

مقایسه تطبیقی مؤلفه ها و شاخص های سبک زندگی در اندیشه های مقام معظم

رهبری (مدظله العالی) و سه اندیشمند مطالعات فرهنگی (بورديو، استورات هال و جان استوری)

رحیم محمدی^۱

حسن علی اکبری^۲

امیر هوشنگ میرابی قشونی^۳

چکیده

این تحقیق با اشاره به مفهوم سبک زندگی و استخراج شاخص ها و زیر شاخص های: زندگی روزمره، مصرف، اوقات فراغت، شیوه و هویت آن، از تحقیقات مشابه و چارچوب نظری و احصاء اندیشه های مقام معظم رهبری و سه اندیشمند مطالعات فرهنگی (بورديو، جان استوری و استورات هال) تدوین گردیده است. وجود دیدگاه انتقادی به سبک زندگی، مهم ترین تشابه، و نگاه اسلامی به سبک زندگی در دیدگاه مقام معظم رهبری و نگاه مصرفی به سبک زندگی در میان سه اندیشمند، مهم ترین تفاوت؛ و دیدگاه غرب ستیزی در حوزه محتوای سبک زندگی غربی در آراء رهبر معظم انقلاب و فقدان چنین دیدگاهی و پذیرش آن توسط سه اندیشمند، مهم ترین تعارض می باشد که با روش تحلیل محتوای کیفی نتایج مورد اشاره به دست آمده است.

کلیدواژه ها: سبک زندگی، مصرف، هویت، شیوه (مد)، اوقات فراغت، زندگی روزمره.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه جامع امام حسین (ع).

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه جامع امام حسین (ع).

۳. کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه.

۱- مقدمه

ارائه تعریف درست از زندگی در هر نظام و جامعه ای می تواند نقش مهمی در راستای سعادت و شقاوت آن جامعه داشته باشد. امروزه در جوامع مدرن و با شروع دوران نوگرایی بیان تعریف ساده از زندگی راه گشا و حلال مشکلات فرهنگی و اجتماعی آن جامعه نمی تواند باشد. لذا همراه با رشد شهر نشینی و فضای جدید زندگی اصطلاحاتی جدید نیز متولد گردیدند که متأثر از فضای کنونی اجتماع می باشند. گذار از جامعه تولیدی به جامعه مصرفی را شاید بتوان یکی از مهم ترین تحولات جامعه شناسی نوین عنوان کرد. مبنای جامعه شناسی جدید مبتنی بر مصرف فضا، زمان و مکان با توجه به پیشرفت های فناورانه جدید دارای ابعاد و شاخص های جدیدی است که شناخت آنها می تواند ما را در شناخت زندگی جدید کمک کند. در دوران جدید مفهوم جدیدی با عنوان سبک زندگی متولد گردید که آن را می توان مولود مصرف و جامعه شناسی آن نامید. با تغییر نوع نگاه، امروزه آن چیزی که در جامعه مبنای تمایز و تفاوت بین طبقات اجتماعی بر خلاف گذشته می باشد مصرف است نه تولید. انواع مصرف باعث گردیده سبک های زندگی متنوعی شکل بگیرد که همین سبک ها باعث بروز و ایجاد فاصله بین طبقات مختلف جامعه گردیده است. آموزه های اسلامی درباره مصرف و نوع نگاه به آن دارای دستورهای و نظرات دینی می باشند. اندیشمندان اسلامی نیز متأثر از این نوع نگاه دارای دیدگاه هایی به موضوع مصرف و بالتبع آن سبک زندگی می باشند. در شرایط کنونی تعریف و ارائه شناخت درست به موضوع سبک زندگی را از مهم ترین وظایف جامعه شناسی ایران معاصر می توان برشمرد زیرا سبک زندگی جزئی از تار و پود زندگی اجتماعی ماست و ما مانند هوای تنفس از صبح تا شام درگیر مسائل مختلف آن می باشیم و اصلاح سبک زندگی به نوعی باعث حل خیلی از معضلات و مشکلات اجتماع ما می گردد. از این منظر توجه به حوزه سبک زندگی یکی از امور مهم سیاستگذاری فرهنگی کشور می باشد که می تواند برای حل مشکلات فرهنگی و اجتماعی بسیار راهگشا باشد. اندیشمندان مسلمان نیز در این حوزه دارای نظرات و اندیشه های مبتنی بر آموزه های اسلامی

و فرهنگ بومی خود می باشند. مقام معظم رهبری مانند هر اندیشمند دل نگران، پس از مشاهده بحران های فکری و رفتاری در حوزه فرهنگ و سبک زندگی، با تاملات عالمانه خویش در پی ارائه راه حل هایی دین مدارانه در نظرات و بیانات خود برای حل معضلات این حوزه می باشند. مقایسه و تطبیق آراء و اندیشه های ایشان و سه اندیشمند مطالعات فرهنگی یعنی بوردیو، استوارت هال و جان استوری به منظور کشف تفاوت ها، تعارض ها و تشابهات در حوزه فرهنگ و سبک زندگی هدف اصلی تحقیق پیش روی می باشد؛ در دیدگاه اندیشمندان مسلمان نگاه به فرهنگ و سبک زندگی دینی است و این آموزه های دینی هستند که در متن جامعه به عنوان فرهنگ و سبک زندگی مورد توجه قرار می گیرند. حتی نگاه به مصرف هم به نوعی متأثر از فضای دینی و سیاسی جامعه اسلامی می باشد. موضوع قناعت در حوزه مصرف کالا یا ساده زیستی که از اصول اخلاقی مسلمانان می باشند، بسیار در این حوزه تأثیر گذار می باشد. بیرون کشیدن تصویر واقعی سبک زندگی ایرانی-اسلامی که عنصر دین و به ویژه اسلام در سه دهه اخیر انقلاب اسلامی ایران، نقش محوری در بسیاری از مؤلفه های آن داشته است، در این کار مقایسه ای مورد نظر ما می باشد. ولی در نگاه سه اندیشمند مطالعات فرهنگی؛ سبک زندگی یک مقوله زیست شده توسط انسان در متن زندگی می باشد که طبقه اجتماعی، قدرت و رشد فرهنگ مصرف در شکل گیری آن نقش بسیار مهمی دارند. در تعریفی سبک زندگی در نگاه جدید آن به معنای شکل اجتماعی جدیدی دانسته می شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی نوگرایی و رشد فرهنگ مصرف گرایی معنا می یابد (رحمت آبادی، ۱۳۸۲: ۲۶).

مسئله دیگری که به ذهن متبادر می گردد، تأثیر این گونه مطالعات تطبیقی در رشد و بالندگی فرهنگی یک ملت و قوم می باشد. وجود تفاوت های بنیایی و مفهومی در تعریف فرهنگ و سبک زندگی و شیوه نگاهی که به این مقوله وجود دارد، می تواند به شناسایی نقاط مبهم و ناشناخته در موضوع مورد بحث کمک شایانی نماید و می تواند ما را در شناخت آسیب ها و معضلات فرهنگی برای شناخت نقاط ضعف راه گشایی کند. در ضمن انجام یک مطالعه تطبیقی در حوزه سبک زندگی مسئله دیگر ما می باشد زیرا نوعاً در این حوزه یک نگاه تطبیقی دقیق

ارائه نشده است؛ زیرا در مفهوم سبک زندگی گاهی محققان به سراغ نگاه غربی رفته اند و گاهی نیز به سراغ نگاه دینی رفته اند و عدم تمایزی میان این دو نگاه وجود نداشته است. لذا با رویکرد مقایسه‌ایی برای ایجاد شفافیت و استفاده از تمامی ظرفیت‌های موجود در نظرات اندیشمندان غربی و اسلامی و ارائه یک الگوی علمی به سراغ موضوع مدنظر این تحقیق رفته ایم. در حقیقت در این تحقیق بر آنیم که بگوییم چه تفاوت‌ها، تشابهات و تعارض‌های تحلیلی، مبنایی و مفهومی میان اندیشه‌های مقام معظم رهبری و سه اندیشمند مطالعات فرهنگی در تعریف سبک زندگی وجود دارد؟

۲- اهداف تحقیق

شاید بتوان گفت مطالعات تطبیقی میان اندیشه‌های اسلامی و غربی یکی از کامل‌ترین روش‌هایی باشد که بتواند امکان‌های فراوانی را پیش روی محققان برای استفاده از همه ظرفیت‌های مطالعه فرهنگ و سبک زندگی از همه دیدگاه‌ها را فراهم آورد که خود این موضوع می‌تواند یکی از مهم‌ترین اهداف این تحقیق باشد. هدف دیگر تحقیق ما ارائه تعاریف سبک زندگی و فرهنگ از نگاه مقام معظم رهبری و سه اندیشمند مطالعات فرهنگی و تطبیق آنها می‌باشد. در ذیل به اهداف تحقیق اشاره می‌گردد:

- ۱- ارائه تعریف سبک زندگی و مؤلفه‌های آن از نظر مقام معظم رهبری؛
- ۲- بیان تعریف سبک زندگی و شاخصه‌های آن از نظر بوردیو، استوارت هال و جان استوری؛
- ۳- تطبیق و مقایسه مؤلفه‌ها و شاخصه‌های سبک زندگی در اندیشه‌های مقام معظم رهبری و سه اندیشمند مطالعات فرهنگی، بیان تفاوت‌ها و یافتن یک تعریف منطقی و ارائه یک الگوی مطلوب؛
- ۴- شناخت امکان‌ها و ظرفیت‌های موجود برای مطالعه سبک زندگی با توجه به تنوع دیدگاه‌ها و رسیدن به یک نگاه واحد؛
- ۵- احصاء تفاوت‌های نظری در حوزه سبک زندگی میان اسلام و غرب.



۳- چارچوب نظری

در نظریه پسا ساختارگرایی سبک زندگی بر اساس رفتارهای مصرفی عینیت می یابند (نوع مصرف)؛ زیرا مردم توانایی معنا سازی، درک، تصمیم گیری و انتخاب رفتارهای مصرفی را دارند. دیگر اینکه افراد و گروه ها به دلیل تفاوت در توانایی ادراک و به دلیل گزینشی بودن ادراک، امور مصرفی را در راه ها و مقاصد گوناگون و متفاوت مصرف می نمایند (نحوه مصرف). همچنین پایگاه های اقتصادی- اجتماعی که در نتیجه موقعیت های ساختاری ایجاد می شوند (وجه عینی) دارای رابطه متقابل با سبک زندگی یعنی نحوه رفتار و مصرف (وجه ذهنی) هستند. اشیاء و رفتارهای مصرفی وجه عینی سبک زندگی هستند و ترجیحات تحقق یافته و سلیقه منتج از ادراک و تصمیم گیری و گزینش امور وجه ذهنی سبک زندگی هستند. (رحمت آبادی، ۱۳۸۲: ۳۰) دوسرتو بر مصرف ابداعی تاکید می کند. مصرف ابداعی، مصرف تولیدی است. مصرف کننده در این جا تولید کننده است. مصرف کردن از نگاه دوسرتو؛ یعنی «ساختن» و ساختن نیز خود نوعی تولید پنهان است. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۳) زندگی روزمره (مصرف) به بیان دوسرتو، ابداعی، کنایی، پیچیده و مزورانه است (کاظمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۱) دوسرتو در پی و اساسی اصطلاح مصرف کننده است. او استدلال می کند که مصرف عملی پیچیده و منتشر است؛ اما بی سروصدا و تقریباً به طرزی ناپیدا در هر مکان برای خود جا باز می کند زیرا مصرف نه از طریق محصولاتش؛ بلکه از راه نحوه استفاده از آن محصولاتی که نظم مسلط اقتصادی بر مصرف کننده تحمیل می کند، خود را آشکار می کند. (استوری، ۱۳۸۶: ۲۹۰) دوسرتو، بر خلاف مکتب انتقادی، خلق معنا در محصولات و صنایع فرهنگی را دو سویه می داند. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۳) از نظر دوسرتو، عمل مصرف همان عمل تحقق نفس است، که طی آن افراد آگاهی تأملی بیشتری از خویشتن به عنوان موضوعاتی با قدرت اراده، و با یک هویت، و میل به حرکت در جهت خاصی، به دست می آورند؛ به عبارت دیگر، افراد خود را «برنامه هایی» تلقی می کنند که باید روی آنها کار شود و از طریق تحقق نفس و خود شکوفایی هر چه کامل تر شود (بنت، ۱۳۸۶: ۳۱۰) همچنین به زعم دوسرتو، ورود به عصر سرمایه داری پیشرفته و شکل گیری جامعه مصرفی

و شکل گیری مراکز مصرف و اوقات فراغت، فضایی برای دگرگونی فردی ایجاد کرده است که در آن، به آگاهی انتقادی فرد افزوده می شود (کاظمی، ۱۳۸۵: ۳). از نظر بودریار «جامعه مصرفی» به واسطه اسطوره خوشبختی مفهوم «نیاز» را به صورتی فرا واقعی خلق می کند تا به تبع آن بتواند تشویق افراد به مصرف بیشینه را توجیه نماید برای اندازه گیری اسطوره خوشبختی مفهوم «نیاز» به مفهوم «رفاه» ارتباط می یابد. از نظر بودریار مصرف نیز مانند آموزش، فرصت های فرهنگی یکسانی برای بدنه اجتماع فراهم نمی کند. مصرف، شکاف ها را حتی آشکارتر می سازد. که مصرف اشیاء علاوه بر اینکه انسان را به «خود واقعی اش» نزدیک می کند موجب تشخیص وی نزد دیگران هم می شود. بودریار عقیده دارد که مصرف در جامعه کنونی تبدیل به نظامی زبانی نشانگانی شده است که کل جامعه از طریق آن به ایجاد ارتباط پرداخته و سخن می گوید. مثلاً در یک جامعه مصرفی، مصرف کننده در نقش های مختلف ظاهر می شود. برخی از این نقش ها عبارتند از: مصرف کننده به عنوان برقرار کننده ارتباط از طریق نمادهای مصرف از راه های مختلف چون مصرف نظاهری یا اوقات فراغت تظاهری، مصرف کننده به مثابه اکتشاف کننده، مصرف کننده به مثابه جویای هویت و موقعیت، مصرف کننده به مثابه لذت گرا (هنرمند)، مصرف کننده به مثابه مبارزه گر و فعال و مصرف کننده به مثابه شهروند. از نظر بودریار از خلال تحلیل نشانگانی محصولات آرایشی، مواد غذایی، شیوه و غیره، «نظام مصرفی» جامعه مدرن را در امتداد «منطق نشانگانی» حاکم می توان ارزیابی کرد (بودریار، ۱۳۸۹: ۵۸). مکتب فرانکفورت دوامی را که بسیاری از اندیشمندان دیگر قابل تردید می دانند، در سرمایه داری می بیند و معتقد است که این دوام بر ابتدای رفاه و مصرف گرایی و اشکال عقلانی تر، منطقی تر و نافذتر و پایش اجتماعی که دولت جدید، رسانه های جمعی و فرهنگ عامه را تضمین می کنند، استوار است (استریناتی، ۱۳۸۸: ۹۱).

بر پایه نظریه فریب مکتب فرانکفورت، مارکوزه به طور مفصل شیوه های گوناگونی را تحلیل می کند که فرهنگ مصرف به بهره برداری از امیال انسان ها دست می زند و نیروی کالاسازی سرمایه داری به نوعی بازتولید نظام سلطه فرهنگی است. به عقیده بنیامین، رابطه میان ذهنیت، فضا و کالا باعث ظهور فروشگاه های بزرگی شد که پرسه زنان سابق را به مصرف کننده

این فضاها بدل کرد و بنیامین بر پیوندهای تنگاتنگ پرسه زنی و شکل های ساخته و پرداخته نظام سرمایه داری تاکید کرده است (جهرمی، ۱۳۹۰: ۸). در نظر آدورنو و هورکهایمر، مصرف، بخشی از فرهنگ جمعی است که بر اساس ارزش های مبادله در نظام سرمایه داری تعیین می شود. بنابراین در دیدگاه آدورنو و مکتب فرانکفورت اساساً مفهوم اوقات فراغت یک مفهوم در رفاه بودن و ضد فرهنگ است. (حاجی حیدری، ۱۳۸۹: ۳). در دو دیدگاه برای مصرف شاخص هایی نظیر شیوه، گوش دادن به موسیقی، نوع لباس، نوعی تشخیص سازی که همان هویت بخشی است، توجه به خرید و پرسه زنی در ذیل زندگی روزمره، نحوه گذران اوقات فراغت و .. دیده می شود که در ذیل در قالب نمونه نظری تحقیق ارائه گردیده است. توجه به جامعه شناسی مصرف به جای جامعه شناسی تولید، مورد نظر مطالعات فرهنگی می باشد.

۴- نمونه نظری

سبک زندگی دارای وابستگی به ابعاد مختلف مصرف چه در وجه عینی و چه در وجه ذهنی است. لذا منشا و علت سبک زندگی را بر اساس نظرات اندیشمندان پسا ساختارگرا و مکتب فرانکفورت که مورد اشاره در چارچوب نظری است، مصرف می باشد که با شاخص های واسطی که در نمونه نظری، بدان اشاره گردیده است می تواند بر اساس نمونه ذیل علت و منشاء شکل گیری سبک زندگی باشد. لذا حرکت از جامعه شناسی تولید به سوی جامعه شناسی مبتنی بر مصرف علت اصلی وقوع و ایجاد سبک زندگی در جامعه جدید می باشد که با مذاقه در نظرات دو گروه اندیشمندان پسا ساختارگرا و مکتب فرانکفورت شاخص های واسط احصاء و مبنایی برای مطالعه سبک زندگی قرار گرفته است از این روی نمونه ذیل بر این اساس شکل گرفته و طراحی گردیده است. مصرف به صورت عام، عامل و علت شکل گیری سبک زندگی در دیدگاه جامعه شناسان جامعه شناسی مصرف می باشد. بر این اساس در رویکرد نظری تحقیق، مصرف دارای شاخص ها و مؤلفه هایی است که در ذیل بدان اشاره می گردد.



۵- تعریف شاخص ها

شاخص های به کار رفته در این مقاله عبارتند از:

۵-۱ - مصرف

فرهنگ مصرف زاینده دنیای جدید و بر اساس نحوه و شکل گیری مصرف انواع مختلفی از کالاها تولید شده خود را به عنوان عنصر اصلی طبقه بندی جامعه عرضه می نماید. مصرف، مجموعه ای از اعمالی است که با کالاهایی تعریف شده است که بخشی از هویت و شخصیت فرد را تشکیل می دهد. مصرف متضمن نشانه ها، ایده ها و ارزش هاست. مصرف امری معنا دار است. (بهار، ۱۳۸۸: ۱۷۲ و ۱۷۳).

۵-۲ - سبک زندگی

شامل مصرف زمان، مکان و فضا در زندگی جدید و مبتنی بر جامعه شناسی مصرف می باشد که باعث شکل گیری طبقات و تمایز در آنها می شود. سبک زندگی در رابطه با نحوه مدیریت و مصرف هر چه بیشتر کالاها و در رابطه با مسائل فرهنگی جامعه شکل گرفته است. سبک زندگی یک روش زیست و بیان کنش فردی و اجتماعی انسان ها در قبال موضوع فرهنگ مصرف می باشد. البته سبک زندگی دارای سه بعد اصلی می باشد که عبارتند: از بعد رفتاری، بعد نگرشی و بعد ترجیحات، ما در این تحقیق به دلیل کاربردی تر بودن بعد رفتاری در



جامعه خود و اهمیت بیشتر این بعد آن را برای مطالعه متون چهار اندیشمند مورد نظر انتخاب کردیم (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۰۵-۲۱۱).

۵-۳- اوقات فراغت

اوقات فراغت مصرف کالاها، نمادها به منظور گذران وقت و مکان در راستای لذت بردن، یادگیری و .. می باشد (ذکایی، ۱۳۹۱: ۱۰).

۵-۴- شیوه (مد)

شیوه به تغییر سلیقه ناگهانی و مکرر همه یا برخی از افراد یک جامعه اطلاق می شود و منجر به گرایش به رفتاری خاص، یا مصرف کالای به خصوصی، یا در پیش گرفتن سبکی خاص در زندگی می شود (رید، ۱۳۸۶: ۳۱).

۵-۵- زندگی روزمره

زندگی روزمره محل ظهور و بروز انواع مصرف در جوامع جدید می باشد. رشد فضاها، مصرفی جدید مانند فروشگاه ها بزرگ و زنجیره ای تاثیر و تعریف جدیدی از زندگی روزمره ارائه کرد (بهار، ۱۳۹۰: ۱۱۰-۱۱۵).

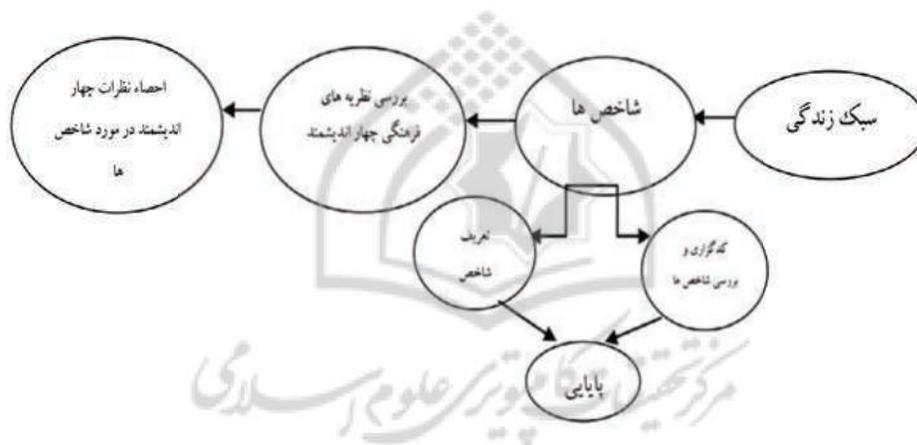
۵-۶- هویت

بدین معنا و از یک زاویه دید «هویت عبارت است: از مجموعه خصائصی که شخص یا احساس درونی را تعیین می نماید. احساس هویت از مجموعه متفاوت احساس ها ترکیب می شود؛ مانند احساس وحدت، احساس هم سازی، احساس تعلق، احساس ارزشی، احساس استقلال و احساس اعتماد سازمان یافته بر محور اراده موجود (منصورنژاد، ۱۳۸۵: ۱۱۱).

۶- روش تحقیق

منظور تحقیق بررسی مقایسه ای دیدگاه های اندیشمندان مسلمان و غربی در حوزه سبک زندگی می باشد. بدین منظور برای درک معنا استفاده از روش «تحلیل محتوای کیفی» برای کشف منظور

سخنان، دیدگاه‌ها و رویکردهای اصولی و مؤلفه‌های اصلی موضوع سبک زندگی از منظر نامبردگان برای این تحقیق مورد نظر می‌باشد. برای این که بتوانیم به نظرات و دیدگاه‌های چهار اندیشمند در این تحقیق دسترسی داشته باشیم، باید با شاخصه‌ای نمونه نظری به سخنان و کتاب‌های ایشان مراجعه و با انتخاب گزاره‌های مرتبط و مهم با موضوع از آنها برای نیل به مقصود تحقیق استفاده کرد و بدین منظور استفاده از منابع مکتوب و اسناد مرتبط و استناد به آنها با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق مورد نظر ما می‌باشد.



۷- یافته‌های تحقیق (جدول مقایسه تطبیقی مؤلفه‌ها و شاخص‌ها)

با بررسی در نظرات فرهنگی چهار اندیشمند بر اساس روش پیش گفته، جدول مقایسه‌ای نظرات ایشان در حوزه سبک زندگی به صورت خلاصه ارائه می‌گردد.

جدول مقایسه تطبیقی مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی در نظرات مقام معظم رهبری و سه اندیشمند مطالعات فرهنگی - شماره ۱



شاخص ها	نظرات مقام معظم رهبری	نظرات بورديو	نظرات حال	نظرات جان استوری
زندگی روزمره	<p>حرکت اسلام، پیدایش اسلام برای اداره زندگی بشر، دنیا و آخرت را می خواهد اداره کند، تکامل و تعالی حقیقی انسان را در کنار اداره زندگی روزمره مردم به عهده بگیرد. (بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار اقدار مختلف مردم در روز عید سعید غدیر خم-۸۶/۱۰/۲۸) یکی از ابعاد پیشرفت یا مفهوم اسلامی عبارت است از سبک زندگی کردن، رفتار اجتماعی، شیوه زیستن - اینها عبارة اخروی یکدیگر است - این یک بُعد مهم است (بیانات در دیدار جوانان استان خراسان شمالی) (۱۳۹۱/۰۷/۲۳)</p>	<p>آدم ها در طیفی از زمینه های فرهنگی به دنبال تشخیص می گردند. نوشته هایی که می خورند، انیمیل هایی که سوار می شوند، روزنامه هایی که می خوانند استراحتگاهی که انتخاب می کنند. روابط تشخیص آمیز در این محصولات به گونه ای عینی حک شده و هر بار که این محصولات به آنها اختصاص می یابد، دوباره فعال می شوند. (ریترز، ۱۳۸۲، ۷۲۹)</p>	<p>مصرف و سبک، شکاف موجود در جامعه را بازتولید و معیاربندی در سازمان دهی شخصیت و زندگی روزمره از بین برده است. (الیوت، ۱۳۹۰)</p>	<p>فرهنگ آن چیزی است که ما با رفتارهای گوناگون زندگی روزمره از جمله مصرف کالا می سازیم. (استوری، ۱۳۸۶: ۲۷۵) فروشگاه های زنجیره ای موجب پیدایش بسیاری از جنبه های خرید گردیدند که امروزه عادی تلقی می شوند. (استوری، ۱۳۸۶: ۳۰۷ و ۳۰۸) همزمان با این تحول، لذت نگاه کردن به کالا نیز آغاز شد و تماشای ویرین مغازه ها و صرف نگاه کردن به کالاهای بدون خریدشان برای نخستین بار وارد واژگان خرید گشت. (استوری، ۱۳۸۶: ۳۰۷ و ۳۰۸)</p>
اوقات فراغت	<p>من به جوان ها می گویم: تحصیل، تهذیب، ورزش، بیانات دیدار اعضای انجمن های اسلامی دانش آموزان سراسر کشور- ۸۶/۰۲/۱۹ فراغت جوانان مؤمن، جوانان خوب ما اوقات فراغشان را با درسیج سازندگی، یا به بالا یردن علم و سواد دیگران، یابه کتابخوانی و ارتقای سطح فکر خودشان می پردازند. بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار جوانان اهواز- ۸۲/۰۵/۸</p>	<p>پرورش شخصی در خانواده های خاص و در طبقه ای به خصوص، تاثیر نیرومندی بر انتخاب اوقات فراغت او دارد. «قلمرو ورزش» به مثابه ابزار و آرایش از سوی سیاست های مدیریتی جوامع مدرن در قلمرو عمومی می شود؛ برکردن اوقات فراغت جوانان؛ سیاستی موفق و «بی اندازه اقتصادی» در بسیج کردن، مشغول ساختن و واپایش جوانان (فرازد، ۱۳۸۱، ۲۳۲)</p>	<p>اوقات فراغت در راستای انقاء فرهنگ سرمایه داری در جامعه تولید و با خوانش مخاطب مصرف می شود (مفهوم سازی) پیام تلویزیونی نشانه ای پیچیده است که گرچه یک معنای مسلط را با خود به همراه دارد، اما همیشه این انتظار می رود که به شیوه های دیگری معنا شود. (محمدی، ۱۳۸۶: ۷)</p>	<p>تلویزیون فرهنگ عامه قرن ۲۱ است. (storey, 1996: 32) در دوران کنونی مردم برای گذران اوقات فراغت بیش از هر کار دیگری برنامه های تلویزیونی تماشا می کنند. (استوری، ۱۳۸۶: ۵۰-۴۹)</p>
شیوه (مد)	<p>آنها می خواهند زن به سبک اروپایی را در جامعه رواج بدهند؛ که عبارت است از سبک مد و مصرف و آرایش در نظر عموم و معلمه قرار دادن مسائل جنسی بین دو جنس؛ (سخنرانی در دیدار با جمع کثیری از پرستاران، به مناسبت میلاد حضرت زینب کبری (س) و روز پرستار- ۷۰/۸/۲۲) جنبه طرفدار این نیستیم که حالا در مورد لباس، در مورد مسکن، در مورد سایر چیزها، یکباره یک حرکت جمعی و عمومی انجام</p>	<p>مد و مدگرایی می تواند به عنوان یک نوع سرمایه نمادین در عرصه فعالینهای اجتماعی مطرح باشد. (ریترز، ۱۳۷۹: ۷۲۷) از دیدگاه بورديو پرسنیز، غرور و افتخار جزو گونه های سرمایه نمادین قرار دارند که از منظری می توانند با مد گرایی ارتباط تنگاتنگی داشته باشند و به صورت متقابل بر یکدیگر تاثیر بگذارند. (ریترز، ۱۳۷۹: ۷۲۷) مد و مدل های روز می</p>	<p>سبک های مد روز که جوانان طبقه کارگر از بازار نو ظهور جوانان کسب می کردند به منابعی برای استراتژی های مقاومت تبدیل شد که جوانان طبقه کارگر برای اعتراض علیه شرایط مادی زندگی خویش از آن استفاده می کردند (هال و جفرسون) چنین استفاده ای از سبک زندگی در میان جوانان طبقه کارگر برده تازه ای از «همایش</p>	<p>رواج فرهنگ آمریکایی به منزله جهانی شدن یا دهکده جهانی که با نمادهایی چون، شلوارهای جین «لوی» و پیراهن های «رنگر» که نوعی پوشش خاص می باشد را مصرف کننده مد با جرح و تعدیل استفاده می کند (استوری، ۱۳۸۶: ۳۱۵-۳۲۲) لباس را در زنان نشانی از برای جلب توجه کردن لوازم آرایشی را بخشی از زنانگی و اشتغالی تمام وقت که مستلزم</p>

	<p>«مایش مبارزه» و منعی برای استراحتی ها و واکنش ها است. روش هایی برای کنار آمدن و همچنین مقاومت ورزیدن مانند فتح فضای فرهنگی محله ها و نهاد ها، زمان فراغت و تفریح، و جای واقعی در کنج خیابان ها، (هال و جفرسون).</p>	<p>به دنبال آن در متمایز کردن جایگاه اجتماعی آنها نقش به سزایی داشته باشد (بیتور، ۱۳۷۹، ۷۲۷).</p>	<p>دیدار جوانان استان خراسان شمالی (۱۳۹۱-۷/۲۳۷)</p> <p>لباس رسمی زن می‌تواند چادر باشد و چادر بهترین نوع حجاب است. (بیانات در دیدار اعضای شورای فرهنگی و اجتماعی زنان و مسئولان اولین کنگره حجاب اسلامی- ۷/۱۰/۱۴)</p>
<p>کارگران الگوهای از مصرف کالا را برای ابزار هویت خود به کار برند. (استوری، ۱۳۸۶-۲۷)</p> <p>جان استوری معتقد است خرده فرهنگ ها از طریق آیین های مصرف، هویت هایی متضاد به وجود می آورند. (استوری، ۱۳۸۶-۲۳۸)</p> <p>وی یک از لایه های مصرف خرده فرهنگی را موسیقی می داند. «مصرف موسیقی یکی از راه هایی است که هر خرده فرهنگی می تواند هویت خود را شکل دهد و از طریق مشخص ساختن تمایز و تفاوت خود با سایر احاد جامعه، اقدام به بازتولید فرهنگی خویش کند» (استوری، ۱۳۸۶-۲۳۸)</p>	<p>هویت بستر کنش است. هویت همواره در فرایند شکل پذیرفتن است. هویت ها هیچ گاه کامل، هیچ گاه تمام نشده نیستند، همیشه به مانند خود سوزکتیو، در فرایند شدن هستند، و این، خود، رسالتی به شدت دشوار است. هویت (آمیزهای از روابط عشق و میل است. هویت به منزله فرایند، به منزله روایت، به منزله گفتار، همیشه از موضع دیگری گفته می‌شود. (هال سخرانی «هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید» فقط ایده‌ای برای تأمل بیشتر)</p>	<p>شکل گیری هویت نه از نشانه بلکه با تمایز شروع می شود نوع و میزان مصرف است که هویت، شخصی و طبقه افراد را مشخص می کند. (پاکاک، ۱۳۸۱، ۹۲ و ۹۶)</p> <p>شیوه های گوناگون مصرف گروه های فراغت و فروودست و طبقات متوسط درگیر مبارزه ای می یابن اما ملایم برای تثبیت هویت، ارزش و موقعیت اجتماعی خود هستند. (انالی، ۱۳۸۲، ۴۴)</p>	<p>فرهنگ غربی فقط هوایما و وسائل آسایش زندگی و وسائل سرعت و سهولت نیست؛ اینها ظواهر فرهنگ غربی است. که تعیین کننده نیست. (بیانات در دیدار جوانان استان خراسان شمالی (۱۳۹۱-۷/۲۳۷)</p> <p>یافتن فرهنگ غربی عبارت است از همان سبک زندگی مادی شهوت آلود گناه آلود هویت زدا و ضد معنویت و دشمن معنویت. (بیانات در دیدار جوانان استان خراسان شمالی (۱۳۹۱-۷/۲۳۷)</p> <p>اسلام است که این عزت را داده و به ملت ایران، هویت بخشیده است. بیانات معظم له در جشن بزرگ منتظران ظهور همزمان با هفته بسیج و روز ولادت حضرت مهدی (عج) ۷/۹/۱۳</p>

۸- جمع بندی و نتیجه گیری تطبیقی

با مطالعه در آثار و اندیشه های مقام معظم رهبری و بوردیو، استوارت هال و جان استوری در موضوع سبک زندگی و با مراجعه به شاخص هایی که بر اساس چارچوب نظری تحقیق احصاء گردیده، مهم ترین تفاوت ها، تشابهات و تعارضات در حوزه سبک زندگی میان اندیشمندان مطروحه در قالب جدول ذیل ارائه می گردد:



شاخص ها	اندیشمندان	تفاوت	تشابه	تعارض
زندگی روزمره	مقام معظم رهبری	زندگی روزمره متأثر از موضوع دین است	نگاه انتقادی به زندگی روزمره	نگاه دین مدارانه و پرهیز از روزمرگی
	سه اندیشمند	شاخص زندگی روزمره را مبنایی برای بیان تفاوت طبقاتی ارزیابی	نگاه انتقادی به زندگی روزمره	نگاه گذرا به زندگی به هر کیفیت و با هدف لذت گرایی
اوقات فراغت	مقام معظم رهبری	توجه به آموزه های اسلامی - ایرانی در مورد اوقات فراغت	نگاه انتقادی به اوقات فراغت	نگاه دین مدارانه و انقلابی در جهت ترویج و تبیین اهداف انقلاب
	سه اندیشمند	نگاه طبقاتی و تمایزی و سیاسی و پاپایی (پوردیو)، اوقات فراغت در ساختار نظام سرمایه داری برای هم ایجاد نشاط و هم برای ایجاد رخوت و سستی (هال)، انتخاب و گزینش و استفاده در جهت امیال طبقه مصرف کننده (استوری)	نگاه انتقادی به اوقات فراغت	نگاه مبتنی بر مصرف فعال با تأکید بر عنصر مقاومت
شیوه (مد)	مقام معظم رهبری	وسيله ای برای ملعبه قرار دادن افراد جامعه در راستای اهداف فرهنگی نظام سرمایه داری	روح فرهنگ سرمایه داری مبتنی بر مصرف	دین ستیزی
	سه اندیشمند	وسيله ای برای نمایش (پوردیو) ارزیابی برای انتقال پیام (هال)، روح نوعی خلس از فرهنگ آمریکایی (استوری)	ترویج فرهنگ آمریکایی	لذت گرایی
هویت	مقام معظم رهبری	هویت منبعث از فرهنگ دینی و ملی و معنویت است	نگاه انتقادی به هویت جدید	سبک زندگی غربی هویت زداست
	سه اندیشمند	هویت مبتنی بر مصرف شکل می گیرد	نگاه انتقادی به هویت جدید	سبک زندگی غربی بر هویت اثر دارد فارغ از بار ارزشی آن

۹- پیشنهادها

یکی از مهم ترین یافته های چنین تحقیقاتی در سطح کلان و ملی تأثیر گذاری بر اتخاذ درست سیاست گذاری فرهنگی است. ممکن است نوع نگاهی که به غرب بر اساس یافته های غلط وجود داشته باشد، مبنای تلقی و فهم مدیران فرهنگی برای تصمیم گیری و تصمیم سازی قرار گیرد. انتشار چنین تحقیقاتی که مقایسه ای میان اندیشه های اسلامی و غربی است و بر اساس یک نمونه و روش علمی و به دور از پیش داوری بر اساس یافته های علمی انجام می گیرد، قطعا و یقینا مورد نیاز مدیران اجرایی و تصمیم گیران حوزه مدیریت فرهنگ کشور می باشد.

تا به دور از هر گونه افراط و تفریط بتوانند در راستای سیاست گذاری فرهنگی کشور گام های اساسی و مهم را بردارند. برخی از پیشنهادها را می توان چنین برشمرد:

- ۱- ارائه تعریف درست و جامع از سبک زندگی
- ۲- ارائه نمونه مطلوب سبک زندگی ایرانی - اسلامی بر اساس نتایج علمی؛
- ۳- تدوین سیاست های جامع فرهنگی مرتبط با موضوع سبک زندگی؛
- ۴- شناخت آسیب ها و تهدیدهای سبک زندگی امروزی جامعه ایرانی؛
- ۵- شناخت نقاط قوت سبک زندگی ایرانی - اسلامی.





منابع

- ۱- استوری، جان (۱۳۸۶). ترجمه: حسین پاینده، مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، چاپ دوم، تهران: آگاه.
- ۲- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۴). مقدمه ای بر نظریه های فرهنگ عامه، ترجمه: ثریا پاک نظر، تهران: گام نو.
- ۳- الیوت، آنتونی، و برایان ترنر (۱۳۹۰). ترجمه: فرهنگ ارشاد، برداشت‌هایی در نظریه اجتماعی معاصر، چاپ اول، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- ۴- باکاک، رابرت (۱۳۸۱). مصرف، تهران: شیرازه.
- ۵- بودریار، ژان (۱۳۸۹). جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.
- ۶- بوردیو، پی یر (۱۳۸۰). تمایز، تهران: ثالث.
- ۷- بهار، مه‌ری (۱۳۸۸). مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی، چاپ دوم، تهران: سمت.
- ۸- جورج، ریتزر (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه: محسن ثلاثی - علمی (شومیز) - چاپ اول.
- ۹- رید، ایولین (۱۳۸۶). آرایش، مد و بهره‌کشی از زنان، ترجمه: افشنگ مقصودی، تهران: گل آذین.
- ۱۰- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی، قم: صبح صادق.
- ۱۱- منصورنژاد، محمد (۱۳۸۵). دین و هویت، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- ۱۲- میلنر، آندرو و جوزف برایت (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، ترجمه: جمال محمدی، ققنوس.
- ۱۳- بوردیو، پی یر (۱۳۸۱). مقاله «کنش‌های ورزشی و کنش‌های اجتماعی»، ترجمه محمد رضا فرزاد، فصلنامه ارغنون، شماره ۲۰.
- ۱۴- بنت، اندی (۱۳۸۶). فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه: حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی، چاپ: اول، تهران: نشر اختران.

- ۱۵- ترابی جهرمی، وحید (۱۳۹۰). مقاله «بررسی مکتب فرانکفورت».
- ۱۶- رحمت آبادی، الهام (۱۳۸۲). **مصرف و انتخاب سلیقه ای، شالوده تمایز اجتماعی در دهه اخیر، دانشگاه آزاد رودهن، پایان نامه کارشناسی ارشد.**
- ۱۷- ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۱). مقاله «مصرف و سبک زندگی، رویکردها، مسائل و آسیب ها»، فصلنامه رسانه، سال ۲۳، شماره ۳.
- ۱۸- فتح الله زاده، رویا (۱۳۹۰). «بورديو درباره ايران چه مي گويد؛ جامعه شناسی مصرف» روزنامه شرق، شماره ۱۲۳۷ به تاریخ ۹۰/۲/۱۳.
- ۱۹- کاظمی، عباس (۱۳۸۵). «بازی مردم با تولیدات رسانه ای» روزنامه سرمایه.
- ۲۰- کاظمی، عباس، رضایی، محمد (۱۳۸۷). «دیالکتیک تمایز و تمایز زدایی». فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.
- ۲۱- مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷). «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱.

بیانات:

- ۱- بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار اقشار مختلف مردم در روز عید سعید غدیر خم - ۸/۰۸/۸۶۱۰
- ۲- بیانات در دیدار جوانان استان خراسان شمالی ۲۳/۷/۹۱
- ۳- بیانات دیدار اعضای انجمن های اسلامی دانش آموزان سراسر کشور - ۱۹/۰۲/۸۶
- ۴- بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار جوانان اهواز - ۸/۰۵/۸۲
- ۵- سخنرانی در دیدار با جمع کثیری از پرستاران، به مناسبت میلاد حضرت زینب کبری (س) و روز پرستار - ۲۲/۸/۷۰
- ۶- بیانات در دیدار اعضای شورای فرهنگی و اجتماعی زنان و مسؤولان اولین کنگره حجاب اسلامی - ۴/۱۰/۷۰
- ۷- بیانات معظم له در جشن بزرگ منتظران ظهور هم زمان با هفته بسیج و روز ولادت



سایتها:

۱- حاجی حیدری- حامد(۱۳۸۹) جمع‌بندی ادبیات مصرف، اقتباس آزاد از دان اسلر، سایت فیلو جامعه شناسی

۲- "محمدی، جمال(۱۳۸۶)، "استوارت هال و مطالعه تلویزیون: رمز‌گشایی نشانه پیچیده‌ای به نام تلویزیون" روزنامه هم میهن، ش ۱۰۶

۳- هال، «هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید»؛ فقط ایده‌ای برای تأمل بیشتر
برگرفته از سایت.
<http://www.philosociology.ir>

منابع انگلیسی:

ON Television, New press, ۱۹۹۸, bourduie. P -

chapter-two-/۰۹/۲۰۰۷/Storey ,John, - ctrlstdies.blogspot.com-

television.html

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

