



سبک زندگی نظریه تجویزی نیست، توصیفی است

محمدتقی کرمی می نویسد: سبک زندگی نظریه تجویزی نیست، توصیفی است. با سبک زندگی می‌توان واقعیت‌های فرهنگی جامعه را توضیح داد.

محمدتقی کرمی می نویسد: سبک زندگی نظریه تجویزی نیست، توصیفی است. با سبک زندگی می‌توان واقعیت‌های فرهنگی جامعه را توضیح داد.

به گزارش خبرگزاری مهر، محمدتقی کرمی در نوشتاری در نشریه «خردنامه همشهری» به نظریه سبک زندگی پرداخته و در فهم تغییرات اجتماعی سه پارادایم خرد، کلان و تلفیقی را مطرح می‌کند. وی نظریه «پیر بوردیو» درباره «سبک زندگی» و «مصرف فرهنگی» را از نظریات تلفیقی معرفی نموده است. کرمی از برخورد تجویزی با نظریه سبک زندگی پرهیز می‌دهد و معتقد است سیاست‌گذاران فرهنگی ما درک درستی از شرایطی که ارزش‌های فرهنگی را تغییر می‌دهد ندارند و به جای آن با معلول‌ها برخورد سطحی می‌کنند.

محمدتقی کرمی در ابتدای این نوشتار در اهمیت تغییر برای انسان مدرن می‌نویسد: «اولین ویژگی جامعه مدرن این است که در حال تغییر سریع است و دومین ویژگی این جامعه، آگاهی افراد نسبت به تغییرات خودشان است. انسان جامعه امروزی نسبت به باورهای گذشته خود، تردید و تشکیک می‌کند و ممکن است در آینده هم به تغییر باورهای فعلی خود شک کند. از اینجا به یک مسئله سوم می‌رسیم که انسان جامعه مدرن، علاوه بر اینکه تغییر می‌کند و علم به تغییر دارد، تغییر را امری ارزشمند می‌داند. و انسان امری تغییر را بدون توجه به اینکه چه محتوایی دارد، می‌خواهد.»

خرد، کلان، تلفیقی

کرمی با اشاره به اینکه مدرنیته فضای «اصالت تغییر» است می‌نویسد: «در فهم تغییرات اجتماعی چند رویکرد وجود دارد. یک پارادایم، پارادایم خرد است. این پارادایم به نقش افراد در ایجاد تغییرات اجتماعی، در زندگی شخصی و اجتماعی اهمیت می‌دهد. پارادایم‌های خرد به دو دسته تقسیم می‌شوند: نظریات روان‌شناسی و نظریات جامع‌شناسی. پارادایم‌های خرد می‌گویند اگر در زندگی فرد یا جامعه، تغییر ایجاد شد، علت تغییر را در عامل فردی انضمامی باید جست‌وجو کرد.»

وی ادامه می‌دهد: «در برابر پارادایم‌های خرد، پارادایم‌های کلان قرار دارند که تغییرات اجتماعی را معلول اراده و تجربه زیسته افراد نمی‌دانند، بلکه معتقدند انسان‌ها بازیگران یک نمایش خیمه شب بازی هستند و از پشت پرده هدایت می‌شوند و فقط احساس می‌کنند دارای اراده هستند... نظریات کلان می‌گویند ما تحت سیطره هستیم. خیلی از باورهای ما در اختیار ما نیست. بسیاری از باورهای ما تحت تأثیر شرایط عمومی اجتماع در حال شکل‌گیری است. در مورد بسیاری از باورها، به این دلیل که جامعه به من بازخورد مناسب نمی‌دهد، تشکیک می‌کنم. نظریه‌های کلان برای فرد اعتبار و ارزش قائل نیستند و معتقدند ساختارها تأثیرگذار هستند.»

وی سپس به نظریات دسته سوم می‌پردازد: «در میان این دو جریان کلی و غالب در نظریه‌های جامعه‌شناسی، که هر کدام دلالی برای اثبات خود و نقد نظریه مقابل دارند، نظریه‌های تلفیقی پدید آمدند. این نظریه‌ها سعی کردند از بن بست فرد و ساختار خارج شوند و به یک فضای میانه بروند که تجربه فردی ما هم آن را تأیید می‌کند... نظریه‌های تلفیقی تأکیدشان بر این است که فرد و جامعه یا فرد و ساختار، هر دو بر هم تأثیر می‌گذارند و مجموعه‌ای وجود دارد که در آن کنشگر، نه بازیگر اصلی است و نه در برابر ساختارها بی‌اراده است.»

کرمی با اشاره به اینکه یکی از شاخص‌ترین نظریات تلفیقی نظریه «پیر بوردیو» است می‌نویسد: «نظریه بوردیو از ۱۹۷۰ تا امروز، برای زمان ماست. این نظریه نمی‌خواهد بگوید همیشه جوامع را این گونه می‌توان فهمید، بلکه می‌گوید یک چهارم آخر قرن بیستم و ابتدای قرن بیست و یکم، افراد در جوامع بر اساس سبک زندگی‌شان فهمیده می‌شوند. کلید واژه مهم بوردیو در بحث سبک زندگی، مصرف فرهنگی است.»

توصیف، نه تجویز

این مدرس دانشگاه علامه طباطبایی با یادآوری اینکه کار نظریه در جامعه‌شناسی توصیف و تبیین است، و نه تجویز، تصریح می‌کند: «مغالطه‌ای که صورت گرفته این است که افراد عمدتاً تصور می‌کنند نظریه سبک زندگی، نظریه تجویزی است، در حالی که این گونه نیست.»

وی ادامه می‌دهد: «شما برای توصیف جامعه، برای فهم جامعه، برای داشتن یک شناخت عمیق و همه جانبه از جامعه؛ نه شناخت تک ساحتی، باید به سراغ کلید واژه سبک زندگی بروید. به عنوان مثال، هنگامی که به مارکس می‌گویند چگونه می‌توان درک عمیقی از جامعه به دست آورد؟ مارکس پاسخ می‌دهد هر جامعه‌ای را بر اساس تقسیم‌بندی به طبقه فرادست و فرودست و درک روابط حاکم بر این دو، می‌توان فهمید. آیا مارکس می‌خواهد بگوید این وضعیت خوب است؟ خیر. فقط می‌خواهد جوامع را توصیف و تبیین کند. بنابراین کار نظریه، توصیف و اگر خیلی کارآمد باشد، تبیین است. پس تجویز کار نظریه نیست، کار سیاست‌گذاران فرهنگی اجتماعی است.»

اهمیت طبقه متوسط

محمدتقی کرمی نقش طبقه متوسط را محوری شمرده و می‌نویسد: «بر خلاف دوران پیش از سرمایه داری و سرمایه داری اولیه، طبقه متوسط ارزش‌های خود را به طبقه فرادست و فرودست تحمیل می‌کند و آن‌ها تلاش می‌کنند ارزش‌های طبقه متوسط را بگیرند. به عنوان نمونه، افراد پولدار در پی این هستند که تحصیلات بالایی هم داشته باشند. تحصیلات اکادمیک داشتن، ارزش طبقه متوسط است. فردی که به این ارزش احتیاج ندارد هم تلاش می‌کند آن را به دست آورد، زیرا طبقه متوسط است که ارزش‌هایشان را به فرادستان و فرودستان تحمیل می‌کند.»

وی می‌افزاید: «در سبک زندگی، نگاه به طبقه متوسط بسیار مهم است. طبقه متوسط راهبر اجتماعی هستند و در آینده هر مسیر را طی کنند، جامعه ما همان مسیر را دنبال خواهد کرد، به دو دلیل: ۱- جمعیت آن‌ها زیاد است. ۲- تأثیرگذار هستند و ارزش‌هایشان غالب است.»

مواجهه با سبک زندگی

این پژوهشگر جامعه‌شناسی پس از اشاره به اینکه جامعه ما سه بازیگر اصلی (اسلام، ایرانیت و مدرنیته) دارد می‌نویسد: «هم باورهای جامعه مدرن در ذهن ما آمده است و هم تکنولوژی سر تا سر زندگی ما را فراگرفته است. در این شرایط، اگر بخواهیم فضای فرهنگی کشورمان را آسیب‌شناسی کنیم، در بعد مدرنیته که فرهنگ غرب در آن نقش بازی می‌کند، درگیر سبک زندگی هستیم و از قضا امروزه نقش مدرنیته در زندگی ما ایرانی‌ها، در قیاس با ایرانیت و اسلامیت، روز به روز پررنگ‌تر می‌شود.»

به باور محمدتقی کرمی سیاست‌گذاران فرهنگی ما تحلیل درستی از شرایط ندارند و لذا برخوردشان با عناصر سبک زندگی سطحی است. وی معتقد است: «با توجه به نظریه سبک زندگی، می‌توان بسیاری از واقعیت‌های فرهنگی جامعه را فهمید و توضیح داد. آنچه فهم عمیقی از رفتارهای افراد جامعه به ما می‌دهد، توجه به همین الگوی توصیفی است. بر این اساس، مشکل فرهنگی جامعه ما بی‌توجهی به این امر است که برخی از ارکان جامعه در حال بنیاد گذاشتن چیزهایی هستند که مصرف فرهنگی خاصی را (که در نظام ارزش گذاری خود با آن مشکل دارند) از افراد طلب می‌کنند.»

.....
*نوشته فوق‌الذکر در صفحات ۳۸ تا ۴۱ از شماره ۱۳۴ نشریه «خردنامه همشهری» با عنوان «نظریه سبک زندگی» منتشر شده است.