

## Futures Study of the Economic Lifestyle through Causal Layered Analysis Approach

Mohsen Niazi \*, Esmail Mazrooei Nasrabadi \*\*

Sahar Naghipoor Eivaki \*\*\*

### Abstract

Because of the significance of lifestyle and the concerns of many people relating its economic influence in recent years, this study is intended to investigate the future of economic lifestyle. This research is carried out by interviewing experts using the related techniques. The statistical population of this study includes 14 economic experts and PhD students in sociology in the field of economic lifestyle. Futures study was carried out by causal layer analysis and thematic analysis. The saturation of thematic method was used as a standard for finalizing the sampling. As the selected themes were identified through the opinions of the experts, the interviews were approved. The main themes and sub-themes were identified by the analysis of interviews with experts. Furthermore, the analysis of causal layers was used at the level of Litany, and rethinking, the unknown future and dialectical materialism were used at the level of social causes. Still more, development, displacement and de-traditionalization were applied at the level of discourse, and worldview, modernism, linkage with powers, and the false consciousness were used at the level of metaphor. In addition, pride, chance and jealousy were obtained as myth level. The scenarios of the types of societies and consumptions were written on the basis of these levels and were arranged in a diagram. In the end, solutions for the favorable scenarios and avoidance from unfavorable scenarios were presented.

**Keywords:** Futures study, thematic analysis, causal layer analysis, economic lifestyle.

---

\* Professor at the Department of Social Sciences, Kashan University, Iran.

\*\* Assistant professor at the Department of Management, Kashan University, Iran.

\*\*\* Corresponding Author: PhD Candidate in Sociology, Social Studies of Iran, Department of Social Sciences, Kashan University, Iran

شاپا چاپی: ۳۶۷۴ - ۲۷۱۷  
شاپا الکترونیکی: ۳۶۶۶ - ۲۷۱۷

نشریه علمی  
آینده پژوهی انقلاب اسلامی

(تابستان ۱۴۰۰، سال ۲، شماره ۲: ۳۴ - ۰۷)



## آینده پژوهی سبک زندگی اقتصادی با رویکرد تحلیل لایه‌ای علی

محسن نیازی\*، اسماعیل مزروعی نصرآبادی\*\*، سحر نقی پور ایوکی\*\*\*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹

### چکیده

باتوجه به اهمیت سبک زندگی و دغدغه‌ی بسیاری از افراد در بعد اقتصادی آن در سال‌های اخیر، این پژوهش با هدف آینده پژوهی سبک زندگی اقتصادی انجام شده است. به منظور انجام این تحقیق از مصاحبه عمیق با خبرگان و تکنیک‌های مرتبط با آن استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق، ۱۴ نفر از خبرگان اقتصادی و دانشجویان دکتری جامعه‌شناسی در حوزه سبک زندگی اقتصادی است. از آینده پژوهی با رویکرد تحلیل لایه‌ای علی و تحلیل تم استفاده شد. از روش اشباع تم‌ها به عنوان استاندارد برای پایان نمونه‌گیری استفاده شد. از آنجاکه تم‌های برگزیده با بهره‌گیری از نظرات خبرگان به دست آمد، مصاحبه‌ها مورد تأیید قرار گرفته است. از تحلیل مصاحبه با خبرگان، تم‌های اصلی و فرعی استخراج شد و از تحلیل لایه‌ای علی در سطح لیتانی، بازاندیشی، آینده نامعلوم و ماتریالیسم دیالکتیکی؛ در سطح علل اجتماعی، توسعه یافتگی، ازجاکندگی و سنت‌زدایی؛ در سطح گفتمان و جهان‌بینی، مدرنیسم، لینک‌شدن با قدرتمندان و آگاهی دروغین و در سطح استعاره و اسطوره هم‌جیک‌جیک مستون، مکعب تاس و چشم‌وهم‌چشمی به دست آمد و براساس آن سناریوهای نوع جامعه و نوع مصرف مشخص و در قالب نموداری ارائه شد. در انتها راهکارهایی برای سناریوی مطلوب و دوری از سناریوی نامطلوب ارائه شده است.

**کلیدواژه‌ها:** آینده پژوهی، تحلیل تم، تحلیل لایه‌ای علی، سبک زندگی اقتصادی.

Niazim@kashanu.ac.ir

Mazroui@kashanu.ac.ir

\*\*\* نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

Sahar.naghipoor@gmail.com

\* استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

\*\* استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

ایران

## مقدمه

آنتونی گیدنز<sup>۱</sup> با نگاه جامعه‌شناسانه معتقد است که سبک زندگی<sup>۲</sup> مجموعه‌ای کم‌وبیش جامع از عملکردهاست که فرد آنها را به کار می‌گیرد؛ مجموعه‌ای منسجم از همه رفتارها و فعالیت‌های فردی معین در جریان زندگی روزمره (گیدنز، ۱۳۸۶: ۴۵). تحقیقات نشان داده که سبک زندگی به معنای الگوی کنش‌های روزمره معطوف به مصرف و تولید فرهنگی، اجتماعی و مادی با مفاهیمی نظیر فرهنگ، خرده فرهنگ و مصرف همبسته است و با آنها همپوشانی جزئی و یا کلی دارد. سبک زندگی به سه مقوله فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی قابل تفکیک است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲).

در جامعه ایران هم با تغییر کردن سبک زندگی نسل جدید به واسطه ورود انواع فناوری و رسانه‌های جمعی، شاهد بروز پدیده‌های مختلفی در حوزه خانواده هستیم. در عصر جدید که اکثر افراد با مسائل اقتصادی دست‌وپنجه نرم می‌کنند، ضروری است که به آینده کوچک‌ترین و مهم‌ترین نهاد در جامعه که خانواده است، توجه شایانی شود؛ چراکه آگاهی از مد، جهت‌گیری اوقات فراغت، درگیر شدن با اینترنت و ترجیح خرید الکترونیکی، از عواملی است که مصرف را در زندگی بیشتر کرده است (لی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۹) و از طرف دیگر در سال‌های اخیر اقتصاد ایران درگیر تورم شده و این امر اثر خود را بر زندگی همه افراد به نحوی نشان داده است.

کمپبل و راجرز<sup>۴</sup> (۱۹۷۶) اشاره می‌کنند، به‌رغم رشد عظیم اقتصادی در کشورهایی مانند ایالات متحده، مردم این جامعه، جامعه را بدون مشکلات اجتماعی تجربه نمی‌کنند. در واقع، علی‌رغم افزایش رفاه، برخی مشکلات هم افزایش یافته است. مقاوم کردن اقتصاد در مقابل تلاطم‌ها و بحران‌هایی که از خارج اقتصاد بر آن تحمیل می‌شود یا حتی بحران‌هایی که از درون اقتصاد ممکن است شکل بگیرد، مسئله‌ای است که در علم اقتصاد متعارف نیز بدان پرداخته شده

1 Anthony Giddens

2 Life style

3 Lee

4 Campbell & Rogers

است (عبدالملکی، ۱۳۹۳: ۲۲۱). ضرورت توجه به اینکه یکی از مشکلات کشورهای در حال توسعه، عدم دستیابی به رشد مطلوب و پایدار اقتصادی است و این موضوع، نه تنها ایجاد مشکلات اقتصادی مانند رکود و بیکاری را موجب می‌شود، بلکه مشکلات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی را نیز در پی خواهد داشت (حاجی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۵۷). از سوی دیگر، شبکه‌های اجتماعی مجازی با ارائه سبک پوشش و تغذیه متنوع، نمایش شیوه‌های خودآرایی و تزئین مکان، معرفی شیوه‌ها و مکان‌های تفریحی، منجر به تغییر سبک مصرفی و زندگی افراد شده است (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷). امروزه الگوهای پوشش، شیوه‌های تغذیه، ارزش‌ها و رفتارهای انسانی با سرعت هرچه تمام‌تر تغییر می‌یابند و افراد برای انطباق خود با جهان پیرامون، نیازمند تغییرات زیادی در الگوی مصرف و سبک زندگی‌شان هستند (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷: ۵۶). این امر اهمیت خود را در ارتباط با مسئله مالی و اقتصادی نشان داده است.

هدف از انجام مطالعه‌ای با روش آینده پژوهی در این حوزه به این امر برمی‌گردد که در سال‌های اخیر در زمینه سبک زندگی به‌طور کلی مطالعات و تحقیقات متعددی صورت پذیرفته است و این مطالعات، در حوزه‌های مختلف و از جوانب بسیاری به بررسی این مفهوم پرداخته‌اند. بیش از دوسوم تحقیقات سبک زندگی در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ صورت گرفته است (سراج‌زاده و باقری، ۱۳۹۶: ۱۳۱) که به‌عنوان تفاوت ذائقه افراد در چگونگی گذراندن اوقات فراغت، مدیریت بدن و مصرف فرهنگی است، اما به مسئله سبک زندگی از دید اقتصادی به‌طور خاص که امروزه جزو دغدغه‌های اصلی خانواده‌هاست، پرداخته نشده است. مؤلفه‌های اقتصادی ارتباط ضعیفی با عوامل سبک زندگی دارند (میبری<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۵).

تحقیقات فراوانی درباره سبک زندگی به‌طور کلی انجام شده است، اما به یکی از ابعاد اصلی سبک زندگی، یعنی بعد اقتصادی که دغدغه همه مردم جامعه است، توجه چندانی نشده است. باتوجه به اهمیت این مسئله و نبود تحقیقی در این زمینه ضروری است برای آینده سبک زندگی خانواده‌ها، آن‌هم از نوع اقتصادی، تحقیقاتی صورت بگیرد. باتوجه به خلأ تحقیقاتی در این زمینه

و به لحاظ موضوعی و رویکرد روش لایه‌ای علی که امکان فهم لایه‌لایه و پیچیده عوامل شکل‌دهنده به آینده را در اختیار قرار می‌دهد (حسینی مقدم، ۱۳۹۰: ۱۸۴)، نوآورانه به حساب می‌آید.

سؤالات پژوهش آن بوده است که کدام سناریوها را برای اقتصاد خانواده‌ها می‌توان متصور شد و ارائه راهکارهایی به منظور حرکت به سمت سناریوی مطلوب و دوری از سناریوی نامطلوب کدام است؟

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سبک زندگی از مفاهیم پرکاربرد در علوم اجتماعی، رفتاری و سلامت است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۳). امروزه اصطلاح سبک زندگی، کاربرد عامیانه فراوان و گسترده‌ای یافته است و اغلب برای توصیف نوع خانه و اسباب و اثاثیه به کار می‌رود؛ اما مفهوم سبک زندگی کلیت بیشتری دارد و دامنه وسیعی از امور عینی و ذهنی را شامل می‌شود. به طور کلی، این مفهوم الگوهای روابط اجتماعی، سرگرمی، مصرف، مد و پوشش را دربر می‌گیرد و حتی نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان‌بینی فرد و گروهی را که عضو آن است، نیز باز می‌نمایاند (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۷) در حالی که سبک زندگی اجتماعی به تولید و مصرف روابط اجتماعی معطوف است، سبک زندگی اقتصادی شامل تولید و مصرف مادی است و سبک زندگی فرهنگی نیز به الگوی کنش‌های روزمره معطوف به مصرف و تولید محتوای نمادین مربوط است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۳). سبک زندگی اقتصادی موجود، شیوه رفتار اقتصادی است که در جامعه رواج دارد. این شیوه رفتاری تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله رسانه‌ها، نظام تعلیم و تربیت رسمی و غیررسمی قرار دارد (توکلی و ایزانلو، ۱۳۹۵: ۵۰-۴۷).

از میان نظریه پردازان کلاسیک سبک زندگی، ماکس وبر<sup>۱</sup>، تنها کسی است که از مفهوم سبک زندگی برای نشان دادن سلسله مراتب و قشربندی اجتماعی استفاده می‌کند. با این همه، از

1 Max weber

دیدگاه او سبک زندگی معادل دیگری برای منزلت و تأکید بر الگوی مصرف و نحوه استفاده از نعمات مادی و فرهنگی تلقی می‌شود (محمدی و بی‌بک‌آبادی، ۱۳۸۹: ۱۲۱). به نظر وبر، سبک زندگی بیش از آنکه بر تولید استوار باشد، بر شباهت الگوهای مصرف استوار است (فاضلی، ۱۳۸۲). تعریف وبر از سبک زندگی چنین است: شیوه‌های رفتار، لباس پوشیدن، سخن گفتن، اندیشیدن و نگرش‌هایی که مشخص‌کننده گروه‌های منزلتی متفاوت می‌باشند (سوبل، ۱۹۸۱).

وبر در تحلیلی چندبعدی به سه مفهوم سبک زندگی یا سبک‌مندشدن زندگی، تدبیر زندگی و بخت زندگی اشاره می‌کند. وی خصیصه اصلی سبک زندگی را انتخابی بودن آن می‌داند که محدود به برخی مصادیق ساختاری است و این محدودیت‌ها اقتصادی و اجتماعی هستند. وبر کارکرد دوگانه‌ای برای سبک زندگی قائل است و به برتری‌های منزلتی و طبقاتی مشروعیت می‌بخشد و از سوی دیگر موجب انسجام‌بخشیدن درون‌گروهی می‌شود. مفهوم سبک زندگی بیانگر امری اجتماعی است که به‌خصوص در دوران اخیر و با گسترش فناوری و بروز ایده‌ها و افکار جدید باعث تغییراتی در نقش‌ها و انتظارات افراد، خانواده‌ها و جوامع شده و دستمایه تحقیقات میدانی فراوانی قرار گرفته است (افسری و افخمی، ۱۳۹۲: ۱۸۲).

بورديو<sup>۱</sup> (۱۹۸۴)، سبک زندگی را نتیجه قابل‌رویتی از ابزار عادت می‌داند. از نظر او، همه چیزهایی که انسان را احاطه کرده‌اند، مثل مسکن، اسباب و اثاثیه، کتاب‌ها، سیگارها، عطرها، لباس و غیره، بخشی از سبک زندگی او را تشکیل می‌دهند (امام‌جمعه‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۵). بورديو معتقد بود که فرد با برآورده کردن نیازهای خود در واقع فرصتی برای سبک‌دادن به فعالیت‌هایش از طریق انتخاب‌های روزانه‌اش پیدا می‌کند (افسری و افخمی، ۱۳۹۲: ۲۰۴). بورديو هم در کتاب تمایز (۱۹۷۹) اظهار می‌کند که سبک زندگی به‌معنای مجموعه تفاوت‌هایی است که رفتارهای افراد جامعه به‌دلیل موقعیت‌های متفاوتشان از لحاظ سرمایه و قرارگرفتنشان در میدان‌های اجتماعی گوناگون میان مردم ظاهر می‌شود.

باتوجه‌به مرور ادبیات در زمینه سبک زندگی اقتصادی، تعریف به سمت شیوه رفتار اقتصادی

1 Bourdieu

است که برای افراد برخوردار مختلف، متفاوت است؛ یعنی اگر کسی ثروت بیشتری دارد، بالتبع خرج بیشتری هم دارد و فرهنگی که امروز از طریق وسایل انتقال فرهنگ، به ویژه رسانه‌های صوتی و تصویری، اشاعه می‌یابد، فرهنگ دنیاگراست که در خدمت منافع سرمایه‌داران، گرایش به مصرف بیشتر را تبلیغ می‌کند و تنوع‌طلبی در مصرف را تشویق می‌نماید.

در زمینه پیشینه پژوهش، تحقیقات در خصوص سبک زندگی بسیار وجود داشت. همچنین مقوله‌های بسیاری در ارتباط با سبک زندگی مورد بررسی قرار گرفته است. در پایان‌نامه‌ی مرتضایی (۱۳۹۵)، تحقیق رضادوست (۱۳۹۵) پژوهش‌های مرتجایی (۱۳۹۲)، شریفی (۱۳۹۲)، خادمیان (۱۳۹۰)، الفت و سالمی (۱۳۹۱)، شریفی و همکاران (۱۳۹۱)، پایان‌نامه قاسمی‌پاکرو (۱۳۹۱)، به سبک زندگی اسلامی، رابطه سبک زندگی با عوامل دیگر و مفهوم سبک زندگی پرداخته شده است و کمتر مبحث سبک زندگی اقتصادی مدنظر بوده و سنخ‌شناسی‌های سبک زندگی نیز از تنوع زیادی برخوردار بود (سراج‌زاده و باقری، ۱۵۴:۱۳۹۶)، اما سبک زندگی با عنوان اقتصادی و یا با عنوان آینده‌پژوهی سبک زندگی اقتصادی یافت نشد، در ادامه به تحقیقاتی که مرتبط با سبک زندگی بودند، اشاره شده است.

آتشین‌صدف و خیری (۱۳۹۹) مقاله‌ای با نام بررسی فلسفی رابطه سبک زندگی، پول و مد از منظر جورج زیمل انجام دادند و دریافتند شیوه تحلیل فلسفی مد به‌عنوان یکی از مقولات مهم در سبک زندگی بوده و اشاره به عنصر وحدت‌بخشی و تمایز از منظر زیمل جزء مهم‌ترین مؤلفه‌های سبک زندگی است و نیز پول به‌عنوان مؤلفه اساسی اشتراک و وحدت‌بخشی به سبک زندگی بی‌سابقه و بی‌بدیل است.

پژوهش عیوضی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان بررسی چگونگی تطبیق نظریه‌های رفتار مصرف‌کننده و مفروضات آینده‌پژوهی انجام شده است و یافته‌ها نشان داد که مجموعه نظریه‌های ترکیبی رفتار مصرف‌کننده به دلیل توجه به عوامل بیرونی یا ساختاری، کل‌نگری، ایجاد تصاویر و بدیل‌های گوناگون، در نظر گرفتن خرد جمعی در تصمیم‌گیری و توجه به منافع غیرفردی و زمان، بیشترین تطابق را با مفروضات آینده‌پژوهی داشته است.

افراسیابی و بهارلوئی (۱۳۹۹) پژوهشی با نام پیامدهای تورم در زندگی روزمره جوانان طبقه پایین انجام دادند که نشان‌دهنده شکل‌گیری نوعی احساس ابهام و بی‌هنجاری در زندگی روزمره بوده است. وضعیت ذکر شده به تدریج بخشی عادی و ماندگار در زندگی مشارکت‌کنندگان تلقی شده بود که پیامدهای مهمی در ابعاد خرد و کلان به دنبال داشته است.

خورشید و همکاران (۱۳۹۹) تحقیقی با نام تبیین روابط میان سبک زندگی اسلامی، غنی‌سازی کار یا خانواده و اثربخشی زندگی نیروی کار سازمان (زمینه مطالعه: نیروی کار شرکت نفت نوشهر) انجام دادند و دریافتند که غنی‌سازی کار و خانواده با اثربخشی زندگی رابطه معنی‌داری دارد.

در پژوهش نوتاش و همکاران (۱۳۹۷) با عنوان سواد اجتماعی و مصرف مادی بین جوانان دارای برخورداری اقتصادی در شهر تهران، نشان داده شد که بین سطح سواد اجتماعی جوانان دارای برخورداری اجتماعی و مصرف مادی آنها رابطه معنی‌دار و معکوسی وجود داشته و این جوانان برخوردار به لحاظ اقتصادی، سبک زندگی خاصی دارند که با ویژگی‌های تن‌آسایی، مصرف تظاهری، غیریت‌سازی، مدگرایی و رویکرد مادی به خانواده شناخته می‌شوند.

شادفر و نیلی (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان بررسی میزان توجه به شاخص‌های اقتصادی سبک زندگی مبتنی بر توسعه اسلامی-ایرانی در محتوای برنامه‌ی درسی دوره ابتدایی و شیوه آموزش معلمان انجام دادند. نتایج نشان داد که از نظر معلمان، بیشترین میزان توجه به شاخص‌های اقتصادی سبک زندگی در حیطه شناختی و کمترین میزان در حیطه رفتاری است. محتوای برنامه‌ی درسی دوره ابتدایی به مقوله تلاش و پشتکار بیشترین توجه و به مقوله پرهیز از مصرف‌گرایی، کمترین توجه را داشته است.

سراج‌زاده و باقری (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان تحلیل نظام‌مند پژوهش‌های سبک زندگی بعد از دهه ۸۰ با روش مرور نظام‌مند از چند پایگاه علمی انجام دادند، نتایج نشان داد که شش نوع سبک زندگی که شامل سبک زندگی شبه‌مدرن، سبک زندگی پیشامدرن، سبک زندگی لذت‌محور، سبک زندگی علم‌محور، سبک زندگی جهان‌محلی و سبک زندگی ورزش‌محور به دست آمد.



همچنین بیشترین گونه سبک زندگی، سبک زندگی شبه‌مدرن (۳۴/۱۲ درصد) و پیشامدرن یا سنتی (۲۸/۹۴ درصد) را به خود اختصاص داده است.

توکلی و ایزانلو (۱۳۹۵)، تحقیق تحلیل کارکردی سبک زندگی اقتصادی مطلوب در اسلام را انجام داده‌اند که به بررسی کارکرد سبک زندگی اقتصادی مطلوب در اسلام در مقایسه با کارکرد سبک زندگی اقتصادی در دولت رفاه پرداخته است. در انتها نیز، سبک زندگی اقتصادی اسلامی به واسطه تحقق هم‌زمان کارآیی، عدالت و پایداری نسبت به سبک زندگی اقتصادی دولت رفاه برتر است.

ویوو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان تأثیر وضعیت اقتصادی-اجتماعی والدین، حاکمیت مالی خانواده، یادگیری مالی در آموزش عالی بر سواد مالی، سبک زندگی و سرمایه‌گذاری سرمایه انسانی اقتصاد و شغل دانشجویان در شهر باتام اندونزی انجام دادند که نتایج نشان داد که وضعیت اقتصادی و اجتماعی والدین و ادبیات مالی بر سبک زندگی تأثیر دارد، حاکمیت مالی خانواده بر سبک زندگی تأثیری ندارد، یادگیری مالی در آموزش دبیرستان تأثیری بر سبک زندگی ندارد. سبک زندگی بر سرمایه‌گذاری سرمایه انسانی تأثیر دارد.

ناگل و لیمل<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) تحقیقی با نام تأثیرات سبک زندگی والدین در دستیابی سبک زندگی کودکان در هلند انجام دادند. تحلیل داده‌ها با مدل برابری ساختاری انجام شده و نتایج نشان داد کودکان و نوجوانان تحت‌الشعاع شیوه زندگی والدینشان قرار داشتند. وضعیت بعد فرهنگی، مهم‌تر از بعد اقتصادی، از طریق اجتماعی تولید و انتقال می‌یابد. همچنین هر دو بعد فرهنگی و اقتصادی سبک زندگی والدین باعث ایجاد مزیت نسبی در تحصیلات، شغل و درآمد فرزندان بزرگ‌سالشان می‌شود.

هسلین-لوسیوس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۹) ۲۵۴ فلسطینی غیرنظامی را که در سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۰۶ در ارتش یک یا چند عضو خود را از دست داده بودند. نتایج نشان داد که درد و پریشانی

1 Wibowo

2 Nagel & Lemel

3 Heszlein-Lossius

روان‌شناختی به علت قطع عضو در جنگ با اقتصاد خانواده رو به وخامت و بیکاری به علت آناتومی و شدت قطع عضو رابطه قوی دارد.

عمار<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان تحلیل توانمندسازی جنسیتی در ساخت اقتصاد خانواده: مطالعه موردی گروهی از زنان که اعتباری از پس‌انداز و برنامه PNPM در منطقه ماروس در جنوب سولوزی داشتند، انجام دادند. نتیجه نشان داد که سطح معنی‌داری از ارتباط مشارکتی در سطح اقتصادی افرادی که اعتبار PNPM را دریافت کرده بودند، وجود داشت.

به‌طور کلی تحقیقاتی که در زمینه سبک زندگی صورت گرفته است، همه ابعاد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را با هم دارند و دارای همپوشانی هستند. تنها در تحقیقاتی چند به سبک زندگی اقتصادی اسلامی پرداخته شده است، از این رو این تحقیق هم دارای نوآوری در زمینه سبک زندگی اقتصادی و هم دارای نوآوری این موضوع با روش آینده‌پژوهی است.

## روش پژوهش

این تحقیق از نوع تحقیقات کیفی است که به صورت اکتشافی و با رویکرد استقرایی به دنبال دستیابی به اهداف تحقیق است. از تحلیل لایه‌ای علی<sup>۲</sup> که از روش‌های آینده‌پژوهی است، در این مقاله استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق، ۱۴ نفر از خبرگان اقتصادی و دانشجویان دکتری جامعه‌شناسی در حوزه سبک زندگی اقتصادی، از شیوه نمونه‌گیری قضاوتی و گلوله برفی انتخاب شدند. به عبارت دیگر، از خبرگان درخواست شد ضمن بیان نظرات خود، فرد دیگری را به عنوان خبره معرفی نمایند. از روش اشباع نظری به عنوان استاندارد برای پایان نمونه‌گیری استفاده شده است. هماهنگی‌های لازم صورت پذیرفت و امکان مصاحبه با ۱۰ نفر از خبرگان میسر شد. مصاحبه در نفر دهم به اشباع و برای اطمینان مصاحبه تا نفر چهاردهم ادامه یافت، همچنین از منابع کتابخانه‌ای استفاده شد. از آنجا که تم<sup>۳</sup>‌های برگزیده با بهره‌گیری از نظرات خبرگان به دست آمده،

1 Amar

2 Causal Layered Analysis (CLA)

3 Thematic

روایی مصاحبه‌ها مورد تأکید قرار گرفته است. برای پایداری از سازماندهی فرایندهای ساخت یافته برای ثبت نوشتن و تفسیر داده‌ها استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه عمیق است، به منظور طراحی پروتکل از فن پستل<sup>۱</sup> و فن سؤالی 5W1H استفاده شد، تا بر مبنای شباهت کدها و اینکه دسته‌بندی منطقی تری بر مبنای موضوع تحقیق داشته باشیم، نام گذاری‌ها صورت گرفت. مبنای طراحی سؤالات به شکلی بود که آینده سبک زندگی اقتصادی از نظر خبرگان سؤال شده بود، سپس تم‌های شناسایی شده در قالب روش تحلیل لایه‌ای علی در چهار سطح لیتانی، علل اجتماعی، گفتمان/جهان‌بینی و استعاره/اسطوره دسته‌بندی شد. در نهایت براساس دو پیشران مهم که براساس نظر خبرگان شناسایی شد، ۴ سناریو برای آینده سبک زندگی اقتصادی معرفی شدند. در تحلیل لایه علی، نه تنها به دنبال سؤالات و ساختار شکنی آینده است، بلکه آینده را دگرگون می‌کند، زمان حال را بازگو می‌کند و گذشته را دوباره تفسیر می‌کند (عنایت‌الله، ۲۰۱۷: ۱۹).

## یافته‌های پژوهش

برای یافتن نظرات و پاسخ‌ها در مصاحبه‌ها و پرسشنامه باز ۱۴ نفر از خبرگان اقتصادی و دانشجویان دکتری جامعه‌شناسی که در زمینه سبک زندگی اقتصادی صاحب نظر بودند و در محیط‌های علمی و در حیطه اقتصاد کار می‌کردند، استفاده شد و همچنین از مطالعات کتابخانه‌ای نیز بهره گرفته شد. اطلاعات خبرگان در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. اطلاعات خبرگان

تعداد	سن	جنس	مدرک تحصیلی	وابستگی سازمانی
۴	۲۸-۴۰	۲ نفر خانم و ۲ نفر آقا	دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی	دانشگاه کاشان
۲	۴۱-۴۳	۲ نفر آقا	دکتری مهندسی پلیمر	پژوهشگاه پلیمر و رنگ
۱	۳۴	آقا	دکتری مدیریت	دانشگاه کاشان
۲	۳۴-۳۹	۲ نفر خانم	کارشناسی ارشد مشاوره و روان‌شناسی	دبستان و دبیرستان
۱	۳۵	خانم	دکتری علوم تربیتی	دانشگاه پردیس بین‌المللی کیش
		آقا	کارشناسی ارشد مهندسی صنایع	سازمان آب و فاضلاب مازندران

1 Political, economical, social, technological, Environmental and legitimacy (PESTEL)

تعداد	سن	جنس	مدرک تحصیلی	وابستگی سازمانی
۱	۳۶	آقا	دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی	دانشگاه تربیت مدرس
۱	۳۵	۱ نفر خانم و ۱ نفر آقا	ارشد مدیریت فرهنگی و علوم تربیتی	دانشگاه آزاد و دبستان
۲	۴۵-۴۰			

در مرحله بعد، داده‌های تحقیق با استفاده از تحلیل لایه‌ای علی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در هر لایه بنا بر همان لایه، تم‌های اصلی و تم‌های فرعی آنها بازخوانی شدند و گزاره‌های اصلی آنها در چهار لایه به دست آمد.

### تحلیل در لایه اول (لیتانی)<sup>۱</sup>

همان‌طور که در جدول (۲) نشان داده شده است، در سطح لیتانی، سه مقوله ظاهر شده است. این مقوله‌ها نتیجه مطالعه چندباره تم‌های اصلی و فرعی استخراج شده در مرحله تحلیل تم هستند. در واقع این لایه ناظر بر عینی‌ترین و آشکارترین سطح تحلیل است. در سطح لیتانی اساسی‌ترین پرسش آن است که عینی‌ترین وجوه باورها، آرزوها و عقاید مربوط به آینده کدامند؟ برای پاسخ بدین سؤال به بررسی تکرار شونده‌ترین تصاویر پرداخته می‌شود.

### جدول ۲. تحلیل تصاویر در سطح لیتانی

ردیف	مقوله	مفاهیم	راهکار پیشنهادی
۱	بازاندیشی <sup>۲</sup>	مصرف‌گرایی، افزایش سطحی‌نگری، چه بخوریم، چه بنوشیم، با چه کسانی ارتباط داشته باشیم؟	ترویج الگوهای اسلامی-ایرانی مصرف بهینه توجه به نتایج مصرف‌گرایی
۲	آینده نامعلوم <sup>۳</sup>	نامحسوس است و قابل لمس نیست، قابل پیش‌بینی نیست، اما فرهنگ‌سازی مهم است، ۲۰ سال آینده قابل پیش‌بینی نیست، آینده	استفاده از خبرگان اقتصادی قوی شدن در تولید و توزیع اقتصادی

1 Litany

۲ از مفاهیم محوری در اندیشه‌ی گیدنز است (Reflexivity).

۳ از گفته‌های آنتونی گیدنز است.

راهکار پیشنهادی	مفاهیم	مقوله	ردیف
اقتصاد مقاومتی توجه به فرهنگ صرفه جویی	نامشخص بسته به نظر سیاست داخلی و خارجی دارد؛ قابل پیش بینی نیست چون بسته به تحریم ها است، به امور فرهنگی و سیاست های درست ربط دارد.		
توجه به فواید معنویات توجه به مضرات بیش از حد مادیات	تجمل گرایی و رفاه طلبی، مهم بودن امکانات مادی، توجه به مادیات، اقتصادگرایی اقتصاد تعیین کننده است، اقتصاد در زندگی آیندگان پررنگ تر است.	ماتریالیسم دیالکتیکی <sup>۱</sup>	۳

### تحلیل در لایه دوم (علل اجتماعی)<sup>۲</sup>

همان طور که در جدول (۳) ملاحظه می شود در سطح علل اجتماعی نیز سه مقوله شناسایی شدند. در این لایه به این پرسش ها پاسخ داده می شود که تصاویر رایجی که در سطح لیتانی ساخته شده اند، چه علل اجتماعی ای دارند؟ و چه کسی باعث ایجاد این تصاویر می شود؟

#### جدول ۳. تحلیل تصاویر در سطح علل اجتماعی

راهکار پیشنهادی	مفاهیم	مقوله
استعدادیابی در دوران کودکی، سرمایه گذاری در محیط های ورزشی، ایجاد بیشتر محیط های علمی	شرکت در مسابقات علمی، ورزشی، شرکت در المپیادها، بهداشت و درمان، صنعت سینما	توسعه یافتگی
بالا بردن سطح آگاهی سیاسی مردم با رسانه های جمعی	مشارکت سیاسی، مردم سالاری	
جلوگیری از مهاجرت به شهر با تخصیص بودجه بیشتر به روستاها، وجود امکانات رفاهی و تفریحی در روستاها	مهاجرت، شهرنشینی، رشد شهرها و روستاها	

۱ کارل مارکس از دو عنصر فکری دیالکتیک هگل و مادی اندیشی فوئرباخ، برای نظریه ی مارکسیستی خود استفاده کرد.

2 Social systemic

مقوله	مفاهیم	راهکار پیشنهادی
	صنعت نفت، گاز، معادن، فولاد، چرم، پوشاک	قوی شدن در بخش توسعه و تحقیق، استفاده از فناوری‌های به‌روز، بیشتر کردن مراکز رشد، فن‌بازارها و پارک‌های علم و فناوری
	رشد تحصیلات، ورود انواع فناوری ارتباطی، رشد نخبگان علمی، فناوری نانو، پزشکی هسته‌ای	سرمایه‌گذاری در علوم انسانی و علوم پایه، تخصیص بودجه بیشتر برای پژوهش، رشد پژوهشگاه‌های بنیادی
ازجاکندگی <sup>۱</sup>	مک‌دونالیزه شدن	حفظ ارزش‌ها
	آمریکایی شدن	بازسازی ارزش‌ها و سنت‌ها
	عقلانیت شدید	استفاده مفید از فواید آن
	تولیدات صنعتی	افزایش تولیدات صنعتی، کشاورزی و نانو
	اوضاع تحریم‌ها	اقتصاد مقاومتی
سنت‌زدایی <sup>۲</sup>	وجود مهد کودک‌ها، مدارس، مؤسسه‌های فرهنگی	نظارت و پیگیری دائم
	مشارکت مردم در امر سیاسی	آگاهی بخشی سیاسی به مردم
	فردگرایی، رشد کم جمعیت	اهمیت دادن به صله رحم
	کسب رفاه بیشتر، افزایش درآمد و امکانات	توجه به تولید و سرمایه‌گذاری در بخش‌های دیگر
	شرایط دنیا و وجود فناوری ارتباطی	استفاده درست از وسایل ارتباطی

مقوله اول در سطح علل اجتماعی «توسعه‌یافتگی» است که منجر به بروز مقوله «بازاندیشی» در سطح لیتانی می‌شود. پاره‌ای از نیروهای اجتماعی مانند مراجع دولتی و نظام‌های سرمایه‌داری تغییرات اجتماعی خاصی را ایجاد کردند و این تغییرات اجتماعی طرز تفکر مردم نسبت به زندگی را تغییر دادند. این تغییرات همچنین تاحدی از نتایج تغییرات حقوقی و قانونی در سطح کلان

۱ یکی از جنبه‌های نظریه ساختاربندی گیدنز است که با نوگرایی پویا می‌شود و اشاره به امکان برقراری بیش‌ازپیش روابط با کسانی دارد که در محل حضور ندارند و در فاصله‌ای بس دور از ما قرار گرفته‌اند، اشاره دارد.

2 Detraditionalization

هستند، ولی تقاضا برای این تغییرات از سطح زندگی روزمره نشئت می‌گیرد، مانند نان آوری خانواده‌ها که در گذشته‌ای نه‌چندان دور تنها برعهده مرد خانه بوده است، با ورود نظام‌های اداری و بروکراسی کارهای کارمندی بسیاری به‌وجود آمد که بسیاری از زنان خانواده را همراه خود کرد. از طرف دیگر نظام قانونی کشور هم از حقوق آنها دفاع کرده و نهادهای جدیدی چون مهدکودک‌ها، مراکز آموزشی و آموزشگاه‌ها، مراکز تفریحی به‌وجود آمد. استقلال مالی زنان هم به‌دنبال خود، تغییر شیوه زندگی، استفاده از فناوری مانند لباسشویی، ظرف‌شویی و ... را به‌دنبال داشته است. با ورود انواع فناوری‌های ارتباطی و مجازی سبک زندگی خانواده‌ها وارد مرحله‌ی جدیدی شده که تعاریف و تعبیر جدیدی را در همه زمینه‌ها به دیگران القا می‌کند و سبب تغییر در همه ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی سبک زندگی خانواده‌ها شده است.

مطالعه عینی و نظام‌مند رفتار انسان و جامعه تحول نسبتاً تازه‌ای است. یکی از پیشرفت‌های مهم در این زمینه، استفاده از علم برای فهم جهان بود. پیدایش رویکرد علمی موجب تغییر بنیادین نگرش‌ها و ادراکات ما شد. تبیین‌های مبتنی بر دین و سنت، در اکثر حوزه‌ها، یکی پس از دیگری، جای خود را به تکاپوهای عقلانی و انتقادی در پی معرفت داد (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۱).

تأثیر علم و فناوری بر نحوه زیستن ما ممکن است تا حد زیادی تحت هدایت عوامل اقتصادی باشد، اما در عین حال فراتر از حوزه اقتصاد نیز هست. توسعه علمی و فناورانه، به ایجاد شکل‌های مدرن ارتباطات مثل رادیو، تلویزیون، تلفن‌های همراه و اینترنت کمک کرده است. استفاده ما از رسانه‌های الکترونیکی مثل تلویزیون و اینترنت به نحوه اندیشه و احساس ما درباره جهان نیز شکل بخشیده است (همان، ۶۶).

مقوله دوم در سطح علل اجتماعی «ازجاکنندگی» است که به بروز مقوله «آینده نامعلوم» در سطح لیتانی منجر می‌شود. همه از اوضاع جهانی به‌علت وجود فناوری ارتباطی در هر لحظه خبر دارند و با تغییرات قیمت دلار، طلا، نفت و ... بر شرایط سبک زندگی اقتصادی خانواده‌ها اثر می‌گذارد. جهانی شدن صرفاً دغدغه خاص نظریه‌پردازان اجتماعی نیست، بلکه مجموعه‌ای از فرایندهاست که بخواهیم یا نخواهیم واقعاً بر "همه" انسان‌ها در دنیای جدید اثر می‌گذارد و تأثیر

آن در زندگی روزمره افراد انکارناشدنی است. علاوه بر این سیاست‌هایی را که دولت و سران جامعه در پیش می‌گیرند هم اثرات خاص خود را بر زندگی‌ها می‌گذارد. مک لوهان از جمله پژوهشگرانی است که درباره ارتباطات با برد زیاد تحقیق کرده است و از این وضعیت جدید، با عنوان «دهکده جهانی» یاد می‌کند. به اعتقاد او با وجود رسانه‌های با برد زیاد، خبر هر واقعه‌ای هر چند کوچک، به سرعت در جهان منتشر می‌شود. رسانه‌ها جهان را به اندازه یک دهکده (روستا) کوچک کرده‌اند؛ دهکده‌ای که در آن، رفتار هیچ گروهی از بقیه پنهان نیست.

همان‌گونه که رسانه‌های ملی، در سطح یک کشور می‌توانند به «افکار عمومی»<sup>۱</sup> شکل بدهند، اکنون رسانه‌های با برد زیاد، به افکار عمومی در سطح جهان شکل می‌دهند. تجربه جوامع دیگر این واقعیت را نشان می‌دهد که اخذ فناوری از جوامع توسعه یافته، هنگامی به توسعه می‌انجامد که در زمینه «فرهنگ خودی» از آن استفاده شود که نمونه آن کشورهای چین و ژاپن می‌باشند. به عبارت دیگر، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی با کوتاه‌تر کردن فاصله‌ها و در نتیجه، نزدیک کردن راه‌های دور، امکان تعامل افراد را از فاصله زیاد در زمانی کوتاه فراهم آورده و موجب فشرده شدن زمان و مکان برای آنها شده‌اند.

آخرین مقوله در سطح علل اجتماعی «سنت زدایی» است که باعث بروز مقوله «ماتریالیسم دیالکتیکی» در سطح لیتانی می‌شود. در طول سی سال گذشته، مهم‌ترین نیروی دگرگون‌کننده زندگی ما، تأثیر ارتباطات بوده است که عموماً تحت عنوان «انقلاب ارتباطات»<sup>۲</sup> خوانده می‌شود. پس از آن نیز، تغییرات بسیار دیگری در جهان رخ داد و در طی این تغییرات، اتفاق مهمی افتاد و آن تلفیق فناوری اطلاعات از یک سو و رایانه‌ای شدن از سوی دیگر بود. این تلفیق فناوری باعث شد تا بازارهای اقتصادی به بازارهایی تجاری تبدیل شوند که در طول بیست و چهار ساعت شبانه‌روز فعال هستند. تأکید بر تأثیر ارتباطات و این حقیقت که «ارتباطات هم‌زمان»<sup>۳</sup> اصلی‌ترین عامل

1 Public Opinion

2 Communication revolution

3 Instantaneous communication



به هم وابستگی روزافزون است، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ زیرا تقریباً با تمام مسائل دیگر درهم تنیده است (گیدنز، ترجمه جلائی‌پور، ۱۳۸۸: ۶۲). در همه تغییرات اقتصادی علاوه‌بر اینکه دنیا و سیاست‌های جامعه تأثیرگذارند، خود افراد هم تمایل به برتری اقتصادی دارند و در این راه بسیار تلاش می‌کنند و پرستیژ اجتماعی خود را در کسب حداکثری مادیات می‌بینند؛ چراکه با لوازمی چون خانه و ماشین آن‌چنانی خود را به طبقات بالا نزدیک می‌کنند. جهانی شدن با ابزارهای خود، مانند: فناوری‌های ارتباطی، محصولات صنعتی، محصولات فرهنگی و تبلیغات تجاری بر تغییر نگرش‌ها اثر گذاشته و به تغییر سبک زندگی منجر می‌شود (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۰).

### تحلیل در لایه سوم (گفتمان<sup>۱</sup>، جهان‌بینی<sup>۲</sup>، ایدئولوژی)

در این لایه به طرح این پرسش می‌پردازیم که کدام جهان‌بینی، کدام ایدئولوژی و کدام گفتمان غالب در جامعه کنونی وجود داشته که باعث شده چنان مسائل اجتماعی سر برآورند و در جهت آنها به چنان تصاویر غالبی در سطح لیتانی برسیم (جدول ۴).

جدول ۴. تحلیل تصاویر در سطح گفتمان، جهان‌بینی، ایدئولوژی

ردیف	مقوله	مفاهیم
۱	مدرنیسم	نوگرایی، مدرنیته زنگوله به گردن آ، مصرف‌گرایی، مرحله گذار
۲	لینک‌شدن با قدرتمندان	حاکمان، دولت، اقتصاددانان کشور، نظام حکمرانی، وضعیت جهان
۳	آگاهی دروغین <sup>۴</sup>	حزب باد <sup>۵</sup> ، راه خوشبختی، سراب، شهر فرنگ، نیاز آبی

اولین مقوله «مدرنیسم» نام گرفته است. این مقوله در سطح علل اجتماعی باعث «توسعه‌یافتگی» و در سطح لیتانی موجب بروز «بازاندیشی» می‌شود. دوره مدرن، یعنی تقریباً از سده هیجدهم تا

1 Discourse  
2 Worldview

۳ از گفته‌های آنتونی گیدنز است.

۴ از مفاهیم کارل مارکس (۱۸۸۳) که به عدم توانایی افراد در رسیدن به درکی روشن از منافع واقعی‌شان اشاره می‌کند.

۵ اصطلاحی است که عرف از آن برای کسانی که برای آینده برنامه‌ریزی ندارند، استفاده می‌کند.

زمان حاضر، شاهد شتاب خارق‌العاده‌ی فرایندهای تغییر بوده است. احتمالاً در این دوره که بخش بسیار کوتاهی از کل تاریخ بشر است، تغییراتی ژرف‌تر از تمامی گذشته نوع بشر به وقوع پیوسته است.

انسان‌ها دیگر آداب و رسوم و عادت‌هایشان را فقط به این دلیل قبول ندارند که آنها از اقتدار و احترام دیرینه ناشی از سنت برخوردارند، برعکس روش‌های زندگی‌شان به‌نحو روزافزونی نیازمند مبانی «عقلانی» شده است. برای نمونه، معماری یک بیمارستان عمدتاً براساس سلیقه‌های سنتی طراحی نمی‌شود، بلکه امکانات و ظرفیت آن را برای تأمین هدف یک بیمارستان - یعنی مراقبت مؤثر از بیماران - در نظر می‌گیرند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۶۷).

دومین مقوله یعنی «لینک شدن با قدرتمندان» نماینده گفتمان‌ها و جهان‌بینی‌هایی است که به «ازجاکنندگی» در سطح علل اجتماعی و «آینده نامعلوم» در سطح لیتانی منجر می‌شود. همگی یکی از راه‌های رسیدن به اهداف خود را دستیابی به یک قدرتی می‌دانند که به وسیله آن به اهداف خود برسند از جمله این منبع قدرت‌ها می‌تواند حاکمان، دولت، اقتصاددانان کشور، نظام حکمرانی و وضعیت جهان باشد.

آخرین مقوله در سطح جهان‌بینی و گفتمان «آگاهی دروغین» نام گرفته است که سازنده مقوله «سنت‌زدایی» در سطح علل اجتماعی و «ماتریالیسم دیالکتیکی» در سطح لیتانی است. این مقوله چنان نیاز آنی است که به دنبال آن می‌دوند و با رسیدن به آن دوباره به دنبال خوشبختی می‌گردند. اگر قیمت سکه بالا رفت، افراد سکه‌ها را خریده و سعی می‌کنند گران بفروشند، اگر سود بانکی زیاد شد، سرمایه‌گذار پول را در بانک می‌خواباند. خلاصه هر طرف که سود باشد، به آن سمت گرایش به وجود می‌آید.

این همانند چیزی است که افراد برای به دست آوردن امری در زندگی تلاش کرده و به آن می‌رسند، اما بعد از کسب آن اشباع نمی‌شوند و به دنبال سرایی دیگر می‌گردند.

## تحلیل در لایه چهارم (اسطوره<sup>۱</sup>، استعاره<sup>۲</sup>)

در ادامه به تحلیل لایه چهارم در «تحلیل لایه‌ای علی» پرداخته می‌شود (جدول ۵).

جدول ۵. تحلیل تصاویر در سطح اسطوره، استعاره

مفاهیم	مقوله	ردیف
نرخ را به روز خوردن	جیک جیک مستون <sup>۳</sup>	۱
تقلید کردن، پخته شدن خام <sup>۴</sup>	مکعب تاس	۲
کم‌نیوردن، زرنگ‌بازی <sup>۶</sup>	چشم و هم‌چشمی <sup>۵</sup>	۳

مفهوم اول در این لایه «جیک جیک مستون» نام‌گذاری شده است که برای به فکر حال بودن است و به آینده توجهی ندارد. خانواده‌ها شرایط زندگی‌شان را با توجه به نرخ روز تنظیم می‌کنند؛ یعنی همه نیازهای خود را با قیمت روز تأمین می‌کنند.

مقوله دوم «مکعب تاس» نام‌گرفت که اشاره به این امر دارد که باید با تغییرات ملی و بین‌المللی همراه بود. در بعضی جهات این همراهی به نفع ملت است و در جاهایی این همراهی، ممکن است به ضرر ملت تمام شود.

آخرین مقوله در لایه استعاره‌ها و اسطوره‌ها «چشم و هم‌چشمی» نام‌گذاری شده است؛ برای زمانی که افراد در داشتن لوازم منزل و مادیات، خود را با دیگران مقایسه می‌کنند و سعی می‌کنند به اصطلاح از دیگران کم‌نیورند و به دیگران برسند.

نتایج حاصل از پیاده‌سازی تحلیل لایه‌ای علی، در قالب یک مدل شماتیک در شکل (۱) ارائه شده است.

- 1 Myth
- 2 Metaphor

۳ استعاره از داستان مورچه دوراندیش و ملخ بی‌خیال.

۴ استعاره از ضرب‌المثل «بسیار سفر باید تا پخته شود خامی».

۵ از ضرب‌المثل‌های ایرانی هستند.

۶ از تکه کلام‌های مردم ایرانی است.

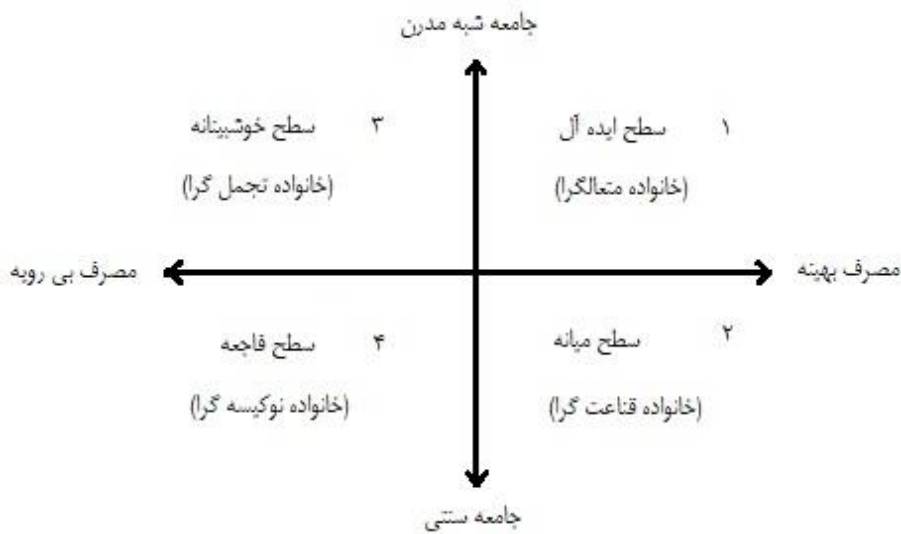


شکل ۱. مدل تحلیل لایه‌ای علی برای سبک زندگی اقتصادی

این نکته مورد تأکید قرار دارد که سبک زندگی اقتصادی، مجموعه‌ای از مضامین به هم تنیده در پیوند با لایه‌های مختلف از واقعیت است؛ یعنی مسایل عینی و روزمره که در سطح لیتانی اتفاق می‌افتد، چه بخواهیم و چه نخواهیم با محیط، بافت و نظام‌های اجتماعی، با جهان‌بینی و گفتمان‌های منبعث از آن و با اسطوره‌ها و استعاره‌های حاکم بر جامعه درهم تنیده است (بابادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۲).

تدوین چهار سناریو در موضوع سبک زندگی اقتصادی براساس تحلیل لایه‌ای علی: همان گونه که عنوان شد تحلیل لایه‌ای علی موجب شده تا با حرکت به عمق لایه‌های مرتبط با مسئله یا موضوع مورد نظر، موضوع و ابعاد آن بیشتر شکافته شود و سناریوهای مربوط به آینده آن نیز بهتر و عمقی‌تر طراحی گردد (قنبری، ۱۳۹۴: ۳۷). در ادامه بعد از شناسایی سطوح چهارگانه تحلیل لایه‌ای علی، از میان پیشران‌های (موتور محرکه) مختلفی که می‌توانند مسئله یا موضوع سبک زندگی اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهند، از سطح گفتمان یا جهان‌بینی دو پیشران براساس میزان اهمیت آنها و نظرسنجی از خبرگان، شناسایی و انتخاب شدند که عبارت از نوع جامعه و نوع مصرف بودند. در این مرحله، محقق با ذهنیت نظری و نه چارچوب نظری و مفهومی، طی مراحل به اکتشاف آینده‌های محتمل از انبوهی از آینده‌های ممکن پرداخته است (موسوی‌نیا،

۱۳۹۸:۱۷۶) که براساس آنها سناریو<sup>۱</sup>هایی ارائه شده است (شکل ۲) و در سناریونویسی از روش طوفان فکری و انگیزش ذهنی استفاده شده است. وندل بل<sup>۲</sup> بر این باور است که آینده پژوهی در پی شناسایی، ابداع، ارائه، آزمون و ارزیابی آینده‌های ممکن و محتمل است تا بر پایه ارزش‌های جامعه، آینده‌های مرجح را انتخاب و برای پی‌ریزی ساخت مطلوب‌ترین آینده کمک کند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۸، به نقل از فریدونی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰۸).



شکل ۲. چهار سناریو براساس تحلیل لایه‌ای علی

سناریوی شماره یک، جامعه شبه‌مدرن با مصرف بهینه از سناریوهای سطح ایدئال است؛ چراکه جامعه‌ای که در بعضی امور اساسی و بنیادی با توجه به تغییرات دنیا به روز شود، اما برعکس آن یعنی مصرف‌گرایی را که سرمایه‌داران تبلیغ می‌کنند، کنترل و با فرهنگ‌سازی برای افراد جامعه مصرف بهینه و ضروری را لازم بدانند، در این صورت، بیشتر خانواده‌ها سبک زندگی

1 Scenario  
2 Wendell Bell

اقتصادی متعادل گرا خواهند داشت.

سناریوی شماره دو: جامعه شبه‌مدرن با مصرف بی‌رویه از سناریوهای سطح خوش‌بینانه است. جامعه شبه‌مدرن اگر با مصرف بی‌رویه جلو برود، بسیاری از پیشرفت‌ها را ازدست خواهد داد و بیشتر، خانواده‌هایی مصرف‌گرا را خواهیم داشت که ایدئال‌های ممکن و پیش روی خود و جامعه‌شان را ازدست خواهند داد و سبک زندگی اقتصادی بیشتر خانواده‌ها تجمل‌گرا خواهد بود. سناریوی شماره سه: جامعه سنتی با مصرف بهینه از سناریوهای سطح میانه است. جامعه سنتی با مصرف بهینه خوب است، اما از آنجا که دنیا به سمت تغییر و تحول پیش می‌رود، باید با عوامل اقتصادی و عوامل دیگر که رو به پیشرفت هستند، هماهنگ بود تا تعاملات بیشتر صورت بگیرد و از جهات مختلف با کشورهای قوی همراه بود. لازم است جامعه سنتی به مرور با جایگزین کردن بعضی از موارد به جامعه شبه‌مدرن و سپس جامعه مدرن پیوندد تا موجب رشد و تعالی هم دولت و هم ملتش بشود، اما اگر در این سطح بماند، بیشتر خانواده‌ها، سبک زندگی اقتصادی قناعت‌گرا خواهند داشت.

سناریوی شماره چهار: جامعه سنتی با مصرف بی‌رویه از سناریوهای سطح فاجعه است. جامعه سنتی که ارزش‌ها و رفتارهای صرفه‌جویی خود را کنار بگذارد و فقط بعد منفی مصرف‌گرایی را رواج دهد، نه تنها پیشرفت نکرده، بلکه جامعه و خانواده‌ها را قهقرای عقب‌ماندگی سوق می‌دهد و پیش‌ازپیش به دیگر جوامع وابسته می‌شود، سبک زندگی اقتصادی این گونه از خانواده‌ها به سمت خانواده نوکیسه‌گراها خواهد رفت که تنها پوسته پیشرفت جوامع دیگر یعنی مصرف‌نو را دنبال می‌کنند.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه از مسائلی که تقریباً در همه خانواده‌ها درباره آن بحث می‌شود، مسئله اقتصادی است؛ یعنی بعد اقتصادی سبک زندگی که دغدغه همه مردم جامعه شده است و توجه چندانی در تحقیقات به آن نشده است. این پژوهش مسئله خود را با رویکرد آینده‌پژوهی و با روش تحلیل

لایه‌ای علی انجام داده است، چراکه این روش کمتر به پیش‌بینی یک آینده خاص توجه دارد و بیشتر به گشودن فضای حال و گذشته جهت خلق آینده‌های بدیل می‌پردازد. سناریوها توصیف-هایی قصه گونه از رویدادهای ممکن و چندگانه‌ای هستند که احتمال وقوع آنها در آینده وجود دارد؛ آمیزه‌ای از پیش‌بینی‌های تخیلی و درعین حال واقع‌گرایانه از رویدادهای احتمالی آینده.

با مرور ادبیات و پروتکل مصاحبه با ۱۴ نفر از خبرگان در زمینه سبک زندگی اقتصادی، متن گفتگو پیاده‌سازی و گزاره‌های کلامی مشخص شد. از روی گزاره‌ها، تم‌های فرعی و سپس تم-های اصلی شناسایی شدند. در ادامه به تحلیل لایه‌ای پرداخته شد که در هر چهار لایه آن سه مقوله شناسایی شد. سپس با استفاده از دو پیشران مهم در سبک زندگی اقتصادی، به چهار سناریو پرداخته و در انتها پیشنهادهایی ارائه شد.

در پژوهش حاضر از دو روش متوالی تحلیل تم و تحلیل لایه‌ای علی استفاده شده است. این ساختار مرکب، به پژوهشگران کمک می‌کند تا در مرحله اول داده‌ها را منظم کرده، ساختار بخشیده و دسته‌بندی کنند و در مرحله بعد روی این داده‌های منظم شده که اکنون حکم اطلاعات پرارزشی را پیدا کرده‌اند، تحلیل‌های عمیق‌تری را انجام دهند. خروجی‌های مرحله تحلیل لایه‌ای علی، قطعاً بارز تر از اطلاعات خواهند بود و به نوعی می‌توان آنها را دانش و یا خرد بینش دانست. دانشی که از تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده و خود منجر به سطوحی از خرد و بینش می‌شود (طاهری‌دمنه، ۱۳۹۴:۱۳۵).

در تحقیق سراج‌زاده و باقری (۱۳۹۶) که تحلیل نظام‌مندی از پژوهش‌های سبک زندگی بعد از دهه ۸۰ را انجام دادند، بیشترین نوع سبک زندگی مربوط به سبک زندگی شبه‌مدرن است که در سطح لیتانی به دو مقوله آن یعنی، بازان‌دیشی و ماتریالیسم دیالکتیکی چون به مباحث نوگرایی و مادیات بیشتر توجه می‌کند، همسو است.

در پژوهش نوتاش و همکاران (۱۳۹۷) به مصرف تظاهری، رویکرد مادی به خانواده اشاره شده که در این تحقیق هم به مسئله بازان‌دیشی و مادی‌گرایی در خانواده‌ها در سطح لیتانی پرداخته شده است.

در تحقیق شادفر و نیلی (۱۳۹۶) نشان داده شد که از نظر معلمان بیشترین میزان توجه به شاخص‌های اقتصادی سبک زندگی در حیطه شناختی و کمترین میزان در حیطه رفتاری است. در این پژوهش سبک اقتصادی در ابعاد مختلف زندگی پررنگ است. نتایج تحقیق حیدری ساربان (۱۳۹۵) با این پژوهش به علت تغییر سبک معاش اقتصادی همسو است. در تحقیق نصرتی و ذوالفقاری (۱۳۹۲) که مدیریت بدن و توجه به مصرف، شکل مدرنیته به خود گرفته، پایان‌نامه آجودانیان (۱۳۹۲) که مادی‌گرایی با مصرف بیشتر همراه است، و تحقیق الحسینی المدرسی و همکاران (۱۳۹۴) که افرادی که مادی‌گراترند، مصرف‌گرایی بیشتری دارند، با این تحقیق که به نوعی مصرف‌بازاندیشی و مادی‌گرایی را نشان می‌دهد، همسو است. در تحقیقات خارجی با ناگل و لیمل (۲۰۱۹) که نشان دادند اقتصاد از طریق اجتماعی تولید و انتقال می‌یابد با بازاندیشی در سطح لیتانی همخوانی دارد.

باتوجه به سناریوهای تحقیق، سناریوی شماره یک است که در سطح ایدئال قرار دارد و باید این سناریو را برای داشتن سبک زندگی اقتصادی خانواده‌ها در آینده پرورش داده و به آن به جد پرداخته شود. هر چند رسیدن به ایدئال‌ها ممکن است همیشه محقق نشود، اما می‌توان حداقل به سناریوی شماره دو که با وجود نرسیدن به جامعه شبه‌مدرن، با وجود سنتی بودن خود، مصرف بهینه‌اش را حفظ کند و باید هوشیارانه از رسیدن به سناریوی شماره چهار که هم بهینگی مصرف خود را از دست داده و هم مردم جامعه با وجود سنتی بودن خود، اسراف و مصرف‌گرایی زندگی را انتخاب کرده‌اند، دوری جست.

در ادامه پیشنهادهای کاربردی باتوجه به یافته‌ها آمده است:

- باتوجه به سناریوی شماره یک، که آینده مطلوب است (آینده‌ای که وقوع آن آرزوی ماست)، باید مصرف بهینه و ارزش‌هایی چون، صرفه‌جویی، قناعت، انفاق کردن و غیره، در جامعه از طریق رسانه‌های جمعی، تشویق شده و از کودکی درونی گردد و در المان‌های جامعه شبه مدرن نمودار شود. ابزارهایی مانند پول و سرمایه‌داشتن برای رفع برخی از نیازهای بشر مفید است، اما همه چیز نیست؛ تاجایی که مردم همیشه به دنبال سود و



منفعت هستند. باید ارزش‌های بشردوستانه را مانند کمک به یکدیگر، خیرخواه دیگران بودن، به‌خاطر دیگران ایثار کردن (مانند شهدا) و بسیاری دیگر از این زمره را فرهنگ‌سازی و در جامعه نهادینه کرد تا برای آیندگان بماند.

- در سناریوی شماره دو، که آینده محتمل است (آینده باورپذیری که احتمال وقوع دارد)، ارزش‌های مطلوبی چون مصرف بهینه را دارند، که کم‌کم می‌توانند از مزایای جامعه شبه‌مدرن، مانند: دولت الکترونیک، استفاده صحیح از فضای مجازی، مبادلات اقتصادی با دیگر کشورها و غیره استفاده کنند.

- سناریوی شماره سه، که آینده باورپذیر است (آینده ممکن که وقوع آن باورپذیر است)، رسیدن به جامعه شبه‌مدرن است، اما نباید غرق در ظواهر و پوسته این جامعه شد و مصرف بی‌رویه آن را بر دیگر جوانب آن ترجیح داد، بلکه باید مزایای آن را درک کرد.

- سناریوی شماره چهار، که آینده ممکن است (آینده‌ای که ممکن است به‌وقوع بپیوندد)، جامعه‌ای است که ارزش‌های مطلوب خود را از دست می‌دهد و به ارزش‌های نامطلوب جامعه شبه‌مدرن که مصرف بی‌رویه است، دست می‌بازد که ممکن است خانواده‌ها را به سمت بحران‌های جبران‌ناپذیری سوق دهد.

## منابع

- آتشین‌صدف، عبدالرضا و خیری، محمد (۱۳۹۹)، بررسی فلسفی رابطه سبک زندگی، پول و مد از منظر جورج زیمل، دوفصلنامه پژوهشنامه سبک زندگی، ۶ (۱۰): ۶۷-۵۱.
- آجودانیان، فائزه (۱۳۹۲)، بررسی تأثیر تبلیغات بر میزان مصرف‌گرایی در بین دانشجویان متأهل دانشگاه اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد.
- افسری، عبدالحمید و افخمی، آلیسیا (۱۳۹۲)، بررسی میزان تأثیر دینداری بر سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه ملی کلمبیا، مطالعات سیاسی-اجتماعی، ۳ (۱): ۱۸۱-۲۰۸.
- افراسیابی، حسین و بهارلوئی، مریم (۱۳۹۹)، پیامدهای تورم در زندگی روزمره جوانان طبقه پایین، جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۱ (۴) پیاپی (۸۰)، شماره چهارم: ۲۳-۴۴.

- الحسینی المدرسی، سیدمهدی؛ محمدی، فاطمه؛ باقری قره‌باغ، هوشمند و کشاورز مولایی، مصطفی (۱۳۹۴)، بررسی اثر مذهب، مادی‌گرایی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصرف‌کننده بر درگیری ذهنی با پوشاک مد (مورد مطالعه: شهر یزد، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۸(۳): ۱۸۹-۲۱۳.
- امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد؛ مرندی، زهره؛ رهبرقاسی، محمودرضا و سعیدی ابواسحاق، لیلا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه مصرف رسانه و سبک زندگی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۰(۲): ۱۰۱-۱۲۰.
- باینگانی، بهمن؛ ایراندوست، سید فهیم و احمدی، سینا. (۱۳۹۲). سبک زندگی از منظر جامعه‌شناسی: مقدمه‌ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبک زندگی، مهندسی فرهنگی، ۸(۷۷).
- بابادی، امین؛ شعبانی‌ورکی، بختیار؛ امین‌خندقی، مقصود و کرمی، مرتضی (۱۳۹۶)، "برنامه درسی فرارشته-ای مبتنی بر تحلیل لایه‌ای علی: مفروضه‌های فلسفی، دلالت‌ها و مدلی برای آموزش، دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی، ۸(۱۶): ۳۴-۷.
- توکلی، محمدجواد و ایزانلو، امید (۱۳۹۵)، تحلیل کارکردی سبک زندگی اقتصادی مطلوب در اسلام، دوفصلنامه علمی- تخصصی پژوهشنامه سبک زندگی، ۱(۲): ۴۷-۷۰.
- حاجی، غلامعلی؛ کیهانی، حکمت؛ نجفی‌زاده، سیدعباس و مهرگان، نادر (۱۳۹۹)، مخارج دولت و رشد منطقه‌ای در ایران (رهیافت اقتصاد سنجی فضایی)، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، ۲۰(۴): ۱۵۷-۱۷۵.
- حسینی، محمدحسین؛ ذکایی، محمدسعید؛ طالبی، ابوتراب و انتظاری، علی (۱۳۹۶)، مفهوم‌سازی سبک زندگی فرهنگی، جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۸(۱): ۲۳-۴۵.
- حسینی مقدم، محمد (۱۳۹۰)، کاربرد آینده‌پژوهی در علوم سیاسی باتکیه بر روش تحلیل لایه‌لایه علت‌ها، رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی: ۱۸۸-۱۶۹.
- قنبری، علی‌اله (۱۳۹۴)، بررسی موضوع مهاجرت به تهران با استفاده از روش تحلیل لایه‌لایه علی، آینده‌پژوهی مدیریت، ۲۶(۱۰۲): ۲۷-۴۰.
- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۵)، تحلیل اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات پیرامون سبک زندگی اقتصادی و اجتماعی روستاییان شهرستان مشگین‌شهر، برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۲۰(۴): ۲۹-۵۹.
- خورشید، صدیقه؛ شاهی، طاهره و هندی، اسفندیار (۱۳۹۹)، تبیین روابط میان سبک زندگی اسلامی، غنی‌سازی کار یا خانواده و اثربخشی زندگی نیروی کار سازمان (زمینه مطالعه: نیروی کار شرکت نفت نوشهر)، دوفصلنامه پژوهشنامه سبک زندگی، ۶(۱۰): ۹۰-۶۹.

رضادوست، کریم؛ نبوی، سید عبدالکریم و نصرالهی قلعه‌عبدشاهی، حمیدرضا (۱۳۹۵)، بررسی رابطه جهانی شدن با سبک زندگی، مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی، ۲(۵): ۱۳۹-۱۷۴.

سراج‌زاده، سیدحسین و باقری، لیلا (۱۳۹۶)، تحلیل نظام‌مند پژوهش‌های سبک زندگی بعد از دهه ۸۰، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، ۱۸(۳۷): ۱۳۱-۱۶۲.

شادفر، حوریه، و نیلی، محمدرضا (۱۳۹۶)، بررسی میزان توجه به شاخص‌های اقتصادی سبک زندگی مبتنی بر توسعه اسلامی - ایرانی در محتوای برنامه درسی دوره ابتدایی و شیوه آموزش معلمان، رویکردهای نوین آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه اصفهان، ۱۲(۲): ۷۷-۹۷.

طاهری‌دمنه، محسن (۱۳۹۴)، پایان‌نامه بررسی تحلیلی تصاویر آینده جامعه ایرانی در ذهن جوانان تحصیل‌کرده کشور براساس روش تحلیل لایه‌ای علی (CLA)، دکتری آینده‌پژوهی، تهران، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

عیوضی، محمدرحیم؛ مختاریان‌پور، مجید؛ اسمعیلی‌گیوی، محمدرضا و عزیزخانی، فرشید (۱۳۹۹)، بررسی چگونگی تطبیق نظریه‌های رفتار مصرف‌کننده و مفروضات آینده‌پژوهی، راهبرد فرهنگ، ۵۱: ۱۹۶-۱۷۵.

عبدالملکی، حجت‌ا... (۱۳۹۳)، اقتصاد مقاومتی: درآمدی بر مبانی، سیاست‌ها و برنامه عمل، تهران، بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق(ع).

فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: نشر صبح صادق.

فرقانی، محمدمهدی و مهاجری، ربابه (۱۳۹۷)، رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، مطالعات رسانه‌های نوین، ۴(۱۳): ۲۵۹-۲۹۲.

فریدونی، علی‌رضا؛ موسی‌خانی، مرتضی؛ سخدری، کمال و عطائی، محمد (۱۳۹۹)، تدوین مدل آینده‌پژوهانه بازیابی، یادگیری و اقدام مجدد کارآفرینانه براساس واکاوی پژوهش‌های شکست کارآفرینان، دوفصلنامه آینده‌پژوهی ایران، ۵(۱): ۱۳۸-۱۰۵.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، چاپ پنجم، نشر نی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸)، چشم‌اندازهای جهانی، ترجمه محمدرضا جلائی‌پور، انتشارات طرح نو.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.

محمدی، افشین و بی‌بک‌آبادی، غزال (۱۳۸۹)، بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی و الگوی رفتار در فیلم‌های سینمایی پرفروش، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۱(۱۱): ۹۷-۱۳۸.

موسوی‌نیا، سید رضا (۱۳۹۸)، آینده‌پژوهی (الگوی امتداد حال) و کاربست نظریه‌های روابط بین‌الملل، فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، ۱۱(۱) (پیاپی ۵۹): ۱۵۶-۱۷۷.

نصرتی، شیما و ذوالفقاری، ابوالفضل (۱۳۹۲)، تأثیر میزان دینداری بر سبک زندگی جوانان تهرانی، فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۴ (۱۴): ۱۰۲-۱۱۷.

نوتاش، مریم؛ غفاری، غلامرضا؛ کاظمی‌پور، شهلا و ترکمان، فرح (۱۳۹۷)، سواد اجتماعی و مصرف مادی در بین جوانان دارای برخوردار اقتصادی در شهر تهران، فصلنامه‌ی مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۹ (۲۹): ۳۰-۱.

- Amar, M.Y., Humriati, Unde, A. (2019). Analysis of Gender Empowerment in Building a Family Economy: A Case Study of a Group of Women of Receiving Credit from the Save and Loan Program in the PNP Program at Maros District, South of Sulawesi. *Proceedings of the 3rd International Conference on Accounting, Management and Economics*, (ICAME 2018).
- Benedikter, R., Anheier, M., Juergen, S. (2011). *Lifestyle, the Sage Encyclopedia of Global Studies*, Illionis.
- Bourdieu, p. (1984). *Distinction*. New York: Routledge & Kegan paul.
- Campbell, A., Converse, P., Rogers, w. (1976). *The quality of American life*. New York. Russell Sage Foundation.
- Heszlein-Lossius, H.E., Al-Borno, Y., Shaqqoura, S., Skaik, N., Giil, L.M. (2019). "Does pain, psychological distress and deteriorated family economy follow traumatic amputation among war casualties? A retrospective, cross sectional study from Gaza". *BMJ gornals*, 9 (6), 1-6.
- Inayatullah, S. (2017). Prospective and Strategic Foresight. *Causal Layered Analysis*, Futuribles International.
- Lee, H.-J., Lim, H., Jolly, L.D., Lee, J. (2009). "Consumer Lifestyles and Adoption of High-Technology Products: A Case of South Korea". *Journal of International Consumer Marketing*, 21, 153-167.
- Maybery, D., Crase, L., Gullifer, Ch. (2005). "Categorising farming values as economic, conservation and lifestyle". *Journal of Economic Psychology*, 26, 59-72.
- Nagel, I., Lemel, Y. (2019). "The effects of parents' lifestyle on their children's status attainment and lifestyle in the Netherlands". *Poetics*, 74, 101357.
- Peter, H. D., Steven, K. (2012). *Abundance: The Future Is Better Than You Think*. New York. ISBN 978-1-4516-1684-2.
- Sioberg, L., Engelberg E. (2005). "Lifestyles and Consumer Behavior. Center for Risk Research". *International review of sociology*, 15 (2), 327-362.
- Sobel, M.J. (1981). "Myopic solution of Markov decision processes and stochastic games Research". *Operations Research*, 29 (5), 995-1009.
- Vuong, B.N., Giao H.N. (2020). "The Impact of Perceived Brand Globalness on Consumers' Purchase Intention and the Moderating Role of Consumer

- Ethnocentrism: An Evidence from Vietnam”. *Journal of International Consumer Marketing*, 32 (1), 47-68.
- Wibowo, A.E., Ratnawati, T., Sardjono, S. (2019). “The influence of Parent’s Socio-Economic Status, Family Financial Governance, Financial Learning in Higher Education on Financial Literacy, Lifestyle and Human Capital Investment of Economics and Business Students in Batam City, Indonesia”. *Archives of Business Research*, 7 (6), 33-43.