



بنیاد اندیشه
تاسیس ۱۳۹۱



حبیب‌الله نجفی

مست‌شناسی سبک زندگی در اندیشه پی‌یر بوردیو

مقدمه

موضوع سبک زندگی و مباحث پیرامونی آن در سال‌های اخیر در کانون توجه محققان و پژوهشگران حوزوی و دانشگاهی قرار گرفته و در این ارتباط تا کنون آثاری اعم از کتاب، مقاله، پایان‌نامه، گزارش نشست‌ها و همایش‌های علمی تولید یافته است. تردیدی نیست که سبک زندگی به عنوان یکی از موضوعات اساسی مورد توجه علوم اجتماعی با ادبیاتی که بر گرد آن تجمع یافته و سؤالات و دغدغه‌هایی که در خصوص آن مطرح شده، مفهومی نوظهور در دنیای مدرن و سکولار غرب است.

مطالعات و پژوهش‌های انجام شده در این خصوص در محیط‌های علمی و دانشگاهی ما نیز غالباً و عمدتاً معطوف به بازخوانی و ترجمه توصیفی و تحلیلی اندیشه‌ها و آثار اندیشمندان غربی اعم از کلاسیک و جدید است. از این رو واکاوی عمیق مفهومی و نظری موضوع سبک زندگی و مفاهیم مرتبط با آن که با رویکرد جامعه‌شناختی خاستگاه غیر بومی دارد با هدف مشارکت عالمانه در عرصه بازخوانی، اصلاح، تقویت، تغییر و ترویج سبک‌های زندگی رایج و مطلوب ضرورتی اجتناب‌ناپذیر دارد.

پی‌برداری برجسته‌ترین اندیشمندان علوم اجتماعی است که دیدگاه‌ها و اندیشه‌های جامعه‌شناختی‌اش در غالب حوزه‌ها از جمله سبک زندگی با اقبال مواجه شده و غالب اندیشمندان و پژوهشگرانی که بعد از وی در این خصوص سخن گفته‌اند، مستقیم و غیر مستقیم به ایشان ارجاع داده و استناد جسته‌اند. به ادعای برخی جامعه‌شناسان وی یکی از پرارجع‌ترین اندیشمندان علوم اجتماعی در جهان معاصر است. بدیهی است که دیدگاه‌های ایشان به رغم قوت‌های نظری و تحلیلی ضعف‌هایی نیز دارد و از آن‌جا که این دیدگاه‌ها در پاسخ به مسائل و نیازهای اجتماعی جامعه‌ای خاص در مقطع تاریخی مشخصی عرضه شده، بازبینی تحلیلی و انتقادی آن با هدف بهره‌گیری از ظرفیت‌های مفهومی و بنیادهای نظری‌اش در جامعه معاصر ایران، اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. سؤالات محوری این مطالعه معطوف به چسبندگی مفهومی سبک زندگی و مفاهیم مرتبط با آن عوامل و نیروهای مؤثر بر سبک زندگی و کارکردهای آن در اندیشه بوردیو است.

مفاهیم کلیدی اندیشه بوردیو

مفهوم «سبک زندگی» در اندیشه بوردیو با شبکه نسبتاً پیچیده‌ای از مفاهیم و اصطلاحات اختصاصی او مانند «عادت‌واره»، «سرمایه»، «میدان»، «ذوق و سلیقه» و «فضای اجتماعی» ارتباط مضمونی و وجودی دارد. ارتباط معنایی و پیوند ارگانیک این مفاهیم به گونه‌ای است که معمولاً توضیح هر یک به طور ضمنی، ضرورت طرح دیگر مفاهیم را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. در ادامه به توضیح اجمالی مفاهیم کلیدی مرتبط با سبک زندگی متناسب با دستگاه جامعه‌شناختی وی پرداخته شده است. این مفاهیم عبارتند از:

عادت‌واره

عادت‌واره یکی از کانونی‌ترین مفاهیم در دستگاه جامعه‌شناسی

بوردیو است. این مفهوم در تلقی وی به «نظام‌های طبایع و قریحه‌هایی که ویژگی طبقه‌ها و زیرگروه‌های طبقاتی مختلف است» تعریف شده است (بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۹). بوردیو در موضعی دیگر آن را به «ساختار ساخت‌یافته»^۲ و «ساختار ساخت‌دهنده»^۳ تعریف کرده است (بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۳۹). به بیان دیگر عادت‌واره محصول اجتماعی شدن و تربیت در محیط‌های رسمی و غیر رسمی است که فرد آن‌ها را تجربه می‌کند. فرد از مجرای فرایندهای یادگیری آگاهانه و ناآگاهانه و دریافت‌های مستقیم و غیر مستقیم از طریق خانه، مدرسه و سایر عوامل و کانال‌های تعلیمی و تربیتی آن را تدریجاً کسب و درونی می‌کند. عادت‌واره همچنین محصول اشغال بلندمدت یک جایگاه در درون جهان اجتماعی است. از این رو عادت‌واره به تبع تنوع جایگاه افراد در جهان اجتماعی تغییر می‌پذیرد و به همین دلیل اعضای یک جامعه بسته به جایگاه و موقعیت اجتماعی‌شان، عادت‌واره‌های متفاوت دارند. بالطبع افراد دارای جایگاه واحد در جهان اجتماعی از عادت‌واره‌های کم و بیش مشابه برخوردار خواهند بود (جورج ریتزر، ۱۳۷۴: ۷۲۱). نیازی به ذکر نیست که عادت‌واره امری ذهنی، درونی و انفسی است. عادت‌واره بر چگونگی کنش، احساس، تفکر، تصمیم و نحوه بودن فرد تمرکز دارد و همچنین به فرد توانایی لازم برای واکنش متناسب در موقعیت‌های اجتماعی مختلف را می‌دهد. عادت‌واره همچنین به عنوان ساختار ساخت‌دهنده، عمل، اندیشه، احساس، شخصیت، علایق و سلاقی افراد را سامان داده و تعیین می‌بخشد.

ویژگی‌های مهم عادت‌واره

بوردیو در مقام توصیف عادت‌واره به ویژگی‌هایی اشاره کرده که اهم آن عبارتند از:

۱. ماندگاری و انتقال‌پذیری: عادت‌واره هم در جاتی از ثبات دارد و هم امکان انتقال از محیطی به محیطی دیگر (ریتزر، ۱۳۷۴: ۷۲۲).
۲. رابطه علی معلولی با جهان اجتماعی: عادت‌واره جهان اجتماعی را تولید می‌کند و خود نیز تولید شده و محصول جهان اجتماعی است (بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۳۹).
۳. عمل به مثابه یک ساختار: عادت‌واره همچون یک ساختار عمل می‌کند اگر چه افراد در برابر این ساختار و سایر ساختارهای اجتماعی تأثیرگذار، به صورت مکانیکی واکنش نشان نمی‌دهند (ریتزر، ۱۳۷۴: ۷۲۳).

میدان

میدان^۴ برخلاف عادت‌واره، جنبه بیرونی دارد و به ساختارهای اجتماعی عینی مربوط می‌شود. بوردیو این مفهوم را نیز همچون سایر مفاهیم جامعه‌شناختی خود به گونه‌ای «رابطه‌ای» مطرح می‌کند. از دید وی میدان شبکه‌ای از روابط است که در میان جایگاه‌های عینی درون فضای اجتماعی (جامعه) وجود دارد. این روابط مستقل از آگاهی و اراده فردی در متن جامعه جریان دارند. این روابط را نباید همان کنش‌های متقابل

2. Structured structure
3. constrauctive structure
4. field

1. Habitus

ناشی از پیوندهای بین‌الذهانی میان افراد پنداشت. اشغال‌کنندگان جایگاه‌های درون این شبکه، هم می‌توانند عوامل انسانی و هم نهادهای اجتماعی باشند. در جهان اجتماعی تعدادی از میدان‌های نیمه‌مستقل همچون میدان هنری، مذهبی، اقتصادی و... نیز وجود دارند که منطق خاص خود را دارند و اعتقاد به چیزهای خطیر موجود در یک محیط را در کنشگران ایجاد می‌کنند (ریترز، ۱۳۷۴: ۷۲۴).

میدان، قدرتی است که تصمیمات مشخص خود را بر همه کسانی که بدان وارد می‌شوند تحمیل می‌کند. از این رو کسی که می‌خواهد فردی موفق در زمینه علمی باشد ناگزیر باید حداقلی از سرمایه علمی مورد نیاز را کسب کرده و به آداب و رسوم و مقرراتی که به وسیله جامعه و محیط علمی زمان و مکانش اعمال می‌شود تن در دهد (واکووانت: ۶۳۳). از دید بوردیو هر میدان دارای امکانات و قابلیت‌هایی است که در طول مراحل رشد خود به دست آورده تا خود را در برابر تأثیرات خارجی مصون نگه داشته و بر ضوابط و ملاک‌های ارزیابی خود در برابر و در مواجهه بامیدان‌های مجاور و متجاوز صحنه گذاشته و آنان را رعایت کند. میدان همچنین هر کنشگری را به جانب الگوی رفتاری خاصی متمایل می‌گرداند (واکووانت: ۶۳۳).

ویژگی ساختاری میدان‌ها

۱. میدان‌ها عرصه مبارزه و کشمکش‌اند.
۲. میدان‌ها نوع خاصی از مبارزه و رقابت را بر کنش‌گران تحمیل می‌کنند (بوردیو، ۱۳۹۱: ۶۹).
۳. میدان‌ها دارای استقلال نسبی بوده اگر چه میزان استقلال نسبی هر یک متفاوت از دیگری است.
۴. میدان‌ها فضاهایی ساخت‌مند ناظر بر موقعیت‌های مسلط و تحت سلطه بر اساس مقدار و نوع سرمایه هستند (جمشیدی‌ها و پرستش، ۱۳۹۱: ۶۸۳۱: ۷۲).

تسا این‌جا دو مفهوم عادت‌واره و میدان به مثابه دو جنبه مهم عینی و ذهنی تأثیرگذار بر سبک زندگی مطرح شد. میدان، ساختار بیرونی تأثیرگذاری است که نیروی خاصی را بر فرایند تصمیم‌گیری و انتخاب‌های فردی در حوزه سبک زندگی وارد می‌کند. عادت‌واره ساختار درونی تأثیرگذاری است که به آگاهی، ترجیحات، تصمیم‌ها و کنش‌های فرد جهت می‌دهد. میدان و عادت‌واره همچنین با ذوق و سلیقه نیز در ارتباط اند که در ادامه توضیح داده خواهد شد.

ذوق و سلیقه

تحلیل و تبیین مفهوم ذوق و سلیقه تقریباً محور اصلی کتاب مهم بوردیو یعنی «تمايز» است. با این وجود وی در هیچ‌جا این کتاب، تعریف دقیق، صریح و روشنی از این مفهوم مهم به دست نداده است. بوردیو در عبارتی کوتاه سلیقه را «ترجیحات آشکار» (بوردیو، ۱۹۳۳) یعنی ترجیحاتی که در دنیای عینی و در قالب انتخاب‌های واقعی، تجسم و تبلور انضمامی دارد تعریف کرده است. از دید وی سلیقه ظرفیت تولید فعالیت‌ها و محصولات قابل طبقه‌بندی و ظرفیت فرقی‌گذاری و درک

اهمیت این فعالیت‌ها و محصولات است. به بیان دیگر سلیقه اصولی است که مردم را قادر می‌سازد تا در میان کالاهای طبقه‌بندی شده آنچه مناسب ایشان است بشناسند (مهدوی کنی، ۱۳۹۰: ۶۷).

گفتنی است که سلیقه نیز مانند عادت‌واره جنبه ذهنی و درونی دارد و از عادت‌واره فرد ناشی می‌شود. عادت‌واره به ذوق و سلیقه و طرز تفکر کنشگران تعیین می‌بخشد. در اندیشه بوردیو سه مفهوم عادت‌واره، میدان و سلیقه در موضوع سبک زندگی با مفهوم سرمایه پیوندی وثیق دارند.

سرمایه

سرمایه به «مجموعه منابع و قدرت‌های قابل استفاده بالفعل» تعریف شده است (بوردیو، ۱۳۹۰: ۱۶۸). از دید بوردیو ساختار و کارکرد دنیای اجتماعی را تنها در صورتی می‌توان دریافت که «سرمایه» را نه فقط در صورت ترسیم شده آن در نظریه‌های اقتصادی که در صورت‌ها و جلوه‌های گوناگونش ملاحظه کنیم. نظریه‌های اقتصادی رایج در نظام سرمایه‌داری با تقلیل انواع کنش‌های اجتماعی به کنش‌های اقتصادی، بدعتی تاریخی را موجب شده و به انگیزه بزرگنمایی ذهنی و عینی موضوع منفعت، دنیای پرتنوع مبادله را به مبادله تجاری و اقتصادی محدود ساخته است.

صورت‌های گوناگون مبادله یا اقتصادی تعریف شده یا به دلیل ماهیت غیر اقتصادی عملاً مورد بی‌اعتنایی قرار گرفته‌اند. تردیدی نیست که برخی از صور مبادله یا برخی از انواع سرمایه در فرایند تعامل قابلیت تبدیل دارند؛ برای مثال بیشتر انواع سرمایه مادی یعنی آنچه که در معنی محدود اقتصادی، سرمایه تلقی می‌شود، می‌تواند به عنوان سرمایه فرهنگی یا اجتماعی (غیر مادی) عرضه شود و برخی از آنچه سرمایه فرهنگی یا اجتماعی شمرده می‌شود، می‌تواند به صورت سرمایه مادی عرضه شود (مایکل گرنفل، ۱۹۸۳: ۹۶۱-۹۷۱).

بوردیو احتمالاً در مخالفت با نظریه مارکس معتقد است که ساختار اجتماعی یک جامعه پیشرفته را نمی‌توان با ارجاع به سلسله مراتبی ساده از درآمد و سرمایه اقتصادی تحلیل نمود. ساختار اجتماعی این جوامع، بافت و بستر پیچیده‌ای است که در آن انواع سرمایه حسب موقعیت اجتماعی گروه‌های متعدد و فعال، توزیع شده است.

انواع سرمایه

بوردیو از چهار نوع سرمایه سخن گفته است:

الف. سرمایه اقتصادی^۲ یا همان دارایی مالی و مادی: از دید بوردیو این نوع سرمایه موقعیت بنیادی دارد و سایر انواع سرمایه را به صورت تعیین‌کننده متأثر می‌سازد. به بیان دیگر سرمایه اقتصادی سرمایه اولیه فرد است که پس از کسب، صاحب آن بالقوه در معرض تأثیرات عمیق و بزرگی قرار می‌گیرد (مایکل گرنفل، ۱۹۸۳: ۳۳۳). گفتنی است که سرمایه اقتصادی در تلقی بوردیو با آنچه مارکس از این واژه مورد نظر داشت، اندکی تفاوت وجود دارد.

ب. سرمایه اجتماعی^۳ یا برخورداری فرد از مجموعه‌ای از پیوندها،

2. Capital
3. Economic Capital
4. Social Capital

1. Taste



«دور کردن و دور شدن» «عنادت و ابرو» «سرفایه» «امتیاز» «دور کردن و دور شدن» «عنادت و ابرو» «سرفایه» «امتیاز»

تعریف سبک زندگی

در آثار بورديو تعريف دقيق، منسجم و صریحی از سبک زندگی ارائه نشده است. وی در موضعی سبک زندگی را مجموع ویژگی‌ها و خصوصياتی می‌داند که افراد دارای ویژگی‌های مختلف را از یکدیگر متمایز می‌سازد: «جهان ویژگی‌هایی که دارندگان موقعیت‌های مختلف از طریق آن‌ها خود را از دیگران متمایز می‌سازند، خواه قصد این کار را داشته باشند خواه نداشته باشند» (بورديو، ۱۳۹۰: ۳۴۱).

سبک‌های زندگی یعنی نظام‌های مختلف ویژگی‌ها که نظام‌های مختلف طبایع و قریحه‌ها در آن به منصب ظهور می‌رسد (بورديو، ۰۹۳۱: ۵۵۳)؛ به بیان برخی نویسندگان، سبک زندگی، طیفی رفتاری است که اصل انسجام‌بخش بر آن حاکم است و عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است و الزاماً برای همگان قابل تشخیص نیست. سبک زندگی محصول انتخاب‌های مردم در میان محدودیت‌های ساختاریشان است (فاضلی، ۶۸۳۱: ۹۳). برخی دیگر در توضیح دیدگاه بورديو برآند که سبک زندگی، نتیجه قابل رؤیتی از ابراز عادت است. از نظر وی همه آنچه انسان را احاطه کرده است همچون مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و غیره بخشی از سبک زندگی او شمرده می‌شوند (اباذری و حسن چاوشیان، ۱۸۳۱: ۳-۷۲).

بورديو در موضعی دیگر، سبک زندگی را به فعالیت‌های نظام‌مند نشأت یافته از ذوق و سلیقه فرد که بیشتر جنبه عینی و خارجی دارد و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد تفسیر کرده است. این مجموع فعالیت‌ها، اقشار مختلف اجتماعی را از یکدیگر متمایز می‌سازد: «نظام‌مندی در اعمال، به دلیل نظام‌مندی در طرز عمل است... سلیقه یعنی تصرف (مادی و نمادین) مقوله معینی از ابروها یا اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده، ضابطه زاینده سبک زندگی است. سبک زندگی مجموعه متحدی از ترجیحات متمایزبخش است

روابط، آشنایی‌ها و دوستی‌ها که به او وزن اجتماعی کم و بیش سنگین، قدرت تعاملی کم و بیش زیاد بر حسب کیفیت و کمیت شبکه‌های ارتباطی و امکان یابی اتصال و ارتباط با افراد مختلف را به وی اعطا می‌کند (کریسیان شویره و فونتن اولیویه، ۵۸۳۱: ۹۹). به بیان دیگر سرمایه اجتماعی فرد بر اساس میزان اعتماد و تمایل مثبت دیگران به وی سنجیده می‌شود.

ج. سرمایه فرهنگی^۱ یا مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین که در سه قالب تبلور عینی دارد: ۱. معلومات کسب‌شده‌ای که به صورت رغبت‌های پایدار، در فرد درونی شده است؛ ۲. موفقیت‌های مادی که در شکل برخورداری از اموال و دارایی‌ها جلوه‌گر می‌شود؛ ۳. حالت‌های نهادی شده در جامعه که به صورت کسب عناوین، مدارک تحصیلی، موفقیت در مسابقات و... جلوه‌گر می‌شود (کریسیان شویره و فونتن اولیویه، ۵۸۳۱: ۷۹).

د. سرمایه نمادین^۲ یا مجموعه سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی فرد، هنگامی که این دارایی توسط سایر اعضای اجتماع درک شود، یعنی مقولات فاهمه آن‌ها چنان است که می‌توانند این دارایی را بشناسند، یعنی آن را ببینند و به رسمیت بشناسند، یعنی برای آن ارزش قائل شوند (بورديو، ۰۹۳۱: ۵۵۱).

با دقت در تعاریف مفاهیم فوق و تحلیل‌های ضمنی بورديو روشن می‌شود که نظام عادت‌واره به عنوان ساختار ذهنی کنشگران به جایگاه و موقعیت آن‌ها در میدان‌های اجتماعی یعنی به میزان بهره‌مندی آن‌ها از انواع سرمایه‌های چهارگانه وابسته است. عادت‌واره‌ها همچنین بر موقعیت‌های اجتماعی افراد تأثیر گذاشته و متقابلاً از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند. ذوق و سلیقه هرکس جزئی از سرمایه اوست و انواع سرمایه نیز بر اساس ذوق و سلیقه افراد مبادله می‌شود.

1. Cultural Capital
2. Symbolic Capital



۶۴۱-۲۶۱). از این رو در دنیای مدرن که بر فرایند تمایز استوار است، سبک‌های زندگی و تمایز یابی و تشخیص با یکدیگر رابطه ایجاد دارند؛ یعنی سبک زندگی از طریق نوع مصرف و مبادله انواع سرمایه به صورت نمادین، تمایز و تشخیص افراد و گروه‌های اجتماعی را نمایش می‌دهد.

ویژگی‌های سبک زندگی طبقات اجتماعی

بورديو در کتاب تمایز، مفاهیم نظری و انتزاعی مذکور را در یک مطالعه پیمایشی، کاربردی و عملی کرده و به صورت تجربی، به تحلیل و بررسی سبک‌های زندگی طبقات مختلف اجتماعی جامعه فرانسه پرداخته است. او نقش عادت‌واره، میدان، ذوق و سلیقه و انواع سرمایه را در شکل‌گیری گونه‌های مختلف سبک زندگی به صورت تجربی نشان داده است. کار بورديو در این کتاب، تولید اندیشه جامعه‌شناختی و ارائه الگویی مناسب برای کاربردی کردن مفاهیم نظری در این علم است.

بورديو در این تحقیق به وجود سه طبقه اصلی و پاره طبقه‌های متعدد با ویژگی‌های متفاوت در فضای اجتماعی اشاره می‌کند. در جایگاه نخست، طبقه بالا مسلط یا فرادست قرار دارد که بر اساس اهمیت سرمایه‌ای که اعضای آن در اختیار دارند، مشخص می‌شود. وجه تمایز این طبقه از سایر طبقات، میزان بالای انباشت سرمایه‌های گوناگون توسط اعضای آن است. این طبقه از طریق تمایزگذاری، هویت معینی را تأیید و با مشروعیت بخشی بدان، بینش و تلقی معینی از جهان اجتماعی را بر دیگران تحمیل می‌کند.

این طبقه فرهنگ مشروع را تعیین و تعریف می‌کند. از نظر بورديو طبقه بورژوا (طبقه بالا) که همواره دل مشغول تحمیل تصویری مناقشه‌ناپذیر از اقتدار و کرامت یا تشخیص و تمایز خویش است، بدن خود را کانون نمایش نشانه‌های راحتی و آسایش خویش قرار داده است. سبک زندگی برجسته بورژوازی به عنوان نمونه‌وارترین الگوی نمایشی را می‌توان از طریق حالات، حرکات و سکناات رفتاری و گفتاری به نمایش درآمده در فضای فیزیکی و فضای اجتماعی اشغال شده بازشناخت (بورديو، ۰۹۳۱: ۷۹۲).

برای مثال، بورديو در مورد ورزش، این ایده را مطرح می‌کند که احتمال پذیرش یک نوع ورزش در یک طبقه اجتماعی خاص هنگامی بیشتر می‌شود که ورزش مزبور تناقضی با ژرف‌ترین و ناخودآگاه‌ترین لایه نگرش آن طبقه در قبال بدن یا انگاره بدن که از نظر وی مخزن کل جهان‌بینی و کل فلسفه شخص و بدن است نداشته باشد (بورديو، ۰۹۳۱: ۷۹۲).

پاره طبقه‌های طبقه فرادست

بورديو در ترسیم سلیقه‌های غالب و تضاد و تقابل سبک‌های زندگی پاره طبقه‌های طبقه فرادست، از تقابل بورژوازی قدیم و جدید که بر منبای تضاد و تقابل جهان‌بینی اخلاق و رفتارشان

که قصد ابرازگری واحدی را در منطق خاص هر خرده فضای نمادینی مانند میلمان، پوشاک، زبان یا حرکات و سکناات بدنی به نمایش می‌گذارد (بورديو، ۰۹۳۱: ۵۴۲-۲۴۲).

از تعاریف ارائه شده روشن شد که تلقی بورديو از سبک زندگی گاه کارکردی است و از آن به جهان و ویژگی‌های هویت بخش و متمایز کننده افراد دارای موقعیت‌های مختلف اجتماعی یاد می‌کند؛ گاه آن را به مجموعه کنش‌ها و رفتارهای برآمده از انتخاب‌های کنشگران تفسیر می‌کند، گاه آن را نتیجه قابل رؤیتی از ابراز عادت‌ها در قالب نمودهای عینی تلقی کرده و در مواضعی نیز آن را به خاستگاه اصلی اش یعنی طبایع و قریایح یا اذواق و سلايق فردی اسناد داده است.

مؤلفه‌های سبک زندگی

بورديو عناصر و مؤلفه‌های سبک زندگی را در دو سطح مطالعه و بررسی می‌کند: سطح اول، دارایی‌ها (کالا‌های فرهنگی و تجملی) مانند خانه، ویلا، قایق تفریحی، ماشین، اثاثیه، نقاشی‌ها، کتاب‌ها، نوشابه‌ها، سیگارها، عطرها، لباس‌ها و... از دید وی نظام‌مندی در اعمال، ناشی از نظام‌مندی در طرز عمل است. نوعی نظام‌مندی در تمامی ویژگی‌ها و دارایی‌هایی که گروه‌ها برای خویش فراهم ساخته‌اند وجود دارد (بورديو، ۱۳۹۰: ۲۴۳). سطح دوم رفتارها و فعالیت‌هایی است که افراد با آن تشخیص و تمایز خود را از سایرین نشان می‌دهند؛ مثل ورزش‌ها، بازی‌ها و سرگرمی‌ها (بورديو، ۱۳۹۰: ۲۴۳).

سبک زندگی و تمایز یابی

نظریه اصلی بورديو در باب سبک زندگی و مفاهیم مرتبط با آن در کتاب معروف او «تمایز، نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی» عرضه شده است. مفهوم «تمایز» که در این اثر تعریف عملیاتی و عینی به خود گرفته به معنی مجموعه تفاوت‌های موجود میان رفتارها و سبک‌های زندگی افراد است که به دلیل موقعیت‌های متفاوتشان از حیث سرمایه و قرارگرفتن در میدان‌های اجتماعی مختلف در میان آن‌ها به ظهور رسیده است.

به باور بورديو همه آنچه سلیقه فرهنگی، گزینش‌های ذوقی و... نامیده می‌شود که ممکن است کاملاً طبیعی و ناشی از قریحه‌های ذاتی افراد شمرده شود، رابطه مستقیم و قابل اثباتی با وضعیت و موقعیت اجتماعی آن‌ها دارد. بورديو در این کتاب به صورت میدانی نشان می‌دهد که چگونه می‌توان میان حوزه‌هایی چون ورزش، غذا، لباس، سلايق هنری و... از یک سو و وضعیت اجتماعی افراد از سوی دیگر روابط منطقی برقرار کرد.

او نشان می‌دهد که چگونه می‌توان از نوع خودروهایی انتخاب شده تا دکوراسیون منازل، از موضوع‌هایی که برای عکاسی انتخاب می‌شوند تا آنچه افراد می‌خورند و می‌نوشند، تأثیر الزامات اجتماعی بر آن‌ها را فهم نمود (فکوهی، ۴۸۳۱).

از تعاریف ارائه شده روشن شد که تلقی بورديو از سبک زندگی گاه کارکردی است و از آن به جهان و ویژگی‌های هویت بخش و متمایز کننده افراد دارای موقعیت‌های مختلف اجتماعی یاد می‌کند؛ گاه آن را به مجموعه کنش‌ها و رفتارهای برآمده از انتخاب‌های کنشگران تفسیر می‌کند، گاه آن را نتیجه قابل رؤیتی از ابراز عادت‌ها در قالب نمودهای عینی تلقی کرده و در مواضعی نیز آن را به خاستگاه اصلی اش یعنی طبایع و قریایح یا اذواق و سلايق فردی اسناد داده است.

تعریف می‌شوند، سخن به میان آورده است (بوردیو، ۱۳۹۰: ۴۲۰). برای مثال مدیران بخش خصوصی که در سنین پایین‌تر به موقعیت‌های قدرت رسیده‌اند و بیش از بورژواهای قدیم فارغ‌التحصیل دانشگاه هستند و همچنین عضو شرکت‌های بزرگ‌تر و مدرن‌تری‌اند با کارفرمایان صنعتی و تجاری که بورژوازی سنتی به شمار می‌آیند در جهان‌بینی اخلاق و رفتار تفاوت دارند (بوردیو، ۱۳۹۰: ۴۲۰).

بورژواهای قدیمی به تعهدات جامعه‌ایان پایبندند، فراوان مهمانی می‌دهند و تعطیلات خود را در نزدیکی چشمه‌های آب معدنی می‌گذرانند؛ در حالی که بورژواهای جدید سبک زندگی مدرن‌تر و جوان‌تری دارند. پیش‌تر به ورزش‌هایی همچون قایقرانی، اسکی روی آب و تیسس، روی می‌آوردند که در آن واحد اعیانی و فعال هستند (بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۴۰). بورژوازی نوین نقطه مقابل متخصصان حرفه‌ای و آمیزه تقریباً متفاوتی از تجمل و فرهنگ است. این تقابل بر اساس ادغام کامل بورژواهای جدید در نوعی زندگی اقتصادی است که در نشریه‌های اقتصادی و مالی مشهود است و بر اساس فعالیتی شغلی بنا می‌شود که حاکی از سبک زندگی مدرنیستی و جهان‌شهری همراه با مسافرت‌های تجاری خارجی، قرار ملاقات‌های تجاری همراه با خوردن ناهار، مهمانی‌های کوکتل، کنفرانس‌ها و سمینارهاست.

به نظر بوردیو همه چیز به گونه‌ای است که انگار مبارزه میان بورژوازی قدیم و جدید بر سر اولویت دادن به یکی از دو چیز متضاد است؛ در حالی که این دو نوع بورژوازی را فقط تمایز و تشخیص می‌تواند آشتی دهد. کم سابقه‌های طبقه بالا و بورژوازی نو معمولاً خشکی اتو کشیده و عصا قورت داده بورژوازی قدیم را قبول ندارند و سبک زندگی ساده و بدون آداب و تشریفات سخت‌گیرانه را وعظ و تبلیغ می‌کنند. بورژوازی قدیم نیز سبک زندگی ولنگار بورژوازی نو را نکوهش کرده و خواهان آداب و تشریفات پیش‌تری در زبان و کردار است (بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۴۰). بوردیو بورژواهای جدید را سلیقه‌سازان جدید لقب می‌دهد که به کمک توصیه‌های آمانه و سبک زندگی الگویی خود اخلاقیاتی را پیش می‌نهند که عصاره آن هنر مصرف، ولخرجی، لذت و بهره‌مندی و مصرف‌های غیر ضروری و اسراف‌گرانه است (بوردیو، ۱۳۹۰: ۸۲۴).

خرده‌بورژوازی و پاره‌طبقه‌های آن

در جایگاه دوم بعد از طبقه فرادست و پاره‌طبقه‌های آن، طبقه‌ای قرارداد که بوردیو آن را خرده‌بورژوازی نام نهاده است. خرده‌بورژواها کسانی هستند که از پرولتاریا (طبقه کارگر) یعنی گذشته خود فاصله گرفته و سودای ورود به جرگه بورژوازی یعنی آینده خود را در سر می‌پروراند (بوردیو، ۱۳۹۰: ۴۵۸). اعضای این طبقه دارای برخی داشته‌های مشترک هستند. این طبقه از گروه‌های حقوق‌بگیر، کارگران مستقل یا کارمندان تشکیل شده و موقعیتی میانی را در فضای اجتماعی اشغال می‌کند.

این طبقه را می‌توان در چهار پاره‌طبقه از یکدیگر متمایز کرد: اولین پاره خرده‌بورژوازی رو به صعود است که برای صعود به طبقه بالاتر و پیش‌رفت و ترقی، روش زهدگرایی و پرهیزگاری را ترجیح می‌دهد (بوردیو، ۱۳۹۰: ۴۶۴). دومین پاره این طبقه خرده‌بورژوازی رو به

افول شامل صنعت کاران و پیشه‌ورانی است که تعدادشان رو به کاهش است. این خرده‌بورژوازی که عمدتاً در مشاغل قدیمی فعالیت می‌کند خرده‌بورژوازی سنتی نیز نامیده می‌شود (بوردیو، ۱۳۹۰: ۱۸۴-۲۸۴). خرده‌بورژوازی اداری سومین پاره از طبقه خرده‌بورژوازی است که عمدتاً از کارمندان، کارکنان رده متوسط، بنگاه‌های تولیدی خصوصی، تکنیسین‌ها و آموزگاران تشکیل شده است. آن‌ها نسبت به ساختار سرمایه موقعیتی میانی دارند (بوردیو، ۱۳۹۰: ۳۸۴). چهارمین پاره خرده‌بورژوازی نو است که به رغم داشتن سرمایه فرهنگی بالا فاقد سرمایه اجتماعی لازم برای بهره‌گیری کامل از سرمایه فرهنگی‌اش است. همچنین عاملانی که در عین داشتن خاستگاه بورژوازی نتوانسته‌اند در نهادهای آموزشی‌عناوینی را کسب کنند که به آن‌ها امکان باقی ماندن در طبقه مسلط را بدهد، جزو این طبقه محسوب می‌شوند (بوردیو، ۱۳۹۰: ۸۸۴-۵۹۴).

بوردیو همچنین معتقد است که خرده‌بورژواها بزرگ‌ترین فداکاری‌ها و ایثارها را در حوزه معاشرت‌های اجتماعی و رضایت و خرسندی ناشی از آن را به عمل می‌آورند. خرده‌بورژواها متقاعدند که موقعیت خود را فقط به بامن شایستگی و تلاش خود کسب می‌کنند و برای نجات و رستگاری خویش فقط باید به خود متکی باشند: «هرکسی برای خود» و «خانه هر کس قلعه اوست» (بوردیو، ۱۳۹۰: ۵۶۴). بوردیو معتقد است که خرده‌بورژوازی برای متمرکز کردن تلاش‌ها و کاستن از هزینه‌های خود پیوندهای خانوادگی، فامیلی، دوستی و... را که مانع از صعود فردی او می‌شود قطع می‌کند.

در جهان‌بینی و اخلاق کار و سخت‌کوشی خرده‌بورژوازی «خیزش، همیشه بریدن و گسستن را پیش فرض می‌گیرد و طرد بستگان و آشنایان پیشین فقط یکی از ابعاد این بریدن و گسستن است. برای خرده‌بورژواها خویشاوندی و دوستی دیگر نمی‌تواند جای پای در برابر مصیبت و بدبختی باشد؛ چتر حمایت و پشتیبانی [نیست] که همیشه دست مساعدتی، قرضی یا شغلی برایش فراهم سازد؛ این پیوندها سرمایه اجتماعی که برای سودآوری هرچه بیشتر سرمایه اقتصادی و فرهنگی لازم است، به حساب نمی‌آیند (بوردیو، ۱۳۹۰: ۵۶۴).

این روابط صرفاً موانع دست و پاگیری هستند که باید به هر قیمت که شده از شر آن خلاص شد؛ زیرا قدردانی‌ها، کمک‌های متقابل، همبستگی‌ها و رضایت خاطر مادی و نمادینی که در کوتاه مدت یا بلند مدت فراهم می‌آورند از تجملات ممنوعه به شمار می‌آید. خرده‌بورژوا با محدود کردن خانواده خویش غالباً به یک پسر که همه امیدها و تلاش‌ها روی او متمرکز می‌شود، در واقع از نظام موانع و محدودیت‌هایی پیروی می‌کند که بلندپروازی وی به طور ضمنی بیانگر آن است. اگر او نمی‌تواند درآمدهایش را بیشتر کند باید مخارجش را کم کند؛ مثلاً تعداد شکم‌هایی که باید مخارج سیر کردن آن‌ها را تأمین کند کاهش دهد (بوردیو، ۱۳۹۰: ۵۶۴-۶۶۴).

طبقه فرودست

مشخصه اصلی طبقات پایین، محرومیت آن‌هاست. اعضای این طبقه در پایین‌ترین سطح فضای اجتماعی قرار دارند و باوصف محرومیت

عوامل مؤثر در سبک زندگی



عوامل مؤثر در سبک زندگی

منظور از عوامل مؤثر در سبک زندگی نیروها فشارها و اقتضانات ساختاری عینی و ذهنی است که در فرایند تولید، تثبیت و تغییر سبک زندگی دخالت دارند. بورديو در مطالعات تجربی خود پیرامون سبک‌های زندگی طبقات مختلف جامعه فرانسه به عواملی همچون عادت‌واره، ذوق و سلیقه، میدان‌های اجتماعی و اقتضانات آن‌ها حجم و ترکیب انواع سرمایه و... به عنوان عوامل اصلی و دارای نقش تعیین‌کننده در این خصوص اشاره کرده است. بخش قابل توجهی از محتوای کتاب «تمایز» به تحلیل و بررسی همین مفاهیم و نحوه ارتباط آن‌ها با سبک زندگی مصروف شده است.

از این میان شاید مفهوم «ذوق و سلیقه» در مقایسه با سایر مفاهیم نقش برجسته‌تری به‌ویژه در شکل‌گیری سبک زندگی ایفا می‌کند. در ادامه به توضیح اجمالی این مفاهیم متمایز از آنچه در بخش مفاهیم گذشت پرداخته می‌شود:

۱. عادت‌واره: بورديو سبک‌های زندگی را محصول عادت‌واره می‌داند و به لحاظ شناختی نیز درک و شناخت سبک‌های زندگی را به درک روابط متقابل آن‌ها با نظام‌های عادت‌واره منوط کرده است: «... سبک‌های زندگی محصولات سیستماتیک عادت‌واره هستند که در روابط متقابلشان و به کمک شاکله‌های عادت‌واره درک می‌شوند؛ و به نظام‌های نشانه‌ای تبدیل می‌شوند و به صورت اجتماعی مورد ارزیابی و قضاوت قرار می‌گیرند: «ممتاز»، «کوچه بازاری» و غیره.

دیالکتیک شرایط و عادت‌واره، اکسیری است که توزیع سرمایه و طرازنامه رابطه قدرت را به نظام تفاوت‌ها و ویژگی‌های متمایز تبدیل می‌کند؛ یعنی به توزیع سرمایه نمادین و سرمایه مشروعی که حقیقت عینی‌اش به درستی شناخته نمی‌شود (بورديو، ۱۳۳۱: ۲۴۲). از این رو عادت‌واره عامل درونی و ذهنی است که بر تصمیم، ترجیح و کنش عامل در میدان‌های مختلف اجتماعی در راستای انتخاب سبک زندگی خاص کمک می‌کند. به بیان دیگر کنشگر تحت تأثیر عادت‌واره دست به انتخاب می‌زند و گزینش می‌کند و همین انتخاب‌ها و گزینش‌های

نسبی از هر نوع سرمایه تعریف می‌شوند. گفتنی است که بورديو این طبقه اجتماعی را علاوه بر موقعیتشان در روابط تولید، با عادت‌واره طبقاتی که قاعداً همراه و توأم با آن موقعیت است تعریف می‌کند. از دید وی طبقه فرودست یا کارگر محکوم به انتخاب اجباری است. عادت‌واره این طبقه توفیق اجباری یا فضیلتی برگرفته از ضرورت است. برای اعضای این طبقه جبر و ضرورت در بردارنده معنایی است که معمولاً از این کلمه مراد می‌شود: محرومیت از کالاهای ضروری (بورديو، ۱۳۹۰: ۵۱۴).

ارزشی که وحدت این گروه بر آن مبتنی است، ارزش مردانگی است. بسیاری از اعمال و بازنمایی‌ها معنای خود را از این انگاره می‌گیرند. وحدت آن‌ها بر پذیرش سلطه استوار است. انتخاب‌های آن‌ها نیز از سلیقه ضروری پسندشان ناشی می‌شود. آن‌ها معمولاً به انتخاب زیورآلات بدلی، اجناس کم‌ارزش، دکورساده، اشیاء تزئینی معمول برای چیدن روی تاقچه و... ناچارند؛ با این هدف که حداکثر جلوه‌نمایی را با کمترین قیمت حاصل کنند (بورديو، ۱۳۳۱: ۰۲۵).

مطالعه و تحلیل بالا از ویژگی‌های سبک زندگی طبقات اجتماعی اگرچه در جامعه فرانسه و فضای اجتماعی آن در مقطع خاص انجام پذیرفته و بالطبع فاقد اعتبار لازم برای تعمیم و تسری به سایر جوامع است؛ اما اهل نظر غالباً ارزش کار بورديو را فراتر از گزارش‌های میدانی به نحوه کاربردی کردن مفاهیم انتزاعی و نظری در مطالعه پدیده‌های اجتماعی و عینی ارزیابی می‌کنند. از این رو مدل مطالعه و تحلیل او می‌تواند نمونه‌الگوی مناسبی برای اندیشه‌وران، محققان و پژوهشگران مسائل اجتماعی باشد.

شاید همین جنبه است که به میراث فکری او ارزشی نسبتاً ماندگار و جهان‌شمول بخشیده است. از سوی دیگر با توجه به فرایند تشدید تشابه و همگونی سبک‌های زندگی در سطح جهان با ارجاع به مولفه مصرف و غلبه الگوهای برآمده یا متأثر از تبلیغات رسانه‌ای می‌توان گفت که تحلیل او از سبک زندگی طبقات مختلف جامعه فرانسه، با نسبت‌هایی تقریباً در همه جوامع توسعه یافته و در حال توسعه مصداق دارد.

است که به سبک زندگی او شکل می‌دهد.

۲. ذوق و سلیقه: سلیقه نیز از دید بورديو، عامل ایجادکننده و فرمول مولد سبک زندگی است: سلیقه، رغبت و ظرفیتی است که یک طبقه خاص از امر طبقه‌بندی شده و فعالیت‌ها و اشیاء طبقه‌بندی شده (به صورت مادی یا نمادین) به خود اختصاص می‌دهد. سلیقه فرمول مولد سبک زندگی است. سلیقه مجموعه یگانه‌ای از ترجیحات متمایز را در منطق خاص هر زیر فضای نمادین مانند اثاثیه، لباس پوشیدن، زبان و سطح خارجی بدن بیان می‌کند. سلیقه پایه تطابق همه خصائص یک فرد است... اطلاعات بی‌شماری که فرد به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه در آن سهیم است و به صورت پایان‌ناپذیری یکدیگر را تأیید و تصدیق می‌کنند (بورديو، ۰۹۳۱: ۳۴۲) هر فرد سلیقه خود را طبیعی احساس می‌کند و این به نفی دیگر سلیقه‌ها به عنوان اموری غیر طبیعی و در نتیجه نادرست منجر می‌شود (بورديو، ۰۹۳۱: ۳۹). سلیقه عامل طبقه‌بندی است و طبقه‌بندی کننده را نیز طبقه‌بندی می‌کند (بورديو، ۰۹۳۱: ۹۲). سلیقه همان فرهنگ طبقاتی است که به طبع و سرشت مبدل شده یعنی جسمیت یافته است (بورديو، ۰۹۳۱: ۳۶۲).

بورديو ذوق و سلیقه را در ارتباط با قوانین خاص هر میدان، عادت‌واره‌ها و سرمایه‌های گوناگون تحلیل می‌کند. از دید وی، ذوق و سلیقه، به نوبه خود، نظام طبقه‌بندی حاصل از شرطی شدن‌هاست. به بیان دیگر سلیقه هرکس ملازم با وضعیت اجتماعی او است که در ساختار میدان‌های مختلف، جایگاه و موقعیت مشخصی دارد و در رابطه با سرمایه عینیت یافته حکم می‌راند. نظام طبقه‌بندی درونی شده اقلامی هستند که سلیقه‌ها را قادر می‌سازند تا خود را مشخص و محقق سازند و به این ترتیب سلیقه‌ها را تعریف می‌کنند (بورديو، ۰۹۳۱: ۶۱۳). سلیقه چیزی است که اشیاء و اشخاصی را که همیشه در کنار یکدیگرند کنار هم قرار می‌دهد (بورديو، ۰۹۳۱: ۰۳۳)؛ یعنی به افراد و گروه‌ها هویت می‌دهد و باعث خودآگاهی طبقاتی آن‌ها می‌شود. سلیقه در حکم نوعی زوج‌یاب است که موجب پیوند رنگ‌ها و نیز آدمیان می‌شود؛ آدمیانی که زوج‌های جور و همساز تشکیل می‌دهند و این همسازی در وهله اول در سلیقه‌هاست (بورديو، ۰۹۳۱: ۲۳۳)؛ بنابراین از دید بورديو سلیقه یک رغبت، انتخاب و ترجیح است که جنبه درونی دارد و خود را در قالب اموری بیرونی که مطابق با سلیقه فرد خوانده می‌شوند نشان می‌دهد. بنیاد از نظر بورديو وجود تفاوت‌ها و سیاست‌ها ناشی از مبنایی است که سلیقه را تشکیل می‌دهد. او این مبنا را فضاهای اجتماعی و موقعیت افراد در آن‌ها می‌داند. بورديو سلیقه را امری کاملاً اکتسابی و ناشی از اقتضانات فضای اجتماعی و موقعیت فرد می‌داند و مبنای کانت مبنی بر ذاتی بودن سلیقه را نمی‌پذیرد. از این رو ملاک‌های انتخاب سبک زندگی توسط افراد امری سلیقه یعنی اکتسابی، اجتماعی و تاریخی است.

۳. حجم و ترکیب سرمایه: کمیت و کیفیت سرمایه در چگونگی مصرف، رغبت، ذوق و سلیقه و انتخاب سبک زندگی مؤثر است. ذوق و سلیقه نیز با سرمایه پیوندی تنگاتنگ دارد؛ یعنی ذوق و سلیقه هم جزء سرمایه محسوب می‌شود و هم سرمایه‌ها بر مبنای آن مبادله می‌شوند. از دید بورديو فضای اجتماعی به وسیله دو اصل و قاعده متمایز و متداخل

یعنی سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی سامان داده می‌شود. نحوه توزیع این دو سرمایه مشخص کننده و معرف جریان‌های مخالفی است که خطوط اصلی شکاف و تضاد را در جوامع پیشرفته مستحکم کرده و از آن حمایت می‌کنند.

در اولین تقسیم‌بندی که شکلی عمودی دارد، کنشگرانی که مقادیر زیادی از هریک از سرمایه‌ها را در اختیار دارند، طبقه فرادست در تقابل با کنشگرانی که تقریباً از همه سرمایه‌ها محرومند، یعنی طبقه فرودست، قرار می‌گیرند. دومین تقابل که شکلی افقی دارد در بین طبقه فرادست، یعنی بین کسانی که سرمایه اقتصادی زیاد ولی دارایی‌های فرهنگی کمی دارد مانند صاحبان و مدیران بخش‌های اقتصادی که فرادستان طبقه فرادست را تشکیل می‌دهند با کسانی که سرمایه آن‌ها عمدتاً فرهنگی است مانند روشنفکران و هنرمندان که فرودستان طبقه فرادست را تشکیل می‌دهند بروز می‌کند.

تک تک افراد و خانواده‌ها پیوسته در تلاشند تا از طریق دنبال کردن راهبردهای بازتبدیل که در آن گونه خاصی از سرمایه با گونه دیگری مبادله یا به آن تبدیل می‌گردد، جایگاه خویش را در فضای اجتماعی حفظ کرده یا بهبود بخشند. میزان و نرخ تبدیل انواع و گونه‌های خاص سرمایه که به وسیله ساز و کارهای نمادی مانند نظام آموزشی و مدرسه‌ای، بازار کار و قوانین ارث‌بری تعیین می‌شود، یکی از نشانه‌های اصلی کشاکش‌های اجتماعی است؛ زیرا هر طبقه یا بخش‌های هر طبقه به واسطه بیشترین بهره‌مندی از سرمایه‌ای خاص در پی تحمیل سلسله مراتب مربوط به آن بر می‌آید (استونز: ۹۳۳-۰۴۳).

کارکردهای سبک زندگی

سبک زندگی به عنوان مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و جلوه‌های رفتاری، با مقوله‌بندی افراد در قشرهای مختلف آن‌ها را از یکدیگر متمایز می‌سازد، به آگاهی فرد از خود طبقه و گروه اجتماعی و هویت فردی و اجتماعی‌اش کمک می‌کند، دنیای اجتماعی و حوزه‌های رفتاری ارتباطی او را سامان می‌دهد، بر فعالیت‌ها، انتخاب‌ها، آینده‌نگری، نحوه مصرف، نگرش‌ها، خلیقیات، تعامل با دیگران و محیط... تأثیر می‌گذارد. در اندیشه بورديو به صورت ضمنی به برخی از کارکردهای سبک زندگی اشاره شده است. از آن جمله:

۱۱. اثبات هویت فردی: افراد می‌توانند از مجرای سبک‌های زندگی و جلوه‌ها و مظاهر عینی آن راهی برای اثبات فردیت و حفظ اقتدار و هویت فردی خویش پیدا کنند. سبک زندگی در جامعه مصرفی موجود طریق برای ابراز تمایز خود از دیگران به واسطه جلوه‌نمایی متفاوت، اصالت دادن به خواست، اراده و گزینش‌های فردی و به نمایش گذاشتن الگوی مصرفی اختصاصی است.

هدف این است که دیگران به همتایی فرد وصول و وقوف یابند. داشتن سبک زندگی متمایز خواست افراد به داشتن شخصیت بی‌همتا و احساس نیاز به شناخت هویت اجتماعی او توسط دیگران را برآورده می‌سازد. سبک زندگی از طریق مُدگرایی و مصرف میان شخصیت ذهنی فرد و زیست‌محیط عینی و انسانی‌اش توازن ایجاد می‌کند. به همین دلیل است که زندگی در هر زمان خود را در اشکال متعدد و صور متفاوتی

زندگی و لنگار بورژوازی نو را نکوهش کرده و خواهان قید و بندهای بیش‌تری در زبان و کردار است.

۵. بازتولید ذائقه‌ها و عادت‌واره‌ها: بر اساس رهیافت نظری بوردیو سبک‌های زندگی متفاوت افراد به بازتولید ذائقه‌ها و به طریق اولی، عادت‌واره‌های متمایز می‌انجامند؛ چه سبک زندگی همان فضایی است که کنشگران در ذیل آن می‌آموزند چگونه زندگی کنند، چه چیز را راجح بدانند و در نهایت چه چیز را زیبا بشمارند. از طرف دیگر سلیقه‌ها و ترجیحات زیبایی‌شناختی گوناگون، سبک‌های زندگی متفاوتی را ایجاد می‌کنند. سبک زندگی محصول نظام‌مند عادت‌واره‌هایی است که از خلال رابطه دوجانبه با رویه‌های عادت‌واره درک می‌شود و تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ای جامع مورد ارزیابی واقع می‌شود. سبک زندگی همچنین می‌تواند ابزار نمایش سلیقه‌های متفاوت و متضاد پاره طبقات طبقه‌های مختلف اجتماعی مانند تعهد و پایبندی به جامعه و طبقه خاص، مهمانی‌دادن، رفتن به تعطیلات و گذراندن اوقات فراغت در مکان‌های ویژه مانند کوهنوردی، رفتن کنار چشمه‌های آب معدنی و... و ورزش‌های خاص مانند فوتبال، قایقرانی، اسکی روی آب، تیس و... همچنین تجمل‌گرایی، فعالیت‌های شغلی، مسافرت‌های تجاری، ملاقات‌های تجاری، کنفرانس‌ها، سمینارها و... باشد (استونز: ۲۴).

نتیجه‌گیری

از مباحث ارائه شده در این نوشتار روشن شد که مفهوم سبک زندگی در اندیشه بوردیو در ارتباط ارگانیک با سایر مفاهیم اساسی اندیشه او مانند عادت‌واره، میدان، سرمایه، ذوق و سلیقه قابل دریافت است. مفاهیم مذکور خود نیز از حیث مضمون پیوستگی انفکاک ناپذیری با یکدیگر دارند و طرح هر یک، لاجرم زمینه طرح سایرین را فراهم می‌سازد. طبق این نظریه شرایط عینی زندگی، میزان و نوع ترکیب انواع سرمایه، ذوق و سلیقه فرد و موقعیت او در ساختار میدان اجتماعی، به تولید عادت‌واره خاص منجر می‌شود.

عادت‌واره‌ها خصلت‌های پایدار درونی شده و قابل انتقال‌اند. عادت‌واره‌ها همچنین ساختارهای ساخت‌یافته‌ای هستند که همواره به صورت ساختمان عمل می‌کنند. محصول و برآیند نهایی تعامل شرایط عینی، عادت‌واره‌ها و سلیقه در میدان اجتماعی، تحقق «سبک زندگی» است. سبک زندگی به واقع مجموعه اعمال و کنش‌هایی است که به شیوه‌ای خاص طبقه‌بندی شده و تلقی‌ها و ادراکاتی خاص را نمایندگی می‌کنند. سبک زندگی همچنین شکل تجسم‌یافته ترجیحات فردی است که به عمل و رفتار تبدیل شده و قابل مشاهده است.

سبک زندگی محصول عادت‌واره‌هاست. عادت‌واره‌ها نیز تابعی از انواع تجربه‌ها از جمله تجربه‌های خانوادگی و آموزش رسمی در طبقه‌های مختلف اجتماعی هستند. به همین جهت سبک زندگی نیز ماهیت طبقاتی دارد. از دید بوردیو الگوهای مصرف فرهنگی، اصلی‌ترین جلوه‌ها و مظاهر سبک زندگی شمرده می‌شوند. بوردیو با تحلیل انواع سرمایه و الگوی ساختاری سبک‌های زندگی سه طبقه اصلی و پاره طبقه‌های مختلف آن به خلقیات، عادت‌واره‌ها، ذوق و سلیقه‌ها، جهان‌بینی‌ها و ویژگی‌های متفاوت و متضاد آن‌ها اشاره کرده است.

می‌نمایند و افراد از طریق این اشکال متعدد زندگی‌های متنوعی را تجربه می‌کنند. به بیان زیمل، جامعه‌شناس آلمانی سبک زندگی تعبیری جامع از دو نیاز هنجاری فرد است: بیانی اجتماعی از بی‌همتایی شخصیت خود و تلاش برای نشان‌دادن این بی‌همتایی است (کنی، ۱۳۹۱: ۱۰۰۱).

۲. شناخت اجتماعی: هر طبقه و قشر اجتماعی سبک زندگی متفاوتی دارد. سبک زندگی جایگاه و موقعیت اجتماعی افراد، گروه‌ها و طبقه‌های اجتماعی را در میدان‌های اجتماعی و محیط‌های زندگی آن‌ها نشان می‌دهد. در جوامع سنتی سبک زندگی مبتنی بر مصرف به شکل گسترده‌ای بر پایه طبقه، کاست، محیط روستا یا خانواده شکل می‌گرفت؛ اما در جوامع مدرن، افراد آزادی عمل بیشتری در انتخاب کالاها و خدمات و انجام فعالیت‌ها دارند و این به نوبه خود امکان خلق هویت و شناخت اجتماعی افراد و طبقه‌ها را در قالب مصرف، ترکیب و حجم سرمایه‌های گوناگون میسر می‌کند (رسولی، ۱۳۹۱: ۲۸۳۱).

سبک زندگی از طریق تمایزگذاری، هویت معینی را تأیید و بینش معینی از جهان اجتماعی را در معرض دید دیگران قرار می‌دهد؛ مخصوصاً طبقات بالای جامعه به گفته بوردیو اقتدار و کرامت خویش یا تشخیص و تمایز اجتماعی خویش را با سبک زندگی ویژه این طبقه به نمایش می‌گذارند و بدن خود را هدف غایی تلقی و آن را به نشانه راحتی و آسایش خویش تبدیل می‌کنند (بوردیو، ۱۳۹۱: ۷۹۲).

۳. تمایزگذاری اجتماعی: سبک زندگی در قالب مصرف به عنوان نظامی از نشانه‌ها و نمادها کارکردهایی همچون تمایزگذاری اجتماعی دارد. تمایزاتی که سبک زندگی آن‌ها را موجب می‌شود، ریشه در ذوق و سلیقه افراد دارد و ذوق و سلیقه فرد در وهله اول و قبل از هر چیز، چیزی جز بی‌میلی و روی گردانی از سلاقی و علایق دیگران نیست. دلیل این امر آن است که اعمال و رویه‌های فرهنگی مثل پوشیدن لباس جین، بازی گلف یا فوتبال و... معنای اجتماعی خود و قابلیت مشخص ساختن تفاوت و فاصله اجتماعی را از نه از ویژگی‌های ذاتی خود که از عناصر دیگری کسب می‌کنند (میرآخوری، ۱۳۹۱: ۲۸۳۳).

۴. نشان مبارزه و سلطه طبقاتی: از دید بوردیو پیوند تفکیک‌ناپذیری بین طبقات اجتماعی و سبک‌های زندگی وجود دارد. از این رو سبک زندگی می‌تواند واسطه تعریف و مبارزه طبقات اجتماعی مختلف باشد؛ زیرا ساختار سبک‌های زندگی مطابق و متناسب با ساختار سلسله‌مراتبی طبقات اجتماعی و بر پایه ذوق‌های زیباشناختی و مصرف فرهنگی آن‌ها تعریف می‌شود.

سبک زندگی می‌تواند ابزاری برای تفوق نمادین به شمار آید و نشانه اصلی جدال بین طبقات باشد؛ زیرا هر یک از طبقات یا اجزای هر طبقه در تلاش است تا کنترل چارچوب‌های کلی طبقاتی را در قالب سبک زندگی به دست گیرد. چارچوب‌هایی که با تثبیت یا تغییر باز نموده‌ای واقعیت، نیروی حفظ یا تغییر واقعیت را در اختیار می‌گیرد (استونز: ۱۴۳). به عنوان نمونه بوردیو نشان می‌دهد که کم‌سابقه‌های طبقه بالا و بورژوازی نو، زندگ خشک، مقررتی و تشریفاتی بورژوازی قدیم را قبول ندارد و در عوض سبک زندگی راحت، بدون تشریفات و بدون آداب سخت‌گیرانه را وعظ و تبلیغ می‌کنند. بورژوازی قدیم نیز سبک

طبقه بالا یا فرادست بر اساس اهمیت سرمایه‌ای که اعضای آن‌ها در اختیار دارند، مشخص شده است. وجه تمایز این طبقه به عنوان طبقه مسلط، سهم بالای آن از سرمایه‌ای است که از طریق تمایزگذاری هویت معینی را تأیید کرده و با مشروعیت دادن بدان، بینش معینی از جهان اجتماعی را بر دیگران تحمیل می‌کند. خرده‌بورژوا یا طبقه متوسط که موقعیتی میانی را در فضای اجتماعی اشغال می‌کند از گروه‌های حقوق بگیر، کارگران مستقل یا کارمندان تشکیل شده است.

اعضای این طبقه برای پیشرفت و صعود به طبقه بالاتر ارزش‌ها و اخلاقیاتی خاصی را ترویج و پیوندهای خانوادگی، فAMILI، دوستی و... خود را که مانع از صعود فردی آن‌ها می‌شود، قطع می‌کنند. طبقه فرودست یا کارگر، محکوم به انتخاب‌های اجباری است. این طبقه سبک زندگی ساده و ضرورت پسندی را اختیار می‌کند. نکته اساسی در ترسیم سبک زندگی بر اساس ذوق و سلیقه و ترکیب انواع سرمایه این است که اختلاف، تفاوت و تضاد در سیمای سبک زندگی به اختلاف در جایگاه اجتماعی، شرایط و زمینه فرهنگی و تربیتی افراد در خانواده و جایگاه آن‌ها در طبقات مختلف اجتماعی ارجاع می‌شود.

همچنین روشن شد که از دید بوردیو سبک زندگی در رفتار و کنش عاملان تجلی می‌یابد و از ذوق و سلیقه آن‌ها ناشی می‌شود. ذوق و سلیقه نیز تحت تأثیر عادت‌واره‌ها به عنوان ساختارهای ذهنی، شکل و جهت می‌یابند. عادت‌واره‌ها نیز محصول جامعه‌پذیری ارزش‌های طبقاتی در خانواده و مدرسه‌اند؛ بنابراین فرایند آموزش و تربیت در خانواده و مدرسه، با چند واسطه بر ملاک‌های انتخاب سبک زندگی توسط افراد تأثیر می‌گذارد و از این رو می‌توان گفت که سبک زندگی در اندیشه بوردیو محصول آموزش و تربیت اجتماعی فرد است.

ویژگی مهم سبک زندگی در اندیشه بوردیو داشتن مدل و چارچوب محوری است که جبرگرایانه می‌نماید. وجه جبری بودن این مدل به دلیل ویژگی‌های ذیل است: ۱. شرایط وجودی عینی با موقعیت فرد در ساختار اجتماعی با هم ترکیب می‌شوند مانند تعلیم و تربیت، خاستگاه اجتماعی، خانواده و پیشینه و محیط خانوادگی، تجربه زندگی در خانواده و مدرسه شرایط وجودی را تشکیل می‌دهند. ۲. شرایط وجودی، عادت‌واره‌ها را به موجب می‌شود و عادت‌واره‌ها نیز ساختار ساخت‌یافته و ساختار ساخته‌دهنده اند. عادت‌واره‌ها خود از نظام‌شاکله‌ها که رفتارهایی قابل طبقه‌بندی و احساس و ادراک یا ذوق و سلیقه خاص تولید می‌کنند، ترکیب یافته‌اند. ۳. ذوق و سلیقه موجب اعمال و کنش‌های قابل طبقه‌بندی می‌شود. ۴. اعمال و کنش‌های قابل طبقه‌بندی ناشی از ذوق و سلیقه افراد، چیزی جز همان «سبک‌های زندگی» نیستند؛ یعنی نظام اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده، یا نشانه‌های متمایز.

به این ترتیب فضای موقعیت اجتماعی به واسطه عادت‌واره‌ها و از طریق ذوق و سلیقه به فضای سبک زندگی تبدیل می‌شود. به بیان دیگر نظام فاصله‌ها و تفاوت‌های نشان دهنده موقعیت مختلف افراد در دو بعد اصلی فضای اجتماعی، کاملاً بر مجموع فاصله‌ها و تفاوت‌هایی منطبق است که در سرمایه‌های عاملان یا سرمایه‌های گروه‌هایی که عاملان بدان وابسته‌اند، وجود دارد. منظور از سرمایه عاملان، کنش‌ها

و کالاهای ایشان است.

در برساختن مدل سبک زندگی در اندیشه بوردیو فاصله زیادی از گام اول تا گام آخر پیموده شده؛ اما آنچه در این چرخه مورد توجه است تلقی جبری بودن مستتر در این مدل است. در هر یک از این گام‌ها بر عوامل ساختاری، اجتماعی و عینی تکیه شده و از قوا و ظرفیت‌های درونی عامل، مانند عوامل فطری، غریزی و کشش‌ها و گرایش‌های وجودی او غفلت شده است. مفهوم ذوق و سلیقه در مدل بوردیو معرف گویایی از این ظرفیت‌ها و زمینه‌ها نیست.

همچنین در تحلیل جامعه‌شناختی بوردیو از سبک‌های زندگی به دلیل غلبه نگاه ایستادگر به تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی توجه درخور مبذول نشده است. در این مدل همچنین از نقش عوامل ماورایی یعنی دین در خلق مولفه‌های سبک زندگی یا هدایت مستقیم و غیر مستقیم کنشگر به انتخاب الگوی مطلوب و نیز نقش اراده، انتخاب و گزینش شوق ناهمسوی فرد با اقتضائات محیط اجتماعی توجه نشده است. نقدهای دیگری نیز بر این مدل وارد است که به دلیل ضیق مجال از طرح آن صرف نظر می‌شود.

منابع و مآخذ

- ابادری، یوسف و چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱). «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی». نامه علوم اجتماعی. ش ۲۰. پاییز و زمستان.
- استونز.
- پی‌یر بوردیو. (۱۳۹۰). تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، مترجم: حسن چاوشیان. تهران: نشر ثالث.
- حمشیدی‌ها، غلام رضا و پرستش، شهرام. (۱۳۸۶). «دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پییر بوردیو». نامه علوم اجتماعی. ش ۳۰.
- جورج ریتزر. (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. مترجم: محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- رسولی، محمدرضا. (۱۳۸۲). بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در تبلیغات تجاری تلویزیون. تهران: مجله علوم اجتماعی.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۶). مصرف و سبک زندگی. قم: انتشارات صبح صادق.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۴). «بوردیو: پرسمان دانش و روشنفکری». مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. سال دوم.
- کریسیان شوریه و فونتن اولیویه. (۱۳۸۵). واژگان بوردیو. مترجم: مرتضی کتبی. تهران: نشر نی.
- مایکل گرنفل. (۱۳۸۹). مفاهیم کلیدی پی‌یر بوردیو. مترجم: مهدی لیبی. تهران: نشر افکار.
- مهدوی کنی، محمد سعید. (۱۳۹۰). دین و سبک زندگی: مطالعه موردی شرکت کنندگان در جلسات مذهبی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- میرآخوری، مهدی. (۱۳۸۲). «جامعه و مُد». فصلنامه علوم اجتماعی. سال چهارم، شماره ۵۳.
- واکوانت.