

Reflection of the Global Capitalist System in the Lifestyle of Iranian Youth

Amir Razzaghi,¹

PhD Student, Department of Economic Sociology and Development, Department of Sociology, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran

Ali Rahmani Firoozjah^{2*}

Associate Professor and Faculty Member, Department of Sociology, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran

Ali Asghar Abbasi Esfajir³

Associate Professor and Faculty Member, Department of Sociology, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran

Abstract:

The global capitalist system, in order to sustain the cycle of production, distribution, and consumption and achieve its ultimate goal of profit and reinvestment, requires the establishment or imposition of a capitalist lifestyle within societies. In today's world, this form of life has encompassed all aspects of human existence. Among the aspects that have been influenced by global capitalism and undergone changes is lifestyle. In this context, Iranian society, as a member of the global community, has interacted with the modern world and been influenced by its transformations and the capitalist way of life. Consequently, the lifestyle of Iranians has been affected. Among them, the youth, who constitute a significant portion of Iranian society, due to their inherent social characteristics and their position at the forefront of interaction with the world, have been more influenced by global capitalism, and their lifestyle has undergone more changes. The expansion and reflection of global capitalism in the lifestyle of the youth have made this issue a subject of study, and its examination and analysis are deemed important and necessary.

Therefore, this article, derived from a research titled "Global Capitalism and the Lifestyle of Iranian Youth," examines the reflection of global capitalism in the construction of the lifestyle of Iranian youth. The method used is the "reflection of global capitalism" study program, employing classical theory. Given that the study population is youth, individuals aged 18 to 35 form the target population of the research. Through in-depth semi-structured interviews with 25 young people selected through theoretical and non-random purposive sampling, data and explanatory sufficiency were achieved. For the analysis of qualitative data obtained from the interviews, a three-stage and two-step analytical process was used. In the first stage, qualitative data analysis was conducted using the substantive coding technique (open coding and selective coding), resulting in 96 indicators and 26 categories. In the second stage of analysis, i.e., theoretical coding, the central category of "modern lifestyle based on consumerism" emerged. The categories and discrete concepts resulting from substantive coding were interconnected, integrated, and a comprehensive picture of the field of study emerged. In this stage, theoretical coherence was achieved and expressed in the form of a coherent narrative. The theoretical model of "the construction of Iranian youth's lifestyles in the form of modern and consumerist lifestyles" was drawn and presented.

Keywords: Capitalism, Global Capitalism, Lifestyle, Iranian Youth, Classical Theory.

¹ Email: razzaghi.amir@gmail.com

² Email: arf1348@gmail.com (Corresponding Autor)

³ Email: asfaJir@hotmail.com

بازتاب نظام سرمایه داری جهانی در سبک زندگی جوانان ایران

امیر رزاقی^۱، علی رحمانی فیروزجاه^{۲*}، علی اصغر عباسی اسفجیر^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۲۲

چکیده

نظام سرمایه‌داری جهانی برای تداوم چرخه تولید، توزیع و مصرف و رسیدن به هدف نهایی خود که همان کسب سود و سود دوباره است نیاز به تثبیت یا تحمیل شکل زندگی سرمایه‌داری در جوامع دارد. در دنیای امروز این شکل از زندگی تمامی جنبه‌های زیستی انسان‌ها را احاطه نموده است. از جمله جنبه‌هایی که تحت الشعاع سرمایه‌داری جهانی قرار گرفته و تغییر و تحولاتی در آن رخ داده سبک زندگی است. در این گذر جامعه ایران به عنوان عضوی از جامعه جهانی در تعامل با جهان مدرن و تحت تاثیر و تحولات آن و شکل زندگی سرمایه‌داری قرار گرفته و سبک زندگی انسان ایرانی از این پدیده متاثر گشته است؛ در این بین جوانان که جمعیت قابل توجهی از جامعه ایران را به خود اختصاص داده‌اند با توجه به ذات جوانی و ویژگی‌هایشان نسبت به دیگر گروه‌های اجتماعی در راس تعامل با جهان و تاثیر پذیری از سرمایه‌داری جهانی قرار داشته و سبک زندگی آنان بیشتر دستخوش تغییر و تحول شده است. گسترش و وسعت بازتاب سرمایه‌داری جهانی در سبک زندگی جوانان این موضوع را بعنوان یک مسئله مطرح نموده است و بررسی و مطالعه آن را مهم و ضروری می‌دارد. از این رو این مقاله که از پژوهشی تحت عنوان سرمایه‌داری جهانی و سبک زندگی جوانان ایران گرفته شده به بررسی و مطالعه "بازتاب سرمایه‌داری جهانی در بر ساخت سبک زندگی جوانان ایران" پرداخته است. روش بکار گرفته شده روش گردنبدتئوری کلاسیک می‌باشد و با توجه به اینکه جامعه مورد بررسی جوانان هستند بر این اساس افراد بین ۱۸ تا ۳۵ سال جامعه هدف پژوهش را تشکیل داده‌اند. با انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه ساخت یافته با ۲۵ تن از جوانان که با روش نمونه‌گیری نظری و غیر تصادفی از نوع هدفمند انتخاب شدند کفایت داده‌ای و کفایت توضیحی بدست آمد. برای تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها از ۲ مرحله و ۳ گام تحلیلی بهره گرفته شد. در مرحله اول تحلیل داده‌های کیفی که با تکنیک کدگذاری جوهری (کدگذاری باز و کدگذاری انتخابی) انجام شد، ۹۶ نشانگر، ۲۶ مقوله استخراج و از درون آنها مقوله محوری "سبک زندگی مدرن مبتنی بر مصرف‌گرایی" رویش یافت. در مرحله دوم تحلیل یعنی در کدگذاری نظری، مقوله‌ها و مفاهیم منفصل حاصل از کدگذاری جوهری با یکدیگر ارتباط برقرار نموده، تلفیق یافته و تصویری جامع از میدان مطالعه نمایان شد، در این مرحله انسجام نظری حاصل شده و در قالب روایت منسجم "بازتاب سرمایه داری جهانی در بر ساخت سبک های زندگی جوانان ایران در قالب سبک زندگی مدرن و مصرف گرا نمایان است." بیان و مدل نظری آن ترسیم و ارائه گردید.

واژگان کلیدی: سرمایه‌داری، سرمایه‌داری جهانی، سبک زندگی، جوانان ایران، گردنبدتئوری.

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، گروه جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران
(E mail: razzaghi.amir@gmail.com)

^۲ دانشیار و عضو هیات علمی گروه جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران (نویسنده مسئول)
(E mail: arf1348@gmail.com)

^۳ دانشیار و عضو هیات علمی گروه جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران
(E mail: asfaJir@hotmail.com)

۱. بیان مسئله

در عصر حاضر بسیاری از تحولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و غیره را می‌توان از سپهر جهانی فهم نمود و مورد بررسی و ارزیابی قرار داد. یکی از موضوعات جهانی که امروز با توجه به گسترده‌گی و بازتاب آن در تمامی جنبه‌های زیستی و تغییرات و دگرگونی‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است موضوع سرمایه‌داری جهانی و بازتاب آن در سبک‌های زندگی جوامع و در راس آنان جوانان می‌باشد. سرمایه‌داری جهانی با رشد و توسعه پرشتاب خود به اشکال گوناگون در برسازی سبک‌های متعدد زندگی در جوانان نقش مهمی را ایفاء می‌نماید. این نقش آفرینی پرسش‌ها و پنجره‌های متعددی از موضوعات مربوط به آن را پیش روی سیاست‌گذاران، صاحب نظران، پژوهشگران و بسیاری دیگر نهاده و خود را در قامت یک مسئله مهم جامعه‌شناختی نشان داده و بررسی، مطالعه و پژوهش‌های گوناگونی را طلب نموده است.

جهانی شدن نظام سرمایه‌داری منجر به گسترش، نهادینه شدن و باز تولید به ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی این نظام در عرصه جهانی شده، که یکی از نتایج آن رسوخ و هنجار شدن مولفه‌های «زندگی روزمره» و «سبک زندگی» براساس اصول و جامعه مطلوب نظام سرمایه‌داری است. به عبارت دیگر، نظام مذکور، صرفاً در یک مکانیسم تولید و شیوه مدیریت اقتصاد جامعه، تعریف و خلاصه نمی‌شود، بلکه به مثابه یک نظام فراگیر، شامل هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، انسان‌شناسی، اقتصاد، سیاست، امنیت و نیز فرهنگ خاص و مطلوب خود است، که در نتیجه حاکمیت آن، طبیعتاً نه الزاماً، سبک زندگی خاصی را توصیه، تبلیغ، نهادینه و باز تولید می‌کند. به عبارت دیگر، نظام سرمایه‌داری، انسان‌سازی و جامعه‌سازی می‌کند. هر چند به تعبیر «اسپیواک»، در تلاش برای انکار و اختفای تار و پود بافته خود و عدم افشای ابعاد فرهنگی اجتماعی خویش است (آجیلی و بیگی، ۱۳۹۲: ۸۱). در نیم قرن اخیر سرمایه‌داری جهانی با شکل‌گیری مجموعه‌ای از توافقات (قواعد و قوانین از مقررات حسابداری تا قوانین تجاری) و افزایش ارتباطات اقتصادی و تبادل انواع کالاها و خدمات بین کشورها، گسترش بانکداری الکترونیکی و از بین بردن موانع انتقال پول و وابستگی‌های مالی، گسترش فناوری اطلاعات و تکنولوژی در سراسر جهان، ادغام بازارهای بین‌المللی و غیره چنان بر تمامی کشورها تاثیر گذارده که دیگر هیچ کشوری نمی‌تواند جدا از دیگر کشورها راه خود را پیماید. هر واحد اجتماعی اگر متمایز از منطق سرمایه‌داری جهانی عمل کند خود به خود به حاشیه رانده می‌شود.

با نظرات و تعاریفی که از سوی صاحب نظران و اندیشه ورزان ارائه شده است می‌توان سرمایه‌داری جهانی را چیزی فراتر از یک نظام اقتصادی و به عنوان یک نیروی همگن در جامعه جهانی معاصر دانست که بسیاری از مفروضات اساسی و ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حقوقی را که سامان زندگی انسان‌ها بر اساس آنها تنظیم می‌گردد را بازنویسی نماید.

از منظر کول و فراریز سرمایه‌داری جهانی شکلی از زندگی است و با این عنوان ارزیابی می‌شود: سرمایه‌داری جهانی روابط ما با دیگران، احساس ما از خود و ظرفیت‌ها، عملکردها و اقدامات ما را در جهان مادی شکل می‌دهد (کول و فرارز، ۲۰۱۸: ۱۰۵) و از زمان بروز و ظهور خود در دوره‌های مختلف به اشکال گوناگون، زندگی افراد و جوامع را تحت تاثیر قرار داده و از طریق ورود معرف‌های عینی (مادی) و ذهنی (غیر مادی) خود ساختارهای اجتماعی، الگوهای زیستی و سبک زندگی مردمان را متحول ساخته است و با اصول و مولفه‌های مطلوب خود در زندگی روزمره و سبک زندگی جوامع ایفاء نقش نموده و سبب ایجاد سبک‌هایی در زندگی و تغییر و تحول در آنها شده است.

سبک زندگی از جمله مفاهیمی است که در کنار و متأثر از سرمایه‌داری جهانی، در زندگی اجتماعی انسان‌ها دارای اهمیت ویژه‌ای می‌باشد. سبک‌های زندگی را می‌توان سازه‌های تاریخی دانست که نه تنها رابطه بین فرد و جامعه و ساختار و عاملیت هستند که رابطه مردم با تغییرات اجتماعی نیز می‌باشند و چگونگی تغییر این روابط را در طول زمان بیان می‌دارند.

با بررسی سیر تحولات تاریخی و اجتماعی در ایران می‌توان گفت بیش از نیم قرن است که روابط سرمایه‌داری در ایران رشد و گسترش یافته و اقتصاد ایران در معرض پیوند با اقتصاد سرمایه‌داری جهانی قرار گرفته و به آن وابسته شده است. در چنددهه اخیر

در ایران شاهد شدت گرفتن تغییرات و تحولاتی در حوزه عمومی و خصوصی می‌باشیم و شاهد تحولاتی در ضرب آهنگ شیوه زیستن و سبک‌های زندگی افراد و متکثر شدن سبک‌های زندگی هستیم. سبک‌های زندگی‌ای که دیگر تمایز در آنها را نباید تنها به جنبه طبقاتی آن تقلیل داد.

در این بین جوانان ایران به عنوان گروهی که همواره در "لبه برش" یا راس تغییرات از جمله تغییرات اجتماعی و فرهنگی هستند بیش از دیگر گروه‌های اجتماعی در معرض عوامل و پدیده‌ها بوده‌اند. جوانان به سبب پویایی و روحیه نوخواهی، بیشتر مخاطب ارزشها و هنجارهای جدید می‌باشند (میلز، ۲۰۰۰: ۳)، از این رو بیشترین دگر دگرسی‌ها و فراگردها در شرایط زیست، و به تناسب در سامان زندگی جوانان رخ نموده و در آستانه‌ی افق‌های جدید و متفاوت عینی (مادی) و ذهنی (غیرمادی) قرار داشته و در اثر مواجهه و رابطه با امور محلی و امور جهانی، شیوه زیستن و زندگی روزمره آنان تحت تأثیر قرار گرفته و سبک‌های زندگی نویی در بین آنان شکل یافته و پدیدار شده است؛ بدین جهت سبک‌های زندگی جوانان ایران در نوع خود و به طور فزاینده‌ای دارای شاخص‌های جامعه شناختی قابل توجهی می‌باشد. آنچه امروز، در جامعه و در نسل جوان ایران رخ داده، مسائل و پرسش‌های متعددی را پیش روی پژوهشگران و صاحب نظران گذارده است.

با گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و تکنولوژی و... بسیاری از اتفاقاتی که در زندگی روزمره جمعیت جوان ایران می‌افتد تحت تأثیر رویدادهای فراتر از دنیای محلی و بسیاری از آنها برخاسته از تغییر و تحولات جهانی و مشخصاً ماهیت نظام سرمایه‌داری جهانی می‌باشد. بازتاب نظام سرمایه‌داری جهانی در بر ساخت سبک زندگی جوانان ایران از جمله مسائلی است که پیش رو بوده و برای شناخت جنبه‌های های گوناگون آن باید مورد بررسی و پژوهش قرار گیرد.

در این مقاله که حاصل پژوهشی در این خصوص است سعی شده تا بازتاب سرمایه‌داری جهانی را در بر ساخت سبک زندگی جوانان ایران که تاکنون به عنوان یک مسئله مهم از دید پژوهشگران داخلی مغفول مانده را مورد بررسی قرار داده و تا حد بضاعت این مسئله را مطرح و مورد واکاوی و پژوهش قرار دهد.

۲. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متعدد داخلی و خارجی درباره موضوع سرمایه‌داری جهانی، سبک زندگی، جهانی شدن و سبک زندگی، سبک زندگی و مصرف، هویت و سبک زندگی و دیگر پژوهش‌های از این دست انجام شده است، اما پژوهشی که مشخصاً به بررسی جامعه‌شناختی سرمایه‌داری جهانی و سبک زندگی جوانان و یا مطالعه سرمایه‌داری جهانی و سبک زندگی جوانان ایران پرداخته باشد انجام نگرفته است. پژوهش‌های که در پیشینه پژوهشی آورده شده پژوهش‌های است که در محدوده موضوع پژوهش به انجام رسیده است. بر این مبنا مرور و بررسی مطالعات پیشین نقش مبنایی ندارند بلکه نقش ارجاعی و تفسیری دارند و بعنوان منظر و چشم انداز پژوهشی می‌باشند و بهره‌گیری از این مطالعات به منظور آگاهی از پژوهش‌های انجام شده و آگاهی از مفاهیم و ادبیات پیشین و شناسایی ابعاد مختلف مساله بکار می‌رود.

در بررسی و مطالعه پژوهش‌های پیشین پژوهشگران داخلی تلاش شده است تا در بررسی و آرایه آنها در این مقاله به تنوع روش پژوهش، جامعه هدف، پراکندگی جامعه هدف و دیگر موارد نظر قرار گیرد. مرور و بررسی مطالعات پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات انجام شده در حوزه سبک زندگی با استفاده از روش تحقیق کمی بوده است و این روش روش مسلط پژوهشی در این حوزه می‌باشد. از بین ۱۳ پژوهش مورد مطالعه در این بخش، ۴ پژوهش از روش کیفی بهره گرفته‌اند. این ۴ پژوهش عبارتند از: بر ساخت انواع الگوهای هویتی در روند جهانی شدن (جنگ ۱۳۹۵)، بازسازی معنایی تغییر سبک زندگی زنان لر شهر یاسوج (افراسیابی و مرادی فر، ۱۳۹۴)، مطالعه پدیدارشناسانه سبک زندگی جوانان در شهر تهران (زارع و همکاران، ۱۳۹۳) و بازنمایی سبک زندگی مردم ایران در مستند "تابستان ما در تهران" (سید اسماعیل علوی ۱۳۹۲).

در این بخش در بررسی پیشینه‌های پژوهشی سعی شده است تا بیشتر پژوهش‌هایی که جامعه هدف آنان جوانان می‌باشند و یا جوانان بخشی از جامعه هدف هستند گزینش شده و مورد بررسی قرار گیرند از اینرو از بین ۱۳ پژوهش مورد بررسی ۷ پژوهش مستقیماً جامعه هدف، جوانان می‌باشند که عبارتند از: هویت اجتماعی و سبک زندگی جوانان در استان همدان (افشار کهن و رضایی کرمانجانی، ۱۳۹۶)، بر ساخت انواع الگوهای هویتی در روند جهانی شدن (جنگ، ۱۳۹۵)، بررسی رابطه‌ی میان نگرش دانشجویان نسبت به جهانی شدن و سبک زندگی، مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۵)، مطالعه پدیدارشناسانه سبک زندگی جوانان در شهر تهران (زارع و همکاران، ۱۳۹۳)، بررسی نمودهای عرفی شدن دین در سبک زندگی جوانان شهر اصفهان (هاشمیان‌فر و هاشمی، ۱۳۹۲)، تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی، مطالعه تجربی جوانان شهر سمنان (نایی و محمدی تلور، ۱۳۹۲)، تأثیر مصرف فرهنگی بر انگاره هویتی جوانان، بررسی جوانان شهر پاوه (هدایتی، ۱۳۹۱).

یافته‌های این پژوهش‌ها مؤید این نکته هستند که سبک زندگی جوانان در بعد فعالیت‌ها، علاقه‌مندی‌ها و نگرش‌ها تا حدود زیادی تحت تأثیر هویت آنهاست و در مورد میزان فعالیت‌های تفریحی و گروهی، هویت گروهی نقش برجسته‌ای دارد؛ به طوری که در این هویت، میزان فعالیت‌های تفریحی و گروهی به طور معنی‌داری بالاتر از سایر هویت‌هاست؛ همچنین گرایش جوانان به نگرش‌های مدرن بوده است. جوانان در کنار هویت سنتی محلی نوعی گشودگی نسبت به هویت فرا محلی پیدا کرده‌اند، هویت‌هایی که تا حد زیادی با زندگی روزمره بویژه مصرف فرهنگی آنها پیوند دارد. متغیر عرفی شدن در بین جوانان حائز اهمیت بوده و جوانان متأثر از فرآیند نواندیشی و نوگرایی هستند و به برداشت‌های شخصی از دین در رفتارشان استنباط می‌کنند.

در ادامه بررسی پژوهش‌های پیشین داخلی در حوزه سبک زندگی چند پژوهش به موضوع جهانی شدن و سبک زندگی پرداخته است که در بخش پیشینه پژوهش‌های داخلی ۳ مورد از پژوهش‌ها آورده شده است که عبارتند از: بررسی رابطه‌ی میان نگرش دانشجویان نسبت به جهانی شدن و سبک زندگی، مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۵)، بر ساخت انواع الگوهای هویتی در روند جهانی شدن (جنگ، ۱۳۹۵) و بررسی اثرات جهانی شدن بر تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۴). آنچه که در نتایج حاصل از این ۳ پژوهش مشترک است تأثیر جهانی شدن بر سبک زندگی است. جهانی شدن با ابزارهای خود، در حال تأثیرگذاری بر نگرش افراد بویژه جوانان و دانشجویان نسبت به جهانی شدن می‌باشد و تغییر نگرش‌ها به تغییر سبک زندگی منجر شده است. کنشگر ایرانی امروز براحتمی منابع جهانی را در یک رابطه‌ی هم‌نشینی در کنار منابع محلی قرار داده و به بر ساخت الگوهای هویتی خود اقدام می‌کند. اثرات جهانی شدن در قالب همه ابعاد و شاخص‌های سبک زندگی قابل مشاهده است حتی پیامدهای جهانی شدن سبب تغییراتی در سبک زندگی جامعه روستایی شده است، تغییراتی که در پوشش، خوراک، استفاده از ابزارهای الکترونیکی و... می‌توان دید.

آجیلی و بیگی (۱۳۹۲) به بررسی کالبدشکافی سبک زندگی در جامعه سرمایه‌داری پرداختند. دغدغه کنونی کشور در لزوم طراحی و تدوین سبک زندگی بومی و اسلامی، ابتدا ضرورت شناخت مولفه‌های سبک زندگی هژمون (سرمایه‌داری) را نشان می‌دهد. لذا مقاله حاضر، در نظر دارد با طرح این پرسش اصلی که مولفه‌های سبک زندگی مطلوب نظام سرمایه‌داری کدامند و چه ارتباط معنادار و مفصل‌بندی باهم دارند؟ به دنبال فهم و کالبدشکافی این مؤلفه‌ها کنکاش کند. در پاسخ و فرضیه نیز نگارندگان بر این عقیده‌اند که، لزوم پیشینه سازی و اصالت سود و رفاه و انباشت سرمایه در این نظام، مؤلفه‌هایی را در حوزه فرهنگ عمومی، جامعه سازی، شهرسازی، معماری و نهایتاً سبک زندگی در جامعه سرمایه‌داری ایجاد و باز تولید می‌کند که ازجمله آنها می‌توان به: «سرعت»، «مصرف زدگی»، «کالایی شدن»، «ماتریس زیبایی‌شناختی سرمایه‌داری»، «نظام نشانه‌شناسی معنایی سرمایه‌داری»، «آرایش تکنولوژیکی»، «اصالت سود» و غیره اشاره نمود. برای فهم و ارزیابی این مؤلفه‌ها، نگارندگان از چارچوب تئوریک ترکیبی شامل: مکتب فرانکفورت، مکتب گرامشی و نظریات مطالعات فرهنگی بهره جسته‌اند.

شایان و همکاران (۱۴۰۱) به مطالعه رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه‌داری پرداختند. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه پژوهش‌های منتشرشده در پایگاه‌های علمی معتبر داخلی و خارجی مرتبط با موضوع تحقیق بود. یافته‌ها حاکی از آن است که رفتار عرضه و تقاضای گردشگری به موازات تحولات نظام سرمایه‌داری از فوردیسم تا پسافوردیسم، دچار تغییر شده است. بر این اساس تغییرات رفتاری تقاضای گردشگری بر مبنای سه مؤلفه برنامه‌ریزی، محصولات گردشگری، و خصوصیات، قابل تعریف است. همچنین تغییرات رفتاری عرضه گردشگری، مبتنی بر چهار مؤلفه اقتصادی، برنامه‌ریزی، محصولات گردشگری، و ساختار و کارکرد قابل تعریف است. با سنجش و ارزیابی مدل رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری که بر اساس تحولات نظام سرمایه‌داری، در این پژوهش ارائه گردید، زمینه لازم برای آگاهی نسبت به الگوی رفتاری عرضه و تقاضای گردشگری را فراهم می‌آورد که هدایت‌کننده توسعه گردشگری در مناطق مختلف خواهد بود.

دیگر پژوهش‌های بررسی شده در این بخش با عناوین پژوهشی: تحولات سبک زندگی در ایران (حبیب‌پورگتابی، ۱۳۹۵)، تصویری از فرهنگ مصرفی جامعه ایران با استفاده از داده‌های یک پیمایش ملی پیرامون گذران اوقات فراغت (ریاضی، ۱۳۹۲)، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی (ازکیا و حسینی رودبارکی، ۱۳۸۸) می‌باشد.

آنچه که مجموع یافته‌های کلیه پژوهش‌های انجام شده بر تغییرات سبک زندگی ایرانیان و بالطبع آن جوانان نشان می‌دهد آنست که تغییراتی در گذران اوقات فراغت - مصرف کالاهای فرهنگی - گوش دادن به موسیقی پاپ - مصرف رسانه‌های ماهواره‌ای - نگرش مثبت به مدیریت بدن - مصرف غذای رستوران و فست فود - تغییر در پوشش - کاهش میل به فرزندآوری - کاهش میل به ازدواج در حال وقوع است و تحولاتی در ساختارهای ذهنی (عادتواره) در افراد پدید آمده است، این تحولات منجر به شکل‌گیری عادتواره‌های جدید و تولید و بازتولید ذائقه‌ها در حوزه‌های مختلف سبک زندگی شده و سبک زندگی ایرانیان را تغییر داده است.

یافته‌های این پژوهش‌ها حاکی از تضعیف چارچوب‌های سنتی و هویت سنتی جامعه و شروع هویت‌یابی جدید دارند بویژه تضعیف چارچوب‌های سنتی و هویت‌یابی جدید در بین جوانان، همچنین حاکی از اهمیت یافتن متغیرهای عرفی و تبلور جلوه‌های از سکولار شدن ارزشها بویژه در دینداری می‌باشند. تمایل به سبک زندگی مصرفی و مصرفی شدن فرهنگ جامعه ایرانی بالاخص در بین جوانان از دستاوردهایی است که در اکثر پژوهش‌ها بدان اشاره شده است مسیر تغییرات به سمت افزایش تقاضا برای خرید کالاهای مصرفی است و مصرف کالاهایی که بیش از ضرورت کارکردی آنها، ضرورت تزئینی‌شان مورد نظر می‌باشد.

بررسی و مرور مطالعات پژوهش‌های خارجی نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات انجام شده در حوزه سبک زندگی و مصرف‌گرایی و همچنین سبک زندگی جهانی می‌باشند ۴ پژوهش بررسی شده: تأثیر مصرف‌گرایی آمریکایی بر سبک زندگی جوانان مکزیکی (حق‌روستا و باغشاهی سال ۱۳۹۲ خورشیدی) - سبک زندگی جهانی به شیوه محلی: طبقه متوسط جدید شکل گرفته در کشور اندونزی (سولوی کرک Solvay Gerke سال ۲۰۰۰ میلادی) - توسعه اقتصادی و تغییر الگوهای مصرف در جامعه شهری چین در میان جوانان دو شهر گوانجو و شانگهای (چنگز سیمون Chengze Simon سال ۲۰۰۰ میلادی) - تغییر سبک زندگی و الگوهای مصرف در میان نسل جدید و طبقه متوسط در کره جنوبی (سونگ کوک Seung Kuk Kim سال ۲۰۰۰ میلادی) نشان می‌دهد که جوامع مورد مطالعه تمایل به مصرف‌گرایی پیدا نموده‌اند.

در کشور مکزیک، مصرف آمریکایی یا آمریکاشدن الگوی سبک جوانان مکزیکی شده است. جامعه جوان مکزیکی از تأثیر مصرف‌گرایی آمریکایی دور نمانده است و نفوذ فرهنگی ایالات متحده در الگوهای سبک زندگی جوانان مکزیکی دیده می‌شود. این پدیده باعث ایجاد بحران هویتی در بین نسل جوان و موجب کم رنگ شدن فرهنگ بومی آن سرزمین شده است.

در کشور اندونزی طبقه متوسط بیشتر از طبقات پایین‌تر از خود روی به سمت مصرف‌گرایی داشته‌اند. جامعه اندونزی خود را مدرن دانسته و مایل به نشان دادن این امر از طریق سبک زندگی خاص مدرن می‌باشند. آنان معمولاً خود را وابسته به طبقه متوسط

توصیف می نمایند. در این کشور عضویت طبقه متوسط لزوماً به درآمد وابسته نبوده بلکه از طریق رفتار اجتماعی و سبک زندگی تعریف و مصرف به اقدامی نمادین مبنی بر تجدد و عضویت در طبقه متوسط تبدیل شده است. در جامعه اندونزی، مصرف کالاهای مصرفی غربی منعکس کننده توانایی اقتصادی مصرف کنندگان نیست. با توسعه سریع اقتصاد سرمایه داری در اندونزی وجهه اجتماعی و منزلت، عمدتاً بر مبنای مصرف و سبک زندگی در میان مردمان این کشور اهمیت قابل توجهی یافته و اهمیت سلسله مراتب و ارزش های انتسابی سنتی در کسب منزلت و وجهه اجتماعی افراد کمتر شده است. در این میان، عناصر فرهنگی محلی بخش بزرگی از کارکرد خود را از دست داده است و جای خود را تا حدود زیادی به نمادهای غربی مدرن جهانی شده واگذار نموده اند. بطور کلی استاندارد شدن نسبی فرهنگ مصرف کالاهای جهانی به مردم اندونزی این امکان را داده است به عنوانه عضوی از طبقه متوسط در سطح ملی شناخته شوند.

در کشور چین توسعه اقتصادی سبب تغییر الگوهای مصرف در جامعه شهری چین شده است. الگوهای در حال تغییر مصرف غذا در شهرهای چین نشان می دهد که با افزایش درآمد مردم با توسعه اقتصادی، الگوی مصرف مواد غذایی نیز تغییر کرده است. به طور خاص، به نظر می رسد که ساکنان شهری چین توجه بیشتری به مصرف انواع مختلف غذاها دارند. در این میان جوانان دو شهر گوانجو و شانگهای ثروتمندترین مصرف کنندگان در چین هستند، آنان هزینه مواد غذایی و آشامیدنی را به عنوان بزرگترین بخش کل مصرف مواد مصرفی خود ارزیابی می کنند. اگرچه بدون شک سطح زندگی در چین و در بین جوانان بهبود یافته است اما با این حال، توسعه کامل مصرف گرایی به عنوان فرهنگ زندگی روزمره برای مردم چین همچنان تحقق نیافته است.

در کره جنوبی درصد هزینه های اوقات فراغت به کل مصرف خانوارهای شهری و کشاورزی بین سالهای به شدت افزایش یافته است از اینرو امکانات تفریحی مانند استراحتگاه های تفریحی، کلوپ های سلامتی و امکانات تفریحی دیگر زیاد شده است. سرعت افزایش سفرهای خارج از کشور در بین نسل های جوان سریعتر از نسل های قدیمی رشد نموده، برای جوانان، رفتن به خارج از کشور در طول تعطیلات یا آموزش زبان خارجی در کشورهای خارجی تقریباً به یک فعالیت ضروری تبدیل شده است، به ویژه در میان دانشجویان دانشگاه ها. در کره جنوبی یک عنصر اصلی سازنده تمایز نسلی برای جوانان، الگوی تمایز مصرف بین آنها و نسل های نسبتاً مسن بوده است.

۳. مبانی نظری

مبانی نظری این پژوهش بر پایه دو مفهوم سرمایه داری جهانی و سبک زندگی شکل گرفته است. در این بخش به عمده تعاریف و دیدگاه ها و همچنین نظریه های ارایه شده نظریه پردازان می پردازیم. می توان گفت در طی ۲۰ سال گذشته سرمایه داری جهانی یک ماشین موثر و چشمگیر بوده و هست که با سرعت حیرت انگیزی تولید می کند و تولید را به بازار مصرف می رساند و بوسیله مجموعه از قوانین و توافقات معاملات فراملی اداره می شود (سن تینو و کوهن، ۲۰۱۰: ۴).

مارکس از اولین نظریه پردازانی بود که گسترش سرمایه داری به سراسر جهان را در کتابی با عنوان "مانیفست حزب کمونیست"، پیش بینی می کند (میکسنزود، ۱۳۸۳، ۳۴۳). مارکس متوجه کشف منطق درونی حاکم بر سیستم سرمایه داری و قابلیت تمامیت طلبی آن بود که مایل است هر کجا قدم می گذارد به تمام عرصه حیات بشری فوذ پیدا کند (همان، ۳۴۴).

از نظر والرش تاین گستردگی جهانی سرمایه داری از همان آغاز دوره مدرن تحقق یافته بود، سرمایه داری از همان آغاز یک پدیده اقتصاد جهانی بود و نه دولت ملی (گیدنز، ۱۳۹۴: ۵۹). به عقیده وی سرمایه داری یک نظام جهانی و تنها نظام جهانی یکپارچه ای است که از یک دینامیسم درونی توسعه برخوردار بوده و برای مبارزه با بحران های چرخه ای که دچار آن است نیاز به گسترش مرزهای جغرافیایی اش دارد. البته بسط و توسعه این مرزها نه در سطح دولت - ملت و یکپارچه نمودن جهان، بلکه گشودن

بازارهای لازم برای جلوگیری از اشباع کسب سود است. جهانی شدن سرمایه داری در قالب دینامیسم درونی خود در راستای گشودن تمام بازارها برای تامین کارکردهای پایان ناپذیر سرمایه داری است (از کیا و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۲۵).

توسعه مفهوم سرمایه داری جهانی از دهه ۱۹۶۰ از ایده انتقالی اقتصاد جهانی سرمایه داری از طریق تلاش برای ایجاد یک برداشت جهانی واقعی از سرمایه داری شکل گرفت (اسکلایر، ۱۹۹۰: ۲۰۱۵). دیدگاه اشخاصی نظیر آنتونیو گرامشی، ناظر به این مطلب است که سرمایه داری تماماً یک نظام اقتصادی نیست، بلکه یک نظام زندگی است. سرمایه داری، ارائه دهنده یک ایدئولوژی برای زندگی انسان هاست (آجیلی، ۱۳۹۴). از نظر سمیرامین نظریه پرداز نئومارکسیست، سرمایه داری همواره سیستمی جهانی بوده است. این سیستم بر پایه قانون ارزش جهانی شده پا گرفته و دارای انباشت سرمایه پویایی است و در بازار ناقص جهانی (یعنی با محدود به کالا، سرمایه و اخراج نیروی کار) عمل می کند و ناگزیر سبب قطب بندی جهانی می شود.

گیدنز اقتصاد جهانی سرمایه دارانه را یکی از چهار بعد فراگرد جهانی شدن (۱۳۹۴: ۶۰) و سرمایه داری را یکی از بزرگترین عناصر نهادی دخیل در تشدد و گسترش نهادهای مدرن (همان، ۵۴) و جنبه ای از تجدد خواهی (مدرنیته) می داند (الیوت و ترنر، ۱۳۹۳: ۵۴۹). به باور گیدنز اقتصاد جهانی سرمایه دارانه از همان آغاز هرگز تنها بازاری برای داد و ستد کالاها و خدمات نبوده است. اقتصاد جهانی در کالاسازی نیروی کار در چهارچوب روابط طبقاتی که کارگران را از نظارت بر وسایل تولیدشان محروم می سازد همیشه نقش داشته است (همان، ۶۲). این جامعه شناس بر این نظر است که در مدرنیته متاخر یا عصر جهانی، یک نظام سرمایه داری جهانی غالب می باشد که عمدتاً توسط شرکت های فراملی ایجاد شده است. شرکت های فراملی با اتکا به درآمد و منابع خود، مستقل از دولت ها - ملت ها به حیاتشان ادامه می دهند، مخصوصاً در دولت ها - ملت های در حال توسعه، می توانند به نیروهای غالب اقتصادی تبدیل شوند (گیدنز، ۱۳۹۴: ۴۴).

اسکلایر معتقد است که جهانی شدن نهادهای سرمایه داری و بوجود آمدن ساختارهای مالی و تولید جهانی در قالب بازارهای جهانی سرمایه داری حاکی از رشد و گسترش سرمایه داری در مقیاس جهانی است (از کیا و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۲۴). او در نوشته خود با عنوان Capitalism: Global آورده است که از سال ۱۹۶۰ با افزایش تعداد بسیار شرکت های بزرگ فراملی سرمایه داری وارد جهانی جدید شد و تغییر از سرمایه داری ملی به سرمایه داری جهانی صورت گرفت، شرکت های فراملی نیمی بیشتر از درآمدشان را خارج از کشورهایی که بطور قانونی در آن مستقر هستند کسب می نمایند. این محقق سرمایه داری جهانی، از سه پدیده سخن به میان آورده که از سال ۱۹۶۰ بهم پیوسته و به طور فزاینده ای قابل توجه بوده است، الف) شرکت های تسهیل کننده جهانی سازی سرمایه یا همان شرکت های چند ملیتی (TNC) و تولید کالاها و خدمات ظهور اشکال جدید سازمان جهانی، ب) ظهور اشکالی از طبقه سرمایه دار جهانی ج) تحولات در محدوده جهانی که رسانه های جمعی، کانالهای تلویزیونی، آژانس های تبلیغاتی فراملی اقتصاد دیجیتال را کنترل می کنند. توجه ویژه بر روی نقش شرکت های چند ملیتی بزرگ و تا حدودی بزرگ در تبلیغ کالاهای مصرفی با نام تجاری جهانی و ج) ظهور فرهنگ های جهانی و ایدئولوژی سرمایه داری مصرف (اسکلایر، ۱۹۹۰: ۲۰۱۵). از نظر لسلای اسکالایر برای تداوم سیستم سرمایه داری جهانی و انباشت سرمایه برای سود بیشتر پدیده فرهنگ جهانی و ایدئولوژی مصرف در پی متقاعد کردن مردم می باشند تا بیش از نیازهای درک شده خود مصرف نمایند (اسکلایر، ۱۹۹۵: ۴۷).

فلاین سرمایه داری جهانی را یک سیستم جهانی مبتنی بر شیوه تولید سرمایه دارانه می داند، از منظر او سرمایه داری جهانی، یک سیستم پیچیده ای است که به بخش های مختلف آن قابل تقلیل نبوده، سرمایه داری جهانی نشان دهنده یک تغییر کیفی در عملکرد یک سیستم جهانی است. در سرمایه داری جهانی انباشت ملی به انباشت جهانی تغییر یافته است؛ سرمایه داری جهانی برای بهره برداری از سرمایه ارتباط و تبادل کمتری بین دولت ها دارد و ارتباطشان بیشتر بطور مستقیم بین سرمایه و نیروی کار از طریق شرکت های فراملیتی رخ می دهد (۲۰۲۱: ۱).

سن تینو و کوهن در کتاب سرمایه داری جهانی^۱، نظام سرمایه داری جهانی را به عنوان یک سیستم اقتصادی جهانی معرفی می نمایند که از سیستم ها و مجموعه های پیچیده ای تشکیل شده که هر یک حداقل تا حدی دارای رفتاری مستقل و در تعامل با یکدیگر می باشند، تعامل بین اجزاء و پاسخ به فعالیت های یکدیگر منجر به فعالیت کل نظام اقتصادی می گردد و نتیجه بدست آمده به روند تعامل اجزاء با یکدیگر مرتبط است (۴:۲۰۱۰). سن تینو و کوهن بر این نظر هستند که جهانی شدن سرمایه داری را باید به معنای نفوذ منطق سرمایه داری (انباشت ثروت - کالایی شدن - به حداکثر رساندن سود و رقابت) در تمامی عرصه های حیات بشری و طبیعت دانست؛ مالکیت خصوصی و مبادله بازار دو کلید مهم سرمایه داری جهانی هستند؛ مالکیت خصوصی و مبادله بازار، نهادهای اجتماعی هستند که از طریق درهم تنیدگی سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ... گسترش و تثبیت شده اند (همان، ۱۱). جهانی شدن تولید و مصرف زندگی مادی را در سراسر جهان بازسازی کرده است. ما اکنون کالاها و خدمات را در مقیاس جهانی طراحی، ساخت فروش و مصرف می کنیم (همان، ۳۸).

اینریت و همکارانش بر این باورند که سرمایه داری جهانی فقط به یک رابطه اقتصادی شامل تولید و به دست آوردن ارزش اضافی محدود و قابل تقلیل نیست، بلکه در ذات آن سیاست، اجتماع، فرهنگ و ایدئولوژی و حتی اکولوژی نیز وجود دارد. به ویژه آنچه که روسی Rossi آن را "ساخت سرمایه داری معاصر مبتنی بر زندگی" می نامد (۲۰۱۸).

آلیسون کول در نوشته خود به نام "موضوع اشیاء" با تشریح برداشت مارکس از شکل کالا، نشان می دهد، دادن عاملیت و جان بخشیدن به اشیای بی جان دقیقاً یکی از ویژگی های شکل زندگی سرمایه داری است. او می نویسد اشیاء از یک مسیر مشابه پیروی می کنند - کالاها علاوه بر موجودیت کامل و مستقل پیدا کردن، در فرآیندی جان می یابند. (کول و فرارز، ۲۰۱۸: ۸۵). کول، اول تضعیف یا ریشه کن کردن تمایز سوژه/ ابژه و دوم، توزیع مفهوم عاملیت در سراسر جهان مادی را از ویژگی های سرمایه داری متاخر (سرمایه داری جهانی) می داند که انسان ها را از محیط هایشان متمایز می کنند. او با وام گرفتن از مارکس بر این باور است که شکل کنونی زندگی، قراردادهای اجتماعی تولید و بازتولید شده توسط سرمایه داری است که ما را وادار می کند آنچه را که نباید بدیهی فرض کنیم (همان، ۹۲). سرمایه داری شکل های غیر انسانی و غیر بیولوژیکی زندگی را به وجود می آورد، تا جایی که از طریق فرآیند کالایی شدن، عاملیت، انسجام و استقلال را به اشیاء می بخشد (همان، ۹۴).

هوگ تیموتی در نوشته خود با عنوان متابولیسم سرمایه داری^۲ اشاره به این موضوع دارد که سرمایه داری جهانی با تولید ذهنیت های خاص به زندگی ما شکل می دهد با در نظر گرفتن سرمایه داری جهانی به عنوان شکلی از زندگی، آن را به عنوان یک واقعیت مادی نیز در نظر می گیریم، یعنی آن را از مادی بودنش درک می کنیم. انجام این کار این امکان را فراهم می کند تا توضیح دهیم که چگونه شکل زندگی سرمایه داری، ذهنیت ها، پیوندهای اجتماعی، اشکال فکری و بدنی و نیاز افراد را، بدون مراجعه به اصول روان شناختی و ایدئولوژیک تولید می کند (همان، ۲۸).

مفهوم سبک زندگی مفهومی نسبتاً جدید در ادبیات علمی و فرهنگی بشر می باشد. در اینکه نخستین بار این اصطلاح از سوی چه کسی بکار رفته است در میان روان شناسان و جامعه شناسان اختلاف است؛ برخی جامعه شناسان مدعی انداز اصطلاحات و ابداعی مارکس وبر جامعه شناس فرانسوی است و در مقابل برخی روان شناسان ابداع این اصطلاح را به آلفرد آدلر اتریشی بنیانگذار رویکرد روان شناسی فردی نسبت می دهند (شریفی، ۱۳۹۱: ۵۰). به طور دقیق نمی توان مشخص کرد که این اصطلاح نخستین بار توسط چه کسی بکار گرفته شده است اما به نظر می رسد نخستین بار توسط آلفرد آدلر در کتابش به نام The Case of Miss R در سال ۱۹۲۹ بکار رفت و سبک زندگی به عنوان سبکی از شخصیت که در دوران کودکی شکل می گیرد درک شد (Life style, wikipedia).

^۱ Global Capitalism

^۲ The capitalist metabolism

وبر، اصطلاح "سبک زندگی" را به عنوان یک مفهوم مشتق شده از یک مفهوم اصلی بکار می برد، به تعبیر وبر سبک زندگی که امروز آن را درک می کنیم، بسیار مشتق از طبقه است (میلز، ۱۹۶۰:۲۰۰). ماکس وبر در جایی که از مفهوم طبقه صحبت می کند، یک مقوله ساختاری دیگر یعنی مفهوم گروه منزلتی را در نظریه اش وارد می نماید (کوزر، ۱۳۸۲:۳۱۴-۳۱۳). به باور او منزلت نقش اساسی در طبقه بندی جامعه دارد و به نوبه خود از طریق تفاوت سبک زندگی گروه های مختلف بیان می شود (میلز، ۱۹۶۰:۲۰۰)، وبر به عنوان قاعده ای عام، منزلت را با سبک خاصی از زندگی قرین می داند (ریتزر، ۱۳۹۵:۱۸۳). بر این اعتقاد است که طبقه بندی انسان ها در گروه های منزلتی بیشتر بر الگوی مصرف آنها مبتنی است تا جایگاهشان در بازار یا در فراگرد تولید (کوزر، ۱۳۸۲:۳۱۴-۳۱۳). به عبارتی دیگر منزلت را به مصرف کالاهای تولید شده مرتبط می داند (ریتزر، ۱۳۹۵:۱۸۳). وبر برای اشاره به سبک زندگی و ارایه تحلیل چند بعدی آن از سه مفهوم استفاده کرد: ۱. سبک زندگی و سبک مند شدن زندگی ۲. تدبیر زندگی ۳. بخت زندگی کارل مارکس سبک زندگی را موقعیت عینی فرد در فرآیند تولید توصیف می کند ساختاری که آزادانه ارزش ها و نگرش ها را شکل می دهد و تجربیات حیاتی زندگی را تعیین می کند (میلز، ۱۹۶۰:۲۰۰). شاید بتوان از این بحث بطور غیرمستقیم رگه های از شکلی از زندگی را در نظریات این صاحب نظر یافت و می توان این برداشت را داشت که شکلی از روابط تولید می تواند تغییراتی در نیروهای تولیدی ایجاد نماید؛ با ایجاد شکلی از روابط تولید، نیروهای تولیدی در خود و در شکل زیستن و بدنال آن شیوه زندگی (سبک زندگی) تغییر ایجاد نمایند.

ریمر (۱۹۹۵) استدلال می کند، نویسندگان مختلفی از جمله ویلن و زیمل بدون اینکه بطور مستقیم به اصطلاح سبک زندگی اشاره کنند به جنبه های معینی از آن اشاره نموده اند (همان، ۱۷-۱۶). ویلن عادات فکری انسان ها را در جوامع اخیر با موقعیت طبقاتی و ساختار شغلی آنان وابسته و هم خوان می دانست و بر این باور بود که عادات فکری که با پایگاه فرد در نظام اجتماعی و شغلی همخوان اند در انواع معرفت و رفتار منعکس می شوند؛ عادات فکری را مکانیسم روحی دانست که از یک جهت خود را به عنوان رفتار نشان می دهد و از جهت دیگر به صورت معرفت متجلی می شود (کوزر، ۱۳۸۲:۳۶۴). او عوامل اجتماعی را تعیین کننده علایق شخصی افراد معرفی می نماید. ویلن از مفهوم تن آسان استفاده کرد و بر این باور بود که مصرف چشمگیر، تن آسانی چشمگیر و نمایش چشمگیر نمادهای بلند پایگی، وسایلی هستند که انسان ها با آنها می کوشند تا در چشم همسایگان شان برتر جلوه کنند و در ضمن برای خودشان نیز ارزش قایل شوند. مصرف چشمگیر کالاهای گرانبه را وسیله کسب آبرومندی برای نجیب زادگان تن آسا است (همان، ۳۶۲)، به نظر وی، ثروت مهمترین عامل کسب منزلت است که باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمود آن مصرف تظاهری و نمایشی است. ویلن نمایش و چشم و هم چشمی را که روزی فقط منحصر به طبقه تن آسا بود را اکنون در سراسر ساختار اجتماعی، فراگیر دانسته است؛ بدین معنی که اکنون هر طبقه ای تا آنجا که می تواند سبک زندگی و طرح زندگی طبقه بالاتر از خودش را الگو و سرمشق زندگی خود قرار می دهد (همان، ۳۶۳).

زیمل انسان نوین را در حلقه محاصره چیزهای می بیند که نیازها و آرزوهای او را تحت سلطه و در تنگنا قرار می دهند، تکنولوژی فراورده های غیر لازمی را برای برآوردن نیازهای ساختگی انسان می آفریند (همان، ۲۶۶)، دنیای ماشینی رویگردان از معنویت بر افراد سیطره می یابد و سبک زندگی شان به طرق مختلف تحت تاثیر قرار می گیرد (ریتزر، ۱۳۹۵:۲۵۰). زیمل بر این نظر است که شیوه خاص مصرف کردن و سبک زندگی، راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت حاضر در کلان شهر است.

سبک زندگی الگوی خاص فعالیت های روزمره است که خصوصیات یک فرد را دارد. سبک زندگی هر فرد منحصر به فرد است و با فرد دیگری همسان نیست اما افراد همزمان، سبک های زندگی خود را به سمت امر مشترک و اجتماعی معطوف می کنند. ما سبک زندگی را در ارتباط با افراد دیگر انتخاب می کنیم، بنابراین، تجزیه و تحلیل سبک های زندگی باید بجای نشان دادن

شباهت‌ها و تفاوت‌های بین گروه‌ها اغلب شباهت‌ها و تفاوت‌های بین گروه‌ها و افراد را نشان دهند. بنابراین بخشی از جذابیت مفهوم سبک زندگی در نحوه پرداختن فعالانه به دوگانگی ساختار و اختیار است (میلز، ۲۰۰۰: ۱۸).

میشل سویل سبک زندگی را به عنوان مجموعه‌ای از انتخاب‌های رفتاری قابل مشاهده که افراد انجام می‌دهند مفهوم سازی نمود (همان، ۲۶). سویل در کتاب سبک زندگی و ساختار اجتماعی می‌نویسد: ... معقول است که کاملاً بپذیریم سبک زندگی کاملاً قابل مشاهده یا قابل استنتاج از مشاهده است (فاضلی، ۱۳۹۸: ۶۵). به اعتقاد او می‌توان با سنجش رفتار قابل مشاهده، شاخص سازی کرد و میان سبک‌های زندگی تمایز قائل شد چرا که از دیدگاه سویل هر یک از شاخص‌ها، خود مبین وجهی از زندگی هستند (محمدی و بی‌بک آبادی، ۱۳۸۹: ۱۰۲).

سبک زندگی یکی از مهم‌ترین مولفه‌های زندگی باز اندیشانه در جامعه بازاندیشانه دوره مدرن متأخر یا عصر جهانی است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۳۱). سبک زندگی مجموعه‌ای از عادات و مجموعه‌ای الگومند و مبتنی بر جهت‌گیری و انتخاب می‌باشد و از جنس کردار و بیانگرانه است بدین معنی که شخص خود را از طریق سبک زندگی به جهان پیرامونش معرفی می‌نماید و کردارهای او بازتاب دهنده هویت‌های شخصی، گروهی و اجتماعی‌اند. افراد از طریق رمزگان‌های نمادین مشترک، هویت‌های مطلوب خود را به واسطه مصرف برخی کالاها و رفتارها به نمایش می‌گذارند. گیدنز معتقد است هر سبک زندگی ... مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و برخوردار از نوعی وحدت است که پیوندی بین گزینش‌های فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منظم را تأمین می‌کند (همان، ۱۲۱)، گیدنز سبک زندگی را مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردها تعبیر می‌نماید که فرد آنها را به کار می‌گیرد، چون نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌کند بلکه روایت خاصی را هم که فرد برای هویت شخصی خویش برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازد (همان، ۱۲۰).

سبک زندگی جنبه‌های عینی، مشهود و ملموس فرهنگ و نظام ارزشی و گویای بخش قابل رویت هویت جمعی و هویت فرهنگی در جامعه است (حاجیان، ۱۳۹۳). چنی سبک زندگی را الگوهایی از کنش می‌داند که تمیز دهنده افراد جامعه است (چنی، ۱۳۸۷: ۴). از نظر چنی، الگوی مصرف معرف نوع سبک زندگی است. به دیگر سخن، الگوی مصرف، مردم را در جوامع امروزی از یکدیگر متمایز می‌کند؛ و از این رو، تنها راه قشربندی اجتماعی به شمار می‌رود (محمدی و بی‌بک آبادی، ۱۳۸۹: ۱۰۳).

سبک‌های زندگی مجموعه‌ای از طرز تلقی‌ها - ارزش‌ها - شیوه‌های رفتار - حالت‌ها و سلیقه‌ها، هر چیزی، از موسیقی گرفته تا هنر و تلویزیون و سبک آرایش باغچه و دکوراسیون ... را در بر می‌گیرد. سبک زندگی فرد بازتابی از ارزش‌های فرد و هنجارهایی می‌باشد. در سبک‌های زندگی، رهیافت‌هایی که از ارزش‌ها و تلقی‌ها و سلیقه‌ها و ... به دست آمده است در قالب هر چیزی در زندگی نمایان می‌شود. از موسیقی مورد علاقه، غذای مورد علاقه و پوشش مورد علاقه‌ی افراد تا معماری، دکوراسیون، تزئین باغچه و ... (مهدی‌زاده، ۱۳۹۰: ۵۸-۵۷).

بوردیو نظریه منسجمی درباره شکل‌گیری سبک‌های زندگی ارائه کرده است. مطابق مدلی که وی ارائه می‌کند، شرایط عینی زندگی و موقعیت فرد در ساختار اجتماعی، به تولید عادتواره (مَنَش) خاص منجر می‌شود. عادتواره (مَنَش) مولد دو دسته نظام است: نظامی برای طبقه‌بندی اعمال و نظامی برای ادراک و شناخت‌ها (قریحه‌ها یا همان ذائقه‌ها). نتیجه نهایی تعامل این دو نظام سبک زندگی است. سبک زندگی همان اعمال و کارهایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و حاصل ادراکات خاصی هستند (فاضلی، ۱۳۹۸: ۳۵). مفهوم بوردیو از "عادت"، دانش روزمره یا سرمایه فرهنگی است که منعکس کننده تجربه روزانه رفتار مناسب در فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های خاص است. وی معتقد است که تجربه انسانی توسط عادت تعیین می‌شود. اصرار وی بر این است که مصرف کنندگان صرفاً محصولات ساختارهای اجتماعی نیستند (میلز، ۲۰۰۰: ۲۱). عادتواره رابطه بین فرد و جامعه است و متاثر از میدان‌هایی هستند که فرد در آن قرار دارد. او با استفاده از مفهوم عادتواره (مَنَش)، فرایندی را توضیح می‌دهد که به

واسطه آن سبک زندگی تغییر می‌کند یا بازتولید می‌شود. مجموعه‌ای از عادت‌واره‌ها (مَنش‌های) پایدار در افراد موجب ایجاد کرداری خاص در آنها می‌شود (ایگلتن، ۱۳۸۱: ۲۴۰).

۴. روش پژوهش

در این پژوهش از رویکرد کیفی و روش تحلیلی کدگذاری باز بهره گرفته شده است.

جامعه هدف در این پژوهش جوانان بین سنین ۱۸ تا ۳۵ می‌باشند که با روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند و نظری از چندین استان انتخاب شدند. در انتخاب مصاحبه‌شوندگان سعی شد بیشترین تنوع برحسب برخی ابعاد و شاخص‌های زمینه‌ای مانند سن، شغل، وضعیت تأهل، مقطع تحصیلی، پراکندگی جغرافیایی (شمال، جنوب، غرب، شرق، و مرکز) و ... رعایت شود تا مقولات و یافته‌ها به درستی رویش و نمایان شوند. پس از هر مصاحبه که به هریک از مصاحبه‌شوندگان کد معرفی اختصاص داده شد. از طریق مصاحبه عمیق نیمه ساخت یافته داده‌ها گردآوری گردید و گردآوری داده‌ها تا هنگامی ادامه یافت که افزایش داده‌ها به رویش و آشکار کردن نشانگرها و مولفه‌های جدید منجر نشد، به عبارتی اشباع نظری و کفایت حجم نمونه محقق شد. این پژوهش با مصاحبه و گردآوری داده از ۳۱ نفر به کفایت حجم نمونه رسید.

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها در کنار تکنیک مصاحبه نیمه ساخت یافته از یادداشت میدانی در حین مصاحبه‌ها استفاده شد. افکار و نگرش‌هایی که حین مصاحبه به ذهن پژوهشگر رسید، برای سازماندهی مصاحبه‌های بعدی و فهم نکات کلیدی، یادداشت شده و برای توسعه مراحل رویش مفاهیم به کارآمدند. همچنین یکی دیگر از ابزارهای به کار رفته در این پژوهش یادداشت‌های تحلیلی است. این یادداشت‌ها همزمان با کدگذاری داده‌های متنی در هر مصاحبه به نگارش در آمدند. یادداشت‌های تحلیل به مستند سازی و تامل در فرآیندهای کدگذاری و شکل‌گیری و رویش مفاهیم و مقوله‌ها بسیار مفید بوده است و در تدوین خط داستان هم پژوهشگر را یاری نمود.

جدول ۱. نمونه‌ای از یادداشت‌های میدانی

مصاحبه شونده کد ۲ دارد پاسخهای قبلی خود را که به اولین سوال داده برای این سوال نیز تکرار می‌کند. باید او و دیگر مصاحبه‌شونده‌های بعدی را که ممکن است دچار چنین تکراری شوند روی نشانگرها و مولفه‌های سبک زندگی متمرکز نمود.
مصاحبه چهارم نشان داد برای اینکه مصاحبه شونده نسبت به این سوال آگاهانه‌تر پاسخ دهد لازم است هنگام طرح سوال توضیحات بیشتری به مصاحبه شونده داده شود.

جدول ۲. نمونه‌ای از یادداشت‌های تحلیلی

در مصاحبه‌ها انجام شده تا اینجا (تا کد ۸)، از نقش رسانه بسیار صحبت شده است. تأثیرپذیری جوانان از آنچه فرهنگ رسانه‌ای خوانده می‌شود به طور فزاینده‌ای در حال شکل دادن مبنای قضاوت و داوری آن‌ها شده است. شناخت، هویت، سلیقه و نحوه زندگی جوانان به واسطه مصرف آن‌ها از متن‌ها و تصاویر رسانه‌ای بر ساخت می‌شود. فرهنگ رسانه‌ای به نیروی مسلط تبدیل شده است و تصاویر و شخصیت‌های تلویزیونی به مثابه سازندگان سلیقه، ارزش و تفکر تا حدود زیادی جای خانواده‌ها، مدارس و ... را گرفته و در انتخاب مد و رفتار نقش مهمی را ایفاء می‌نمایند

فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها در روش بکار گرفته شده در این پژوهش، در یک مسیر رفت و برگشتی با فرآیند گردآوری داده‌ها درهم تنیده‌اند و بطور متناوب انجام شده است. بطور همزمان داده‌ها گردآوری، کدگذاری و تحلیل شدند. کدگذاری در رویکرد گرنند تئوری کلاسیک (ظاهر شونده) شامل ۲ مرحله اصلی و ۳ گام است. مرحله اول شامل کدگذاری جوهری (کدگذاری واقعی) با دو گام کدگذاری باز و کدگذاری انتخابی و مرحله دوم شامل کدگذاری نظری است.

جدول ۳. مراحل کدگذاری در رویکرد گرنند تئوری کلاسیک

مراحل کدگذاری با رویکرد کلاسیک (ظاهر شونده)	
کدگذاری باز	کدگذاری جوهری (واقعی)
کدگذاری انتخابی (محوری)	
کدگذاری نظری	کدگذاری نظری

۵. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش، نتایج تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه با جوانان می‌باشد. از مصاحبه شوندگان پرسیده شده: "به نظر شما بازتاب سرمایه‌داری جهانی را در چه مولفه‌ها و مقولاتی از سبک زندگی جوانان می‌توان مشاهده نمود؟ نشانگرهای این بازتاب را بیان نمایید".

پاسخ مصاحبه‌شوندگان در قالب داده‌ها کیفی از طریق کدگذاری جوهری (کدگذاری باز و کدگذاری انتخابی) تحلیل و ۹۶ نشانگر، ۲۶ مقوله و مقوله محوری استخراج گردید.

نظر به اینکه آوردن تمامی داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها در این نوشتار مقدور نمی‌باشد از اینرو به آوردن تعدادی از داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها به همراه تحلیل کدگذاری باز آن داده‌ها به عنوان نمونه و در راستای آگاهی خوانندگان اکتفا شده است.

جدول ۴. نمونه‌ای از داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها و استخراج نشانگرها و مقولات (کدهای مفهومی) و با بهره‌گیری از کدگذاری باز

مقولات (کدهای مفهومی)	نشانگرها	داده‌های کیفی	مصاحبه شونده
تکنولوژی محور	- گرایش به استفاده از تکنولوژی - تسخیر زندگی توسط تکنولوژی - وابستگی به تکنولوژی - تکیه بر استفاده از تکنولوژی - برطرف شدن نیاززیستی بواسطه تکنولوژی های مدرن	- جوانان جزو اولین کسانی هستند که گرایش به استفاده از تکنولوژی‌های روز جهان دارند و تقریباً همه زندگیشان را در برگرفته حتی شخصیت آنها را هم تحت تاثیر قرار داده است. - رشد تکنولوژی باعث شده نیازهای زیستی آسانتر و بهتر برطرف شود	کد ۲۱
		امروزه زندگی کردن بدون اینترنت و فناوری تقریباً غیر ممکنه، جوانان بسیار به تکنولوژی وابسته شدند. مثلاً خود من اگر دسترسی به اینترنت و فناوریهای زندگی مثل موبایل و ... نداشته باشم زندگی برام سخت و مشکل می شود.	کد ۲
مد گرایی	- ترویج مد - گرایش به مد - اهمیت مد - انتخاب بر مبنای مد	رسانه‌ها و تبلیغات اینترنتی که در گرایش جوانان به مد خیلی تاثیر گذار هستند و جوانان را تشوق به استفاده از مد و مدل‌های متفاوت غربی می‌نمایند.	کد ۷
		- تبلیغات رسانه و برخی از فیلم‌ها طوری تبلیغ می‌کنند کهاگر فرد به مد روز نباشد آدم امل و دموده شده‌ای محسوب می‌شود من به عنوان جوان برای اینکه از نظر هم سن و سال‌های خودم عقب مانده به نظر نیایم سعی میکنم به روز پیش بروم. - امروز گرایش به مد و مدل‌های متنوع و به روز در جوانان زیاد شده است. - حتی می‌تونم بگویم به روز بودن و استفاده از مد در انتخاب جنس مخالف هم مهم شده	کد ۱۶

مقولات (کدهای مفهومی)	نشانه‌ها	داده های کیفی	مصاحبه شونده
مادی گرایی	- الویت یافتن پول به دیگر امور - ارزش نمادین پول - پول از عوامل مهم داشتن حق انتخاب‌های متعدد - گرایش به مادیات و پول - وضعیت مالی تعیین کننده پایگاه اجتماعی - برتریت پول بر علم	اقتصاد و پول خیلی تحت تاثیر نظام سرمایه‌داری قرار دارد. پول و مادیات ارزش پیدا کرده، برای هر کاری که بخواهد انجام شود پول لازم است، پول به تو می‌گه چی انتخاب کن، کجا برو و ...	کد ۱۱
		- موضوعات مالی و پولی برای من مهمه، پول بیشتر داشته باشم حق انتخاب و قدرت انجام بسیاری موارد را در زندگی دارم	کد ۱۸
		توجه جوانان در زندگی به پول زیاد شده، خوب شاید این طبیعی باشد وقتی نظام سرمایه‌داری در جهان گسترش پیدا کرده پول و موضوعات مالی ارزش زیاد پیدا میکند	کد ۱۷
فرد گرایی	- گرایش فرد به زندگی مستقل - گرایش به تامین نیاز و اهداف فردی - گرایش به در نظر گرفتن منافع فردی - اعمال علائق شخصی در تصمیم گیری ها	من مستقل نیستم ولی تمایل زیادی دارم مستقل از خانواده‌ام زندگی کنم اگر یک روزی توانایی مالی پیداکنم از خانواده مستقل می‌شوم. جوانان در غرب به سن قانونی که می‌رسند از خانواده جدا می‌شوند.	کد ۱۳
		تو غرب توجه به ارزش‌ها و منافع فردی اهمیت دارد و امروز این را می‌توان در جوانان ایران دید، در جوانان گرایش به نیازها و اهداف فردی و همینطور منفعت فردی کم و بیش بوجود آمده. در تصمیم‌گیری جوانان می‌بینیم که علائق و سلیقه شخصی خیلی نقش دارند.	کد ۳
مصرف گرایی	- افزایش خرید و مصرف کالا -گرایش به خرید کردن بیش از نیاز -ارزش نمادین یافتن خرید کالا -ایجاد حس تفریح و لذت جویی - از خرید	در بین جوانان خرید و مصرف کالا بیشتر از نسل‌های گذشته شده و گاهی بیش از نیاز خرید و مصرف می‌کنند. در گذشته قناعت ارزش بود ولی الان نه یک ضرب و مثل است که می‌گویند زنی که خرج دارد ارج دارد	کد ۱۹
		-یکی از تفریحات جوانان شده پاساژگردی و فروشگاه گردی بویژه در بین دختران جوان و حین گردش خرید هم میکنند. -در بین جوانان خرید زیاد یک ارزش و یک رُست اجتماعی شده است. به نظر من این گونه رویکردها و رفتارها از غرب که مظهر سرمایه داری می‌باشد گرفته شده است. -در بین جوانان خرید زیاد یک ارزش و یک رُست اجتماعی شده است. به نظر من این گونه رویکردها و رفتارها از غرب که مظهر سرمایه داری می‌باشد گرفته شده است.	کد ۶
ایجاد فرهنگ بریکولاژ	- گسترش فرهنگ و الگوهای غربی در ایران -ترکیب فرهنگ غربی با فرهنگ ایرانی -تغییر در ارزش‌ها و الگوهای ایرانی -استفاده از نمادها و الگوهای غربی توسط جوانان	با وجود رسانه‌ها مثل ماهواره و اینترنت که اکثراً متعلق به نظام سرمایه‌داری غرب هستند فرهنگ و الگوهای های غربی وارد جامعه ایران شده و گسترش پیدا کرده و جوانان را تحت تاثیر قرار داده و سبب شده فرهنگ ایرانی با فرهنگ غربی یکجورایی باهم ترکیب بشود. -نسبت به برخی ارزش‌ها و الگوها در مقایسه با والدینشان تغییراتی کرده‌اند. مثل استفاده از نمادهای غربی، الگوهای رفتاری، طرز گفتار، تغییر نگاه جنسیتی و ارتباط دختران و پسران جوان خارج از چارچوب خانواده و فرهنگ رسمی و خیلی چیزهای دیگر. - برخی سنت‌ها در بین جوانان بسیار کم رنگ شده	کد ۱۴
		- جوانان دارای فرهنگ خاصی شده‌اند که نه میشود گفت ایرانی کامل است نه صرفاً غربی. مثلاً در لباس پوشیدن یا در غذا خوردن و تغذیه و چیزهای دیگر. -اگر از من جوان می‌پرسید می‌گویم در این مورد نباید تعصب داشت میتوان با حفظ فرهنگ و	کد ۲۵

مقولات (کدهای مفهومی)	نشانه‌ها	داده های کیفی	مصاحبه شونده
	-آمیختگی فرهنگ غیر رسمی با فرهنگ رسمی - کم رنگ شدن برخی سنت‌ها	ارزشهای درست خودمان فرهنگ و ارزشهای خوب دیگر کشورها و فرهنگ‌ها را هم پذیرفت. مثل احترام به حقوق حیوانات یا احترام به حریم شخصی که در غرب یک فرهنگ ارزش مهم محسوب می‌شود و چیزهای دیگر	
	- بازاندیشی در دینداری	امروز ارزش‌ها و فرهنگ انسان گرایی غربی در بین جوانان رواج یافته و این موضوع روی دینداری جوانان تاثیر گذاشته است.. جوانان از باورهای سنتی دینداری دور شدند و نگاه تازه‌ای به دین پیدا کرده‌اند.	کد ۱۸
دینداری سکولار	- جدایی امر دینی از دیگر امور - اثبات حقایق دینی بر مبنای عقل	خودم باور به این دارم که دین یک موضوع شخصیه بین انسان و خدا و آن را نباید وارد سیاست یا قاطی هر چیز دیگری کرد. البته ناگفته نماند بخشی از این تغییر باور در من حاصل عملکرد نظام حاکم در ایران هم هست.	کد ۸
		امروز جوانان در حوزه دین عقل گرا شدند باورهای دینی را با عقل و علم تطبیق می‌دهند و خرافات و تعصبات دینی، تقدس گرایی و چیزهایی از این دست بسیار کمتر شده.	کد ۱۴
	- الکترونیکی شدن وسایل زندگی - گسترش امکانات و وسایل دیجیتالی در زندگی	-امروز بیشتر وسایل زندگی الکترونیکی شده‌اند که در این بین از مصرف کننده‌های پیشمار این وسایل جوانان هستند نمونه آن تلفن همراه و انواع کامپیوتر هاست. امروز تلفن همراه و کامپیوتر نقش زیادی در زندگی دارند از انجام کارهای بانکی تا خریدوفروش، آموزش تا بسیاری از امور زندگی، همه اینها از پیامدهای سرمایه‌داری است	کد ۲۲
شکل گیری زیست دیجیتالی		امروزه زندگی وابسته به امکانات و وسایل دیجیتالی شده و آن هم ناشی از سرمایه‌داری است که در جهان گسترش پیدا کرده مانند تلویزیون، ماهواره، تلفن همراه، رایانه، دستگاه ضبط و پخش صدا، ماشین حساب، دستگاه و چیزهای دیگر	کد ۱

از بین مقولات استخراج شده مقوله " سبک زندگی مدرن مبتنی بر مصرف گرایی " بعنوان مقوله محوری یا پدیده مرکزی رویش پیدا نموده و انتخاب شد. این مقوله محوری، توانایی گردآوردن، انسجام بخشی و یکپارچه سازی مفاهیم و مقولات دیگر در حول خودش را دارا می‌باشد، همچنین ظرفیت و بیان موضوع مورد مطالعه را دارد. بطوری که می‌تواند مقولات جامع دیگر را به دور خود گردآورده و در یک قالب و پارادایم نظری یکپارچه و انسجام بخشد.

پس از کدگذاری جوهری گام دوم تحلیل که کدگذاری نظری می‌باشد انجام شد و انسجام نظری صورت پذیرفته و نظریه بدست آمده در قالب گزاره نظری ارایه و مدل نظری ترسیم گردید. در کدگذاری نظری، کدهای جوهری (مقوله‌ها) با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و در قالب یک نظریه شکل گرفتند. کدگذاری نظری همانند کدهای جوهری ماهیت رویدنی دارد و داده‌های منفصل را در قالب یک روایت منسجم عرضه می‌کند. کدگذاری نظری بدون در نظر گرفتن کدهای جوهری انتزاعی بیش نیستند، با این حال کارکردهای مهم کدهای مذکور تلفیق مفاهیم و انسجام بخشی نظریه، ارایه تصویری جامع از میدان مطالعه و فراهم آوردن نظرگاهی نو است. در این پژوهش با ارتباط کدهای جوهری (کدهای باز و کدهای انتخابی) و تلفیق مفاهیم و مقولات، مقوله محوری با یکدیگر، انسجام نظری شکل گرفته و در قالب گزاره زیر قابل بیان گردید.

بازتاب سرمایه داری جهانی در برساخت سبک های زندگی جوانان ایران در قالب سبک زندگی مدرن و مصرف گرا نمایان است"

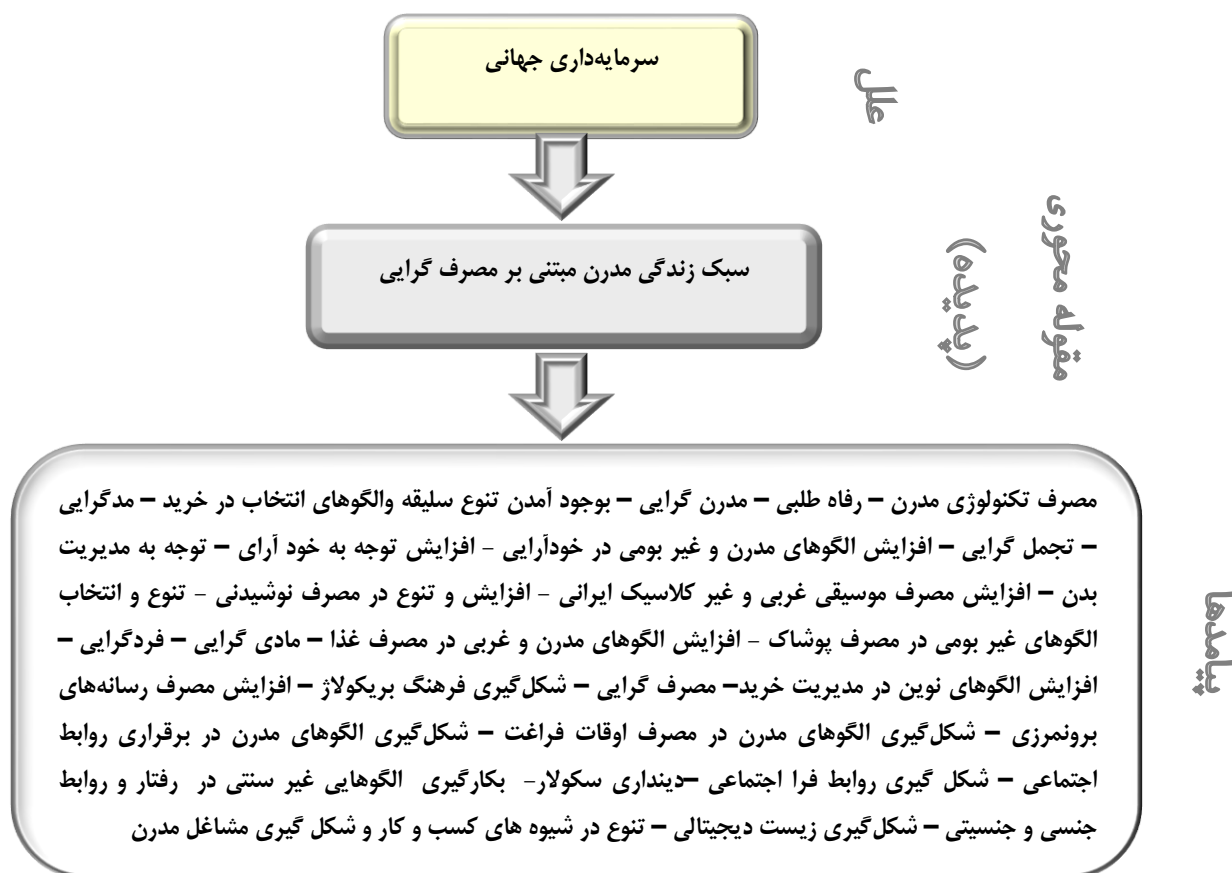
با تلفیق مقولات بدست آمده از کدگذاری جوهری و کدگذاری نظری و ربط معنایی آنها با یکدیگر پژوهشگر به چهارچوب تلفیقی بر مبنای علل، مقوله محوری و پیامدها دست یافته و توانست مدل تلفیقی بعنوان مدل نظری در این راستا ترسیم نماید.

- علل همان دلایل اصلی شکل گیری یک پدیده (مقوله محوری) هستند. سرمایه داری جهانی سبک زندگی جوانان را مورد توجه و تحت تاثیر قرار می دهد و تلاش می کند تا سبک زندگی جوانان را در راستای اهداف سرمایه داری جهانی برساخت نماید، با نظر به این شرح می توان بازتاب سرمایه داری جهانی در جنبه ها گوناگون زیستی جوانان را از علل برساننده سبک زندگی قلمداد نمود.

- پدیده یا مقوله محوری در این پژوهش همان مضمون اصلی، فرآیند بنیادی با روایت اساسی است که تمامی مقوله های سطح پایین تر را تحت پوشش خویش درآورده و با توان یکپارچه سازی و انسجام بخشی خود توانسته بین آنها ارتباط برقرار سازد. به کمک این مقوله محوری داده ها به نحوی کارآمدی تا بالاترین سطح انتزاع ارتقاء یافتند. پدیده یا مقوله محوری این پژوهش در میان تمامی مقوله های تشکیل دهنده نظریه ارایه شده بالاترین قدرت تبیین را داراست و می تواند دیگر مقولات بدست آمده را حول محور خود شکل دهد، از اینرو می توان آن را پدیده کانونی یا دال مرکزی معرفی نمود. پدیده یا مقوله محوری بدست آمده ظرفیت و توان توضیح دهندگی و به تصویر کشیدن مسئله و موضوع مورد مطالعه این پژوهش را دارد.

- پدیده "سبک زندگی مدرن مبتنی بر مصرف گرایی" همان مقوله محوری است که بطور مرتب در داده ها تکرار و از درون داده ها رویش نمود و با الگوی پایداری که دارد می توان از یک سو مقولات دیگر را در ارتباط با آن معنا داد و آنها را به یکدیگر مرتبط کرد و از سویی دیگر به نحو معناداری با آن مقولات ارتباط پیدا نماید و قدرت تبیین بالایی را دارا باشد.

- پیامد به دست آمده این است که سرمایه داری جهانی به واسطه بازتابش در سبک زندگی جوانان شیوه زندگی آنان را تحت تاثیر قرار می دهد و شکل گیری سبک زندگی دیگری را در میان آنها پی ریزی می نماید. برسازی سبک زندگی مدرن مبتنی بر مصرف گرایی پیامدهایی را در زندگی روزمره جوانان سبب شده است. نشانگرها و مقولاتی که از کدگذاری باز حاصل شده است از پیامدهای سبک زندگی مدرن مبتنی بر مصرف گرایی دانسته می شوند، در شکل زیر مدل نظری به تصویر کشیده شده است.



۶. بحث و نتیجه گیری

این مقاله که حاصل یافته‌های پژوهشی می‌باشد به بررسی بازتاب نظام سرمایه داری جهانی در سبک زندگی جوانان ایران پرداخته و تلاش شده است تا به دو پرسش پاسخ دهد:

- بازتاب نظام سرمایه‌داری جهانی سبب بر ساخت چه نشانگر و مقولاتی در سبک زندگی می‌شود؟
 - مقوله محوری سبک زندگی حاصل از بازتاب نظام سرمایه‌داری جهانی چه مقوله‌ای است
 - چه روایت و مدل نظری حاصل از مطالعه بازتاب نظام سرمایه‌داری جهانی در سبک زندگی جوانان قابل ارایه است؟
- نظام سرمایه‌داری جهانی برای تداوم چرخه تولید، توزیع و مصرف و رسیدن به هدف نهایی خود که همان کسب سود و سود دوباره است نیاز به تثبیت یا تحمیل شکل زندگی سرمایه‌داری در جوامع دارد.
- این شکل از زندگی تمامی جنبه‌های زندگی انسان‌ها را از روابط با یکدیگر تا زندگی مادی و دیگر امور زندگی آنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد و سبب تغییر و تحولاتی در زندگی آنها می‌شود. از جمله مواردی را که سرمایه‌داری جهانی آن را تحت تاثیر قرار می‌دهد و در آن بازتاب می‌یابد، سبک‌های زندگی جوامع است. سرمایه‌داری جهانی سبک زندگی افراد را متأثر از خود نموده و در بر سازی سبک‌های زندگی بازتاب و نقش خود را ایفاء می‌نماید. بر سازی سبک‌های زندگی یک فرآیند تعاملی است و سرمایه‌داری جهانی در تعامل با سبک‌های زندگی افراد وارد می‌شود. به عبارت دیگر سرمایه‌داری جهانی به مثابه شکلی از زندگی در سبک‌های زندگی افراد خود را نمایان می‌کند.

جامعه ایران به عنوان یکی از جوامع جهانی بیش از یک قرن است که در تعامل با جهان مدرن قرار گرفته است، بویژه در نیم قرن اخیر طبقات، قشرها و گروه‌های مختلف اجتماعی ایران با شتاب بیشتری تحت تاثیر جهان مدرن و تحولات آن و شکل زندگی سرمایه‌داری جهانی می‌باشند. در این بین جوانان با توجه به ویژگی‌ها، تجربه و ذات جوانی بعنوان جمعیتی که در راس این تعامل و تاثیر پذیری قرار دارند سبک زندگی آنان بیشتر دستخوش تغییر و تحول شده است. تعامل جوانان با جهان مدرن و جهان سرمایه‌داری که امروز بر تمامی جهان گسترش و هژمونی یافته آنان را در معرض برساخت‌های فردی و اجتماعی قرار داده است. برسازی سبک زندگی از نمونه برجسته و روشن این برسازی‌هاست.

بررسی و مطالعه پژوهش‌های پیشین که تعدادی از آنها در این مقاله هم آورده شده نشان می‌دهند که این پژوهش‌ها نیز به تغییر و تحول در سبک زندگی جامعه ایران و بالطبع آن جوانان اذعان نموده‌اند. از سوی دیگر نظریه پردازانی چون وبر، مارکس، زیمل، گیدنز، بوردیو، بودریا، اسکالیر، کاستلز، آدورنو، لورنزی، سنتو و کوهن و.... بازتاب جهانی شدن و سرمایه‌داری و بالطبع آن سرمایه‌داری جهانی را در تمامی شئون زندگی و بازندیشی جوامع و جوانان در سبک زندگی‌شان را مورد نظر قرار داده‌اند و پدیده‌های جهانی شدن و سرمایه‌داری را عامل اصلی و موثری در تغییر هنجارها، ارزش‌ها، رفتارها و الگوهای زیستی و سبک زندگی جوامع انسانی دانسته‌اند.

وبر بر این اعتقاد است که طبقه‌بندی انسان‌ها در گروه‌های منزلت، بیشتر بر الگوی مصرف آنها مبتنی است تا جایگاهشان در بازار یا در فراگرد تولید (کوزر، ۱۳۸۲: ۳۱۴-۳۱۳). به عبارتی دیگر منزلت را به مصرف کالاهای تولید شده مرتبط می‌داند (ریترز، ۱۳۹۵: ۱۸۳). او تمایل به نحوه طبقه‌بندی گروه‌ها بر اساس اصول کالاهای مصرفی آنها دارد که توسط "سبک زندگی" خاصی نشان داده می‌شود (میلز، ۲۰۰۰: ۱۷). در نظر وبر مصرف فرآیندی است شامل کردارهای اجتماعی و فرهنگی متفاوت که بیان‌کننده تفاوت‌های میان گروه‌های اجتماعی است که فقط ناشی از عوامل اقتصادی نیست (فاضلی، ۱۳۹۸: ۱۴).

مارکس سرمایه‌داری را چیزی فراتر از یک سیستم اقتصادی می‌داند، یک "شکل زندگی مشخص که روابط ما با دیگران، احساس خود ما و ظرفیت‌ها، عملکردها و اقدامات ما را در جهان مادی شکل می‌دهد (کول و فراریز، ۲۰۱۸: ۱۰۵). او پول را جوهره از خود بیگانگی انسان در نظام سرمایه‌داری می‌داند چون همه صفات انسانی را به ارزش‌های کمی مبادله فرو می‌کاهد (کسل، ۱۳۸۳: ۱۱۰).

زیمل معتقد است پول ارزش بنیادینی برای جامعه فراهم می‌آورد (ریترز، ۱۳۹۵: ۲۴۵) و بالاترین مصداق ابزاری است که به خودی خود هدف می‌شود (همان، ۲۴۷) و در تغییر چشمگیر هنجارها و ارزش‌های جامعه نقش دارد (همان، ۲۴۶). از نگاه او الگوهای مدرن مصرف تا حد زیادی ناشی از زیستن در کلان شهرها، شهرها و حومه‌هاست (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶). گسترش مصرف‌گرایی، رواج مدگرایی و گریز از محدودیت‌ها و غیره زمینه‌ای است که نظام انگیزشی افراد را برای انتخاب سبک‌های زندگی خاص خود به همراه می‌آورد (ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۲: ۳۹). زیمل مد را تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی و خواست فردیت می‌داند. مد بدین لحاظ احساس با دیگران بودن را در فرد تقویت می‌کند و پذیرنده مد هم به عنوان عضو گروه، و هم به عنوان موجودیت متمایز، کسب هویت می‌کند. دغدغه خودمختاری و همبستگی همزمان رفع می‌شود (فاضلی، ۱۳۹۸: ۹-۸).

از نظر بوردیو سبک زندگی، تجسم یافته ترجیحات (سلیقه‌ها، ذائقه‌ها، قریحه‌ها) افراد است که به صورت عمل درآمده و قابل مشاهده هستند، الگویی که غیر تصادفی و ماهیت طبقاتی دارد (هاشمیان‌فر، چینی، ۱۳۹۵: ۷۱). به تعبیر وی مصرف در دوران جدید روندی است که در آن خریدار کالا از طریق به نمایش گذاشتن کالاهای خریداری شده فعالانه در تلاش برای خلق و حفظ هویت خویش است (بوردیو، ۱۳۸۰: ۴۲)،

به باور گیدنز فعالیت اقتصادی سرمایه‌دارانه در کنده شدن زندگی اجتماعی مدرن از نهادهای جهان سنتی نقش بزرگی را بازی کرده است (گیدنز، ۱۳۹۴: ۵۳). این جامعه‌شناس معتقد است مردم در جهان مدرن تحت تاثیر فرآیند از جا کنده‌گی بوده‌اند (گیدنز،

۴۱:۱۳۹۴) و جهانی‌تر می‌گردند. به زعم این اندیشمندی یکی از خصیصه‌های متمایز مدرنیته ارتباط متقابل روزافزونی است که بین جنبه‌های بیرونی یا مصداقی و جنبه‌های درونی وجود دارد. هرچه زندگی روزانه بیشتر بر حسب تعامل دیالکتیکی محلی و جهانی باز ساخته می‌شود (کاستلز، ۲۷:۱۳۸۰). تغییر جنبه‌های خصوصی زندگی شخصی پیوند مستقیمی با برقراری پیوندهای حوزه بسیار وسیع دارد (ریتزر، ۷۴۰:۱۳۹۵). در دنیای مدرن افراد بیشتر مجبور می‌شوند از میان مجموعه‌های متنوعی از سبک‌های زندگی سبک خاصی برگزینند. (کاستلز، ۲۷:۱۳۸۰) در نزد گیدنز سبک زندگی یکی از مهم‌ترین مولفه‌های زندگی باز اندیشانه در جامعه بازاندیشانه دوره مدرن متأخر یا عصر جهانی است (گیدنز، ۳۱:۱۳۹۴) به اعتقاد او انسان‌ها در زندگی مدرن از طریق مشاهده و بازتاب اطلاعات روانشناختی و اجتماعی مسیرهای ممکن زندگی خود را تعریف و باز تعریف می‌کنند و اعمال و عادات اجتماعی بطور دائم آزموده می‌شوند و در پرتو اطلاعاتی بدست می‌آیند اصلاح می‌گردند و اصولاً پیوسته تغییر می‌کنند (کاستلز، ۲۶:۱۳۸۰).

بودریار معتقد است عامل تداوم جامعه سرمایه‌داری مصرف است. به اعتقاد او جامعه سرمایه‌داری از طریق مصرف ادامه حیات می‌دهد. مصرف محدود به نیازهای اولیه نیست و گاهی معطوف به نیازهایی است که جنبه ثانوی و مصرفی دارد. نظام سرمایه‌داری با روانشناسی مردم و استفاده از ترفندهای مختلف و سازمان صنایع برای مردم نیازهای کاذب را ایجاد کرده و کالاهای خود را به آن غالب کرده و از این طریق سود بیشتری کسب می‌کند که خود باعث بازتولید نظامی می‌شود که بر مناسبات جهانی حاکم است. نظام سرمایه‌داری با ترفندهایی افکار عمومی را توجیه کرده و آنها را به سوی نیازهای مصرفی سوق داده و از سوی دیگر موجب رواج مادی‌گرایی در جامعه و چشم و هم‌چشمی شده است که این از نظر اقتصادی نیز به ضرر طبقه ضعیف جامعه است (ایزدی، ۱۳۹۷) بودریار معتقد است نوع مصرفی که در جامعه مدرن شکل گرفته، زائیده سرمایه‌داری است (بودریار، ۱۳۹۵: ۱۲۹). او جامعه را تحت سلطه تولید نمی‌داند بلکه تحت سلطه... مدل‌های سیرنیتیک و نظام‌های هدایت گر کامپیوتر و پردازش اطلاعات و صنعت سرگرمی و صنعت دانش و امثالهم می‌داند (ریتزر، ۸۵۱:۱۳۹۵). به اعتقاد بودریار مصرف یک تجربه ذهنی است، که نهایت و اشباع فیزیکی ندارد. تقدیر ما این است که همچنان به کالاها و تجارب مصرفی در آن نوع صورت‌بندی اجتماعی که سرمایه‌داری پسمادرن گسترش داده است میل داشته باشیم. (باکاک، ۱۰۲:۱۳۸۱) بنا به نظر بودریار، مصرف مبتنی بر خواست، مطرح می‌شود؛ نه صرفاً مبتنی بر نیاز؛ یعنی مصرف با میل آمیخته می‌شود و سلیقه و میل افراد در جامعه، بر نوع آن تأثیر می‌گذارد. در چنین جامعه‌ای که شعار خرید و مصرف بیشتر رواج می‌یابد، مصرف‌گرایی، به نوعی وجه اجتماعی و نه به یک نیاز ضروری تبدیل می‌شود (بهار، ۱۳۸۶: ۱۷۰-۱۶۹).

اسکالیر معتقد است که شرکت‌های فراملی که تسهیل‌کننده جریان سرمایه‌داری در جهان هستند از طبقه سرمایه‌دار فراملی استفاده می‌کنند تا ایدئولوژی و فرهنگ مصرفی را پدید آورده و تثبیت کنند که بطور فزاینده‌ای برای برآوردن تقاضای نظام تولید سرمایه‌داری ضروری است. وی در دنیای امروز همین رابطه را تعیین‌کننده سرمایه‌داری جهانی و مهم‌ترین نیرو در تغییرات جاری جهان می‌داند (ریتزر، ۷۸۸-۷۸۹:۱۳۹۵). ایدئولوژی فرهنگ مصرف‌گرایی، به عنوان سوختی است که موتور سرمایه‌داری جهانی را تأمین می‌کند (اسکالیر، ۱۹۹۵: ۴۹).

از نظر کاستلز سه فرآیند انقلاب اطلاعات، تجدید ساختار سرمایه‌داری و اقتصاد متکی به برنامه‌ریزی... به نحو بی‌سابقه‌ای به هم دوخته و شبکه‌ای شده است و مسئله اصلی نه ریشه‌تکوین که شیوه تداوم این فرآیند است و این ویژگی‌ها را سبب دگرگون شدن معنا و مفهوم زندگی در هزاره سوم می‌داند (نصیری، ۳۵۲:۱۳۸۱).

به عقیده آدورنو، شکل زندگی ما یعنی شکل زندگی سرمایه‌داری، او نظرها را جلب می‌کند به یک تشخیص بنیادی در مورد زندگی اخلاقی، که آن سبکی از هر زندگی را خلق می‌کند و این سبک از طریق تعمیم فرم مبادله که به فرم جهانی تبدیل شده رخ می‌دهد و همه مظاهر زندگی را چه وجه ذهنی و چه وجه عینی را تعیین می‌کند (کول و فراریز، ۲۰۱۸: ۲۸).

دانیل لورنزینی در کتاب «حکومت‌مندی، فاعلیت و شکل زندگی سرمایه‌داری» دیدگاه فوکویی را اقتباس می‌کند در مورد اینکه چگونه سرمایه‌داری شکل زندگی خود را بر سوژه‌ها تحمیل می‌نماید. شکل زندگی سرمایه‌داری، ذهنیت‌ها، پیوندهای اجتماعی، اشکال فکری و بدنی و نیاز افراد را، بدون مراجعه به اصول روان‌شناختی و ایدئولوژیک تولید می‌کند (همان، ۲۸). سن‌تینو و کوهن بر این باورند که سرمایه‌داری جهانی و گسترش همه جانبه منطق بازار، زندگی اجتماعی را در سراسر جهان متحول ساخته است (سن‌تینو و کوهن، ۲۰۱۰: ۲۳).

نتایج تحلیل داده‌های کیفی در این پژوهش نشان از بازتاب سرمایه‌داری جهانی در برسازی سبک زندگی جوانان ایران دارد. جوانان ایران از تعامل با جهان سرمایه‌داری متأثرگشته و منجر به بازاندیشی آنان در سبک زندگی‌شان شده است. بازاندیشی حاصل از تعامل با جهان مدرن و تاسی از جریان‌های سرمایه‌داری جهانی سبب شده است تا سبک‌های زندگی جوانان ایران بر اساس سبک زندگی مدرن مبتنی بر مصرف‌گرایی برسازی شوند. از مواردی که یافته‌های این پژوهش را معتبر می‌نماید تطابق این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش‌های پیشین انجام شده در حوزه سبک زندگی و همچنین نظریات سبک زندگی و سرمایه‌داری ارائه شده توسط نظریه‌پردازان می‌باشد. نتیجه این که نظام سرمایه‌داری منجر به گسترش، نهادینه شدن و بازتولید ارزش‌های فرهنگی اجتماعی شده است که یکی از نتایج بارز و ملموس آن رسوخ و هنجار شدن مؤلفه‌های زندگی روزمره و همچنین سبک زندگی در بین جوانان می‌باشد.

منابع

- آجیلی، هادی، بیگی، مهدی. (۱۳۹۲). کالبدشکافی سبک زندگی در جامعه سرمایه‌داری. فرهنگ مشاوره و روان درمانی، ۱۱۰-۸۱، (۱۳)۴.
- آجیلی، هادی (۱۳۹۴، ۷ شهریور)، فرهنگ سرمایه داری دروازه ورود به اقتصاد سرمایه داری، یادداشت، قابل دسترسی در <http://shabestan.ir/detail/News/482411> تارنمای
- ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۹۲)، رویکردی میان رشته به سبک زندگی؛ با نگاهی به جامعه ایران، فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، دوره ۵، شماره ۴، پیاپی ۲۰، پاییز ص ۵۳-۳۳
- از کیا مصطفی، حسینی رودبارکی سکینه. تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، رفاه اجتماعی ۱۳۸۹؛ ۱۰ (۳۷) ۲۶۴-۲۴۱.
- از کیا، مصطفی و همکان (۱۳۸۹)، نظریه‌های اجتماعی معاصر: با رویکرد توسعه، تهران: نشر علم
- افراسیابی، حسین و مرادی‌فر، طاهره (۱۳۹۴)، بازسازی معنایی تغییر سبک زندگی زنان لر شهر یاسوج، فصلنامه مطالعات اجتماعی و روانشناختی زنان، دوره ۱۳، شماره ۳، پاییز، ص ۹۸-۷۷
- افشارکهن، جواد و رضایی کرمجانی، ملیحه (۱۳۹۶)، بررسی نقش هویت اجتماعی در تعیین سبک زندگی جوانان شهر همدان، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال ۱۴، شماره ۲۶، بهار و تابستان، ص ۱۵۷-۱۸۸
- الیوت، آنتونی و ترنر، برایان (۱۳۹۳)، برداشت‌هایی در نظریه اجتماعی معاصر کتاب، ترجمه فرهنگ ارشاد، چاپ دوم، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- ایگلتن، تری (۱۳۸۱)، درآمدی بر ایدئولوژی، ترجمه: اکبر معصوم بیگی. تهران: نشر آگه
- ایزدی، پیروز (۱۳۹۷، ۷ خرداد)، بودریار ادامه حیات جامعه سرمایه‌داری را از طریق مصرف می‌داند، خبرگزاری کتاب ایران، برگرفته از <https://www.ibna.ir/vdcd5f0xkyt09k6.2a2y.html>

- باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، کتاب مصرف، مترجم خسرو صبری، تهران: نشر شیرازه
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۰)، نظریه کنش: دلایل علمی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: نقش و نگار
- بهار، مهری (۱۳۸۶)، مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی، تهران: نشر سمت
- بودریا، ژان (۱۳۹۵)، جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث
- جُنگ، عباس (۱۳۹۵)، بر ساخت انواع الگوهای هویتی در روند جهانی شدن، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۷، شماره ۲۶، تابستان، ص ۳۲۰-۲۷۷
- چنی، دیوید (۱۳۸۷)، سبک زندگی، علیرضا چاووشی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی
- حاجانی، ابراهیم (۱۳۹۳)، الگوهای سبک زندگی ایرانیان، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات استراتژیک.
- حبیب پورگتایی، کرم (۱۳۹۵)، تحولات سبک زندگی در ایران، فصلنامه فرهنگ مردم ایران، شماره ۴۴، بهار، ص ۱۴۵-۱۱۷
- حق روستا، مریم و باغشاهی، علی‌قلی (۱۳۹۲)، تأثیر مصرف گرایی آمریکایی بر سبک زندگی جوانان مکزیک، مجله پژوهش ادبیات معاصر جهان، دوره ۱۸، شماره ۱، بهار و تابستان، ص ۷۲-۵۷
- رضا دوست، کریم و نبوی، سید عبدالحسین و نصراله‌ی قلعه عبدشاهی، حمیدرضا (۱۳۹۵)، عنوان بررسی رابطه‌ی میان نگرش دانشجویان نسبت به جهانی شدن و سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز)، فصلنامه جامعه شناسی سبک زندگی، سال ۲، شماره ۵، بهار، ص ۱۷۴-۱۳۹
- ریاضی، سیدابوالحسن (۱۳۹۲)، تصویری از فرهنگ مصرفی جامعه ایران با استفاده از داده‌های یک پیمایش ملی پیرامون گذران اوقات فراغت، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۶، شماره ۴، پیاپی ۲۴، زمستان، ص ۱۵۳-۱۳۷
- ریتزر، جورج (۱۳۹۵)، نظریه‌های جامعه شناسی، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ سوم، تهران: نشر نی
- زارع، بیژن و فلاح، مهدی و بردیافر، نیما (۱۳۹۳)، مطالعه پدیدارشناسانه سبک زندگی جوانان در شهر تهران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۷، شماره ۳، پاییز، ص ۲۴-۱
- سجاسی قیداری، حمدالله، صادقلو، طاهره و شهدادی، علی (۱۳۹۴)، بررسی اثرات جهانی شدن بر تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی، فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، دوره ۷، شماره ۴، پیاپی ۲۸، پاییز، ص ۱۸۸-۱۵۳
- شایان، حمید، مودودی ارخودی، مهدی، فردوسی، سجاد (۱۴۰۰) رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه داری، مطالعات اجتماعی گردشگری، شماره ۱۹، دوره ۱۰، بهار و تابستان ۱۴۰۱، صفحه ۱-۲۸.
- شریفی، احمدحسین (۱۳۹۱)، سبک زندگی به عنوان شاخصی برای ارزیابی سطح ایمان، معرفت فرهنگی و اجتماعی، سال ۳، شماره ۳، پیاپی ۱۱، تابستان، ص ۶۲-۴۹
- علوی، سید اسماعیل (۱۳۹۲)، بازنمایی سبک زندگی مردم ایران در مستند "تابستان ما در تهران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، علوم ارتباطات، دانشگاه صدا و سیما
- فاضلی، محمد (۱۳۹۸)، مصرف و سبک زندگی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ نخست
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احد علیقلیان و همکاران، جلد ۳ پایان هزاره، تهران: انتشارات سمت.
- کسل، فیلیپ (۱۳۸۳)، چکیده آثار آنتونی گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ققنوس.
- کوزر، لیویس (۱۳۸۲)، زندگی و اندیشه بزرگ جامعه شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ دهم، تهران: انتشارات علمی
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، چشم‌اندازهای جهانی، ترجمه محمدرضا جلائی پور، تهران: انتشارات طرح نو

- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۴)، پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ هشتم، تهران: نشر مرکز
- محمدی، افشین و بی بک آبادی، غزال (۱۳۸۹)، بررسی مولفه‌های سبک زندگی و الگوی رفتار در فیلم‌های سینمایی پرفروش. فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال ۱۱، شماره ۱۱، پاییز، ص ۹۷-۱۳۸
- مهدی‌زاده، حسین (۱۳۹۰)، ... و سبک زندگی: پیشینه دانش سبک زندگی، نشریه سوره، شماره ۵۰ و ۵۱، تابستان، ص ۵۷-۵۹
- میکسنزود، آلن (۱۳۸۳)، ملاحظاتی پیرامون جهانی شدن سرمایه‌داری، ترجمه هاشمی ف.م، نشریه چیستا، شماره ۲۱۴ و ۲۱۵، دی و بهمن، ص ۳۴۹-۳۴۳.
- ناییبی، هوشنگ و محمدی تلور، ستار (۱۳۹۲)، تأثیر سبک زندگی بر هویت اجتماعی (مطالعه تجربی جوانان شهر سنج)، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۴، شماره ۴، زمستان، ص ۱۵۲-۱۳۱
- نصیری، قدیر (۱۳۸۱)، فرا روایت کاستلز در عصر اطلاعات، فصلنامه راهبرد، شماره ۲۴، تابستان، ص ۳۵۱-۳۶۱
- هاشمیان‌فر، سیدعلی و چینی، نفیسه (۱۳۹۵)، هویت بریکولاژ و فرهنگ مصرف، چاپ اول، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان
- هدایتی، محمد (۱۳۹۱)، تأثیر مصرف فرهنگی بر انگاره هویتی جوانان (بررسی جوانان شهر پاوه)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران
- Colea, Alyson and Ferrareseb, Estelle (2018). How capitalism forms our lives, Journal for Cultural Research, published by Routledge May, VOL. 22, NO. 2, PP.105-112. <https://doi.org/10.1080/14797585.2018.1461597>
- Centeno, Miguel. A., & Cohen, Joseph. N. (2010). Global capitalism: A sociological perspective. Pulpished by: Polity Press, ISBN-13: 978-0-7456-4450-9
- Enright, Thresa., Björkman, Lisa., McGuirk, Pauline., Peck, Jamie., Purcell, Mark, Scott, A. J., & Rossi, U. (2018). Cities in Global Capitalism. The AAG Review of Books, Vol. 6, No.1, pp.59-75 <https://doi.org/10.1080/2325548X.2018.1402288>
- Asia: lifestyle and identity, London, Routledge
- Flynn, Matthew. B. (2021). Global capitalism as a societal determinant of health: A conceptual framework. Social Science & Medicine, Vol 268, No. 113530 <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113530>
- Gerke, Solvay (2000), Global lifestyles under local conditions: the New Indonesian Middle Class, 135-158, Edited by: Chua Beng-Huat, Consumption in
- Kuk-Kim, Seung (2000), Changing lifestyles and Consumption Patterns of the South Korean Middle Class and New Generations, 61-81, Edited by: Chua Beng-Huat, Consumption in Asia: lifestyle and identity, London, Routledge
- Miles, Steven (2000). Youth lifestyles in a changing world, First Published, University of Wolverhampton, McGraw-Hill Education (UK), ISBN-13 : 978-0335200986
- Simon. Fan, Chengze (2000), Economic Development and The changing patterns of consumption in urban China, 82-97, Edited by: Chua Beng-Huat, Consumption in Asia: lifestyle and identity, London, Routledge
- Sklair, Leslie (2015). Capitalism: Global, London, UK, pp.99-104 <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.32012-8>
- Sklair, Leslie (1995). Sociology of the Global System, , Publisher : The Johns Hopkins University, 2nd edition ISBN-13: 978-0801852114 <https://doi.org/10.1177/079160359500500122>
- Lifestyle (social sciences) 'wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_\(social_sciences\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Lifestyle_(social_sciences))