

تحلیل مفهومی سبک زندگی

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۳/۱۰

تاریخ تأیید: ۹۳/۰۸/۱۵

محمد رضا جباران *

چکیده

رواج ترکیب «سبک زندگی» در محاورات و مکتوبات فارسی، اهل نظر را به یافتن معادل مفهومی بومی برای آن واداشته است؛ توفیق در این جستجو، منوط به این است که شرایط پیدایش و ترجیحات کاربردی این ترکیب در فرهنگ زادگاه، مورد توجه جویندگان قرار بگیرد. در غیر این صورت به خاطر بستر خاص پیدایش، مفهوم ویژه و خصوصیت حوزه کاربرد نمی‌توان مفهوم معادلی در فرهنگ ایرانی - اسلامی برای آن یافت و در این صورت، ظرفیت دلالت بر مفاهیم بومی ما را نیز نخواهد داشت. این نوشته عهده‌دار اثبات این نظریه از راه تحلیل مفهوم سبک زندگی است. برای این هدف، پس از اشاره به تاریخ پیدایش سبک زندگی در دو حوزه روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، تعاریف گوناگون آن در جامعه‌شناسی نقل و پس از تحلیل آنها، تعریف جامعی از سبک زندگی ارائه شده است. برای این تحلیل از سه عامل، یعنی «اجزای تعاریف»، «مفاهیم مندرج در تعاریف» و «مؤلفه‌های عینی سبک زندگی» در آنها بهره برده شده است.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، تحلیل مفهومی، مؤلفه‌های سبک زندگی، مصرف، سنت.

* استادیار گروه اخلاق پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

در سال‌های اخیر، ترکیب «سبک زندگی» به فراوانی در محاورات و مکتوبات ما به کار می‌رود؛ تا آنجا که عرصه را بر پاره‌ای از اصطلاحات اصیل و ریشه‌دار فرهنگ ما چون «سیره و سنت» تنگ کرده و به تدریج در جای آنها نشسته است. در این جایگزینی، سبک زندگی، نه از مفهوم اولیه‌ای که در موطن اصلی خود داشته، خالی می‌شود و نه توانایی افاده و القای مفاهیم بومی اصطلاحات ما را می‌یابد. سبک زندگی در فارسی به عنوان معادل «Lifestyle» در انگلیسی انتخاب شده است. این ترکیب به صورت رایج کنونی، اصطلاحی است که در جامعه‌شناسی برای نمایاندن تمایز و دسته‌بندی گروه‌های اجتماعی بر مبنای کمیت و نوع مصرف آنها، به جای اصطلاح طبقه پدید آمده و در فرهنگ ایرانی - اسلامی مفهوم معادلی ندارد. به همین دلیل، هنگام انتقال به فرهنگ ما مفهوم خود را نیز همراه می‌آورد و ظرفیت پذیرش مفهوم اصطلاحاتی که در خارج از بستر تولدش رواج داشته‌اند را ندارد. برای ارائه تصویری درست و دقیق از آنچه گفتیم، راه‌های متفاوتی می‌توان یافت. ما راه تحلیل مفهومی این اصطلاح را برگزیده‌ایم. پیشاپیش، تذکر این نکته بایسته است که توجه اصلی این نوشتار، به سبک زندگی در اصطلاح جامعه‌شناسی است؛ بنابراین اصطلاح روان‌شناسی آن، فقط به این دلیل آورده شده که می‌تواند برای تبیین مفهوم اصطلاح جامعه‌شناسی سودمند باشد.

۱. تاریخچه پیدایش اصطلاح سبک زندگی

اصطلاح سبک زندگی را نخستین بار در سال ۱۹۲۲م. آلفرد آدلر، روان‌شناس اتریشی به عنوان موضوعی مطالعاتی در روان‌شناسی مطرح کرد (کاویانی، ۱۳۹۱، ص ۲۶) و پس از یک دوره افول، دوباره از سال ۱۹۶۱م. مورد اقبال اندیشمندان به ویژه جامعه‌شناسان قرار گرفت (ر.ک: مجدی و دیگران، ۱۳۸۲). جامعه‌شناسان در این توجه جدید، رویکرد دیگری به سبک زندگی یافته بودند. بنا به نقل اباذری و چاووشیان از جامعه‌شناسان در ادبیات جامعه‌شناسی، دو برداشت و دو گونه مفهوم‌سازی متفاوت از مفهوم سبک زندگی به عمل آمده است. در فرمول‌بندی نخست که پیشینه آن به دهه ۱۹۲۰م. باز

می‌گردد، سبک زندگی، معرف ثروت و موقعیت اجتماعی افراد و غالباً به عنوان شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی به کار رفته است. رواج فزاینده مفهوم سبک زندگی در علوم اجتماعی، برآمده از این واقعیت بود که سنخ‌شناسی‌های موجود نمی‌توانستند تنوع و گوناگونی جوامع جدید را توضیح دهند. مفهوم طبقه که برای مدتی طولانی در جامعه‌شناسی، اصل تلاشی تبیین بود، به تدریج کارایی خود را از دست داده بود؛ به گونه‌ای که یافتن روابط قطعی و مطمئن میان تحصیلات، مشاغل، درآمد و نگرش‌های افراد، روزبه‌روز دشوارتر می‌شد و پیش‌بینی خطوط تحرک اجتماعی و مقصد نهایی طبقاتی افراد به وسیله خاستگاه طبقاتی آنها، ناممکن شده بود. جایگاه شغلی، گاهی اختلاف بسیاری با تحصیلات، درآمد و قدرت نشان می‌داد. از سویی جامعه‌شناسی برای تعریف مبنای هویت اجتماعی افراد، توجه خود را از فعالیت‌های تولید به فعالیت‌های مصرف معطوف داشته بود. در پی چنین تحولی، مفهوم سبک زندگی به عنوان جایگزینی برای مفهوم طبقه برگزیده شد. در فرمول‌بندی دوم، سبک زندگی، نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی، بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد (ر.ک: اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱)؛ چراکه مفهوم سبک زندگی، انعطاف‌پذیر است؛ زیرا بر خلاف مفهوم طبقه، محتوا و منطق یا منشأ سبک‌های زندگی را از پیش تعیین نمی‌کند (ر.ک: رستمی و اردشیرزاده، ۱۳۹۲). مصرف - در مقایسه با تولید و ساختارهای اجتماعی ناشی از تولید - دامنه بسیار فراخ‌تری دارد؛ زیرا مصرف، همه افراد غیرشاغل را نیز در بر می‌گیرد؛ مثل جوانان، سالخورده‌گان و بیکاران و به‌ویژه زنان را که در اقتصاد مدرن، نوعاً از آنها انتظار نمی‌رود تولیدکننده اقتصادی باشند (ر.ک: اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱).

۲. سبک زندگی در اصطلاح روان‌شناسی

۲-۱. مفهوم سبک زندگی در اصطلاح روان‌شناسی

حتی اگر بپذیریم که پیش از آلفرد آدلر، روان‌شناسان به مفهوم سبک زندگی توجه داشته و آن را به کار برده‌اند. آدلر شاخص‌ترین روان‌شناسی است که این اصطلاح را به

کار برده و به تفصیل به آن پرداخته است.

از نظر آدلر و پیروانش، سبک زندگی، شیوه‌ای نسبتاً ثابت است که افراد بدان شیوه اهداف خود را دنبال و مشکلات زندگی خود را برطرف می‌کنند.

آدلر و پیروان او سبک زندگی را در شش محور تعریف می‌کنند. این محورها درحقیقت شاخه‌ها و سرشاخه‌های درختی به شمارند که ریشه آن را واقعیت‌های زندگی می‌سازد و ساقه‌اش از نگرش‌های گوناگون انسان تشکیل می‌شود. در جمع‌بندی گفته‌های آدلر و شارحان و شاگردان او، این نتیجه به دست می‌آید که سبک زندگی، همان رفتارها و وظایف زندگی روزمره انسان در شش محور ذیل است.

یکم: داشتن روحیه اجتماعی یا حس مشارکت؛

دوم: توجه به زندگی عاشقانه؛

سوم: تحقق خود بر اساس کار و شغل؛

چهارم: وظیفه فرد در قبال خود؛

پنجم: وظیفه معنوی؛

ششم: وظیفه خانوادگی (کاویانی، ۱۳۹۱، ص ۹۳-۱۰۱).

نوع رویارویی انسان با این وظایف، سبک زندگی او را از سبک زندگی دیگران متمایز می‌کند. در تمثیل آدلر، شاخه‌ها و سرشاخه‌های درخت سبک زندگی، مبتنی بر پنج نگرش به عنوان ساقه درخت سبک زندگی به شرح ذیل است:

یکم: نحوه نگرش به خود؛

دوم: نحوه نگرش به مشکلات؛

سوم: نحوه نگرش به دیگران؛

چهارم: نحوه نگرش به جنس مخالف؛

پنجم: نحوه نگرش به کلیت زندگی (همان، ص ۹۲).

در این تشبیه، ساقه بر ریشه‌ای استوار است که خود از پنج اصل اساسی‌تر تشکیل می‌شود. پنج اصلی که ریشه‌های درخت سبک زندگی شناخته می‌شود، عبارت‌اند از:

یکم: سلامتی و ظاهر اندام؛

دوم: وضعیت اقتصادی - اجتماعی خانواده؛

سوم: نگرش‌های والدین؛
چهارم: شکل جمعی خانواده؛
پنجم: نقش جنسیتی (ر.ک: همان، ص ۸۸).

۲-۲. ویژگی‌های سبک زندگی در اصطلاح روان‌شناسی

یکم: سبک زندگی همان‌گونه که شامل الگوهای رفتارهای عینی و خارجی است، الگوهای رفتارهای درونی و ذهنی را نیز در بر می‌گیرد. بنابراین سبک زندگی، هم عینی و هم ذهنی است.

دوم: سبک زندگی، تنها نوعی بیان یا نماد نیست؛ بلکه راه دستیابی به هدف و دارای اصالت است. به بیان دیگر کارکرد سبک زندگی در این اصطلاح، واقعی است. راهی برای رفع مشکلات و پیگیری اهداف است.

سوم: سبک زندگی، موضوعی فردی است؛ بنابراین هر کس به‌تنهایی سبک خود را دارد. به همین دلیل، اهل نظر در تشریح نظریه‌آدلر نوشته‌اند: از دیدگاه آدلر، سبک زندگی، یعنی کلیت بی‌همتا و فردی زندگی که همه فرایندهای عمومی زندگی ذیل آن قرار دارند. چهارم: سبک زندگی در این علم، تجویزی و متکی بر آگاهی، گزینش‌گری و خلاقیت فرد با پذیرش تأثیر محیط فیزیکی و اجتماعی به عنوان بستر بروز است (ر.ک: مهدوی کنی، ۱۳۷۶).

پنجم: در این دیدگاه، سبک زندگی، شیوه ثابتی است که انسان با کمک آن، اهداف زندگی را بیان می‌کند و مشکلات آن را از میان می‌برد (کاویانی، ۱۳۹۱، ص ۱۶). ششم: در مقابل وجه تحمیل‌شونده سبک زندگی، در علوم اجتماعی، سبک زندگی در نظر روان‌شناسان دارای وجه خودبیانگری و تمایزآفرینی است؛ چون هر فرد، چیزهایی از نظام‌های گوناگون رفتاری را که می‌پسندد، کنار هم می‌چیند تا یکتایی گزینش خود و در نتیجه فردیت خود را به نمایش بگذارد (پیوسته، ۱۳۹۲، ص ۱۰). در تحلیل اصطلاح جامعه‌شناسی سبک زندگی، این ویژگی‌ها را مورد توجه قرار خواهیم داد.

۳. سبک زندگی در اصطلاح جامعه‌شناسی

۳-۱. تعاریف

سبک زندگی در اصطلاح جامعه‌شناسی به صورت‌های گوناگونی تعریف شده است؛ به طوری که می‌توان گفت هر جامعه‌شناسی از سبک زندگی بحث کرده، تعریف یا تعریف‌های جدیدی نیز از این اصطلاح ارائه کرده است. به همین دلیل، بیشتر کسانی که اخیراً در صدد تعریف سبک زندگی برآمده‌اند، به نقل تعاریف گوناگون از جامعه‌شناسان نامدار و برخی روان‌شناسان بسنده کرده‌اند. یکی از بهترین نوشته‌هایی که در میان این‌گونه نوشتجات به دست آمد، مقاله «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی» است که در صدد جمع‌بندی و تحلیل تعریف‌های متعدد برآمده است (ر.ک: مهدوی کنی، ۱۳۷۶). در نوشتار حاضر تلاش می‌شود با جمع‌بندی و تحلیل عناصر دخیل در آنها، مفهوم این اصطلاح بازشناسی شود. منظور از این عناصر، سه چیز است: اجزای تعریف، یعنی جنس و فصل یا جزء اعم و جزء اخص تعریف؛ مفاهیم مندرج در تعریف، یعنی ویژگی‌های مفهومی‌ای که تعریف درباره معرفت‌القا می‌کند؛ مصادیق و مؤلفه‌های عینی معرفت. پیش از آن به‌ناچار تعدادی از تعریف‌ها با استناد به مقاله آقای دکتر مهدوی کنی نقل می‌شود.*

زیمل (Georg Simmel): سبک زندگی، تجسم تلاش انسان است برای یافتن ارزش‌های بنیادی یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران (زیمل، ۱۹۰۸م، ص ۳۱۴).

زیمل: سبک زندگی، عینیت‌بخشی به ذهنیات در قالب اشکال شناخته‌شده اجتماعی است. نوعی بیان فردیت برتر و یکتایی در قالبی که دیگران آن را درک کنند (همو، ۱۹۰۹م، ص ۶۳).

ویبلن (Thorstein Veblen): سبک زندگی، الگوی رفتار جمعی، یعنی رفتارهایی است

* از اینجا تا پایان تعاریف، نه تنها تعاریف‌ها که ارجاعات آنها نیز از مقاله آقای دکتر مهدوی کنی برداشت شده است.

که از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری‌اند (ر.ک: ویلن، ۱۸۹۹م).
ویلن: سبک زندگی فرد، تجلی مکانیسم روحی، عادات فکری و معرفت اوست
(همو، ۱۹۱۹م، ص ۱۰۵).

ویبر (Max Weber): سبک زندگی، ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه،
احساس هویت جمعی می‌بخشد.

جمیز مک‌کی (Jaimes Mackey): آنچه ویبر سبک زندگی می‌نامد به روش‌هایی باز
می‌گردد که طبقات و گروه‌های هم‌رتبه از نوعی از زندگی پدید می‌آورند؛ [به عبارتی]
الگوی فرهنگی رفتار و مجموعه‌ای از باورها (مک‌کی، ۱۹۶۹م، ص ۲۷۵).

کلاکھون (Clockhon): مجموعه‌ها یا الگوهای خودآگاه و دقیقاً توسعه یافته ترجیحات
فردی در رفتار شخصی مصرف‌کننده (ای اس اس، ص ۳۴۹).

ویلیام لیزر (William Lazer): سبک زندگی، طرز مشخص یا متمایز زندگی کردن
گروهی از مردم است؛ نظامی که از تأثیر فرهنگ (ارزش‌ها، منابع، نمادها و قوانین) بر
نیروهای زندگی در گروه شکل می‌گیرد.

ویلیام لیزر: سبک زندگی، الگوی رفتاری گروهی است که در خریدهای مصرف‌کننده
انبوه و روش‌های مصرف انعکاس یافته است (یوت، ۱۹۹۶م، ص ۷).

مک‌کی: سبک زندگی، الگویی برآمده از ارزش‌ها و باورهای مشترک یک جامعه یا
گروه است که به صورت رفتارهای مشترک ظاهر می‌شود (مک‌کی، ۱۹۶۹م، ص ۸۱).

بوردیو (Pierre Bourdieu): سبک زندگی، دارایی‌هایی است که به وسیله آن،
اشغال‌کنندگان موقعیت‌های مختلف - با قصد یا بدون قصد تمایز - خودشان را از دیگران
تمایز می‌بخشند (همو، ۱۹۸۲م، ص ۲۴۹).

بوردیو (Pierre Bourdieu): سبک زندگی، فعالیت‌های نظام‌مندی است که از ذوق و
سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و درعین حال به صورت
نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی، تمایز ایجاد می‌کنند
(بوردیو، ۱۹۸۴م، ص ۲۸۵).

ونزل (Wenzel): سبک زندگی، کلیت الگوهای رفتاری و تمایل هنجاری ... است که
از طریق فرایندهای اجتماعی تکامل می‌یابند (هندری و دیگران، ۱۳۸۱، ص ۲۳۲).

جرالد لسللی (Leslie): رفتارهایی که با قشربندی حیثیتی و اعتباری مرتبط اند، سبک زندگی نامیده می شوند. سبک زندگی فقط آنچه یک فرد از آن موارد دارد، نیست؛ بلکه چگونگی نمایش آنها توسط فرد است (لسلی و دیگران، ۱۹۹۴م، ص ۳۶۸).

۳-۲. تحلیل تعاریف

اکنون با تحلیل عناصر موجود در تعاریف‌های فوق می‌کوشیم از منظر جامعه‌شناسی به تعریفی جامع درباره سبک زندگی دست پیدا یابیم.

۳-۲-۱. اجزای تعریف

اگر بتوانیم تعاریفی را که در این باب به دست آورده‌ایم، بر الگوی منطقی تعریف منطبق کنیم، عنصری که به عنوان جزء اعم تعریف در آنها به کار رفته، حداقل به ده عنوان می‌رسد. این عناوین عبارت‌اند از: ۱. الگوی رفتاری (وبلن، ونزل، لیزر)؛ ۲. الگوی فرهنگی رفتار (وبر)؛ ۳. الگوی خودآگاه ترجیحات فردی (کلاکسون)؛ ۴. تجلی رفتاری (وبلن)؛ ۵. فعالیت نظام‌مند (بورديو)؛ ۶. طرز زندگی (لیزر)؛ ۷. روش‌ها (وبر)؛ ۸. رسم‌ها و ارزش‌ها (وبر)؛ ۹. تجسم تلاش (زیمل)؛ ۱۰. دارایی‌ها (بورديو، لسللی).

به نظر می‌رسد همه این عناصر جز، ردیف دهم (دارایی‌ها) با هم یکسان یا دست‌کم به یکدیگر نزدیک‌اند؛ چراکه همه آنها رفتار انسان را تعبیر می‌کنند. دارایی هم که در سخنان بورديو و لسللی به چشم می‌خورد - افزون بر اینکه بورديو در تعریف متأخر خود از آن عدول کرده است - به خودی‌خود در تعریف جایگاهی ندارد. آنچه در تعریف سبک زندگی جای جزء اعم را گرفته، نحوه نمایش دارایی است (لسلی) یا دارایی از آن حیث که موقعیت‌های گوناگون را با آن تمایز می‌بخشند (بورديو). چنان‌که ملاحظه می‌شود، حتی در این مورد نیز جنبه رفتاری موجب می‌شود دارایی در ساختار سبک زندگی نقشی داشته باشد؛ بنابراین اگر اختلافی بین این تعاریف باشد، اختلاف در جزء اخص است که در برخی منشأ رفتار، در برخی غایت رفتار و در پاره‌ای نیز قید دیگری غیر از این دو است.

منشأ رفتار، مانند سازوکار روح، عادت‌های فکری و معرفت (وبلن)، ارزش‌ها و

باورهای مشترک (مک‌کی)، ذوق و سلیقه فرد (بورديو) و فرایندهای اجتماعی (ونزل).
کارکرد یا غایت، همانند: یافتن ارزش‌های بنیادین یا فردیت برتر (زیمل)، قشربندی
حیثیتی و اعتباری (لسلی) و هویت‌بخشی به گروه (ویبر).

قیده‌های دیگر همچون از جنس رسوم و عادت‌های اجتماعی و روش‌های فکری
(وبلن)، الگوی خودآگاه و توسعه‌یافته‌ی ترجیحات فردی در رفتار شخصی مصرف‌کننده
(کلاکھون) و الگوهای رفتاری گروهی که در خریدهای مصرف‌کننده‌ی انبوه و روش‌های
مصرف انعکاس یافته است (لیزر).

با این توضیح، تعاریف به سه دسته تقسیم می‌شوند؛ دسته اول: تعاریفی که
جزء اخص آنها منشأ پیدایش جزء اعم است. دسته دوم: تعاریفی که جزء اخص
آنها کارکرد عینی یا غایت تحقق جزء اعم است. دسته سوم: آنها که با قید
دیگری جزء اعم را توضیح می‌دهند.

نیاز به گفتن ندارد که تفاوت جزء اخص در این سه دسته، مساوق با تفاوت تعاریف
و تعدد معرف‌ها نیست؛ چراکه یک حقیقت، ممکن است دارای عوارض بسیاری باشد که
با هر یک از آنها از حقایق دیگر متمایز شود؛ بنابراین می‌توان احتمال داد منظور کسی که
سبک زندگی را با منشأ پیدایش معرفی می‌کند، همان حقیقتی باشد که دیگری با کارکرد
و سومی با قید دیگری چون خودآگاهی و توسعه‌یافتگی یا انعکاس در روش‌های مصرف
معرفی کرده است.

۲-۳. مفاهیم مندرج در تعریف

برای اینکه تصویر دقیقی از سبک زندگی ارائه شود، تعریف آن باید به سه پرسش به
شرح ذیل پاسخ دقیق و روشن دهد.

یکم: سبک زندگی، الگوی رفتارهای عینی است یا الگوی رفتارهای ذهنی یا هر دو
دسته را شامل می‌شود؟

دوم: سبک زندگی، الگوی رفتار جمعی است یا الگوی رفتار فردی؟

سوم: سبک زندگی، اصیل است یا نماد؟

در پاسخ به پرسش نخست، کسی را در میان جامعه‌شناسان نمی‌یابیم که سبک زندگی

را الگوی رفتار ذهنی بدانند. یک دسته همچون زیمل، بوردیو، لسللی، لیزر، مک‌کی و کلاکھون معتقدند رفتارهای عینی است که سبک زندگی را می‌سازد و گروهی دیگر مانند ویلن، وبر، ونزل و گیدنز رفتارهای ذهنی را نیز دخیل می‌دانند (ر.ک: مهدوی کنی، ۱۳۷۶). به همین دلیل، پژوهشگران برای گروه مقابل، یعنی کسانی که سبک زندگی را فقط ذهنی می‌دانند، از آدلر نام می‌برند که در حوزه روان‌شناسی بحث می‌کند.

در پاسخ به پرسش دوم، جز زیمل و کلاکھون که از برخی تعبیراتشان فردگرایی دریافته می‌شود، جامعه‌شناسان دیگر، سبک زندگی را الگوی رفتار جمعی می‌دانند. در این مسئله نیز تنها فردگرایی شناخته‌شده، آدلر است. جمعی بودن سبک زندگی در این اصطلاح، چنان ریشه‌دار است که حتی آزادی فزاینده حاصل از دوره پسامدرن به معنای فردی شدن سبک زندگی نیست؛ چون هویت فردی مبتنی بر بنیاد اجتماعی است و مردم نه‌تنها در دوران‌های فرهنگی هم هنوز موجوداتی اجتماعی هستند، بلکه در این دوران، آنها موجوداتی اجتماعی می‌شوند (گیببیز، ۱۳۸۱، ص ۱۱۰).

در پاسخ به پرسش سوم نیز تنها آدلر را می‌شناسیم که به سبک زندگی - به مثابه راهی برای رسیدن به هدف - اصالت می‌دهد. همه جامعه‌شناسان، سبک زندگی را نماد می‌دانند. تنها اختلاف میان ایشان، این است که این نماد بر چه چیزی دلالت دارد. سبک زندگی از نظر زیمل، نماد فردیت؛ از دیدگاه ویلن، نماد سازوکار روحی و عادات فکری؛ از نگاه وبر، نماد منزلت اجتماعی و به باور بوردیو و گیدنز، نماد هویت است.

نتیجه اینکه سبک زندگی را همه جامعه‌شناسان، نماد می‌دانند؛ اکثریت قریب به اتفاق ایشان آن را به الگوی رفتار جمعی تفسیر می‌کنند و هیچ‌یک از ایشان رفتارهای ذهنی را به‌تنهایی برای ساختن سبک زندگی کافی نمی‌دانند.

۳-۲-۳. مؤلفه‌های عینی سبک زندگی

راه دیگر برای تحلیل محتوایی تعاریف سبک زندگی، تحلیل مصادیق یا مؤلفه‌های آنهاست. در این صورت تنها در صورتی می‌توان سبک زندگی را در هر تعریف، حقیقتی مستقل دانست که مصادیقی را که جامعه‌شناسان برای سبک زندگی نام برده‌اند صلاحیت بازگشت به یک معنای جامع نداشته باشند. ما شماری از مصادیق سبک

زندگی از دیدگاه جامعه‌شناسان را نام می‌بریم (ر.ک: مهدوی کنی، ۱۳۷۶)؛ آن‌گاه دربارهٔ قدر جامع و وجه مشترک آنها سخن می‌گوییم. مصادیق سبک زندگی را در سخنان جامعه‌شناسانی چون زیمل، ویلن، وبر، کلاکھون، گرڈن، پارسونز، برلسون، استینر، لوید وارنر، ون هوتن، بوردیو و مارتین سگالن می‌توان تحت عناوین ذیل مرتب کرد:

یکم، الگوهای مصرف و تولید و کار و سرمایه: بودجه‌بندی، انتقال سرمایه‌ها (ارث‌بری) نوع نگاه و رفتار در مورد اشتغال زنان و تقسیم کار در زندگی، نوع و ویژگی‌های اشتغال اعضای خانواده، نوع لباس کار یا محل کار، فاصلهٔ محل کار تا خانه، میزان مأموریت‌ها؛

دوم، غذا: شیوهٔ تغذیه، خوردنی‌ها (از شکلات کش‌دار شیرین گرفته تا نوع نرم و تلخ آن)؛ سلیقه در غذا و مشروبات، روش پخت؛ سوم، لباس: خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)؛ چهارم، مسکن: نوع مسکن (چیدمان، معماری و اثاثیه، فضای داخلی خانه و تقسیم‌بندی فضاهای خصوصی و فضاهای عمومی و تفریحی داخلی و خارجی)؛ پنجم، وسائل زندگی: نوع وسیلهٔ حمل و نقل، یخچال، ماشین لباس‌شویی و تلویزیون؛ ششم، تفریحات: شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح، سرگرمی‌ها، فعالیت‌هایی که با آن خود را متمایز نشان می‌دهد؛ همچون ورزش‌ها، بازی‌ها، پیاده‌روی یا کوه‌پیمایی، اسکی یا سوارکاری، گلف یا تنیس، نحوهٔ بازی کردن و شیوهٔ بهره‌مندی از صنایع تفریحی و ورزشی؛ هفتم، اطوار (رفتارهای حاکی از نجیب‌زادگی یا دست‌و‌دل‌بازی، کشیدن سیگار در محافل عمومی، تعداد مستخدمان و آرایش آنها)؛ هشتم، سخن گفتن: نحوهٔ صحبت، نوع حرف زدن در خانه (چه در کلمات و گرامر، چه در عناوین گفتگوها)؛

نهم، روابط: آداب معاشرت، روابط زناشویی، روابط با فرزندان، تراکم جمعیت ساکن در خانه و محل (که محدودهٔ حریم‌های خصوصی و میزان سروصدا و تعاملات را تعیین می‌کند)، معاشرت و شبکهٔ روابط خویشاوندی، اتکا به این روابط در مشکلات و حوادث و تأثیر این روابط بر نوع گذران اوقات فراغت، الگوهای زندگی خانوادگی، زمان دوری از خانه؛

دهم. علاقه‌مندی‌ها: نگرش‌ها و الگوهای مربوط به نقاط تمرکز علاقه‌مندی در فرهنگ مانند امور جنسی، عقلانیت، دین، خانواده، میهن‌پرستی، آموزش، هنر و ورزش، اشیای هنری، مواد خواندنی و نحوه استفاده از صنایع فرهنگی؛

یازدهم: امور معنوی و ارزشی: تفاوت‌های دینی و چشم‌اندازهای اخلاقی، ارزش‌های سیاسی، ضوابط و روش‌های تربیت کودک، سلیقه زیباشناختی، آلات موسیقی؛ در نگاه نخست می‌توان این عناوین را به دو دسته تقسیم کرد؛ دسته اول: آنها که وجهه مادی بارزتری دارند و ردیف اول تا هفتم از این قبیل‌اند. دسته دوم: آنها که در نظر بدوی از سنخ مادیات نیستند و ردیف هفتم تا یازدهم از این گونه‌اند. مهم‌ترین عنصری که در مؤلفه‌های دسته اول جلب توجه می‌کند و همچون رشته‌ای همه این عناوین را به هم پیوند می‌دهد، عنصر مصرف است؛ ولی آیا با رسیدن به مرز دسته دوم، این رشته پاره می‌شود یا همچنان ادامه دارد و پراکندگی آنها را نیز انتظام می‌دهد؟ برای اینکه بدانیم عنصر مصرف در مؤلفه‌های دسته دوم همچنان حضور دارد، کافی است به این نکته توجه کنیم که مفهوم سبک زندگی در جوامعی متولد شده که حیاتشان بر مبنای سود و سرمایه اقتصادی استوار است و مصرف برای آنها به صورت آیین درآمده (درنینگ، ۱۳۷۶، ص ۱۰) و به گفته ژان بودریار (Jean baudrillard) مصرف بر تمام وجوه زندگی آنها چنگ انداخته است (بودریار، ۱۳۸۹، ص ۲۱). در چنین سیستمی هر مفهومی از این قبیل و گونه، تابعی از فعالیت‌های مادی و مصرف‌انبوه است. ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که داننده به طور بازگشت‌ناپذیری به مصرف‌کننده دانش تبدیل شده و از همین جاست که ایدئولوژی مصرف شکل می‌گیرد.*

بنا بر آنچه گذشت دور از واقع نیست اگر بگوییم تعریف‌های پرشماری که جامعه‌شناسان از سبک زندگی ارائه کرده‌اند، با هم تفاوت جوهری ندارند و می‌توان همه آنها را در یک تعریف جامع به صورت ذیل جمع کرد: سبک زندگی عبارت است از الگوی رفتاری عینی یا عینی و ذهنی که فرد یا جامعه بر

* ژان بودریار در جای‌جای کتابش، جامعه مصرفی اسطوره‌ها و ساختارها از ایدئولوژی مصرف یاد می‌کند.

می‌گزیند تا به صورت نمادین او را از افراد یا گروه‌های دیگر متمایز کند. آنچه با این نماد، نمایانده و موجب تمایز می‌شود، ممکن است فردیت، هویت، منزلت اجتماعی یا سازوکار روحی و عادات فکری باشد.

نتیجه‌گیری

از آنچه گذشت این نتیجه واضح به دست می‌آید که سبک زندگی از حیث بستر تولد (جامعه مدرن)، مؤلفه اصلی (مصرف)، پیش‌فرض (تعریف زندگی)، کارکرد اصلی (نشان دادن فردیت و تمایز انسان) با آنچه در فرهنگ اسلامی، سیره یا سنت و به زبان فارسی، روش زندگی نامیده می‌شود، متفاوت است.

بستر تولد سبک زندگی، جامعه مدرن است که با یک جامعه اسلامی از جهات بسیاری متفاوت است. برخی از ویژگی‌های جامعه مدرن که با موضوع سخن ما ارتباط بیشتری دارد، عبارت‌اند از: ۱. انسان‌مداری در برابر خدامحوری اسلامی؛ ۲. تأکید بر عقل خودبنیاد در برابر احساس نیاز انسان به وحی؛ ۳. فردگرایی در برابر توجه و تأکید بر جماعت؛ ۴. سرمایه‌داری مبتنی بر حفظ و افزایش ثروت در برابر نگاه اعتدالی اسلام به سرمایه و ثروت؛ ۶. تأکید بر حقوق افراد انسان در برابر تأکید اسلام بر حقوق و تکالیف؛ ۷. تشویق به مصرف در برابر برنامه معتدل و معقول اسلام برای مصرف.

پیش‌فرض سبک زندگی تحویل زندگی انسان به زندگی روزمره تکراری و معطوف به برآوردن غرایز است که تابعی از غریزه و عادت و عرف شناخته می‌شود؛ درحالی‌که از نگاه اسلام، زندگی، تلاش روبه‌رشدی است که انسان با همه قوا و نیروهای در اختیار، برای ابراز و فعلیت دادن به استعدادها و قوای خود اعم از جسمانی، عقلانی و روحانی انجام می‌دهد و همه سطوح و لایه‌های وجودی او در این دادوستد شرکت دارند.

کارکرد اصلی سبک زندگی در غرب، نشان دادن فردیت انسان است «به معنای ارج‌گذاری تلاش در جهت متمایز شدن از دیگران به وسیله دست‌یافتن به هویتی خاص، جایگاهی ویژه خود و مقامی معین» (باذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ص ۲۵)؛ درحالی‌که اسلام بر ارتباط و اتصال آحاد به مثابه اجزای یک بدن تأکید می‌کند (کوفی اهوازی، ۱۴۰۴، ص ۳۸ - ۳۹).

در پایان، عنصر اصلی پدیدآور سبک زندگی، مصرف است که در فرهنگ غرب و جامعه مدرن برای ارضای احساس نیاز به اهمیت داشتن و مورد احترام بودن و برای رسیدن به مقبولیت اجتماعی صورت می‌گیرد (درنینگ، ۱۳۷۶، ص ۲۵) و انتخاب‌ها به لحاظ اجتماعی، کنترل نشده و سلیقه‌ها به وضعیت نظام کالاها و اقلام عرضه شده بستگی دارند (بورديو، ۱۳۹۳، ص ۳۱۶)؛ درحالی‌که در فرهنگ اسلامی، مصرف، بر مبنای زهد و قناعت و برای رفع نیازهای واقعی انسان، پسندیده است (ر.ک: حرانی، ۱۳۶۲، ص ۴۰۳/ کلینی، ۱۳۴۸، ج ۲، ص ۲۴۱).

براین اساس سبک زندگی در غرب از نظر مفهومی ناظر به زندگی مادی فردی و رفتارهای مصرفی انسان است. افزون بر این، به لحاظ عنصر فردیت، توصیه‌شدنی نیست و سبک زندگی هر کس به خود او اختصاص دارد. مفهوم سیره و سنت در فرهنگ اسلامی، بسیار عمیق‌تر و گسترده‌تر از چیزی است که در مفهوم سبک زندگی می‌گنجد. سیره به مفهومی که ما می‌شناسیم همه رفتارها، ارتباطات، موضع‌گیری‌ها و کنش و واکنش‌های انسان را در همه حوزه‌ها - اعم از مادی و معنوی - در بر می‌گیرد. مصرف، یکی از کنش‌هایی است که در مفهوم سیره یا سنت می‌گنجد. افزون بر این، آنچه در مصداق سیره و سنت است، به فرد اختصاص ندارد و توصیه‌شدنی است.

بنابراین مفهوم وارداتی اگر با پیش‌فرض‌های خود و مبانی آنها متقل شده باشد تا در فرهنگ جدید، جایی برای خود باز کند، به‌ناچار شماری از اصول پذیرفته‌شده آن را کنار می‌زند. پذیرش سبک زندگی به این صورت ما را ناچار می‌کند نگاهمان را به مصرف و زندگی انسانی تغییر دهیم و از دریچه نگاه فرهنگ غرب به آنها بنگریم و از اعتقاد خود به زندگی اخروی و اصالت بعد معنوی انسان دست برداریم و آن‌گاه باید از یک سو زهد و قناعت را نادیده بگیریم و از سویی دیگر به تولید انبوه و فروش بیشتر بیندیشیم و مصرف بیشتر را تشویق کنیم و با دروغ و شعبده برای مردم، نیازهای جدید بسازیم و برای این منظور، ابزار مشترک را به خدمت سرمایه بگماریم و به جای اسوه‌های قرآنی، ستاره‌های سینما و قهرمانان ورزشی را معرفی کنیم و در ادامه به جای تعامل علمی و فرهنگی با فرهیختگان دنیا، قهرمان بدنسازی را به کشور دعوت کنیم و ... همبستگی بینش‌های انسانی، پس از آن جابه‌جایی اصول دیگری را موجب می‌شود و ... این همه در صورتی است که

مفهوم جدید با مبانی و پیش فرض های خود آمده باشد؛ اما در صورتی که بدون آنها منتقل شود - بر فرض که این تقطیع در حوزه فرهنگ، شدنی باشد- ما را به التقاط دچار می کند. مفهوم سبک زندگی بدون اعتقاد به اصالت مصرف، سقفی بی ستون است؛ به همین دلیل باید برای آن، ستونی از عقاید و باورهای بومی برافراشت. مصرف برای به دست آوردن لذت بیشتر و ایجاد تمایز بر مبنای فضیلت انگاری زهد و قناعت، التزام به حرمت اسراف و رذیلت انگاری حرص و دنیا دوستی، قبا ی چهل تکه ای است که بر هیچ قامتی راست نمی آید.

