

تمایزات جامعه‌شناختی و جغرافیایی سبک زندگی در شهر تهران

مطالعات جامعه‌شناختی

(علمی - پژوهشی)

دوره ۲۰، شماره ۵: ۱۸۷-۲۰۸

شاپا ۲۸۰۹-۱۰۱۰

نمایه در ISC

عبدالحسین کلاتری^۱

استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

رضا تسلیمی طهرانی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی نظری-فرهنگی دانشگاه تهران

دریافت ۹۱/۴/۲

پذیرش ۹۲/۹/۱۸

چکیده

مقاله‌ی حاضر درصدد شناسایی، تحلیل و مقایسه‌ی سبک‌های زندگی موجود در شهر تهران است. هم‌چنین تحقیق حاضر می‌خواهد باتوجه به شاخص‌های مختلف شهری، توزیع جغرافیایی طبقات و سبک‌های زندگی موجود در تهران را مشخص کند. در این راه پس از مرور نظریات موجود، نظریه‌ی پی‌یر بوردیو^۲ به‌عنوان مبنای نظری تحقیق حاضر انتخاب می‌شود و بااستفاده از روش‌های تحقیق مختلف، طبقات و سبک‌های زندگی متمایز موجود در شهر تهران شناسایی و تحلیل می‌گردند. براین‌اساس سه طبقه‌ی اجتماعی بالا، متوسط (سستی و جدید) و پایین و سبک‌های زندگی متمایز آن‌ها تشخیص داده می‌شوند و باتوجه به نحوه‌ی توزیع مکانی شاخص‌های شهری چون مساجد، حسینیه‌ها و تکایا، کافی‌شاپ‌ها، رستوران‌ها، نگارخانه‌ها و مراکز خرید و ارتباط آن‌ها با سبک‌های زندگی متمایز موجود، توزیع جغرافیایی سبک‌های زندگی موجود در شهر تهران تعیین می‌گردد. درنتیجه سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی بالا در شمال و شمال غرب تهران، سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی متوسط سستی در مرکز و مرکز شرقی، سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی متوسط جدید در شمال، شرق و غرب تهران و سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی پایین در جنوب تهران به‌چشم می‌آیند.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، طبقه اجتماعی، تمایز، شاخص‌های شهری، طبقه متوسط

سستی، طبقه متوسط جدید.

^۱ پست الکترونیکی نویسنده رابط: abkalantari@ut.ac.ir

^۲ Pierre Bourdieu

مقدمه

توجه به سبک‌های زندگی متمایز اعضای یک جامعه و سعی در توصیف و مقایسه‌ی آن‌ها از دغدغه‌های مهم جامعه‌شناسان است. امروزه تحقیقات بسیاری در رابطه با این موضوع در سراسر جوامع جهان صورت می‌گیرد. جامعه‌شناسان موضوع سبک زندگی را از جهات گوناگون مورد تحلیل قرار می‌دهند و از این راه به شناخت بهتر فرهنگ جامعه و تمایزات فرهنگی موجود دست می‌یابند. تحقیق حاضر ضمن توجه به تحلیل سبک‌های زندگی متمایز موجود در شهر تهران، درصدد دست‌یابی به تمایزات جغرافیایی آن‌ها است.

بیان مسئله

در جامعه‌ی ایران و شهر تهران، در رابطه با بررسی سبک‌های زندگی موجود، تحقیقات مختلفی صورت گرفته است. تحقیق حاضر می‌خواهد ضمن تشخیص طبقات و سبک‌های زندگی متمایز موجود در شهر تهران، تمایز جغرافیایی آن‌ها در مناطق شهری را نیز تشخیص دهد. به عبارت دیگر تحقیق حاضر خواستار شناسایی و تحلیل سبک‌های زندگی متمایز ساکنان شهر تهران باتوجه به شاخص‌های مختلف شهری است. هدف از این تحقیق، بررسی و تحلیل سبک‌های زندگی موجود در شهر تهران، مقایسه‌ی آن‌ها و شناسایی شاخص‌های مختلف شهری است که توزیع جغرافیایی سبک‌های زندگی ذکرشده در شهر تهران را مشخص می‌کنند.

سئوالات تحقیق

پرسش‌های اصلی تحقیق حاضر را می‌توان این‌گونه صورت‌بندی نمود: سبک‌های زندگی متمایز امروز ساکنان شهر تهران کدامند؟ شاخص‌های شهری مربوط به سبک‌های زندگی مختلف کدامند؟ و نحوه‌ی توزیع جغرافیایی سبک‌های زندگی متمایز در شهر تهران از چه قرار است؟

اهداف تحقیق

اهداف تحقیق حاضر را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

تشخیص سبک‌های زندگی متمایز موجود در شهر تهران، تشخیص ویژگی‌های متمایز هر سبک زندگی در تهران، تشخیص شاخص‌های شهری مربوط به هر سبک زندگی در تهران و تشخیص مناطق مختلف شهری مربوط به هر سبک زندگی در شهر تهران.

ضرورت تحقیق

تحقیق حاضر به تشخیص تنوع طبقات و سبک‌های زندگی موجود در شهر تهران یاری می‌رساند. هم‌چنین این تحقیق مشخص خواهد کرد که طبقات و سبک‌های زندگی متمایز در کدام مناطق جغرافیایی شهر تهران سکونت دارند. در نتیجه انجام چنین تحقیقی به‌منظور وضوح نقشه‌ی اجتماعی و فرهنگی شهر تهران ضروری است. این تحقیق می‌تواند زمینه‌ی لازم جهت تدوین برنامه‌ی مناسب شهری را فراهم آورد. به‌عنوان مثال، براساس نتایج این تحقیق، مسئولین شهری باید در نحوه‌ی توزیع خدمات و امکانات شهری بازنگری کنند. نتایج تحقیق حاضر به آن‌ها یاری خواهد رساند تا نحوه‌ی توزیع خدمات و امکانات شهری را با تنوع سبک‌های زندگی موجود در تهران و توزیع جغرافیایی آن‌ها متناسب سازند.

روش تحقیق

در راه پاسخ به پرسش‌های فوق، تحقیق حاضر با استفاده از روش تحلیل نظری، نظریه‌ی جامعه‌شناس معاصر، پی‌یر بوردیو را به‌عنوان مبنای نظری این نوشتار انتخاب می‌کند و براساس آن به تحلیل مفهوم سبک زندگی در جامعه‌ی ایران و شهر تهران می‌پردازد. افزون بر این، تحقیق حاضر به‌تناسب بحث از روش اسنادی، روش تاریخی و روش مشاهده استفاده می‌کند و مشاهدات خود را با گزارش‌ها، اطلاعات و آمار موجود تطبیق می‌دهد. براین‌اساس پس از تعیین طبقات اجتماعی موجود در شهر تهران و نحوه‌ی توزیع مکانی آن‌ها، سبک‌های زندگی مرتبط موجود و ویژگی‌های متمایز آن‌ها با استفاده از نظریه‌ی بوردیو و برپایه‌ی مشاهدات و اسناد و گزارش‌های مختلف تشخیص داده می‌شوند. سپس با استمداد از نحوه‌ی توزیع جغرافیایی شاخص‌های مختلف شهری مانند مساجد، کافی شاپ‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید و... در شهر تهران و ارتباط آن‌ها با سبک‌های زندگی متمایز موجود، توزیع مکانی سبک‌های زندگی موجود در شهر تهران مشخص می‌گردد.

زیربنای نظری

هرچند مفهوم سبک زندگی به‌تازگی برجسته شده است و از کاربرد فراوانی در تحقیقات اجتماعی برخوردار گشته است، این مفهوم یکی از موضوعات همیشگی مورد علاقه‌ی

جامعه‌شناسان بوده است. جامعه‌شناسان کلاسیک و معاصر دیدگاه‌ها و ایده‌های مختلفی در رابطه با مفهوم سبک زندگی ابراز کرده‌اند. ازجمله‌ی این جامعه‌شناسان می‌توان به ماکس وبر، تورستن وبلن و آنتونی گیدنز اشاره کرد که در این‌جا به‌علت محدودیت حجم مقاله از شرح نظریات آن‌ها خودداری می‌گردد. اما شاید پی‌یر بوردیو شاخص‌ترین متفکر معاصر باشد که به‌نحو تفصیلی به موضوع سبک زندگی پرداخته است. درنتیجه در این‌جا به توضیح مختصر دیدگاه او می‌پردازیم و باتوجه به جامعیت و سودمندی عملی نظریه‌اش، آن را به‌عنوان مبنای نظری تحقیق حاضر در نظر می‌گیریم.

مفهوم سبک زندگی در دیدگاه بوردیو

پی‌یر بوردیو با طرح جامعه‌شناسی رابطه‌محور و با ابداع مفاهیمی چون میدان^۱، منش^۲ و سرمایه^۳ دستگاه نظری خویش را پی می‌افکند. بوردیو سرمایه را منبعی ارزشمند و موضوع نزاع اجتماعی در میدان می‌داند و به‌نحو کلی ۴ نوع سرمایه را تشخیص می‌دهد: ۱- سرمایه‌ی اقتصادی ۲- سرمایه‌ی اجتماعی ۳- سرمایه‌ی فرهنگی ۴- سرمایه‌ی نمادین (ترنر ۱۹۹۸: ۵۱۲). سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی مهم‌ترین سرمایه‌ها هستند و فضای درونی میدان‌های اجتماعی براساس رابطه‌ی این دو سرمایه تقسیم‌بندی می‌گردد (شوارتز ۱۹۹۷: ۱۳۷).

از سوی دیگر، تمایز^۴ مهم‌ترین اثر بوردیو در زمینه‌ی سبک زندگی است که دربردارنده‌ی پیمایشی اجتماعی در این حوزه است. از نظر او آشنایی با مفهوم سبک زندگی از طریق بررسی مفهوم طبقه‌ی اجتماعی به‌دست می‌آید. بوردیو به شرایط بنیادین وجودی^۵ افراد توجه دارد و از یک فضای اجتماعی سه‌بعدی سخن می‌گوید. این سه بعد عبارتند از: حجم کلی سرمایه^۶، ترکیب سرمایه^۷ و تغییر این دو خصوصیت در طول زمان (مسیر زندگی)^۸ (بوردیو ۱۳۹۰: ۱۶۸). با در نظر گرفتن ترکیب سرمایه‌ها، طبقات بالا، میانه و پایین از هم متمایز می‌شوند و باتوجه به

^۱ field

^۲ habitus

^۳ capital

^۴ distinction

^۵ fundamental condition of existence

^۶ total volume of capital

^۷ composition of capital

^۸ social trajectory

تفکیک سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی، طبقات بالا، متوسط و پایین به‌نحو درونی براساس توزیع نابرابر سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی به پاره‌طبقات مختلف تقسیم می‌گردند.

از دید بورديو سبک زندگی و طبقه‌ی اجتماعی در ارتباط با هم قرار دارند؛ به این معنی که افرادی که از موقعیت‌های طبقاتی همانندی برخوردارند، سبک‌های زندگی مشابهی دارند. در نتیجه میان سبک‌های زندگی افراد یک طبقه هم‌بستگی و پیوند وجود دارد و افراد هم‌طبقه از ذائقه‌ها و ترجیحات مشابهی در زمینه‌ی پوشاک، غذا، تزیین منزل و... برخوردارند. از سوی دیگر سبک‌های زندگی، محصولات سیستماتیک منش هستند که در روابط متقابلشان و به‌کمک شاکله‌های منش درک می‌شوند؛ و به نظام‌های نشانه‌ای تبدیل می‌شوند و به‌صورت اجتماعی مورد ارزیابی و قضاوت قرار می‌گیرند (همان: ۲۴۱).

از نظر بورديو، میدان طبقات اجتماعی و فضای سبک‌های زندگی هومولوژی^۱ ساختاری دارند. منظور بورديو از هومولوژی ساختاری در این‌جا ساختاری از تقابل‌هاست. او بر نگرش‌های ساختاری و رابطه‌ای میان دو مفهوم طبقه و سبک زندگی تأکید می‌کند. از دید او تقابل‌های ساختاری وجود دارند که طبقات را از هم متمایز می‌سازند و سبک زندگی و مصرف راه‌های بیان این تقابل‌ها هستند.

تفاوت‌های ذکر شده در شرایط طبقاتی، دو نوع منش طبقاتی متمایز و تمایزبخش را ایجاد می‌کنند که به‌نحو دیالکتیکی به خلق سبک‌های زندگی متمایز یاری می‌رسانند. در نتیجه‌ی این تمایزات، منش طبقه‌ی مسلط که مبتنی بر تمایز است از منش طبقه‌ی کارگر که مبتنی بر ضرورت است تفکیک می‌یابد. این دو نوع منش در رابطه‌ای دیالکتیکی، دو نوع ذائقه را تولید می‌کنند که به‌ترتیب مبتنی بر تجمل و ضرورت هستند. بورديو این تفاوت را در اختلاف فرم و محتوا ردیابی می‌نماید. از نظر او طبقات بالا بیش‌تر به فرم اهمیت می‌دهند، در حالی که طبقات پایین بیش‌تر بر محتوا تأکید می‌کنند. هم‌چنین بورديو به طبقه‌ی متوسط اشاره می‌کند و طبایع منش افراد این طبقه را از نوع تمایل و تظاهر معرفی می‌کند. اعضای طبقه‌ی متوسط از یک سو خواستار عدم تشابه با طبقه‌ی کارگر و از سوی دیگر در طلب هم‌سان شدن با طبقه‌ی بالا هستند (همان: ۲۴۷).

¹ homology

درمجموع از دید بورديو برای درنظرگرفتن مفهوم سبك زندگي بايد حجم و تركيب سرمايه‌ها، طبع و قريحه‌هاي منش، ميدان‌هاي مختلف (ورزش، موسيقي، غذا، سياست، زبان، دکوراسيون و...) و سليقه يا ذائقه را درنظرگرفت.

۳- یافته‌ها

۳-۱- تمایز سبک‌های زندگی در تهران امروز

با دقت در نظريه‌ی بورديو می‌توان از طبقات اجتماعی مختلف و سبک‌های زندگی مرتبط سخن گفت. به‌نحوی که مشاهده شد، ازنظر بورديو طبقات از یک منظر عینی گروه‌بندی‌هایی از افراد هستند که ازطریق اولویت‌بندی، شبیه و یا نزدیک به هم هستند و جایگاه‌هایی را اشغال می‌کنند، اما جدا از اشغال جایگاه‌های مشترک که به‌نحو عینی درنظر گرفته می‌شود، افراد باید به یک شناخت جمعی از هویت خود به‌عنوان عامل تمایز از سایر گروه‌ها و طبقات نیز دست یابند تا بتوانند به‌عنوان طبقه‌ی اجتماعی شناخته و پذیرفته شوند و هم‌چنین از یک منش مشترک برخوردار باشند. هم‌چنین طبقات اجتماعی را بنا بر آنچه در نظریه‌ی بورديو دیدیم، باید براساس حجم سرمايه و تركيب سرمايه درنظر گرفت که مبتنی بر سرمايه‌ی اقتصادی و سرمايه‌ی فرهنگی است. به‌عبارت دیگر باید به توزیع این دو نوع سرمايه در شهر تهران توجه کرد. براین‌اساس می‌توان طبقه‌ی بالا با برخورداری از سرمايه‌ی اقتصادی و سرمايه‌ی فرهنگی بالا، طبقه‌ی متوسط با برخورداری از سرمايه‌ی اقتصادی و فرهنگی در حد متوسط و طبقه‌ی پایین با در اختیار داشتن سرمايه‌ی اقتصادی و سرمايه‌ی فرهنگی کم را درنظر گرفت و به تقسیمات درونی هر یک از این طبقات توجه کرد. البته باید توجه داشت که جامعه‌ی ایران با جامعه‌ی مورد مطالعه‌ی بورديو تفاوت اجتماعی-ساختاری دارد. از سویی طبقات در جامعه‌ی ایران درطول تاریخ از دولت مرکزی استقلال نداشته‌اند، ازاین‌رو درمورد وجود هویت جمعی طبقاتی و برخورداری از منش طبقاتی در جامعه‌ی ایران تردیدهایی وجود دارد. اگرچه برخی جمع‌ها و انجمن‌ها در رابطه با برخی طبقات مشاهده‌شدنی هستند اما این پدیده در جامعه‌ی ایران به‌دلایل مختلف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی چندان عمومیت ندارد. در این زمینه می‌توان به وجود برخی گروه‌های صنفی، برخی هیات‌های مذهبی در رابطه با طبقه‌ی متوسط سستی، برخی

انجمن‌های داوطلبانه و جمع‌های فکری در رابطه با طبقه‌ی متوسط جدید اشاره نمود. اما به‌نحوی که ذکر شد، چنین جمع‌ها و انجمن‌هایی چندان گسترده نیستند. ازسوی دیگر نمی‌توان ملاک‌های تقسیم‌بندی طبقات در جامعه‌ای چون فرانسه را عیناً درمورد جامعه‌ی ایران به‌کار برد. به‌عنوان مثال برخلاف جامعه‌ی فرانسه، بخش قابل توجهی از طبقه‌ی بالای اجتماعی در ایران از سرمایه‌ی فرهنگی بالایی برخوردار نیستند. این طبقه برخلاف جامعه‌ی فرانسه دربرگیرنده‌ی اقشار بورژوازی ریشه‌دار و برخوردار از تداوم تاریخی نیست. دربرابر بخش مهمی از طبقه‌ی بالا در ایران را ثروت‌مندان وابسته، نوکیسه و رانتی تشکیل می‌دهند. هم‌چنین در تفکیک طبقه‌ی متوسط به طبقه‌ی متوسط بالا و پایین با توجه به نحوه‌ی توزیع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی مشکلاتی وجود دارد و در مواردی نمی‌توان تقسیم‌بندی کاملاً دقیقی انجام داد. باین‌وجود به‌نظر می‌رسد می‌توان با اندکی تسامح طبقات اجتماعی در ایران را براساس تعریف بوردیو و با توجه به مدل نظری او مشخص نمود. درنتیجه می‌توان در جامعه‌ی ایران (به‌خصوص در شهر تهران) اقشاری چون کارخانه‌داران، مدیران شرکت‌های خصوصی بزرگ (شرکت‌های واردات-صادرات، شرکت‌های ساختمانی و...)، پزشکان متخصص و برخی هنرمندان را در طبقه‌ی بالا جای داد. اساتید دانشگاه‌ها، بازاریان، معلمان، روحانیون، کارمندان، نویسندگان و گروهی دیگر از هنرمندان را در طبقه‌ی متوسط مشخص کرد و اقشاری چون کارگران صنعتی، کارگران نیمه‌ماهر و خدمت‌کاران را به طبقه‌ی پایین نسبت داد. هم‌چنین در طبقه‌ی متوسط جامعه‌ی ایران (و شهر تهران) باید به طبقه‌ی متوسط سنتی و طبقه‌ی متوسط جدید اشاره کرد. اصولاً طبقه‌ی متوسط سنتی را می‌توان با جناح مسلط این طبقه (سرمایه‌ی اقتصادی بیشتر و سرمایه‌ی فرهنگی کمتر) (بازاریان و...) و طبقه‌ی متوسط جدید را با جناح تحت سلطه‌ی این طبقه (سرمایه‌ی اقتصادی کمتر و سرمایه‌ی فرهنگی بیشتر) (نویسندگان، اساتید، معلمان و...) متناظر دانست. افزون بر این درزمینه‌ی توزیع جغرافیایی طبقات مختلف در شهر تهران می‌توان به شاخص‌هایی چون نحوه‌ی توزیع مسکن در بعد سرمایه‌ی اقتصادی و نحوه‌ی توزیع برخورداری از آموزش عمومی و تخصصی در بعد سرمایه‌ی فرهنگی توجه نمود. به‌عبارت دیگر نحوه‌ی توزیع مکانی شاخص‌های فوق می‌تواند به تشخیص نحوه‌ی توزیع مکانی طبقات مختلف اجتماعی در شهر تهران یاری رساند.

درزمینه‌ی شاخص مسکن، نحوه‌ی توزیع متوسط زیربنا در سطح شهر تهران از الگوی توزیع سرانه‌ی زیربنا تبعیت می‌کند. بدین ترتیب که در سال ۱۳۸۵، مناطق جنوب شهر از کم‌ترین مساحت زیربنا (بین ۵۰ تا ۷۰ متر مربع) برخوردار هستند. درمقابل، مناطق شمالی شهر (به‌ویژه مناطق ۱ و ۳) بالاترین سطح زیربنا (بین ۱۳۰ تا ۱۷۵ متر مربع) را دارا می‌باشند. مناطق شرق و غرب شهر که از مناطق جدید توسعه‌ی شهر محسوب می‌شوند، از مساحت زیربنای متوسط (حدود ۱۰۰ متر مربع) برخوردار هستند. این تفاوت نیز عمدتاً از تفاوت در سطح درآمد و توان مالی خانوارها ناشی می‌شود که از جنوب به شمال شهر افزایش می‌یابد (شهرداری تهران، ۱۳۹۱: اطلس کلان‌شهر تهران).

درزمینه‌ی شاخص آموزش، اطلاعات مربوط به سال ۱۳۸۵ مشخص می‌کند که بیش‌ترین تعداد خانوارهای معمولی که همه‌ی اعضای آن‌ها فاقد سواد هستند، در مناطق جنوبی شهر تهران توزیع شده‌اند، درحالی که تعداد این‌گونه خانوارها در بخش‌های شمالی شهر در حداقل خود قرار دارد.

مناطق ۱۰ و ۱۶ بیش‌ترین و مناطق ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ و ۶ کم‌ترین نسبت خانوارهای بدون عضو باسواد را در اختیار دارند. در عین حال بیش‌ترین نسبت خانوارهای دارای یک عضو باسواد در مناطق میانی شهر (مناطق ۳، ۶ و ۷) تمرکز یافته و مناطق واقع در غرب و جنوب غرب شهر (مناطق ۱۸، ۱۹، ۲۱ و ۲۲) از این نظر پایین‌ترین نسبت را دارا می‌باشند. طی همین سال درحالی که بیش‌ترین تمرکز از نسبت خانوارهایی که دو نفر از اعضای آن‌ها باسوادند در بخشی از مرکز و جنوب غربی شهر (مناطق ۱۰، ۱۸ و ۱۹) مشاهده می‌شوند، قسمت‌هایی از مناطق شمالی شهر (مناطق ۲ و ۶) از کم‌ترین میزان شاخص یادشده برخوردار هستند. منطقه‌ی ۱ واجد بالاترین نسبت از خانوارهایی است که سه تن از اعضای آن‌ها باسوادند. مناطق ۲۱ و ۲۲ واقع در غرب تهران نیز از این نظر تمرکز بالایی را نشان می‌دهند. کم‌ترین نسبت این‌گونه خانوارها در مناطق واقع در بخش مرکزی شهر (۷، ۱۰ و ۱۱) دیده می‌شوند (همان).

افزون بر این، طی سال ۱۳۸۵ پراکندگی جغرافیایی جمعیت با تحصیلات ابتدایی و راهنمایی نشان می‌دهد که جمعیت پایتخت دارای تحصیلات بالاتر از دوره‌ی راهنمایی است. درحالی که مناطقی از نیمه‌ی جنوبی شهر بالاترین درصد جمعیت در سطوح تحصیلات ابتدایی و راهنمایی را در خود جای داده‌اند (مناطق ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸ و ۱۹)، مناطق ۱۰ و ۲۱ واجد بیش‌ترین درصد

جمعیت دارای سطح تحصیلات متوسطه می‌باشند.

الگوی توزیع فضایی جمعیت با سطح تحصیلات دانشگاهی تا اندازه‌ای متفاوت از موارد پیش‌گفته است. مناطق ۱، ۲، ۳ و ۶ با در اختیار داشتن بالاترین نسبت جمعیت با سطح تحصیلات عالی، به گونه ای بارز از سایر مناطق شهر فاصله گرفته‌اند. مناطقی از جنوب شهر کم‌ترین نسبت این جمعیت را دارا هستند (همان).

براین اساس می‌توان به تشخیص نحوه‌ی توزیع مکانی طبقات بالا، متوسط و پایین و اجزای درونی این طبقات مانند طبقات متوسط جدید و متوسط سنتی در شهر تهران پرداخت. به‌نحوی که مشاهده می‌گردد، براساس نحوه‌ی توزیع مکانی شاخص‌های مختلف اقتصادی و فرهنگی از جمله شاخص‌های مربوط به نحوه‌ی توزیع برخورداری از مسکن و آموزش در مناطق مختلف شهر تهران، طبقه‌ی بالا در مناطق شمالی شهر (شمال و شمال غرب) و طبقات پایین در مناطق جنوبی شهر تهران (جنوب، جنوب شرق و جنوب غرب) سکونت دارند. همچنین طبقات متوسط در مناطق مرکزی، شمال شرقی، شمالی و شمال غربی تهران پراکنده‌اند. براساس تحلیل شاخص‌های مختلف، اعضای طبقه‌ی متوسط سنتی بیش‌تر در مناطق مرکزی و مرکز شرقی تهران سکونت دارند که محله‌هایی با بافت مذهبی و نزدیک به بازار سنتی تهران هستند و اعضای طبقه‌ی متوسط جدید در محله‌های شمالی، شمال شرقی و شمال غربی تهران سکنی گزیده‌اند.

پس از تشخیص طبقات اجتماعی و تمیز آن‌ها از یکدیگر، می‌توان به تحلیل سبک‌های زندگی متمایز ساکنان شهر تهران پرداخت. به‌نحوی که دیدیم، از دید بوردیو سبک زندگی و طبقه‌ی اجتماعی در ارتباط با هم قرار دارند. به این معنی که افرادی که از موقعیت‌های طبقاتی همانندی برخوردارند، سبک‌های زندگی مشابهی دارند. به بیان دقیق‌تر، طبقه‌ی اجتماعی و سبک زندگی هومولوژی ساختاری دارند و سبک‌های زندگی و مصرف راه‌های بیان تقابل‌های طبقاتی هستند. در نتیجه افراد هم طبقه از ذائقه‌ها و ترجیحات مشابهی در زمینه‌ی پوشاک، غذا، تزیین منزل و... برخوردارند. از سوی دیگر سبک‌های زندگی محصول منش هستند و از طبایع منش تاثیر می‌پذیرند. سبک‌های زندگی، محصولات سیستماتیک منش هستند که در روابط متقابلشان و به کمک شاکله‌های منش درک می‌شوند و به نظام‌های نشانه‌ای تبدیل می‌شوند و به صورت اجتماعی مورد ارزیابی و قضاوت قرار می‌گیرند.

با استفاده از شاخص‌های بیان‌شده در رابطه با سبک‌های زندگی در نظریه‌ی بورديو و برپایه‌ی مشاهدات صورت‌گرفته و با استناد به گزارش‌های مختلف می‌توان به توصیف سبک-های زندگی موجود در جامعه‌ی ایران و شهر تهران پرداخت. اما پیش از آن باید تذکر داد که وجود دولت متمرکز در ایران در بسیاری موارد اجازه‌ی بروز سبک‌های زندگی طبقات مختلف اجتماعی را نمی‌دهد. در نتیجه در مطالعه‌ی سبک زندگی در ایران باید به وجود برخی سبک‌های زندگی پنهان و زیرزمینی نیز توجه نمود. هم‌چنین باید توجه داشت که اگرچه سبک‌های زندگی طبقات مختلف اجتماعی از هم متمایزند (و این تمایزات در ادامه ذکر خواهند شد) اما وجود رسانه‌هایی مانند تلویزیون و ماهواره در کنار عوامل دیگر به تشابه و یک‌دستی سبک‌های زندگی طبقات مختلف دامن زده‌اند. به‌عنوان مثال، اکنون افراد بسیاری از طبقات مختلف اجتماعی به تماشا و پیگیری سریال‌های تلویزیونی یا ماهواره‌ای مشغولند. هم‌چنین در زمینه‌ی مصرف موسیقی، اگرچه برخی تفاوت‌های معنی‌دار در بین طبقات مختلف اجتماعی وجود دارد اما رواج موسیقی پاپ به‌نحو قابل توجهی از تمایزات سبک‌های زندگی در این زمینه کاسته است. افزون بر این، در زمینه‌ی ورزش نیز علی‌رغم وجود تمایزات مختلف (به‌نحوی که ذکر خواهد شد) ورزش‌هایی مانند فوتبال، والیبال، کاراته، جودو و... حداقل در بین سبک‌های زندگی مربوط به طبقات متوسط (سنتی و جدید) و پایین رواج یافته‌اند. در نتیجه تمایزات موجود در بین سبک‌های زندگی طبقات متوسط و پایین در این زمینه تقلیل یافته است.

در توصیف سبک زندگی طبقه‌ی بالا باید به برخورداری از خانه‌های وسیع با دکوراسیون مجلل، اتومبیل‌های گران‌قیمت و خارجی، پوشاک مارک‌دار و گران‌قیمت و... توجه کرد. هم‌چنین در زمینه‌ی خوراک این طبقات معمولاً از غذاهای خانگی و سالم تهیه‌شده از مواد درجه‌یک استفاده می‌کنند و یا در رستوران‌های مجلل و گران‌قیمت به صرف غذا می‌پردازند. استفاده از آرایش‌ها و مراقبت‌های بدن خاص و متمایز، یکی دیگر از مشخصه‌های سبک زندگی طبقه‌ی مسلط است که براساس نظر بورديو، ژرف‌ترین طبایع منش را به نمایش می‌گذارند. در میدان ورزش نیز این طبقات به ورزش‌های تک‌نفره و غیرگروهی مانند پیاده‌روی، تنیس، شنا (معمولاً در فضای خانه)، پرواز با پاراگلایدر، اسکی و... علاقه‌مندند که به‌گفته‌ی بورديو ورزش‌هایی دور از دسترس هستند و از رقابت با دیگران و پذیرش انضباط اجتماعی دور می‌باشند. در زمینه‌ی موسیقی نیز اگرچه در کل تمایز چندانی در بین طبقات مختلف به چشم

نمی‌خورد و مصرف موسیقی پاپ در بین اعضای این طبقه نیز رواج دارد اما برخی از اقشار این طبقه به مصرف موسیقی‌های کلاسیک غربی مانند باخ، بهوون و... می‌پردازند. هم‌چنین می‌توان به خرید از بوتیک‌های خاص و برخی مراکز خرید جدید، انجام سفرهای خارج از کشور و مصرف خانگی فراوان اشاره کرد که بخش مهمی از سبک زندگی مربوط به طبقات بالا را مشخص می‌کند.

این شاخص‌ها نشان‌گر منش، سلیقه و ذائقه‌هایی هستند که سبک زندگی این طبقه را مشخص می‌کنند. منشی که به‌گفته‌ی بورديو مبتنی بر تمایز است و از ضرورت‌های اقتصادی رها است. به عبارت دیگر، سبک زندگی اعضای طبقه‌ی مسلط در ارتباط با منش اعضای این طبقه قرار دارد که به‌نحو نیمه‌آگاهانه مرجع سلیقه‌ها و ذائقه‌های دیگر طبقات اجتماعی است و بر تمایز هر چه بیش‌تر از آن‌ها تاکید دارد. هم‌چنین بنا به تاکید بورديو، سلیقه‌ی اعضای طبقات مسلط بر فرم اعمال تاکید دارد به‌نحوی که فرم خوراک، پوشاک، دکوراسیون منزل و... مهم‌تر از محتوای آن‌ها است.

در توصیف سبک زندگی طبقات متوسط، به‌نحوی که ذکر شد، باید به دو خرده‌طبقه‌ی متوسط سنتی و متوسط جدید توجه کرد. سبک زندگی طبقه‌ی متوسط سنتی باتوجه به ویژگی‌هایی چون برخورداری از منازل شخصی با متراژ متوسط با دکوراسیون سنتی، اتومبیل‌های معمولی و گاهی ازمداقتاده، پوشاک سنتی و معمولی، استفاده‌ی محدود از آرایش و مراقبت‌های زیبایی (آرایش سنتی زنان تنها در درون خانه)، مصرف غذاهای سنتی ایرانی (مانند چلوکباب، قورمه‌سبزی، خورشت قیمه و...) در منزل و یا در رستوران‌های معمولی، انجام ورزش‌های گروهی و فردی مانند فوتبال، والیبال، کاراته و... مصرف موسیقی سنتی ایرانی، گذراندن اوقات فراغت به‌شکل خرید در بازارهای سنتی یا دیدوبازدید با خویشان و همسایگان، برخورداری از باورهای قوی مذهبی، حضور در مساجد و تکایای مذهبی و... مشخص می‌شود. سفرهای مذهبی و زیارتی و مصرف خانگی اندک نیز بخش دیگری از سبک زندگی مربوط به این طبقه را نشان می‌دهد.

دربرابر، طبقه‌ی متوسط جدید از سبک زندگی متمایزی برخوردار است. برخورداری از خانه‌های آپارتمانی با متراژ متوسط با دکوراسیون جدید و متظاهرا نه (نسبت به دکوراسیون طبقه‌ی بالا)، اتومبیل‌های معمولی و جدید، پوشاک جدید و مد روز (و متظاهرا نه نسبت به

پوشاک طبقه‌ی بالا)، استفاده از آرایش‌ها و مراقبت‌های زیبایی جدید و متظاهران، مصرف غذاهای فست‌فود و استفاده از کافی‌شاپ‌ها، علاقه به ورزش‌های فردی و گروهی نه‌چندان گران‌قیمت (مانند پیاده‌روی، بدن‌سازی، شنا، فوتبال، والیبال و...)، مصرف موسیقی‌های پاپ، جاز، رپ (و در مواردی موسیقی سنتی ایرانی یا موسیقی کلاسیک غربی)، مصرف فضاهای فرهنگی مانند نگارخانه‌ها، سالن‌های نمایش یا سینماها، خرید و پرتی در پاساژها و مراکز خرید جدید، مطالعه‌ی روزنامه‌ها، رمان‌ها و کتاب‌های متنوع، برخورداری از باورهای مذهبی به‌اصطلاح نواندیشانه یا روی آوردن به ادیان و باورهای شخصی و...، انجام سفرهای خارج از کشور (اکثراً به مناطق نزدیک) و سفرهای درون‌کشوری (اکثراً به شمال کشور) و مصرف خانگی فراوان ویژگی‌های سبک زندگی این طبقه را مشخص می‌سازد.

ویژگی‌های سبک زندگی این پاره‌طبقه را می‌توان با خصوصیات متناظر دانست که بورديو در توصیف منش، سلیقه و ذائقه‌ی طبقه‌ی متوسط ذکر می‌کند. اعضای طبقه‌ی متوسط جدید بسیار بیش‌تر از اعضای طبقه متوسط سنتی در جهت هم‌نوایی با سبک زندگی طبقه‌ی مسلط تلاش می‌کنند. به‌گفته‌ی بورديو طبایع منش افراد این طبقه از نوع تمایل و تظاهر است. منش و سبک زندگی‌ای که حاصل تقابل خواست یکی شدن با طبقه‌ی بالا و امکانات محدود عملی برای به‌اجرا درآوردن این آرزو است. این منش به‌نحوی که مشاهده شد در طریقه‌ی پوشش، آرایش‌های بدنی، دکوراسیون منزل و... خود را بروز می‌دهد. آن‌ها زندگی اضطراب‌آمیز و بادغده‌ای را سپری می‌کنند که حاصل حرکت نیمه‌آگاهانه در جهت نزدیکی با سبک زندگی طبقه‌ی مسلط است.

هم‌چنین، به‌نحوی که بورديو می‌گوید، منش طبقه‌ی متوسط جدید حاوی تاکید بر نفس سبک اعمال است و این تاکید بر سبک را می‌توان در سبک‌های هنری و سبک‌های مربوط به خوراک و پوشاک در زندگی روزمره مشاهده نمود.

سبک زندگی طبقه‌ی پایین نیز از خصوصیات متمایزی برخوردار است. برخورداری از خانه‌های با متراژ کم و کوچک با دکوراسیون ساده و بسیار معمولی، عدم استفاده از اتومبیل یا استفاده از اتومبیل‌های ارزان‌قیمت و یا استفاده از موتورسیکلت، استفاده از پوشاک معمولی و معمولاً خارج از مد روز (مطابق با مد پوشاک چند سال پیش)، آرایش بدنی و مراقبت زیبایی خارج از مد روز (مطابق با مد آرایش سال‌های قبل)، مصرف غذاهای حجیم، سنگین، مانده و

گاهی ناسالم، عدم وجود مخلفات (پیش‌غذا، دسر و...) و تشریفات و تغذیه در غذاخوری‌ها و قهوه‌خانه‌ها، علاقه به ورزش‌های گروهی و جمعی مانند فوتبال و والیبال و ورزش‌های فردی نظیر بوکس، کاراته، کشتی و...، مصرف موسیقی‌های پاپ یا سنتی و موسیقی به اصطلاح چاله‌میدانی، برخورداری از باورهای مذهبی (در مواردی قشری) و روی آوردن به تکاپای مذهبی در ایام مذهبی خاص (ایام محرم و صفر و...)، انجام سفرهای کوتاه درون‌کشوری و زیارتی در صورت امکان و مصرف خانگی اندک.

بنا بر تاکید بوردیو منش اعضای طبقات پایین مبتنی بر ضرورت است. آن‌ها درگیر برآوردن ضرورت‌های اقتصادی و نیازهای اولیه‌ی خود هستند. آن‌ها نیز خواهان شباهت با سبک زندگی طبقه‌ی مسلط هستند، هرچند به دلیل ضرورت‌های اقتصادی توانایی ورود به بازی تمایز را ندارند. سبک زندگی آن‌ها به تدریج و پس از سال‌ها به سبک زندگی طبقه‌ی مسلط شباهت می‌یابد و این درحالی است که طبقه‌ی مسلط سبک زندگی خود را در جهت تمایز هرچه بیش‌تر تغییر داده است. در نتیجه شیوه‌ی پوشش، آرایش، تزئین منزل و... آن‌ها به شیوه‌های قدیمی طبقه‌ی مسلط شباهت دارد. هم‌چنین، به نحوی که بوردیو مشخص می‌کند، آن‌ها بر محتوای اعمال بیش از فرم آن تاکید می‌کنند. این تاکید را می‌توان در نوع خوراک و مکان‌های صرف آن مشاهده کرد. هم‌چنین در این سبک زندگی تفاوت چندانی میان لباس رو و زیر یا درون و برون منزل وجود ندارد.

افزون‌براین، باتوجه به نحوه‌ی توزیع مکانی شاخص‌های مختلف شهری و ارتباط آن‌ها با سبک‌های زندگی متمایز موجود، می‌توان به تحلیل نحوه‌ی توزیع مکانی سبک‌های متمایز زندگی در شهر تهران پرداخت. در این زمینه باید به نحوه‌ی توزیع مساجد، حسینیه‌ها، بازارها، مراکز خرید، پاساژها، رستوران‌ها، کافی‌شاپ‌ها، آرایشگاه‌ها، سینماها، سالن‌های تئاتر و... توجه نمود. نحوه‌ی توزیع شاخص‌های شهری فوق می‌تواند ما را در تعیین توزیع مکانی سبک‌های زندگی متمایز در تهران یاری کند.

بنا بر آمار مربوط به سال ۱۳۸۹، تعداد مساجد شهر تهران ۱۰۵۰ باب و تعداد تکیه‌ها و حسینیه‌ها ۲۹۲ باب بوده است (شهرداری تهران ۱۳۹۱: سال‌نامه‌ی آماری شهر تهران) و بیش‌ترین دسترسی به مساجد در نواحی واقع در مرکز و مرکزی جنوب و شرق شهر تهران و به‌ویژه مناطق ۴، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۷ و ۲۰ است (شهرداری تهران ۱۳۹۱: اطلس

کلان‌شهر تهران). به عبارت دیگر شاخص اکثر محلات و مناطق مرکزی و جنوب شهر تهران مساجد، حسینیه‌ها و تکایا هستند و بر این اساس می‌توان گفت که وجود شاخص‌های شهری فوق از وجود سبک زندگی طبقه‌ی متوسط سستی و طبقه‌ی پایین به ترتیب در نواحی مرکزی و مرکز شرقی و مناطق جنوب، جنوب شرقی و جنوب غربی شهر تهران حکایت می‌کند.

هم‌چنین تعداد ۳۲۰ کافی‌شاپ در کتاب اول سال ۱۳۹۱ به ثبت رسیده‌اند که اکثریت مطلق آن‌ها در مناطق شمالی، شمال غرب، شمال شرق و مرکز تهران واقع شده‌اند (کتاب اول ۱۳۹۱: کافی‌شاپ‌ها). این درحالی است که در مناطق جنوبی و مرکزی شرقی شهر کم‌تر کافی‌شاپی به چشم می‌خورد. در جنوب تهران در برابر کافی‌شاپ‌ها، قهوه‌خانه‌ها قرار دارند. در قهوه‌خانه‌ها به نحوی که بورديو نیز توضیح می‌دهد نحوه‌ی تعاملات و سبک خوردن و آشامیدن به کلی متفاوت است. این مکان‌ها به مردان اختصاص دارد و در آن افراد به نحو دسته‌جمعی و گروهی غذا می‌خورند یا قلیان می‌کشند و با صدای بلند حرف می‌زنند درحالی که کافی‌شاپ‌ها محل تعامل مردان و زنانی است که به صورت تک‌تک در آن حضور دارند و فردیت آن‌ها مهم است. کافی‌شاپ‌ها به گونه‌ای طراحی شده‌اند که انسان‌ها، استقرار و اجتماعات بزرگی ندارند. فضای آن‌ها اکثراً کوچک است و طراحی‌ها به لحاظ معماری، فرم و نحوه‌ی نشستن خیلی عجیب و غریب است (آزاد ارمکی ۱۳۸۷: ۲۸۶). هم‌چنین با نگاهی به فهرست فست‌فودها و پیتزافروشی‌های ثبت شده در سایت شهرداری تهران (شهرداری تهران ۱۳۹۱: خدمات در شهر)، اکثریت اغذیه‌فروشی‌های نام‌نشان‌دار و زنجیره‌ای در مناطق شمالی، شمال غرب، شمال شرق و مرکزی شهر قرار دارند و تعداد این نوع اغذیه‌فروشی‌ها در جنوب و مرکز شرقی تهران نادر است. در نتیجه محل استقرار شاخص‌های شهری کافی‌شاپ و رستوران‌های فست‌فود و پیتزا می‌تواند نشان‌دهنده‌ی وجود سبک زندگی طبقه‌ی متوسط جدید در مناطق شمالی، شمال شرق و شمال غرب تهران باشد. وجود قهوه‌خانه‌ها در جنوب تهران نیز نشان‌دهنده‌ی سبک زندگی طبقه‌ی پایین در این مناطق است. وجود کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌های فست‌فود در مناطق مرکزی نیز می‌تواند با وجود دانشگاه‌ها و خوابگاه‌های دانشجویی و محل کار افراد طبقه‌ی متوسط جدید توجیه شود. این درحالی است که در مناطق مرکزی شرقی تهران (مناطق ۱۲ و ۱۳) نوع غالب رستوران‌ها از نوع چلوکبابی است و فست‌فود فروشی‌های نادری در این منطقه به چشم می‌خورند. وجود این شاخص نیز می‌تواند استقرار سبک زندگی طبقه‌ی متوسط سستی در این

مناطق را تایید کند. هم‌چنین وجود رستوران‌های مجلل با غذاهای گران‌قیمت و تشریفات فراوان در مناطق شمالی شهر تهران نیز می‌تواند به‌عنوان شاخص شهری وجود سبک زندگی طبقات بالا در این مناطق در نظر گرفته شوند.

تعداد نگارخانه‌های موجود در شهر تهران ۶۲ عدد است که اکثریت آن‌ها در مناطق مرکزی و شمالی شهر واقع شده‌اند (شهرداری تهران ۱۳۹۱: اطلس کلان‌شهر تهران). با توجه به این که اکثریت استفاده‌کنندگان از نگارخانه‌ها و نمایشگاه‌های نقاشی طبقات متوسط جدید و بخشی از طبقه‌ی بالا هستند، این شاخص می‌تواند از وجود سبک زندگی این طبقات در مناطق فوق (شمال تهران) حکایت کند. باید توجه داشت که وجود مراکزی چون نگارخانه‌ها و سینماها در مناطق مرکزی شهر به‌سبب وجود ادارات، دانشگاه‌ها و مراکز اشتغال طبقات مختلف از جمله طبقه‌ی متوسط جدید در مرکز شهر است که دسترسی آن‌ها به مراکز فرهنگی فوق را تسهیل می‌کند. به همین دلیل، درحالی که تعداد کل سینماهای شهر تهران در سال ۱۳۸۹، ۶۰ عدد و تعداد کل سالن‌های نمایش ۱۱۱ عدد بوده است (شهرداری تهران ۱۳۹۱: سال‌نامه‌ی آماری شهر تهران) اکثریت آن‌ها در مناطق مرکزی شهر و به‌خصوص مناطق ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۶ قرار داشته‌اند (شهرداری تهران ۱۳۹۱: اطلس کلان‌شهر تهران). البته طبقات پایین و متوسط سنتی نیز از سینما استفاده می‌کنند اما مصرف فرهنگی آن‌ها از طبقه‌ی متوسط جدید به‌مراتب کم‌تر است.

افزون‌براین می‌توان به توزیع مکانی مراکز خرید توجه نمود. به‌نظر می‌رسد می‌توان براساس مکان استقرار این مراکز به مقایسه‌ی سبک‌های زندگی متمایز پرداخت. براین‌اساس، درحالی که اعضای طبقه‌ی بالا به خرید از بوتیک‌ها و برخی پاساژهای خاص واقع در شمال و شمال غرب تهران علاقه‌مندند، اعضای طبقه‌ی متوسط جدید به خرید از طیف وسیع‌تری از پاساژها (شمال، شمال شرق و شمال غرب) و فروشگاه‌های زنجیره‌ای (شهروند) می‌پردازند و اعضای طبقه‌ی متوسط سنتی از بازار قدیم شهر و دیگر بازارهای سنتی (مرکز و مرکز شرقی) خرید می‌کنند. این درحالی است که اعضای طبقه‌ی پایین به خرید از مغازه‌های مختلف (جنوب شهر) و برخی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای (قدس، اتکا و...) روی می‌آورند. بدین‌ترتیب مکان استقرار مراکز خرید مختلف می‌تواند نشان‌دهنده‌ی وجود سبک‌های زندگی مختلف در مناطق ذکرشده باشد. تحقیق عباس کاظمی تحت‌عنوان «پرسه‌زنی و زندگی روزمره‌ی ایرانی» با مطالعه‌ی ۴ مرکز خرید

نصر در گیشا، قائم در تجریش، گلستان در شهرک غرب (قدس) و گلستان در هروی بر مصارف دیگر پاساژها مانند مصرف فضای آن‌ها و پرسه‌زنی در پاساژها تاکید کرده است. از نظر او حضور فراگیر تیپ‌های متنوع از مناطق مختلف شهر، مانع از شکل‌گیری هویت متمایز می‌شود. حاشیه‌نشین‌ها، مرکز‌نشین‌ها و جنوب شهری‌ها با آمدن در پاساژ و استفاده از تیپ‌های رفتاری خریداران پاساژ، هویت متمایز پاساژ را از میان می‌برند و مانع از شکل‌گیری چیزی می‌شوند که بورديو علاقه‌مند بود آن را با واژه‌ی تمایز توضیح دهد (کاظمی ۱۳۸۸: ۱۳۳). در نقد این دیدگاه باید اشاره کرد که به‌نظر نمی‌رسد جنوب‌شهری‌ها و حاشیه‌نشینان حداقل در پاساژهایی چون گلستان شهرک غرب (قدس) یا گلستان هروی به پرسه‌زنی بپردازند. پاساژهایی از این نوع را باید محل رفت‌وآمد و پرسه‌زنی طبقات متوسط جدید و بالا دانست. در نتیجه نمی‌توان در مورد پاساژها حکم کلی صادر کرد و باید به مطالعه‌ی موردی هر یک از آن‌ها اهتمام کرد. مهم‌تر آن‌که اگرچه نفس پرسه‌زنی طبقات مختلف به‌مثابه نوعی مصرف زمان، تمایز بورديویی را به چالش می‌کشد، اما قیمت‌های کالاها در این پاساژها و امکان یا عدم امکان خرید و مصرف کالا، تمایز بورديویی را تایید می‌کند. به عبارت دیگر، این بحث منافاتی با تمایز سبک خرید و تمایز استفاده از مراکز خرید به‌قصد خرید توسط سبک‌های زندگی مختلف ندارد. در مجموع اعضای طبقات مختلف سلیقه‌های متمایزی دارند و از مراکز خرید متمایزی خرید می‌کنند. در مورد پرسه‌زنی و مصرف فضای پاساژ نیز به‌نظر نمی‌رسد بتوان نظریه‌ی بورديو را غیرکاربردی دانست. زیرا اکثریت پرسه‌زنان اکثر پاساژها را جوانان طبقه‌ی متوسط جدید و طبقه‌ی بالا تشکیل می‌دهند.

افزون‌براین می‌توان به پدیده‌ی شهری توجه کرد که در خیابان‌های شمالی شهر مشاهده‌شدنی است. پسران و دختران جوان شیک‌پوشی از طبقه‌ی بالا که با اتومبیل‌های چندصد میلیونی در خیابان‌ها پرسه می‌زنند. نویسندگان خود این پدیده را در خیابان‌های نیاوران (شمال تهران) و ایران‌زمین شهرک غرب (شمال غرب تهران) مشاهده کرده است. این جوانان در ساعاتی از شب به پرسه‌زنی و دوست‌یابی در شهر مشغول می‌شوند و بی‌توجه به ترافیک ایجاد کرده ساعت‌های متمادی چرخ می‌زنند. در این‌جا دو گروه اتومبیل مشاهده می‌شود: اتومبیل‌هایی که سرنشینان آن‌ها پسران جوان هستند و اتومبیل‌هایی که دختران جوان بر آن‌ها سوارند. اگر اتومبیلی دیده شود که سرنشینان آن ترکیبی از دو جنس هستند، مشخص است که

از دور دوست‌یابی خارج است. هم‌چنین مدل و قیمت اتومبیل‌ها نیز حائز اهمیت زیادی است. درحالی که دختران می‌توانند با اتومبیل‌های معمولی‌تر و ارزان‌قیمت‌تر وارد دور شوند، پسران باید شیک‌ترین و جدیدترین اتومبیل‌ها را سوار شوند. مسلماً هرچه مدل و قیمت اتومبیل پسران بالاتر باشد، احتمال شنیدن جواب مثبت از دختران اتومبیل‌سوار بیش‌تر می‌شود. البته دخترانی که اتومبیل‌های شیک‌تر و گران‌قیمت‌تر سوار می‌شوند نیز خود را در سطحی بالاتر و دور از دسترس عرضه می‌کنند. درنهایت اگر سرنشینان دختر و پسر به توافق برسند از دور خارج می‌شوند و اکثراً در کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌های گران‌قیمت مناطق شمالی شهر با هم ملاقات می‌کنند. این پدیده می‌تواند به‌عنوان شاخص وجود سبک زندگی طبقه‌ی بالا در مناطق ذکرشده در نظر گرفته شود. به‌عبارت دیگر تنها طبقات بالای اجتماعی می‌توانند با سوار شدن بر اتومبیل‌های گران‌قیمت و با پرسه‌زنی‌های شبانه اوقات فراغت خود را مصرف کنند و سبک زندگی متمایز خویش را به رخ بکشند. پدیده‌ی ذکرشده به‌تدریج در حال گسترش است به‌نحوی که در خیابان‌های مجاور دیگر مانند سعادت‌آباد یا پاسداران نیز مشاهده می‌شود. درنهایت توجه به توزیع جغرافیایی زباله‌های مسکونی در شهر تهران می‌تواند راه‌گشا باشد. زباله‌های تولید شده در شهر تهران را می‌توان به چند گروه عمده‌ی زباله‌های مسکونی، زباله‌های صنعتی، زباله‌های درمانی و زباله‌های شهری متفرقه تقسیم کرد (اسکندری نوده و دیگران ۱۳۸۸: ۶).

زباله‌های مسکونی را می‌توان شاخصی از فرهنگ مصرف کالاهای مختلف و سبک زندگی دانست و مقادیر مختلف زباله‌های مسکونی تولیدشده نیز می‌توانند نشان‌دهنده‌ی مقادیر مختلف مصرف خانگی سبک‌های زندگی متمایز باشد. با نگاهی به نحوه‌ی پراکندگی تولید زباله‌ی مسکونی در شهر تهران در سال ۱۳۸۴ مشخص می‌شود که بیش‌ترین مقادیر زباله‌ی مسکونی به‌ترتیب در مناطق ۴، ۲، ۵ و ۱ تولید می‌شوند و کم‌ترین مقادیر زباله‌های تولیدی مسکونی مربوط به مناطق ۲۲، ۹، ۱۶ و ۱۱ هستند. مقادیر زباله‌ی تولیدی از این قرار است: منطقه‌ی ۴ = ۲۵۷۳۰۳۱ (جمعیت = ۸۱۳۲۳۸)، منطقه‌ی ۲ = ۱۳۵۵۷۴۹ (جمعیت = ۵۹۹۹۱۵)، منطقه‌ی ۵ = ۱۰۴۴۸۵۳ (جمعیت = ۶۷۷۵۶۹)، منطقه‌ی ۱ = ۹۶۰۶۹۲ (جمعیت = ۳۷۲۷۵۸)، منطقه‌ی ۲۲ = ۶۹۲۵۸ (جمعیت = ۱۰۵۶۶۱)، منطقه‌ی ۹ = ۵۴۱۵۸ (۱۶۲۱۵۸)، منطقه‌ی ۱۶ = ۱۵۹۵۹۱ (جمعیت = ۲۹۰۶۳۰) و منطقه‌ی ۱۱ = ۱۵۵۱۵۴ (جمعیت = ۲۶۹۳۷۶). هم‌چنین باید توجه داشت

که مناطق ۴، ۲، ۵ و ۱ از وسیع‌ترین مناطق شهر تهران هستند درحالی که مناطق ۹، ۱۶ و ۱۱ از مساحت به مراتب کم‌تری برخوردارند و منطقه‌ی ۲۲ نیز علی‌رغم برخورداری از مساحت زیاد از مناطق جدید و درحال ساخت شهر تهران است که از تراکم جمعیت پایینی برخوردار است. اصولاً مناطق جنوبی شهر تهران از تراکم جمعیت بیش‌تری نسبت به مناطق شمالی شهر تهران برخوردار است (شهرداری تهران ۱۳۹۱: اطلس کلان‌شهر تهران). به‌نحو کلی ساکنان مناطق شمالی، شمال شرق و شمال غرب بیش‌ترین مقدار زباله‌ی مسکونی و ساکنان مناطق مرکزی و جنوبی شهر کم‌ترین مقدار زباله را تولید می‌نمایند (اسکندری نوده و دیگران ۱۳۸۸: ۹). درنتیجه از آن‌جا که مصرف خانگی فراوان مشخصه‌ی سبک زندگی طبقات بالا و متوسط جدید و مصرف خانگی اندک، ویژگی سبک زندگی طبقات متوسط سنتی و پایین درنظر گرفته می‌شوند، می‌توان باتوجه به مقادیر مختلف زباله‌های تولیدی در مناطق مختلف شهر تهران، مکان استقرار سبک‌های زندگی متمایز را تشخیص داد. درنتیجه مقادیر فراوان زباله‌های تولیدی در مناطق شمال، شمال شرق و شمال غرب تهران نشان‌دهنده‌ی وجود سبک زندگی طبقات بالا و متوسط جدید و مقادیر اندک زباله‌های تولیدی در مناطق مرکزی و جنوبی شهر تهران، نشان‌دهنده‌ی وجود سبک زندگی متمایز طبقات متوسط سنتی و پایین در این مناطق است. هم‌چنین می‌توان علاوه بر درنظر گرفتن کمیت زباله‌های تولیدی به کیفیت آن‌ها توجه نمود. براین‌اساس باید گفت زباله‌ی تولیدی طبقات بالا و متوسط جدید بیش‌تر از نوع زباله‌ی خشک و زباله‌ی تولیدی طبقات پایین و متوسط سنتی بیش‌تر از نوع زباله‌ی تر است.

درنتیجه می‌توان باتوجه به توزیع جغرافیایی شاخص‌های شهری چون مساجد، حسینیه‌ها و تکایا، کافی‌شاپ‌ها و رستوران‌ها، نگارخانه‌ها و سینماها، مراکز خرید و زباله‌های مسکونی و در ارتباط قرار دادن آن‌ها با سبک‌های متمایز زندگی، توزیع جغرافیایی سبک‌های زندگی مختلف در شهر تهران را مشخص نمود. بدین‌ترتیب سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی بالا در مناطق شمالی و شمال غربی تهران (مناطق شهری ۱، ۲ و ۳)، سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی متوسط سنتی در منطقه‌ی مرکزی و مرکز شرقی تهران (مناطق شهری ۱۲، ۱۳ و ۱۴)، سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی متوسط جدید در مناطق شمالی، شمال شرقی و شمال غربی تهران (مناطق شهری ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷ و ۸) و سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی پایین در مناطق جنوب، جنوب شرقی و

جنوب غربی شهر تهران (مناطق شهری ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱ و ۲۲) مشاهده می‌گردند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

به‌نحوی که بیان شد تحقیق حاضر در پی پاسخ‌گویی به سؤالات مشخص زیر بوده است: سبک‌های زندگی متمایز امروز ساکنان شهر تهران کدامند؟ شاخص‌های شهری مربوط به سبک‌های زندگی مختلف کدامند؟ و نحوه‌ی توزیع جغرافیایی سبک‌های زندگی متمایز در شهر تهران از چه قرار است؟ در راه پاسخ‌گویی به پرسش‌های فوق، پس از مرور نظریات مختلف و استفاده از نظریه‌ی پی‌یر بوردیو درباره‌ی سبک زندگی، بااستفاده از روش‌های مختلف تحقیق از جمله روش تحلیل نظری و روش مشاهده به تحلیل سبک زندگی در شهر تهران پرداخته است. بنابراین نخست باتوجه به توزیع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی، در شهر تهران امروز، سه طبقه‌ی اجتماعی بالا، متوسط (سنتی و جدید) و پایین تشخیص داده شده‌اند و باتوجه به شاخص‌هایی چون نحوه‌ی توزیع مسکن در بعد سرمایه‌ی اقتصادی و نحوه‌ی توزیع برخورداری از آموزش عمومی و تخصصی در بعد سرمایه‌ی فرهنگی، توزیع جغرافیایی طبقات مختلف در شهر تهران مشخص شده است. سپس بااستفاده از هومولوژی موجود بین طبقات اجتماعی و سبک‌های زندگی در نظریه‌ی بوردیو و باتوجه به شاخص‌های مختلف مشاهده‌پذیر، سبک‌های زندگی متمایز مربوط به هر یک از طبقات ذکرشده تعیین گشته‌اند. براین‌اساس سبک‌های زندگی مربوط به طبقه‌ی بالا، طبقه‌ی متوسط سنتی، طبقه‌ی متوسط جدید و طبقه‌ی پایین مشخص شده‌اند. در مرحله‌ی بعد، شاخص‌های شهری مختلفی چون مساجد، حسینیه‌ها و تکایا، کافی‌شاپ‌ها، رستوران‌ها، نگارخانه‌ها، سینماها، مراکز خرید، مقادیر مختلف تولید زباله‌ی مسکونی و... در رابطه با سبک‌های زندگی متمایز قرار گرفته‌اند و باتوجه به نحوه‌ی توزیع جغرافیایی شاخص‌های ذکرشده در مناطق مختلف شهر تهران، توزیع جغرافیایی سبک‌های زندگی مختلف در شهر تهران مشخص شده است. درنتیجه سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی بالا باتوجه به شاخص‌های شهری چون رستوران‌های گران‌قیمت، بوتیک‌ها، پرسه‌زنی با اتومبیل در خیابان‌ها و تولید مقادیر فراوان زباله‌ی مسکونی، در شمال و شمال غرب تهران (مناطق شهری ۱، ۲ و ۳)، سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی متوسط سنتی باتوجه به شاخص‌های شهری چون

مساجد، حسینیه‌ها، تکایا، بازار، رستوران‌های چلوکبابی و تولید مقادیر اندک زباله‌ی مسکونی در مرکز و مرکز شرقی تهران (مناطق شهری ۱۲، ۱۳ و ۱۴)، سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی متوسط جدید باتوجه به شاخص‌های شهری چون رستوران‌های فست‌فود، کافی‌شاپ‌ها، پاساژها و مراکز خرید جدید، نگارخانه‌ها، سینماها، سالن‌های نمایش و تولید مقادیر فراوان زباله‌ی مسکونی در شمال، شمال شرق و شمال غرب تهران (مناطق شهری ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷ و ۸) و سبک زندگی مربوط به طبقه‌ی پایین باتوجه به شاخص‌های شهری چون مساجد، حسینیه‌ها، تکایا، قهوه‌خانه‌ها و تولید مقادیر اندک زباله‌ی مسکونی در جنوب، جنوب شرق و جنوب غرب تهران (مناطق شهری ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱ و ۲۲) به چشم می‌آیند. در نتیجه تحقیق حاضر سبک‌های زندگی متمایز موجود در شهر تهران امروز را شناسایی و تحلیل کرده است، شاخص‌های شهری مربوط به هر سبک زندگی را مشخص نموده است و باتوجه به نحوه‌ی پراکندگی جغرافیایی شاخص‌های مذکور، توزیع جغرافیایی سبک‌های زندگی متمایز در شهر تهران امروز را تعیین نموده است.

کتابنامه فارسی

- آبراهامیان، پروانه، (۱۳۷۷)، ایران بین دو انقلاب، ترجمه احمد گل محمدی و محمد ابراهیم فتاحی، تهران، نشر نی.
- آزاد ارمکی، تقی، (۱۳۸۷)، زندگی روزمره و کافی شاپ، در کاظمی، عباس، (۱۳۸۷)، مطالعات فرهنگی، مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- اباذری، یوسف و چاوشیان، حسن، (۱۳۸۱)، از "طبقه اجتماعی" تا "سبک زندگی" رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی، در نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، صص ۳-۲۷.
- اسکندری نوده، محمد و صیاد بیدهندی، لیلا و کلاتتری خلیل آباد، حسین و میره، محمد، (۱۳۸۸)، بررسی و تحلیل وابستگی‌های مکانی تولید زباله در شهر تهران، در مجله سومین همایش ملی مدیریت پسماند، صص ۳۸۳-۳۷۱.
- بوردیو، پی‌یر، (۱۳۸۱)، نظریه کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار.
- بوردیو، پی‌یر، (۱۳۹۰)، تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر ثالث.
- پرستش، شهرام، (۱۳۸۵)، صورتبندی میدان تولید ادبی ایران، پایان نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران.

- جمشیدیها، غلامرضا و شهرام پرستش، (۱۳۸۶)، دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پی یر بوردیو، در نامه علوم اجتماعی، تهران، شماره ۳۰.
- چاوشیان تبریزی، حسن، (۱۳۸۱)، مصرف و انتخاب های ذوقی به عنوان شالوده تمایز و تشابه اجتماعی در دوره اخیر مدرنیته، پایان نامه دکتری جامعه شناسی، دانشگاه تهران.
- خادامیان، طلیعه، (۱۳۸۸)، سبک زندگی و مصرف فرهنگی: مطالعه ای در حوزه جامعه شناسی فرهنگی و دیباچه ای برسبک زندگی فرهنگی ایرانیان، تهران: موسسه فرهنگی، هنری جهان کتاب.
- سازگارا، پروین، (۱۳۸۲)، بررسی سبک زندگی قشر دانشگاهی و بازاریان سنتی (طبقه متوسط سنتی و جدید)، پایان نامه دکتری- جامعه شناسی، دانشگاه تهران.
- شهرداری تهران، (۱۳۹۱)، اطلس کلان شهر تهران، <http://atlas.tehran.ir>
- شهرداری تهران، (۱۳۹۱)، سالنامه آماری شهر تهران، <http://www.tehran.ir>
- فاضلی، محمد، (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: صبح صادق.
- کاظمی، عباس، (۱۳۸۸)، پرسه زنی و زندگی روزمره ایرانی، تهران: انتشارات آشتیان.
- کتاب اول، (۱۳۹۱)، بخش مربوط به کافی شاپ ها، <http://www.avval.ir>
- کوزر، لیوئیس، (۱۳۸۲)، زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- کیویستو، پیتر، (۱۳۸۰)، اندیشه های بنیادی در جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گوشبر، فرهاد، (۱۳۸۴)، طبقه اجتماعی و سبک زندگی، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه تهران.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۹)، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۰)، پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- واکوانت، لوئیک، (۱۳۷۹)، پی یر بوردیو، ترجمه مهرداد میردامادی، در: استونر، راب، ۱۳۷۹، متفکران بزرگ جامعه شناسی، ترجمه مهرداد میردامادی، تهران، نشر آگه.
- وبر، ماکس، (۱۳۸۹)، دین، قدرت، جامعه، ترجمه احمد تدین، تهران: نشر هرمس.

کتابنامه لاتین

- Bourdieu, Pierre, (1984), Distinction, a Social Critique of Judgment of Taste Translated by Richard Nice, London: Routledge & Keagen Paul.
- Bourdieu, Pierre, (1996), The State Nobility, Translated by Laurttac Clough, Oxford: Polity Press.
- Jenkins, Richard, (1996), Pierre Bourdieu, London: Routledge.

- Martin, John Levi, (2003), What Is Field theory ? A J S. Volume 109, Number 1 (July 2003): P 1-49.
- Swartz, David, (1997), Culture & Power: The sociology of Pierre Bourdieu, The University of Chicago Press.
- Turner, Jonathan H, (1998), the structure of Sociological Theory, Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.