

بازشناسی طبقه متوسط جهانی (با توجه به طبقه متوسط آسیایی)

طاهره قادری *

سجاد کاوه **

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۰/۸

تاریخ پذیرش: ۹۵/۳/۲۳

چکیده

در دهه‌های اخیر، با افزایش شمار خانوارهای طبقه متوسط مصرف‌گرا در کشورهای درحال توسعه، خاصه ناحیه آسیا، و رشد بنگاه‌های آسیایی که عرضه‌کننده کالاهای مصرفی غیرضروری و بازاری‌اند، مفهوم پرطمطراق "طبقه متوسط نوین آسیایی" به جای "طبقه متوسط جهانی" مورد توجه قرار گرفته و بدنه وسیعی از تحقیقات و ادبیات را به خود اختصاص داده است. مقاله حاضر، با روش مطالعه کتابخانه‌ای، و بررسی جدیدترین پژوهش‌ها، درصدد است تا ماهیت و ابعاد گوناگون این جریان نوین را واشکافی کند و تصویر جامع و نسبتاً کاملی از این موضوع به دست دهد. این مقاله، نخست، حجم عظیم خانوارهای طبقه متوسط نوین آسیایی را که در پرتو رفورم‌های

tghaderi@atu.ac.ir

sajjadkaveh@gmail.com

* دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی. (نویسنده مسئول)

** دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی.

سیاسی اقتصادی حکومت‌ها در آن ناحیه ظهور یافتند، مورد بررسی قرار می‌دهد و سپس، با بررسی معیارهای گوناگون سنجش طبقه متوسط جدید، یک سنجح دقیق‌تر و جامع‌تری را پیش نهاد می‌کند. در پایان نیز، واکنش‌های مختلف اعضای این طبقه را که بسته به زمینه‌های اجتماعی-سیاسی و اجتماعی-اقتصادی کشورهای گوناگون است، مورد بررسی قرار می‌دهد و نشان می‌دهد که مترتب کردن رسالت‌هایی بس انتزاعی و بزرگ به طبقه متوسط جدید مصرف‌گرا، بی‌آنکه بسترهای تاریخی و مراحل رشد اقتصادی درون کشورها را لحاظ کند، تا چه اندازه شکننده خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: طبقه متوسط جهانی، طبقه متوسط نوین آسیایی، اقتصادهای نوظهور، مصرف‌گرایی.

مقدمه

آلین رایت می‌نویسد: «کمتر مفاهیمی در نظریه جامعه‌شناختی وجود دارند که به اندازه مفهوم "طبقه" مجادله برانگیز باشند» (Wright, 2003: 1). مقصود رایت، فقدان یک وفاق عمومی در تعریف مفهوم طبقه است و نه مجادله برانگیز بودن آن از جهت ناکارآمدی‌اش. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که دریابیم مطالعاتی وجود دارند که تحت عناوینی همچون مدرنیته سیال^۱ (Bauman, 2006)، به یاد طبقات^۲ (Blackshaw, 2005)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱)، و، مرگ طبقه و سرنوشت جامعه‌شناسی (اسکیس، ۱۳۸۰)، سودمندی مفهوم طبقه و تحلیل طبقاتی را به چالش کشیده‌اند.

برای مثال، باومن، پایان عصر مدرنیته سخت و استوار^۳ را اعلام می‌کند که در آن دولت باغبان^۱ (Smith, 1999: 138) از طریق از بین بردن گیاهان هرز و هرس بدنه

-
1. Liquid Modernity
 2. Memories Of Class
 3. Solid Modernity

جامعه از آفات اقلیت‌ها، یک هویت از پیش تعیین یافته را به بدنه جامعه تزریق می‌کرد (Blackshaw, 2005: 39). او، در مقابل، تعبیر گیدنز از مدرنیته را به کار می‌برد و مدرنیته سیال را به مثابه تداوم "از جا کنده شدن"^۲ها و انفصال "دوباره مستقر شدن"^۳ها قلمداد می‌کند (Blackshaw, 2005: 48). از این‌روی، بازیگران صحنه مدرنیته سیال با بازاری از تکثرات فرهنگی مواجه می‌شوند که در آن پروژه زندگی^۴ جای خود را به تجربه زیسته^۵ می‌سپارد و هویت کنش‌گران تا پیش از اینکه به واسطه نیروهای ساختاری، از پیش تعیین یابد، به واسطه خود افراد، خود ساخته^۶ می‌شود (Tester, 2004: 160). مدرنیته سیال کافی بود تا باومن در کتاب به یاد طبقات (به نقل از Blackshaw, 2005)، علت گسست خویش از مارکسیسم را کهنه شدن مفاهیم این مکتب و ناکارآمدی عملی آن‌ها در توصیف اوضاع سیال مدرن در نظر آورد. زیرا از نظر او، مفاهیم سنتی که شارحان مارکسیسم با آن‌ها کار می‌کردند - طبقات اجتماعی، بیگانگی، ایدئولوژی - از دهه ۱۹۸۰ محتوای عملی خویش را از کف داده بودند و از تبیین تغییرات سریع فرهنگی اجتماعی که از دهه ۱۹۷۰ به وجود آمده بودند، عاجز می‌نمودند (Blackshaw, 2005: 27).

اباذری و چاوشیان نیز، معتقدند که با چرخش فعالیت‌های حوزه تولید به حوزه مصرف، خاصه در سه زمینه، یعنی دگرگونی در رابطه کار و فراغت، پیدایش طبقات متوسط و، رشد و گسترش فرهنگ مصرف و مصرف‌گرایی، زاویه تحلیل‌های اجتماعی نیز از "طبقه" به "سبک زندگی" چرخش کرده است (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱). از نظر آنان، رابطه قطعی میان تحصیلات، مشاغل، درآمد و نگرش‌های افراد دشوارتر شده است و از این‌روی، مفهوم طبقه که برای مدت مدیدی طلایه‌دار تبیین پدیده‌های

-
1. Gardening State
 2. Disembedding
 3. Reembedding
 4. Life Project
 5. Life Experience
 6. Self-constitute

اجتماعی بوده، به تدریج سودمندی و کارایی خود را ازدست داده است و در «یک‌کلام دیگر نمی‌توان به کمک مفهوم طبقه، تصویری از جهان ترسیم کرد. در چنین وضعیتی، مفهوم سبک زندگی انعطاف‌پذیرتر است» (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۷). ریچارد اسکیس، نیز، بر این باور است که جامعه‌شناسی در مقایسه با سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۰ که ارائه‌دهنده چارچوب‌های تحلیلی مفیدی برای تبیین روندهای کلان اجتماعی به حساب می‌آمد، راه خود را گم کرده است و از دهه ۱۹۹۰ و به همراه بالا گرفتن اختلاف دیدگاه‌ها و چنددستگی درون آن، به موجودی بی‌پناه و بی‌ریشه بدل شده است. او یکی از عوامل چنین نزولی را این نگرش غالب می‌داند که طبقه دیگر یک ابزار تحلیلی یا توصیفی معتبر نیست و با بی‌فایده شدن طبقه به منزله ابزار تحلیلی، علت وجودی جامعه‌شناسی دانشگاهی نیز تضعیف شده است (اسکیس، ۱۳۸۰: ۸۷).

از سوی دیگر، مطالعاتی وجود دارند (Zou 2015, Savage & Others 2013,) که بر اهمیت مفهوم طبقه در شناخت موضوعات اجتماعی تأکید می‌کنند و تحلیل طبقاتی از فرایندهای اجتماعی اقتصادی پویا را کارآمد قلمداد می‌کنند. به‌عنوان مثال، مین زوو (Zou, 2015)، وجود طبقات اجتماعی در همه جوامع صنعتی مبتنی بر روابط کارفرما- کارگری^۱ را محتوم می‌داند و از طبقه به منزله ابزار تحلیلی مناسبی برای فهم نابرابری‌های مربوط به درآمد و پاره گروه‌های درون آن یاد می‌کند. وی، بر همین اساس و از طریق داده‌های پیمایش سی جی اس اس^۲ که در سال ۲۰۰۶ بر روی ۱۰/۱۰۱ پرسش‌شونده بین سنین ۶۹-۱۸ سال ساکن در نواحی شهری و روستایی چین انجام شد، سه طبقه اصلی و چندین پاره گروه درون آن‌ها را از یکدیگر بازمی‌شناسد (ن.ک. جدول الف در ضمیمه)، و نتیجه می‌گیرد: «طبقه یکی از مهم‌ترین منابع نابرابری درآمد در حیات اجتماعی کشورهای صنعتی است و علاوه بر درآمد، [تحلیل طبقاتی

1. Employment Relations
2. China General Social Survey (CGSS)

نشان می‌دهد که] وجوه دیگری از پادشاه‌های فرعی شغلی وجود دارند که حاکی از مزایای کارفرما بودند و می‌توانند در میان حوزه‌های مختلف، گوناگون باشند» (Zou, 2015: 6).

نیکولا رولاک و دیگران (Rollock & Others, 2012)، از طریق مصاحبه‌های نیمه-ساخت یافته کیفی^۱ که بر روی ۶۲ پاسخ‌شونده سیاه‌پوست حوزه دریای کارائیب انجام دادند، با این پرسش که "آیا خودتان را طبقه متوسط می‌دانید؟" مشاهده کردند که شمار زیادی از پاسخ‌دهندگان، هویت خود را با تعلقات طبقاتی ذکر می‌کنند. از میان ۵۹ نفر پاسخ‌دهنده، ۴ و ۱۲ نفر به ترتیب خودشان را قاطعانه طبقه کارگر و طبقه متوسط معرفی کردند (Rollock & Others, 2012: 258). تعداد قابل‌توجهی (۲۳ نفر، ۴۰ درصد)، کسانی بودند که در مقوله طبقه متوسط شناور قرار گرفتند- کسانی که با درجه‌ای از تأمل و استثناء خود را طبقه متوسط می‌نامیدند (Rollock & Others, 2012: 258). کمی بیش از ۱۲ نفر در مقوله طبقه کارگر واجد صلاحیت- کسانی که هرچند خود را با برچسب‌های طبقه کارگر تعریف می‌کردند، لیکن از ارزش‌های طبقه متوسط نیز به دور نبودند و در این میان، تنها ۸ نفر بودند که مفهوم تعلقات طبقاتی را از حیث این که چگونه می‌توان افراد را طبقه بندی کرد، مورد پرس‌وجو قرار می‌دادند (Rollock & Others, 2012: 259). بنابراین، ۵۱ نفر از ۵۹ پاسخ‌دهنده، حس تعلق طبقاتی ابراز داشتند و نویسندگان بر این اساس پنج طبقه اصلی این ناحیه را مشخص کردند: کارگر قلمداد کنندگان، کارگر واجد صلاحیت، پرس‌وجو کنندگان، متوسط شناور و متوسط قلمداد کنندگان (Rollock & Others, 2012: 258).

مایک سویچ و دیگران (Savage & Others, 2013)، با استفاده از پیمایشی که جی بی سی اس^۲ در سال ۲۰۱۱ بر روی ۱۶/۴۰۰ بریتانیایی انجام داد و بر اساس تحلیل

1. Qualitative Semi-Structured Interviews
2. Great British Class Survey (GBCS)

طبقاتی پنهان^۱، هفت طبقه در جامعه بریتانیا را مشخص کردند و طرفه اینکه، آنها، مزایای مدل تحلیل طبقاتی شان را تبیین پلورالیسم اجتماعی درون جامعه بریتانیا و افتراقات خرده طبقاتی درون آنها برشمردند (ن.ک. جدول ب در ضمیمه). پیمایش بعدی که در بریتانیا در سال ۲۰۱۳ انجام گرفت، ضمن اینکه از عواملی مثل، ژنتیک، پیشینه خانوادگی، شغل و حرفه، درآمد، نوع منزل، مقدار پول و پس انداز، به عنوان عوامل مؤثر بر تعلقات طبقاتی یادکرد، نشان داد که ۹۰ درصد بریتانیایی ها گمان می کنند که درباره طبقات اجتماعی متفاوت کلیشه های معینی وجود دارند و ۷۴ درصد آنها فکر می کنند که وجوه معینی از شخصیت یا زندگی اجتماعی می تواند دال بر عضویت در یک طبقه اجتماعی معین باشد (Telegraf.co.uk, 2013).^۲ در نتیجه گیری این پیمایش آمده است: «درحالی که طبقه اجتماعی از اهمیت کمتری در جوامع کنونی برخوردار است، به نظر می رسد که مردم هنوز هم به وضوح خودشان را به عنوان طبقه کارگر، طبقه متوسط یا طبقه بالا معرفی می کنند» (Telegraf.co.uk, 2013).

بنابراین، معقول است که گفته شود مفهوم طبقه به منزله یک ابزار تحلیلی بنیادین نه تنها اهمیت خود را در شناخت موضوعات و فرایندهای اجتماعی فرهنگی از دست نداده است، بلکه به طور بالقوه در صورت بندی پدیده های اجتماعی نوین بسیار کارآمد می باشد. یک نمونه اخیر این مورد، ظهور روند جدیدی است که پژوهشگران علوم اجتماعی آن را به عنوان "طبقه متوسط جهانی" صورت بندی کرده اند. طبقه متوسط جهانی مفهومی است که برای توصیف الگوهای مشترک مصرف جهانی، چه در کشورهای توسعه یافته و چه در کشورهای در حال توسعه، به کار برده می شود و اعضای این طبقه را به عنوان جمیع کسانی که فراتر از طبقات زیرین قادر به تهیه اقلام غیر ضروری معاش اند، مشخص می کنند. باین وجود، در دهه های اخیر، با افزایش شمار خانوارهای طبقه متوسط مصرف گرا در کشورهای در حال توسعه، خاصه ناحیه آسیا و

1. Latent Class Analysis

2. <http://search.proquest.com/docview/1318537909?accountid=26226>.

رشد بنگاه‌های آسیایی که در کنار سایر اقلام، عرضه‌کننده کالاهای مصرفی غیرضروری هم هستند، مفهوم طبقه متوسط جهانی جای خود را به مفهوم پرطمطراق "طبقه متوسط جدید آسیایی" داده که بدنه وسیعی از تحقیقات و ادبیات را به خود اختصاص داده است.

مقاله حاضر، با روش مطالعه کتابخانه‌ای، و بررسی جدیدترین پژوهش‌ها، درصدد است تا در خلال فقدان مطالعات فارسی روزآمد شده و دقیق، ماهیت و ابعاد گوناگون این جریان نوین را واشکافی کند و با توجه به استحاله جایگاه طبقه متوسط در کشورهای توسعه‌یافته، به بررسی مباحث ذیل بپردازد: نخست، توجه به حجم عظیم خانوارهای طبقه متوسط نوین آسیایی که در پرتو رفرم‌های سیاسی اقتصادی حکومت‌ها/ دولت‌های آن ناحیه ظهور یافتند؛ ثانیاً، مطرح کردن معیارهای گوناگون سنجش طبقه متوسط جدید، و ارائه یک سنجه دقیق‌تر و جامع‌تر؛ ثالثاً، بررسی واکنش‌های مختلف اعضای این طبقه که بسته به زمینه‌های اجتماعی سیاسی و اجتماعی اقتصادی کشورها گوناگون است؛ و رابعاً، عقیم ماندن انتساب‌های انتزاعی به طبقه متوسط جدید مصرف‌گرا، بی‌آنکه بسترهای تاریخی و مراحل رشد اقتصادی درون کشورها لحاظ شود.

از طبقه متوسط جهانی تا طبقه متوسط نوین آسیایی

مطالعاتی که اخیراً منتشر شده‌اند (Hayton & Others 2015, The Business Times)، حاکی از متزلزل شدن جایگاه طبقه متوسط در غرب و ظهور قاطعانه یک طبقه متوسط جدید مصرف‌کننده آسیایی‌اند.^۱ برای مثال، دالینجر (Dallinger, 2013)، در مقاله درخشان خود "طبقه متوسط در خطر؟" جایگاه طبقه متوسط در غرب را در میان ۱۹ کشور صنعتی و پسا صنعتی

ردیابی می‌کند. او بر اساس سهم هر یک از افراد از درآمد بازار^۱ و درآمد در دست رس^۲، پنج دهک در این ۱۹ کشور را از یکدیگر متمایز می‌کند: دهک اول، پایین‌ترین دهک؛ دهک دوم، متوسط رو به پایین؛ دهک سوم، متوسط میانی؛ دهک چهارم، متوسط رو به بالا؛ دهک پنجم، بالاترین دهک (Dallinger, 2013: 88). دالینجر، استدلال می‌کند که درآمد بازار به کلیه درآمدهایی اشاره دارد که از حضور افراد در بازار، خواه به‌عنوان کارکنان حقوق‌بگیر و خواه به‌عنوان سایر فعالین بازاری به دست می‌آید (Dallinger, 2013: 89). درآمد در دست رس مشتمل می‌شود بر: مالیات، سهم افراد از بیمه‌های اجتماعی و همه پرداختی‌های اجتماعی قابل‌انتقال (حق اولاد، حق ازکارافتادگی و غیره) (Dallinger, 2013: 89). اهمیت این دو مفهوم بندی از این جهت است که از طریق درآمد بازار می‌توان به روندهای مربوط به بازار کار و سرمایه پی برد و به‌واسطه درآمد در دست رس، می‌توان تأثیر سیاست دولت رفاه و توزیع مجدد درآمدها در جا انداختن عدالت اجتماعی را اندازه‌گیری کرد. او، سپس، نشان می‌دهد که نه‌تنها فاصله طبقاتی میان پنج دهک، خاصه در اروپای غربی و آمریکا افزایش یافته، بلکه با ورود برنامه‌های رفاه اجتماعی، فاصله میان بالاترین دهک و دهک متوسط میانی نیز زیادتر شده است.

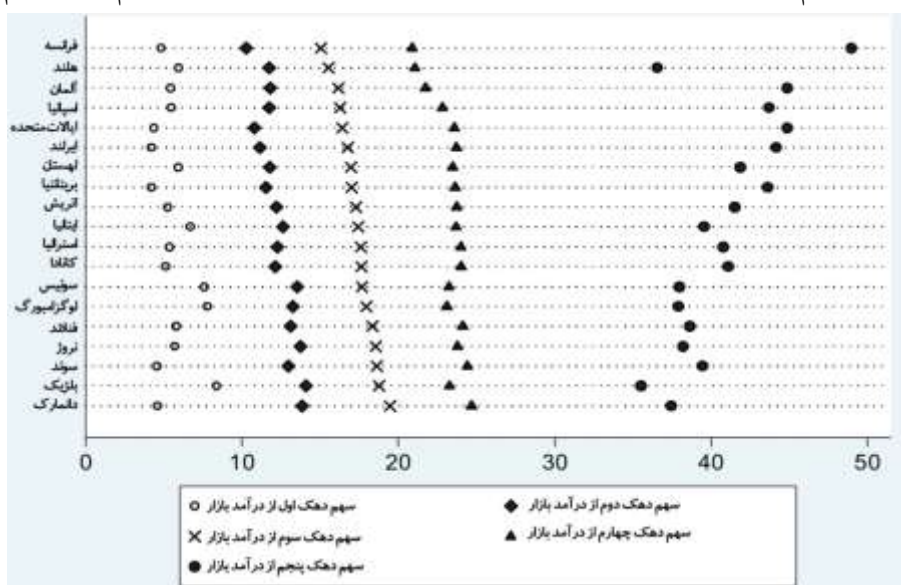
برای مثال، همان‌طور که شکل یک نشان می‌دهد، می‌توان گفت که به‌طورکلی، در هر ۱۹ کشور صنعتی و پسا صنعتی، یک‌فاصله زیادی بین بالاترین دهک و سایر دهک‌ها، و یک شکاف کمی بین پایین‌ترین دهک و دهک متوسط رو به پایین وجود دارد. "بهترین" وضعیت درآمد در میان دهک متوسط میانی متعلق به کشورهای اسکانندیناوی و برخی از کشورهای لیبرال مثل، کانادا و استرالیا است که در آن‌ها به خلاف سایر کشورها، میان بالاترین دهک و دهک متوسط میانی فاصله خیلی زیادی

-
1. Market Income
 2. Disposable Income

بازشناسی طبقه متوسط جهانی ... ۲۰۱

وجود ندارد. "بدترین" سهم گروه‌های متوسط میانی از درآمد بازار، مربوط به کشورهای فرانسه، هلند، آلمان، اسپانیا و آمریکا است. در میان کشورهای اروپای قاره‌ای، موقعیت نامطلوب این گروه‌ها در اثر موقعیت‌های بهتر گروه‌های متوسط رو به پایین و پایین‌ترین دهک، جبران شده است. هرچند، در این نوشتار، واشکافی دلایل اختلاف این دهک‌ها مدنظر نیست، لیکن دالینجر این را ناشی از ماهیت روابط کار در کشورهای لیبرال می‌داند که در اثر آن، گروه‌های متوسط میانی و بالا، بیش از سایر دهک‌ها از درآمد بازار منتفع می‌شوند (Dallinger, 2013: 91).

شکل ۱- سهم هر یک از دهک‌ها از درآمد بازار (رتبه‌بندی کشورها بر اساس سهم دهک سوم)

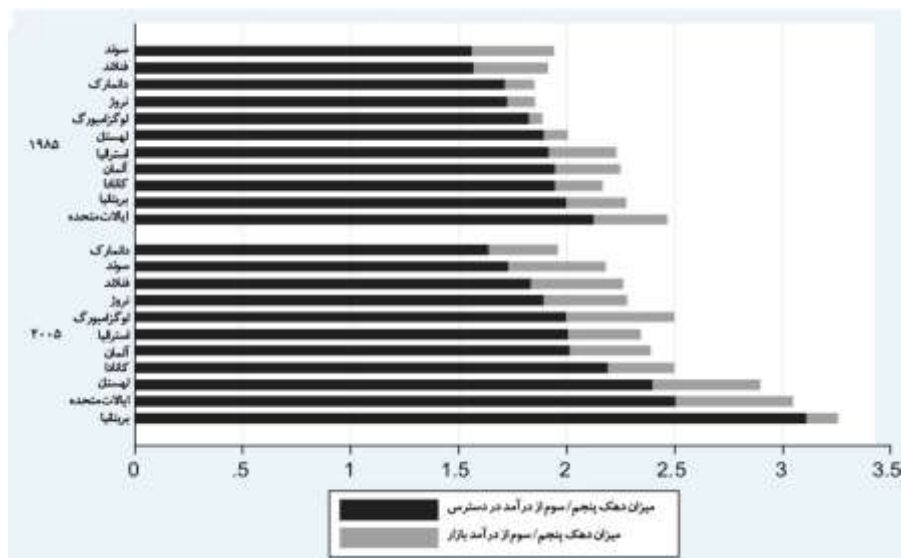


منبع: Dallinger, 2013: 90

با این حال، با اجرای برنامه دولت رفاه و توزیع مجدد درآمد، این انتظار وجود داشت که فواصل میان این دهک‌ها کاهش یابد (ن.ک. شکل الف در ضمیمه)، اما، یافته‌های بعدی خلاف این انتظار را ثابت کردند. به طوری که، هراندازه سهم این دهک‌ها از درآمد در دست رس افزایش پیدا می‌کرد، به تناسب آن، اختلاف میان دهک‌های بالا و

دهک متوسط میانی نیز بیشتر می‌شد. برای مثال، نروژ، از این جهت در مقایسه با سایر کشورها تا سال ۱۹۸۵ در وضعیت مطلوبی به سر می‌برده است، لیکن با تداوم سیاست توزیع مجدد درآمد، فاصله میان دهک پنجم و دهک سوم در این کشور تا سال ۲۰۰۵، $\frac{2}{3}$ برابر شده است. در لهستان، اختلاف میان این دو دهک بدواً دو برابر بوده است، اما در یک بازه زمانی بیست‌ساله، نه تنها این اختلاف بیشتر شده است (تقریباً $\frac{3}{3}$ برابر)، بلکه میزان سهم دهک پنجم از درآمد بازار نیز افزایش یافته است (ن.ک. شکل ۲). بیشترین فاصله میان این دو دهک در کشورهای محافظه‌کار و لیبرال است و این تا سال ۲۰۰۵ متعاقباً تداوم یافته است. به دیگر سخن، نه تنها موقعیت دهک متوسط میانی در این چند کشور صنعتی و پسا صنعتی بهبود نیافته است و مطالبه دهک بالا از درآمد بازار افزایش یافته است، بلکه در واقع این وضعیت، حاکی از شکست سیاست دولت رفاه در ایجاد توازن میان دهک‌ها نیز می‌باشد. نمونه دیگر این امر، بریتانیا و آمریکا هستند که در آن‌ها فاصله میان دهک بالا و دهک متوسط میانی به ترتیب $\frac{3}{3}$ و ۳ برابر بیشتر از سال ۱۹۸۵ شده است که سیاست دولت رفاه در آن بیشترین تأثیر را داشته است.

شکل ۲- نمودار افزایش فاصله بین دهک سوم و دهک پنجم (رتبه‌بندی کشورها بر اساس سهم دهک سوم و پنجم از درآمد در دست رس).



منبع: Dallinger, 2013: 94

بخش خاکستری نمودار حاکی از کاهش تأثیر درآمد بازار در اختلاف میان دهک سوم و پنجم است، و بخش مشکی حاکی از افزایش تأثیر دولت رفاه بر آن. با استمرار برنامه دولت رفاه تا سال ۲۰۰۵، نه تنها این اختلاف بیشتر شده است، بلکه سهم دهک بالا به ویژه در کشورهای همچون، لوکزامبورگ، استرالیا، آلمان، کانادا، لهستان، ایالات متحده، به استثنای بریتانیا، از درآمد بازار نیز افزایش یافته است.

استحاله جایگاه طبقه متوسط در غرب، در عین حال، با ظهور یک طبقه متوسط نوین و شدیداً وابسته به بازار در آسیا همراه شده است. اهمیت این بازارهای آسیایی به حدی مهم شده است که آسام آلآم^۱ مالک باشگاه فوتبال هال سیتی در انگلیس، در سال ۲۰۱۳ اعلام کرد که نام این مجموعه را از "هال سیتی"^۲ به "ببرهای هال سیتی"^۳ تغییر خواهد داد تا از این طریق توجه شمار زیادی از بازارهای آسیای شرقی سود ساز را به سوی خود جلب کند (Hayton & Others, 2015: 2). آلآم، استدلال کرد که هر

1. Assam Allam
2. Hull City
3. Hull City Tigers

باشگاهی باید به دنبال راه‌های جدیدی باشد تا از طریق آن بتواند خود را مستقر کند و تغییر نام این باشگاه نیز در راستای همین هدف است. در حقیقت، همان‌طور که هایتون و دیگران استدلال کرده‌اند: «بحث آلام متوجه ۱/۳۵ میلیارد نفر از مردم چین به همراه دیگر مردمان در کشورهای آسیای شرقی است که می‌توانند به‌عنوان حامیان بالقوه، مورد هدف برنامه سودساز آلام قرار گیرند، زیرا "بیر" ارزش رازآلود و خاصی در آن منطقه دارد» (Hayton & Others, 2015: 6)، که البته با توجه به این‌که طبقه متوسط جدید چینی قدرت خرید مؤثر در بازار را دارد می‌توان استنباط کرد که جمعیت هدف در این رابطه ۶۷۰ میلیون^۱ نفر اعضای طبقه متوسط جدید در چین هستند. هرچند، این درخواست آلام از سوی انجمن فوتبال انگلیس^۲ مورد قبول واقع نشد، اما مجادلات میان آن‌ها تا ماه مارس ۲۰۱۵ ادامه یافت تا این‌که سازمان بریتانیایی حامیان فدرالی کردن فوتبال^۳، رأی به پیروزی آلام داد و او موفق به تغییر نام باشگاه خود شد.

سواً از این مورد، شرکت‌ها و مؤسسات آمریکایی نیز به این بازار پرسود و منفعت بسیار علاقه‌مند شده‌اند و توجه خاصی بدان مبذول داشته‌اند. فی‌الواقع، افزایش طبقه متوسط آسیایی خبر خوشی برای آن دسته از متخصصان و سرمایه‌گذاران آمریکایی است که بنا به گزارش «فایننشال تایمز» تا سال ۲۰۱۴ بیش از ۱/۱۰۷ میلیون شغل در آن منطقه ایجاد کردند (The Business Times, 2015)^۴. مثلاً، در مورد سنگاپور گزارش شده است که آمریکا بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار بلافصل، با سرمایه‌ای به ارزش ۱۵۴ میلیارد دلار، در آن کشور است. اخیراً بالغ بر ۳/۶۰۰ کمپانی آمریکایی در سنگاپور اعلام موجودیت کرده‌اند. برخی از آن‌ها تازه شروع به کار کرده‌اند، حالیا،

۴- رجوع شود به: Kharas & Gertz, 2010: 33

2. English Football Association (FA)

3. Football Supporters Federation

4. <http://search.proquest.com/docview/1662720570?accountid=26226>.

دیگرانی مثل شرکت نفت و گاز چندملیتی Exxon Mobil دیگر برای سنگاپوری‌ها غریبه نیستند (The Business Times, 2015).

البته، این حجم گسترده خانوارهای طبقه متوسط آسیایی، تنها تغذیه‌کننده مؤسسات اروپایی آمریکایی نیستند، بلکه آن‌ها می‌توانند مأمّن و جایگاه شرکت‌های استراتژیک آسیایی نیز باشند. شرکت‌هایی که با هزینه‌های کلان در حوزه غذا، مایعات، توریسم، خدمات رفاهی، بهداشت، و آموزش و پرورش، توانستند به‌خوبی مؤسسات غربی نبض این شریان سودساز را در دست بگیرند. پیمایشی که بانک آسیایی ماوراء البحار متحد^۱ در سال ۲۰۱۴ انجام داد، نشان داد که آسیا تا سال ۲۰۳۰ امیدوار است که دوسوم از طبقه متوسط جهانی مصرف‌کننده و یا چیزی حدود ۳/۲ میلیارد طبقه متوسط را در خود جای دهد (The Nation, 2014).^۲ فردریک چین^۳، مسئول این پیمایش اعلام کرد که افزایش درآمدها، فرصت مناسبی را برای آن دسته از تجّاری فراهم خواهد کرد که می‌توانند انتظارات بالا و الگوهای مصرف این خانوارها را برآورده کنند (The Nation, 2014). این پیمایش همچنین نشان داد که چین، خانه بیش از ۱/۳ میلیارد طبقه متوسط، اولین مقصد بنگاه‌های آسیایی است (۳۲ درصد) و کشورهای مثل مالزی (۲۷ درصد)، سنگاپور (۲۴ درصد)، ویتنام (۲۴ درصد) و اندونزی (۱۹ درصد)، که رشد قابل‌توجهی از خانوارهای طبقه متوسط را به خود اختصاص داده‌اند، در ردیف‌های بعدی قرار دارند (The Nation, 2014).

با این حال، نقش حکومت‌ها/دول آسیایی در انجام یک‌رشته از رفورم‌های اقتصادی سیاسی مهمی که مسیر توسعه و رشد خانوارهای متوسط آسیایی را گشودند، بسیار حائز اهمیت است. آسیا جایگاه یک چنین حجم عظیمی از گردش اقتصادی و طبقه متوسط مصرف‌کننده نمی‌بود، اگر حکومت‌ها/دول آسیایی مصمم به انجام

1. United Overseas Bank (UOB)

2. <http://search.proquest.com/docview/1562267782?accountid=26226>.

3. Frederick Chin

رفورم‌های سیاسی و اقتصادی نمی‌شدند. برای نمونه، هفنر (Heffner, 2015)، یک همبستگی قوی میان فرائت ملی‌گرایانه کره جنوبی و شکل‌گیری یک طبقه متوسط نوین کره‌ای در خلال رژیم پارک چونگ هی^۱ (۱۹۷۹-۱۹۶۱) می‌یابد، به طوری که هر آنچه برای دولت خوب می‌نمود برای طبقه متوسط نیز خوب بود. رژیم جوانگ از طریق سیاست‌های اقتصادی مؤثر و مهندسی پروژه طبقه متوسط بهنجار، تلاش کرد تا کره را به سوی آینده‌ای بهتر پس از دهه‌ها جنگ، فقر و، تخریب پیش ببرد. در واقع، برساختن یک طبقه متوسط شهری، بخشی از پروژه بزرگ‌تر چشم‌انداز اقتصادی نوین کره بود (Heffner, 2015: 32).

باین حال، در اثر مواجهه این پروژه دولتی با نئولیبرالیسم به‌عنوان یک عقلانیت اقتصادی جدیدی که همه وجوه حیات اجتماعی و اقتصادی را در برمی‌گرفت، طبقه متوسط دولتی به تدریج رنگ باخت و «تا سال ۱۹۹۷ دیگر منافع دولت و طبقه متوسط با یکدیگر هم‌پوشانی نداشتند» (Heffner, 2015: 32). از آن پس، این طبقه متوسط نوپا در یک فضای منقطع و ناهمگون به سر می‌برد که انتظار می‌رفت خودش موفقیت‌هایش را رقم بزند، بی‌آنکه تحت حمایت دولت باشد. هفنر معتقد است، این گروه نوظهور به‌خوبی توانست موفقیت‌هایش را رقم بزند، زیرا بازیگران آن همچون هم‌تایان سابق غربی و هم‌تایان نوین آسیایی‌شان اکنون دست‌کم عضو یک باشگاه ورزشی‌اند، مدام به کافه‌ها می‌روند، به جراحی پلاستیک بسیار بها می‌دهند و تعلیم حداقل یک‌زبان خارجی را جزء ضروریات زیست اجتماعی می‌دانند (Heffner, 2015: 39-40).

در هند، نیز، حکومت در طی دهه ۱۹۸۰ به تغییر بخش‌هایی از سیاست اقتصادی خود همت گمارد و رفورم‌هایی را انجام داد که سرمایه‌های اقتصادی هند، اکنون پیرامون آن‌ها شکل گرفته‌اند (Gottschlich 2011, Fernandes 2006, Wessel 2004). حکومت تدریجاً اولین چشم‌اندازهای مبتنی بر ایده آل خودکفایی را رها کرد و

1. Park Chung-Hee

دروازه‌های اقتصادی هند را به روی سرمایه‌گذاران خارجی گشود، گشایشی که نتایج آن، به رشد چشم‌گیری از کالاهای مصرفی در بازار هند منتهی شد (Wessel, 2004: 93). اکنون وجود سرمایه‌ها و خیل عظیم کالاهای مصرفی، استانداردهای جدیدی برای ترجیحات مصرفی هندی‌ها پدید آورده و کالاهایی که بدو از دست رس مردم خارج بودند، اکنون جز نیازهای اصلی یک زندگی قابل قبول به شمار می‌روند (Raka, 2008: 128-129). در تحقیق میدانی که در ایالت گوجارات^۱ صورت گرفت و از مردم خواسته شد که چشم‌اندازهای خود را از تغییرات سریع این ناحیه ذکر کنند، اکثریت آن‌ها لاجرم به موضوع مصرف به‌منزله محور تجربه حیات مدرن اشاره کردند، به‌طوری‌که «ویسل» نتیجه می‌گیرد «وقتی مردم اذعان می‌کنند هزینه‌های زندگی افزایش یافته آن‌ها نه تنها مدعی افزایش تدریجی هزینه‌های مربوط به ضروریات زندگی روزانه‌اند، بلکه افزایش استانداردهای زندگی را که اکنون به‌نجار و عادی‌اند، نیز مدنظر دارند» (Wessel, 2004: 97).

نقش اهمیت رفورم‌های حکومتی در توسعه اقتصادی کشورهای جنوب شرق آسیا از دید کاستلز نیز به دور نمانده است. او خاصه، از منظر جامعه شبکه‌ای توجه ویژه‌ای به چین و اقتصادهای ببری مبذول داشته است. وی خاطر نشان می‌کند حکومت چین از سال ۱۹۷۸ یک‌رشته از اصلاحات بازار محوری را انجام داد که در گذار این کشور به سوی یک اقتصاد مبتنی بر مشارکت تعاونی‌ها و قابل رقابت با شبکه‌ای از شبکه‌های تجارت جهانی راه گشا بود. رفورم‌های اقتصادی چین، فردگرایی و استقلال قابل توجهی در حوزه مصرف به وجود آوردند و خاصه در مناطق شهری، به انقلاب فرهنگی و رشد طبقه متوسط جدید مصرف‌گرای چینی منتهی شدند (Hayton & Others, 2015: 8-9).

سوی از این موارد، برخی از کشورهای خاورمیانه نیز، پاره‌ای از اصلاحات سیاسی اقتصادی را، به‌ویژه از قرن نوزدهم و بیستم، از سر گذراند، به‌طوری‌که نظام اجتماعی در آن کشورها با ساختار طبقاتی جدیدی مواجه شد که سابقاً وجود نداشتند. طبقه، به لحاظ تاریخی، در خاورمیانه از طریق سه معیار اجتماعی اقتصادی مشخص می‌شده است: مالکیت بر زمین، مال و اموال، و منزلت (Clark, 2004: 6). مالکیت بر زمین برای مدت مدیدی در ید حکومت‌ها قرار داشت و تا قبل از قرن نوزدهم یکی از پایه‌های اقتدار این حکومت‌ها محسوب می‌شد. مال و اموال همچون سرمایه، می‌توانست از طریق تجارت، خاصه تجارت‌های دور دست، حاصل شود و جایگاه ویژه‌ای به تجاری که عمدتاً از نخبگان شهری و اشراف بودند، اعطا کند. و سرانجام منزلت نیز، می‌توانست در اثر تعلقات و ادعای انتساب به خانواده‌های برجسته و متنفذ به دست آید. (Clark, 2004: 6). کلارک، روابط متقابل این سه عامل اجتماعی اقتصادی را به لحاظ تاریخی برای تعیین نظام طبقاتی در کشورهای خاورمیانه بسیار مهم می‌داند (Clark, 2004: 7). با این حال، وی معتقد است که در نتیجه برنامه‌های اصلاحی، ساختار سنتی طبقات در این کشورها از جمله: مصر، اردن، و یمن تغییر کردند و واحدهای طبقاتی نوینی همچون طبقه متوسط جدید به وجود آمدند که پیش‌تر از آن وجود نداشتند. برای نمونه در یمن، با توسعه اقتصادی در بخش‌های گوناگون آن از جمله عدن و عزیمت بسیاری از یمنی‌ها از صدها کیلومتر دورتر به آنجا، همان‌طور که کلارک می‌نویسد: «یک جمعیت در حال بورژوا شدن و طبقه متوسطی پدید آمد که نیازهای جدیدی در حوزه غذا و سایر ملزومات را می‌طلبیدند... [همچنین این توسعه اقتصادی] سبب شد که شمار فزاینده‌ای از خانوارهای یمنی در اثر صنعت و تجارت، چه در شهرها و چه در حومه‌هایی که این شهرها را تغذیه می‌کردند، درگیر اقتصاد پولی شوند» (Clark 2004: 7).

با این حال، همانند حجم گسترده‌ای از آثار و پژوهش‌هایی که در باب رشد فزاینده خانوارهای طبقه متوسط آسیایی به رشته تحریر درآمده‌اند، سنجه‌های متعددی

نیز برای سنجش آن‌ها پیشنهاد شده‌اند. همان‌طور که در بخش بعدی خواهیم دید، از سنجه‌های درآمد محور گرفته تا سنجه‌های سبک زندگی، اعم از مالکیت خودرو (Ali & Dadush, 2012)، نوع منزل (Woodward, 2003)، گردشگری (The Gold Coast Bulletin, 2012)، تعلیم و آموزش (Padilla, 2012)، ایده آل‌های توسعه‌ای (Abbasi & Others, 2012)، و غیره، برای اندازه‌گیری طبقه متوسط جدید آسیایی مطرح شده‌اند. بخش بعدی، ضمن بررسی هر یک از آن‌ها نشان خواهد داد که جمیع این سنجه‌ها جمع اضداد نیستند و می‌توانند در قالب دو مقوله سنجه درآمد محور و سنجه سبک زندگی با یکدیگر ممزوج شوند و معیار جامع و دقیق‌تری برای اندازه‌گیری طبقه متوسط نوین آسیایی فراهم آورند.

معیارهای طبقه بندی طبقه متوسط نوین آسیایی

هرچند درباره تورم طبقه متوسط در اقتصادهای نوظهوری که در حال تغییر موازنه قدرت اقتصادی جهان‌اند، توافق نظر وجود دارد، لیکن، بر سر شیوه اندازه‌گیری آن‌ها اختلاف نظرهای جدی وجود دارد. جامع‌ترین طبقه بندی از طبقه متوسط، کسانی را در برمی‌گیرد که فقیر نیستند، یعنی آن‌هایی که مطابق با معیار سنجش بانک جهانی روزانه تا ۲ دلار (یعنی ماهیانه ۶۰ دلار) درآمد دارند. برابر با این معیار، ۴ میلیارد از جمعیت ۷ میلیاردی جهان، طبقه متوسط‌اند، کسانی که قدرت خرید یک تلفن همراه را دارند، اما به‌طور منتظم نمی‌توانند همه اقلام ضروری زندگی را تهیه کنند (Ali & Dadush, 2012).^۱ بنابراین، این سطح سنجش بسیار ضعیف است. یک روایت محدودی وجود دارد که طبقه متوسط را به‌منزله افرادی که درآمدشان نزدیک به، یا بالاتر از درآمد میانه کشورهای توسعه‌یافته است، تعریف می‌کند- سرانه ۳۱ دلار یا ۸۵ دلار در یک روز. این سنجه نیز شکننده است زیرا تنها حدود ۱۲ درصد از جمعیت دنیا در کشورهایایی

1. <http://www.voxeu.org/article/new-measure-global-middle-class>.

زندگی می‌کنند که میانگین درآمد سرانه آن‌ها فراتر از این آستانه است و تنها یک اقلیت ناچیزی در کشورهای در حال توسعه وجود دارند که واجد صلاحیت این آستانه‌اند (Ali & Dadush, 2012). میلانویک و ییزاکی^۱، دامنه درآمد روزانه بین ۱۰ تا ۵۰ دلار را مطرح کرده‌اند که بر اساس آن تخمین زده شده که ۳۶۹ میلیون نفر در اقتصادهای در حال توسعه G۲۰ واجد صلاحیت "طبقه متوسط" اند (به نقل از Ali & Dadush, 2012).

باین‌حال، این تعاریف درآمد محور از پاره‌ای ایرادات به دور نیستند: اولاً، همه آن‌ها مبتنی بر پیمایش‌های تکرارناپذیری از خانوارهایی‌اند که به‌طور چشمگیری از حیث واجد صلاحیت بودن متنوع‌اند؛ دوماً، درآمد حتی اگر به‌طور بسنده‌ای اندازه‌گیری شود، تماماً منعکس‌کننده مصرف شخصی خانوارها نیست؛ و، سوماً، نسبت میزان برابری قدرت خرید^۲ در میان کشورها، اختلافات فاحشی را نشان می‌دهد. مثلاً، نمی‌توان مدعی شد کسی که در هند روزانه ۲ دلار درآمد دارد با کسی که در آمریکا ۸۰ دلار درآمد دارد، به لحاظ طبقه متوسط بودن قابل‌مقایسه باشند (Kharas & Gertz, 2010: 34).

از این‌روی، علی و داداش، سنجه جالب‌توجهی برای اندازه‌گیری طبقه متوسط جدید پیشنهاد می‌کنند: مالکیت خودرو. به‌عبارت‌دیگر، قدرت خرید یک خودرو در جهان در حال توسعه، مترادف با ورود به طبقه متوسط بودن است. مطابق نظر آن‌ها، در این کشورها مالکیت خودرو دال بر قدرت خرید سایر اقلام غیر ضروری است که مالکان خودرو را از جمعیت وسیع‌تر متمایز می‌کند. به‌علاوه، آمارهای خودرو به‌راحتی به دست می‌آیند و مکرراً روزآمد می‌شوند (Ali & Dadush, 2012). پس، تعداد خودروهای در گردش، معیار مناسبی برای اندازه طبقه متوسط آسیایی مصرف‌گرا است.

1. Milanovic & Yitzhaki
2. Purchasing Power Parity (PPP)

مطابق این معیار، گروه‌های متوسط در کشورهای در حال توسعه G۲۰ در دامنه ۵۵۰ تا ۶۰۰ میلیون نفر قرار دارند- ۵۰ برابر بیشتر از شماری که به واسطه تعریف میلانویک و ییزاکی به دست می‌آید (ن.ک. جدول ۱) (Ali & Dadush, 2012). همچنین مالکیت خودرو حاکی از آن است که در برخی کشورهای در حال توسعه- برزیل، هند، اندونزی، مکزیک- طبقه متوسط بیش از آنی که سابقاً تصور می‌شد بزرگ‌تر است.

جدول ۱- اندازه طبقه متوسط، بر حسب سنجه مالکیت خودرو و روش میلانویک و ییزاکی

کشورها	میانگین اندازه خانوار	خودروهای حمل و نقل عمومی (میلیون)	طبقه متوسط با سنجه مالکیت خودرو (میلیون)	طبقه متوسط با سنجه میلانویک و ییزاکی (میلیون)
چین	۳/۱	۳۴/۴	۱۰۶/۶	۱۱۸
هند	۵/۳	۱۳/۳	۷۰/۵	۳۷
روسیه	۳	۳۴/۸	۱۰۴/۴	۵۷
برزیل	۳/۷	۲۵/۵	۹۴/۴	۶۶
مکزیک	۳/۹	۲۱	۸۱/۹	۳۷
اندونزی	۴/۶	۱۰/۸	۴۹/۷	۱۱
ترکیه	۳/۴	۷/۵	۳۲/۳	۱۷
آفریقای جنوبی	۳/۷	۵/۱	۱۸/۹	۹
آرژانتین	۳/۲	۷/۶	۲۴/۳	۱۷
کل		۱۶۰	۵۸۲/۹	۳۶۹

منبع: Ali & Dadush, 2012

بنابراین، این نویسندگان نتیجه می‌گیرند: الف) طبقه متوسط جهانی نسبت به گذشته با سرعت، در حال ازدیاد است؛ ب) درجات طبقه متوسط جهانی حاکی از یک

آماس چشم‌گیری در این حوزه است که تا چند سال دیگر فرا خواهد رسید؛ و، ج) رشد طبقه متوسط جهانی تقریباً به‌طور منحصربه‌فردی در حال ظهور از اقتصادهای در حال توسعه است (Ali & Dadush, 2012).

همچنین، خانه، به‌منزله یکی دیگر از حوزه‌های مصرف، حاکی از یک مورد جغرافیایی مهم و جالب‌توجه در تشخیص طبقه متوسط جدید و مصرف‌گرا است. از خانه می‌توان به‌عنوان بزرگ‌ترین سرمایه اقتصادی یادکرد که مردم معمولاً اختیار می‌کنند و برخی از محققان به اقتضای نوع خانه و اقلام مصرفی درون آن، از آن‌ها برای سنجش طبقه متوسط استفاده می‌کنند. اقلام درون خانه گاهی مواقع نقش عمومی در خانه به‌عنوان منزلت، سبک یا ذائقه ایفا می‌کنند و در مواقعی دیگر به‌عنوان مدیریت کنندگان هویت فردی، روابط خانوادگی یا عزت‌نفس تلقی می‌شوند. فضای درون خانه، نه‌تنها نقش مهمی در ترجیحات محیطی فرد دارد، بلکه در فضای کنش متقابل او با دیگران نیز بسیار حائز اهمیت است. در واقع همان‌طور که وود وارد می‌گوید: «خانه انبار تجربه شخصی است. محیط خانه مبین یک تقسیم‌بندی اولیه و بنیادین از فضای جغرافیایی بین خانه (خود) و برون خانه (دیگری) است» (Woodward, 2003: 394).

وود وارد، با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از یک مصاحبه رو در رو با ۲۴ خانوار طبقه متوسط استرالیایی، ضمن این‌که از اهمیت خانه به‌عنوان یکی از موارد مهم تشخیص بخش گروه‌های طبقه متوسطی یاد می‌کند، دو روایت از نحوه نگریستن آن‌ها به محیط خانه را از یکدیگر جدا می‌کند: نخست آن‌هایی که از طریق رسانه‌هایی مثل تلویزیون، جراید و مجلات در پی کالایی کردن فراگیر خانه‌اند. این روایت خانه را جایگاه صورت‌بندی سبک‌های فردی، تجملی، زیبایی‌شناختی و مدیریت هویت می‌داند (Woodward, 2003: 398). در طرف مقابل، روایتی است که محیط خانه را بیشتر به‌مثابه فضایی قابل اتکاء، حتی درمان‌گر، راحت، عاطفی و صمیمی در نظر می‌آورد که در آن سبک و دکور بندی از کمترین اهمیت برخوردارند (Woodward, 2003: 402).
سوازی از تمایزی که این نویسنده میان دو قرائت قائل می‌شود، در اینجا، نفس‌اهمیتی

که طبقه متوسط استرالیایی به خانه و اقلام درون آن ابراز می‌دارند، حائز اهمیت است (برای مطالعه یک تحقیق تجربی درباره محل سکونت و عادت واره های طبقه متوسط ن.ک. Benson, 2014).

گردشگری، یکی دیگر از الگوها و عادات مصرفی طبقه متوسط کشورهای درحال توسعه است. رشد خانوارهای طبقه متوسط و ارتقای کیفیت زندگی، ترجیحات و خواهش‌های نوینی را فراهم کرده است که گردشگری و صنعت توریسم به‌مثابه یک حوزه بسیار سودساز، بخشی از آن تلقی می‌شود. جمیز پاکر^۱، تاجر بسیار ثروتمند، زمانی اعلام کرد که صنعت گردشگری اگر دریابد که طبقه متوسط در حال گسترش آسیایی دقیقاً چه می‌خواهد و قادر شود که امیال آن‌ها را ارضاء کند، آنگاه می‌تواند به بهره‌وری از فرصت‌ها امیدوار باشد (The Gold Coast Bulletin, 2012).^۲ این دل‌مشغولی سرمایه‌گذاران و تجاری همچون پاکر در عرصه توریسم بسیار جدی است، زیرا گشت‌وگذارهای خارجی در میان اعضای طبقه متوسط نوظهور، به پدیده‌ای جدی و ضروری بدل شده است. به‌عنوان مثال، تخمین زده شده که در چین خانوارهای طبقه متوسط گردشگر که تا سال ۲۰۱۱، ۷۰ میلیون نفر بوده‌اند، به حجمی حدود ۱۰۰ میلیون نفر تا سال ۲۰۱۵ بالغ شوند (The Gold Coast Bulletin, 2012). مسافرانی که در پی مسافرت راحت، هتل‌های آرام و رستوران‌های مناسب با غذاهای لذیذند و درعین حال، می‌توانند طعمه خوش‌مزه‌ای برای مؤسسات گردشگری و کسانی همچون پاکر باشند (همچنین از سنجه‌های دیگری مثل، اهمیت به تعلیم و آموزش مدرن، Padilla 2012, Fouad Khater 2001، و ایده آل‌های توسعه‌ای در نگرش افراد طبقه متوسط به کاهش و به تعویق انداختن باروری، بالا بردن سن ازدواج، و غنی‌تر کردن دایره روابط اجتماعی غیررسمی، Abbasi & Others 2012، برای اندازه‌گیری و طبقه بندی طبقه متوسط جدید استفاده شده است).

1. James Packer

2. <http://search.proquest.com/docview/1124542233?accountid=26226>.

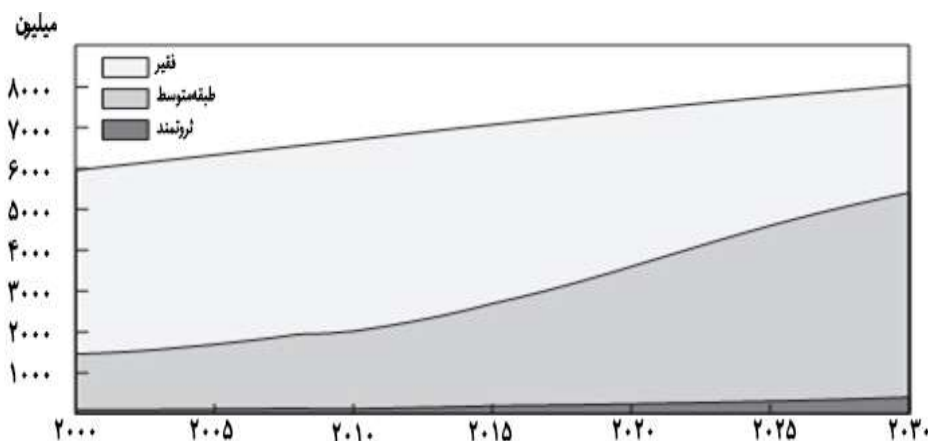
مع الوصف، معلوم می‌شود که ملاک‌های اندازه‌گیری طبقه متوسط جدید آسیایی بسیار متنوع و کاملاً نسبی‌اند، به طوری که هر پژوهش‌گری بنا به هدف از قبل تعیین شده، وجوهی از آن‌ها را برای کار خویش گزینش یا تولید می‌کند. هرچند که کم و کیف این ملاک‌ها گوناگون باشند، لیکن، حضور آن‌ها کنار یکدیگر به منزله جمع اعداد نخواهد بود و در مقابل، به غنای سنجه طراحی شده بسیار خواهد افزود. نمونه‌این مورد را می‌توان در کتاب درخشان خراز و گرتز (Kharas & Gertz, 2010) مشاهده کرد. ایشان با به‌کارگیری داده‌های مربوط به درآمد سرانه و هزینه‌های مصرفی ۱۶۵ کشور دنیا، که جمعیتشان ۹۸ درصد از جمعیت جهان را شامل می‌شود، رهیافت مصرف محور و رهیافت درآمد محور را به یکدیگر پیوند زده‌اند. مطابق با دیدگاه آن‌ها، مواردی مثل، توجه به خانه‌های گرم و دنج، توجه به سلامتی، فرصت‌های تحصیلی برای فرزندان، امنیت شغلی، و هزینه کردن درآمدها به منظور خوش‌گذرانی و مسافرت را می‌توان تحت لوای الگوی مصرف، صورت‌بندی کرد (Kharas & Gertz, 2010: 32) و با هم‌تاسازی میزان برابری قدرت خرید، اکتساب درآمد روزانه ۱۰۰-۱۰ دلار را به‌عنوان مقوله درآمد، مدنظر قرار داد (Kharas & Gertz, 2010: 34).

بر پایه رهیافت مزبور، آن‌ها تخمین زده‌اند که تا سال ۲۰۱۵ برای اولین بار در طی ۳۰۰ سال گذشته شمار طبقه متوسط مصرف‌گرای آسیا با نوع اروپایی آمریکایی برابر خواهد شد و تا سال ۲۰۲۱ بیش از ۲ میلیارد خانوار طبقه متوسط آسیایی خواهیم داشت که تنها ۶۷۰ میلیون نفر از آن‌ها در چین خواهند بود (Kharas & Gertz, 2010: 33). مطابق شکل روبه‌رو، تا سال ۲۰۰۰، تنها ۱/۸ میلیارد نفر در دنیا طبقه متوسط بودند (۲۸ درصد از کل جمعیت جهان)، درحالی‌که کمتر از ۲ درصد گروه‌های ثروتمند و یک اکثریت چشم‌گیری نیز فقرا را تشکیل می‌دادند (۷۰ درصد). لیکن طبق سناریوی خراز و گرتز، دنیا یک چرخش گسترده‌ای به سوی طبقه متوسط بودن را به خود خواهد دید، به طوری که تا سال ۲۰۲۲ انتظار می‌رود برای اولین بار اندازه طبقه متوسط نسبت به

بازشناسی طبقه متوسط جهانی ... ۲۱۵

طبقات پایین پیشی بگیرد و تا سال ۲۰۳۰، ۵ میلیارد از جمعیت جهان - تقریباً معادل دوسوم از کل جمعیت - طبقه متوسط باشند.

شکل ۳- جمعیت جهانی فقرا، طبقه متوسط و ثروتمندان، ۲۰۰۰-۲۰۳۰.



منبع: Kharas & Gertz 2010: 38

این ازدیاد بالقوه طبقه متوسط جهانی با یک توزیع مجدد جغرافیایی و چشم‌گیر همراه شده است، به طوری که تقریباً همه اعضای جدید آن در آسیا زندگی خواهند کرد. مطابق با جدول بعدی، تا سال ۲۰۰۹ تنها ۵۰۰ میلیون طبقه متوسط مصرف‌گرا در آسیا وجود داشت، حال این‌که، تا بیست سال آتی این طبقه می‌تواند به رشد شش برابر یعنی معادل ۳/۲ میلیارد نفر برسد. به عبارت دیگر، سهم آسیا از طبقه متوسط جهانی از یک‌چهارم در سال ۲۰۰۹ به دوسوم تا سال ۲۰۳۰ خواهد رسید (Kharas & Gertz, 2010: 37). در عین حال، سهم آمریکای شمالی و اروپا از ۵۴ درصد به ۲۱ درصد تقلیل خواهد یافت.

جدول ۲- اندازه طبقه متوسط برحسب منطقه، ۲۰۰۹، ۲۰۲۰، ۲۰۳۰ (میلیون نفر و برحسب درصد)

منطقه	۲۰۰۹	۲۰۲۰	۲۰۳۰
آمریکای شمالی	(۱۸) ۳۳۸	(۱۰) ۳۳۳	(۷) ۳۳۲
اروپا	(۳۶) ۶۶۴	(۲۲) ۷۰۳	(۱۴) ۶۸۰
آمریکای مرکزی و جنوبی	(۱۰) ۱۸۱	(۸) ۲۵۱	(۶) ۳۱۳
آسیا اقیانوسیه	(۲۸) ۵۲۵	(۵۴) ۱/۷۴۰	(۶۶) ۳/۲۲۸
صحرای آفریقا	(۲) ۳۲	(۲) ۵۷	(۲) ۱۰۷
خاورمیانه و شمال آفریقا	(۶) ۱۰۵	(۵) ۱۶۵	(۵) ۲۳۴
جهان	(۱۰۰) ۱/۸۴۵	(۱۰۰) ۳/۲۴۹	(۱۰۰) ۴/۸۸۴

منبع: Kharas & Gertz, 2010: 39

با این وجود، آمریکای شمالی و اروپا، ۶۴ درصد از کل دخل و خرج طبقه متوسط جهانی را به خود اختصاص داده‌اند که این نویسندگان تخمین زده‌اند این رقم نیز تا چند سال آتی به سود آسیا کاهش خواهد یافت. یعنی سهم طبقه متوسط آسیا از دخل و خرج جهانی، از ۲۳ درصد در سال ۲۰۰۹ به ۵۹ درصد تا سال ۲۰۳۰ بالغ خواهد شد (ن.ک. جدول شماره ۳).

جدول ۳- دخل و خرج طبقه متوسط برحسب منطقه، ۲۰۰۹، ۲۰۲۰، ۲۰۳۰

(میلیارد نفر، برحسب برابری قدرت خرید به دلار).

منطقه	۲۰۰۹	۲۰۲۰	۲۰۳۰
آمریکای شمالی	۵/۶۰۲ (۲۶)	۵/۸۶۳ (۱۷)	۵/۸۳۷ (۱۰)
اروپا	۸/۱۳۸ (۳۸)	۱۰/۳۰۱ (۲۹)	۱۱/۳۳۷ (۲۰)
آمریکای مرکزی و جنوبی	۱/۵۳۴ (۷)	۲/۳۱۵ (۷)	۳/۱۱۷ (۶)
آسیا اقیانوسیه	۴/۹۵۲ (۲۳)	۱۴/۷۹۸ (۴۲)	۳۲/۵۹۶ (۵۹)
صحرای آفریقا	۲۵۶ (۱)	۴۴۸ (۱)	۸۲۷ (۱)
خاورمیانه و شمال آفریقا	۷۹۶ (۴)	۱/۳۲۱ (۴)	۱/۹۶۶ (۴)
جهان	۲۱/۲۷۸ (۱۰۰)	۳۵/۰۴۵ (۱۰۰)	۵۵/۶۸۰ (۱۰۰)

منبع: Kharas & Gertz, 2010: 39

اگر این چرخش را به درون کشورها تجزیه کنیم، آنگاه تصویر ما از این طبقه متوسط نوین رو به رشد، کامل تر خواهد شد. تا سال ۲۰۰۹، شش کشور از ده کشوری که بزرگترین طبقه متوسط مصرف‌گرا را داشتند، جزء پردرآمدترین اقتصادهای دنیا نیز بودند. اما تا سال ۲۰۳۰، تنها ۴ کشور از این اقتصادهای پیشرفته سنتی - ایالات متحده، ژاپن، آلمان، فرانسه - ممکن است جزء ده کشور پردرآمد دنیا باقی بمانند (ن.ک. جدول شماره ۴). زیرا کشوری مثل چین، تا سال ۲۰۳۰، بزرگترین طبقه متوسط بازار محور و شدیداً مصرف‌گرا را، بالاتر از ایالات متحده، خواهد داشت. با این حال، خود چین ممکن است در دهه‌های آتی دنباله‌روی هند قرار گیرد، کشوری که رشد طبقه متوسط خود را مدیون رشد سریع جمعیت و توزیع مجدد درآمد است.

جدول ۴- دخل و خرج طبقه متوسط، ده کشور برتر، ۲۰۰۹، ۲۰۲۰، ۲۰۳۰ (میلیارد نفر، برحسب برابری قدرت خرید به دلار).

کشور ۲۰۳۰	کشور ۲۰۲۰	کشور ۲۰۰۹
هند ۱۲/۷۷۷ (۲۳)	چین ۴/۴۶۸ (۱۳)	ایالات متحده ۴/۳۷۷ (۲۱)
چین ۹/۹۸۵ (۱۸)	ایالات متحده ۴/۲۷۰ (۱۲)	ژاپن ۱/۸۰۰ (۸)
ایالات متحده ۳/۹۶۹ (۷)	هند ۳/۷۳۳ (۱۱)	آلمان ۱/۲۱۹ (۶)
اندونزی ۲/۴۷۴ (۴)	ژاپن ۲/۲۰۳ (۶)	فرانسه ۹۲۷ (۴)
ژاپن ۲/۲۸۶ (۴)	آلمان ۱/۳۶۱ (۴)	بریتانیا ۸۸۹ (۴)
روسیه ۱/۴۴۸ (۳)	روسیه ۱/۱۸۹ (۳)	روسیه ۸۷۰ (۴)
آلمان ۱/۳۳۵ (۲)	فرانسه ۱/۰۷۷ (۳)	چین ۸۵۹ (۴)
مکزیک ۱/۲۳۹ (۲)	اندونزی ۱/۰۲۰ (۳)	ایتالیا ۷۴۰ (۳)
برزیل ۱/۲۲۵ (۲)	مکزیک ۹۹۲ (۳)	مکزیک ۷۱۵ (۳)
فرانسه ۱/۱۱۹ (۲)	بریتانیا ۹۷۶ (۳)	برزیل ۶۲۳ (۳)

منبع: Kharas & Gertz, 2010: 40

مع الوصف، رشد فزاینده طبقه متوسط نوین در کشورهای در حال توسعه، در عین حال، با نگرانی‌هایی نسبت به نقش و کنش‌گری اعضای این طبقه در قبال موضوعات زیست‌محیطی و سیاست‌های اجتماعی همراه بوده است. از یک سو، برخی پژوهش‌ها از خطرات زیست‌محیطی و هزینه‌های سیاسی این طبقه نوپا برای نظام‌های غیر دموکراتیک، داد سخن داده‌اند و از طرف دیگر، مطالعاتی وجود دارند که برداشت معمول از نقش و جایگاه این طبقه را به چالش کشیده‌اند و مسیر نقش‌آفرینی آن را بسته به زمینه‌های سیاسی داخل و شرایط گوناگون و متلاطم اقتصادی، بسیار پویا فرض می‌کنند. بخش بعدی به بررسی این دیدگاه‌های متفاوت و بعضاً متضاد، اختصاص یافته است و نشان خواهد داد که مترتب کردن رسالت‌هایی بس انتزاعی به طبقه متوسط

جدید مصرف‌کننده، بی‌آنکه بسترهای تاریخی و مراحل رشد اقتصادی درون کشورها را لحاظ کند، تا چه اندازه شکننده خواهند بود.

نقش و جایگاه طبقه متوسط نوین در اقتصادهای نوظهور

رشد طبقه متوسط در کشورهای درحال توسعه از یک سو و تنوع و گستردگی مطالبات آن از سوی دیگر، برخی نویسندگان را بر آن داشته که بگویند طبقه متوسط مصرف‌گرای جدید به لحاظ زیست‌محیطی و سیاسی هزینه‌بردار است (برای مطالعه از نگرانی طبقه متوسط نسبت به بازنشستگی راحت ن.ک.، Kyodo News Service, 2014).^۱ در مورد اول، گفته شده که حکومت‌های کشورهای درحال توسعه ناگزیرند که ازدحام جمعیت در شهرها و پایانه‌های مسافربری، آلودگی فزاینده هوا و انتشار کربن را جدی بگیرند. کره زمین قادر نخواهد بود تا بیست سال آتی، خواهش‌های مطابق با معیار طبقه متوسط مصرف‌گرا را برآورده کند، زیرا نشانه‌ها حاکی از کمبود منابع لازم جهت ارضای این چنین نیازهایی است. محض نمونه، چین که در دهه‌های آتی بیشترین میزان طبقه متوسط را در خود جای خواهد داد، درعین حال، یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان گازهای گلخانه‌ای نیز محسوب می‌شود (Kharas & Gertz, 2010: 41). الگوهای مصرف لگام‌گسیخته طبقه متوسط جدید، برای کمپانی‌های سودساز بسیار اغواکننده است و آن‌ها را وا می‌دارد که به هزینه تخریب محیط‌زیست، نیازهای سیال و در گردش طبقه متوسط را برطرف کنند.

این نگرانی جدی است، لیکن باید به خاطر داشته باشیم که طبقه متوسط نوظهور مصرف‌گرا منحصراً به بدتر شدن اوضاع زیست‌محیطی دامن نخواهد زد. زیرا، بسیاری از فعالیت‌های مربوط به محیط‌زیست پاک، نوعاً بازتاب ارزش‌های طبقه متوسطی‌اند. مضافاً، این که افراد بسیاری درصددند تا سبک زندگی خود را مطابق با معیارهای سبک

1. <http://search.proquest.com/docview/1614225121?accountid=26226>.

زندگی طبقه متوسطی ارتقاء دهند، آن‌ها نه تنها بیش‌ازپیش خودشان را در مقام نیروهای مصرف‌گرا می‌یابند، بلکه عمیقاً خودشان را به حمایت از کاهش کالاهای مصرفی آلوده‌کننده و کاهش انتشار گازهای سمی خطرناک نیز مکلف می‌دانند (Lange & Meier, 2009).

در مورد دوم، (هزینه سیاسی) گفته شده که طبقه متوسط نوپا بار سنگینی بر دوش دول ضعیف و غیر دموکراتیک خواهد بود (Fowler & biekart 2015, Ali & Dadush, 2012). چشم‌داشت‌های متکی بر ارائه خدمات دولتی بهتر، احتمالاً چالش‌هایی برای آن دسته از حکومت‌هایی پدید خواهد آورد که با درآمد سرانه پایین، عایدات مالیاتی ناچیز و ظرفیت محدود حکومت برای رفع مطالبات جدید و لگام‌گسیخته روبه‌رویند. گفته شده، طبقه متوسط جدید انتظار دارد که حکومت در قبال بدنه جامعه نماینده و مسئول باشد و از این جهت بدون تردید فشارهای زیادی بر نظام‌های غیر دموکراتیک در کشورهای در حال توسعه وارد خواهد آورد. مثلاً فولر و بیکارت به جنبش‌های اعتراضی طبقه متوسط در ترکیه و برزیل اشاره می‌کنند که بدواً یک دل‌نگرانی عام نسبت به سیاست‌ها و تصمیمات عمومی بودند، اما به تدریج در شبکه‌های مجازی شیوع یافتند، به دامنه وسیع‌تری کشیده شدند و سپس، هویت طبقاتی را از احساس تعلق سیاسی و قدرتمند بودن به حوزه‌های دیگری جهت واکنش به سرکوب‌های دولتی کشاندند (Fowler & biekart, 2015: 11).

این نویسندگان معتقدند، اعتراض طبقه متوسط در ترکیه را شاید بتوان واکنشی محلی به خیزش‌های عرب منطقه دانست، اما نباید مطالبات به مراتب مهم‌تر آن را مورد اهمال قرار داد: واژگونی فضای بسته سیاسی دولت اردوغان، پایان فساد اداری و بالاتر از همه آزادی عمل (Fowler & biekart, 2015: 11). جرقه این اعتراضات در اواخر می ۲۰۱۳ در استانبول زده شد، هنگامی که طرفداران محیط‌زیست در واکنش به تخریب

پارک گزی^۱ جهت احداث یک مرکز خرید، اعتراضاتی را ترتیب دادند. آن‌ها پس از مواجهه با واکنش خشونت‌آمیز پلیس، در قالب فضاهای مجازی، خاصه تویتز با هیئت گسترده‌تری وارد خیابان‌ها شدند و در تقابل با دموکراسی اقتدارطلب اردوغان دست به شورش و تخریب زدند (Fowler & Biekart, 2015: 11). از نظر فولر و بی کارت، اعتراضات برزیل را نیز می‌توان واکنش نهایتاً طبقه متوسطی به استقرار حکومت چپ‌گرای دیلما روزف^۲، پس از هم‌حزبی‌اش لولا^۳ قلمداد کرد. موج این اعتراضات بدو از ژوئن ۲۰۱۳ آغاز شد، پس‌ازاینکه گروه کوچکی از معترضان به افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل عمومی جهت احداث سریع ورزشگاه‌های مسابقات جام جهانی فوتبال در سائوپائولو اعتراض کردند و با خشونت پلیس مواجه شدند. با گسترده‌تر شدن اعتراضات، فیفا و حکومت وعده کاهش هزینه‌ها را دادند تا از این طریق حکومت نبض پایگاه‌های تبلیغاتی را در اختیار گیرد. هرچند برخی گروه‌ها دست از اعتراض کشیدند، اما «این اعتراضات خیلی زود به یک نوع اعتراض "سفید" با خواهش‌های طبقه متوسطی بدل شد: حقوق همجنس‌گرایان، قانونی شدن مخدرات، سقط‌جنین و به‌طور کلی برکناری حزب رئیس‌جمهور دیلما روزف» (Fowler & Biekart, 2015: 12). به این ترتیب، می‌توان گفت که طبقه متوسط در کشورهای در حال توسعه حقیقتاً تحول طلب است و در قبال سیاست‌های هزینه‌بردار حکومت‌های غیر دموکراتیک، ساکت نخواهد نشست.

ولی آیا مثال‌های فوق قابل‌تعمیم به طبقه متوسط جدید و مصرف‌گرا در همه کشورهای در حال توسعه است؟ به سخن دیگر، آیا این طبقه متوسط جدید و مصرف‌گرا، طلعه‌دار یک عرصه متضاد میان خود و دولت است و به نفع یک وضعیت بهتر به پا خواهد خواست؟ فولر و بی کارت که اعتراضات طبقه متوسط در ترکیه و

1. Gezi Park
2. Dilma Rousseff
3. Lula

برزیل را ردیابی کردند، بدو اذعان می‌کنند «توانایی هر کشور و ماهیت اقناعی سبک‌های زندگی طبقات متوسط متفاوت‌اند و تأمین چشم‌داشت‌ها و دعاوی طبقات متوسط جدید احتمالاً به‌عنوان یک پروبلماتیک باقی خواهد ماند» (Fowler & biekart, 2015: 10).

در مورد گرایش طبقه متوسط نوین به‌سوی دموکراسی و دموکراتیزاسیون، دو رویکرد را می‌توان از هم جدا کرد: رویکرد تک‌خطی^۱ و رویکرد احتمالی^۲. رویکرد نخست، به رابطه خطی بین مدرنیزاسیون اقتصادی و دموکراتیزاسیون سیاسی اشاره می‌کند، به‌طوری‌که با تحقق مدرنیزاسیون، سطوح درآمد افراد، تحصیلات، تحرک اجتماعی و اقتصادی و ارزش آزادی نیز به‌طور فزاینده‌ای رشد می‌یابد و جملگی این صفات که به‌نوعی در طبقه متوسط تجسم می‌یابند، دموکراتیزاسیون را در یک جامعه غیر دموکراتیک برجسته و نهادهای دموکراتیک را در جامعه دموکراتیک تقویت می‌کنند (Chen & lu, 2011: 706). از طرف دیگر، رویکرد احتمالی، رابطه میان توسعه اقتصادی و دموکراتیزاسیون سیاسی را پویا فرض می‌کند. مطابق این رویکرد، دموکراتیزاسیون صرفاً محصول رشد اقتصادی نیست بلکه می‌تواند نتیجه طبیعی فرآیندهای سیاسی ازجمله، تضادها، مذاکرات و پاره‌ای مواقع عقب‌نشینی‌ها باشد. به‌علاوه، گرایش طبقه متوسط به‌سوی دموکراسی را باید بسته به پاره‌ای از شرایط مهم اجتماعی سیاسی و اجتماعی اقتصادی دانست: وابستگی یا عدم وابستگی طبقه متوسط به دولت، پیوستگی سیاسی‌اش با سایر طبقات، اجماع درون خود یا چنددستگی‌اش و ترس از بی‌ثباتی سیاسی (Chen & lu, 2011: 706). این شرایط به همراه زمینه‌های سیاسی کشورهای مختلف و مراحل توسعه اقتصادی درون آن‌ها کاملاً متفاوت‌اند، به‌طوری‌که با تغییر همه یا برخی از این شرایط، شرایط طبقه متوسط به‌سوی دموکراسی و دموکراتیزاسیون نیز تغییر می‌کند.

-
1. Unilinear Approach
 2. Contingent Approach

به‌عنوان مثال، در چین یافته‌های به‌دست‌آمده در باب حمایت طبقه متوسط جدید از هنجارهای دموکراتیک- آگاهی به حقوق، اهمیت آزادی سیاسی، مشارکت مردمی- و اهمیت رقابتی بودن انتخابات رهبران سیاسی، تأمل‌برانگیز است. همان‌طور که گزارش شده است، هرچند بیش از ۹۰ درصد از اعضای طبقه متوسط و طبقه کارگر از حقوق کار، تحصیل، اطلاعات آزاد و مسافرت به خارج حمایت کردند، اما در باب اهمیت به آزادی سیاسی، مشارکت مردمی و رقابت آزاد احزاب، نظر مخالف ابراز داشتند (Chen & lu, 2011: 707-708). تنها ۲۳ درصد از پاسخگویان طبقه متوسط و ۳۶ درصد از پاسخگویان طبقه کارگر، آزادی سیاسی را حتی اگر به اختلاف و بی‌ثباتی سیاسی منتهی شود، حائز اهمیت دانستند. این رقم حتی درباره هنجار مشارکت مردمی تکان‌دهنده بود: ۲۵ درصد موافقت از سوی طبقه متوسط و ۳۸ درصد موافقت از طرف طبقه کارگر (Chen & lu 2011: 710). در این مورد نویسندگان نتیجه گرفتند: «طبقه متوسط چین حتی حامی هنجار مشارکت مردمی، هنجاری که یکی از مهم‌ترین اصول دموکراسی است نمی‌باشد» (Chen & lu, 2011: 710). در مورد رقابتی بودن انتخابات ۷۰ درصد از پاسخ‌گویان هر دو طبقه از چند کاندیداتوری رهبران حکومتی حمایت کردند ولی تنها ۲۵ درصد از اعضای طبقه متوسط، خواهان رقابت چندحزبی در چین بودند (Chen & lu, 2011: 710). بنابراین، کشوری که تخمین زده شده تا چند سال آتی بیشترین حجم طبقه متوسط آسیایی را در خود جای خواهد داد (۶۷۰ میلیون نفر)، بازیگران طبقه متوسط اش، صرف‌نظر از این‌که آیا یک دست هستند یا خیر، لزوماً به‌گونه‌ای عمل نمی‌کنند که مطابق برداشت معمول باشد.

سیمین فدائی (Fadaee, 2014)، از مطالعات تجربی و مفهومی انتقاد می‌کند که گرایش دارند طبقه متوسط جدید، به‌ویژه در هند را یک طبقه نسبتاً همگن با سه مؤلفه معرفی کنند: به‌عنوان یک گروه مصرف‌گرا، به‌عنوان فعالان تولید و بازتولید کالاها و به‌عنوان گروهی که به لحاظ سیاسی مخالف فقر و نسبت به گروه‌های اجتماعی حاشیه‌ای بی‌تفاوت‌اند. او، در مقابل، یک گروه مربوط به سازمانی مردم‌نهاد (NGO)

موسوم به فعالان منتقد اجتماع^۱ را معرفی می‌کند که رهبران و فعالانش نمونه‌ای از یک پاره گروه ستیز جوی متفاوت در درون طبقه متوسط جدید هند هستند (Fadaee, 2014: 443). این فعالان نه مصرف‌کننده‌اند و نه نسبت به گروه‌های حاشیه‌ای بی‌تفاوت. بلکه فعالیت آن‌ها عکس‌العملی است به مسائلی از جمله: موضوعات زیست‌محیطی، تخریب محلات فقیرنشین و موضوعات مربوط به آب، بهداشت، ساخت‌وساز و غیره که در دوره پسا لیبرالی شدن هند ظهور یافتند. به لحاظ سیاسی، آن‌ها منتقد سرمایه‌داری و استراتژی‌های نئولیبرال‌اند و سرمایه‌داری را از بن‌مایه غیراخلاقی و منبع همه مشکلات می‌دانند. به‌علاوه، در موارد بسیاری، فعالان منتقد به دولت مظنون هستند و ضمن مخالفت با آن، درصدد نوعی سوسیالیسم و بدیل‌های دیگرند. از این لحاظ سبک سیاست ورزی آن‌ها ستیزه‌جویانه است (Fadaee, 2014: 449). این طبقه نوین هندی، به خلاف فهم معمول از طبقه متوسط جدید کشورهای درحال توسعه، سبک زندگی منازعه آمیز نیز دارد. یعنی اعمال اجتماعی فرهنگی و تبلیغات لیبرالی کردن هند از دهه ۱۹۹۱ را به مبارزه طلبیده است. این فعالان طبقه متوسطی منتقد اجتماع، ارزش ناچیزی برای مصرف کالاهای لوکس قائل‌اند و نسبت به داشتن خودروها، تلویزیون‌ها، یا موبایل‌های گران‌قیمت کمتر اهمیتی قائل‌اند. به سبب به‌کارگیری وسایل ساده، آن‌ها مصرف کالاهای جدید را که سمبل فرهنگ لیبرال‌اند، رد می‌کنند و با امتناع از خرید برندهای لوکس، درصدد هستند تا آن‌جا که ممکن است از تولیدات بومی حمایت کنند (Fadaee, 2014: 451).

بنابراین، نتیجه‌گیری عام و مجرد درباره سوء رفتار زیست‌محیطی و هزینه‌های سیاسی طبقه متوسط برای اقتصاد جهانی و نظام‌های غیر دموکراتیک، فریبده و اغواکننده است و تا آنجا که قرائن نشان می‌دهند، نقش و جایگاه طبقه متوسط نوین آسیایی در هر بستر سیاسی و با توجه به درجه متفاوت توسعه‌یافتگی کشورها، گوناگون

خواهد بود. از این روی، اتخاذ رویکرد احتمالی و پویا به نحوه اثرگذاری و بازیگری اعضای طبقه متوسط در کشورهای در حال توسعه دقیق‌تر و قابل قبول‌تر است، زیرا حالات گوناگون طبقات میانی به دموکراتیزاسیون را که ناشی از روابط متفاوت آن‌ها با دولت‌ها، ارزیابی‌های مختلف حیات اجتماعی اقتصادی و ترس از بی‌ثباتی سیاسی است، مدنظر دارد و از طرف دیگر، به نگرش‌های مختلف پاره گروه‌های طبقات متوسط به دموکراسی و مطالبه‌گری که برآمده از وضعیت‌های اجتماعی اقتصادی ناهمگون در جوامع ناهمگون است، تأکید می‌کند. به عبارت دیگر باید گفته شود، هرچند موارد الگوهای مصرف در کشورهای در حال توسعه، خاصه کشورهای ناحیه آسیا و جنوب شرق آسیا، جهان‌شمول و همگانی شده است، لیکن بازتاب و نحوه واکنش نیروهای مصرف‌گرای جدید کماکان بومی و محلی باقی مانده است و این که "کدام" یک از اعضای خرده گروه‌های طبقات متوسط و در چه "زمینه" ای دست به "چه نوع" واکنشی خواهند زد، به عنوان یک پروبلماتیک باقی خواهد ماند.

بحث و نتیجه‌گیری

در سرتاسر این مقاله تلاش شده است تا نشان داده شود که یک جریان نوینی در اقتصادهای نوظهور آسیایی در حال به وجود آمدن است که در مقایسه با همتای سابق غربی خود، تا حد زیادی متفاوت است: طبقه متوسط نوین آسیایی. «زاکونی» در اهمیت این طبقه می‌نویسد: «تا سال ۲۰۳۰، ۲۰۷ میلیارد خانوار طبقه متوسط جدید و مصرف‌گرای آسیایی وجود خواهند داشت که ۹۰ درصد از حجم طبقه متوسط جهانی را به خود اختصاص می‌دهند. این نیروهای مصرف‌گرا، با در اختیار داشتن درآمدهای در دست رس بسیار، تا حدود ۳۰ تریلیون دلار مصرف خواهند کرد» (Zakonyi, 2014). چنان‌که پیش‌تر مطرح شد، این حجم عظیم خانوارهای مصرف‌گرا، درعین حال، برای کمپانی‌ها و شرکای بین‌المللی‌شان بسیار اغواکننده‌اند، به طوری که در سنگاپور فقط ۳/۶۰۰ کمپانی آمریکایی تا سال ۲۰۱۴ اعلام موجودیت کرده‌اند.

با این حال، همان طور که مطرح شد، آسیا جایگاه و مامن یک چنین حجم عظیمی از گردش و مبادلات اقتصادی نمی شد اگر حکومت ها مبادرت به انجام یک رشته از اصلاحات سیاسی اجتماعی نمی کردند. از جمله این مورد، به کره اشاره شد که در خلال رژیم پارک چونگ هی، برای پیش برد این کشور پس از ده ها جنگ، فقر، و بی ثباتی سیاسی، دست به مهندسی پروژه طبقه متوسط نوینی کره ای برد. یا در مورد هند، اشاره شد که این کشور از دهه ۹۰-۱۹۸۰ به تدریج ایده های مبتنی بر خودکفایی را کنار نهاد و درهای اقتصادی خود را به سوی سرمایه های خارجی گشود که نتیجه آن رشد چشم گیر کالاهای مصرفی در بازار هند بود.

مع الوصف، سوای از رشد روزافزون طبقه متوسط جدید و مصرف گرا در کشورهای در حال توسعه، به ویژه ناحیه آسیا، نحوه تعریف و اندازه گیری این طبقه نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. این مقاله، از یک سو، روایت های درآمد محور از نحوه سنجش طبقه متوسط جدید را مورد توجه قرار داد، از جمله، معیار بانک جهانی و معیار میلانویک و ییزاکی و از سوی دیگر، مطالعاتی را مطرح کرد که از سنجه هایی همچون، مالکیت خودرو، نوع منزل، اهمیت به گردش گری، اهمیت به آموزش مدرن و... برای سنجش طبقه متوسط جدید استفاده کرده اند. باین وجود، هر یک از این مؤلفه ها، وجوهی از این جریان نوین و نافذ را نشان می دهند که از ایراداتی چند خالی نیستند. برای دوری جستن از این ایرادات، مدل سنجش خاراژ و گرتز مطرح شد که با پیوند مؤلفه های سبک زندگی و مؤلفه های درآمد محور، یک بصیرت جامع تری از طبقه متوسط نوین به دست می دهند.

در پایان، نشان داده شد که برای بررسی نقش و جایگاه طبقه متوسط جدید، باید شرایط ویژه اقتصادی سیاسی کشورها را به طور جداگانه مورد بررسی قرار داد تا به واسطه آن از افتادن به دام تعمیم گرایی، جلوگیری شود. به عبارت دیگر، وابستگی طبقه متوسط به برخی یا همه شرایط اجتماعی سیاسی یا اجتماعی اقتصادی از جمله: وابستگی یا عدم وابستگی اش به دولت، پیوستگی سیاسی اش با سایر طبقات، اجماع

درون خود یا چنددستگی و ترسش از بی‌ثباتی سیاسی، در تعیین بخشی جایگاه طبقه متوسط بسیار حائز اهمیت است و چنان‌که مطرح شد، دقیقاً به همین دلیل است که جهت نقش‌آفرینی اعضای این طبقه در ترکیه و برزیل، متفاوت و حتی متضاد با آن نوع واکنشی بود که اعضای این طبقه در هند و چین از خود به نمایش گذاشتند.

منابع

- ابادری، یوسف؛ چاوشیان، حسن. (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی (رویکردهای توین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی)، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۰.
- اسکیس، ریچارد. (۱۳۸۰)، *مرگ طبقه و سرنوشت جامعه‌شناسی*، ترجمه هادی جلیلی، *کتاب ماه علوم اجتماعی*، شماره ۴۱.
- Abbasi, Mohammad Jalal. (2012). *Family Life And Developmental Idealism In Yazd, Iran*, Research Article, Published By Max Planck Institute.
- Bauman, Zygmunt. (2000). *Liquid Modernity*, First Published By Polity Press.
- Benson, Michaela. (2014). *Trajectories Of Middle Class Belonging: The Dynamics of place Attachment and Classed Identities*, Urban Studies, Published By SAGE.
- Blackshaw, Tony. (2005). *Zygmunt Bauman*, First Published By Routledge.
- Chen, Jie & Chunlong, Lue. (2011). *Democratization And The Middle Class In China: The Middle Class Attitudes Toward Democracy*, Political Research Quarterly, Published By SAGE.

- Clark, Janine A.. (2004). *Islam, Charity and Activism. (Middle Class Networks And Social Welfare In Egypt, Jordan And Yemen)*, First Published By Indiana University Press.
- Dallinger, Rsula. (2013). The Endangered Middle Class? A Comparative Analysis Of The Role Played By Income redistribution, *Journal Of European Social Polity*, Published By SAGE.
- Erikson, Robert & Torssander, Jenny. (2008). Social Class And Cause Of death, *European Journal Of Public Health*, Published By Oxford University Press.
- Fadaee, Simin. (2014). *India's New Middle Class And The Critical Activist Milieu*, Published By SAGE.
- Fernandes, Leela. (2006). *India's New Middle Class. (Democratic Politics In An Era Of Economic Reform)*, First Published By University Of Minnesota Press.
- Fouad Khater, Akram. (2001). *Inventing Home. (Emigration, gender & The Middle Class in Lebanon, 1870-1920)*, First Published By University Of California Press.
- Fowler, Alan & Biekart, Kees. (2015). Navigating Polycentric Governance from a Citizen's Perspective: The Rising New Middle Classes Respond, *European Journal of Development Research*, Published By advance online publication.
- Gottschlich, Pierre. (2011). *Indias Middle Class: New Forms Of Urban Leisure, Consumption And Prosperity*, Reviews, Published By Arnold Bergstrasser Institute.
- Hayton, John William & Others. (2015). *Chasing A Tiger In A Network Society? Hull Citys Proposed Named Change In The Pursuit Of China And East Asias New Middle Class Consumers*, International Review For The Sociology Of Sport, Published By SAGE.

- Heffner, Heather. (2015). *“A Dragon Risen From A Shallow Stream”:
The South Korean Middle Class frame Through Narratives Of Loss,
Progress And Return*, Alternatives: Global, Local And Political,
Published By SAGE.
- Kharas, Homi & Gertz, Geoffrey. (2010). *Chinas Emerging Middle
class. (Beyond Economic Transformation)*, First Published By
Brookings Institution Press.
- Lange, Hellmuth & Meier, Lars. (2009). *The New Middle Classes.
(Globalizing Lifestyle, Consumerism And Environmental Concern)*,
First Published By Springer.
- Olin Wright, Erik. (2003). *Social Class*, Encyclopedia Of social Theory,
Published By SAGE.
- Padilla, Hoang Thuy. (2012). *Parental School Choices In Marked-
Oriented School Systems: Why Middle Class Asian Immigrants Self-
Select Into Specialized Academic Programs*, First Published By
ProQuest.
- Raka, Ray. (2008). *Indias New Middle Class: Democratic Politics In An
Era Of Economic Reform*, Contemporary Sociology, Published By
ProQuest.
- Rollock, Nikola & Others. (2012). *Middle Class By Profession: Class
Status And Identification Amongst The Black Middle Classes,
Ethnicities*, Published By SAGE.
- Savage, Mike & Others. (2013). *A New Model Of Social Class?
Findings From The BBCs Great British Class Survey Experiment*,
Sociology, Published By SAGE.
- Smith, Dennis. (1999). *Zygmunt Bauman. (Prophet Of Postmodernity)*,
First Published By Polity Press.

- Szakonyi, Mark. (2014). *Asian Middle Class Growth Full Of Promise, Challenges*, International Logistics, Published By United Business Media Global Trade.
- Tester, Keith. (2004). *The Social Thought Of Zygbunt Bauman*, First Published By Palgrave Macmillan.
- Wessel, Margit Van. (2004). *Talking About Consumption. (How an Indian Middle Class Dissociates from Middle-Class Life)*, Cultural Dynamics, Published By SAGE.
- Woodward, Ian. (2003). Divergent Narratives In The Imagining Of The home Amongst Middle Class Consumers. (Aesthetics, Comfort And Symbolic Boundaries Of The Self And Home), *Journal Of Sociology*, Published By SAGE.
- Zou, Min. (2015). *Employment Relations and Social stratification In Contemporary Urban China: Does Goldthorpe Class Theory Still Work?* Sociology, Published By SAGE.

وب سایت‌ها:

- [http://search.proquest.com/docview/1318537909?accountid=26226.](http://search.proquest.com/docview/1318537909?accountid=26226)
- [http://search.proquest.com/docview/1662720570?accountid=26226.](http://search.proquest.com/docview/1662720570?accountid=26226)
- [http://search.proquest.com/docview/1562267782?accountid=26226.](http://search.proquest.com/docview/1562267782?accountid=26226)
- [http://www.voxeu.org/article/new-measure-global-middle-class.](http://www.voxeu.org/article/new-measure-global-middle-class)
- [http://search.proquest.com/docview/1124542233?accountid=26226.](http://search.proquest.com/docview/1124542233?accountid=26226)
- [http://search.proquest.com/docview/1614225121?accountid=26226.](http://search.proquest.com/docview/1614225121?accountid=26226)

ضمیمه ۱

جدول الف- انواع طبقه و پاره گروه‌های آن در چین.

نوع طبقه پاره گروه	
۱. حرفه‌ای‌ها، رؤسا و کارمندان عالی‌رتبه، مدیران تشکیلات صنعتی بزرگ	طبقه خدمات معاهده‌ای
۲. حرفه‌ای‌ها، رؤسا، کارمندان کم‌رتبه، تکنسین‌های عالی‌رتبه، مدیران تشکیلات صنعتی کوچک، سرپرستان کارمندان غیر یدی	
۱. کارکنان معمولی غیر یدی، عالی‌رتبه	طبقه میانه معاهده‌ای
۲. کارکنان معمولی غیر یدی، کم‌رتبه	
۳. خرده کارکنان و خود اشتغالان	
۴. تکنسین‌های کم‌رتبه، سرپرستان کارگران غیر یدی	
۱. کارگران یدی ماهر	طبقه کارگر معاهده‌ای
۲. کارگران یدی نیمه ماهر/غیرماهر	
۳. کارگران زراعی/دیگران در تولیدات پایه	

منبع: Zou 2015, 3

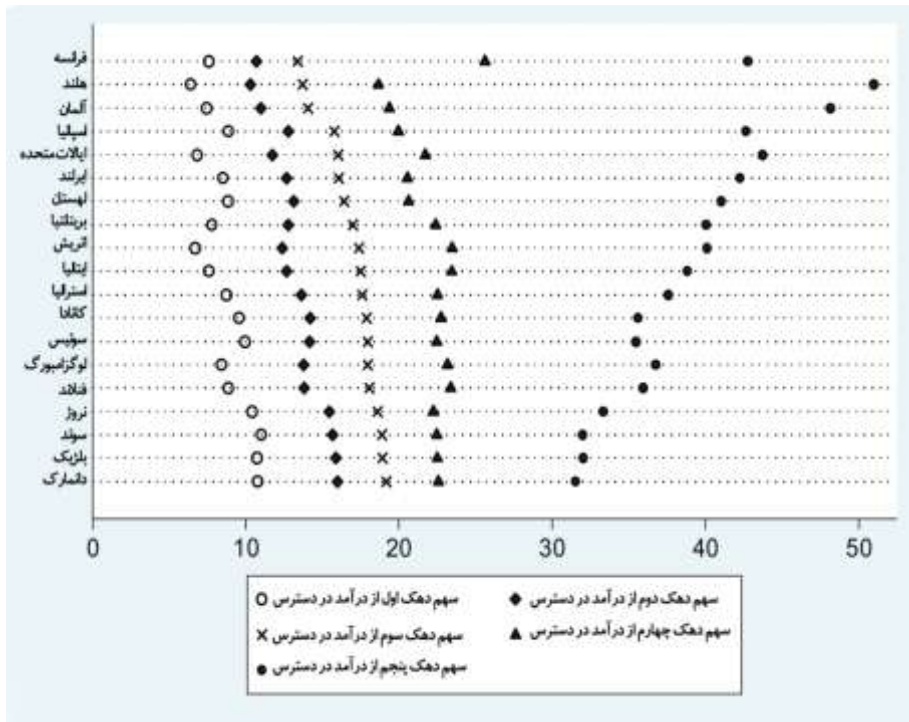
ضمیمه ۲

نوع طبقه	توصیف	درآمد خانوار	پس انداز خانوار	ارزش خانه	نمره ارتباط اجتماعی	تعداد رابطه اجتماعی	سرمایه فرهنگی بالا	سرمایه فرهنگی نوظهور
نخبگان	سرمایه اقتصادی خیلی بالا (خاصه پس اندازها)، سرمایه اجتماعی بالا، سرمایه فرهنگی خیلی بالا	£۸۹/۰۸۲	£۱۴۲/۴۵۸	£۳۲۵/۰۰۰	۵۰/۱	۱۶/۲	۱۶/۹	۱۴/۴
طبقه متوسط جا افتاده	سرمایه اقتصادی بالا، میانگین بالا نسبت به وضعیت ارتباطات، سرمایه فرهنگی بالا	£۴۷/۱۸۴	£۲۶/۰۹۰	£۱۷۶/۸۳۴	۴۵/۳	۱۷/۰	۱۳/۷	۱۶/۵
طبقه متوسط فنی	سرمایه اقتصادی بالا، میانگین خیلی بالا در روابط اجتماعی، هر چند روابط نسبتاً کم گزارش شده، سرمایه فرهنگی تعدیل شده	£۳۷/۴۲۸	£۶۵/۸۴۴	£۱۶۳/۳۶۲	۳۵/۵	۳/۶	۹/۲	۱۱/۴

۱۴/۸	۶/۹	۱۶/۹	۳۷/۸	£۱۲۸/۶۳۹	£۴/۹۱۸	£۲۹/۲۵۲	سرمایه اقتصادی به خوبی تعدیل شده، نمره میانگین تعدیل شده ضعیف نسبت به روابط اجتماعی، سرمایه فرهنگی جافتاده تعدیل شده اما سرمایه فرهنگی خوب در حال ظهور	کارگران جدید شناور
۶/۵	۱۰/۸	۹/۸	۴۱/۵	£۱۲۷/۱۷۴	£۹/۵۰۰	£۱۳/۳۰۵	سرمایه اقتصادی تعدیل شده ضعیف، هر چند به همراه قیمت خانه معقول، روابط اجتماعی ناچیز، سرمایه فرهنگی جا افتاده و در حال ظهور پایین	طبقه کارگر سنتی
۱۷/۵	۹/۶	۱۴/۸	۳۸/۳	£۱۷/۹۶۸	£۱/۱۳۸	£۲۱/۰۴۸	سرمایه اقتصادی تعدیل شده ضعیف، هر چند به همراه درآمد خانوار معقول، روابط اجتماعی تعدیل یافته، سرمایه فرهنگی در حال ظهور بالا (اما سرمایه فرهنگی جا افتاده پایین)	کارگر خدماتی نوظهور
۸/۴	۶/۰	۶/۷	۲۹/۹	£۲۶/۹۴۸	£۷۹۳	£۸/۲۵۳	سرمایه اقتصادی فقیر، و پایین تر نمره هر یک از معیارها	آسیب پذیران

ضمیمه ۳

شکل الف - سهم هر یک از دهک‌ها از درآمد در دسترس



منبع: Dallinger 2013: 91