (۱۳۸۰)، *اندیشه های بنیادی در جامعه شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- مارکس، کارل (۱۳۷۷)، *گروندریسه: مابانی نقد اقتصاد سیاسی (جلد اول)*، ترجمه باقر پرهام و احمد تدین، تهران: آگه.
- مارکس، کارل؛ فردریش انگلس و گئورگی پلخانف (۱۳۸۵)، *لودویگ فوئرباخ و ایدئولوژی آلمانی*، ترجمه پرویز بابایی، تهران: چشمه.
- مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۶)، «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۱، صص ۱۹۹-۲۳۰.
- وبر، ماکس (۱۳۸۷)، *دین، قدرت، جامعه*، ترجمه احمد تدین، تهران: هرمس.
- هاشمیان فر، سیدعلی و مولود هاشمی (۱۳۹۲)، «بررسی نمودهای عرفی شدن دین در سبک زندگی جوانان شهر اصفهان: با تاکید بر نظریه عرفی شدن»، *جامعه شناسی کاربردی*، شماره ۴۹، صص ۱۵۳-۱۷۶.
- Bourdieu, P. (1984), *distinction*, translated by Karl Smith, London, Oxford University.
- Chan, T. W. and Goldthrope, J. (2007), "Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England", *European Sociological Review*, 23, pp. 1-19.
- Chan, T. W. and Goldthrope, J. (2002), "The Social Stratification of Theatre: Dance and Cinema Attendance", *Cultural Trends*, 14, pp. 193-212.
- Coultard, M. (1994), *Advances in Writing Text Analysis*, London, Routledge.
- Ewen, E. and Ewen, S. (1982), *Channels of Desire*, New York: McMillan.
- Featherstone, M. (1987), "Lifestyles and Consumer Culture", *Theory, Culture and Society*, 4, pp. 55-70.
- Giddenz, A. (1991), *Modernity and Self Identity*, Cambridge: Polity Press.
- Rojeck, C. (1985), *Capitalism and Leisure Theory*, Tavistock.
- Simmel, G. (1971), *On Individuality and Social Forms*, ed. By D. N. Levine, Chicago: University of Chicago Press.
- Sintas, L. and Alvarez, G. (2002), "Omnivores show up again: The Segmentation of Cultural Consumers in Spanish Social Space", *European Sociological Review*, 18, 353-368.
- Sobel, E. (1982), *Lifestyle*, London: Academic Press.
- Tonnis, F. [1887] (1957), *Community and Society*, ed and Translated by C. P. Loomies, New York: Harper and Grow.
- Veblen, T. [1899] (1924), *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, New York: B. W. Huebsch.
- Weber, M. (1968), *Economy and Society*, Bedminister Press.

