



## Collective capital and local resilience of residents of suburbs; Ethnography of Azizi town residents of Qods city

Durna Ahmadi <sup>1</sup> | Rouhollah Nosrati <sup>2</sup>

1. Corresponding Author ,Master, Department of Anthropology. Faculty of Social Sciences. University of Tehran. Tehran. Iran.  
E-mail: [dorna.ahmadi1992@gmail.com](mailto:dorna.ahmadi1992@gmail.com)
2. Assistant Professor, Department of Anthropology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran n.  
E-mail: [r.nosrati@ut.ac.ir](mailto:r.nosrati@ut.ac.ir)

---

**Article Info****Article type:**

Research Article

**Article history:**

Received: 2023-11-05

Received in revised form:

2024-01-11

Accepted: 2024-02-25

Published online: 2024-03-19

**Keywords:**Resilience, Consumption  
pattern management, Informal  
settlement, Suburbanization,  
Collective capital

---

**ABSTRACT**

**Purpose:** In the past few decades, the rapid growth of internal migration in the country has caused the demographic composition of the cities to be disrupted and the population of suburbs to increase every day, and the consequence of this issue in its pathological form has been overpopulation, the formation of cultural conflicts in the new way of life, unemployment, and various social problems. Regardless of the pathologic approach to the development of suburbs, the important issue is how these communities can survive despite economic, social, and cultural tensions and problems and what are the mechanisms that contribute to the resilience of such communities? This study aims to investigate the mechanisms and strategies used by the residents of suburbs in order to analyze the consumption patterns of families living in Azizi town of Qods city.

**Methodology:** The present study uses ethnographic techniques such as participant observation and interviews to gather information. The time spent in the field to gather the data was 18 months, but because of the COVID-19 pandemic, the presence in the field has not been continuous. During this period, thirty-two families living in Azizi town along with owners of local enterprises were interviewed. The criterion for continuation of these interviews was theoretical saturation. During these interviews, sensitive theoretical concepts such as the context of individual actions, resilience, and local rationality was used and by focusing on consumption and how daily needs are met, the consumption patterns of families were studied. The extracted texts from the interviews were coded using thematic analysis.

**Findings:** The results show that given the economic and cultural conditions of the field of study, the management of the economic consumption pattern in the studied families has been influenced by social components such as social network support in various ways, intelligence in choosing the type of store or purchasing methods, purchasing based on acquaintance, roaming for optimal purchase, and relying on installment and credit purchases. All of these components indicate that a particular form of local rationality based on collective resources and capital prevails in the studied community, which does not necessarily have a particular form of rationality in the face of instrumental rationality, and does not provide a theoretical perspective for understanding and interpreting the decision-making and mechanisms of economic actions of individuals in the studied community. The residents have intelligent behavior in life due to their daily environmental limitations and use various strategies to meet their needs. It was concluded that local resilience in such communities is the result of collective resources and capital. This means that the residents of these communities' benefit from available resources, especially social networks and collective capital, to meet their needs. It seems that the existence and use of such strategies help maintain the informal settlement areas, while attraction of such areas will increase the flow of migrations to the suburbs, and this can lead to the emergence of new issues.

---

**Cite this article:** Ahmadi, D., & Nosrati, R. (2024). Collective capital and local resilience of residents of suburbs; Ethnography of Azizi town residents of Qods city. *Iranian Journal of Anthropological Research*, 13(25),119-137.

Doi: <http://10.22059/IJAR.2024.366313.459846>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://10.22059/IJAR.2024.366313.459846>

## سرمایه‌های جمعی و تاب‌آوری محلی ساکنان شهرهای حاشیه‌ای (مردم‌نگاری ساکنین شهرک عزیزی شهر قدس)

دورنا احمدی<sup>۱</sup> | روح‌الله نصرتی<sup>۲</sup>

۱. دانشجو گروه مردم‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. تهران. ایران. (نویسنده مسئول)، رایانامه: [dorna.ahmadi1992@gmail.com](mailto:dorna.ahmadi1992@gmail.com)  
۲. استادیار گروه انسان‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران، رایانامه: [r.nosrati@ut.ac.ir](mailto:r.nosrati@ut.ac.ir)

### چکیده

### اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

**هدف:** در چند دهه‌ی گذشته، رشد شتابان مهاجرت داخلی در کشور سبب شده تا ترکیب جمعیتی شهرها به هم‌ریخته و هر روز بر جمعیت شهرهای حاشیه‌ای افزوده شود و پیامد این مسئله در شکل آسیب‌شناختی آن، تراکم بیش از حد جمعیت، شکل‌گیری تعارض‌های فرهنگی در شیوه زیست جدید، بیکاری و انواع آسیب‌های اجتماعی بوده است. فارغ از رویکرد آسیب‌شناختی نسبت به توسعه شهرهای حاشیه‌ای، مسئله‌ی حائز اهمیت این است که این اجتماعات علی‌رغم تنش‌ها و مسائل متعدد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چگونه دوام پیدا می‌کنند و سازوکارهای قوام‌بخش تاب‌آوری این گونه اجتماعات چیست؟ این مطالعه باهدف بررسی سازوکارها و راهبردهای به کار گرفته شده توسط ساکنان مناطق حاشیه‌نشین، در پی تحلیل الگوهای مصرف خانواده‌های ساکن در شهرک عزیزی شهر قدس است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۰/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹

**روش‌شناسی:** این پژوهش با استفاده از روش مردم‌نگاری و با مدد از روش‌هایی چون مشاهده‌ی مشارکتی و مصاحبه به جمع‌آوری اطلاعات پرداخت. مدت زمان حضور در میدان جهت جمع‌آوری داده‌های تحقیق، ۱۸ ماه بوده است؛ البته به دلیل شرایط همه‌گیری ویروس کرونا، این حضور مستمر نبوده است. در این مدت با ۳۲ خانواده‌ی ساکن در شهرک عزیزی و همچنین صاحبان بنگاه‌های اقتصادی محلی مصاحبه‌هایی صورت پذیرفت. معیار ادامه‌ی مصاحبه‌ها، اشباع نظری بود. طی این مصاحبه‌ها از مفاهیم نظری حساس چون بسترمندی کنش‌های افراد، تاب‌آوری و عقلانیت محلی استفاده و با تمرکز بر مصرف و نحوه‌ی تأمین نیازهای روزمره به مطالعه‌ی الگوهای مصرف خانواده‌ها پرداخته شد. متون استخراج شده از مصاحبه‌ها با استفاده از تحلیل مضمون کدگذاری شدند.

### کلیدواژه‌ها:

تاب‌آوری، مدیریت الگوی مصرف، اسکان غیررسمی، حاشیه‌نشینی، سرمایه‌های جمعی

**یافته‌ها:** نتایج نشان می‌دهند باتوجه‌به موقعیت و شرایط اقتصادی و فرهنگی میدان مورد مطالعه، مدیریت الگوی مصرف اقتصادی در میان خانواده‌های مورد بررسی، متأثر از مولفه‌های اجتماعی چون حمایت‌های شبکه‌های اجتماعی به طرق مختلف، هوشمندی در انتخاب نوع فروشگاه یا روش‌های خرید، خرید بر اساس قاعده آشنایی، پرسه زنی جهت خرید بهینه و تکیه بر خریدهای قسطی و نسبی‌ای بوده است. تمام این مولفه‌ها گویای آن است که در جامعه مورد مطالعه، شکل خاصی از عقلانیت محلی باتکیه‌بر منابع و سرمایه جمعی حاکم است که لزوماً شکل خاصی از عقلانیت در وجه عقلانیت ابزاری نداشته و امکان ارائه‌ی چشم‌انداز نظری جهت درک و تفسیر نحوه‌ی تصمیم‌گیری‌ها و سازوکارهای کنش‌های اقتصادی افراد جامعه مورد مطالعه را ندارد. ساکنین باتوجه‌به محدودیت‌های زیست روزمره‌شان، رفتار هوشمندانه‌ای در زندگی دارند و از راهبردهای گوناگونی برای برطرف کردن نیازهای خود بهره می‌برند. چنین استدلال شد که تاب‌آوری محلی در این گونه اجتماعات، نتیجه‌ی منابع و سرمایه‌های جمعی آن‌ها است. به این معنا که ساکنان این اجتماعات از منابع موجود، به‌خصوص شبکه‌های ارتباطی و سرمایه‌های جمعی در جهت پاسخ به نیازهای خود بهره می‌برند. به نظر می‌آید وجود و بهره‌گیری از چنین راهبردهایی به پابرجایی مناطق اسکان غیررسمی یاری رساند، این در حالی است که وجود جاذبه در چنین مناطقی به جریان مهاجرت‌های پیرامون-مرکز خواهد افزود و این مسئله می‌تواند منجر به بروز مسائل جدیدی در این مناطق گردد.

**استناد:** احمدی، دورنا، و نصرتی، روح‌الله، (۱۴۰۲). سرمایه‌های جمعی و تاب‌آوری محلی ساکنان شهرهای حاشیه‌ای (مردم‌نگاری ساکنین شهرک عزیزی شهر قدس)، پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران، ۱۳ (۲۵)، ۱۳۷-۱۱۹. Doi: <https://10.22059/IJAR.2024.366313.459846>



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

DOI: <https://10.22059/IJAR.2024.366313.459846>

## مقدمه

در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ حاشیه‌نشینی با زاغه‌نشینی، گودنشینی و کپرنشینی مترادف بود. امروزه با تکامل جوامع انسانی، حاشیه‌نشینی پیچیدگی‌های خاص خود را یافته است که از سویی می‌توان تبلور فضایی آن را در اسکان‌های حاشیه‌ای و از سوی دیگر در اسکان‌های غیرمجاز مشاهده کرد (صالحی امیری و خدائی، ۱۳۹۰: ۱۷). امروزه ساخت مسکن غیررسمی دیگر یک فعالیت حاشیه‌ای نابهنجار (غیرمعمول) نیست، بلکه به شیوه معمول زندگی میلیون‌ها نفر بدل شده است؛ مسکن غیررسمی دیگر صرفاً مجموعه‌ای از آلودگی‌های ناپایدار نیست، بلکه شیوه‌ای برای خانه‌دار شدن هزاران خانواری است که در شهرهای بزرگ کشورهای درحال توسعه، اغلب در بخش غیررسمی امرامعاش می‌کنند و از تأمین رسمی مسکن ناتوان‌اند (ایران‌دوست، ۱۳۸۹: ۴۱-۱۶). طبق اعلام دفتر برنامه اسکان بشر ملل متحد، جمعیت حاشیه‌نشین شهری در ایران در سال ۲۰۱۸ برابر با ۲۳.۹ درصد از جمعیت شهری، یعنی بیش از ۱۴ میلیون نفر است (ایسپا، ۱۳۹۹).

حاشیه‌نشینی یک پدیده‌ی اجتماعی است و این پدیده اختصاص به عصر فعلی نداشته و ریشه در ادوار گذشته دارد و این پدیده هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه وجود داشته و دارد. تنها تفاوت آن در کشورهای توسعه یافته با کشورهای در حال توسعه، از حیث ریشه‌های تاریخی بوجود آورنده‌ی آن و رفتار کالبدی و اجتماعی آن می‌باشد. زاغه‌نشینی و اسکان غیر رسمی پیامد انقلاب صنعتی و نتیجه‌ی صنعتی شتابان و نابرابری‌های منطقه‌ای است. از جلوه‌های بارز فقر شهری است که در شکلی برنامه‌ریزی نشده و خودروی در درون یا اطراف شهرها ظاهر شده است. فرایند و چگونگی شکل‌گیری سکونت‌های غیر رسمی در زمان‌ها و مکان‌های متفاوت متأثر از عوامل درون ساختاری همچون شغل، نژاد و... برون ساختاری همانند عوامل جغرافیایی، قوانین و آئین‌نامه‌های اسناد مالکیت و... باعث شده که نتوان این فرایند را بر هم منطبق کرد. اما با توجه به ویژگی و مشخصات کلی و با چشم‌پوشی از ویژگی‌ها و خاصه‌های اجتماعی، اقتصادی و کالبدی هر سکونتگاه، امکان تشخیص شکلی از فرایند و مراحل نسبتاً قابل‌تعمیم وجود خواهد داشت. در تبیین کلی این پدیده به علل ساختاری مانند نابرابری در فرصت‌ها، توزیع نابرابر منابع و ثروت و درآمد در جامعه اشاره می‌شود، که در فرایند رشد و توسعه به شکل عدم تعادل‌های منطقه‌ای، شهری و روستایی ظهور کرده است (زیاری و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۹۸ و ۳۹۹).

این سکونتگاه‌ها ویژگی‌ها و مشخصات یکسانی ندارند و عوامل اجتماعی و فرهنگی مختلفی می‌توانند بر نحوه زیست مردمان ساکن در این مناطق تأثیرگذار باشند. با این وجود، پژوهش در ارتباط با سبک و نحوه‌ی زیست ساکنان این مناطق، گامی در جهت شناخت الگوهای فرهنگی وضعیت اجتماعی ساکنین این مناطق است که در اغلب موارد تجربه‌ی از جا کندی و مهاجرت را دارند و برهم‌کنش زیست در دو فضای متفاوت و ویژگی‌های سبک زندگی و الگوهای مصرف این اجتماعات انسانی به لحاظ انسان‌شناسی وضعیت پروبلماتیکی در این سکونتگاه‌ها دارد. عمده پژوهش‌های صورت‌گرفته در زمینه‌ی اسکان غیررسمی و حاشیه‌نشینی با رویکردی آسیب‌شناختی همراه بوده است. این مطالعات با رویکردی آسیب‌شناختی به بررسی انواع جرائم و بزهکاری‌های منطقه و کیفیت پایین زندگی در این مناطق پرداخته‌اند و پژوهش‌های اندکی در پی‌شناخت این اجتماعات از درون (امیک) و تحلیل سازوکارها و سازوکارهای اجتماعی این گونه اجتماعات جهت تطبیق و سازگاری خود با شرایط بیرونی بوده است. موضوعی که به نظر می‌رسد باتوجه به شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه و به تبع آن سازوکارهای تاب‌آوری اجتماعی این گونه اجتماعات، ضرورت بررسی مضاعف دارد. در پژوهش حاضر تلاش شده است با رویکردی غیر آسیب‌شناختی و بر مبنای تجربه زیسته از نزدیک با تمرکز بر عاملیت زنانه

در مدیریت مصرف، توصیف و تفسیری پدیدارشناختی از مدیریت الگوی مصرف حاشیه‌نشینان ارائه شود. مدیریت مصرف ناظر بر اقداماتی است که طی آن خانواده‌ها بودجه و منابع در دسترس خود را برای پاسخ به نیازها، خواست‌ها و اولویت‌های خود ساماندهی می‌کنند. مسئله‌ای که حائز اهمیت است این است که این اجتماعات علی‌رغم تنش‌ها و مسائل متعدد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چگونه دوام پیدا می‌کنند و سازوکارهای قوام‌بخش تاب‌آوری این گونه اجتماعات چیست؟

### پیشینه پژوهش

مرور نظام‌مند خلاصه دیدگاه‌های مطرح شده در پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی حاشیه‌نشینی در دو دهه گذشته نشان‌دهنده تنوع رویکردهای مورداستفاده نزد پژوهشگران است، با این وجود سهم رویکردهای جغرافیایی و اکولوژیکی بیشتر از سایر موارد است (بهمی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۱۳-۱۱۹). پژوهش‌های نادری در ارتباط با الگوهای مصرف و بررسی سبک زندگی ساکنین مناطق اسکان غیررسمی و حاشیه‌نشینان صورت گرفته است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌گردد.

اسماعیلی و امیدی (۱۳۹۱) در تحقیقی تحت عنوان "بررسی تجربه حاشیه‌نشینی از دیدگاه حاشیه‌نشینان" که در محله اسلام‌آباد تهران و طی مصاحبه‌ی عمیق با ۲۰ نفر صورت گرفته است با مدد از رویکرد پدیدارشناسی تجربه‌ی حاشیه‌نشینی را در قالب چند مضمون اصلی و فرعی دسته‌بندی کرده‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد وجود علقه‌ها و پیوند میان ساکنین به داشتن منافع مشترک نیز می‌انجامد و این وضعیت افراد را برای قرض کردن پول از یکدیگر و حمایت از هم در تنگنا یاری می‌رساند. از دیگر نتایج این تحقیق عدم الویت کیفیت مسکن به دلیل وضعیت مالکیت است، همچنین افراد تمایلات فرهنگی و اجتماعی یکسانی با شهرنشینان نداشته و خود را از برخی کالاهای مصرفی بی‌نیاز می‌دانند. آنها وضعیت فعلی سکونت خود را رضایت‌بخش اعلام می‌کنند؛ زیرا نسبت به سایر بخش‌های شهر هزینه‌ی کمی بابت آن پرداخته‌اند و در قیاس با گذشته نیز زندگی بهتری دارند. اسماعیلی و امیدی نشان می‌دهند که به علت وضعیت پیش‌بینی‌ناپذیری آینده در میان حاشیه‌نشینان، زندگی آنها با چشم‌اندازهای روزمره و برنامه‌های فوق‌العاده کوتاه‌مدت تنظیم می‌شود و این مسئله می‌تواند در پس‌انداز و سرمایه‌گذاری ساکنین نیز اثرگذار باشد. میرحسینی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی تحت عنوان "تفسیر تجربه زنان از زندگی روزمره در موقعیت حاشیه‌نشینی" باهدف درک تفسیر زنان از زندگی حاشیه‌نشینی و تجربه‌ی زندگی روزمره آنها در مناطق حاشیه‌ی شهر تهران (منطقه ۱۹)، به شیوه‌ی پدیدارشناسانه و فن مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و مشاهدات میدانی مشارکتی و غیرمشارکتی، تجربه‌ی زندگی ۱۴ نفر از زنان ۱۴ الی ۶۰ سال ساکن کوره‌های آجرپزی را بررسی نمودند. آن قسمت از نتایج این تحقیق که به پژوهش فعلی ارتباط دارد، بررسی سبک زندگی زنان است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که اوقات فراغت زنان متأثر از وضعیت اقتصادی و مالی آنها بوده و بیشتر مصاحبه‌شوندگان در اوقات فراغت به انجام‌دادن کارهای هنری تمایل داشتند که منبع درآمدی نیز برایشان محسوب می‌شد. به ورزش و پیاده‌روی به دلیل نبود امکانات و نبود امنیت منطقه توجه چندانی نمی‌شد. ساکنین به‌منظور مدیریت هزینه‌ها، نیازهای آموزشی و بهداشتی خود را در اولویت‌های بعدی قرار می‌دهند یا آنها را حذف می‌کنند. اما نتایج جنبی تحقیق نشان می‌دهد، زنان و دختران همانند بسیاری از افراد به مد و تهیه‌ی لباس روز توجه داشتند، ولی این انتخاب متأثر از وضعیت مالی و اقتصادی آنها قرار داشت.

لطفی خاچکی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق "استراتژی‌های بقا در شرایط فقر، در میان افراد کم‌برخوردار شهر مشهد" باهدف توجه به تجربه‌ی زیسته افراد در مواجهه با شرایط نابسامان اقتصادی در حال مبارزه برای بقا، تحقیقی کیفی ترتیب داده و با ۲۲ نفر از زنان و مردان بالای ۱۸ سال کم‌برخوردار شهر مشهد که در حاشیه‌ی این شهر زندگی می‌کردند، مصاحبه کرده‌اند. داده‌ها و مضامین طبق چارچوب براون و کلارک تحلیل شده است. استراتژی‌های بقا به کار گرفته شده، شامل استراتژی‌های حمایت جویی معیشت

محور، اشتغال‌گزینی ناقص شامل اشتغال نیمه‌پایدار کم منزلت و خرده مشاغل کاربر غیرماهرانه، آموزش و کسب مهارت‌های پایه‌ای، نزول شدید مصرف خانوار شامل تأمین‌نکردن تغذیه‌ی پایه‌ی خانواده، کاهش تأمین پوشاک و کاهش هزینه‌های سلامت و بهداشت و در نهایت فعالیت‌های مقطعی مجرمانه شامل سرقت‌های خرد و روسپیگری اجباری بوده است.

انگرنی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق "انتخاب فروشگاه مواد غذایی در میان زنان حاشیه‌نشین شهری" در منطقه‌ای در جاکارتای اندونزی و در میان ۱۸۸ زن حاشیه‌نشین شهری از میان زنان ۱۹ تا ۵۰ساله توسط پرسش‌نامه به ارزیابی مصرف غذایی این گروه از افراد پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد نحوه‌ی انتخاب غذا و انتخاب فروشگاه‌های مواد غذایی متأثر از محل زندگی افراد بوده است و مشاهده شد که تعداد دفعات خرید مواد غذایی توسط این زنان از مغازه‌های خرد، دکه‌های واقع در کوچه و فضاهای خرده‌فروشی خیابان بیشتر است. آنها بیشتر از بازارهای سنتی و مغازه‌های خرد خرید می‌کنند و از فروشگاه‌های مدرن و پیشرفته استقبال نمی‌کنند. پژوهشگران در نهایت توصیه می‌کنند که باید دولت توجه بیشتری به فضای خرده‌فروشی مواد غذایی در مناطق حاشیه‌نشین داشته باشد تا امنیت غذایی ساکنین تهدید نشود.

ایمبه<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی الگوی مخارج ساکنان زاغه‌نشین و غیر زاغه‌نشین در جنوب غربی نیجریه" به دنبال تحقیق فهم این نکته بودند که خانواده‌ها چگونه خود را با مخارج تصادفی و چالش‌های بهداشتی هماهنگ می‌کنند. برای این منظور پرسش‌نامه‌ای میان ۴۵۰ نفر از زاغه‌نشینان و غیر آن با میانگین سنی ۳۸ سال توزیع شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که درآمد زاغه‌نشینان نسبت به غیر زاغه‌نشینان کمتر است، اما هر دو گروه بخش عمده‌ای از درآمد خود را صرف تهیه غذا، اجاره‌ی مسکن، آموزش و مراقبت‌های بهداشتی می‌کنند. همچنین زاغه‌نشینان با قسمت اعظمی از درآمد خود را برای خرید اقلام خاص و اثاثیه منزل صرف می‌کنند و به همین علت توان تطبیق اندکی در مواجهه با شرایط اورژانسی دارند.

آنچه مرور پیشینه‌ی تحقیقاتی نشان می‌دهد این است که پژوهش‌های صورت‌گرفته به‌صورت منسجم در پی شناخت راهبردهای بقا و نحوه‌ی گذران زندگی در مناطق اسکان غیررسمی و مناطق حاشیه‌ای نبوده‌اند و خلأ تحقیقاتی در این زمینه وجود دارد. در هر منطقه‌ای شرایط فرهنگی - اجتماعی متفاوتی حاکم است و این امر می‌تواند ضرورت انجام تحقیقات بیشتر در این مناطق را توجیه نماید. با این وجود توجه به رویکرد پژوهش کیفی و به‌خصوص بررسی پدیدارشناسانه و انجام مصاحبه‌های عمیق می‌تواند به شناخت هر چه بهتر این اجتماعات یاری رساند و این نقطه قوت برخی از تحقیقات داخلی بوده است، گرچه در تحقیقات خارجی این رویه کمتر مورد استفاده است.

## مبانی نظری

در پژوهش حاضر از نظریه‌ها در چارچوب منطق روش‌شناختی کیفی استفاده شده است. به لحاظ نظری نمی‌توان پژوهش را با دست‌خالی آغاز کرد. اندیشه‌های نظری، از دیگران و بررسی‌های دیگر مرتبط با موضوع بررسی اقتباس می‌شوند و در فرایند بررسی تهذیب می‌شوند و برای تفسیر مسائل تازه به کار گرفته می‌شوند (گیرتس، ۱۳۹۹: ۴۱-۴۲). بنیان نظری در تحقیقات کیفی چارچوب انعطاف‌پذیری دارد. پژوهشگر کیفی، به جای آنکه تحقیق خود را صرف رد یا قبول فرضیه‌های مستخرج از نظریه‌ی پیش شکل‌گرفته نماید، با حساسیت نظری، با آگاهی و آشنایی ذهنی؛ آن دسته از نظریاتی که بیشترین قرابت را با موضوع مورد بررسی دارند، راهنمای مسیر پژوهش قرار می‌دهد. آگاهی نسبت به نظریات موجود در دانش علمی، می‌تواند راهنمای مناسبی در مسیر صعب‌العبور پژوهشگر

1 Anggraini, Roselynn

2 Obembe A Taiwo

در میان انبوهی از داده‌هایی باشد که او در طی تحقیق جمع‌آوری و با آنها روبرو می‌شود. بر همین اساس چارچوب نظری کلی پژوهش حاضر مبتنی بر این دیدگاه نظری کلی است که کنش مصرفی افراد امری بسترمند است. به این معنا که الگوی مصرف افراد بر اساس زمینه و بستر زیست آنها تعریف و مشخص می‌شود. ترکیبی از موقعیت عینی و مادی افراد و شرایط ذهنی و فرهنگی نقش تعیین‌کننده‌ای در الگوی مصرف افراد جامعه دارند.

در حوزه‌ی مصرف، سابقاً تصور بر این بود که افراد باتوجه‌به سطح درآمد خود دست به انتخاب مصرفی می‌زنند و نقش عوامل فرهنگی در مدل‌سازی‌های اقتصادی لحاظ نمی‌شد، تلاش‌های اقتصاددان‌هایی چون میلتون فریدمن<sup>۱</sup> - فرضیه‌ی در آمد دائمی - جان مینارد کینز<sup>۲</sup> فرضیه‌ی درآمد مطلق، جیمز. اس. دوزنبری<sup>۳</sup> نظریه‌ی درآمد نسبی، و... در ذیل این باور بوده است. یکی از ویژگی‌های تفکر اقتصاد کلاسیک و نئوکلاسیک جست‌وجوی قوانین جهانی و اصول کلی رفتار اقتصادی است. جزئیات تاریخی و نهادی در این الگوها تنها به دلیل ساده نمودن واقعیت‌های پیچیده‌ای که در جوهره و ماهیت اقتصاد وجود دارد، نادیده گرفته شده است (ساندیلین و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۱۷ و آلمن، ۱۳۹۷: ۴). بیش‌تر نظریه‌پردازان اقتصادی (نئوکلاسیک و کلاسیک) بر مبنای یک مخلوق ساده، یک انسان اقتصادی یا فرد اقتصادی بنا شده که کاملاً خودخواه، یک ربات یا آدم مکانیکی است و قبل از هر چیز بر اساس انگیزه‌های مادی خود به دنبال حداکثرکردن مطلوبیت شخصی است (هانس و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۸۹). با وجود چیرگی اقتصاد نئوکلاسیک در تحلیل رفتار مصرف‌کننده، نظریه‌هایی وجود دارند که اثر نیروهای غیرعقلانی را در تفکر اقتصادی لحاظ کرده‌اند: اقتصاد رفتاری و مکتب اقتصادی اتریشی از این دست هستند (بربجر، ۱۴۰۰: ۶۰). در مدل‌های اقتصاد رفتاری باید فرضیاتی را در نظر گرفت که در آن هنجارها، فشار همتایان، فرهنگ، مذهب، تفاوت سلیقه‌ها و اولویت‌ها، روابط قدرت، جنسیت و رفتارهای گذشته لحاظ شده باشد. اقتصاد رفتاری این امر را به رسمیت می‌شناسد که افراد باتوجه‌به بستر جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، تصمیم می‌گیرند. این امر به این معنا نیست که انتخاب افراد از قبل توسط جامعه تعیین شده است. افراد همچنان خودشان انتخاب می‌کنند، اما این انتخاب‌ها ریشه در زمینه اجتماعی گسترده‌تری دارد. اقتصاددانان متعارف ادعا دارند که هنگام درگیرشدن در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی، مردم بیشتر با درآمد و قیمت‌های نسبی سروکار دارند، (اما) بازیگر اقتصاد رفتاری نه‌تنها متأثر از نهادهاست بلکه همان‌طور که خرد متعارف اذعان می‌کند تحت‌تأثیر قیمت‌ها و درآمدها نیز قرار می‌گیرد. معیار متداول برای انتخاب عقلانی عبارت است از: بی‌احساس بودن، پیشرو بودن، در پی منفعت شخصی بودن، حداکثرسازی مادی، محاسبه‌پذیری و تأثیر نپذیرفتن از دیگران بدون ضعف اراده اما اقتصاددانان رفتاری معتقدند افراد رفتاری را در پیش می‌گیرند که از آن با عنوان رضایت‌بخش یاد می‌کنند، افراد باتوجه‌به محدودیت‌های روان‌شناختی، فیزیولوژیکی و محیطی‌ای که با آن مواجه‌اند، برای رسیدن به بهترین نتایج ممکن، بهترین کار ممکن را انجام می‌دهند (آلمن، ۱۳۹۷: ۱۱-۱۱۹).

بعد از آشکارشدن ضعف نظریه‌های اقتصادی در تبیین رفتار مصرف‌کننده؛ در حوزه‌های تخصصی مختلفی از جمله جامعه‌شناسی، مدیریت، بازاریابی، مردم‌شناسی و غیره تلاش‌هایی در جهت بررسی و تبیین رفتار مصرفی صورت گرفت. پیشرفت شاخه اقتصاد رفتاری، طراحی و تحلیل الگوهای مختلف رفتار خریدار و مصرف‌کننده، نظریه‌های رفتاری/ تصمیم‌گیری، سرمایه انسانی، اجتناب از خطر و غیره نمونه‌هایی از این تلاش‌ها هستند.

1 Milton Friedman

2 John Maynard Keynes

3 James Stembler Duesenberry

در جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی تلاش‌های اندیشمندانی چون مری داگلاس<sup>۱</sup>، پیر بوردیو<sup>۲</sup>، تورشتاین وبلن<sup>۳</sup>، جورج زیمل<sup>۴</sup>، کولین کمپل<sup>۵</sup> و... نمونه‌هایی از این دست هستند. این افراد در آثار و نظریات خود به تحلیل‌های اجتماعی و نمادین رفتارهای مصرفی پرداختند و مصرف‌کنندگان را نه به‌عنوان عناصری منفرد بلکه عضوی از گروه‌ها و طبقات اجتماعی و اقتصادی در نظر گرفتند. رهیافت جامعه‌شناسانه، به کارکرد اجتماعی مصرف تمرکز دارد. در رویکرد متأخر، به قابلیت‌های مصرف در هویت‌سازی و برآوردن نیازهای عمیق توجه شده است. مفهوم مصرف بر حسب دیدگاه‌های نظری متفاوتی از جمله فرانکفورت، مبادله، مدرن، پسامدرن، بیرمنگام و رویکردهای اقتصادی قابل تحلیل‌اند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۲).

تورشتاین وبلن در اثر کلاسیکش نظریه‌ی طبقه‌تن‌آسا، وضعیت بورژوازی مرفه آمریکا را بررسی نمود. او به این مسئله توجه کرد که اعضای این طبقه در الگوهای مصرفشان، مثلاً در طرز لباس پوشیدن یا شیوه‌ی غذاخوردن، سبک زندگی طبقه بالای جامعه اروپا را تقلید می‌کردند... آنها از دوراه ثروتمندان را نمایش می‌دادند؛ یکی از راه "مصرف نمایشی"، یعنی خرید و نمایش کالاهای گران‌قیمت و با پرستیژ، و دوم از طریق "فراغت نمایشی"، یعنی توان فاصله‌گرفتن از وضعیت‌های پست و نکبت‌بار با زیستن زندگی سرشار از فراغت و رفاه و مسافرت (پاترسون، ۱۳۹۸: ۴۲). اگرچه مطالعه‌ی وبلن مشخصاً درباره‌ی طبقه‌ی مرفه جدید در ایالات متحده آمریکا بود، ایده‌ی تقلید اجتماعی بعدها برای مطالعه‌ی طبقات کارگر و عادات مصرفی آنها نیز به کار گرفته شد. ایده‌ی تقلید اجتماعی را بعدها بوردیو به شکل بدیع و گسترده‌تری بسط داد و «ارتباط بین طبقه‌ی اجتماعی و شیوه‌های مصرف را به شکلی دقیق‌تر و تجربی مورد بررسی» قرارداد (کاریگان، ۱۳۷: ۵۲). از نظر بوردیو فضای اجتماعی بر مبنای سرمایه ساخته می‌شود. هر قدر سرمایه فرد بیشتر باشد، در فضای اجتماعی در موقعیت برتری قرار می‌گیرد. بوردیو استدلال می‌کند مردمی که به طور نزدیک در فضایی اجتماعی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند، حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. در نگاه او سبک زندگی صرفاً طفیلی درآمد نیست، بلکه از منش (عادت‌واره) - شیوه‌ای که طی آن جهان اجتماعی فهم می‌شود - نشئت می‌گیرد؛ لذا تمایز اجتماعی مستقیماً از طبقه‌ی اجتماعی مشتق نمی‌شود، بلکه محصول جامعه‌پذیر شدن در یک شیوه‌ی زندگی یعنی محصول عادت‌واره است. سلیقه ما در مصرف کالاها را عمدتاً نیازمان به متمایز کردن خود از دیگر مصرف‌کنندگان شکل می‌دهد، (باین‌حال) طبقه و گروه اجتماعی ما پیشاپیش شیوه‌ی مصرف ما و نوع تفسیر ما از پدیده‌ی مصرف را شکل می‌دهد، لذا کنش انتخاب صرفاً تابعی از خاستگاه طبقاتی‌مان است و کمتر احتمال دارد که ما بیرون از محدوده‌ی مشخص کالاهایی که با عادت‌واره‌مان سازگارند کالایی انتخاب کنیم و (البته که) نتیجه‌ی این روند چیزی به جزء تداوم و بازتولید سلسله‌مراتب (در جامعه) نخواهد بود (پاترسون، ۱۳۹۸: ۷۹-۷۴).

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر باتکیه بر روش کیفی مردم‌نگاری صورت گرفته است. جهت جمع‌آوری اطلاعات از فن‌های مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته و مشاهده‌ی مشارکتی استفاده شده است. جهت جمع‌آوری اطلاعات علاوه بر مشاهده‌هایی که در میدان به ثبت می‌رسید، مصاحبه و گفتگوهای نیز با کسبه و اهالی شهرک صورت گرفت، جهت شناخت بیشتر و بررسی عمیق؛ ۳۲ خانواده ساکن در این شهرک انتخاب شدند. مدت زمان حضور در میدان جهت جمع‌آوری داده‌های تحقیق، ۱۸ ماه بوده است؛ البته به دلیل شرایط همه‌گیری

1 Mary Douglas  
2 Pierre Bourdieu  
3 Thorstein Veblen  
4 Georg Simmel  
5 Colin Campbell

ویروس کرونا، این حضور مستمر نبوده است. معیار کفایت نمونه در ارتباط با اطلاع رسانی‌های اصلی تحقیق، اشباع نظری بود. زمانی که گفتگو با خانواده‌های جدید، اطلاعات ارزشمند و تازه‌ای به همراه نداشت، به این مقدار کفایت شد. روش تحلیل داده‌ها تحلیل مضمون بوده است.

### معرفی میدان مورد مطالعه

میدان اصلی پژوهش حاضر، منطقه اسکان غیررسمی شهرک عزیزی در شهر قدس (قلعه حسن خان) می‌باشد. شهر قدس از شرق و شمال شرقی به شهر تهران، از غرب و جنوب غربی به شهرستان شهریار و از شمال و شمال غربی به شهر کرج محدود می‌شود. به لحاظ ارتباطات و بعد مسافت، شهر قدس کمترین فاصله را در میان شهرهای استان تهران با کلان‌شهر تهران ۱۸ کیلومتر دارد (شریفی و چپوائی، ۱۳۹۶: ۲۹).



شکل ۱. میدان مطالعه (منبع تصویر: خبرگزاری مهر)

جمعیت شهر قدس از نیمه دهه ۵۰ خورشیدی تاکنون به ۲۷ برابر افزایش یافته در صورتی که در همین مقطع میزان جمعیت در کشور به بیش از ۲ برابر رسیده است، یعنی روند رشد جمعیتی در شهر قدس حدوداً ۱۳ برابر رشد جمعیت کشوری می‌باشد. این افزایش شتابزده عمدتاً ناشی از مهاجرت‌پذیری این منطقه است (همان).

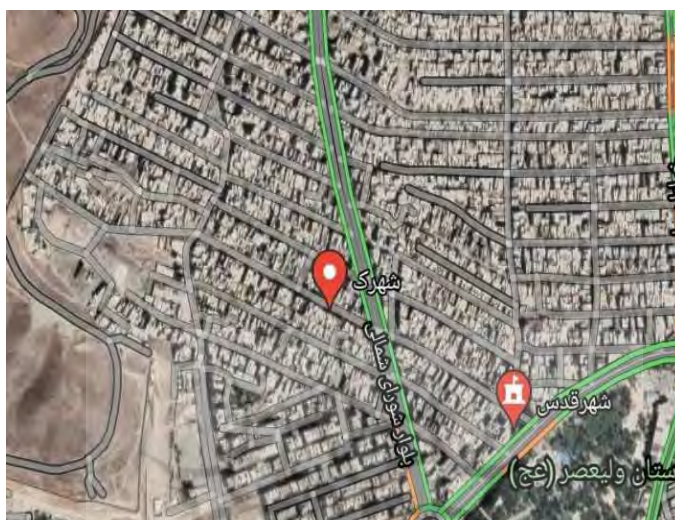
جدول ۱. تحولات جمعیتی شهر قدس از سال ۱۳۹۵ - ۲۱۳۵۵

سال	۱۳۵۵	۱۳۶۵	۱۳۷۵	۱۳۸۵	۱۳۹۵
جمعیت شهر قدس	۷۸۷۸	۶۶۵۵۸	۱۴۴۸۹۵	۲۳۸۰۰۹	۳۱۶۶۳۶

منبع: سرشماری نفوس و مسکن، ۱۳۹۵.



شهر قدس به دلیل هم‌جواری با صنایع، ارزانی زمین، عدم وجود سند مالکیت و نزدیکی به پایتخت، از یک روستای چند صد نفری به یک شهر چندین هزار نفری تبدیل گردید.



شکل ۲. موقعیت شهرک عزیزی در شهر قدس<sup>۱</sup>. منبع تصویر: اینترنت<sup>۲</sup>

شهرک عزیزی یکی از محلات پر جمعیت شهر قدس است. مساحت محله؛ ۴۸/۱۰۸/۵۲ هکتار است و ۲۹۱۷ خانوار در آن ساکن هستند (مدیریت نوسازی شهرداری شهر قدس). بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵)، جمعیت شهرک عزیزی ۱۱۹۴۵ نفر است. بافت مسکونی شهرک از دهه ۱۳۷۰ تا اکنون بسیار وسیع شده است. امروزه این شهرک از تمام خدمات شهری بهره‌مند است، اما تا سال ۱۳۸۵ از خدمات شهری چون برق سراسری، آب شرب لوله‌کشی و گاز محروم بوده است.

### مشخصات مشارکت‌کنندگان<sup>۳</sup>

متوسط میزان تحصیلات مصاحبه‌شوندگان به ترتیب فراوانی، تحصیلات راهنمایی و سپس دیپلم و فوق‌دیپلم است. ۱۰۰٪ مردان مورد بررسی (سرپرست خانوار) شاغل هستند. از این میان ۳۷٪ دارای مشاغل با حقوق ثابت بوده و ۶۳٪ مشاغل پاره‌وقت و درآمد ناپایدار دارند. ۷۶٪ از پسران بالای ۱۵ سال خانواده‌ها در مشاغل مختلف مشغول به کار بوده و به طور میانگین ۲۰٪ از درآمد خود را صرف امور منزل می‌کنند و مابقی درآمد خود را پس‌انداز و یا جهت مصرف روزانه شخصی هزینه می‌کنند. در میان خانواده‌های مورد بررسی تنها سه تن از زنان شاغل هستند که شغل هیچ یک ثابت و رسمی نیست، مانند کار در مراکز خدمات نظافتی، آرایشگری و فروشندگی در فروشگاه لباس. درآمد هیچ یک از زنان جهت تأمین معاش هزینه نمی‌شود، خرید طلا، ماشین، لوازم منزل و خرید لباس نمونه‌ای از اقلام و موارد هزینه‌ای آنها است. همچنین چهار نفر از دختران بالای ۱۵ سال مشغول

۱ تصویر شماره دو

2 Google Maps.

۳ مشخصات دموگرافیک مشارکت‌کننده (اطلاعات‌رسان‌ها) اصلی تحقیق در پیوست پژوهش ذکر شده است.

به کارند که جز یک نفر که شغل ثابت در بخش غیررسمی دارد، بقیه افراد به صورت منقطع و ناپیوسته در مشاغل چون وسط دوزی در تولیدی لباس و آرایشگری فعالیت می‌کنند. جز یک تن، درآمد هیچ یک از دختران به خانواده تزریق نمی‌شود و آنها با درآمد خود لباس، لوازم آرایشی و در برخی موارد جهیزیه تهیه می‌کنند.

## یافته‌های پژوهش

### راهبردهای تأمین مالی مصرف جهت مدیریت هزینه‌ها

زندگی در شرایطی که اقتصاد کشور تورم بالای پانزده درصد را تجربه می‌کند، حقوق افراد شاغل با فرض ثابت بودن شغل (در میان خانواده‌های مورد بررسی) زیر خط فقر و در محدود مواردی با آن برابر است، اشتغال به مشاغل پاره‌وقت با درآمد ناپایدار در صنعت ساختمان‌سازی، رانندگی و غیره، افراد را نیازمند حمایت می‌سازد. حمایتی که به مدد آن بتوان ضمن رد شدن از میانه بحران اقتصادی کشور، در جهت رسیدن به خواسته‌های مادی، فرهنگی و... نیز گامی به پیش نهاد. ساکنین شهرک عزیزی (همانند بسیاری از مناطق دیگر کشور)، از چندین راهبرد و راهکار جهت گذر از بحران پیش آمده استفاده می‌کنند. تمام خانواده‌های مورد بررسی به یکسان از این گزینه‌های حمایتی بهره‌مند نمی‌شوند، باین‌وجود این راهبردها کمابیش توسط ساکنین به کار گرفته می‌شوند.

### تأمین منابع مصرف باتکیه بر سرمایه اجتماعی محلی

نظام بانکی رسمی به دلیل ساختار و کارکرد خاص خود محدودیت‌هایی را در ارائه خدمات به افراد به‌ویژه، افراد فاقد پشتوانه و ضمانت‌نامه‌های رسمی بانکی از جمله چک و سفته دارد. افرادی نیز که موفق به اخذ وام از بانک‌ها می‌گردند، باید بهره‌های نامتعارف برای بازپرداخت پول در نظر گیرند، در چنین شرایطی افراد به دنبال بدیلی برای رسیدن به اهداف خود و کاستن از بار مشکلات خود هستند. امن‌ترین، آسان‌ترین و کوتاه‌ترین راه جهت رفع مشکلات مالی، سرمایه‌گذاری بر شبکه‌های ارتباطی و تعاملات نزدیک (مانند خانواده، همکاران، دوستان، همسایه و هم‌محله‌ای‌ها) است. افراد برای استفاده از منابع حاصل از تشکیل گروه و سرمایه اجتماعی موجود در آن به سمت صندوق‌های اعتباری خرد و خانوادگی جذب می‌شوند. تمایل به شکل دادن و ایجاد صندوق‌های خرد و خانگی سازوکار جمعی خردمندان در راستای پاسخ به نیازهای خود است (علیرضا نژاد، ۱۳۹۲: ۹۱). این صندوق‌ها کمابیش قرعه‌های امید هستند که برخی با شرکت در آنها توانسته‌اند، صاحب خودرو، مسکن، گوشی تلفن همراه، لوازم خانه و غیره شوند. البته این بدان معنا نیست که تمام کسانی که خانه‌دار شده‌اند از این طریق بوده است. افراد به‌طور کلی از حمایت‌های خانوادگی گسسته نیستند و معمولاً با قرض از دیگران، یا فروش دارایی در مبدأ مانند قطعه زمین کشاورزی یا طلایی که اندوخته ازدواج بوده است؛ مبادرت به این کار کرده‌اند. درهرحال، شرکت در این گونه از صندوق‌ها نوعی پس‌انداز به شمار می‌آید. البته نباید از نظر دور داشت که وسعت این صندوق‌ها به وسع مالی افراد بستگی دارد. باین‌حال می‌توان از خدمات منتج از روحیه دیگر یاری خردمندان و اندیشیده شده این صندوق‌ها، مانند جابه‌جایی نوبت - در صورت نیاز مبرم یا خواست اعضا - استفاده کرد.

اردلان یکی از کسانی است که می‌گوید توانسته از این فرصت و حمایت به بهترین نحو بهره‌برد، او که مدتی در جستجوی کار بود، با شرکت در این صندوق‌ها و جابه‌جایی نوبت، خودرو پژوی کارکرده‌ای برای خود خرید تا بتواند از طریق آن در تاکسی اینترنتی کار کرده و پول مشارکت ماهانه را از این طریق پرداخت نماید.

## بازار خودمانی مبتنی بر قاعده آشنایی

منظور از بازار خودمانی در این پژوهش شامل خرید کالا و اجناس به صورت قسطی و نسیه و همچنین خرید اجناس کارکرده به قیمت مناسب از دوستان و آشنایان است. در این بازار اصل بر آشنایی است. در این بازار می‌توان با مدد از "مناسبات محلی"، "آشنایی‌های پیشینی" و به‌طور کلی با بهره‌مندی از وجود سرمایه اجتماعی، کالاهای موردنیاز را تهیه کرد.

غالب خانواده‌های مورد بررسی در انتخاب کالاهای بادوام، انتخاب برندهای معروف لوازم‌خانگی را به برندهای ایرانی و یا برندهای متفرقه ترجیح می‌دهند و هدف از این کار را دوام و کارکرد بهتر اجناس انتخاب شده می‌دانند. کالاهای بادوامی چون یخچال، لباس‌شویی، فرش، تلویزیون و غیره، معمولاً به صورت قسطی خریداری می‌شوند. افراد از سرمایه اجتماعی خود مانند اعتماد و آشنایی با فروشندگان و یا به طریق واسطه‌ای که فروشندگان به این افراد "اعتماد کامل" دارند، خرید خود را انجام می‌دهند. البته این سازوکار برای خرید لوازم‌خانگی خرد شمولیت بیشتری میان خانواده‌های شهرک دارد. مثلاً خرید لوازمی مانند تستر، سرویس قابلمه، جاروبرقی، کالای آشپزخانه، سرویس جهیزیه، بلورجات و غیره. فروشندگان سیار با وانت‌ها و چرخ‌های دستی خود اقدام به فروش قسطی می‌کنند. نه تنها لوازم خانه، بلکه لباس، سبزی، حبوبات، لبنیات، میوه و حتی ماهی را نیز می‌توان به طور قسطی از این فروشندگان دوره‌گرد و سیار خریداری کرد. علاوه بر فروشندگان دوره‌گرد، زنان این امکان را دارند که از فروشندگان داخل شهرک نیز به طور قسطی لباس، لوازم آرایشی، لوازم‌خانگی و بلورجات تهیه کنند. فروشندگان محلی ندرتاً - معمولاً جزء مشتری‌های گذری، یا خریدهای کمتر از ۲۰ هزار تومان - خرید نقدی برای اهالی شهرک ندارند و اجناس خود را قسطی می‌فروشند.

" غالباً قسطی میدم، یه مقداری تسویه میکنن و بعد خرید می کنن، آدمی دارم تو یه سال اندازه‌ی یه میلیون لباس و آرایشی برداشته، سیصد هزارش و که داده، دوباره شروع کرده به خرید". (فروشنده لباس داخل محوطه شهرک)

" اصلاً نقد ندارم، اگه کسی اندازه ۱۰۰ هزار جنس برداره، ۳۰ تومنشو اول میده، بقیه شو هفته‌ای ۱۰ هزارمیده، هر سال از حساب و کتاب اهالی، یه دفتر روزانه حسابداری پر میشه" (فروشنده لوازم‌خانگی و سرویس عروس داخل محوطه شهرک)

باید به این نکته اشاره کرد که میزان خرید و فروش به صورت نسیه مدتی است که روبه کاهش است. علت اصلی آن شروع رکود و کاهش میزان خرید از سال ۱۳۹۷ است. فروشندگان به دلیل نوسان لحظه‌ای قیمت‌ها و همچنین کم‌بودن حاشیه سود، از فروش نسیه‌ای جزء برای برخی افراد پرهیز می‌کنند. به علت وجود تورم بخصوص در گروه مواد غذایی، میزان مصرف و خرید خوراکی نیز در میان مردمان مورد بررسی کاهش یافته است، این تغییر سبک و ذائقه بخصوص، بعد از همه‌گیری کرونا محسوس‌تر نیز بوده است. در صنف پیرایش مردانه نیز بازار خودمانی رواج دارد؛ پیرایشگران شهرک علاوه بر آنکه دستمزد خود را طبق تعرفه دریافت نمی‌کنند معمولاً ده هزار پایین‌تر از قیمت مصوب، درصد کمتری از مشتریان نیز به طور نسیه خدمت دریافت می‌کنند.

"من همه مدلام ۱۵ هزار می‌گیرم (تعرفه ۲۵ هزاره)، برا بچه‌ها ۱۰ می‌گیرم، بیشتر نقد، اون بیست، سی درصدم که نمایاره، معلومم نیس اصلاً کی بیاره، بی خیالم، اونقدر طرف فکرش مشغوله که نمایاره، منم این کار و برا رضای خدا انجام میدم، مطمئنم خدا هم از یه جای دیگه میرسونه و حمایت می‌کنه" (پیرایشگر مردانه، مشارکت‌کننده).

## خریدار قیمت مدار: پرسه زنی خرید بهینه

ویلیامز و همکارانش (۱۹۷۸) چهار نوع اصلی خریداران راحت‌طلب، خریداران قیمت مدار، خریداران بی‌اعتنا و خریداران مضطر یا مجبور را تشخیص دادند (اباذری و کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۷۱).

مدل خریدار در جامعه مورد مطالعه پژوهش حاضر را می‌توان متأثر از استون در قالب خریدار قیمت مدار معرفی کرد که پرسه زنی باهدف انتخاب کالای بهینه با قیمت کمتر انجام می‌گیرد. بدین ترتیب فروشگاه یا مغازه‌ای که کالاهای خود را پایین‌تر از نرخ بازار عرضه کند، جهت خرید در اولویت قرار می‌گیرد. همچنین افراد به خرید کالاهای گران‌تر از نرخ بازار نیز حساس بوده و ترجیح در آن است که خرید از این مکان‌ها صورت نگیرد. علاوه بر فروشگاه‌های زنجیره‌ای مختلف در سطح شهر قدس، فروشگاه‌های خصوصی دیگری نیز هستند که با فروشگاه‌های زنجیره‌ای رقابت می‌کنند و در بسیاری از موارد، انتخاب اغلب خانواده‌ها هم هستند. حبوبات، برنج، روغن، تخم‌مرغ و برخی دیگر از کالاهای اساسی در این فروشگاه‌ها به دلایل مختلف قیمتی پایین‌تر از نرخ مصوب بازار دارند. خانواده‌های مورد بررسی در جستجوی "خرید بهینه و قیمت مناسب" هستند و عموماً پایبندی به برند و فروشگاه خاصی ندارند - و این مسئله متفاوت از علاقه‌ای است که جوان‌ترها مخصوصاً زنان به خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای در مقایسه با مغازه‌های خرده‌فروشی دارند.

غالب خانواده‌های مورد بررسی، تجربه خرید معاش از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تخفیف‌دار را دارند. داشتن شغلی با درآمد ناپایدار و کم، بالابودن میزان بدهی و اقساط خانواده که درآمدهای پایدار یا بالا نیز توان پوشش آن را ندارند، عدم علاقه و اعتماد شخصی افراد به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و پایبندی به خرید محلی از جمله عواملی هستند که بر عدم خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و متعاقباً خرید از فروشگاه‌های داخل شهرک مؤثر هستند. مسئله‌ای که در این میان وجود دارد، این است که لزوماً قیمت‌های پایین یا مناسب فروشگاه‌ها، ملاک خرید نیست و برای بسیاری از خانواده‌ها، اخلاق و نحوه برخورد صاحب فروشگاه یا مغازه با مشتریان نیز مهم است.

"اولاً می‌رفتم از مغازه (... خرید می‌کردم، یه روز شارژ خواستم، گفت: با یه حالت خنده از من شماره خواست!)، تو دلم گفتم؛ خجالت بکش. از فرداش دیگه نرفتم مغازشون، الان همیشه میرم مغازه‌ی (... مؤمن، چشم‌پاک، متین. گرون ترم بده جنسش و بازم میرم از همون می‌خرم، مشتری ثابتشم، آدم باید خریدم که می‌کنه اعصابش راحت باشه" (نادره، مشارکت‌کننده).

خانواده‌ها نه‌تنها خود به دنبال "قیمت مناسب" هستند، بلکه همچنین از خلال گفت‌وگوهای شفاهی و روزمره، افراد نامطلع را نیز از قیمت‌های مناسب‌تر، فروشگاه‌های تازه‌تأسیس و غیره مطلع می‌کنند.

"خواهرزاده‌ام فروشگاه (... رو معرفی کرد، می‌گفت همیشه جنساش از بازار پایین‌تره، واقعاً هم این‌طور بود، دو سالی ازشون خرید کردیم، خیلی خوب بود... یه روز بارون تند می‌اومد، من و (حیدر) با موتور رفته بودیم خرید، صاحبش برگشت به همکارش گفت: سگ تو این بارون میاد بیرون که بعضی‌ها میان خرید، از اون روز دیگه پامونو نداشتیم اونجا" (شهربانو، مشارکت‌کننده).

نقل این خاطره همچنان اهمیت نحوه رفتار فروشندگان با ساکنین در خرید را نشان می‌دهد. افراد حرمت نفس زیادی برای خود قائل هستند و به‌آسانی نمی‌پذیرند که مورد تحقیر قرار گیرند. در این میان احترام و حفظشان از "قیمت مناسب" مهم‌تر است.

### سفر جمعی الگوی فراغت بهینه

در این بخش به بررسی رفتارهایی پرداخته می‌شود که در آن افراد با مدد از سرمایه حاصل از ارتباطات اجتماعی، طیف مختلفی از حمایت‌ها را دریافت می‌کنند و با استفاده از روابط و ارتباطات دوستانه، فامیلی و همسایگی در هزینه‌های زندگی صرفه‌جویی می‌کنند. یکی از فعالیت‌هایی که به پشتوانه سرمایه اجتماعی صورت می‌گیرد، مسافرت‌های دسته‌جمعی است. در این سفرها معمولاً مواد غذایی موردنیاز در طول سفر از مبدأ تهیه می‌شود، مثلاً ممکن است هر خانواده هر آنچه در توان دارد؛ مانند برنج، نان، حبوبات و غیره را با خود به همراه بیاورد. در این نوع مسافرت‌ها، خانه‌ای مشترک در مقصد برای چند خانواده اجاره می‌گردد. همچنین استفاده

از یک یا چند خودرو برای جابه‌جایی و مسافرت در هنگامی که برخی خانواده‌ها وسیله نقلیه‌ای ندارند، ایده مناسبی به نظر می‌رسد. کلیت سفرهای دسته‌جمعی یکی بوده و تنها جزئیاتی در نحوه اجرای آنها وجود دارد. این نوع مسافرت متفاوت از مسافرتی است که با هماهنگی دو یا چند خانواده صرفاً برای با هم بودن و خوشگذرانی انجام می‌گیرد و در آن "با هم بودن" به "کم کردن هزینه‌های سفر" ارجح است.

"دو سه خانواده با هم میریم که خرجمون سنگین نشه، کناردریا خونه اجاره می‌کنیم و دو شب می‌گردیم و باهمم برمی‌گردیم، هم تنها نیستیم و مواظب همیم، ماشین دیدی تو راه خراب شه، یکی از بچه‌ها مریض شه، علاوه بر اون، خرجمون سنگین نمی‌شه، همم خوش میگذره" (مژده، مشارکت‌کننده)

"اولش هر خانواده ۳۰۰ تومن می‌ده به مادرخرج، اون لیست می‌نویسه که چیا لازم داریم، برنج و روغن و حبوبات و گوشت و هرچی لازم باشه تقسیم می‌کنیم برا هر خانواده که بیاره، سوئیت و اون پولش و از همون پولی که داریم می‌ده، حالا اگه خرج سفر زیاد شده باشه، دوباره نفری ۱۰۰، ۲۰۰ میدیم، چون تعداد زیاده و ماشین کم، پول بنزینم دنگی می‌کنیم" (عادل، مشارکت‌کننده).

### خرید بهینه: خرید دونگی

خرید جمعی یا دونگی الگویی از خرید کالاهای ضروری است که با مشارکت جمعی شبکه خانوادگی، خریداری شده و به نسبت سهم افراد از مبلغ تأمین شده، بین افراد تقسیم می‌شود. این الگوی خرید به‌ویژه در ارتباط با کالاها و موادی صورت می‌گیرد که صرفه اقتصادی بیشتری نسبت به خرید فردی دارد. به‌عنوان مثال برای تأمین پروتئین گوشت برخی از خانواده‌ها با همکاری یکدیگر گاو را تهیه کرده و آن را در منزل ذبح می‌کنند و گوشت آن میان افراد تقسیم می‌شود. این گونه جمع‌ها هر چند وقت یکبار تشکیل می‌شود و در آن می‌توان گوشت را به قیمت مناسبی تهیه کرد. این عمل را می‌توان نوعی "خرید بهینه" نامید.

"دو ماه یه بار اندازه ۲۰۰، ۳۰۰ هزار گوشت می‌خریم، یکی از هم دهاتی هامون هر هفته از روستا گاو میاره تو حیاط خونشون سر میبرن، اگه بازار بده ۱۲۰، اونا میدن ۸۰ یه کیلو رو منم اول نمیدونستم میشه این کارو کرد، یکی از هم دهاتی مون تو شهرک خواروبار می‌فروشه، گفت دوره داریم، گوشت ارزون می‌افته برات، یه بار رفتم از نزدیک نگاه کردم، تمیز بود و به دلتم نشست، از بازار مناسب تره، جلو چشمتم می‌بره، تازه هم هست" (طوبی، مشارکت‌کننده).

شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها در مسائل جمعی مهم، بلکه در امور جاری و کم‌اهمیت‌تر نیز چتر حمایت خود را بر سر اعضای شبکه می‌گسترانند. یکی از این موارد، اصلاح مو و ابروی افراد به‌صورت رایگان توسط اعضای فامیل، همسایه‌ها و دوستان چه در میان زنان و چه در میان مردان البته بیشتر در میان زنان هست. به این شیوه می‌توان از مهارت یک فرد به شرطی که خود علاقه‌مند به ارائه خدمت باشد برای یک محله و یا گروهی از افراد استفاده کرد. این الگوهای رفتاری باهدف کاهش هزینه‌ها و مدیریت منابع مصرف خانواده‌ها صورت می‌گیرد.

### دست گرم<sup>۱</sup> الگویی از حمایت‌های بدون چشمداشت شبکه خویشاوندی

دست گرم، شامل حمایت‌های کالایی توسط خانواده‌های ساکن در شهر و روستای مبدأ است. این عمل را می‌توان در طیف وسیعی از حمایت‌ها مانند: سهم برنج و حبوبات، سهم گوشت، سهم گردو و بادام، سهم لبنیات، مربا، ترخینه و ماهی دید. این نوع حمایت

۱ منظور از این اصطلاح حمایت‌های شبکه خویشاوندی از خانواده‌ها به‌خصوص خانواده‌های جوان‌تر است.

عموماً خانواده‌هایی را شامل می‌شود که جوان هستند. این حمایت‌ها معمولاً بدون هیچ چشم داشت و به‌عنوان هدیه از طرف والدین، برادر و خواهر، دایی‌ها، خاله‌ها، عمه‌ها، عموها و حتی عمه/خاله/دایی و عموزاده‌ها به خانواده‌ها داده می‌شود. از طریق این هدایا، در قالب "سهم" قسمت عمده‌ای از بودجه خانواده حفظ و صرف امور دیگر می‌گردد.

"تقریباً از وقتی ازدواج کردیم، برنجمون روبه‌راه بوده. هر کشت برامون ۱۰۰ کیلو کنار میذاره منم به طوری با همون ۱۰۰ کیلو سال رو به ته می‌رسونم تا سال بعدی" (مونا، مشارکت‌کننده).

"مصرف حبوباتمون زیاد نیست، هر سال دایی ۵ کیلو عدس و ۵ کیلو لپه میده، با همین چند کیلو می‌گذرونیم و فقط لوبیا را از فروشگاه می‌خریم" (شبنم، مشارکت‌کننده).

"هر بار شهرستان رفتنی خونواده‌ها ۲۰-۱۵ تا ماهی می‌دن بهمون، برنج و حبوباتم که از همه طرف بهمون می‌رسه شکر خدا" (مجید، مشارکت‌کننده).

شکل دیگری از حمایت خانوادگی مبتنی بر الگویی است که در آن پیشکش‌هایی با کارکردهای اجتماعی و اقتصادی صورت می‌گیرد. این رفتارها در درجه اول به‌عنوان بخشی از مسئولیت و وظیفه فردی و خانوادگی و باهدف پاسخ به انتظارات ضمنی خانواده و تداوم روابط اجتماعی صورت می‌پذیرد. ولی پیامد ضمنی آن حمایت‌های اقتصادی است. غالب خانواده‌های مورد بررسی در سال حداقل یک‌مرتبه به شهرستان و روستای زادگاه سفر می‌کنند و هنگام سفر به روستا و شهر مبدأ، نوعی از دادوستد را تجربه می‌کنند. این دادوستد شامل بردن هدایایی از طرف خانواده‌های شهرک برای خانواده‌های میزبان در مبدأ است که معمولاً شامل روسری، لباس خانگی، اسباب‌بازی، مرغ و میوه یا حتی یک جعبه شیرینی می‌باشد، در عوض می‌توان بدون "خجالت" هدایایی از میزبان را که شامل حبوبات، لبنیات، لواشک و خواربار، رب، ترشی و عسل است را پذیرفت. بهترین توصیف از این دادوستد مثلی است که مهری از آن یادکرد:

"پایما قوربان آوم، پایم گدر پای گتر"۱

این شکل از تعامل با شهرها و روستاهای مبدأ (زادگاه) حاکی از نوعی رضایت خاطر است، چرا که در ازای مقدار کمی که بخشیده می‌شود، مقادیر قابل‌توجهی دریافت می‌شود. سفر به مبدأ مزایای دیگری نیز دارد، مثلاً می‌توان از روستا و شهر مبدأ کالاهایی همچون لبنیات محلی (خورش، کشک و پنیر)، حبوبات و گوشت را با قیمت مناسب تهیه و برای مصرف خانواده به شهر قدس آورد.

## نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عنصر تعیین‌کننده کنش مصرفی افراد نه صرفاً با عاملیت سوژه انتخاب‌گر و باتکیه بر عقلانیت اقتصادی مورد تأکید اقتصاددانان و نه حاصل جبر ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و با نقش کم‌رنگ سوژه انتخاب‌گر است. بلکه افراد بر مبنای موقعیت میدان و شرایط زیست خود تلاش می‌کنند معقولانه رفتار کنند و نموده‌ها و مظاهر رفتار معقول را می‌توان در ساحت‌های مختلف زندگی افراد مشاهده کرد. رفتار معقول افراد گویای تأثیر هر دو عامل، انتخاب کنشگران و تأثیر زمینه‌های ساختاری مثبت فرهنگی و اجتماعی است که در پژوهش حاضر تجلی آن را می‌توان در شکل سرمایه و منابع جمعی ملاحظه کرد.

۱ "ترجمه فارسی: قربون پیشکشم بشم، میره و با خودش برام هدیه (پیشکش) میاره."

بدین ترتیب منابع و سرمایه جمعی موجود در اجتماع و راهبرد ساکنان اجتماع محلی باعث تاب‌آوری اجتماع محلی به‌عنوان یک سیستم اجتماعی شده و از این طریق توانایی مردم، خانوارها و اجتماع محلی برای تسکین، وفق‌دادن و بهبود پیدا کردن از ضربه‌ها و تنش‌ها به کاهش آسیب‌پذیری منجر شده است.

همچنین راهبردهای تأمین مالی مصرف که حاصل حفظ انسجام گروهی بخصوص میان اعضای فامیل، همسایه و هم‌روستایی‌ها است به افراد کمک کرده است تا با توجه به جایگاه اقتصادی خود، از مصرف بر مبنای حداقل فاصله بگیرند. اولویت هزینه‌کرد در خانواده‌های مورد بررسی در مرتبه اول، معاش (مواد غذایی و امور جاری) می‌باشد، اما میزان این سهم در میان تمام خانواده‌ها یکسان نیست. در تمامی خانواده‌ها - البته به نسبت‌های متفاوت، بخش مهمی از درآمد خانواده بعد از کسر هزینه‌های زیستی به اقساط و پس‌انداز اختصاص داده می‌شود. مهم‌ترین تصمیمات اقتصادی که با پس‌انداز پول می‌شود، ساخت یا خرید خانه (برای سکونت یا رفاه بیشتر) و خرید وسیله نقلیه می‌باشد. همچنین بیشترین سهم از اقساط خانواده‌ها به خرید لوازم خانگی اختصاص دارد. در حوزه تصمیم‌گیری برای تقسیم منابع در دسترس، همچنان می‌توان شاهد تقسیم جنسیتی در غالب خانواده‌ها بود. مردان تصمیم‌های بزرگ مانند ساخت، خرید خانه و یا خرید و فروش وسیله نقلیه، سفرکردن و غیره را بر عهده دارند، اما زنان را می‌توان راهبران فرهنگی خانواده‌ها دانست که تصمیم‌گیری در امور مدیریت داخلی منزل، دکوراسیون، امور فرهنگی و ورزشی فرزندان و خریدهای خرد در حیطه اختیار آنان است.

نتایج این تحقیق از جنبه‌های مختلفی با تحقیق اسماعیلی و امید (۱۳۹۱) هم سو بوده و در برخی جهات تفاوت‌هایی در دو منطقه مورد بررسی - که البته هر کدام از مناطق کم‌برخوردار شهری بودند - دیده می‌شود. نتایج هر دو پژوهش نشان می‌دهد که وجود علقه‌ها و پیوندهای خویشاوندی به حمایت می‌انجامد و زندگی در این مناطق به دلیل پایین بودن هزینه‌های معاش و تأمین مسکن به رضایت افراد می‌انجامد. اما کیفیت کم مسکن به دلیل وضعیت مالکیت در شهر قدس محلی از اعراب ندارد<sup>۱</sup> و همان‌طور که اشاره شد، بخش اعظم پس‌انداز خانواده صرف ساخت و تجهیز مسکن می‌شود. همین‌طور نمی‌توان با چشم‌اندازهای کوتاه‌مدت به بررسی رفتار مصرفی ساکنین شهرک پرداخت. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که افراد به علایق و سبک زندگی طبقه متوسط شهری نزدیک شده‌اند، این گرایش را می‌توان بخصوص در میان نسل جدید مشاهده کرد. نتیجه‌ای که می‌توان آن را با توجه به فاصله نزدیک به یک دهه میان این دو پژوهش - توجیه‌پذیر دانست. نتیجه تحقیق حاضر در زمینه تمایل زنان و دختران به مد و تهیه لباس با نتایج تحقیق حسینی و همکاران (۱۳۹۹) هم سو است. بر طبق نظریه وپلن نیز می‌توان این گرایش را نوعی چشم و هم‌چشمی تلقی کرد. اما با توجه به وضعیت اجتماعی و اقتصادی مناطق مورد بررسی در دو پژوهش چنین برمی‌آید که کار نکردن زنان در شهرک عزیزی و فراغت نسبی‌شان از امور روزانه تأییدی است در جهت این نکته که غالب ساکنین شهر قدس خاصه ساکنان شهرک عزیزی از زندگی و مصرف بر مبنای حداقل خارج شده‌اند. استراتژی‌های بقا که لطفی خاچکی و همکاران (۱۴۰۰) به آن پرداخته‌اند، به نحوی از انحا و کمابیش در میان مردمان مورد بررسی دیده می‌شود. اما از این میان نزول مصرف خانوار شامل تأمین نکردن برخی اقلام خوراکی (مانند گوشت قرمز یا برنج باکیفیت ایرانی) و یا خرید کم پوشاک (مردان و پدران خانواده در نسبت با سایر اعضای خانواده)، همچنین استراتژی‌های حمایت جویی معیشت محور بیش از سایرین توسط خانواده‌های مورد بررسی پژوهش حاضر به کار گرفته می‌شود. نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیق انگرینی و همکاران (۲۰۱۶) هم سو است. خرید از وانتی‌های دوره‌گرد، همچنین

۱ ابهام در مالکیت مسئله مهمی در شهر قدس است. به‌غیر از مناطق جدید ساخت شهری، سایر زمین‌های شهری سند رسمی ندارند و معمولاً صلح قطعی هستند.

خرید اقساطی از بازار خودمانی در همان راستا است. به‌خصوص آنکه غالباً زنان مسئولیت خرید به‌خصوص خریدهای خرد خانگی را بر عهده دارند. هر چند تمایل نسل جدید به خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و در مرتبه بالاتر برند خواهی در راستای نتایج پژوهش انگرینی نمی‌باشد. تحقیق حاضر با پژوهش ابمبه و همکاران (۲۰۱۹) نیز هم سو می‌باشد. از این جهت که خرید اقلام و اثاثیه منزل با درآمد کمی که ساکنین این مناطق دارند، توان تطبیقی خانواده‌ها را در مواجهه با شرایط اورژانسی کاهش می‌دهد. با این حال وجود سرمایه‌های جمعی در میان مردمان مورد بررسی آنها را تا حد زیادی در برابر شرایط غیرقابل پیش‌بینی توانا می‌سازد.

پژوهشگران این تحقیق در وهله اول پیشنهاد می‌کنند تا برای جلوگیری از مهاجرت افراد به شهرهای صنعتی و کلان‌شهرها، بستر لازم جهت زندگی افراد بدون دغدغه‌های اقتصادی و اجتماعی در همان زادگاه افراد فراهم آید. در وهله دوم به مسئولان شهری پیشنهاد می‌گردد تا از مهاجران ساکن که بنا بر هر دلیلی توان یا علاقه بازگشت به موطن اصلی خود را ندارند حمایت کند. این حمایت‌ها بخصوص در زمینه مسکن می‌تواند کمک به ساخت و یا تعمیر مسکن خانواده‌هایی باشد که هنوز جا پای محکمی در شهر نیافته‌اند. با توجه به وجود بازار خودمانی در این مناطق می‌توان مالیات بنگاه‌های اقتصادی این مناطق را با اغماض بیشتری رد کرد و یا به طور مشخص مالیات را به‌صورت مستقیم برای تجهیز یا ساخت مجتمعی عمومی برای اهالی مثل ساختن یک باشگاه ورزشی یا امثالهم هزینه کرد. احداث و برقراری سرای محله و دفاتر تسهیلگری از ضروریات این مناطق است. اگرچه پیوندهای خویشاوندی به قوت خود ادامه می‌دهد؛ اما مشاهدات میدانی نشان می‌دهد که در شهرک عزیزی خانواده‌ها از قومیت‌های مختلف و در محلات دور از هم - گرچه همگی ساکن شهرک کوچکی هستند-همدیگر را نمی‌شناسند، قطعاً شناخت بیشتر افراد می‌تواند پتانسیل‌های موجود در این گونه اجتماعات را هر چه بیشتر شکوفا سازد. همچنین وجود تسهیلگران جوان و بانگیزه که تحصیلات مرتبط با علوم اجتماعی دارند می‌تواند به پیشبرد طرح‌هایی چون بهسازی کالبدی شهرک در قالب چانه زنی برای گرفتن بودجه‌های لازم و کافی از مراجع را یاری رساند تا خانواده‌ها هزینه‌های مربوط به ساخت و تجهیز مسکن را به خرید اقلام غذایی و یا امور فرهنگی اختصاص دهند. همچنین حضور این تسهیلگران به پرورش فرزندان در زمینه‌های مختلف کمک می‌نماید تا از این طریق به سرمایه‌های فرهنگی و نمادین خانواده‌ها بیفزاید.

در نهایت به سایر پژوهشگران فعال در حوزه مصرف و سبک زندگی پیشنهاد می‌گردد که در مطالعه‌ای تطبیقی الگوهای مصرف ساکنین این مناطق را با سایر گروه‌های شهری مقایسه نمایند، یافته‌های این تحقیق و برخی از یافته‌های دیگران نشان از همگرایی علایق و ترجیحات ساکنین این مناطق با متن اصلی جامعه دارد. موقعیت "شهرک عزیزی" در شهر قدس به‌عنوان یکی از مناطق اسکان غیررسمی در کشور، یک موقعیت ویژه است. موقعیتی که تمام ساکنین مناطق اسکان غیررسمی در استان تهران را از ساکنین سایر مناطق اسکان غیررسمی کشور جدا می‌کند. طبق گزارش نقشه رفاه ایرانیان در سال ۱۴۰۰؛ کمتر از ۱۳ درصد خانوارهای ساکن در استان تهران گرفتار فقر قطعی هستند. تمام مولفه‌های اثرگذار بر شناسایی فقر قطعی در تهران کمتر از میانگین کشوری است و در بحث رابطه فقر و دهک‌های درآمدی؛ استان تهران نسبت به میانگین کشوری دارای جمعیت فقیر کمتری است؛ بنابراین پیشنهاد می‌گردد، بررسی الگوهای مصرف و نحوه مدیریت مصرف در سایر مناطق اسکان غیررسمی بخصوص در استان‌هایی که شاخص‌های فقر قطعی در آنها از میانگین کشوری پایین‌تر است صورت گیرد تا از راهبردهای تأمین مالی مصرف شناخت بیشتری صورت گیرد و سبک زندگی ساکنین با نتایج پژوهش حاضر مقایسه گردد تا فهم بهتری از الگوهای مصرف مردمان ساکن در مناطق اسکان غیررسمی حاصل آید.



## منابع

- آلتمن. موريس (۱۳۹۷). اقتصاد رفتاری. مترجم محسن رزانی و گروه همکاران. تهران: آوند دانش.
- اباذری. یوسف، و کاظمی. عباس. (۱۳۸۴). رویکردهای نظری خرید، نامه علوم اجتماعی. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. ۲۵. ۱۹۵ - ۱۶۷.
- ایران دوست. کیومرث. (۱۳۸۹). سکونت گاه های غیررسمی و اسطوره حاشیه‌نشینی. تهران: شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- بریجر. دارن. (۱۴۰۰). رمزگشایی ذهن مصرف کننده غیرعقلانی. مترجمان روزا هندیجانی و فرزاد مینویی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- پایگاه مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) (۱۳۹۹). ispa.ir.
- بهمنی. سجاد، همتی. رضا، ملتفت. حسین و ایزدی جیران. اصغر (۱۳۹۷). مرور نظام‌مند مطالعات انجام شده در زمینه حاشیه‌نشینی (۱۳۷۵ تا ۱۳۹۶). فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی (۷۱/۱۸). ۱۳۴ - ۸۵.
- پاترسون. مارک (۱۳۹۸). مصرف و زندگی روزمره. مترجمان جمال محمدی و نرگس ایمانی مرنی. تهران: نشر نی.
- حیدری نصرت آبادی. رضا (۱۳۹۶). ارزیابی شاخص‌های توانمندسازی در سکونت گاه های غیررسمی، مورد پژوهش: سکونت گاه های غیررسمی شهر قدس. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم انسانی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد صفادشت.
- زیاری. کرامت اله، مهدنژاد. حافظ و پرهیز. فریاد (۱۳۸۸). مبانی و تکنیک های برنامه ریزی شهری. تهران: دانشگاه بین المللی چابهار.
- ساندلین. بو، میکائیل تراوین. هانس و نندراک. ریچارد (۱۳۹۳). تاریخ مختصر اندیشه‌های اقتصادی. مترجم حمیدرضا ارباب. تهران: نشر نی.
- شریفی. رامین و چیوانی. فیروز (۱۳۹۶). سبزه الماس: نگاهی به روند شکل‌گیری و برنامه‌ریزی شهر قدس (چاپ دوم). تهران: انتشارات بیشه.
- صادقی. علیرضا (۱۳۹۹). زندگی روزمره تهی دستان شهری. تهران: انتشارات آگاه. چاپ پنجم.
- صالحی امیری. سیدرضا، خدائی. زهرا (۱۳۹۰). حاشیه‌نشینی و اسکان غیررسمی: چالش‌ها و پیامدها. تهران: نشر ققنوس.
- علیرضائزاد. سهیلا (۱۳۹۲). گونه‌شناسی صندوق‌های قرض‌الحسنه و توانمندی زنان: مدل سنتی اعتبارات خرد در ایران. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. (۲) ۵۱ - ۱۰۲ - ۹۱.
- لطفی خاچکی. طاهره، اکبری. حسین، کرمانی. مهدی و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۴۰۱). استراتژی‌های بقا در شرایط فقر، در میان افراد کم‌برخوردار شهر مشهد. مجله جامعه‌شناسی کاربردی (۵۵) ۱۳۳ - ۱۵۸.
- کاریگان. پیترو (۱۳۹۷). جامعه‌شناسی مصرف. ترجمه سعید صدرالاشرفی. تهران: گل آذین.
- گیرتس. کلیفورد (۱۳۹۹). تفسیر فرهنگ‌ها. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر ثالث.
- مریجی. شمس الله و مؤذن. سلطان آبادی (۱۳۹۵). بررسی مناسبات هویت و جنسیت با مصرف در دو رهیافت غربی و اسلامی. دو فصل نامه علمی پژوهشی دین و سیاست فرهنگی. ۷ - ۷۴ - ۵۵.
- میرحسینی. زهرا، بوربور. زهرا، صمصامی. مرضیه، احمدی. نیره و اختری. زینب (۱۳۹۹). چالش‌های زندگی روزمره زنان حاشیه‌نشین شهر تهران. مطالعات راهبردی زنان. (۸۹) ۲۲ - ۷ - ۳۶.
- نقشه رفاه ایرانیان (دوشنبه ۱۲ مهر ۱۴۰۰). روزنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان صنعت. ۱۸، ص. ۳.
- Anggraini, Roselyne. Februharty, Judhiastuty. Bardosono, Saptawati. Worsley, Anthony. (2016), Food store choice among urban slum women is associated with consumption of energy dense food. Asia Pac J Public Health. 2016 Jul.
- Obembe A., Taiwo, Levin. Jonathan and Fonn. Sharon (2019), Comparison of household expenditure between urban slum and non-slum dwellers in a Southwestern metropolis, Nigeria <https://doi.org/10.21203/rs.2.13973/v1>.
- Williams, Robert H., John J. Painter and Herbert R. Nichols (1978), "A Policy-Oriented Typology of Grocery Shoppers," Journal of Retailing, 54 (Spring), 27-43.

### پیوست: مشارکت کنندگان

خانواده ها	سن و تحصیلات اعضای خانواده
بهرام و پروین	بهرام : ۵۰ ساله دیپلم پروین: ۴۴ ابتدایی ثمین: ۱۷، محصل. کار دانش شمیم: ۱۳، محصل یاسین: ۹، محصل
یعقوب و مرضیه	یعقوب: ۵۳ ساله. راهنمایی مرضیه: ۵۱ ساله. ابتدایی فرناز: ۲۰ ساله. دیپلم فرزانه: ۱۶ ساله. محصل. کار دانش
دیار و عایشه	دیار: ۵۵ ساله. راهنمایی عایشه: ۴۵ ساله. راهنمایی زانبار: ۲۱ ساله. دیپلم تجربی
رسول و سودابه	رسول: ۴۲ ساله. سیکل سودابه: ۳۵ ساله. سیکل حدیث: ۱۷ ساله. محصل. تجربی پارسا: ۱۴ ساله. محصل روشا و رها: ۷ و ۳ ساله
کاظم و سلیمه	کاظم: ۵۰ ساله. راهنمایی سلیمه: ۴۸ ساله. ابتدایی رضا: ۲۷ ساله. فوق دیپلم. مهندسی قاسم: ۲۵ ساله. دیپلم. فنی
شاهرخ و فهیمه	شاهرخ: ۴۸ ساله. راهنمایی فهیمه: ۳۵ ساله. ابتدایی ندا: ۱۹ ساله. دانشجوی مهندسی در دانشگاه دولتی امیر علی و امیر آرشام: محصل
عزت و کبری	عزت: ۵۲ ساله. راهنمایی کبری: ۴۲ ساله. ابتدایی نوشین: ۲۱ ساله. دیپلم امیر: ۱۹ ساله. دانشجوی علوم انسانی در دانشگاه دولتی
فریدون و سیما	فریدون: ۵۲ ساله. ابتدایی سیما: ۴۷ ساله. ابتدایی شاهین: ۲۷ ساله. فوق دیپلم. علوم انسانی شهاب: ۲۴ ساله. دیپلم. فنی و حرفه ای
عثمان و ملیحه	عثمان: ۵۷ ساله. ابتدایی ملیحه: ۴۶ ساله. ابتدایی عدنان: ۲۵ ساله. دیپلم. ریاضی صنعان: ۱۶ ساله. محصل
صادق و مهری	صادق: ۳۷ ساله. ابتدایی مهری: ۳۹ ساله. بی سواد شیوا: ۱۴ ساله. محصل شیدا: ۲ ساله
یحیی و طوبی	یحیی: ۴۳ ساله. بی سواد طوبی: ۴۳ ساله. ابتدایی علی: ۱۶ ساله. محصل ریحانه: ۱۸ ساله. راهنمایی حنانه: ۸ ساله. محصل
سلیمان و آمنه	سلیمان: ۵۵ ساله. بی سواد آمنه: ۴۹ ساله. ابتدایی یونس: ۲۵ ساله. لیسانس. علوم انسانی نسبیه: ۲۲ ساله. دیپلم یوسف: ۱۵ ساله. محصل
پاشا و جمیله	پاشا: ۵۰ ساله. ابتدایی جمیله: ۴۳ ساله. ابتدایی نوید: ۲۳ ساله. راهنمایی جاوید: ۱۸ ساله. دیپلم. کار و دانش سارا: ۱۵ ساله. راهنمایی یگانه: ۶ ساله
ایرج و اقدس	ایرج: ۴۸ ساله. راهنمایی اقدس: ۴۰ ساله. ابتدایی دریا: ۱۲ ساله. محصل محمد مهدی: ۷ ساله. محصل آنیتا: ۵ ساله
عین اللهو هاجر	عین الله: ۴۰ ساله. بی سواد میثم: ۱۹ ساله. راهنمایی هاجر: ۳۹ ساله. ابتدایی
عطا و شهلا	عطا: ۳۵ ساله. ابتدایی ساسان: ۱۴ ساله. محصل

خانواده ها	سن و تحصیلات اعضای خانواده
	شهلا: ۴۰ ساله . ابتدایی هانیه : ۹ ساله . محصل
بهمن و راحله	بهمن : ۶۱ ساله . فوق لیسانس راجله : ۴۸ ساله . دیپلم آرشام : ۸ ساله . محصل کامیار: ۶ ساله
منوچهر و مؤده	منوچهر : ۴۱ ساله . ابتدایی مؤده : ۳۹ ساله . پیش دانشگاهی صفورا : ۱۵ ساله . محصل کسری : ۵ ساله
نادره و داوود	داوود: ۳۸ ساله . ابتدایی نادره : ۳۵ ساله . راهنمایی محمد رضا : ۱۲ ساله . محصل علیرضا : ۸ ساله . محصل
نریمان و سولماز	نریمان : ۴۴ ساله . راهنمایی سولماز: ۳۶ ساله . دیپلم
فرخ و اشرف	فرخ : ۴۵ ساله . راهنمایی اشرف: ۴۶ ساله . راهنمایی فرزین : ۲۵ ساله . راهنمایی فرشید: ۱۷ ساله . دیپلم
حیدر و شهریانو	حیدر : ۴۳ ساله . ابتدایی شهریانو : ۴۲ ساله . ابتدایی هادی: ۱۹ ساله . دیپلم . فنی و حرفه ای حلما : ۱۴ ساله . محصل
خلیل و ائمر	خلیل : ۴۲ ساله . ابتدایی ائمر : ۳۶ ساله . راهنمایی المیرا : ۱۷ ساله . دیپلم نورا : ۸ ساله . محصل
طاهر و سحر	طاهر : ۳۴ ساله . دبیرستان سحر : ۲۸ ساله . دبیرستان سینا: ۱۲ سال . محصل مهسا: ۹ ساله . محصل
مجتبی و نازیلا	مجتبی : ۳۲ ساله . راهنمایی نازیلا : ۳۳ ساله . راهنمایی کامران : ۸ ساله . محصل کیمیا: ۳ ساله
کمال و شبنم	کمال : ۲۹ ساله . دیپلم شبنم : ۲۵ ساله . دیپلم
عادل و لیلا	عادل : ۳۱ ساله . دیپلم لیلا : ۲۵ ساله . دیپلم مهران: ۴ ساله
شهرام و مونا	شهرام : ۴۰ ساله . لیسانس مونا : ۲۷ ساله . دیپلم آزرمی دخت : ۵ ساله
ساجد و لیدا	ساجد : ۳۰ ساله . ابتدایی لیدا : ۲۴ ساله . راهنمایی عرفان : ۷ ساله . محصل