

Urban Economics and Planning

Homepage: <http://eghtesadeshahr.tehran.ir/>

ORIGINAL RESEARCH PAPER

Representation of a Dynamic Model to Explain the Consumption Pattern in Iranians' Urban Life Style

Ali Palizban¹, Abbas Toloie Eshlaghy^{2*}, Seyyed Reza Salehi Amiri³, Mahmoodreza Esfandiari⁴

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

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

³ Associate Professor, Department of Cultural Management and Planning, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

⁴ Associate Professor, Department of Religions and Mysticism, Faculty of Humanities, Yadegar-e-Imam Khomeini (RAH) Shahre Rey Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Article History:

Received 2022-01-05

Accepted 2022-03-08

Keywords:

Consumption
Consumption Pattern
Dynamic system
Life Style
Urban Household

ABSTRACT

Introduction

"Consumption" is the most important determinant of people's lifestyles. Consumption and lifestyle are concepts that reflect individuals' and households' priorities and choices. The significance of consumption in people's lifestyles is such that "consumption pattern" can be considered synonymous with "lifestyle." Individuals and households adapt their daily consumptions to their income levels and make "choices" based on their preferences or interests. In addition to biological facilities, households have cultural, educational, and media priorities and options. The household consumption pattern is based on such factors, and in fact, it is the result of different combinations of such factors.

Materials and Methods

Because consumption patterns do not have static behavior, they cannot be analyzed linearly or based on cause-and-effect relationships. Therefore, using a systematic and dynamic approach is the best way to interpret or understand the consumption pattern. For this reason, in this paper, we've addressed the consumption patterns of Iranian urban households as a dynamic system. In this regard, we have classified the types of consumption among Iranian urban households into four categories. These categories, which are based on official Central Bank reports, are the following: 1- biological consumption; 2- Educational consumption; 3- media consumption; and 4-cultural consumption. We tried to examine the relationship between these four types of consumption with each other and based on household income and then demonstrated this by drawing a subsystem diagram. This diagram, in fact, depicts the consumption patterns of Iranian urban households. As a general system, the diagram itself is divided into four subsystems: Consumption, habitual consumption, minimum consumption, and expected share of consumption. These factors are linked based on a cause-and-effect relationship and have an effect upon each other. In this paper, we provide an integrated causal-loop diagram of the urban household lifestyle. This diagram, which serves as our general conceptual model, explains the internal relationships of each of these subsystems as well as their interdependence to

DOI: [10.22034/UE.2022.3.01.03](https://doi.org/10.22034/UE.2022.3.01.03)

*Corresponding Author: Email: toloie@gmail.com

the household income. Finally, we show the accumulation of money, materials, and information throughout the system using the state-flow diagram and then simulate its behavior by analyzing the difference between the input and output flow to a process as well as system delays. In the following step, three policies are considered to make scenarios for the system's behavior: the current policies, changing the cost ratio, providing subsidies. These three policies have been analyzed in three different economic conditions: weak, current, and favorable. Then, nine different scenarios have resulted from this analysis.

Findings

The findings, which are the result of applying a model and scenario design, reveal that as a consequence of economic crises and cultural issues, Iranian society has evolved into a consumer society. In this regard, biological consumption has become a high priority for urban households, even becoming a tool for social show-off at times. After bio-consumption, Iranian urban households spend nearly as much on other consumptions. However, the slope line of the media consumption, and thus the cultural consumption among urban households, is greater than the slope line of educational consumption. This indicates that as economic

conditions improve, media and cultural consumption rates rise. On the other hand, implementing a policy of providing subsidies for various consumption will, in any case, increase consumption. While this policy may have other economic consequences, such as inflation, it can be effective in the short term.

Conclusion

As previously stated, Iranian society has evolved into a consumption society (especially biological consumption). As a result, this society requires policies that shift it away from consumerist culture and thinking. In this regard, improving the country's economic conditions is the primary key to improving living conditions, which will moderate the types of consumption and, in particular, the growth of cultural consumption. Access to cultural facilities and spaces, as well as conditions for citizens to participate in cultural activities and allocating subsidies for cultural services and products, can boost cultural consumption in the short term. In other words, these measures can shift the community mentality away from biological consumption and toward cultural consumption. Making suitable policies based on a systemic approach is considered a step forward and can be implemented to reach comprehensive urban development.

COPYRIGHTS

©2022 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.



HOW TO CITE THIS ARTICLE

Palizban A., Taloie Eshlaghy A., Salehi Amiri SA., Esfandiar M. (2022). Representation of a Dynamic Model to Explain the Consumption Pattern in Iranians' Urban Life Style. *Urban Economics and Planning*, 3(1): 33-47.

DOI: [10.22034/UE.2022.03.01.03](https://doi.org/10.22034/UE.2022.03.01.03)



فصلنامه اقتصاد و برنامه ریزی شهری

سایت نشریه: <http://eghtesadeshahr.tehran.ir>

مقاله پژوهشی

ارائه مدل دینامیکی برای تبیین الگوی مصرف در سبک زندگی شهری ایرانیان

علی پالیزبان^۱، عباس طلوعی اشلقی^{۲*}، سیدرضا صالحی امیری^۳، محمودرضا اسفندیار^۴

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ استاد گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۳ دانشیار گروه مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۴ دانشیار گروه ادیان و عرفان، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده:
تاریخ های مقاله: تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۵ تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷	مصرف، فرایندی پویاست که با سبک زندگی پیوندی عمیق دارد و می‌توان گفت که مهم‌ترین عامل در بین عوامل و مؤلفه‌های سبک زندگی افراد در دوره مدرن است. این مقاله با تمرکز بر الگوی مصرف خانوارهای شهری ایرانی و تقسیم‌بندی انواع مصارف آن‌ها و با این دیدگاه که الگوی مصرف، فرایندی پویاست، با استفاده از رویکرد پویایی سیستم‌ها به آن پرداخته است و با بهره‌گیری از نرم‌افزار ونیزم و قابلیت‌های آن، با انجام مراحل مدل‌سازی پویا، از تعریف مسئله و ساخت فرضیه پویا و تشریح جوانب مسئله و نیز شناخت عوامل مؤثر و ایجاد نمودار زیرسیستم برای تبیین جریان‌های موجود در این مدل به تهیه نمودار علی و معلولی آن پرداخته و با ترسیم نمودار حالت - جریان و مدل‌سازی، به تدوین سناریوهای نه‌گانه‌ای پرداخته است که در نهایت، با تحلیل حساسیت به سناریوپردازی پرداخته است و به نتایجی در خصوص الگوی مصرف و سبک زندگی خانوار شهری در جامعه ایرانی پرداخته و در انتها پیشنهادها و راهکارهایی را ارائه کرده است. این مقاله و مدل حاصل از آن نشان می‌دهد که به‌جز مصرف زیستی که به‌طبع اولویت اول مصرف در خانوارهای شهری است، سایر مصارف در شرایط تقریباً مشابهی قرار دارند و شیب نرخ مصرف رسانه‌ای و پس از آن مصرف فرهنگی، نسبت به سایر هزینه‌ها بیشتر است و این یعنی با بهبود شرایط اقتصادی مصرف آن‌ها افزایش بیشتری خواهد داشت.
کلمات کلیدی: الگوی مصرف خانوار شهری سبک زندگی سیستم‌دینامیکی مصرف	
DOI: 10.22034/UE.2022.03.01.03	

مقدمه

امکان‌اتشان)، روایت خاص خود از زندگی را رقم می‌زنند و به این ترتیب، خود را از دیگران متمایز می‌کنند. همچنین، مصرف عامل مهمی در سبک زندگی افراد است و سبک زندگی و الگوی مصرف که در آن قرار دارد، اولویت‌های افراد، خانواده‌ها و در نهایت جامعه را تعیین می‌کند. مصرف متضمن هزینه است و بر اساس میزان هزینه‌ای که افراد برای هر یک از انواع مصرف می‌کنند، می‌توان نوع مصرف آن‌ها را شناسایی کرد و این روند طی زمان، الگوی مصرف آن‌ها را شکل می‌دهد. افراد با توجه به درآمدهایشان، سبد مصرفی را برای خود یا خانوار خود تنظیم می‌کنند و بر اساس آن، بر مبنای سلیقه‌ها و علاقه‌های خود به انتخاب دست می‌زنند و ترکیب سبد مصرف (سبد هزینه) خانوار، سبک زندگی مصرفی

می‌توان گفت که «مصرف» مهم‌ترین نمود زندگی بشر امروز است که بشر از طریق آن فرهنگ، اعتقادات، سبک زندگی، هویت و حتی شخصیت خود را نمایان می‌کند. همچنین، انگیزه‌های دیگری نیز برای آن وجود دارد؛ از بقا گرفته تا لذت و تفریح و تظاهر و تمایز از دیگران و... تا جایی که می‌توان آن را اصلی‌ترین عامل در ایجاد جوامع طبقاتی دانست. می‌دانیم که «انتخاب» به عنوان اساسی‌ترین حقوق انسان امروزی، عامل مهمی است که سبک‌های زندگی افراد را شکل می‌دهد. افراد با انتخاب‌های خود از میان گزینه‌های مختلف (با توجه به محدودیت‌ها و

نویسنده مسئول:

ایمیل: tolioe@gmail.com

از اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ یعنی دوره «مصرف انبوه کالا» معنا و مفهوم مصرف به کلی دگرگون شد و افراد توانستند بر اساس «امیالشان» و نه بر اساس نیازهایشان به مصرف کالا بپردازند. علاوه بر این، در این دوران، مصرف به عنوان شیوه‌ای برای ابراز هویت مورد توجه قرار گرفت [۶]. مایلس و دیگران نیز بیان می‌کنند که در قرون جدید، مصرف فقط محدود به رفع نیازها برای حفظ بقا نیست و با مقاصد و نیت‌های دیگری همراه است و بخش اعظم تجارب روزمره زندگی بشر را تشکیل می‌دهد و همچنین، ماهیت او را رقم می‌زند [۷]. آنچه امروزه در خصوص مصرف بر آن تاکید می‌شود، نگرش مصرف‌کننده است که در سبک مصرف او ظاهر می‌شود. به بیان دیگر، نگرش‌های مصرف‌کننده، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک‌شده، عوامل تعیین‌کننده مهمی در رفتار مصرف پایدار مصرف‌کنندگان هستند که الگوی مصرف او را شکل می‌دهند [۸]. مصرف نماد ویژگی‌هایی است که از طریق آن فرد مورد قضاوت قرار می‌گیرد و سبک زندگی ترکیبی از مجموعه موقعیت‌های اجتماعی درباره انتخاب‌های مشابه افراد است [۹]. بنابراین، مصرف در شکل‌های غربی پایان سده بیستم را می‌توان به عنوان یک روند اجتماعی و فرهنگی دید که شامل نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی است؛ نه فقط همچون یک روند اقتصادی منفعت‌گرایانه. در اینجا این جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی روند مصرف است که باید مورد توجه اصلی قرار گیرد. به هر حال، این رهیافت نمی‌خواهد این معنا را القا کند که عوامل اقتصادی اهمیتی ندارند؛ هم در جوامع پیشرفته سرمایه‌داری و هم در شکل‌بندی‌های اجتماعی که به طور غالب روستایی و مبتنی بر کشاورزی باقی می‌مانند، بسیاری از گروه‌ها هستند که الگوی مصرف آنان را اصولاً وضعیت اقتصادی‌شان تعیین می‌کند تا عوامل اجتماعی و فرهنگی که در اینجا بحث می‌شود [۳]. می‌توان گفت که الگوی مصرف فقط به سلیقه، علاقه‌ها، توانایی‌ها و امکانات افراد بستگی ندارد، بلکه روش‌ها و الگوی مصرف برای هر فرد یا گروه اجتماعی وجود دارد و مانند ساختار عمل می‌کند. مدل‌ها و شکل‌گیری آن‌ها به شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه بستگی دارد. انتخاب‌ها به صورت شخصی و بر اساس میل، تقاضا و سلیقه خود فرد صورت می‌گیرد و سپس آن را با توجه به درآمد، امکانات مالی، قدرت خرید، قیمت کالا، سلیقه و اراده و ارزش‌ها و... خریداری و مصرف می‌کند [۹].

مصرف، بر پایه درک و شیوه ارزیابی و ارزش‌گذاری است. به همین دلیل امری انتخابی است که از نگرش‌ها، ارزش‌ها و سلیقه‌ها سرچشمه می‌گیرد [۹]. زیمل ظهور سبک‌های زندگی را مولود مدرنیته می‌داند و مصرف را یکی از مظاهر زندگی شهری مدرن می‌داند. نظریه مصرف زیمل حول مفهوم «شهر» و پیامدهای مترتب بر شهرنشینی سامان یافته است. از نظر او، با آزاد شدن فرد از قید و بندهای جامعه سنتی، فردیت بروز می‌یابد، اما فرد آزاد، در معرض فشارهای ساختاری جامعه جدید است. شیوه خاص مصرف کردن با هدف دنبال کردن نمادهای منزلت، راهی است که از طریق آن، افراد می‌توانند فشار زندگی مدرن را تحمل کنند. از نظر زیمل پیروی از مد و نمادهای منزلتی دیگر، دو کارکرد دارد؛

خانوار را شکل می‌دهد. بودجه‌بندی و مدیریت هزینه، ابزار بروز این سبک زندگی هستند که البته توسط عواملی که در اختیار فرد نیستند، محدود نیز می‌شوند. امروزه علاوه بر امکانات زیستی، خانوارها در حوزه فرهنگ، آموزش، رسانه و... نیز اقدام به مصرف می‌کنند و عوامل یادشده جزئی از زندگی فرد را شکل می‌دهند. ترکیب این مصارف با میزان مختلف از هر یک از این عوامل، الگوی مصرف او (خانوار) را شکل می‌دهد که عامل اصلی در شکل‌گیری و تعیین سبک زندگی فرد (خانوار) است.

مصرف نیز مانند بسیاری دیگر از رفتارهای انسانی رفتاری ایستا و ثابت نیست و نمی‌توان آن را به طور خطی یا علی - معلولی تحلیل کرد. بنابراین، بهترین روش برای تحلیل و شناسایی آن، به کارگیری رویکردهای سیستمی و دینامیکی است. این مقاله بر آن است که از طریق رویکرد دینامیکی در تفکر سیستمی، الگوی مصرف سبک زندگی شهری ایرانیان را شناسایی کند و آن را مورد بررسی قرار دهد و با طراحی و ارائه یک مدل دینامیکی برای تبیین آن و نیز ارائه راهکارهایی به منظور بهبود آن گام بردارد.

پیشینه تحقیق

مصرف و سبک زندگی

مصرف از نیازهای زیستی بشر است. در آغاز انسان‌ها همیشه متناسب با نیازهای مصرفی‌شان، تولید می‌کردند و پس از مصرف مازاد را با کالاهای دیگر، مبادله می‌کردند. با گسترش جوامع و پیدایش پول، بازار مبادلات نیز رونق گرفت و انسان‌ها توانستند بخشی از نیازهای خود را از بازار و به وسیله پول تهیه کنند. در تمامی این ادوار، سطح مصرف افراد متناسب با طبقه، شأن و امکاناتش متفاوت بود و همواره قاعده «مصرف بر اساس نیاز» رعایت می‌شد [۱]. «مصرف» با سبک زندگی پیوندی عمیق دارد و در واقع، بحث از سبک‌های زندگی در جوامعی موضوعیت دارد که مصرف انبوه و فرهنگ مصرف‌گرایی در آن‌ها وجود دارد [۲]. به تدریج، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان از هم جدا شدند. به مرور، همراه با مصرف، مرام وابسته به آن نیز به عنوان رشته‌ای از اعمال اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در خدمت مشروعیت بخشیدن به سرمایه‌داری در دید میلیون‌ها نفر مردم عامی عمومیت یافت [۳]. به مرور این مرام تبدیل به فرهنگ شد و عنوان «فرهنگ مصرفی» را به خود گرفت و با عمومیت هر چه بیشتر آن، «جامعه مصرفی» شکل گرفت. تا جایی که می‌توان گفت هم‌اکنون ما در یک جامعه مصرفی زندگی می‌کنیم که مهم‌ترین ویژگی آن، مرکزیت یافتن مصرف است [۴]. در این بین، دسته‌ای از اقتصاددانان که از نیمه قرن نوزدهم به مطالعه پیوندهای میان اقتصاد، سیاست، فرهنگ و جامعه علاقه‌مند شده بودند با طرح مباحث مربوط به «مصرف» به آن روی آوردند. از جمله این افراد، تورستین وبلن بود که در توصیف مصرف، اصطلاح «سبک زندگی» را وارد ادبیات علوم اجتماعی کرد. همچنان که گفته شد، پیوندی که وبلن میان این دو مفهوم ایجاد کرد، بعدها از خلال آثار زیمل و وبر وارد حوزه جامعه‌شناسی شد و این پیوند همچنان تا به امروز تداوم دارد [۵].

شده است [۱۴]. مایلس معتقد است که مصرف‌گرایی، وجوه فرهنگی عمل شایع مصرف است. برداشت مایلس از مصرف‌گرایی به مفهوم فرهنگ مصرفی نزدیک‌تر است. از نظر او، مصرف ریشه در سطح خرد عمل دارد و مصرف‌گرایی در ساختار تنیده شده است. مصرف‌گرایی نمود روانی - اجتماعی تعامل بین فرد و ساختار در قلمروی مصرف است و فرد و جامعه را به هم پیوند می‌زند [۱۵]. مصرف‌گرایی حالتی خاص از فرهنگ مصرف در جوامع است که به عنوان یک فرایند اجتماعی، بر مصرف هر چه بیشتر کالاهای مصرفی اعم از بادوام و بی‌دوام تکیه دارد. در این فرهنگ، افراد در خرید همیشگی کالاها و خدمات جدید، درگیر می‌شوند [۱۶]. این فرهنگ مصرف، جامعه‌ای را ایجاد می‌کند که به آن جامعه مصرفی می‌گویند. در جامعه مصرفی، به تعبیر بودریار، مصرف مبتنی بر خواست مطرح می‌شود، نه فقط مبتنی بر نیاز، یعنی مصرف با میل آمیخته می‌شود و سلیقه و میل افراد در جامعه، بر نوع آن تأثیر می‌گذارد [۱۷]. مفهوم جامعه مصرفی، بیشتر درباره جوامع غربی مدرن به کار می‌رود و به این مفهوم است که این جوامع به طرز فزاینده‌ای حول مفهوم «مصرف» (کالاها و فراغت) به جای محصولات و خدمات شکل گرفته است. در این جوامع افزایش ثروت، فرهنگ عمومی (توده)، رشد خصوصی‌سازی، افول طبقات اجتماعی، نمایان شدن بخش مصرف و شکاف اجتماعی، رشد فردگرایی و... بیشتر به چشم می‌خورد [۱۸]. اصطلاح «جامعه مصرفی» یا «فرهنگ مصرفی» به جامعه یا فرهنگی اشاره دارد که در آن مصرف به حدی از اهمیت رسیده است که می‌تواند نظم اجتماعی را در سطح کنش اجتماعی و ساختارهای اجتماعی شکل دهد. در جوامع مدرن، مصرف تا آنجا مهم شده است که می‌توان آن را تعیین‌کننده هویت‌ها، نهادها و ارزش‌ها قلمداد کرد [۳]. مصرف به دلیل اهمیتش در جامعه مدرن، شاخص استقرار و حاکمیت سبک زندگی جدید (در مقابل یا در ادامه سبک زندگی سنتی) تلقی می‌شود و مفهوم سبک زندگی به دلیل نقش مهمی که در جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی، روانی و سیاسی زندگی دارد موضوع مهم و مورد توجه جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، مردم‌شناسان و حتی پزشکان بوده است. سبک زندگی به معنای امروزین آن مفهومی در دوران مدرن است که شامل متغیرهای طبقات اجتماعی، گزینه‌ها و رفتارهای فردی که منجر به ایجاد هویت می‌شود و مفاهیمی مانند توسعه، تجهیزات، فناوری، سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و نمادین و... را نیز شامل می‌شود [۱۹]. بی‌شک بسیاری از تحولات فرهنگی را می‌توان با استفاده از مفهوم سبک زندگی تحلیل و تبیین کرد. بعضی از این تحولات عبارت است از: شکل‌گیری فرهنگ مصرف در میان طبقات خاصی از جامعه به منظور ایجاد تمایز و انحصار و امروزه با در نظر گرفتن عدم تفکیک مصرف و سبک زندگی در جامعه شهری کنونی، عامل مصرف در تحلیل سبک زندگی اهمیت زیادی دارد [۱۹].

مصرف و سبک زندگی در مطالعات انجام‌شده

موضوع مصرف و سبک زندگی در مقالات و تحقیقات زیادی مورد واکاوی و پژوهش قرار گرفته‌اند که مطالعه آن‌ها ما را به جنبه‌های

از یک سو اعلام تمایل فرد برای متمایز شدن از دیگران و بیان هویت فردی است و از دیگر سو، سبب همبستگی گروهی و تقویت و انسجام اجتماعی می‌شود [۱۰]. وبر اما به خلاف بولن و زیمل که به مصرف و مد در دنیای مدرن و پیامدهای آن تأکید دارند، به مفهوم سبک زندگی توجه دارد، اما آن را برای تبیین و تشریح قشربندی و نابرابری اجتماعی به کار می‌گیرد. وی مصرف را وجه تمایز گروه‌های مختلف می‌داند که سبک‌های زندگی متفاوتی دارند و سبک‌های زندگی را ناشی از جایگاه و موقعیت اجتماعی افراد می‌داند [۱۱]. اما در حوزه مصرف و سبک زندگی، برجسته‌ترین نظریه‌پرداز بوردیو است. وی مصرف را رکنی حیاتی در عصر کنونی می‌داند و معتقد است عادت‌واره شکل گرفته در افراد، در شکل دادن الگوی مصرف آنان بسیار تأثیرگذار است. وی همچنین بر این باور بود که عادت‌واره خاص که توسط طبقه تعیین شده است، در بازار فرهنگی، خود را به وسیله سبک زندگی متمایز می‌کند. عادت‌واره و سرمایه‌های فرد در میدان‌های مختلف درون فضای اجتماعی، الگوی مصرف و به تبع آن، سبک زندگی خاصی را برای فرد و گروه به وجود می‌آورند که منجر به تمایز اجتماعی و هویت بخشی می‌شود. افراد به واسطه برخورداری از انواع مختلف سرمایه، دست به مصرف فرهنگی و مادی می‌زنند. اغلب افراد تلاش می‌کنند با مصرف نوع خاصی از کالاها یا نوع خاصی از پوشاک و... تغییر طبقاتی خود را اعلام کنند و یک هویت طبقاتی و سبک زندگی جدید را به دست آورند [۶]. وی بیان می‌دارد که مردم در دنیای جدید بر حسب ظرفیتشان در مصرف نیز ارزیابی خواهند شد. وی مصرف را از اصلی‌ترین عناصر دنیای اجتماعی مدرن می‌داند و به عنوان متغیری مستقل و نه فقط وابسته به عوامل اقتصادی تحلیل می‌کند. در نظر وی، نظام قریحه‌های برآمده از منش‌های طبقاتی نیز بر تعیین نوع و میزان مصرف مؤثرند. مصرف و به‌خصوص مصرف فرهنگی، ابزاری برای تولید فرهنگی، مشروعیت‌سازی و مبارزه در فضای اجتماعی است. مصرف چیزی بیش از برآوردن خواسته‌های زیستی است. ارزش‌ها، نشانه‌ها و نمادها فعالانه درگیر تولید و بازتولید ساختارهای اجتماعی هستند [۱۲]. بوردیو شیوه‌هایی را تحلیل کرد که گروه‌های مختلف خود را به وسیله آن از الگوهای مصرفی که شیوه زندگی یک گروه را مشخص می‌سازد، متمایز می‌کند [۱۰]. در نهایت، باید گفت که از نظر او مصرف، اجازه بازنمایی سبک‌های مختلف زندگی و ذائقه‌های مختلف را می‌دهد و در نهایت، اینکه سبک‌های زندگی و ذائقه‌هایی که بر مبنای سرمایه‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی شکل می‌گیرد، به مصرف کالاهایی می‌انجامد که تمایز اجتماعی ایجاد می‌کند [۱۳]. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، امروزه مصرف فراتر از حد نیاز، تبدیل به پدیده‌ای شده است که از آن با عنوان «مصرف‌گرایی نوین» تعبیر می‌شود. که به باور همگان محصول نظام سرمایه‌داری است و با ظهورش تحولی بزرگ به وجود آمد و در نهایت، به مصرف‌گرایی مدرن منتهی شد [۱]. مصرف‌گرایی یعنی استفاده از کالاها به منظور رفع نیازها و امیال. این عمل نه تنها شامل خرید کالاهای مادی، بلکه دربرگیرنده خدمات نیز هست. در جوامع نوین، مصرف‌گرایی به فعالیت اجتماعی اصلی تبدیل

که الگوی مصرف و سبک زندگی بر هم تأثیر و تأثر دارند و نیز رفتاری غیر ایستا (پویا) دارند و برای شبیه‌سازی آن‌ها باید از مدل‌های دینامیک بهره برد. درضمن، می‌توان آن‌ها با رویکرد و تفکر سیستمی به شکل درست‌تری درک کرد. تقسیم‌بندی انواع مصرف و شناسایی مکانیسم عمل آن‌ها در زیرسیستم‌ها و نیز رفتار زیرسیستم‌ها در سیستم کلی ما را به شناسایی و تحلیل واقعی‌تر الگوی مصرف و در نتیجه، سبک زندگی می‌رساند.

مواد و روش‌ها

رویکرد این مقاله به الگوی مصرف، رویکردی سیستمی است. به این معنا که الگوی مصرف خانوارهای شهری ایرانی را یک سیستم پویا در نظر گرفته و می‌کوشد با ابزارهای تفکر سیستمی و به‌خصوص ابزارهای سیستم‌های دینامیکی آن را مدل‌سازی و تبیین کند. به این منظور، مراحل انجام این تحقیق منطبق بر مراحل ساخت و اجرای مدل پویای سیستم خواهد بود. مراحل تهیه، تدوین و اجرای مدل‌های دینامیکی به صورت زیر است.

تعریف مسئله و فرضیه پویا

۱. رفتارهای مرجع و افق زمانی

مصرف و الگوی مصرف به عنوان مؤلفه اصلی سبک زندگی در جامعه امروزی ما مطرح است و افراد با درآمدهای مختلف به انجام هزینه‌ها در زمینه‌های گوناگون می‌پردازند. بی‌شک سهم هزینه‌ای که هر فرد برای زمینهای خاص از مصرف در نظر می‌گیرد را می‌توان به عنوان اهمیت آن زمینه در زندگی فرد و یا در مجموع در جامعه قلمداد کرد. با بررسی درآمدها و هزینه‌های خانوارهای شهری ایرانی در گزارش‌های مرکز آمار ایران و نیز بانک مرکزی، مصارف (هزینه‌های) خانوارهای شهری ایرانی در چهار گروه کلی تقسیم شدند: ۱. مصرف زیستی؛ ۲. مصرف آموزشی و تحصیلی؛ ۳. مصرف فرهنگی؛ ۴. مصرف رسانه‌ای، و همه هزینه‌هایی که در گزارش‌های یادشده در سال‌های مختلف ذکر شده بود، در این چهار گروه دسته‌بندی شدند. جدول ۱ گزارش تجمیعی هزینه‌های (مصارف) خانوارهای شهری ایرانی به تفکیک چهارگروه مصرف یادشده، در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ است.

مختلفی از این مفاهیم و گستردگی آن‌ها می‌رساند. در راستای نقش و تأثیر و تأثر الگوی مصرف و سبک زندگی خانوارها به عنوان نمونه می‌توان به برخی از این مقالات اشاره کرد:

مائارو، جین و کمبوج در سال ۲۰۲۰ در مقاله‌ای با عنوان «درک تأثیر سبک زندگی بر رفتار مصرف پایدار» به بررسی عوامل بالقوه تعیین‌کننده رفتار مصرف پایدار پرداختند. این مطالعه به تشریح گرایش سبک زندگی سلامت و پایداری و تأثیرات چنین سبک‌های زندگی بر رفتار مصرف پایدار در اقتصاد اشتراکی می‌پردازد و همچنین، به تأثیر نگرش مصرف‌کننده در مصرف پایدار تأکید شده کرده است.

قربانعلی سبکتکین ریزی و محمدرضا سابقی نیز در سال ۲۰۱۵ مقاله‌ای با عنوان «مطالعه نقش هویت در سبک زندگی و مصرف» بیان کرده‌اند که بسیاری از تحولات فرهنگی را می‌توان با استفاده از مفهوم سبک زندگی تحلیل کرد. برخی از این تحولات عبارت است از: شکل‌گیری فرهنگ مصرف در میان طبقات خاصی از جامعه به منظور ایجاد تمایز. آن‌ها همچنین بیان می‌کنند که عامل مصرف در تحلیل و تبیین سبک زندگی اهمیت زیادی دارد و مصرف برای رفع نیازهای زیستی را شامل انتخاب‌هایی می‌دانند که هویت اجتماعی فرد را نشان می‌دهد.

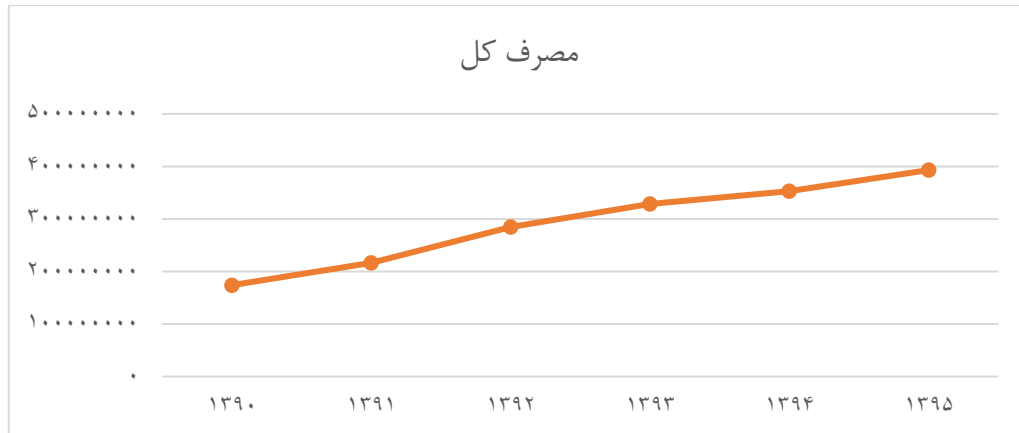
فیتراستون نیز در سال ۲۰۱۵ پژوهشی تحت عنوان «سبک زندگی و فرهنگ مصرف» انجام داده است. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده از این پژوهش، سبک زندگی بر مصرف و الگوی مصرف اثرگذار است و در صورتی که سبک زندگی به سمت مصرف‌گرایی تمایل بیاید، فرهنگ مصرف نیز تحت الشعاع آن قرار خواهد گرفت.

سلاجقه و موسوی در سال ۲۰۱۲ در پژوهشی که عنوان آن «تأثیر سبک زندگی بر مصرف کالاهای لوکس» است، بیان کرده‌اند که بهبود و رشد اقتصادی در سراسر جهان منجر به افزایش تمایل جوامع به مصرف محصولات لوکس شده است و بسیاری از مردم هنگام خرید نام لوکس و نام تجاری را در نظر می‌گیرند. این مهم می‌تواند به دلایل مختلف مانند تقلید سبک زندگی افراد ثروتمند، موقعیت اجتماعی سطح بالا، کیفیت بالای محصولات و غیره باشد. در حال حاضر، عرضه محصولات لوکس از جمله مد و تجهیزات، عطر، لوازم آرایشی و بهداشتی، زیورآلات، خودروها، هتل‌ها و... در سراسر جهان افزایش یافته است.

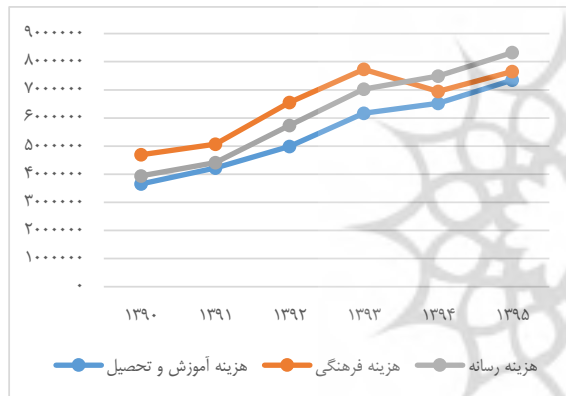
بررسی مطالعات و تحقیقات پیشین ما را به این موضوع می‌رساند

جدول ۱. مصارف (هزینه‌های) چهارگانه خانوارهای شهری ایرانی در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ (قیمت‌ها به ریال)

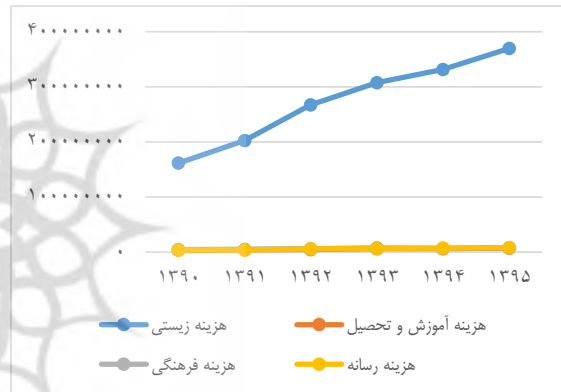
سال	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
هزینه زیستی	۱۶۱۶۴۰۳۶۰	۲۰۲۸۳۷۱۳۵	۲۶۷۱۹۳۱۳۳	۳۰۷۸۳۳۱۶۶	۳۳۱۶۹۸۰۲۲	۳۶۹۶۹۰۳۱۷
هزینه آموزش و تحصیل	۳۶۵۲۶۶۱	۴۲۱۷۳۲۹	۴۹۸۹۸۴۳	۶۱۶۹۹۲۷	۶۵۲۴۰۸۰	۷۳۴۴۲۳۱
هزینه فرهنگی	۴۶۹۱۴۳۱	۵۰۶۹۷۶۰	۶۵۴۸۸۷۴	۷۷۲۷۰۹۹	۶۹۴۰۰۳۸	۷۶۴۹۴۶۵
هزینه رسانه	۳۹۴۱۴۸۶	۴۴۱۵۳۸۹	۵۷۳۰۴۸۶	۷۰۲۹۷۸۳	۷۴۸۸۶۱۱	۸۳۲۱۸۶۱
جمع کل	۱۷۳۹۲۵۹۳۸	۲۱۶۵۳۹۶۱۳	۲۸۴۴۶۲۳۳۶	۳۲۸۷۵۹۹۷۵	۳۵۲۶۵۰۷۵۱	۳۹۳۰۰۵۸۷۴



شکل ۱. مصرف کل خانوارهای شهری ایرانی در سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵



شکل ۳. مقایسه نموداری هزینه‌های رسانه، فرهنگی و آموزشی



شکل ۲. مقایسه نموداری انواع هزینه‌ها

و به این معناست که اولویت اول خانوارهای شهری ایرانی، مصرف زیستی است و بیشترین سهم از درآمد خود را در حوزه مصارف زیستی هزینه می‌کنند، از میان انواع دیگر هزینه‌ها و تا سال ۱۳۹۳، مصرف فرهنگی دومین اولویت مصرفی (هزینه‌ای) خانوارهای شهری ایرانی است و پس از آن، مصرف رسانه‌ای و سپس، مصرف آموزشی و تحصیلی اولویت‌های بعدی خانوارهای شهری ایرانی است. از سال ۱۳۹۳ با شیب رشد نمودارها کاهش یافته است، اما فقط در خصوص مصرف فرهنگی میزان مصرف کاهش یافته و سایر انواع مصارف کاهش نیافته و فقط از میزان رشد آن‌ها کاسته شده است. بنابراین، می‌توان گفت که از سال ۱۳۹۳ مصرف رسانه‌ای اولویت دوم خانوارهای شهری ایرانی است و پس از مصرف زیستی، بیشترین سهم هزینه‌ای خود را به مصرف رسانه‌ای معطوف کرده‌اند و پس از آن مصرف فرهنگی اولویت سوم و مصرف آموزشی و تحصیلی اولویت چهارم را دارند.

نمودار «مصرف کل خانوارهای شهری ایرانی در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵» در شکل ۱ آمده است.

نمودار شکل ۱ بر اساس آمار و اطلاعات یادشده که در جدول ۱ نیز درج شده، ترسیم شده است و نشان می‌دهد هزینه (مصرف) کل خانوارهای شهری ایرانی در سال‌های یادشده رشد داشته است. و این رشد در سال‌های مختلف از شیب‌های مختلفی برخوردار است که می‌تواند به دلیل تورم، رکود و... باشد. در ادامه نیز نمودار انواع مصارف دیگر مشاهده می‌شود و رفتار هر یک از انواع مصرف در مقایسه با مصرف زیستی (که مصرف زیستی با اختلاف زیادی از آن‌ها قرار دارد) و نیز در مقایسه با یکدیگر مشاهده می‌شود که در شرایط مختلف طی سال‌های یادشده رفتارهای افزایشی و یا کاهشی داشته‌اند.

همان‌گونه که در نمودارهای شکل‌های ۲ و ۳ مقایسه می‌شود، بعد از هزینه زیستی که بیشترین سهم هزینه‌ای را به خود اختصاص داده است

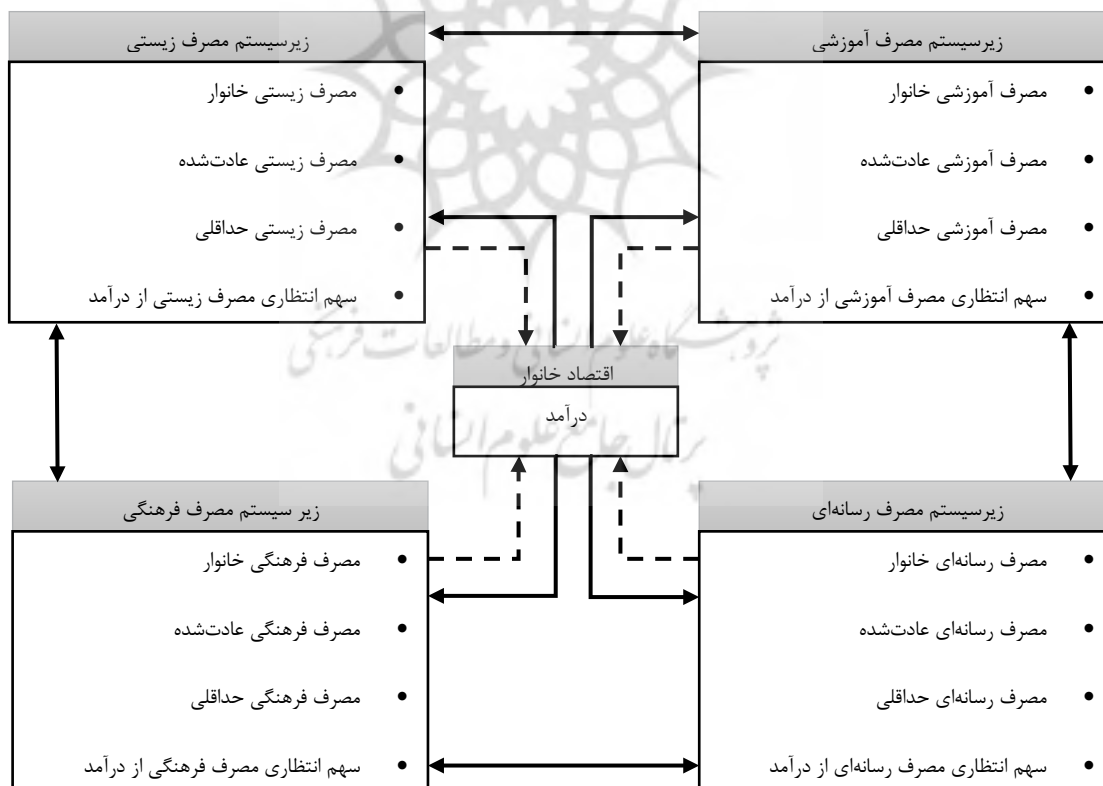
یک جامعه مصرف خود را بر اساس درآمد سرانه خود بودجه‌بندی می‌کنند و می‌کوشند هزینه‌هایی که طی یک ماه و یا حتی سال باید انجام دهند را در هماهنگی میزان درآمد سرانه خود انجام دهند. آن‌ها درآمد سرانه خود را در چهار حوزه مصرف زیستی، مصرف آموزشی، مصرف رسانه‌ای و مصرف فرهنگی هزینه می‌کنند. طبیعی است که ابتدا هزینه‌های زیستی را در اولویت قرار می‌دهند و بخش عمده درآمد خود را به مصرف زیستی خانوار اختصاص می‌دهند. مصرف زیستی خانوار بر اساس نرخی که به مرور زمان ایجاد شده است، شکل می‌گیرد. این نرخ و در نهایت، سطح مصرف زیستی خانوار و نیز مقدار اولیه مصرف زیستی باعث ایجاد سطحی از مصرف زیستی می‌شود که خانوار به مصرف در آن سطح عادت می‌کند. خط فقر به عنوان شاخصی اقتصادی و عمومی در جامعه که بر اقتصاد خانوارها اثرگذار است و در مدل ما عاملی بیرونی به حساب می‌آید و نیز مصرف زیستی عادت‌شده خانوار، سطحی حداقلی از مصرف زیستی را برای خانوار ایجاد می‌کنند که رابطه مستقیم با مصرف زیستی عادت‌شده دارد و حداقل‌های مصرف زیستی خانوار را بیان می‌کند. مصرف زیستی عادت‌شده هم به طور مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم و از طریق مصرف زیستی حداقلی می‌تواند سهمی از درآمد را که خانوار انتظار دارد

در این مقاله رفتار مصرف کل و نیز مصارف چهارگانه (مصرف زیستی، مصرف فرهنگی، مصرف رسانه‌ای و مصرف آموزشی و تحصیلی) خانوارهای شهری ایرانی از سال ۱۳۹۰ بررسی شده و همه آمارها و اعداد و ارقام مربوطه در گزارش‌های آماری که مینا قرار داده شده، مربوط به همین دوره است. همچنین، در نظر است از طریق مدلی که طراحی و ساخته خواهد شد، این روند تا سال ۱۴۰۴ پیش‌بینی و سناریوپردازی شود.

۲. فرضیه پویا

بر اساس نظر استرمن پس از تعریف مسئله و افق زمانی مناسب آن، باید به بیان علل رفتار مشکل‌ساز پرداخته شود که به آن فرضیه پویا گفته می‌شود. این فرضیه توضیحی از پویایی‌های مسئله را در قالب بازخوردهای اصولی و ساختارهای حالت و جریان سیستم توصیف می‌کند. به همین دلیل، آن را پویا می‌نامند و چون هنگام یادگیری از فرایند مدل‌سازی و جهان واقعی، در معرض بازنگری و حذف قرار می‌گیرند، آن را فرضیه می‌نامند [۲۰].

در خصوص فرضیه پویای مدل مد نظر این مقاله باید گفت که افراد



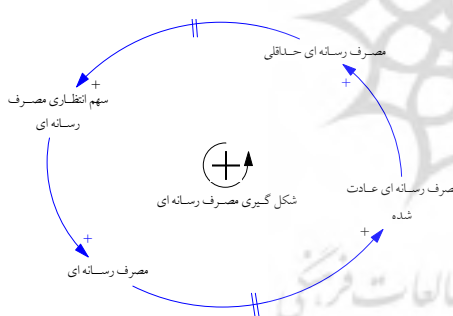
شکل ۴. نمودار زیرسیستم

در مورد مصرف آموزشی نیز وضع بر همین منوال است. یعنی در هر خانوار بر اساس درآمد سرانه خود و نیز بر اساس نرخ که تحت تأثیر سهمی از درآمد خانوار که انتظار دارد بابت مصرف زیستی، رسانه‌ای و فرهنگی هزینه شود (سهم انتظاری مصرف)، شکل می‌گیرد و آن را نرخ مصرف آموزشی خانوار می‌نامیم، میزان مصرف آموزشی خانوار شکل می‌گیرد. مصرف آموزشی عادت‌شده در رابطه مستقیم با این نرخ و میزان مصرف آموزشی خانوار، و نیز مقدار اولیه مصرف آموزشی (به عنوان متغیری برون‌زا)، هر خانوار به سطحی از مصرف آموزشی عادت می‌کند که این مصرف آموزشی عادت‌شده، به همراه متوسط هزینه حداقل تحصیلات در جامعه (که متغیری بیرونی است)، میزان مصرف آموزشی حداقلی هر خانوار را شکل می‌دهد. متوسط هزینه حداقل تحصیلات جامعه از تابعی پیروی می‌کند که تابع هزینه تحصیلات است و متوسط حداقل تحصیلات جامعه بر آن اثر دارد. طبق روال، مصرف آموزشی حداقلی خانوار، انتظاری را در خانوار در خصوص سهمی از درآمد که صرف آموزش می‌کند، به وجود می‌آورد (سهم انتظاری مصرف آموزشی از درآمد خانوار) و این سهم انتظاری که خود تحت تأثیر درآمد سرانه قرار دارد، بر نرخ مصرف آموزشی خانوار مؤثر است.

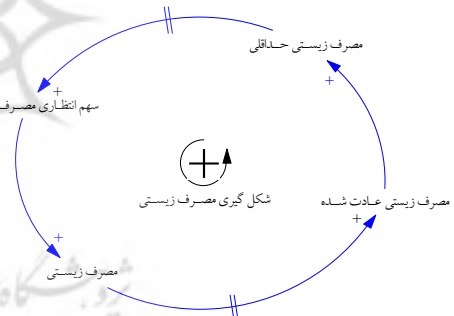
مصرف فرهنگی به عنوان چهارمین گروه از مصارف خانوار، نیز بر اساس درآمد سرانه خانوار تنظیم می‌شود. به این معنا که در هر خانوار بر

برای مصارف زیستی هزینه شود، افزایش یا کاهش دهد. افزایش یا کاهش این سهم انتظاری با افزایش یا کاهش درآمد سرانه نیز مرتبط است و همچنین، بر نرخ مصرف زیستی نیز اثرگذار است.

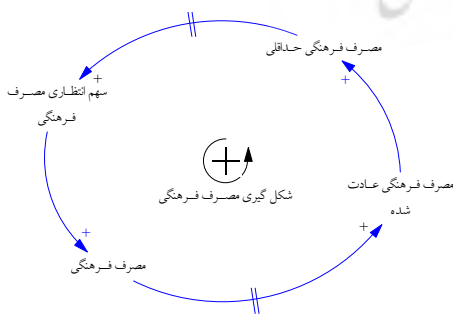
مشابه روندی که در مورد مصرف زیستی خانوار طی شد، خانوارها بر اساس درآمد سرانه خود و بر اساس نرخ که تحت تأثیر سایر هزینه‌ها و یا به بیان بهتر، تحت تأثیر سهم انتظاری مصرف از درآمد خانوار در بخش‌های مصرف زیستی، آموزشی و فرهنگی ایجاد شده است و آن را نرخ مصرف رسانه‌ای خانوار می‌نامیم، مصرف رسانه‌ای خانوار را شکل می‌دهند. بر این اساس و در رابطه مستقیم با این نرخ و میزان مصرف رسانه‌ای خانوار، و نیز مقدار اولیه مصرف رسانه‌ای (به عنوان متغیری برون‌زا) هر خانوار به سطحی از مصرف رسانه‌ای عادت می‌کند که این مصرف رسانه‌ای عادت‌شده، میزان مصرف رسانه‌ای حداقلی هر خانوار را شکل می‌دهد. مصرف رسانه‌ای حداقلی خانوار فقط تحت تأثیر مصرف رسانه‌ای عادت‌شده نیست و از عاملی بیرونی مانند حداقل هزینه مصرف رسانه‌ای در جامعه نیز اثر می‌گیرد. مشابه آنچه در مصرف زیستی رخ داد، مصرف رسانه‌ای حداقلی خانوار، انتظاری را ایجاد می‌کند که بر اساس آن خانوار تمایل دارد سهمی از درآمد خود را صرف مصرف رسانه‌ای کند. (سهم انتظاری مصرف رسانه‌ای از درآمد خانوار) این سهم انتظاری که خود تحت تأثیر درآمد سرانه قرار دارد، بر نرخ مصرف رسانه‌ای خانوار تأثیر دارد.



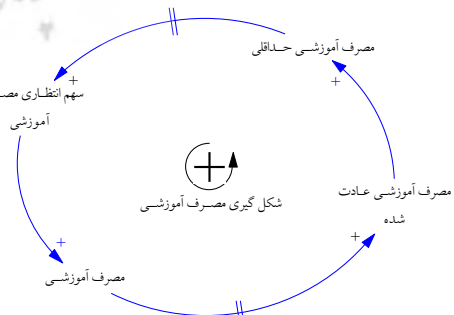
شکل ۶. نمودار علی-حلقوی مصرف رسانه‌ای



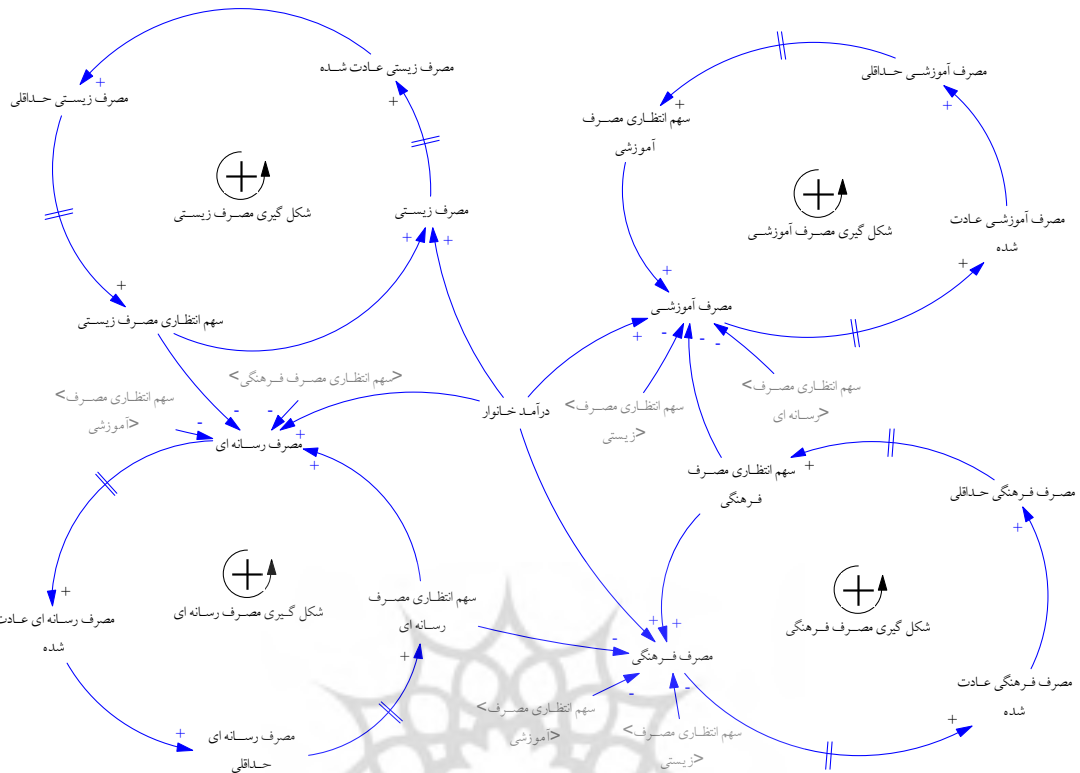
شکل ۵. نمودار علی-حلقوی مصرف زیستی



شکل ۸. نمودار علی-حلقوی مصرف فرهنگی



شکل ۷. نمودار علی-حلقوی مصرف آموزشی



شکل ۹. نمودار علی - حلقوی یکپارچه سبک زندگی خانوار شهری (با رویکرد مصرف)

است، این نمودارها ابزارهای انعطاف‌پذیر و مفیدی برای ترسیم ساختار بازخوردی سیستم‌ها با هر قلمروی هستند که روابط علت و معلولی بین متغیرها را با فلش‌هایی که بیانگر جهت جریان تأثیر علت بر معلول هستند، نشان می‌دهند.

همان‌طور که پیش‌تر و در توضیح فرضیه پویا گفته شد و در نمودارهای زیر سیستم هم مشاهده شد، مدل مد نظر متشکل از چهار زیرسیستم است. به بیان دیگر، در این مدل مصرف خانوار شهری در چهار گروه طبقه‌بندی شده‌اند که عبارت‌اند از: مصرف زیستی، مصرف رسانه‌ای، مصرف آموزشی و مصرف فرهنگی. هر یک از این مصرف‌ها یک زیرسیستم دارد و سازوکار آن و روابط علی و معلولی آن از طریق نمودارهای علی حلقوی که در شکل‌های ۵-۸ تبیین می‌شود. سازوکار و روابط علی این چهار نوع مصرف (چهار زیرسیستم) به طور کلی روندی مشابه یکدیگر دارند.

در نهایت، با توجه به توضیحاتی که در خصوص هر زیرسیستم و روابط علی و معلولی آن‌ها بیان شد، برای نمایش یکپارچه مدل که در آن هر ۴ زیرسیستم و روابط علی و معلولی آن‌ها آورده شده باشد، روابط علی و معلولی این ۴ زیرسیستم در شکل ۹ مشاهده می‌شود. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، همه روابطی که به طور مجزا شرح داده شد، در

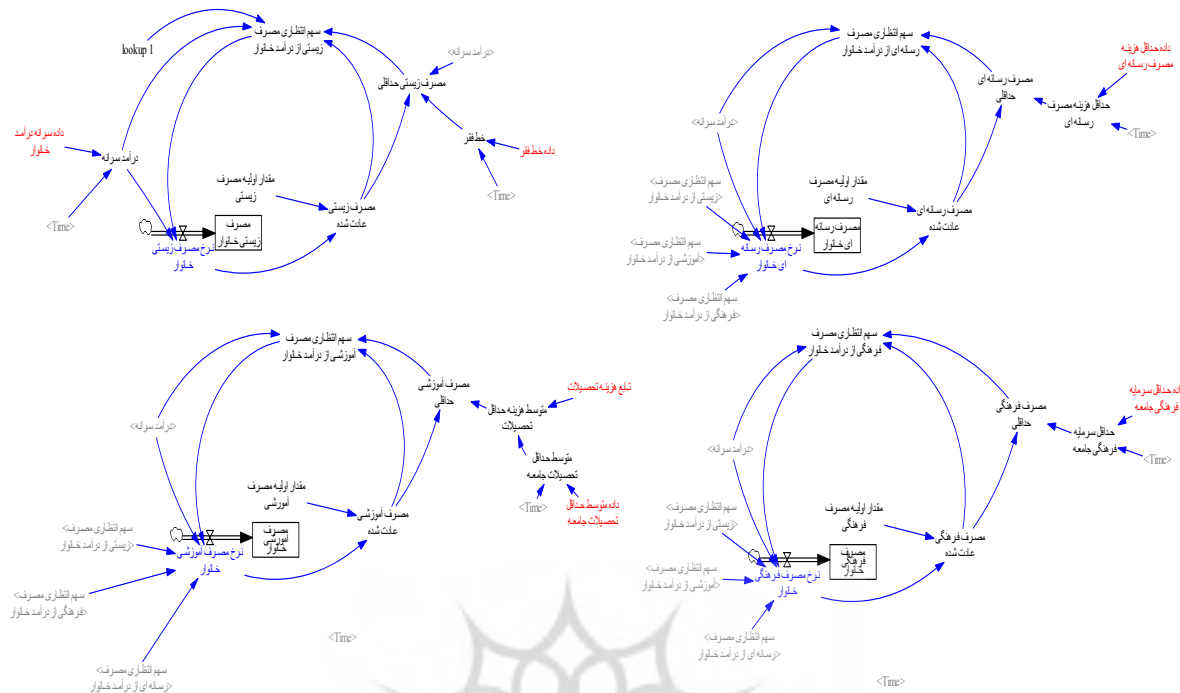
اساس درآمد سرانه خانوار و نیز بر اساس نرخ‌ها که تحت تأثیر سهمی از درآمد خانوار که انتظار می‌رود بابت مصرف زیستی، رسانه‌ای و آموزشی هزینه شود (سهم انتظاری مصرف) شکل می‌گیرد و آن را نرخ مصرف فرهنگی خانوار می‌نامیم، میزان مصرف فرهنگی خانوار شکل می‌گیرد. مصرف فرهنگی خانوار و نیز مقدار اولیه مصرف فرهنگی (به عنوان متغیری برون‌زا)، میزانی از مصرف فرهنگی را شکل می‌دهند که خانوار به آن عادت کرده است. مصرف فرهنگی عادت‌شده به طور مستقیم بر حداقل مصرف فرهنگی خانوار اثر دارد. سرمایه فرهنگی جامعه نیز که عاملی بیرونی به حساب می‌آید بر مصرف فرهنگی حداقلی اثر دارد. مصرف فرهنگی عادت‌شده، همچنین به طور مستقیم و نیز از طریق مصرف فرهنگی حداقلی، سهم انتظاری مصرف فرهنگی از درآمد خانوار را ایجاد می‌کند که خود تحت تأثیر درآمد سرانه نیز قرار دارد و نیز بر نرخ مصرف فرهنگی خانوار اثر می‌گذارد.

نمودار زیرسیستم

نمودارهای علی - حلقوی

ابزار استفاده‌شده در این مقاله برای تبیین روابط علت - معلولی، نمودار علی حلقوی (علی-معلولی) است و همان‌طور که استرمن گفته

ارائه مدل دینامیکی برای تبیین الگوی مصرف در سبک زندگی شهری ایرانیان



شکل ۱۰. نمودار حالت - جریان سبک زندگی خانوار شهری (با رویکرد مصرف)

جدول ۲. سناریوهای ۹ گانه مدل دینامیکی سبک زندگی خانوارهای شهری (با رویکرد مصرف)

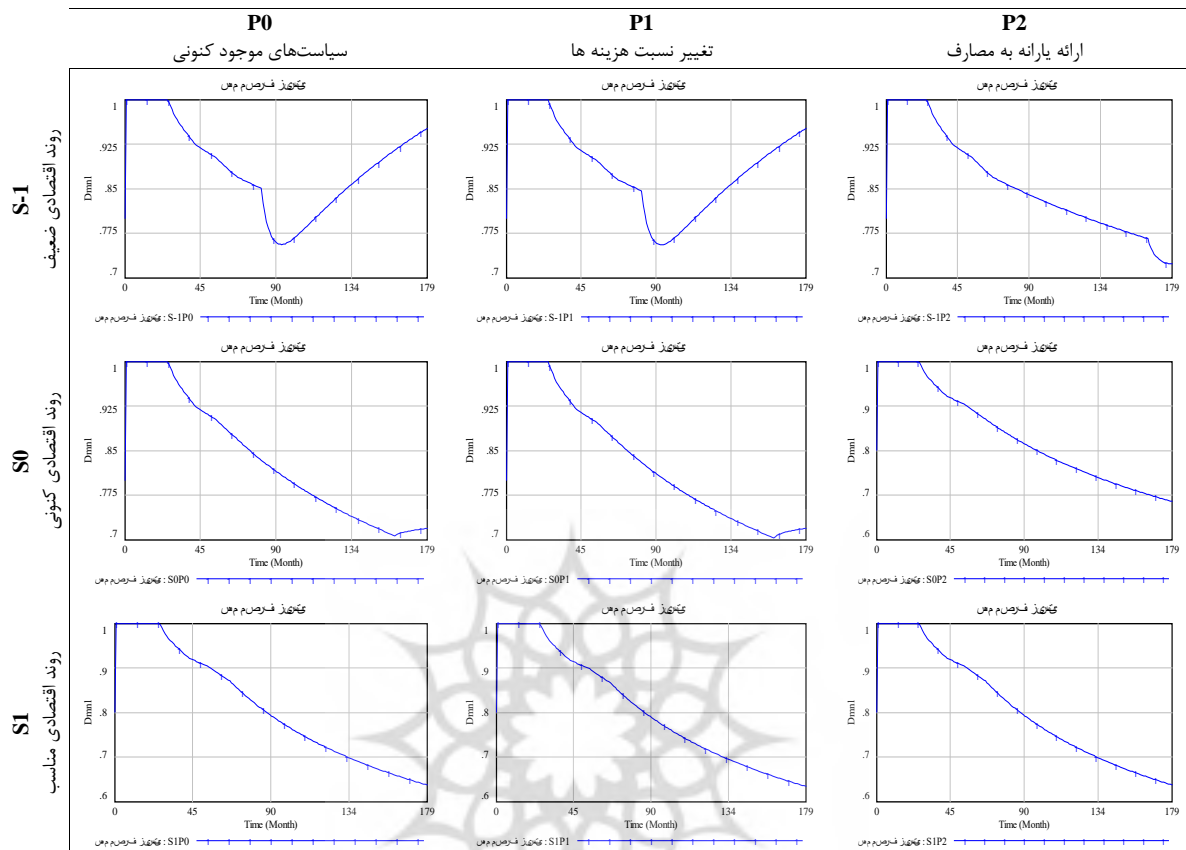
	P0	P1	P2
	سیاست‌های موجود کنونی	تغییز نسبت هزینه‌ها	ارائه یارانه به مصارف
s-1	S-1P0	S-1P1	S-1P2
روند اقتصادی ضعیف	اجرای سیاست‌های موجود کنونی در شرایط اقتصادی ضعیف	اجرای سیاست تغییر نسبت هزینه‌ها در روند اقتصادی ضعیف	اجرای سیاست ارائه یارانه به مصارف در روند اقتصادی ضعیف
S0	S0P0	S0P1	S0P2
روند اقتصادی کنونی	اجرای سیاست‌های موجود کنونی در روند اقتصادی کنونی	اجرای سیاست تغییر نسبت هزینه‌ها در روند اقتصادی کنونی	اجرای سیاست ارائه یارانه به مصارف در روند اقتصادی کنونی
S1	S1P0	S1P1	S1P2
روند اقتصادی مناسب	اجرای سیاست‌های موجودی کنونی در روند اقتصادی مناسب	اجرای سیاست تغییر نسبت هزینه‌ها در روند اقتصادی مناسب	اجرای سیاست ارائه یارانه به مصارف در روند اقتصادی مناسب

نمودار حالت - جریان

نمودار انباشت - جریان ابزاری برای مدل‌سازی فرضیات ساخته‌شده در نمودارهای علی است. این نمودارها انباشتگی پول، مواد و اطلاعات را طی سیستم ردیابی می‌کنند. سازوکار این نمودار که از دو نوع متغیر حالت و جریان تشکیل شده، این‌گونه است که

این نمودار یکپارچه وجود دارد و روابط ۴ زیرسیستم نیز دیده می‌شود. سهم انتظاری مصرف از درآمد خانوار شهری در هر یک از انواع مصرف و نیز درآمد خانوار و تأثیرات آن‌ها از طریق روابط علی و معلولی این ۴ زیرسیستم را به یکدیگر مرتبط می‌کند و مدلی یکپارچه از این روابط را نمایش می‌دهد.

جدول ۳. ماتریس نموداری سناریوهای ۹ گانه مدل دینامیکی سبک زندگی خانوارهای شهری (با رویکرد مصرف)



تدوین سناریو

پس از ایجاد مدل و اعتبارسنجی آن، بر اساس عملکرد مدل به تدوین سناریوهای مختلف می‌پردازیم. به همین منظور، سه سیاست را در سه حالت (شرایط سه‌گانه) در مدل فرض می‌کنیم. جدول ۲ سه سیاست در شرایط سه‌گانه مفروض را نشان می‌دهد. این سه سیاست شامل ۱. سیاست‌های موجود کنونی (P_0)؛ ۲. تغییر نسبت هزینه‌ها (P_1)؛ ۳. ارائه یارانه به مصارف (P_2) هستند. در سیاست P_0 (سیاست‌های موجود کنونی) منظور این است که فرض کنیم که سیاست‌هایی که در حال حاضر موجود است، ادامه یابد و تغییری ایجاد نشود تا نشان داده شود که روند هزینه‌ها و رفتار آن‌ها طی زمان چگونه خواهد بود. منظور از سیاست P_1 (تغییر نسبت هزینه‌ها) این است که در نسبت هزینه‌های وضع موجود تغییراتی ایجاد کنیم تا تغییرات ایجاد شده در انواع مصرف‌ها را طی زمان بیابیم. در سیاست P_2 (ارائه یارانه به مصارف) نیز فرض می‌کنیم که به مصارف مختلف یارانه (سوبسید) تعلق بگیرد و در این حالت چه تغییری در شیوه مصرف و میزان آن طی زمان

متغیرهای حالت که بیانگر انباشتگی هستند، وضعیت سیستم را مشخص کرده و از طریق انباشته کردن تفاوت بین جریان ورودی به یک فرایند و جریان خروجی از آن، تأخیرها را ایجاد می‌کنند و همچنین، اطلاعاتی را ایجاد می‌کنند که بر مبنای آن‌ها تصمیم‌گیری و اقدام می‌شود. در مدل مد نظر این مقاله نمودار حالت و جریان دارای ساختاری است که در شکل ۱۰ مشاهده می‌شود. این مدل نیز مطابق با فرضیات پویا و نیز نمودار زیرسیستم، شامل ۴ زیرسیستم است و به بیانی، در این مدل مصرف خانوار در چهار گروه طبقه‌بندی شده است که شامل مصرف زیستی، مصرف رسانه‌ای، مصرف آموزشی و مصرف فرهنگی هستند. درآمد خانوار و نیز سهم انتظاری خانوار از هر یک از انواع مصرف، مکانیسم عمل و انتقال از هر یک از انواع مصرف به دیگری را شکل می‌دهند. در شکل ۱۰ به دلیل آنکه نمای مدل شلوغ و پیچیده نباشد، سهم‌های انتظاری و نیز درآمد خانوار در هر یک از زیرسیستم‌ها به صورت سایه‌ای نمایش داده شده است تا از ایجاد خطوط متعدد و در هم جلوگیری شود.

نیز پویاست که می‌توان آن را با استفاده از رویکرد پویایی‌های سیستمی تبیین و تحلیل کرد و نمایش داد.

۲. شرایط اقتصادی و فرهنگی در حال حاضر، تحت تأثیر بحران‌های اقتصادی که سال‌ها به دلایل مختلف گریبان‌گیر جامعه بوده است و نیز مسائل فرهنگی مبتلا به جامعه، جامعه ایرانی را به جامعه‌ای مصرفی تبدیل کرده و مصرف زیستی به صورت افراطی در اولویت مصرف خانوارهای شهری قرار گرفته است. امنیت اقتصادی و زیستی اولویت اول خانوارهای شهری ایرانی است و حتی در طبقات بالاتر اقتصادی نیز برای نمایاندن سطح بالاتر خانوار و مصرف متظاهراً بیشتر در مصرف زیستی خودنمایی می‌کند. روند رو به رشد مصرف زیستی حتی در روند اقتصادی مناسب، نمایانگر این امر است.

۳. به‌جز مصرف زیستی که همواره اولویت اول خانوارهای شهری ایرانی است و طبق نظریه سلسله‌مراتب نیازها تا حدی منطقی به نظر می‌رسد، نمودار سایر مصارف در سناریوهای مختلف روندی تقریباً مشابه دارد و به این معناست که خانوارها پس از مصرف زیستی به طور تقریباً یکسانی به سایر مصارف می‌پردازند.

۴. در حالت روند اقتصادی مناسب، شیب نرخ مصرف رسانه‌ای خانوار شهری نسبت به سایر هزینه‌ها بیشتر است و بعد از آن نرخ مصرف فرهنگی شیب بیشتری دارد و بیانگر این مطلب است که در صورتی که شرایط اقتصادی بهبود یابد، نرخ مصرف رسانه‌ای و فرهنگی افزایش می‌یابد. می‌توان تصور کرد به دلیل همپوشانی‌هایی که مصرف رسانه‌ای و فرهنگی و حتی مصرف آموزشی با هم دارد و تأثیراتی که می‌توانند به صورت غیرمستقیم بر هم بگذارند، افزایش هر یک موجب افزایش سایر آن‌ها شود.

۵. با ادامه روند اقتصادی کنونی، نرخ مصرف آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای خانوار شهری نیز با شیب ملایمی به همین روند تداوم خواهد داشت، اما سیاست‌های کنونی و سیاست تغییر نسبت هزینه‌ها موجب روند کاهشی آن‌ها بعد از گذشت مدتی از زمان خواهد شد.

۶. اجرای سیاست ارائه یارانه به مصارف در هر شرایطی موجب افزایش نرخ مصرف مربوط به هر یک از انواع مصرف خواهد شد (منوط به اینکه موجب افزایش تورم در سطح کلان اقتصادی نشود).

۷. گرچه سیاست پرداخت یارانه به انواع مصرف، سیاست مناسبی در دنیای امروزه به نظر نمی‌رسد، و برخی آن را مانند تزریق مخدر به پیکر فرد (جامعه) می‌دانند، اما بیانگر آن است که در صورتی که هزینه مصارف فرهنگی، رسانه‌ای و آموزشی کاهش یابد و سهم کمتری از سبد هزینه خانوار را به خود تخصیص دهد، میزان مصرف آن‌ها افزایش می‌یابد. این سیاست می‌تواند در کوتاه‌مدت برای شکستن مقاومت و عادت ذهنی جامعه برای این نوع مصارف مؤثر باشد.

۸. بهبود شرایط اقتصادی، بهترین راه برای افزایش مصارف فرهنگی در جامعه است و با ایجاد بهبود در شرایط اقتصادی جامعه و ایجاد آرامش و امنیت اقتصادی در جامعه و رشد درآمد سرانه خانوار و برقراری تعادل و امنیت اقتصادی، آرامش روانی در جامعه ایجاد شده و جامعه در خصوص

رخ می‌دهد. این سه سیاست را در سه وضعیت (شرایط سه‌گانه) اجرا می‌کنیم. این شرایط سه‌گانه عبارت‌اند از: سه حالت در شرایط اقتصادی: ۱. روند اقتصادی ضعیف ($S(1-)$); ۲. روند اقتصادی کنونی ($S(0)$); ۳. روند اقتصادی مناسب ($S(1)$). در توضیح این سه حالت در شرایط اقتصادی باید گفت که این سه حالت را می‌توان به صورت یک پیوستار فرض کرد، نقطه میانی این پیوستار، شرایط اقتصادی کنونی است (نقطه صفر) که آن را S_0 می‌نامیم و یک سر این پیوستار که نقطه ۱ است را روند اقتصادی مناسب در نظر گرفته‌ایم. یعنی شرایطی که وضع اقتصادی از شرایط کنونی بهتر است و جامعه از نظر اقتصادی شرایطی بهتر از شرایط کنونی دارد که آن را (S_1) نامیده‌ایم. سر دیگر پیوستار که معادل نقطه (-1) است را معادل روند اقتصادی ضعیف فرض کرده‌ایم و آن را ($S(-1)$) نامیده‌ایم. یعنی شرایطی که اوضاع اقتصادی از شرایط فعلی آن بدتر و ضعیف‌تر است.

حال مطابق آنچه در جدول ۲ مشاهده می‌شود، سه سیاست یادشده و شرایط سه‌گانه یادشده را در ماتریسی با هم تلاقی می‌دهیم و از تلاقی آن‌ها ۹ حالت مختلف ایجاد می‌شود که ۹ سناریو را تشکیل می‌دهند. این ۹ سناریو عبارت‌اند از:

$S(1-)$: P۰: اجرای سیاست‌های موجود کنونی در شرایط اقتصادی ضعیف
 S_0P_0 : اجرای سیاست‌های موجود کنونی در روند اقتصادی مناسب
 S_1P_0 : اجرای سیاست‌های موجود کنونی در روند اقتصادی مناسب
 $S(1-)$: P۱: اجرای سیاست تغییر نسبت هزینه‌ها در روند اقتصادی ضعیف
 S_0P_1 : اجرای سیاست تغییر نسبت هزینه‌ها در روند اقتصادی کنونی
 S_1P_1 : اجرای سیاست تغییر نسبت هزینه‌ها در روند اقتصادی مناسب
 $S(1-)$: P۲: اجرای سیاست ارائه یارانه به مصارف در روند اقتصادی ضعیف
 S_0P_2 : اجرای سیاست ارائه یارانه به مصارف در روند اقتصادی کنونی
 S_1P_2 : اجرای سیاست ارائه یارانه به مصارف در روند اقتصادی مناسب
 در جدول ۳ ماتریس نموداری مربوط به این ۹ سناریو مشاهده می‌شود. در این جدول رفتار یکی از متغیرهای مصرف (به عنوان نمونه، متغیر مصرف زیستی) تحت سناریوهای مختلف مشاهده می‌شود. به بیان دیگر مشاهده می‌شود که مصرف زیستی در هر یک از سناریوهای یادشده چه رفتاری از خود بروز می‌دهد.

یافته‌ها

با انجام این تحقیق، شامل مطالعات کتابخانه‌ای و ادبیات پژوهشی مربوط به آن، و نیز رویکرد سیستماتیک به موضوع سبک زندگی مصرفی و تلاش برای مدل‌سازی آن با رویکرد سیستم‌های دینامیکی و استفاده از نرم‌افزار ونزیم و شناسایی ۴ نوع مصرف، بررسی آمارهای مربوط به مصارف یادشده در گزارش‌های منتشرشده از سوی مرکز آمار ایران و ایجاد حلقه‌های علی- معلولی و نیز نمودار حالت و جریان و ساخت نهایی مدل و مشاهده رفتار مدل تحت تأثیر سناریوهای ۹ گانه یادشده و تحلیل آن‌ها، یافته‌های زیر حاصل می‌شود:

۱. سبک زندگی و مصرف به عنوان نمود آن، مفهومی سیستمی و

مصرف زیستی رفتاری غیر افراطی و متعادل تری از خود بروز خواهد داد و کم کم به مصارف دیگر خواهد پرداخت.

۹. در شرایط اقتصادی ضعیف و بحران‌های اقتصادی مختلف، آنچه بیشترین صدمه و آسیب را متحمل می‌شود، فرهنگ جامعه است. وضع اقتصادی ضعیف از سویی، باعث کاهش درآمد خانوار می‌شود و از سوی دیگر، باعث افزایش قیمت محصولات مختلف اعم از زیستی و غیره می‌شود و هر دو حالت به صورت فزاینده باعث کاهش مصارف می‌شود که پس از مصرف زیستی در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند و در رأس آن‌ها مصرف فرهنگ قرار دارد. با کاهش مصرف فرهنگی و... هم سطح فرهنگی جامعه افول می‌کند و هم کسب‌وکارهای فرهنگی دچار ضعف و شکست می‌شوند و این دو با هم شرایط فرهنگ را وخیم‌تر و احیای آن را دشوارتر می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله با این نگرش که مصرف به عنوان رفتاری انسانی، ساختاری ایستا و ثابت ندارد و در نتیجه، نمی‌توان آن را به طور خطی یا علی - معلولی صرف تحلیل کرد، بهترین روش را برای تحلیل و شناسایی این رفتار، به کارگیری رویکردهای سیستمی و دینامیکی می‌داند.

در این مقاله کوشیدیم با استفاده از رویکرد دینامیکی در تفکر سیستمی، الگوی مصرف در سبک زندگی شهری ایرانیان را شناسایی و بررسی کنیم و با طراحی مدل دینامیکی آن به شبیه‌سازی رفتار این سیستم بپردازیم و با استفاده از سناریوهای مختلف رفتار انواع مختلف مصرف را شناسایی و تحلیل کنیم. مصرف به عنوان امری انتخابی است که از نگرش‌ها، ارزش‌ها و سلیقه‌ها نشئت می‌گیرد و این فرایند محصول دوره مدرن و برآمده از منش‌های طبقاتی است و نوع و میزان مصرف عوامل تعیین‌کننده در آن هستند.

بی‌شک امروزه مصرف امری فراتر از برآورده کردن خواسته‌ها و نیازهای زیستی است و دیگر محدود به مصرف زیستی نمی‌شود و انواع مختلفی را می‌توان برای آن متصور شد. بر پایه این موضوع، مجموع مصارف خانوارهای شهری در چهار گروه مصرف زیستی، مصرف رسانه‌ای، مصرف فرهنگی و مصرف آموزشی دسته‌بندی شد.

با اجرای مدل‌سازی با رویکرد گفته‌شده، رابطه و جریان‌های بین این چهار نوع مصرف بیان شد و مکانیسم رفتار مصرف با این چهار نوع مورد کندوکاو قرار گرفت که همگی تحت تأثیر مستقیم اقتصاد خانوار یا همان درآمد سرانه خانوار هستند و در نتیجه، شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه تأثیر زیادی بر انتخاب‌های خانوار در تشکیل ترکیب مناسب مصرف (الگوی مصرف) دارد.

نمودار علی - حلقوی، فرایند تأثیر و تأثر (علت - معلولی) این فرایند را نشان می‌دهد و مدل مفهومی آن به شمار می‌رود و نمودار حالت - جریان انباشتگی پول، مواد و اطلاعات طی سیستم را نشان می‌دهد. بر این اساس، سناریوهایی ساخته شد (۹ سناریو) که با فرض روند اقتصادی در سه حالت ضعیف، کنونی و مناسب می‌کوشد تا سه سیاست ارائه یارانه،

تغییر نسبت هزینه‌ها و سیاست‌های کنونی را مورد بررسی قرار دهد و رفتار سیستم و مدل را در هر یک از این ۹ حالت (سناریو) نشان دهد و بیان می‌کند بعد از مصرف زیستی که اولویت اول را دارد، سایر مصارف از شرایط نسبتاً مشابهی برخوردارند و با فرض شرایط اقتصادی مناسب می‌توان انتظار داشت که مصرف رسانه‌ای با شیب بیشتری رشد کند و مصرف فرهنگی هم در پی آن در رتبه دوم قرار بگیرد و در ادامه، می‌توان شاهد تأثیر این دو بر روند رشد مصرف آموزشی نیز بود.

سیاست ارائه یارانه گرچه شاید از نظر اقتصاددانان، سیاست مناسبی نباشد، اما مدل طراحی شده و سناریوهای آن نشان می‌دهد که می‌تواند به طور مقطعی از رکود و تنش‌های شدن مصرف فرهنگی جلوگیری کند و مصرف فرهنگی عادت‌شده خانوارهای شهری را افزایش دهد. بی‌شک، بهبود شرایط اقتصادی از هر نظر می‌تواند الگوی مصرف و سبک زندگی خانوارها را در مسیر بهبود و مصرف متعادل و متناسب قرار دهد.

در همین راستا پیشنهادهای زیر را ارائه می‌شود:

۱. برنامه‌ریزی درازمدت برای امور فرهنگی جامعه شهری و ایجاد بستر مناسب برای سرمایه‌گذاری در امور فرهنگی و تقویت اقتصاد فرهنگ و امور فرهنگی از طرف دولت می‌تواند به رونق کسب‌وکارهای فرهنگی منجر شود و با افزایش آن، به دلیل در دسترس بودن بیشتر می‌توان شاهد استقبال بیشتری از سوی مردم بود.

۲. همان‌طور که گفته شد، جامعه ایرانی تحت شرایط مختلف سیاسی و اقتصادی خاص، اعم از جنگ تحمیلی و تحریم‌ها و... به سوی جامعه‌ای مصرفی (به طور مشخص، مصارف زیستی) رفته است و تثبیت مصرف‌گرایی در جامعه باعث تشدید آن می‌شود. بنابراین، سیاست‌گذاری برای تغییر این ذهنیت و دور کردن فرهنگ جامعه از تفکر مصرفی ضروری به نظر می‌رسد.

۳. بهبود شرایط اقتصادی کشور به عنوان کلید اصلی بهبود شرایط زندگی به شمار می‌رود که در سایه آن سهم مصرف زیستی در سبد مصرف خانوار کاهش یافته و افزایش سایر مصارف و به خصوص مصرف فرهنگی را در پی خواهد داشت که می‌توان در پرتو این افزایش و رشد مصرف فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی را پایه‌ریزی کرد.

۴. ارائه یارانه به محصولات و فعالیت‌های فرهنگی در کوتاه‌مدت می‌تواند به افزایش مصرف آن‌ها و نیز بهبود شرایط کسب‌وکارهای فرهنگی منجر شود. بنابراین، در شرایط اقتصادی کنونی این امر لازم به نظر می‌رسد.

۵. در دسترس بودن امکانات و فضاهای فرهنگی و نیز فراهم بودن امکان مشارکت اعضای جامعه در فعالیت‌های فرهنگی و خارج شدن تدریجی آن‌ها از تصدی‌گری دولت‌ها، هم زمینه‌ساز توسعه بیش از پیش فرهنگی جامعه خواهد بود و هم باعث رشد مصرف فرهنگی در جامعه می‌شود.

۶. تغییر رویکرد دولت و حکومت نسبت به فرهنگ و خروج آن‌ها از تصدی‌گری در امور فرهنگی و قرار گرفتن در جایگاه تولی‌گری امور فرهنگی، می‌تواند زمینه فعالیت‌های بیشتر مردم جامعه را فراهم کرده و

- London; sage; 1994
- [6] Storey J. Cultural Studies and the Study of Popular Culture. Tehran: Agah Publication: 2008 [In Persian]
- [7] Miles S. and et. Al. The Changing Consumer: Markets and Meanings. London; Routledge; 2002
- [8] Matharu M. Jain R. Komboj S. Understanding the impact of lifestyle on sustainable consumption behavior: a sharing economy perspective. Management of Environmental Quality 2021; 32(1); 20-40
- [9] Saboktakin Rizi G. Sabeghi M. Study of the Role of Identity in Lifestyle and Consumption. Journal of Applied Environmental and Biological Sciences 2015; 5(5);14-21
- [10] Fazeli M. Consumption and Lifestyle. 2th ed. Qom. Sobhe Sadegh. 2009 [In Persian]
- [11] Frohlich k. potvin L. collective life styles as the target for health promotion. Canadian Journal of public health 1991; 1(1); 4-11
- [12] Boudieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgments of Taste. Tehran; Sales Publication; 2012
- [13] Faraji M. Hamidi N. Lifestyle and Clothing of Women in Tehran. Journal of Iranian Cultural Research 2009; 1(1); 65-92 [In Persian]
- [14] Lahsaezadeh A. The New Culture of Consumerism and the Need for Planning it. <eprc.sbu.ac.ir> 2010 [In Persian]
- [15] Alikhah F. The Political Consequences of Consumerism. Journal of Iranian Cultural Research 2009; 1(1); 231-256 [In Persian]
- [16] Bahar M. Cultural Studies; Foundations. Tehran; Samt Publication; 2008 [In Persian]
- [17] Baudrillard J. Consumer Community. Tehran; Sales Publication; 2011 [In persian]
- [18] Oxford Dictionary of Sociology. 3th ed. London; oxford university press, 2009
- [19] Abdullah K. Jabbar S. The Concept of Lifestyle: Theoretical Study. International Journal of Kurdish Studies 2018; 350-364
- [20] Sterman J. Business Dynamics; Systems Thinking and Modeling for a Complex World. Tehran; Samt Publication; 2016 [In Persian]

فرصت‌های بیشتری برای ایجاد کسب‌وکارهای فرهنگی فراهم کند. در این رویکرد دولت به عنوان متولی امور فرهنگی به حمایت و بسترسازی و زمینه‌سازی آن‌ها می‌پردازد و با حمایت سازنده از فعالیت‌های فرهنگی و هنری و هنرمندان با ارائه یارانه‌ها و حمایت‌های مالی در تقویت نهادهای فرهنگی و هنری مردم‌نهاد پرداخته تا فضای کسب‌وکار فرهنگی ارتقا یابد و اقتصاد فرهنگ رشد کرده و با افزایش آن و ایجاد فضای مناسب میزان عرضه و به تبع آن، تقاضای کالاها و خدمات فرهنگی افزایش یابد و مکانیسم عرضه و تقاضای بازار و قیمت‌گذاری متعادل آن شکل بگیرد.

مشارکت نویسندگان

سهم نویسنده اول، (علی پالیزبان) ۴۰ درصد؛ نویسنده دوم، (عباس طلوعی اشلقی) ۳۰ درصد، نویسنده سوم و چهارم (سیدرضا صالحی امیری و محمودرضا اسفندیار) هر کدام ۱۵ درصد بوده است.

تعارض منافع

موردی از سوی نویسندگان بیان نشده است.

تشکر و قدردانی

این مقاله فاقد تعارض منافع است.

منابع

- [1] Heydari H. Jafarzadehpour F. A Study of Consumption Culture and Lifestyle in Iranian Families; Pathology and Strategies. Journal of Lifestyle Studies 2014; 2(5,6) [In Persian]
- [2] Bayangani B. Irandoust S. Ahmadi S. Lifestyle from a Sociological Perspective: An Introduction to Understanding and Analyzing the Concept of Lifestyle. Cultural Engineering 2014; 8(77) 74-56 [In Persian]
- [3] Bocock R. Consumption. Tehran: Pazhouheshe Shirazeh Publication; 2002 [In Persian]
- [4] Goodman J. Consumption as a Social Problem in Handbook of Social Problems: A Comparative International Perspective. London; sage; 2003
- [5] Friedman J. Cultural Identity & Global Process.