

Research Paper

Presenting A Dynamic Conceptual Model to Explain the Life Style Pattern With the Consumption Approach (with Emphasis in Educational Consumption)

Ali Palizban¹, Abbas Toloie Ashlaghy^{2*}

1. PhD Student in Cultural Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Professor of Industrial Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad university, Tehran, Iran

Received: 2020/9/27

Accepted: 2020/12/27

PP: 70-85

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/JEDU.2021.22145.4491

Keywords:

lifestyle, consumption, dynamic systems, households

Abstract

Introduction "Choice" is the key feature of life in the modern era, and people make their own lives with their choices, which makes them and their ways of life different. Humans make their own lifestyles with their choices, and each person shows their unique identity to others through their lifestyle. An important factor manifesting the lifestyle of an individual or family is "consumption". This article attempts to understand the dynamic mechanism of the household and community consumption lifestyle through its conceptual modeling

research methodology: For this purpose, it divided Iranian households' consumption into educational, biological, media and cultural categories, described the dynamic mechanism of each of these four types of consumption (with an emphasis on educational consumption) as the subsystems of the household consumption lifestyle pattern, and finally presented its dynamic conceptual model and explained its mechanism through the dynamic system approach.

Findings: Finally, it came to the conclusion that household consumption follows a dynamic mechanism and different consumption types combine differently at different income levels. The composition and position of the consumption types indicates the dominant approach to consumption, its importance, and household consumption tendency.

Conclusion: This model can be used in cultural policy making affairs in order to create a cultural community.

Citation: PalizbanAli, Toloie Ashlaghy Abbas. (2021). Presenting A Dynamic Conceptual Model to Explain the Life Style Pattern With the Consumption Approach (with Emphasis in Educational Consumption). Journal of New Approaches in Educational Administration; 12(5):70-85

Corresponding author: Abbas Toloie Ashlaghy

Address: Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Email: toloie@gmail.com

Extended Abstract

Introduction:

"Choice" is the most important feature of contemporary human life, through which a person not only creates his/her own life but also makes differences and different ways of life, while creating different lifestyles. "Consumption" is one of the important factors that reflects each individual's or family's lifestyle. and its significance is such that some people consider the "consumption pattern" to be the very lifestyle. With the rise of consumer societies, "consumption" has emerged as the most important dimension and component of lifestyle.

Goal:

This study attempted to identify the dynamic mechanism of the consumption lifestyle of the household and society through conceptual modeling. To this end, and to better understand and explain the dynamic mechanism of this system, System Dynamics (SD) was used and explained using systems theory tools, particularly dynamic systems. The goal was to investigate education and its position in household final consumption expenditure (HFCE)

Method:

Research methodology for modeling with a system dynamics approach includes the following steps; 1. Problem framing 2. Dynamic hypothesis 3. Formulate a simulation model 4. Test the model 5. Policy design and evaluation. In this article, because the purpose is to design a conceptual model, the research methodology is that after framing the problem and describing the consumption mechanism in the household and classifying the types of consumption and their mechanism of action (Dynamic hypothesis) the subsystem diagram is drawn as its output and the causal – loop diagram is drawn as the intended conceptual model.

Taking into account the expenses of Iranian households as reported in the Central Bank's annual reports, all household expenses in Iranian society were classified into four broad categories: 1. Living expenses, 2. Education expenses, 3. Media expenses, 4. Cultural expenses. In line with these four expense groups, four consumption groups were

identified, which are as follows: 1. Living consumption, 2. Education consumption, 3. Media consumption, 4. Cultural consumption. According to System Dynamics, the consumption pattern of the Iranian household is formed by these four types of consumption, their relationships with one another, and the dynamic mechanism between them. As a household consumption lifestyle, this general structure has four subsystems, each of which is a subsystem for the general consumption system and has components and factors, and each of these subsystems has cause-and-effect relationships with these factors and also affects one another. Consumption, habitual consumption, minimum consumption, and expected share of consumption were the variables for each of these four types of consumption (subsystem). At a certain income level, normally, an increase in one type of consumption reduces other types of consumption.

Findings:

These four types of consumption (subsystems) are related to one another based on per capita household income and the expected share of consumption of each type of consumption, and together they form an integrated system that forms the conceptual causal model of household lifestyle with a consumption approach. It can be used to analyze and explain the mechanism of action of household consumption pattern, as well as the impact of each type of consumption on other consumptions and, finally, the lifestyle of household consumption.

Results:

Finally, the following outcomes were obtained from the above said mechanism and the proposed conceptual model of household consumption lifestyle:

- The household expenses are not all the same, and the importance of the item consumed is demonstrated by the household through these expenditures. In other words, the composition of household expenses reflects the family's and community's lifestyle approach.

- Household expenditures have a dynamic structure and system.
- Dynamic systems' capabilities can be used to identify, analyze, and provide solutions to problems in order to improve social and human affairs.
- This model and similar models can be used to increase the society's cultural and educational policy and increase the cultural consumption of households and then the society (leading the society's lifestyle towards the cultural and educational lifestyle and thus adding to the society's cultural capital).
- Education and educational consumption are two of the most important categories of household consumption, and paying attention to them in the right ways, while staying away from extravagant consumption, can lead to the growth and cultural promotion of the individual, the family, and, as a result, society. Due to its cost approach and allocation of costs to various consumptions in the household consumption, this model can be used as a basis for proper household budgeting in such a way that living consumption (which is essentially a priority) does not degrade the quality of educational consumption, and families can understand its significance and consider it as a suitable investment in the household consumption.
- The society functions as a dynamic system, manifesting the social system's behaviors in the form of consumption. Consumption lifestyle of household and community is a good criterion for understanding household and community lifestyle approach.

ارائه یک مدل مفهومی دینامیکی برای تبیین الگوی سبک زندگی با رویکرد مصرف (با تاکید بر مصرف آموزشی)

علی پالیزبان^۱، دکتر عباس طلوعی اشلقی^{۲*}

۱. دانشجوی دکترای مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استاد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: انتخاب مهم ترین ویژگی زندگی در دوره مدرن است و انسان ها با انتخاب های خود زندگی خود را می سازند و این انتخاب ها تفاوت های آن ها و شیوه های زندگی شان را ایجاد می کند. انسان ها با انتخاب های خود، سبک زندگی خود را می سازند و هر فرد با سبک زندگی خود، روایت منحصر به فردی را که از هویت برای خود برگزیده است، به دیگران نشان می دهد. یکی از عوامل مهمی که نمایان گر سبک زندگی هر فرد و یا هر خانواده است، «مصرف» است. امروزه مصرف به جز بقا، انگیزه های مختلف دیگری نیز دارد. از لذت و تفریح تا تمایز و تظاهر و... و نیز اهمیت مورد مصرف. امروزه با ظهور جوامع مصرفی و نیز بر اساس نظرات صاحب نظران برجسته سبک زندگی، مصرف مهم ترین بعد و مولفه سبک زندگی است. این مقاله می کوشد تا با مدل سازی مفهومی سبک زندگی مصرفی خانوار و جامعه به شناخت مکانیسم پویای آن دست یابد.

روش شناسی پژوهش: بدین منظور با دسته بندی مصارف خانوارهای ایرانی به چهار نوع مصرف؛ مصرف آموزشی، مصرف زیستی، مصرف رسانه ای و مصرف فرهنگی، مکانیسم پویای عمل هر یک از این چهار نوع مصرف (با تاکید بر مصرف آموزشی) را به عنوان زیرسیستم های الگوی سبک زندگی مصرفی خانوار، بیان کرده و در نهایت مدل مفهومی دینامیکی آن را ارائه می کند و با استفاده از رویکرد سیستم های پویا، مکانیسم عمل آن را تبیین می کند.

یافته ها: مصرف خانوار از یک مکانیسم دینامیکی پیروی می کند و چهارنوع مصرف یاد شده در تعادل با یکدیگر در سطوح مختلف درآمدی، سطوح مختلف را به خود اختصاص می دهند. از آنجا که بودجه (درآمد) محدود است، افزایش یکی از انواع مصرف، موجب کاهش انواع دیگر می شود و ترکیب جدیدی را شکل می دهد. ترکیب و جایگاه انواع مصارف در آن، رویکرد غالب و اهمیت و گرایش خانوار به آن زمینه را نمایان می کند.

بحث و نتیجه گیری: این مدل می تواند در امور سیاست گذاری فرهنگی در جهت ایجاد جامعه آموزش محور و فرهنگی می تواند مورد استفاده قرار گیرد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۷

شماره صفحات: ۷۰-۸۵

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/JEDU.2021.22145.4491

واژه های کلیدی:

سبک زندگی، مصرف، سیستم های دینامیکی، خانوار

استناد: پالیزبان علی، طلوعی اشلقی عباس (۱۴۰۰). ارائه یک مدل مفهومی دینامیکی برای تبیین الگوی سبک زندگی با رویکرد مصرف (با تاکید بر مصرف آموزشی). دوماهنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۱۲ (۵): ۷۰-۸۵

* نویسنده مسوول: دکتر عباس طلوعی اشلقی

نشانی: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

پست الکترونیکی: toloie@gmail.com

مقدمه

فرهنگ در هر جامعه به همراه ارزش و ایده آل های اجتماعی بنیان نوآوری و شکوفایی است. ارزش ها هسته اصلی فرهنگ و عامل کنش های انسانی هستند. به باوری بسیاری از اندیشمندان اساس بسیاری از پیشرفت ها در هر جامعه ای تحت تاثیر ارزش هاست. به بیان بهتر، ارزش ها و فرهنگ زیر بنای جامعه انسانی است. تقدم یا تاخر ارزش ها در توسعه نزد متفکران توسعه و تغییرات اجتماعی از مباحث برجسته و قابل تامل است. بر اساس این دیدگاه ها، جوامع توسعه یافته در برابر جوامع توسعه نیافته در ابعاد زیر از نظر ارزشی متفاوت است. (sahami,2017: 252) بدهی است با حرکت جوامع از سنتی به مدرن و جایگزینی جوامع نوین به جای جوامع قدیمی و به تبع آن شکل گیری باورها و ارزش های نوین و نیز ایجاد سبک های زندگی متفاوت از این منظر قابل توجیه است.

زندگی امروز بشر، با «انتخاب» آمیخته است و انتخاب های انسان هاست که زندگی آن ها را می سازد. انسان ها بر اساس معیارها و پیش فرض های خود اعم از ارزش ها، ذائقه ها و تمایلات و... انتخاب می کنند و تفاوت بین انسان ها و روش زندگی شان از همین جا ناشی می شود. انسان ها در دوره مدرن با انتخاب های خود، سبک های مختلفی از زندگی را رقم می زنند و هر فرد با سبک زندگی خود روایت منحصر به فردی را که از هویت برای خود انتخاب کرده است، به دیگران نشان می دهد. سبک زندگی هر فرد، الگویی از کنش ها و رفتارهای افراد است که تمایز دهنده افراد و گروه ها از هم می باشد و قطعاً مصرف عامل مهمی در این راستاست.

انتخاب های هر انسان در مجموع مفهومی را در او ایجاد می کند که «رضایت» نام دارد. رضایت از زندگی یک مفهوم ذهنی و منحصر به فرد برای هر انسان است که جزء اساسی بهزیستی ذهنی را تشکیل می دهد و عموماً به ارزیابی های شناختی از زندگی خود اشاره دارد. این مفهوم شامل یک ارزیابی کلی از زندگی بوده و فرایندی مبتنی بر قضاوت های فردی است. در این روند، مقایسه ای بین ملاک های فرضی شخصی با زندگی واقعی اش صورت گرفته و هر چه واقعیت زندگی با این ملاک های فرضی نزدیک به هم باشند، شخص احساس رضایت بیشتری از زندگی می کند. (Karami & etc, 2016: 116)

مصرف، جلوه ای مهم از زندگی بشر امروز است که می توان آن را جزء مهم ترین دغدغه های او دانست. امروزه مصرف، بجز بقا و حیات، انگیزه های مختلفی دارد. از لذت و تفریح تا تمایز از دیگران و حتی تظاهر و... و می توان آن را عاملی مهم در ایجاد طبقات اجتماعی دانست. افراد امروزه عمدتاً انتخاب های خود را در حوزه مصرف نمایان می کنند. امروزه با ظهور جوامع مصرفی و نیز بر اساس نظرات صاحب نظران برجسته سبک زندگی، مصرف مهم ترین بعد و مولفه سبک زندگی است.

سبک زندگی بر پایه مصرف، همواره دچار محدودیتی به نام پول است. بدین معنی که افراد و خانوارها بر حسب درآمد و بودجه خود، مصارف خود و سبب مصرفی خانوار را شکل می دهند و بر این اساس و بر مبنای سلاقی و علاقی خود دست به انتخاب زده و سبب مصرف را بودجه بندی می کنند.

ضرورت و اهمیت این موضوع از آن جهت است که امروزه بی شک سبک زندگی نقش مهم و تعیین کننده ای در سلامت روانی و نیز در سلامت جسمانی افراد جامعه ایفا می کند. (walsh,2011) و این موضوع با تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی افراد پیوند خورده است. (Maio&etc,2007) مقالات و ادبیات موضوعی مربوطه و نیز تحقیقات پیشین صورت گرفته در این خصوص همه بر این موضوع تاکید دارند که ضرورت پرداختن به این مقوله زمانی نمایان می شود که بدانیم سبک زندگی، یک ابزار نرم و فرهنگی برای مدیریت اجتماعی است. سبک زندگی هر فرد موقعیت او را در جامعه برای دیگران مشخص می کند. سبک زندگی صرفاً جنبه نمادین ندارد و اصالت دارد. (Rostami&Ardeshirzadeh,2013)

این مقاله برآن است تا به مکانیسم دینامیکی مصرف در خانوارهای ایرانی پردازد و مدل مفهومی علی - معلولی در جهت تبیین سبک زندگی خانوارهای ایرانی با رویکرد مصرف ارائه کند.

پیشینه پژوهشی:

فیتراستون^۱ (۲۰۱۵) پژوهشی تحت عنوان **سبک زندگی و فرهنگ مصرف** انجام داده است. بر اساس یافته های به دست آمده از این پژوهش سبک زندگی بر فرهنگ مصرف اثرگذار است و در صورتی که سبک زندگی به سمت مصرف گرایی باشد فرهنگ مصرف نیز تحت الشعاع آن قرار خواهد گرفت.

رزلند و همکاران^۲ (۲۰۱۴) پژوهشی تحت عنوان **تاثیر حمایت اجتماعی بر سبک زندگی؛ مطالعه خودکنترلی و مدیریت دیابت در شمال کالیفرنیا** انجام داده اند. نمونه ها شامل بیماران مبتلا به دیابت در شمال کالیفرنیا بودند. در این پژوهش آمده است که

1. Featherston
2. Rosland Et Al

سبک زندگی سالم مبتنی است بر تغذیه و ورزش و مواردی از این قبیل که به نظر می رسد بهره گیری بیش از اندازه از شبکه های اجتماعی با تنزل سبک زندگی سالم همراه است و این در حالی است که حمایت اجتماعی می تواند در بهبود سبک زندگی افراد مبتلا به دیابت نقش مهمی داشته باشد. بر این اساس استفاده مفرط از شبکه های اجتماعی، عدم تحرک و ورزش در افراد مبتلا به دیابت و از طرفی کمبود حمایت اجتماعی از افراد مذکور می تواند سبک زندگی این افراد را به سمت منفی سوق دهد.

نیلندر (۲۰۱۳) پژوهشی تحت عنوان **رسانه های اجتماعی برای تغییر سبک زندگی** انجام داده است. در این پژوهش طی دوازده گام از نمونه های پژوهشی دانشجویان مصاحبه هایی به عمل آمده است تا به بررسی تاثیر رسانه های اجتماعی به تغییر سبک زندگی بپردازد. بر اساس نتایج به دست آمده از این پژوهش رسانه های اجتماعی بر ابعاد گوناگون سبک زندگی از جمله تجربیات عملی کاربران، ایجاد حس قوی با گروه های اجتماعی، نوع لباس پوشیدن، مصرف و سبک خرید نمونه های پژوهشی تاثیرگذار بوده است. به عبارت دقیق تر رسانه های اجتماعی قدرت تغییر سبک زندگی را دارا هستند.

کرمی پور و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی تحت عنوان **سبک زندگی جوانان در پرتو سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین** انجام داده اند. سبک زندگی دارای سه بعد رفتاری، نگرشی و ترجیحات، انگیزه مصرف است. بعد رفتاری سبک زندگی جوانان در پیمایشی از ۴۰۲ جوان ساکن شهر تنکابن با هشت شاخص شامل: مصرف فرهنگی، مدیریت بدن، رفتار سیاسی، رفتار انحرافی، توجه به آرایش و خودآرایی، مصرف لباس و کفش، مصرف خوراک و دین داری با ابزار پرسش نامه موردسنجش قرار گرفت و با توجه به این که مساله اصلی مقاله حاضر سنجش رابطه سبک زندگی و سرمایه فرهنگی و اقتصادی والدین بود، این رابطه مورد تایید قرار گرفت لازم به ذکر است که بیشترین تمایز سبک زندگی بین قشر بالا (هم سرمایه فرهنگی و هم سرمایه اقتصادی زیاد) و قشر پایین (سرمایه فرهنگی و اقتصادی کم) مشاهده شد.

میرزاخانی (۱۳۹۲) پژوهشی تحت عنوان **بررسی تاثیر سبک زندگی اسلامی بر فرهنگ مصرف در شهر خرم آباد** انجام داده است. سبک زندگی امروزه به صورت نسبی موضوعی است مطرح شده در علوم مربوط به انسان، اجتماع، فرهنگ و... در تعریف سبک زندگی باید گفت: سبک زندگی به تعبیری یعنی شیوه ایی که انسان برای زندگی کردن اتخاذ می کند در ابعاد مختلف زندگی، از مسائل فردی و اجتماعی تا مسائل فراطبیعی. در این میان علاوه بر سبک زندگی، سبک زندگی اسلامی هم تعریف خاص خود را دارد. سبک زندگی اسلامی یعنی زندگی کردن آنگونه که اسلام می خواهد در تمامی عرصه ها از کوچکترین امور تا کلیات. فرهنگ مصرف یعنی (چگونه مصرف کردن به لحاظ کیفی و کمی) در تمامی عرصه ها از کوچک ترین امور تا کلیات از امور مادی تا معنویات. این تحقیق به بررسی تأثیر سبک زندگی اسلامی بر فرهنگ مصرف در سال ۱۳۹۲ در شهر خرم آباد می پردازد. در این تحقیق از روش پیمایشی برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را همه ی افراد بالای ۱۵ سال شهر خرم آباد تشکیل می دهند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران تعیین شده است. نمونه مورد نظر از بین جامعه آماری دارای شانس مساوی برای جای یافتن در جمعیت نمونه هستند و با استفاده از گیری تصادفی روشی است که هر یک از اجزا جامعه آماری دارای شانس مساوی برای جای یافتن در جمعیت نمونه هستند و با استفاده از تکنیک پرسشنامه به جمع آوری اطلاعات پرداخته شده است. نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد که سبک زندگی اسلامی که امروزه مبحث مورد نظر برخی از مسوولان بوده به صورت نسبی به میزانی بر فرهنگ مصرف کردن (به عنوان متغیر وابسته) مردم شهر خرم آباد اثر گذار بوده است. در مورد اهمیت و کاربرد موضوع باید عنوان کرد که موضوع سبک زندگی می تواند در انتخاب بررسی های سطح کلان بسیار راه گشا باشد، چرا که مولفه های سبک زندگی که به صورت تقریبی نمود عینی و آشکاری از زندگی فردی و جمعی را نمایش می دهند، می توانند به عنوان پایه مطالعات گسترده تر قرار گیرند.

ادبیات نظری

امروزه با توسعه زندگی شهری و به موازات افزایش اهمیت مباحث تمایز و هویت یابی، سبک زندگی بیش از گذشته اهمیت یافته است. انسان شهرنشین با به کارگیری سبک زندگی تلاش می کند منزلت اجتماعی خود را به دیگران نشان دهد. (Fazeli, 2008) هم چنین انسان امروزی به عنوان عضوی از دنیای مدرن می کوشد تا با انتخاب های خود بر مبنای ارزش هایش، سبک زندگی خود را شکل دهد و از طریق بهبود کیفیت زندگی خود، رضایتش را از زندگی افزایش دهد. کیفیت زندگی به عنوان تعادلی در تامین و ارضای نیازهای زیست شناختی و انسانی و یکپارچه سازی مردم در عرصه ها و موقعیت های اجتماعی شان تعریف می شود که با تبیین قواعد تجربی نیازی بشر مرتبط است. (Farahbakhsh & Yousefvand, 2019:93) همچنین کیفیت زندگی از جمله مسائل مهمی است که ابتدا با گسترش همه جانبه تکنولوژی و فرایند صنعتی شدن در کشورهای غربی مورد توجه اندیشمندان قرار گرفت. گسترش روزافزون فرایند صنعتی شدن که خود را با تولید انبوه کالاها و خدمات متنوع در بعد کمی نشان می دهد، مشکلات زیادی را برای بشر مدرن به همراه آورد. از جمله این

مشکلات می توان به آلودگی هوا و تخریب محیط زیست اشاره کرد که با افزایش فشارها و استرس های روحی روانی، صدمات جبران ناپذیری را به بشر وارد کرده است. به همین دلیل توجه بسیاری از دانشمندان و صاحب نظران به کیفیت زندگی معطوف شد تا از این طریق تلاش هایی در جهت ارتقای شرایط و بهبود بخشیدن به بعد کیفی زندگی بشر صورت گیرد. (Ghasemzad&etc, 2011: 109) این مفهوم (کیفیت زندگی) نیز به مانند مفهوم سبک زندگی، مفهومی تازه به حساب می آید و با عنایت به نزدیکی به یکدیگر، دارای تاثیر و تاثر نیز بر هم هستند. سبک زندگی را روش های مختلف زندگی می دانند که در خلال ارزش ها، مد و مصرف نمایان می شوند. این مفهوم با مفهوم گروه های منزلتی ماکس وبر همخوانی دارد و به طور عام به تضاد و تمایز میان روش های زندگی ایجاد شده میان گروه های متفاوت جامعه مانند جوانان، بازنشستگان و... اشاره دارد. (Oxford,2009)

وبلن سبک زندگی را الگوی رفتار جمعی می داند و آن را از رسوم و عادات اجتماعی و طرز تفکر و نیز نمود فرایندها و ساز و کارهای روحی، عادات فکری و معرفتی فرد در رفتار او معرفی می کند. (Veblen,1899) نهاد اجتماعی و مصرف دو مفهوم اساسی در اندیشه وبلن هستند. او بشر را ناگزیر از حضور در اجتماع برای تداوم و توسعه زندگی می داند و نهاد اجتماعی تبلور نحوه حضور و انطباق فرد با جامعه است. نهادها از نظر وبلن الگویی متشکل از رفتار جمعی یا گروهی هستند که به عنوان جزء و بخش اساسی یک فرهنگ پذیرفته می شوند و شامل رسوم، عادات اجتماعی، قوانین، روش های فکری و بطور کلی سبک زندگی هستند. (Mahdavi,2011) مصرف نیز دیگر موضوعی است که وبلن در آثار جامعه شناختی خود به آن پرداخته است. او معتقد است که با آغاز دوره مدرن و افزایش چشمگیر مصرف گرایی، مصرف کنندگان دوره مدرن را می توان به عنوان گروهی که الگوهای مصرف نقشی محوری را در زندگی شان بازی می کند و از این طریق ابزار تمایز آن ها از سایر گروه ها را فراهم می کند در نظر گرفت. (Bocock,2002) وبلن الگوی مصرف را استراتژی اصلی سبک زندگی می داند که از سوی مردم به مثابه شاخصی برای تمایز آنان از اقشار پایین تر به شمار می رود. (khademian,2011) مصرف در اندیشه وبلن جایگاه ویژه ای دارد. او علت مصرف انواع کالاها را نه برای معاش، بلکه برای ایجاد تمایز میان مردم می داند. (Ritzer,2010) وبلن با تاکید بر الگوی مصرف و مواجه طبقات مختلف جامعه به آن و تحلیل آن، دو نوع رفتار [سبک زندگی] را در فضای اجتماعی آن دوره ترسیم و تبیین می کند که انطباق آن با جوامع امروزی و نیز جامعه ایران نیز موضوع دشواری نیست. این دو نوع مواجهه که منجر به دو نوع شیوه رفتاری در زندگی یا دو نوع سبک زندگی می گردد «مصرف متظاهرانه» و «فراغت متظاهرانه» هستند. مصرف متظاهرانه بدان معناست که مصرف طبقه مرفه نه از سر نیاز بلکه برای کسب اعتبار اجتماعی و به گونه ای جلب توجه صورت می گیرد. (Veblen,2004:77) به عبارت دیگر مصرف نوعی از کالا، نه برای معاش، بلکه برای رسیدن به شأن و منزلت عالی تر کسانی است که آن ها را مصرف می کنند و بنابراین مبنایی می آفریند برای تمایزات تبعیض آمیز میان مردم. هم چنین منظور وی از فراغت متظاهرانه نیز تن آسایی متظاهرانه یا استفاده غیر سازنده از زمان و هدر دادن زمان به عنوان روشی برای ایجاد تمایز تبعیض آمیز بین خود و دیگران و بالا بردن شأن و منزلت اجتماعی فردی که می تواند اوقات خود را اینگونه سپری کند. (Ritzer,2010:110) وی هم چنین در تناسب با این دو مفهوم به مثابه دو روش یا سبک زندگی و درباره مصرف و سبک زندگی، «فراغت نیابتی» و «مصرف نیابتی» را بیان می کند. در سیستم های بسیار پیچیده سلسله مراتب اجتماعی، افراد سطوح پایین تر می کوشند با تقلید رفتار و یا مشخصا الگوی رفتار و مصرف آن ها، خود را به آن ها شبیه کنند. (khademian,2011)

جرج زیمل نیز از اندیشمندانی است که برای مطالعه مفهوم سبک زندگی کاویدن و بررسی آثار او ضروری است. وی در پی برقراری ارتباط بین قلمرو اجتماعی و شیوه [سبک] زندگی انسان مدرن برآمد. وی در کتاب ارزشمند «فلسفه پول» فصلی به نام «سبک زندگی» دارد. ریتزر معتقد است که شهرت زیمل بر پایه نظریات وی در باب زندگی روزمره است. زیمل را نخستین جامعه شناس زندگی مدرن می دانند که در آن مصرف از مهمترین و برجسته ترین نمودهای آن است. وی همچنین علاوه بر مصرف با هدف دنبال کردن نمادهای منزلتی، به موضوع مد نیز پرداخته است که همه اینها از ذهنیت وی درباره «فراغت» ناشی می شود. او دیدگاه های خود در باب اندیشه فرد مدرن و انتخاب های او در جامعه شناسی مصرف و سبک های زندگی را در سال ۱۹۰۴ در مقاله مد منعکس کرد. (همان) بر اساس اندیشه و عقیده او «سبک زندگی» همان «فرهنگ» است. پس اگر بخواهیم از نگاه او «سبک زندگی» را تعریف کنیم، می گوئیم: سبک زندگی کل به هم پیوسته ای از اشکال (صورت هایی) است که فرد (یا افراد یا اجتماع) حسب انگیزه های درونی (سلیقه) خودشان و به واسطه تلاشی که برای ایجاد توازن میان

شخصیت ذهنی و فردیت محیطی عینی و انسانی شان به انجام می‌رسانند برای زندگی خودشان برمی‌گزینند. (Mahdavi, 2011)

ماکس وبر، مفهوم سبک زندگی را برای تبیین سلسله مراتب و قشریندی اجتماعی بکار برده است. وی برای تبیین قشریندی اجتماعی و نیز تمایزات اجتماعی، علاوه بر مفهوم طبقه به عنوان اقتصادی و حزب به عنوان مفهومی سیاسی برای تحلیل ساختار قدرت سیاسی در جامعه، مفهوم گروه منزلت را مطرح می‌کند. (Cores, 1993: 313) از نظر او، منزلت معمولاً جزء لاینفک گروه‌های حقیقی است، نه دسته‌های ساده از افراد و این گروه‌های منزلتی اغلب «سبک زندگی» یا شیوه رفتاری خاص خود را دارند که آن‌ها را از بقیه افراد جامعه متمایز می‌کند. (Grabb, 2002: 77) وی معتقد است که منزلت، باعث ایجاد تمایز میان مردم از نظر الگوی مصرف می‌شود و خود مردم بطور سلیقه‌ای آن را درک می‌کنند و در نهایت این اقدام سیاسی است که از طریق تعریف مزایای قانونی زیر ساخت جامعه، بر وضعیت شغلی و منزلت اجتماعی تأثیر می‌گذارد. (Mahdavi, 2011: 107) وبر، الگوی مصرف را شاخص مهمی برای طبقه بندی انسانها در گروه‌های منزلتی می‌داند. (Fazeli, 2008: 27) او در بیان تفاوت طبقه و منزلت، با توجه به گرایشی که به مفهوم کنش دارد، مفهوم طبقه را گروهی از انسان‌ها می‌داند که در وضعیت طبقاتی یکسان قرار دارند و لذا دو طبقه را یک اجتماع نمی‌داند. بلکه گروهی از افراد با وضعیت اقتصادی یا بازار یکسان می‌داند. اما منزلت در نظر او بر خلاف طبقه بر اجتماع دلالت دارد و گروه منزلتی را معمولاً اجتماع می‌داند و منزلت را با سبک زندگی پیوند خورده می‌داند. منزلت در این تعریف با مفهوم مصرف هم پوشان است. منزلت به مصرف کالای تولید شده ارتباط دارد و طبقه به تولید اقتصادی مرتبط است. با توجه به مفهوم مصرف و اهمیت آن در تعریف منزلت، بدیهی است که افرادی که در راس سلسله مراتب منزلت قرار دارند، دارای سبک زندگی متفاوتی از کسانی هستند که در پایین سلسله مراتب قرار دارند. (Ritzer, 2015) پس می‌توان گفت بر اساس نظر وبر جامعه فقط به لحاظ اقتصادی قشریندی نمی‌شود، بلکه بر اساس منزلت و راه و رسم آشکار شدن منزلت در «سبک‌های زندگی» گروه‌های اجتماعی مختلف نیز قشریندی می‌شود. (Reimer, 1995: 121) وی یکی کارکرد سبک زندگی را انسجام بخشیدن به گروه‌های اجتماعی می‌داند. به عبارت دیگر افرادی که سبک زندگی مشابهی دارند، نوعی انسجام گروهی را که ناشی از شباهت در رفتار و الگوی مصرف است، تجربه می‌کنند. (khademian, 2011) در واقع می‌توان گفت او مفاهیم طبقه و منزلت را با مفهوم مالکیت و تولید و همین‌طور با مفهوم مصرف در پیوند می‌داند و مانند ویلن و زمیل معتقد است که طبقات بر اساس روابطی که با تولید و دستیابی به کالاها دارند قشریندی می‌شوند. در حالی که گروه‌های منزلت بر اساس اصول مصرف آن کالاها – چنانچه در سبک‌های زندگی خاص متجلی می‌شوند- قشریندی می‌شوند. (Ashraf, 1967: 31) در تجزیه و تحلیل از نوع وبری، سبک زندگی در ترکیب با الگوی مصرف، به ابزاری تبدیل می‌شود که به واسطه آن می‌توان افتخار، اعتبار و پایگاه اجتماعی را مورد شناخت و تایید قرار داد. (Hendry&etc, 2002)

از نظر آنتونی گیدنز، سبک زندگی اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربردی ندارد، زیرا ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد زیادی از امکان‌های موجود است. وی مساله سبک زندگی را مفهومی می‌داند که در چارچوب نوعی مصرف‌گرایی مطرح می‌شود و به همین دلیل آن را تا حدی مبتذل می‌داند، اما اذعان می‌کند که همه ما ناگزیر از پیروی از شیوه معینی از زندگی و به عبارت دیگر ناگزیر از انتخاب هستیم. (Giddens, 2012) او انتخاب و قدرت انتخاب را عامل اصلی شکل‌گیری سبک‌های زندگی می‌داند اما بیان می‌دارد که اغلب این قدرت انتخاب به وسیله عواملی محدود می‌شود که از محدوده اختیار فرد بیرون است. (Giddens, 1991) گیدنز بر آن است که «سبک زندگی» بیشتر شبیه ژانر در ادبیات و هنر است و مانند الگو یا نوعی شابلون انسان‌ها را قادر می‌سازد که به وسیله آن به نوعی «حکایت گویی از خود» بپردازند. سبک‌های زندگی که افراد برای خود برمی‌گزینند، نه فقط نیازهای جاری آنها را بر می‌آورند، بلکه روایت خاصی را هم که آنها برای هویت شخصی خود برگزیده‌اند در برابر دیگران متجسم می‌سازند. (khademian, 2011) او نیز در تبیین مفهوم سبک زندگی طبقه و نظام طبقاتی را مطرح می‌کند و مالکیت یا عدم مالکیت دارایی و ابزار تولید را عامل ایجاد نظام طبقاتی می‌داند. (Giddens, 1973) دیدگاه‌های او درباره نظام طبقاتی به دیدگاه‌های ماکس وبر نزدیک تر است. (Grabb, 2002: 204) او نیز به مصرف به عنوان عاملی مهم در شکل‌گیری سبک زندگی می‌نگرد و برای روشن ساختن مرزهای طبقاتی سه عامل را مطرح می‌کند که این سه عامل ما را به مفهوم سبک زندگی رهنمون می‌شوند: ۱. تقسیم کار در محل کار ۲. چگونگی ساخت یافتن روابط مبتنی بر اقتدار در محل کار ۳. الگوی «گروه بندی توزیعی» که به میزان خوشه بندی اشاره می‌کند که به دلیل سبک‌های زندگی یا عادات مصرفی متمایز به وجود می‌آید. (khademian, 2011)

پیرو بردیو بی شک بهترین و جامع‌ترین نظریات را درباره سبک زندگی دارد و یکی از بهترین آثار را در این زمینه با عنوان «تمایز» (۱۹۷۹) منتشر کرد. وی را می‌توان تنها جامعه‌شناسی دانست که بنیان نظری استواری برای تحلیل پدیده مصرف آورده است. (Fazeli, 2008) وی گرچه با وبر درباره جایگاه افراد در طبقات اجتماعی و سلسله مراتب فرادست و فرودست هم نظر است، اما پایگاه فرد را تنها از دید روابط اقتصادی بررسی نمی‌کند. او برای تبیین رابطه پایگاه فرد و طبقه از مفاهیم ملکه، منش و طبیعت ثانوی (عادت واره) استفاده می‌کند.

کند. (Goldthrope&Tak Wing,2004) او در نظریه سبک زندگی خود و تحلیل آن به عامل مصرف نگاه ویژه ای دارد. از نظر او گروه های منزلتی از الگوی مصرف جهت متمایز کردن روش های زندگی خود از یکدیگر بهره می برند. او مصرف را تنها ارضاء یک دسته از نیازهای زیستی نمی داند و به همین جهت نیز کوشید رهیافت های مصرف را با استفاده از انگاره های گروه های اجتماعی منزلتی، با نمادها و نشانه ها و نیز با فرهنگ ترکیب کند. (Bocock,2002) آن چه که بوردیو آن را عادت واره، منش و یا ملکه می نامد، آن چیزی است که فرد به دست آورده است و در او به صورت قالب و خلق و خوی نشسته است و به تاریخ پیوسته است. (Bourdieu,1993) بوردیو سبک زندگی را نتیجه تجلی یافته «عادت» می داند. به عقیده وی عناصر روینایی که فضای زندگی انسان را در بر گرفته اند بخشی از سبک زندگی او به شمار می روند. (Palumets,2002) منش یا عادت واره در اندیشه او، نظامی از تمایلات استوار و قابل انتقال است که اعمال فرد را شکل می دهند. «میدان» نیز در نظر او زیر فضایی اجتماعی است که در آن یک عادت واره یا منش خاص حاکمیت دارد. میدان و عادت واره رابطه ای گردشی دارند. عادت واره ها در میدان ها شکل می گیرند و نیز عادت واره به نوبه خود باعث بازتولید میدان می شود. (Bourdieu,2014) باکاک در کتاب «مصرف» خود در تبیین نظرات بوردیو در باب سبک زندگی و مصرف، معتقد است که بوردیو در نظر داشت تحلیل کند که چگونه گروه های خاص به ویژه طبقات اجتماعی- اقتصادی از میان سایر چیزها، انواع کالاهای مصرفی، روش های ارائه خوراک و غذا خوردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل را به کار می گیرند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص کنند و خود را از دیگران متمایز می کنند. (Bocock,2002) وی با پرداختن به سرمایه فرهنگی به طور مشخص تاثیر آن را بر مصرف (مصرف فرهنگی)، فعالیت و سبک زندگی افراد بررسی و تحلیل می کند و می گوید دارندگان سرمایه فرهنگی زیاد، خود را با مصرف فرهنگی و هنر متعالی از بقیه متمایز می کنند. (Bourdieu,1984) از نظر بوردیو سرمایه فرهنگی، از میان انواع سرمایه، نقش مهمتری دارد و تحلیل جامعه شناختی «مصرف» و نیز «سبک زندگی» بر اساس این مفهوم صورت گرفته است. (Fazeli,2008) او سبک زندگی را بر پایه مصرف و قریحه (سلیقه) تبیین می کند. عادت واره ها، قریحه ها (سلیقه ها) بیش از هر جا در الگوی مصرف خود را نمایان می کنند. با بررسی آراء و نظرات پنج جامعه شناس برجسته که نظرات آنها به اختصار از نظر گذشت (وبلن، زیمل، وبر، گیدنز، بوردیو) می توان به طور خلاصه ماهیت نظرات آن ها و نمود آن را در جدول زیر نشان داد:

جدول ۱. ماهیت و نمود نظرات دانشمندان مورد بررسی درباره سبک زندگی

دانشمند	ماهیت	نمود
وبلن	عادات فکری	مصرف نمادین
زیمل	فردیت برتر	مد و مصرف
وبر	منزلت اجتماعی	طبقه اجتماعی و مصرف
گیدنز	هویت اجتماعی	منش و مصرف
بوردیو	هویت اجتماعی	مصرف

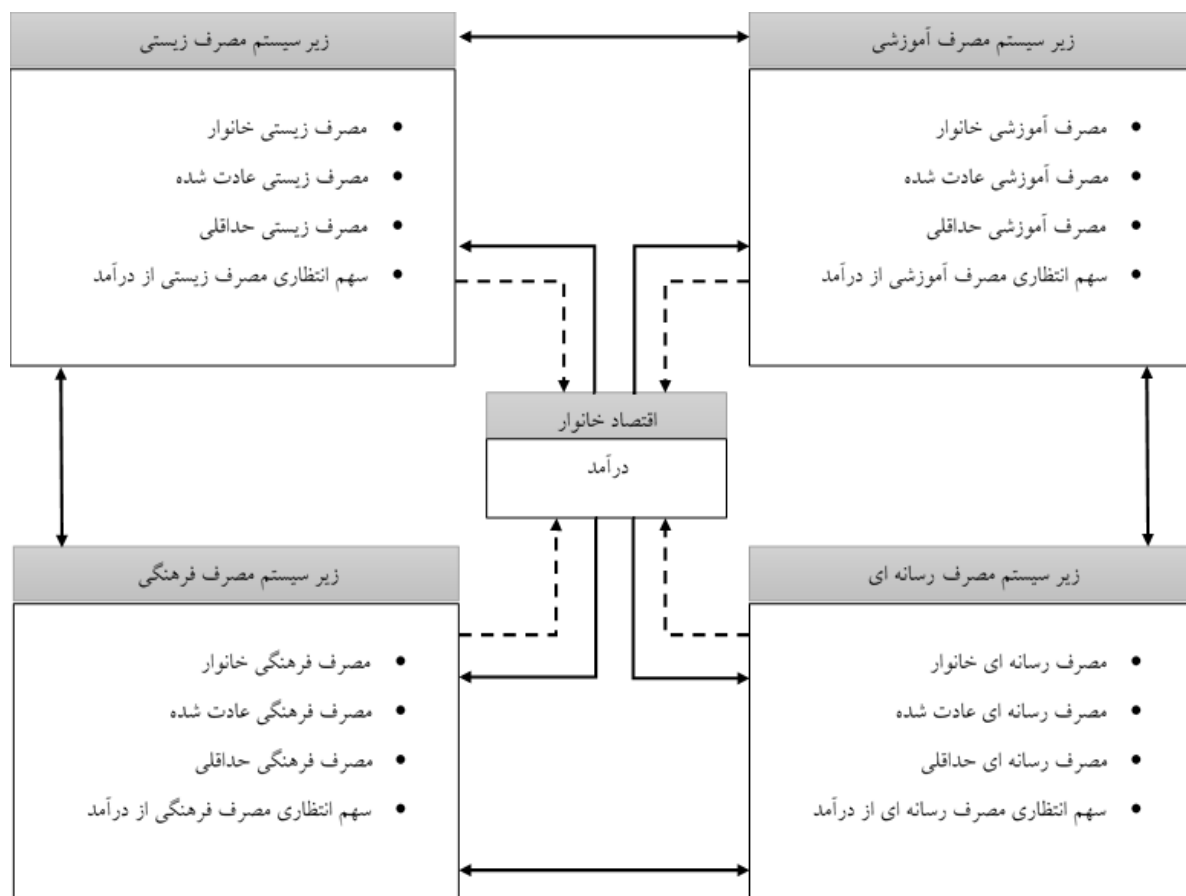
همان طور که ملاحظه می شود، مصرف در همه نظریات مربوط به سبک زندگی با هر ماهیت و تعریفی عاملی مهم در بروز و نمود سبک زندگی است. در میان تعاریف مختلف از اندیشمندان مختلفی که درباره سبک زندگی به ارائه نظرات پرداخته اند سبک زندگی را با مفاهیمی چون الگوهای واقعی رفتار، اوقات فراغت، عادت و مصرف تعریف کرده اند. با توجه به تعاریفی که از نظر گذشت می توان نتیجه گرفت که مصرف در واقع نمود و بروز الگوهای واقعی رفتار، اوقات فراغت (که امروزه به عنوان خدمت و یا کالایی قابل خریداری مطرح است) و نیز عادت است و می توان به طور کلی مصرف را مهم ترین عامل و مولفه بروز سبک زندگی دانست. از این رو این پژوهش بر مصرف به عنوان مهم ترین بروز و نمود سبک زندگی متمرکز شده است و سبک زندگی را با رویکرد مصرف مورد بررسی قرار داده است.

چارچوب روش شناختی؛

رویکرد این مقاله به سبک زندگی، رویکردی سیستمی است. بدین معنی که سبک زندگی مصرفی خانوار را یک سیستم پویا در نظر گرفته است و می کوشد با ابزارهای تفکر سیستمی و به خصوص ابزارهای سیستم های دینامیکی آن را تبیین کند و به موضوع آموزش و حضور آن در سبک هزینه ای خانوار و به عبارت بهتر در سبک مصرف خانوار نگاه دقیق تری دارد. در این خصوص با بررسی هزینه های خانوارهای ایرانی که در گزارش های سالانه بانک مرکزی به تفصیل منعکس شده اند، همه هزینه های یک خانوار امروزی جامعه ایرانی به چهار دسته

کلی طبقه‌بندی شده است که عبارتند از: ۱. هزینه‌های زیستی ۲. هزینه‌های آموزشی ۳. هزینه‌های رسانه ای ۴. هزینه‌های فرهنگی. متناظر با این چهار گروه هزینه، چهار گروه مصرف نیز وجود دارد که عبارتند از: ۱. مصرف زیستی ۲. مصرف آموزشی ۳. مصرف رسانه ای ۴. مصرف فرهنگی

این چهار نوع مصرف و روابط آن‌ها با یکدیگر و مکانیسم دینامیکی بین آن‌ها الگوی مصرف خانوار ایرانی را شکل می‌دهد. از دیدگاه پویایی سیستم‌ها این ساختار کلی به عنوان سبک زندگی مصرفی خانوار، دارای چهار زیر سیستم است که ارتباط آن‌ها به شکل زیر است:



نمودار زیر سیستم

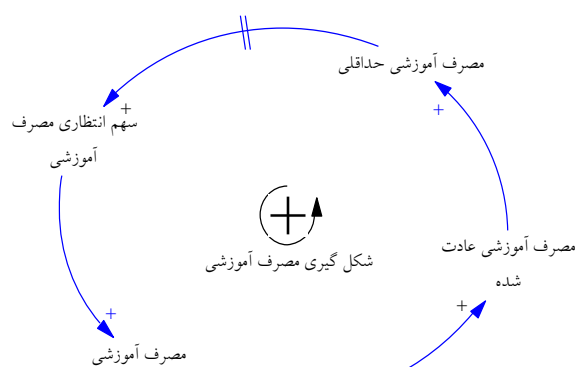
شکل ۱. نمودار زیر سیستم های سبک زندگی مصرفی خانوار

هر کدام از انواع مصرف های یاد شده یک زیر سیستم برای سیستم کلی مصرف محسوب می شود و دارای مولفه ها و عواملی است و ساز و کار و روابط علی و معلولی آن ها در قالب روابط علی - معلولی به شرح زیر تبیین می شود. ساز و کار و روابط علی این چهار نوع مصرف (چهار زیر سیستم) به طور کلی روندی مشابه یکدیگر دارند.

نمودار علی معلولی مصرف آموزشی خانوار

در حلقه علی معلولی مربوط به مصرف آموزشی به عنوان مکانیسمی مهم در مصرف خانوار، که بیانگر اهمیت خانوارهای ایرانی به موضوع آموزش و پرورش فرزندان خود است، خانوار میزانی از درآمد سرانه خود برای مصارف آموزشی خود هزینه می کند. بدین معنی که خانوار ایرانی با توجه به میزان اهمیتی که برای مقوله آموزش قائل است و ترجیح می دهد از سایر مصارف خود کاسته اما اعضای خانواده و بویژه فرزندان در مدرسی که از نظرشان مناسب است تحصیل کنند و یا در دانشگاه ها ادامه و تا حد ممکن در سطوح بالاتر تحصیل کنند، از میزان هزینه های مربوط به سایر مصارف کاسته و آن ها را مدیریت می کند تا این خواسته را برآورد کند. این سطح مصرف، سطحی از مصرف را برای خانوار رقم می زند که مصرف آموزشی عادت شده نام دارد و سطحی از مصرف آموزشی است که خانوار به در طول زمان و بر اساس موارد یاد شده به آن عادت می کند. این سطح مصرف عادت شده، میزان مصرف حداقلی را در خانوار ایجاد می کند. یعنی خانوار

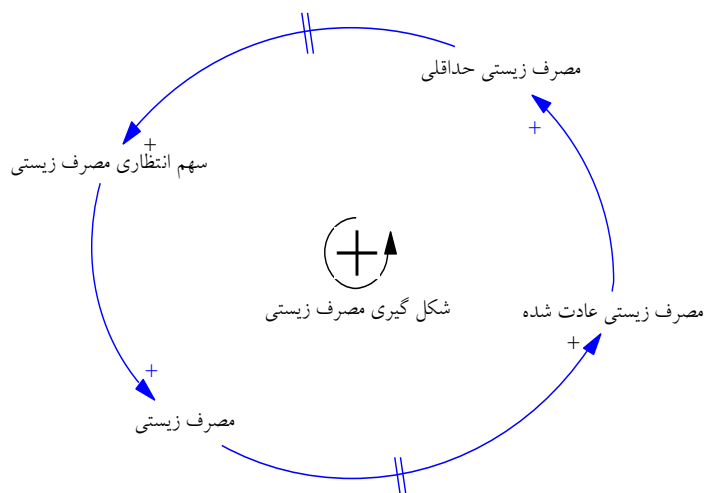
بر اساس سطح مصرف آموزشی عادت شده خود، میزان حداقلی مصرف آموزشی خود را شکل می دهد. میزان مصرف حداقلی آموزشی در خانوار انتظاری از مصرف آموزشی خود از درآمد سرانه اش ایجاد می کند و این یعنی خانوار توقع دارد که سهم انتظاری اش از درآمد سرانه به مصرف آموزشی تخصیص یابد که این سهم انتظاری مجدداً از طریق تأثیری که بر مصرف آموزشی خانوار دارد این حلقه را کامل می کند و نیز بر سایر انواع مصرف نیز تأثیر می گذارد. یعنی حلقه روابط علی و معلولی به ترتیب بین مصرف آموزشی خانوار، مصرف آموزشی عادت شده، مصرف آموزشی حداقلی و سهم انتظاری مصرف آموزشی از درآمد خانوار و به صورت چرخه ای مثبت شکل می گیرد.



شکل ۲. نمودار علی معلولی مصرف آموزشی خانوار

نمودار علی معلولی مصرف زیستی خانوار

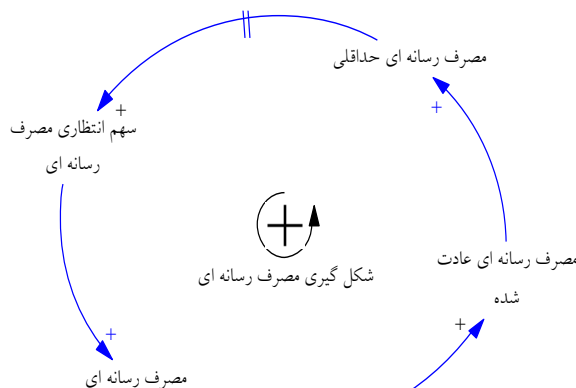
بدیهی است که مصرف زیستی، علیرغم میزان اهمیتی که خانوار با توجه به رویکرد و سبک زندگیش ممکن است به سایر انواع مصارف از قبیل مصرف آموزشی بدهد، اولویت اول مصرف خانوار است. بدین معنی که خانوار اولین هزینه هایی که از درآمد سرانه خود انجام می دهد صرف این نوع از مصرف می کند. مصارفی از قبیل خوراک، پوشاک، مسکن و... در این نوع مصرف خانوار میزانی از درآمد سرانه خود را بر اساس نرخ این نوع مصرف (که در طول زمان به دست آمده است) و میزان مصرف زیستی اولیه، برای مصارف زیستی خود هزینه می کند. این سطح مصرف، سطحی از مصرف را برای خانوار رقم می زند که به آن مصرف زیستی عادت شده گفته می شود و سطح مصرفی است که خانوار در طول زمان و بر اساس موارد یاد شده به آن عادت می کند. این سطح مصرف عادت شده، میزان مصرف حداقلی را در خانوار ایجاد می کند. یعنی خانوار بر اساس سطح مصرف زیستی عادت شده خود، میزان حداقلی مصرف زیستی خود را شکل می دهد. میزان مصرف حداقلی در خانوار انتظاری از مصرف زیستی خود از درآمد سرانه اش ایجاد می کند و این یعنی خانوار توقع دارد که سهم انتظاری اش از درآمد سرانه به مصرف زیستی تخصیص یابد که این سهم انتظاری مجدداً از طریق تأثیری که بر مصرف زیستی خانوار دارد این حلقه را کامل می کند و نیز بر سایر انواع مصرف نیز تأثیر می گذارد. یعنی حلقه روابط علی و معلولی به ترتیب بین مصرف زیستی خانوار، مصرف زیستی عادت شده، مصرف زیستی حداقلی و سهم انتظاری مصرف زیستی از درآمد خانوار و به صورت چرخه ای مثبت شکل می گیرد.



شکل ۳. نمودار علی معلولی مصرف زیستی خانوار

نمودار علی معلولی مصرف رسانه ای خانوار

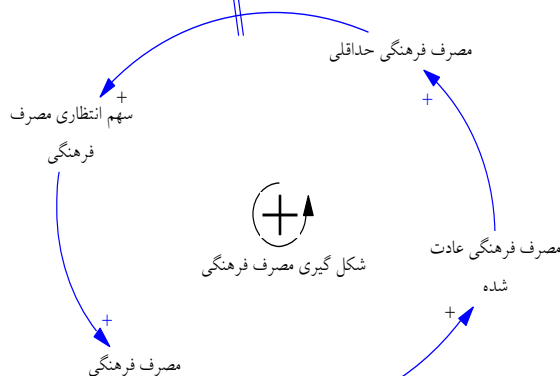
در حلقه علی - معلولی مصرف رسانه ای نیز همان مکانیزم عمل می کند. یعنی در این نوع مصرف خانوار میزانی از درآمد سرانه خود را برای مصارف رسانه ای خود هزینه می کند. این سطح مصرف، سطحی از مصرف رسانه ای را برای خانوار رقم می زند مصرف رسانه ای عادت شده خوانده می شود و سطح مصرفی است که خانوار در طول زمان به آن عادت می کند. این سطح مصرف عادت شده، میزان حداقلی مصرف رسانه ای را در خانوار ایجاد می کند. یعنی خانوار بر اساس سطح مصرف رسانه ای عادت شده خود، میزان حداقلی مصرف رسانه ای در خانوار، انتظاری از مصرف رسانه ای خود از درآمد سرانه اش ایجاد می کند و این یعنی خانوار توقع دارد که سهم انتظاری اش از درآمد سرانه به مصرف رسانه ای تخصیص یابد که این سهم انتظاری مجدداً از طریق تأثیری که بر مصرف رسانه ای خانوار دارد این حلقه را کامل می کند. یعنی حلقه روابط علی و معلولی به ترتیب بین مصرف رسانه ای خانوار، مصرف رسانه ای عادت شده، مصرف رسانه ای حداقلی و سهم انتظاری مصرف رسانه ای از درآمد سرانه ای از درآمد خانوار و به صورت چرخه ای مثبت شکل می گیرد.



شکل ۴. نمودار علی معلولی مصرف رسانه ای خانوار

نمودار علی معلولی مصرف فرهنگی خانوار

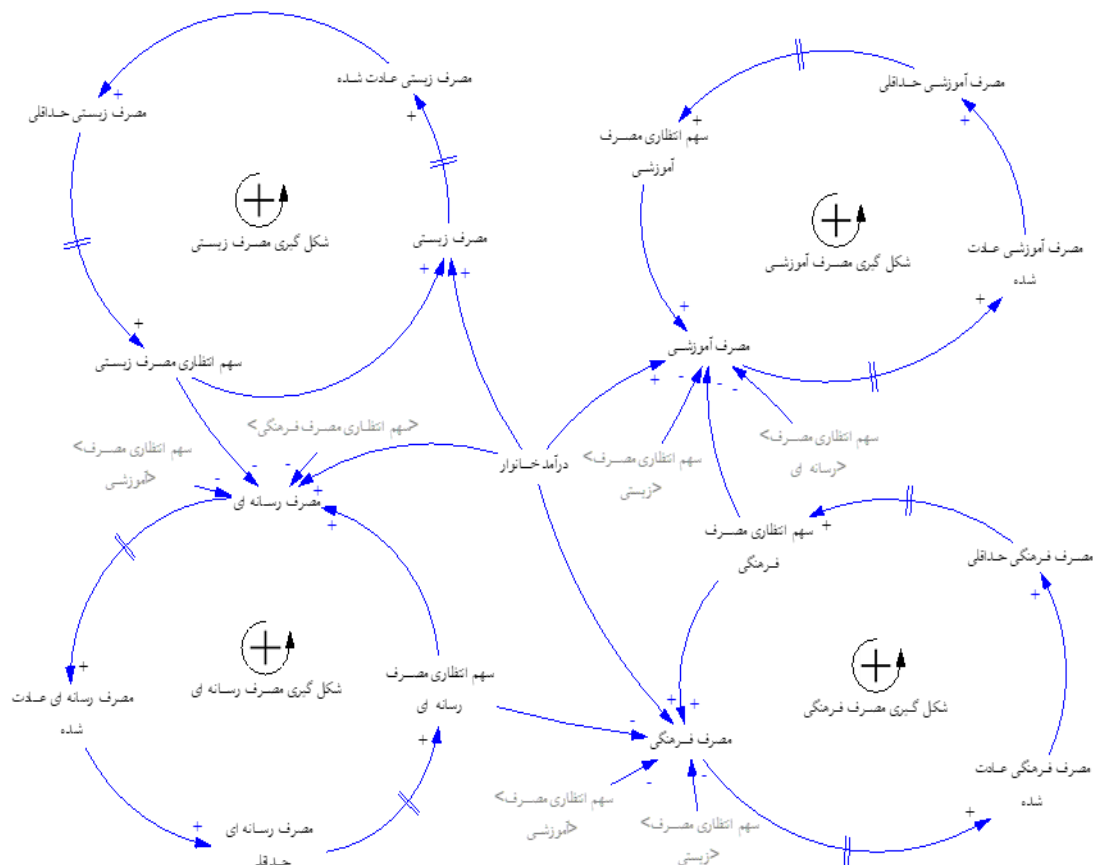
در حلقه علی - معلولی مربوط به مصرف فرهنگی نیز فرایندی مشابه آنچه در حلقه های علی - معلولی سایر مصارف بیان شد رخ می دهد. یعنی در این نوع مصرف نیز خانوار میزانی از درآمد سرانه خود را برای مصارف فرهنگی خود هزینه می کند. این سطح مصرف، سطحی از مصرف فرهنگی را برای خانوار رقم می زند که مصرف فرهنگی عادت شده نامیده می شود و سطح مصرفی است که خانوار در طول زمان و بر اساس موارد یاد شده به آن عادت می کند. این سطح مصرف عادت شده، میزان حداقلی مصرف فرهنگی را در خانوار ایجاد می کند. یعنی خانوار بر اساس سطح مصرف فرهنگی عادت شده خود، میزان حداقلی مصرف فرهنگی خود را شکل می دهد. میزان مصرف حداقلی در خانوار، انتظاری از مصرف فرهنگی خود از درآمد سرانه اش ایجاد می کند و این یعنی خانوار توقع دارد که سهم انتظاری اش از درآمد سرانه به مصرف فرهنگی تخصیص یابد که این سهم انتظاری مجدداً از طریق تأثیری که بر مصرف فرهنگی خانوار دارد این حلقه را کامل می کند و نیز بر سایر انواع مصرف نیز تأثیر دارد. یعنی حلقه روابط علی و معلولی به ترتیب بین مصرف فرهنگی خانوار، مصرف فرهنگی عادت شده، مصرف فرهنگی حداقلی و سهم انتظاری مصرف فرهنگی از درآمد خانوار و به صورت چرخه ای مثبت شکل می گیرد.



شکل ۵. نمودار علی معلولی مصرف فرهنگی خانوار

مدل مفهومی علی معلولی سبک زندگی با رویکرد مصرف

در نهایت با توجه به توضیحاتی که در خصوص هر زیر سیستم و روابط علی و معلولی آن ها بیان شد، این چهار نوع مصرف که چهار نوع زیر سیستم را تشکیل می دهند، بر اساس درآمد سرانه خانوار و نیز سهم انتظاری مصرف هر یک از انواع مصرف با هم مرتبط می شوند و سیستمی یکپارچه را تشکیل می دهند. نمایش یکپارچه این سیستم که در آن هر ۴ زیر سیستم و روابط علی و معلولی آنها آورده شده است در شکل زیر مشاهده می شود. همانطور که ملاحظه می شود همه روابطی که به طور مجزا شرح داده شد در این نمودار یکپارچه وجود دارد و روابط ۴ زیر سیستم نیز دیده می شود. سهم انتظاری مصرف از درآمد خانوار در هر یک از انواع مصرف و نیز درآمد خانوار و تاثیرات آنها، از طریق روابط علی و معلولی این ۴ زیر سیستم را به یکدیگر مرتبط می کند و مدلی یکپارچه از این روابط را نمایش می دهد.



شکل ۶. نمودار علی معلولی سبک زندگی خانوار با رویکرد مصرف

نتیجه گیری

چهار نوع مصرف خانوار و چرخه شکل گیری این چهار نوع مصرف از نظر گذشت و در نهایت در شکل بالا این چهار نوع مصرف، در یک نمودار کامل با هم و در تعامل با هم یک نمودار کلی را شکل می دهند که به آن «نمودار سیستم دینامیکی سبک زندگی مصرفی» خانوار می گوئیم. در این نمودار همان گونه که ملاحظه می شود، درآمد خانوار به هر چهار نوع مصرف تعلق می گیرد و هر چه میزان این درآمد بیشتر باشد، میزان انواع مصارف نیز بیشتر خواهد بود. مطابق توضیحاتی که در شرح هر یک از زیرسیستم ها و انواع مصرف داده شد در هر کدام از انواع مصرف، خانوار بر اساس میزان درآمد خود به آن مصرف می پردازد و بر اساس سطحی از آن مصرف که به آن عادت کرده است به سطح حداقلی می رسد، و سپس بر اساس آن، سهمی از درآمد را که خانوار انتظار دارد در آن نوع از مصرف صرف کند را تعیین می کند. این سهم انتظاری مصرف، بر میزان سایر مصارف تاثیرگذار است. یعنی به دلیل محدود بودن بودجه (درآمد خانوار) هر چه سهم انتظاری مصرف در یک نوع مصرف بیشتر باشد، میزان سایر مصارف کاهش می یابد. این دینامیک در هر چهار نوع مصرف وجود دارد و هر چهار نوع مصرف بر اساس درآمد خانوار سهم انتظاری خود را تعیین کرده و در سطح درآمدی مشخص در هر چهار نوع مصرف به ترکیب مشخصی می رسند. بدیهی است که این ترکیب و جایگاه هر کدام از انواع مصرف در این ترکیب، رویکرد خانواده به امور مختلف را تعیین

می‌کند. میزان هر کدام از انواع مصرف و سهمی از درآمد که خانوار انتظار دارد که در آن زمینه بیشتر هزینه کند، گرایش خانوار به آن زمینه را معین می‌کند. به عنوان مثال اگر خانواده‌ای سهم هزینه‌ای بیشتری برای آموزش در نظر بگیرد، این بدان معناست که این خانواده برای موضوع آموزش و تحصیلات اهمیت بیشتری قائل است و یا اگر برای موضوعاتی که در گروه مصرف فرهنگی طبقه بندی می‌شوند، سهم بیشتری در نظر گرفته باشد، می‌توان گرایش آن خانواده را به فرهنگ و موضوعات فرهنگی دریافت. به طور کلی آنچه از این مدل می‌توان دریافت این است که:

۴.۱. مجموعه مصارف خانوار همه از یک جنس نیستند و خانوار در خلال این مصارف اهمیت موضوع مورد مصرف را نمایان می‌کند. به عبارت دیگر ترکیب هزینه‌ای خانوار بیان‌کننده رویکرد سبک زندگی خانوار و جامعه است.

۴.۲. مصارف خانوارها از یک ساختار سیستم دینامیکی برخوردار است و می‌توان به کمک علم سیستم و مشخصاً سیستم‌های دینامیکی و توانمندی‌های آن رفتارهای خانوارها، سبک زندگی مصرفی آنها و به دنبال آن رفتارها و سبک‌های زندگی مصرفی جامعه را تحلیل کرد.

۴.۳. در نتیجه مورد ۲ می‌توان افزود که می‌توان از توانمندی‌های سیستم‌های دینامیکی برای شناخت، تحلیل و ارائه راه حل‌هایی برای حل مشکل و ارتقای امور اجتماعی و انسانی نیز بهره جست.

۴.۴. در خصوص سیاست‌گذاری فرهنگی و آموزشی جامعه و افزودن به میزان مصرف فرهنگی خانوارها و در پی آن جامعه (سوق دادن سبک زندگی جامعه به سمت سبک زندگی فرهنگی و آموزشی و به تبع آن افزودن به سرمایه فرهنگی جامعه)، می‌توان از این مدل و سایر مدل‌هایی از این نوع استفاده کرد. بدیهی است که به وجود آمدن «خانواده فرهنگی» و در پی آن «جامعه فرهنگی» مستلزم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری صحیح ساختاری است و این تغییر رویکرد فرایندی است که به نگاهی دراز مدت نیاز دارد.

۴.۵. آموزش و مصرف آموزشی از مهم‌ترین مقولات در سبک مصرفی خانوار است که اهمیت دادن به آن در روش‌های درست و به دور از مصرف متظاهرانه و... می‌تواند باعث رشد و اعتلای فرهنگی فرد و خانوار و به تبع آن جامعه شود. این مدل با توجه به رویکرد هزینه‌ای آن و تخصیص هزینه‌ها به انواع مصارف در سبک مصرف خانوار می‌تواند به عنوان مبنایی برای بودجه‌بندی مناسب خانوار گردد به نحوی که مصرف زیستی (که اصولاً در اولویت قرار دارد) باعث کاستن از کیفیت مصرف آموزشی نشود و خانوارها بتوانند اهمیت آن را درک کرده و در سبک مصرف خانوار آن را به عنوان سرمایه‌گذاری مناسبی مدنظر داشته باشند.

۴.۶. خانوارها پس از برآورده شدن مصرف زیستی به سراغ دومین زمینه مهم رفته و بیشترین سهم هزینه‌ای را برای آن قائل می‌شوند. نحوه انجام هزینه و بودجه‌بندی خانوار نشان‌دهنده اهمیت زمینه‌ها در نظام خانواده و در نهایت جامعه است که می‌توان با تحلیل‌های جامعه‌شناختی آن را نیز تحلیل کرد.

۴.۷. جامعه به مثابه یک سیستم پویا عمل می‌کند و رفتارهای نظام اجتماعی در قالب مصرف خود را نمایان می‌سازد. سبک زندگی مصرفی خانوار و جامعه معیار مناسبی برای شناخت رویکرد سبک زندگی خانوار و جامعه است.

References

1. Ashraf, Ahmed (1967) *Sociology of Social Classes in the United States*, Institute for Social Studies and Research, Tehran. [in Persian]
2. Bocoock, Robert, (2002). *Consumption*, translated by Khosro Sabri, Shirazeh Pezhouhesh Publications, 1st edition, Tehran. [in Persian]
3. Bourdieu, Pierre (2014). *Practical Reason: On the Theory of Action*, translated by Morteza Mardiha, Naghshonegar Publications, Tehran. [in Persian]
4. Bourdieu, Pierre, (1993), *The Field of Cultural Production: Essay on Art and Literature*. Columbia University Press. 1st edition.
5. Boudieu, Pierre, (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgments of Taste*, London, R.K.
6. Coser, Lewis A. (1993). *Masters of Sociological Thought*, translated by Mohsen Salasi, Elmi Publications, Tehran. [in Persian]

7. Farahbakhsh, S & Yousefvand, K, (2019), The Effect of Social Capital on the Quality of Work Life of Faculty Members with Moderating of Social Popularity (Case Study: Lorestan University), Quarterly Journal of New Approaches in Educational Administration, Volume 9, Issue 35, Winter 2019, Page: 91-108. [in Persian]
8. Fazeli, Mohammad. (2008). Consumption and Lifestyle. 2nd edition, Sobhe Sadegh Publications, Qom. [in Persian]
9. Ghasemzadeh, A.R & Berenjian, H & Abedi, M.R & Barzide, O .(2011). A Study of The Relationship Among Fars Shahed and Esargar High School Students` Quality of Life, Self-Esteem, Focus of Control, Stress and Social Capital, Quarterly Journal of New Approaches in Educational Administration, Volume1, Issue4, Autumn2011, Page107-124. [in Persian]
10. Giddens, Anthony, (2012). Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age, translated by Naser Movafeghian, Nashr-e Ney Publications, 7th Edition, Tehran. [in Persian]
11. Giddens, Anthony, (1991), Modernity and Self, Cambridge, Polity Press.
12. Giddens, Anthony, (1973), The class structure of the advanced societies, London, Hutchinson and company.
13. Goldthorpe, John H. and Tak wing chan, (2004), Social Stratification and cultural consumption: music in England, Department of sociology, University of oxford.
14. Grabb, Edward G. (2002). Theories of Social Inequality - Classical and Contemporary Perspectives, translated by Mohammad Siah Poosh, and Ahmad Reza Gharavizad, Moaser Publications, Tehran. [in Persian]
15. Hendry, Leo B, et al. (2002). Young people`s Leisure and Lifestyle, translated by Faramarz Kakoli Dezfuli and Morteza Mollanazar, National Youth Organization, Third Generation, Tehran. [in Persian]
16. Karami, F & Sarvghad, S & Baghouli, H , (2016), The Relationship of Secondary Grade Students` Personality and Identity Styles with Their Life Satisfaction, Quarterly Journal of New Approaches in Educational Administration, Volume 6, Issue 24, Summer 2016, Page: 115-128. [in Persian]
17. Khademian, Talieh (2011). Lifestyle and Cultural Consumption: A Study on Cultural Sociology and A Preface to the Iranian Cultural Lifestyle, Jahanketab Cultural-Artistic Institute, 3rd Edition, Tehran. [in Persian]
18. Mahdavi Kani, Mohammad Saeed (2011). Religion and Lifestyle, Imam Sadiq University Publications, Tehran. [in Persian]
19. Maio, Gregory R., Verplanken, Bas., Manstead, Antony S.R., Stroebe, Wolfgang., Abraham, Charles., Sheeran, Paschal. & Conner, Mark. (2007). Social Psychological Factors in Lifestyle Change and Their Relevance to Policy. Social Issues and Policy Review, 1(1),99—137.
20. Oxford Dictionary of Sociology. (2009). edited by: John Scott & Gordon Marshall, 3th edition, oxford university press, Britain
21. Palumets, Liss, (2002), Space of Life Styles in Estonia in 1991, Proethnologia
22. Reimer, Bo, (1995), Youth and modern life style, in J.Fornas and G.bolin (eds) Youth Culture in late modernity. London: sage.

23. Ritzer, George. (2015). Contemporary Sociological Theory, translated by Mohsen Salasi, Elmi Publications, Tehran. [in Persian]
24. Ritzer, George. (2010). Contemporary Sociological Theory and Its Classical Roots: The Basics, translated by Shahnaz Mosama Parast, 1st edition, Sales Publications, Tehran. [in Persian]
25. Rostami, Ehsan & Ardeshirzadeh, Marjan, (2013), A Review of Lifestyle Theories, Journal of Lifestyle Studies, Volume 2, Issue 3, page: 9-31. [in Persian]
26. Sahami, S, (2017), Predicting Value Orientation Based on Cultural and Social Development of Students: The Case Study of Islamic Azad University, Quarterly Journal of New Approaches in Educational Administration, Volume 7, Issue 28, Winter 2017, Page: 251-266. [in Persian]
27. Veblen, Thorstein. (2004). The Theory of the Leisure Class, translated by Farhang Ershad, Nashr-e Ney Publications, Tehran. [in Persian]
28. Veblen, Thorstein, (1899) The Theory of the Leisure class, New York, MacMillan & co.
29. Walsh, Roger. (2011). Lifestyle and Mental Health. American Psychological Association. 66(7), 579 –592.