

Nouveau Riche and Its Cultural Consequences :A Study on the Contexts and Consequences of the Rising of the Nouveau Riche Class in Iran

Arash Heydari  *

Assistant professor at Cultural Studies
departement, Faculty of Hamanities,
university of science and culture-Tehran,
Iran

Benyamin Hoseini Bojd 

MA Student, Department of Cultural
Studies, University of Science and Culture,
Tehran, Iran

Abstract

This study investigates the structural transformations of Iran's political economy during the 1390s (2011–2021) and the emergence of a new social class known as the “nouveau riche” (now-kiseh). This decade is characterized by unstable economic growth, chronic inflation, and a sanctioned, rentier economy, which collectively deepened class divides and intensified social inequalities. An analysis of official data confirms a rise in macro-inequality indicators, specifically the Gini coefficient (particularly in the latter half of the decade) and a significant increase in the top decile's share of total expenditures. This trend signifies a concentration of wealth in the hands of a minority who have primarily benefited from non-productive activities and rent-seeking. The rise of this class has precipitated a profound transformation of values in Iranian life, where conspicuous consumption and luxury-seeking have become the primary avenues for attaining self-esteem, establishing themselves as the dominant and hegemonic discourse within the social sphere. Utilizing secondary data and interpreting them within the theoretical frameworks of

* Corresponding Author: Arash.heydari@usc.ac.ir

How to Cite: Heydari, A., Hoseini Bojd, B. (2025). Nouveau Riche and Its Cultural Consequences :A Study on the Contexts and Consequences of the Rising of the Nouveau Riche Class in Iran, *Quarterly Journal of Social sciences*, 32(110), 147-181. DOI: 10.22054/qjss.2026.89637.2927

Original Research

Accepted: 25/01/2025

Revised: 24/01/2026

Received: 15/11/2025

eISSN: 2538-2772

ISSN: 1735/1162

Weber, Veblen, Mills, and Bourdieu, this article provides an economic description of the nouveau riche phenomenon while critically evaluating the axiological and cultural consequences of this class's dominance. The research findings indicate that the cultural determinants of the emergence of the nouveau riche in Iran include: the devaluation of productive labor and the legitimization of non-productive and speculative activities; the prevalence of conspicuous consumption and shifting criteria of social status; the growth of systemic immorality and the normalization of corruption; the commodification of science, art, and ethics; and ultimately, the erosion of social capital and public trust.

Keywords: Nouveau Riche, Conspicuous Consumption, Economic Crisis, Plunder, Hegemony.

Extended Abstract

Introduction

The political economy of Iran in the 2010s was defined by a confluence of structural instability, stagflation, and the dominance of non-productive finance. This period, marked by extreme volatility in key macroeconomic indicators, facilitated an unprecedented deepening of class cleavages. Analysis reveals a pattern of wealth polarization whereby capital was systematically siphoned from productive sectors and popular strata toward speculative asset markets. The resultant formation—a nouveau riche class (now-kiseh)—originated not in entrepreneurial innovation or industrial growth, but in the interstices of crisis, rent appropriation, and arbitrage. This research interrogates the central sociological problem arising from this configuration: the mechanism through which such objectively predatory economic practices are translated into a subjectively legitimized cultural hegemony.

Theoretical Framework and Literature Synthesis

Indigenous research often oscillates between a macro-structural political economy, which cogently critiques the rentier state but lacks a granular account of recent, rapid class formation, and a micro-sociological focus on performative consumption. International comparative sociology, conversely, illuminates the integral link between the source of wealth and its socio-political correlates. Studies demonstrate a robust affinity between rent-derived wealth, particularly from real estate, and authoritarian-conservative political dispositions among new elites. The research gap it addresses is the theoretical and empirical connection between the objective processes of speculative accumulation and the subjective processes through which this group's culture attains hegemony, reshaping public values and social tastes.

Methodology: A Critical Documentary Synthesis

Adopting an interpretive-critical paradigm, this study employs a strategy of secondary documentary analysis across two constitutive planes:

1. The Structural Plane: Utilizing official data from the Statistical Center of Iran and the Central Bank.
2. The Symbolic Plane: Analyzing discursive and representational fields within media and public culture.

This dual-layered evidence is theorized through an integrated framework combining Weber's concept of status groups, Veblen's theory of conspicuous consumption and predatory gain, Mills's critique of the structural amorality in power elites, and Bourdieu's foundational work on distinction, capital conversion, and symbolic violence.

Analysis: From Predatory Accumulation to Symbolic Hegemony

The research findings coalesce around five interconnected theses that chart the passage from economic fact to cultural dominion:

1. **The Inversion of Value: Productive Labor vs. Speculative Cunning:** The stark divergence between productive recession and asset inflation forged a new social epistemology. Productive work was culturally demoted to folly, while speculative acumen was elevated to a form of intelligence.
2. **Conspicuous Consumption as a Regime of Visibility:** With radical disparities in consumption capacity, luxury goods and experiential spending evolved into the primary lexicon of social valuation. The public display of plundered wealth operates as a performative claim to a redefined social hierarchy.
3. **Structural Amorality and the Moral Economy of Rent:** When the primary avenues to wealth are rent and inflation, unethical conduct ceases to be a personal deviation and becomes a systemic prerequisite. The moral framework of society adapts to measure success purely by the accretion of capital, irrespective of its genesis.
4. **The Commodification of Legitimacy and Capital Conversion:** Lacking inherited cultural capital, the nouveau riche strategically invest economic capital to purchase symbolic legitimacy. Patronage of arts, media, and philanthropy constitutes a calculated project of capital conversion, giving rise to hybrid figures like the “celebrity-intellectual”.
5. **Erosion of the Social: Spatial Segregation and the Crisis of Trust:** This erosion of social capital and mutual trust fosters a landscape of deep-seated resentment, dismantling the notion of a common societal project. The most virulent political expressions, including populist and proto-fascist discourses, find fertile ground in this damaged social substrate.

Conclusion

The ascent of Iran’s nouveau riche during the 2010s represents far more than a shift in economic fortune; it signifies a hegemonic project that has successfully recast the social imagination. This study demonstrates how the political economy of rentier capitalism, under conditions of structural adjustment and crisis, can generate a self-perpetuating cultural logic. This logic naturalizes speculative accumulation, legitimizes status through predatory consumption, commodifies social honor, and ultimately dismantles the bonds of collective solidarity.

نوکیسگی و تعینات فرهنگی آن: مطالعه‌ای درباره زمینه‌ها و نتایج ظهور طبقه نوکیسه در ایران

عضو هیئت علمی گروه مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه
علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

آرش حیدری *

دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه علم و فرهنگ تهران،
تهران، ایران

بنیامین حسینی بجد

چکیده

پژوهش حاضر به واکاوی تحولات ساختاری اقتصاد سیاسی ایران در دهه ۹۰ شمسی و ظهور طبقه‌ای نوپدید موسوم به «نوکیسه» می‌پردازد. این دهه با ویژگی‌هایی چون رشد اقتصادی ناپایدار، تورم مزمن و اقتصاد تحریمی و رانتی شناخته می‌شود که به تعمیق شکاف‌های طبقاتی و تشدید نابرابری‌های اجتماعی منجر گردید. تحلیل داده‌های رسمی صعود شاخص‌های کلان نابرابری، نظیر ضریب جینی (به‌ویژه در نیمه دوم دهه ۹۰) و افزایش معنادار سهم دهک بالای جامعه از کل هزینه‌ها را تأیید می‌کند. این روند بیانگر تمرکز ثروت در دست اقلیتی است که عمدتاً از طریق فعالیت‌های غیرمولد و رانت منتفع شده‌اند. ظهور این طبقه، به دگرگونی ارزشی و سبب در حیات انسان ایرانی انجامیده است؛ جایی که مصرف نمایشی و تجمل‌گرایی به‌مثابه مسیر اصلی کسب عزت‌نفس، به محتوای غالب فضای اجتماعی بدل و هژمونیک شده است. این مقاله با تمرکز بر داده‌های ثانویه و خوانش آن‌ها در چارچوب نظری متفکرانی چون وبر، بِلن، میلز و بوردیو، تلاش دارد ضمن توصیف اقتصادی پدیده نوکیسگی، پیامدهای ارزشی و فرهنگی غلبه‌ی این طبقه را مورد ارزیابی انتقادی قرار دهد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تعینات فرهنگی ظهور طبقه نوکیسه در ایران عبارت‌اند از: تحقیر کار تولیدی و مشروعیت‌بخشی به فعالیت‌های غیرمولد و سوداگری، رواج مصرف نمایشی و دگرگونی معیارهای منزلت، رشد بی‌اخلاقی نظام‌مند و عادی‌سازی فساد، کالایی‌شدن علم، هنر و اخلاق و درنهایت تحلیل رفتن سرمایه و اعتماد اجتماعی.

کلیدواژه‌ها: نوکیسگی، مصرف نمایشی، بحران اقتصادی، غارت، هژمونی.

مقدمه

تصویر اقتصادی دهه نود شمسی تصویری تاریک و سیاه است. این دهه با مشخصه بارز بی ثباتی و نوسانات شدید در شاخص های کلان شناخته می شود؛ به طوری که اقتصاد کشور در سال های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ به ترتیب با رکودهای شدید ۹,۷۳- و ۲,۱۱- درصد مواجه شد و موج دوم رکود در سال های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به ترتیب رشد منفی ۶,۶- و ۴,۴۹- درصد را رقم زد (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، حساب های ملی سالانه ۱۳۴۰-۱۴۰۰). دوقله ی تورمی در نیمه دوم دهه، به ویژه جهش ۲۱,۲ درصدی در سال ۱۳۹۷ و اوج ۴۱,۲ درصدی در سال ۱۳۹۸، این دوره را به دهه فلاکت اقتصادی بدل می کند (بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری ایران). میانگین ضریب جینی این دهه نیز که در سال ۱۳۹۰ رقم ۰,۳۷ را ثبت کرده بود، از سال ۱۳۹۳ مسیر صعودی معناداری را آغاز کرد (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، ضریب جینی کل کشور).

علاوه بر شاخص ضریب جینی، شاخص های دیگری برای مطالعه میزان نابرابری در دوره های زمانی مختلف وجود دارد که یکی از آنها نسبت هزینه دهک های بالا به پایین است. بر اساس محاسبات مبتنی بر داده های مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۹۰ هزینه سرانه دهک دهم (ثروتمندترین) ۱۰,۱۷ برابر دهک اول (فقیرترین) بوده است. این شکاف در طول دهه عمیق تر شد و هم زمان با تشدید بحران اقتصادی، در سال ۱۳۹۷ به اوج ۱۲,۴۲ برابری رسید (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، سهم هزینه ناخالص سرانه هر دهک در مناطق شهری). این ارقام نشان می دهد درآمد افراد در این دهه بشدت افت کرده و تکافوی هزینه های روزافزون آنها را به دلیل رشد تورم نداده است.

این داده ها نشان می دهند که شکاف فقیر و غنی در این دهه به اوج خود رسیده است. سیاست های ارزی برای حمایت از فقرا موفق عمل نکرده و شکاف فقیر و غنی به بالاترین سطح خود رسیده است. عدد بالای ضریب جینی که در سال ۱۳۹۷ به نقطه اوج ۰,۴۰۹۳ رسید (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، ضریب جینی کل کشور)، نشان می دهد که ثروت از فقرا به اغنیا منتقل شده است و جریان ثروتمند شدن ثروتمندان و فقیر شدن فقرا سرعت گرفته

است. داده‌ها نشان می‌دهند که عامل اصلی این نابرابری، تورم افسارگسیخته در بازارهای دارایی بوده است؛ به‌طوری‌که متوسط قیمت مسکن در کشور طی دهه ۹۰ حدود ۱۰ برابر و قیمت زمین مسکونی ۱۵ برابر شد (دنیای اقتصاد، به نقل از مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰). همچنین قیمت دلار با رشدی بیش از ۱۶ برابر، از حدود ۱۵۴۱ تومان در سال ۱۳۹۰ به متوسط ۶۸۸,۲۵ تومان در سال ۱۴۰۰ جهش کرد (ایسنا، به نقل از بانک مرکزی، ۱۴۰۰).

این تصویر اقتصادی برای فهم مسئله فرهنگ چند محور مهم دارد. یکی از محورهای مهم این تصویر اقتصادی این است که رشد نقدینگی، تورم، رشد دلالتی و اقتصاد غیررسمی و... چگونه جریان ثروت را از فقرا به‌سوی اغنیا برده است. ضریب جینی این دهه گواه این مدعا است. این در حالی است که کیک اقتصادی رشد نکرده است اما ثروتمندان ثروت بیشتری اندوخته‌اند. این اندوخته جز از طریق شکل‌بندی نوع خاصی از غارت نظام‌مند نمی‌توانسته است ممکن شود. درحالی‌که اقتصاد در عمل رشد نکرده است، پایه پولی و نقدینگی رشد داشته است، تورم چند برابر شده است، تعداد فقرا بیشتر شده‌اند و کسب‌وکار راکد بوده است، این جریان ثروت چگونه منجر به تولید مجموعه‌ای از ثروتمندان شده است، جز از طریق نوعی ساختار غارت.

درست در همین نقطه است که نوکیسگی معنادار می‌شود. آمارهای اقتصادی نشان می‌دهند که در دهه ۹۰ با پدیدآیی لایه‌هایی اجتماعی مواجه شده‌ایم که از رکود، تورم، رشد نقدینگی، دلالتی، رشد منفی و قریب به صفر اقتصادی بهره برده‌اند. این یعنی درحالی‌که اقتصاد در حال سقوط است، افرادی در حال ثروتمند شدن هستند و این ثروت را در فاصله‌ای کوتاه و در نتیجه تلاطمات اقتصادی به دست می‌آورند. همین جریان ثروتمند شده است که مفهوم نوکیسگی و تعینات فرهنگی آن را برای ما مهم می‌کند. این شیوه ثروتمند شدن حامل، مولد و بازتولید‌کننده چه نظم ارزشی و فرهنگی خواهد بود؟ اثرات پدیدآیی چنین لایه‌ای به لحاظ فرهنگی چگونه قابل تحلیل است؟

با توجه به پیوند ناگسستنی نوکیسگی با نظامات بازنمایی و فرایندهای فرهنگی، مسئله‌ی اصلی این نوشتار واکاوی این پرسش است که چگونه غارت عینی در ساختار

اقتصاد سیاسی ایران، به یک وضعیت فرهنگی تبدیل شده و چه تعیناتی را بر حیات اجتماعی انسان ایرانی تحمیل کرده است؟ این مقاله تلاش می‌کند با بررسی این تظاهرات فرهنگی، گزاره‌هایی انتقادی برای مواجهه با این پدیده در پیش نهد.

پیشینه پژوهش

ادبیات پژوهش در باب نوکیسگی و مصرف‌نمایی در ایران را می‌توان بر اساس سطح تحلیل، روش‌شناسی و کانون تمرکز به سه دسته‌ی متمایز تقسیم کرد که هر یک بخشی از این پدیده‌ی چندوجهی را مورد واکاوی قرار داده‌اند.

تبیین‌های ساختاری-تاریخی و اقتصاد سیاسی

در سطح کلان، پژوهش‌هایی قرار دارند که ظهور طبقات جدید را نه یک تصادف رفتاری، بلکه معلول فرآیندهای دیرپای اقتصاد غیرمولد و رانت‌محور می‌دانند. شاخص‌ترین اثر در این حوزه، پژوهش محبی و تاجیک (۱۴۰۳) با عنوان «تکوین طبقه تن‌آسا در ایران پس‌انقلابی» است. نویسندگان با اتکا به مفهوم طبقه تن‌آسای وبلن، نشان می‌دهند که چگونه مناسبات تولید ثروت غیرمولد در ساختار اقتصاد سیاسی ایران، موجب تحرک اجتماعی شتاب‌زده و برآمدن طبقه‌ای شده است که مشروعیت خود را نه در تولید، بلکه در تظاهر می‌جوید.

با این حال، این دسته از مطالعات علی‌رغم ترسیم دقیق ریشه‌های تاریخی، از ارائه یک تحلیل انضمامی و کمی بر مبنای تحولات جهشی دهه ۱۳۹۰ بازمانده‌اند. ضرورت پژوهش حاضر از همین جا آغاز می‌شود؛ یعنی جایی که باید نشان داد چگونه آن ریشه‌های ساختاری در بستر بحرانی دهه ۹۰ (تورم مزمن و اقتصاد تحریمی)، به یک وضعیت حاد آماری و فرهنگی تبدیل شده است.

مطالعات تجربی در سطوح میانی و خرد (مصادیق و تجربیات)

بخش عمده‌ای از پیشینه‌ی موجود، به‌جای ساختار، بر کنش و تجربه تمرکز یافته است. این

مطالعات خود به دو شاخه‌ی فرعی تقسیم می‌شوند:

الف) رویکردهای کمی و تبیینی: این پژوهش‌ها با تمرکز بر متغیرهای روان‌شناختی و رسانه‌ای، سعی در سنجش میزان مصرف نمایی داشته‌اند. نوربخش و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ی خود بر جوانان شمال تهران، پیوند میان مادی‌گرایی و مصرف تظاهری در حوزه‌ی مد را تأیید کردند. در لایه‌ای دیگر، جواهری و همکاران (۱۴۰۳) با بررسی کنشگری در اینستاگرام، از چرخه‌ی تقویت‌کننده‌ی میان نمایش سرمایه و احساس محرومیت نسبی پرده برداشتند. نقد وارده بر این رویکرد، تقلیل نوکیسگی به یک عارضه‌ی رفتاری یا فشار همسالان و غفلت از بستر کلان اقتصادی است که چنین گرایش‌هایی را به صورت سیستماتیک جهت‌دهی می‌کند.

ب) رویکردهای کیفی و پدیدارشناختی: این تحقیقات به دنبال کشف لایه‌های معنایی و منطق درونی کنشگران بوده‌اند. موسوی و همکاران (۱۴۰۲) در تحلیلی پدیدارشناسانه، عمل‌های زیبایی را به مثابه راهبردی برای کسب پرستیژ و نمایش توان اقتصادی بازنمایی کردند. همچنین محمدی و بیننده (۱۴۰۳) در مطالعه‌ی زنان مرفه سمنان، نشان دادند که مصرف لاکچری چگونه ابزاری برای برساخت زنانگی فرادست و ایجاد مرزهای نمادین میان اصیل و نوکیسه است. علاوه بر این، بیات و حسینی (۱۴۰۰) با طرح مفهوم حک‌شدگی نمایی، بر پیچیدگی پیوند مصرف با زمینه‌های فرهنگی تأکید ورزیدند. اگرچه این مطالعات در افشای منطق متمایزکننده‌ی مصرف موفق بوده‌اند، اما از تبیین این که چرا این الگو در یک مقطع تاریخی خاص (دهه ۹۰) به یک هژمونی مطلق بدل شده است، ناتوان می‌مانند.

مطالعات بین‌المللی و تجارب جهانی

پیرامون جایگاه و اثرات طبقه نوکیسه در نظامات اجتماعی-فرهنگی پژوهش‌هایی انجام شده‌اند. برای مثال لئو و لی^۱ (۲۰۲۰) نشان می‌دهند که در پی اعمال سیاست‌های درهای باز

^۱ Liu&Li

در چین طبقه نوکیسه در این کشور رشد چشمگیری داشته است. رشد این طبقه با تحولاتی در سبک زندگی همراه بوده است. این مطالعه با تمرکز بر ایده‌های وبلن و بورديو نشان می‌دهد که اسراف نمایشی و سلیقه نمایشی دو الگوی نظام معنادهی این طبقه به فراغت هستند. طبقه نوکیسه با این دو راهبرد با دیگر طبقات فاصله‌گذاری می‌کند و هویت خود را در این فاصله‌گذاری شکل می‌دهد. راهبردهای مصرف نمایشی و اسراف نمایشی این طبقه در چین مورد تأیید پژوهش هائو، وانگ و میکائیل (۲۰۲۴) نیز هست.

پژوهش‌هایی از قبیل مگوایر (۲۰۱۹) با تمرکز بر بازنمایی‌های طبقه نوکیسه در رسانه‌ها و گزارش‌های خبری بریتانیا نشان می‌دهد که نوکیسگان همچون افرادی بدسلیقه، پر زرق و برق و ولنگار و عوام‌زده بازنمایی می‌شوند. او با بررسی محتوای رسانه‌ای درباره طبقه نوکیسه نشان می‌دهد که تمرکز بر رفتارها و سبک زندگی ناهماهنگ این طبقه با استانداردهای فرهنگی طبقه متوسط کلاسیک نوعی تلاش برای حفظ مرزهای طبقاتی است. تلاشی که در جهت حفظ فاصله طبقه متوسط با طبقه نوکیسه عمل می‌کند. گویی طبقه متوسط در مقابل طبقه نوکیسه در حال دفاع کردن از خود است. در سوی دیگر به میزانی که طبقه نوکیسه سبک زندگی قابل قبول فرهنگی را در پی می‌گیرد در بازنمایی رسانه‌ای مثبت و قابل قبول تصویر می‌شود چون به معیارهای طبقه متوسط حرفه‌ای نزدیک می‌شود. پژوهشگر در این باره بحث می‌کند که رسانه و نظام بازنمایی آن نوعی کنترل فرهنگی طبقه متوسط حرفه‌ای است بر نوکیسگی. این فرایند تلاش می‌کند سرمایه فرهنگی طبقه متوسط را حفظ و باز تولید کند، نه فقط در سطح ملی که در سطح جهانی.

جی‌ای او (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای روی بزرگ‌سالان آمریکایی، نشان می‌دهد که به میزانی که افراد طبقه اجتماعی خود را از (از نظر ذهنی) بالاتر گزارش می‌کنند، تمایل به مصرف نمایشی نیز افزایش می‌یابد. این ادراک ذهنی نقشی واسطه‌گر بین عزت نفس و مصرف نمایشی ایفا می‌کند. مصرف نمایشی گویی پاسخی است به عزت نفس پایین و

^۱ Hao, Wang & Michael

^۲ Maguire

^۳ G.E. Oh

جبران آن، اما در کسانی که خود را از نظر ذهنی طبقه بالا ارزیابی می کنند. پژوهشگر همچنین نشان می دهد که جهت گیری سلطه اجتماعی نقش واسطه گری بین عزت نفس و مصرف نمایی دارد؛ به عبارت دیگر، مصرف نمایی نوعی اعمال سلطه نیز هست. افرادی که خود را در طبقات بالای اجتماعی قلمداد می کنند و سطح عزت نفس پایین تری دارند از طریق مصرف نمایی بر طبقات پایین تر اعمال سلطه می کنند. این تمایل سلطه گرانه و نسبتش با عزت نفس پایین و ادراک طبقاتی می تواند دلالت های مهمی برای تمایلات اقتدارگرایانه و حتی نگرش های سیاسی راست افراطی داشته باشد که نویسنده چندان بدان ها نمی پردازد. تمایل به سلطه یک میل مستقل است که گاه از طریق مصرف و در بزنگاه های سیاسی از طریق گرایش های افراطی می تواند بروز و ظهور یابد.

هان^۱ (۲۰۲۴) در مطالعه ای به رابطه بین میزان ثروت مستغلاتی و نتایج سیاسی آن در کره جنوبی می پردازد. او نشان می دهد که هرچه متوسط قیمت آپارتمان ها در یک ناحیه بیشتر باشد، تمایل ساکنان برای حمایت از نامزدهای احزاب محافظه کار بیشتر است. پژوهشگر بنا دارد که مکانیسم های زیربنایی سیاست های مسکن را آشکار کند. نویسنده مدعی می شود که اثر ثروت مستغلاتی بر جهت گیری سیاسی فراتر از سطح فردی است و ابعاد منطقه ای و ناحیه ای دارد. این بدان معنا است که افراد دارای ثروت مستغلاتی نه فقط به عنوان فرد که به عنوان اعضای یک گروه اجتماعی-اقتصادی عمل می کنند. مقاله به شکلی ضمنی نشان می دهد که چنین جهت گیری حامل تمایلات اقتدارگرایانه خواهد بود. دارندگان ثروت و سرمایه های مستغلاتی نگاهی محافظه کارانه دارند و تغییرات اجتماعی-اقتصادی را نوعی تهدید و آسیب به سرمایه خود قلمداد می کنند. این یافته ها با یافته های آرن (۲۰۲۰) نیز هم خوانی دارند که ثروت به تنهایی پیش بینی کننده تمایلات سیاسی محافظه کارانه است. خاصه اینکه آرن نشان می دهد که منشأ ثروت (برای مثل ثروت ناگهانی ناشی از ارث یا منابع دیگر) نیز اثر قابل تفسیری بر گرایش های سیاسی دارد. این یافته برای ایران معاصر دلالت های مهمی دارد. طبقه نوکیسه ایران نسبت خاصی با مسکن و

^۱ Han

مستغلات دارد. وجود ثروت غیر تولیدی و نسبتش با رفتار سیاسی مهم‌ترین محور پژوهش مذکور است. از این رو نسبت نوکیسگی، بورژوازی ملک و مستغلات و اقتدارگرایی می‌تواند بحثی جدی در ایران معاصر باشد.

بون^۱ (۱۹۹۰) به ظهور یک طبقه رانتی در سنگال در دوران پسا-استعماری می‌پردازد. او نشان می‌دهد که قدرت دولتی به جای سرمایه‌گذاری مولد محلی چگونه منابع را در خدمت رانت‌های خصوصی در می‌آورد تا انسجام سیاسی طبقات حاکم را حفظ و بازتولید کند. تحکیم سیاسی این طبقه که مستقیماً با دریافت رانت‌های دولتی پیوند دارد مانعی جدی برای ظهور طبقات محلی است. به این ترتیب نویسنده نشان می‌دهد که طبقه جدید در سنگال چگونه یک محصول پسا-استعماری است و مستقیماً از طریق غارت منابع شکل بسته است. این طبقه رانتی از قدرت سیاسی برای تحکیم منافع خود استفاده می‌کند. در همین چارچوب هاشماوی (۲۰۱۲) به بررسی انتقادی نظریه دولت رانتی می‌پردازد. او این مدعا که درآمدهای رانتی و شکل‌گیری طبقات رانتی مانعی برای دموکراسی هستند را به چالش می‌کشد. نویسنده با بررسی قیام‌های لیبی و بحرین (دو کشور درگیر در رانت نفت) نشان می‌دهد که توزیع رانت نمی‌تواند صلح و انسجام داخلی را تضمین کند. او مدعی است که شکل‌گیری طبقه رانتی به شکل‌گیری رویکرد رقیبش نیز می‌انجامد و منجر به ظهور نظام‌های مقاومتی نیز می‌شود. او می‌خواهد نشان دهد که بین درآمد رانتی و اقتدارگرایی لزوماً پیوندی خطی برقرار نیست. نویسنده مدعی است که همبستگی بین رانتی بودن و دموکراسی را لزوماً نمی‌توان رابطه علی دانست. او با پیش کشیدن مثال‌های نقض همچون نروژ، بوتسوانا و اندونزی نشان می‌دهد که این رابطه خطی نیست. نویسنده می‌گوید که تأثیر درآمد رانتی بر دموکراسی به قواعد و نهادهای موجود بستگی دارد. دلالت‌های این مقاله برای بحث نوکیسگی را این طور می‌توان تفسیر کرد که در صورت وجود نهادهای سیاسی پر قدرت و بازگشت به قواعد بازی سیاسی، نوکیسگی لزوماً و مستقیماً نمی‌تواند مانع دموکراسی شود. از این رو طبقه نوکیسه بسته به اینکه در چه اتمسفر

^۱ Boone

^۲ Hacheaoui

تاریخی قرار می‌گیرد نسبتش با دموکراسی را تعریف می‌کند.

سنتر نقادانه و شکاف پژوهشی

مرور نظام‌مند پیشینه پژوهش در سطوح داخلی و بین‌المللی نشان می‌دهد که ما با یک گسست تحلیلی مواجه هستیم. در حالی که تجارب جهانی (مانند مطالعات چین، کره و سنگال) بر پیوند میان منشأ ثروت (رانت و مسکن) با رفتارهای سیاسی و تمایلات اقتدارگرایانه تأکید دارند، در مطالعات داخلی ایران، پدیده نوکیسگی عمدتاً در محدوده‌های جغرافیایی خاص یا به صورت معلول‌های رفتاری جزئی بررسی شده است. شکاف پژوهشی اصلی که مقاله حاضر درصدد پر کردن آن است، فقدان پیوند سیستماتیک میان «تحولات اقتصاد کلان دهه ۹۰» (به عنوان بستر غارت عینی) با پیامدهای هژمونیک فرهنگی و سیاسی (به عنوان غارت نمادین) در بستر ملی ایران است.

شکاف پژوهشی اصلی که مقاله حاضر درصدد پر کردن آن است، در فقدان پیوند سیستماتیک میان تحولات اقتصاد کلان، تغییر ساختار طبقاتی و پیامدهای فرهنگی هژمونیک در دهه ۱۳۹۰ نهفته است. این پژوهش با تلفیق تحلیل کمی داده‌های رسمی (ضریب جینی، تورم و نقدینگی) با چارچوب‌های نظری انتقادی (وبر، وبلن، میلز و بوردیو)، فراتر از توصیف صرف یک طبقه، در پی نشان دادن این فرآیند است که چگونه الگوی زندگی نوکیسگی — متشکل از تحقیر کار مولد و عادی‌سازی بی‌اخلاقی — به نیرویی هژمونیک تبدیل شده که تمام عرصه‌های علم، هنر و اخلاق را در بر گرفته است. این مقاله با پر کردن شکاف میان اقتصاد سیاسی و تحلیل فرهنگی، به دنبال تبیین غارت نمادین در پی غارت عینی است.

چارچوب مفهومی

در تصویر نخست، نوکیسگی یعنی ظهور لایه‌هایی اجتماعی که از طریق دسترسی به رانت یا فرصت‌های اختصاری اقتصادی در مدتی کوتاه به ثروت قابل توجهی دست یافته‌اند؛ اما فهم فرهنگی این پدیده از آنجا آغاز می‌شود که این فرایند ثروتمند شدن تلاش این لایه

نوپدید برای مشروعیت بخشی به خود از طریق نظامات فرهنگی است. درست در همین نقطه است که تلاش این طبقه برای تصرف میدان علم، هنر، اندیشه و اخلاق به سازوکاری نمادین تبدیل می شود که در جهت مشروعیت بخشی و هویت یابی این طبقه قابل تحلیل است. به این معنا نوکیسگی یک فرایند فرهنگی-سیاسی است که نظامات ارزشی خود را خلق و تحمیل می کند و از طریق بازآرایی میدان اجتماعی نظامات بازنمایی خود را هژمون می سازد. ظهور این جریان تسخیر میدان فرهنگی در قلمرو اخلاق (به قالب کالایی کردن اخلاق و خیره گرایی رسانه ای)، سینما و هنر (تولید انبوه ژانرهای سینمایی خاص که می توان آن ها را ذیل تماشایی کردن رنج فرودستان نام گذاری کرد)، ظهور پدیده ای که می توان آن را سلبریتی-اندیشمند نامید (از طریق بلاگری و بسته بندی اندیشه هویت سازی کردن). به این معنا تصرف میدان های فرهنگی ابزاری است در جهت پوشاندن خلأ مشروعیت اقتصادی. این فرایند تنها به تصرف نمادهای فرهنگی ختم نمی شود بلکه می تواند تفکر انتقادی را نیز به محاق ببرد. تبدیل شدن فرهنگ و اندیشه به کالای لوکس در عمل در حال مصرف مفاهیم است و به شکلی متناقض نما به تثبیت هژمونی طبقه نوکیسه می انجامد تا ارتقای آگاهی اجتماعی (برای این بحث بنگرید به حیدری، محبی و فره پور، ۱۴۰۲؛ حیدری و عبادتی، ۱۴۰۴).

چنین مسئله ای در ادبیات جامعه شناسی با آرای تورشتن و بلن، سی رایت میلز، ماکس وبر و پیر بوردیو رؤیت پذیر شد. مفاهیمی از قبیل مصرف نمایی، کسب منزلت و سرمایه های فرهنگی و نمادین در این چارچوب قابل خوانش هستند.

ماکس وبر را می توان نخستین نظریه پردازی دانست که به شکل نظام مند میان طبقه و منزلت یک تمایز نظری دقیق برقرار کرد و محور مادی سرمایه (درآمد، ثروت، مالکیت) را از محور نمادین و فرهنگی سرمایه (منزلت، سبک زندگی و ارزش ها) تفکیک کرد. طبقه، منزلت و حزب سه محور تمایز بخش هستند که در ارتباطی تنگاتنگ اما دارای استقلال نسبی، وضعیت اجتماعی فرد را برمی سازند. همان طور که وبر می گوید: «حیثیت اجتماعی از نظر محتوا معمولاً در این واقعیت تجلی می یابد که از تمام کسانی که

می‌خواهند به جمع و گروه خاصی تعلق داشته باشند قبل از هر چیز انتظار می‌رود که سبک زندگی خاصی را دنبال کنند... شکل‌گیری منزلت هنگامی آغاز می‌شود که سبک زندگی، از نظر اجتماعی، نوعی تقلید بی‌معنی از یک سبک زندگی دیگر یا سبکی فردی نباشد، بلکه نوعی اقدام جمعی باشد که مورد توافق قرار گرفته است و خصلتی بسته دارد... این تمایز به طریقی شکل می‌گیرد که موجب تسلیم کامل در مقابل مد حاکم بر یک جامعه معین در یک زمان معین می‌شود.^۱ چنین تسلیمی از نظر وبر نشانه این است که فرد وانمود می‌کند که یک «آقا» یا «خانم» با شخصیت و با فرهنگ و دارای جایگاه است و ایجاب می‌کند که با او مانند یک فرد دارای منزلت رفتار شود (وبر، ۱۳۸۲، ۲۱۵). مزایای ناشی از منزلت بیش از هر چیز با «انحصاری کردن کالاها یا فرصت‌های مادی یا آرمانی» پیش می‌رود. این امتیازات شامل مواردی می‌شوند از قبیل: «حق پوشیدن یک لباس خاص، خوردن غذاهایی که برای دیگران تابو محسوب می‌شود، حمل یک سلاح خاص (که پیامدهای آن آشکار است)، حق انجام فعالیت‌های غیر حرفه‌ای هنری (مثلاً نواختن یکی از آلات موسیقی) و مواردی از این قبیل» (وبر، ۱۳۸۲، ۲۱۸).

به این ترتیب، شیوه‌های خاصی از مصرف یا تظاهر رفتاری در جهت نوعی تمایزبخشی عمل می‌کند که خود را از یک سو متعلق به یک گروه قلمداد می‌کنیم و از دیگر سو خود را متمایز از دیگران می‌پنداریم. همان‌طور که زیمل نشان می‌دهد مد نوعی تقلید و تمایزبایی مدام است. طبقات بالاتر برای متمایزسازی خود نظامات بازنمایی جدیدی خلق می‌کنند، طبقات پایین‌تر با تقلید آن‌ها خود را دارای منزلت نشان می‌دهند و همین فرایند موجب می‌شود که طبقات بالاتر دوباره برای تمایزات جدید تلاش‌های جدیدی بکنند و این چرخه مدام ادامه دارد. آنچه در اینجا پراهمیت است تلاش طبقه بهره‌مند برای متمایزسازی خود از طبقات پایین‌تر است (بنگرید به زیمل، ۱۹۵۷).

درست در همین نقطه است که مفهوم «مصرف نمایشی»^۲ محوریت می‌یابد. مفهومی که تورستن وبلن در اثر خود با عنوان «نظریه طبقه تن آسا»^۳ وارد ادبیات جامعه‌شناسی

^۱ Conspicuous Consumption

می‌کند. از نظر وبلن، مصرف نمایی در جهت حفظ جایگاه نمادین عمل می‌کند. وبلن در اثر خود نشان می‌دهد که نوکیسه‌ها برای کسب هژمونی تا چه حد به مصرف نمایی وابسته‌اند. وبلن در مفهوم‌پردازی دقیق خود مصرف نمایی را با غارت مرتبط می‌داند. مصرف نمایی ادامه غارت است در اشکال مدرن. او می‌نویسد که «مالی که از راه غارتگری به دست آید، به عنوان غنیمت یورش پیروزمندانه نگهداری می‌شود» در مراحل بعدی که انباشت تثبیت می‌شود «اموال انباشت شده، بیشتر و بیشتر جای غنیمت‌هایی را می‌گیرند که از راه بهره‌کشی غارتگرانه به دست آمده‌اند و نشانه‌ای از قدرت برتر و پیروزی شناخته می‌شوند». حالا «نتایج محسوسی که از طریق جنگ و غارت و بهره‌کشی به دست آمده، به رخ دیگران کشیده می‌شود، در مرحله بعدی توسعه، به کار بردن بعضی نشانه‌ها، به عنوان شاهی از افتخار معمول است، درحالی که نشانه پذیرفته شده و متداول میزان بهره‌کشی نیز هست». درست در همین نقطه است که با ظهور سبک جدیدی از زندگی مواجه می‌شویم که طی آن «تن آسایی یک اشتغال به شمار می‌آید که نوعاً با زندگی بهره‌کشی نسبت نزدیک دارد و دستاوردهایی که از مشخصات عمده زندگی تن آسایی است و از عیارهای نمایی آن محسوب می‌شود، عموماً همان غنائمی هستند که از طریق غارت و بهره‌کشی به چنگ آمده‌اند» (بنگرید به وبلن، ۱۳۹۲، فصول دوم و سوم). بدین ترتیب از نظر وبلن غارت، منشأ تاریخی منزلت محسوب می‌شود به طوری که در مراحل اول تاریخ نیز غارت به عنوان کاری دارای منزلت و مبتنی بر افتخار تلقی می‌شده است. نمایش اشیاء غارت شده مناسک رایجی در ساختارهای قبیله‌ای بوده است. وبلن (۱۳۹۲)، در فصل چهارم اثر خود گذار از غارت به مصرف نمایی را مفهوم‌پردازی می‌کند که طی آن شیوه‌های نمایش منزلت تغییر کرده و از فرایندهای «تخریب مستقیم» مانند جنگ و ویران‌سازی به «تخریب غیرمستقیم» از طریق مصرف تبدیل می‌شوند. اسراف کاری نمود بارز این شیوه جدید غارتگرانه است. به این ترتیب با ظهور چیزی مواجهیم که می‌توان آن را غارت نمادین نیز نام نهاد یعنی بازتولید غارت عینی در قالب غارت نمادین. آنچه غارت شده است به قالب یک فتح مصرف می‌شود و به نمایش

درمی آید. درست در همین فرایند است که فرهنگ غارت از طریق مصرف نمایشی غلبه می یابد. اسراف کاری، تن آسایی، غارتگری، به ارزش بدل می شوند و کار تولیدی تحقیر می شود. تحقیر کار تولیدی در مقابل غارت گری و کسب ثروت سریع به یک قاعده تبدیل می شود. وبلن در فصل چهارم از اثر درخشان خود نشان می دهد که چگونه در این شرایط معیارهای شرافت تغییر می کنند و فرد دارای شخصیت و شرافت کسی خواهد بود که از تولید دیگران تغذیه می کند و تن به کار مولد که نیازمند زحمت است نمی دهد. اینجا با تبدیل شدن اصطلاحاً «زرنگی» به یک ارزش والا مواجهیم.

مصادیق این تحلیل درخشان وبلن را در غلبه دلالی، بازارهای رمزارز، فارکس، طلا، دلار، ملک و مسکن، نزول و... بر ایران معاصر می توان تا ده ها صفحه فهرست کرد. اقتصاد غیر تولیدی، رشد منفی، کاهش قدرت خرید، تورم بالا، رشد نقدینگی و درعین حال رشد انبوه استارت آپ ها، کسب و کار دیجیتال، دیجیتال مارکتینگ، رشد چشم گیر بلاگری و... دقیقاً در این چارچوب قابل تحلیل اند.

از نظر سی رایت میلز، تحولات اجتماعی دوران مدرن خاصه در قرن بیستم را می توان تحولی در نوسازی مصرف دانست. جدایی کار از زندگی، ظهور «بازار شخصیت»، «ماشین آلات و تکنولوژی های سرگرمی» به جریانی دائمی از تولید نمادها و نشانه ها تبدیل شده اند که زندگی اجتماعی را به عرصه مدعاهای نمادین به میانجی مصرف نمایشی بدل کرده اند. نوکیسگی در اینجا نوعی تقلا برای تولید و مصرف نظامات نشانه ای و نمادین جدید از طریق مصرف و سبک زندگی است. همان طور که میلز می گوید: «دم و دستگاه سرگرمی... میل و توجه را بر آن وجوهی از زندگی متمرکز می سازند که از کار جدا شده برای افراد مهم می شوند، نه به خاطر آنچه به دست می آورند بلکه به خاطر داشتن وقت و پول برای خرج کردن» (میلز، ۱۹۶۹، ۲۳۸). بدین ترتیب مصرف نمایشی نه یک وجه عرضی که ساختار و جوهره سرمایه داری متأخر است. جوهره ای که ارزش در آن نه فقط از طریق تولید که به واسطه خرج کردن و مصرف تعریف می شود. هدف از فراغت مصرف خواهد بود و کار تنها برای درآوردن پولی است که بنا است صرف فراغت و مصرف شود.

در رقابت میان کار و فراغت این فراغت است که به عنوان هدف و ارزش پیروز خواهد شد (ص. ۲۳۸)؛ بنابراین با راه افتادن یک چرخه بی انتها از تولید و مصرف نماد و نشانه مواجه خواهیم بود. در اینجا، خودِ نماد به قالب یک کالا درمی آید که به شدت مورد تقاضا است و به سرعت پس از عرضه انبوه عادی می شود در نتیجه تولید و «گردش نمادهای جذاب باید شتاب بگیرد» (ص. ۱۵۴). چنین بستری برای زایش «بازار شخصیت» خواهد بود. «برای تثبیت بازار شخصیت سه شرط لازم است: اول، فرد باید یک کارمند یک بنگاه با سازوکار اداری باشد که از جانب یک مرجع بالاتر انتخاب شده، آموزش دیده و تحت نظارت باشد. دوم آنکه، وظیفه معمول او باید تماس با عامه مردم باشد تا بتواند نام نیک شرکتش را در پیشگاه دیگران عرضه کند؛ و سوم بخش بزرگی از این عامه باید ناشناس باشند» (میلز، ۱۹۶۹، ص. ۱۸۳). تعبیر «بازار شخصیت» از سی رایت میلز یعنی شخصیت و فردیت به کالایی برای فروش نمادین تبدیل می شود. اوج این فرایند را امروزه در شبکه های اجتماعی و فعل و انفعالات تبلیغاتی و بلاگری می توانیم مشاهده کنیم. به عبارت دقیق تر آنچه متفکران انتقادی در ابتدای ظهور سرمایه داری مصرفی تشخیص می دادند، حالا به وضوح در پیشگاه ما حاضر است. میلز (۱۹۵۶) در تحلیل خود درباره طبقه نوکیسه به مدعاهای جایگاهی طبقه نوکیسه اشاره می کند که نوکیسه ها با کسب پول های بادآورده خود را «انسان های خودساخته ای» معرفی می کنند که با تلاش شخصی موفق شده اند. نوکیسه های دارای امتیازات شرکتی و رانتی به طبقه ای جدید تبدیل شده بودند که حامل یک نظم ارزشی بودند. نظم ارزشی مبتنی بر مصرف نمایی (صص. ۵۴-۵۳). این نظم ارزشی نوعی «بی اخلاقی برتر» را به نظم ارزشی تبدیل می کند.

«بی اخلاقی برتر را نباید صرفاً محدود به عرصه سیاسی دانست یا آن را به مسئله وجود تعدادی آدم فاسد در نهادهای سالم فروکاست. فساد سیاسی تنها یک وجه از یک بی اخلاقی عام تر است. سطح حساسیت اخلاقی حاکم دیگر به وجود افراد فاسد محدود نمی شود. بی اخلاقی برتر حالا به یک ویژگی نظام مند در نخبگان آمریکایی بدل شده

است؛ پذیرش عمومی این بی‌اخلاقی یکی از شاخصه‌های اساسی جامعه توده‌ای است. البته که ممکن است مجموعه‌ای از آدم‌های فاسد هم در نهادهای سالم وجود داشته باشند، اما وقتی خودِ نهادها بسیاری از افرادی که کار و زندگی‌شان در این نهادها هست را فاسد می‌کنند، خود آن نهادها نیز ناگزیر فاسد می‌شوند. در عصر شرکتی شدن، روابط اقتصادی غیرشخصی می‌شوند، مدیران اجرایی مسئولیت فردی کمتری را بر عهده می‌گیرند. در جهان‌های شرکتی کسب و کار، جنگ‌افروزی و سیاست، وجدان‌های فردی ضعیف می‌شوند؛ و بی‌اخلاقی نهادینه می‌شود. این مسئله را نباید صرفاً فساد مدیر یک شرکت، ارتش یا دولت دانست؛ بلکه این ویژگی، ویژگی ثروتمندان شرکتی است که به مثابه قشر سرمایه‌دار با سیاست‌های دولت نظامی گره خورده‌اند... مسئله این نیست که مردم کدهای اخلاق سنتی را آشکارا کنار گذاشته‌اند؛ بلکه مسئله اینجا است که این کدها برای بسیاری از اعضای جامعه تهی و بی‌اثر شده‌اند» (میلز، ۱۹۵۶، صص. ۳۴۴-۳۴۳).

از نظر میلز این وضعیت یک بی‌اخلاقی ساختاری و نظام‌مند را پدید آورده است و مظاهر آن را در ظهور نخبگان جدید قدرت و نوکیسگان می‌توان دید. در این فضا معیار موفقیت، ثروت است و نمایش ثروت و این همان نقطه‌ای است که هستی اخلاقی جامعه را تهدید می‌کند.

بورديو در اثر پراهمیت خود «تمایز» مسئله مصرف و نوکیسگی را مدنظر دارد. او در تحلیل خود سرمایه نمادین را در بازتولید نابرابری مؤثر می‌بیند (ص. ۲۹۱) و ذیل مفهوم خشونت نمادین و بازتولید نابرابری از طریق تمایز نشان می‌دهد که مکانیسم‌های متصلب شدن ساختارهای طبقاتی و طرد نظام‌مند فرودستان چگونه به قالب چرخه‌ای درهم‌تنیده از حداقل سه لایه سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) عمل می‌کند. بورديو نشان می‌دهد که مصرف را نباید صرفاً نمایش ثروت دانست بلکه آن را در خدمت بازتولید نابرابری ساختاری باید قلمداد کرد. به عبارت دقیق‌تر، حرکت هرچه بیشتر جامعه به سمت شکاف‌های عمیق طبقاتی با میانجی‌هایی از جمله مصرف و نظامات نمادین و بازنمایی‌هایی تشدید می‌شود. مشروعیت بخشی‌های نمادین که از طریق مصرف ممکن می‌شوند شبکه‌ای

از طرد و خشونت را می‌سازند (ص. ۲۹۱). نوکیسگان از نظر بورديو کسانی‌اند که سرمایه اقتصادی کسب کرده‌اند اما فاقد سرمایه فرهنگی نهادینه شده هستند. این وضعیت، نوعی تنش موقعیتی در آن‌ها ایجاد می‌کند. تنش بین موقعیت جدید و عادات قدیمی. درست در همین نقطه است که نوکیسگان به نوعی مکانیسم جبرانی دست می‌زنند و مصرف افراطی و تقلید سبک زندگی طبقات مسلط را به شکلی اغراق‌شده در پیش می‌گیرند. این وضعیت جدید باعث می‌شود که اشتباهات نمادین زیادی از آن‌ها سر بزنند که خود را در قالب مصرف نمایشیِ عریان نشان می‌دهد. تازه به دوران رسیده‌ها در اندیشه بورديو در مقابل کسانی قرار می‌گیرند که میراثی اشرافی دارند. تازه به دوران رسیده گویی دارای نوعی اضطراب موقعیت است و لذا «همواره در معرض آن اشکال انحراف زیبایی‌شناختی قرار دارند، اشکالی که شناخت را بر تجربه ترجیح می‌دهند و تأمل شهودی درباره اثر را قربانی بحث و تحلیل اثر می‌کنند؛ به عبارت دقیق‌تر، زیبایی را فدای ریاضت می‌کنند؛ مثل فیلم‌بازهایی که درباره فیلم‌هایی که ندیده‌اند کلی چیز می‌دانند» (بورديو، ۱۹۸۴، ص. ۶۷).

این موقعیت مضطرب منجر به رفتارهایی افراطی برای کسب پرستیژ می‌شود. «نمایشگری ساده‌لوحانه» مصرف متظاهرا نه که در نمایش خام و نخراشیده کالاهای لوکس، به دنبال متفاوت جلوه دادن خود است، اصلاً قابل مقایسه نیست با قابلیت منحصر به فرد نگاهی ناب که یک توانایی شبه خلاقانه است و به شکلی ریشه‌ای فرد هنردوست که گویی خلاقیت در ذات اوست را از توده عوام جدا می‌کند» (بورديو، ۱۹۸۴، ص. ۳۱). اینجا است که زدوخوردها برای انحصار مشروعیت هنری و زیبایی‌شناختی یک مبارزه معصومانه نیست. بلکه نبردی است بر سر نظامات ارزشی. «در هر کشمکش که بر سر هنر در می‌گیرد، مسئله‌ی تحمیل هنر زندگی کردن نیز همواره در میان است؛ یعنی تبدیل کردن یک شیوه خاص زندگی به تنها شیوه درست و مشروع به‌طوری که تمامی دیگر شیوه‌های زندگی را بی‌اعتبار و هرهری مسلک جلوه دهد» (بورديو، ۱۹۸۴، ۵۷). به این ترتیب این رفتار افراطی که خود را از طریق مصرف نمایشی ارضا می‌کند نوعی فرایند اعمال قدرت تقلا برای کسب هژمونی فرهنگی نیز هست. مصرفی که از خرید کالای لوکس تا خرید آثار هنری

را در بر می گیرد و تقلایی است برای کسب سرمایه نمادین و خود در جهت تثبیت سلطه به کار می رود. این فرایند البته مورد تمسخر طبقه اشراف یا بورژوازی کلاسیک قرار می گیرد چراکه نوکیسه گویی قواعد بازی را نمی داند و افراط کاری هایش او را کاریکاتوری می سازد؛ اما این گونه نیست که کنش های او بی اثر باشد. غلبه این طبقه می تواند نظم ارزشی جامعه را به سمت خود فرا بخواند.

این پدیده ازاین رو در ایران جدی تر است که طبقه بورژوازی کلاسیک که در فرایندهای تولیدی متولد می شود در اقتصادی که فاقد تولید است بسیار ضعیف شده است و صاحب ثروت همان نوکیسه است. ازاین رو غلبه سرمایه داری مالی بر دیگر اشکال سرمایه داری موجب شده است که طبقه نوکیسه علی رغم مورد تمسخر قرار گرفتنش دارای قدرتی تعیین کننده در نظامات نمادین باشد که به کمک شبکه های اجتماعی این قدرت بیشتر و بیشتر نیز می شود و اثرات خود را در هنر، اندیشه، اخلاق و بازار روزبه روز گسترش می دهد و به بیش از هر زمان دیگری به تثبیت سلطه طبقه نوکیسه بر دیگر طبقات می انجامد.

سنتز نظری

با نظر به آنچه گذشت مجموعه نظری فوق نشان می دهد که:

اول: نوکیسگی یک فرایند فرهنگی-سیاسی است و نه لزوماً یک پدیده اقتصادی صرف. دوم: نوکیسگی به مثابه یک جریان هویتی در تلاش برای تصرف میدان های فرهنگی و کسب هژمونی ارزشی در قلمروهای اخلاق، هنر، اندیشه و رسانه است. سوم، مصرف نمایی (نه فقط در کالاها که در نمادها و نشانه ها) شاخصه اصلی این لایه است. چهارم، بی اخلاقی نظام مند و ساختار یافته محصول روشن منازعه طبقاتی طبقه نوکیسه با سایر طبقات است. طبقه نوکیسه برای برکشیدن غارتگری خود باید به غارتگری مشروعیت بدهد. این محورها را با مقایسه نظریه پردازان این حوزه می توان در جدول زیر خلاصه کرد:

متفکر	برداشت از نوکیسگی	مکانیسم کنش	پیامد اجتماعی-فرهنگی
ماکس وبر	نوکیسگی صرفاً با ثروت قابل توضیح نیست بلکه در قلمرو منزلت و سبک زندگی معنا دار است.	سبک زندگی بسته و جمعی، تقلید محدود کننده	تحمیل کدهای منزلتی به دیگر طبقات و طرد گروه‌های پایین‌تر و شکل‌گیری کاست‌ها
تورشن وبلن	نوکیسگی و مصرف متظاهرانه تداوم فرهنگ غارت و مصرف نمایشی چیزی است که غارت شده است.	نمایش اسراف، فراغت، مصرف کالاهای لوکس	تحقیر کار تولیدی، مشروعیت‌بخشی ارزش‌های غارت‌گرایانه
سی رایت میلز	مصرف نمادین و نهادینه شدن نمایش به مثابه ارزش هسته‌ی سرمایه‌داری متأخر است؛ بازار شخصیت عرصه‌ای است برای نمایش ثروت و هویت.	شرکتی و رسانه‌ای شدن زندگی، سلبریتیسم، جامعه کافه‌ای	بی‌اخلاقی نهادینه و ساختاری، تضعیف اخلاق و وجدان فردی، تبدیل ثروت به عنوان معیار موفقیت
پیر بوردیو	نوکیسگان که دچار اضطراب جایگاهی هستند، فاقد سرمایه فرهنگی‌اند و با مصرف افراطی در جهت جبران این اضطراب عمل می‌کنند.	اغراق در مصرف؛ تقلید سبک زندگی اشراف به شکل کاریکاتورگونه	بازتولید نابرابری‌های اجتماعی-اقتصادی، تثبیت سلطه‌ی نوکیسگان بر فرهنگ از طریق بازتولید نابرابری

روش پژوهش

پژوهش حاضر از منظر پارادایمی در سنت جامعه‌شناسی انتقادی و با رویکردی تفسیری-انتقادی سامان یافته است. راهبرد اصلی این تحقیق، تحلیل اسنادی ثانویه با تمرکز بر بازخوانی روندهای کلان اقتصادی است.

داده‌های این پژوهش در دو سطح متداخل گردآوری شده‌اند: لایه عینی (اقتصاد کلان): در این بخش، تحقیق بر داده‌های کمی ثانویه متکی است که از منابع رسمی (مرکز آمار ایران و بانک مرکزی جمهوری اسلامی) استخراج شده‌اند. شاخص‌های موردبررسی شامل نوسانات نرخ تورم، تغییرات ضریب جینی، نسبت هزینه‌ای دهک‌های درآمدی (با تأکید بر شکاف دهک اول و دهم) و روند رشد نقدینگی است. این داده‌ها نه به مثابه ارقام خنثی، بلکه به عنوان میانجی‌های مادی برای فهم تغییرات ساختار طبقاتی به کار گرفته شده‌اند.

لایه نمادین (فرهنگ و زیست جهان): برای تحلیل تعینات فرهنگی، از مشاهدات ثبت شده در فضای رسانه‌ای، محصولات فرهنگی و میدان‌های مصرف نمایشی در فضای مجازی بهره گرفته شده است. این شواهد در تقاطع با متون نظری کلاسیک و معاصر، بستری برای تحلیل هژمونی نوکیسگی فراهم آورده‌اند.

تحلیل در این پژوهش بر اساس یک فرآیند رفت و برگشتی میان داده و نظریه انجام شده است: در مرحله نخست، با تحلیل روندهای نابرابری در دهه ۱۳۹۰، منطقی برآمدن طبقه نوکیسه از درون گسل‌های اقتصادی ردیابی شده است. در اینجا، آمارهای اقتصادی به مثابه علائم بالینی یک وضعیت اجتماعی قرائت شده‌اند. در مرحله دوم، یافته‌های بخش اول در عدسی مفاهیم نظری متفکرانی چون ماکس وبر، تورستین وبلن، سی. رایت میلز و پیر بوردیو بازخوانی شده‌اند. هدف از این مرحله، نشان دادن این واقعیت است که چگونه غارت عینی در ساختار اقتصاد، به واسطه‌ی میانجی‌های فرهنگی، به «غارت نمادین» و فرسایش سرمایه اجتماعی تغییر شکل می‌دهد. این رویکرد ترکیبی به پژوهش اجازه می‌دهد تا فراتر از تبیین‌های تک‌خطی، پیوند اندام‌وار میان نقدینگی سرگردان و اخلاق نوکیسگی را در یک دهه پرتلاطم تاریخی واکاوی کند.

زمینه‌های اقتصادی ظهور طبقه نوکیسه در ایران

در این بخش با مراجعه به برخی شاخص‌های اقتصادی نشان می‌دهیم که بستر اقتصادی ظهور طبقه نوکیسه در ایران چگونه فراهم شده است.

رشد اقتصادی پرنوسان: تضعیف فعالیت مولد

دهه ۱۳۹۰ در اقتصاد ایران با مشخصه بارز بی‌ثباتی و نوسانات شدید در شاخص‌های کلان، به‌ویژه نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، شناخته می‌شود. این دوره فاقد یک روند رشد پایدار و قابل پیش‌بینی بود و در عوض، اقتصاد کشور چرخه‌های متناوبی از رکودهای عمیق و دوره‌های کوتاه رشد شکننده را تجربه کرد. بر اساس داده‌های رشد ارزش افزوده محصول ناخالص داخلی حساب‌های ملی مرکز آمار ایران، اقتصاد کشور پس از یک دوره

رشد مثبت تا پیش از سال ۱۳۹۰، در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ به ترتیب با رکودهای شدید ۹/۷۳- و ۲/۱۱- درصد مواجه شد. پس از یک بهبود نسبی در میانه دهه، موج دوم رکود از سال ۱۳۹۷ آغاز گردید و به رشد منفی ۶/۶- درصد در این سال و ۴/۴۹- درصد در سال ۱۳۹۸ منجر شد. (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، حساب‌های ملی سالانه ۱۳۴۰-۱۴۰۰)

این سطح از بی‌ثباتی، افق سرمایه‌گذاری را برای فعالان اقتصادی به‌شدت نامطمئن می‌سازد و ریسک تخصیص منابع به فعالیت‌های تولیدی را افزایش می‌دهد. در چنین محیطی، سرمایه‌ها به‌طور طبیعی از بخش‌های مولد اقتصاد خارج شده و به سمت فعالیت‌های سوداگرانه و غیرمولد با بازدهی کوتاه‌مدت، نظیر سفته‌بازی در بازارهای ارز، طلا و مستغلات سوق پیدا می‌کند. این امر، اولین زمینه ساختاری برای انباشت ثروت از مسیرهایی غیر از ایجاد ارزش‌افزوده واقعی در اقتصاد را فراهم می‌آورد.

تورم مزمن: موتور بازتوزیع ثروت به نفع صاحبان دارایی

علاوه بر بی‌ثباتی رشد، ویژگی ساختاری دیگر اقتصاد ایران در دهه ۱۳۹۰، تورم بالا و مزمن بود. این پدیده، به‌ویژه در نیمه دوم دهه، شتاب فزاینده‌ای به خود گرفت و به یکی از اصلی‌ترین سازوکارهای بازتوزیع ثروت در جامعه تبدیل شد. بر اساس گزارش‌های بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، نرخ تورم سالانه که در میانه دهه در سطوح پایین‌تری کنترل‌شده بود، از سال ۱۳۹۷ با جهشی قابل‌توجه به ۲۱/۲ درصد رسید و در سال ۱۳۹۸ اوج ۴۱/۲ درصدی را تجربه کرد و تا پایان دهه در سطوح بسیار بالا باقی ماند. (بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری ایران)

تورم در این ابعاد، کارکردی فراتر از کاهش صرف قدرت خرید عمومی دارد؛ این پدیده به‌مثابه یک مالیات پنهان عمل می‌کند که اثر آن بر گروه‌های مختلف اجتماعی یکسان نیست. تورم بالا، ارزش واقعی درآمدهای ثابت و پس‌اندازهای ریالی طبقات حقوق‌بگیر و کارگر را به‌شدت فرسایش می‌دهد. در مقابل، صاحبان دارایی‌های فیزیکی (مانند املاک و مستغلات، طلا، ارز و خودرو) نه تنها از این فرآیند متضرر نمی‌شوند، بلکه

با افزایش اسمی ارزش دارایی‌های خود، شاهد افزایش ثروت خویش هستند. این سازوکار، یک بازتوزیع ثروت سیستماتیک را از سمت نیروی کار و طبقه متوسط به سمت صاحبان سرمایه و دارایی رقم می‌زند و شکاف اقتصادی موجود در جامعه را عمیق‌تر می‌سازد.

جهش قیمت دارایی‌ها: سازوکار اصلی انباشت ثروت

سازوکار اصلی و تعیین‌کننده در تعمیق شکاف طبقاتی در دهه ۱۳۹۰، نه تورم سبب مصرفی، بلکه تورم افسارگسیخته و فراگیر در بازارهای دارایی بوده است. این پدیده به‌طور مستقیم به افزایش ثروت صاحبان این دارایی‌ها منجر شد و شکاف میان آن‌ها و طبقات فاقد دارایی را به شکل رادیکالی افزایش داد.

داده‌های رسمی نشان می‌دهد که این جهش قیمتی در بازارهای مختلفی رخ داده است. در بخش مسکن و زمین، متوسط قیمت مسکن در کشور طی دهه ۹۰ (از ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹) ۱۰ برابر و در استان تهران ۱۲ برابر شد. این رشد برای زمین مسکونی، به‌عنوان یک دارایی سرمایه‌ای کلیدی، از این نیز فراتر رفته و به ترتیب ۱۵ برابر در سطح کشور و ۱۸ برابر در استان تهران بوده است (دنیای اقتصاد، به نقل از مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰).

به‌موازات بازار ملک، بازار ارز نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های انباشت ثروت غیرمولد عمل کرد. بر اساس گزارش بانک مرکزی، متوسط قیمت فروش دلار در بازار آزاد از حدود ۱۵۴۱ تومان در پایان سال ۱۳۹۰، به متوسط ۶۸۸٫۲۵ تومان در نه‌ماهه اول سال ۱۴۰۰ رسید که نشان‌دهنده رشدی بیش از ۱۶ برابر است. این روند افزایشی در سال‌های پایانی دهه شتاب گرفت، به‌طوری‌که متوسط قیمت دلار در سال ۱۳۹۸ به ۱۲٫۹۱۸ تومان و در سال ۱۳۹۹ به ۲۲٫۸۸۷ تومان جهش کرد (ایسنا، به نقل از بانک مرکزی، ۱۴۰۰).

این رشدهای تصاعدی در قیمت دارایی‌های کلیدی، انباشت ثروت بادآورده‌ای را برای دهک‌های بالای جامعه ایجاد کرد که بخش عمده این دارایی‌ها را در تملک خود داشتند. این فرآیند، تورم را به یک سازوکار قدرتمند برای پاداش دادن به مالکیت دارایی و تضعیف درآمد مبتنی بر کار تبدیل کرد.

روند صعودی ضریب جینی

پیامدهای مستقیم سازوکارهای اقتصادی و بازتوزیعی که در بخش‌های پیشین تشریح شد، خود را به‌روشنی در شاخص‌های کلان نابرابری نمایان ساخته است. ضریب جینی، به‌عنوان معتبرترین شاخص آماری برای سنجش نابرابری در توزیع درآمد یا هزینه، این روند را به‌صورت کمی تأیید می‌کند. این شاخص نشان‌دهنده آن است که چگونه فرآیندهای اقتصاد کلان به تمرکز بیشتر منابع در دست بخش‌های محدودی از جامعه منجر شده است. بر اساس داده‌های مرکز آمار ایران، ضریب جینی کل کشور که در سال ۱۳۹۰ رقم ۰/۳۷ را ثبت کرده بود، از سال ۱۳۹۳ مسیر صعودی معناداری را آغاز کرد. این روند افزایشی در سال ۱۳۹۷، هم‌زمان با اوج‌گیری بحران ارزی و تورمی، به نقطه اوج خود در این دهه یعنی ۰/۴۰۹۳ رسید. این هم‌زمانی میان شوک‌های اقتصاد کلان و جهش در شاخص نابرابری، ارتباط مستقیم میان بی‌ثباتی اقتصادی و تعمیق شکاف‌های طبقاتی را به لحاظ آماری اثبات می‌کند و نشان می‌دهد که دوره‌های بحران، بیشترین تأثیر را بر تشدید نابرابری داشته‌اند. (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، ضریب جینی کل کشور)

عمیق‌تر شدن شکاف هزینه‌ها بین دهک‌ها

افزون بر ضریب جینی که نابرابری را در سطح کلان به تصویر می‌کشد، بررسی نسبت هزینه دهک‌های بالا به پایین، تصویری ملموس‌تر از عمق شکاف طبقاتی و واگرایی در استانداردهای زندگی ارائه می‌دهد. این شاخص نشان می‌دهد که قدرت خرید بالاترین لایه جامعه چند برابر پایین‌ترین لایه بوده است.

بر اساس محاسبات مبتنی بر داده‌های مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۹۰، هزینه سرانه دهک دهم (ثروتمندترین) ۱۰/۱۷ برابر دهک اول (فقیرترین) بوده است. این شکاف که از ابتدا نیز در سطح بالایی قرار داشت، در طول دهه عمیق‌تر شد و هم‌زمان با تشدید بحران اقتصادی، در سال ۱۳۹۷ به اوج ۱۲/۴۲ برابری رسید. اگرچه این نسبت در سال‌های پایانی دهه نوساناتی را تجربه کرد، اما همواره در سطحی بالاتر از ابتدای دهه باقی ماند و نشان داد که شکاف در قدرت خرید و سطح رفاه میان بالاترین و پایین‌ترین اقشار جامعه به شکل

ساختاری افزایش یافته و تثبیت شده است. (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، سهم هزینه ناخالص سرانه هر دهک در مناطق شهری)

واگرایی در سبد مصرفی

تحلیل شکاف طبقاتی در دهه ۱۳۹۰ زمانی ابعاد عمیق تری می یابد که از بررسی هزینه ها فراتر رفته و به تحلیل ساختار و ترکیب سبد مصرفی دهک ها پرداخته شود. داده ها نشان می دهند که الگوی مصرف طبقات بالا و پایین در این دهه، واگرایی معناداری را تجربه کرده است. در حالی که دهک های پایین بخش عمده منابع خود را صرف تأمین نیازهای اولیه و ضروری (به ویژه کالاهای خوراکی) می کردند، دهک های بالا توانستند ظرفیت هزینه کرد خود را به شکل فزاینده ای به سمت کالاهای غیرخوراکی و خدمات منزلتی سوق دهند.

این واگرایی در شکاف مطلق هزینه های غیرخوراکی میان دهک اول و دهم به وضوح قابل مشاهده است. بر اساس داده های طرح هزینه و درآمد خانوار در مناطق شهری، در سال ۱۳۹۰ متوسط هزینه سالانه غیرخوراکی برای یک خانوار در دهک دهم ۲۸۸/۴ میلیون ریال بود، در حالی که این رقم برای خانواری در دهک اول تنها ۹۹/۹ میلیون ریال بود که شکافی معادل ۱۸۴/۵ میلیون ریال را نشان می دهد. تا سال ۱۴۰۰، این شکاف مطلق به شکل چشمگیری افزایش یافته است؛ هزینه غیرخوراکی دهک دهم به ۲۰۲۸ میلیون ریال جهش کرده، در حالی که این رقم برای دهک اول به ۶۷۸/۴ میلیون ریال رسیده و شکاف مطلق میان این دو به ۱۳۴۹/۶ ریال افزایش یافته است. (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، متوسط انواع هزینه های غیرخوراکی سالانه یک خانوار شهری در هر یک از دهک های هزینه سالانه)

این افزایش بیش از هفت برابری در شکاف مطلق هزینه کرد بر روی کالاهای غیرخوراکی، شاهدی متقن بر فاصله گرفتن دنیای زیسته این دو طبقه است. این آمار نشان می دهد که ظرفیت مالی طبقه مرفه برای ورود به عرصه ای از مصرف که هدف اصلی آن نه رفع نیاز، بلکه نمایش تمایز و کسب منزلت اجتماعی است، به شکل تصاعدی افزایش یافته

است؛ پدیده‌ای که پایه‌های مادی لازم برای گسترش مصرف‌نمایی را فراهم می‌آورد.

سرایت الگو به سایر دهک‌های بالا: فراگیر شدن مصرف‌نمایی

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که الگوی مصرف مبتنی بر کالاهای غیرخوراکی و منزلتی، صرفاً به دهک دهم محدود نمانده و به یک الگوی آرمانی برای سایر دهک‌های بالای جامعه، مشخصاً دهک‌های هشتم و نهم، نیز بدل شده است. این امر حاکی از آن است که مصرف‌نمایی در حال تبدیل شدن به یک هنجار ارزشی فراگیر در میان لایه‌های مرفه جامعه است و پدیده تقلید طبقاتی که در نظریه وبلن به آن اشاره شده، در داده‌های آماری نیز قابل‌ردیابی است.

روند رشد هزینه خانوارهای شهری در بخش غیرخوراکی این موضوع را تأیید می‌کند. در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، متوسط هزینه غیرخوراکی سالانه برای دهک دهم ۷/۰۳ برابر شده است. نکته حائز اهمیت آن است که این شاخص برای دهک نهم ۶/۹۲ برابر و برای دهک هشتم ۶/۷ برابر رشد کرده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، متوسط انواع هزینه‌های غیرخوراکی سالانه یک خانوار شهری در هر یک از دهک‌های هزینه سالانه). این همگونی قابل توجه در نرخ رشد، نشان می‌دهد که دهک‌های هشتم و نهم نیز، اگرچه با فاصله‌ای محسوس از دهک دهم، اما با آهنگی تقریباً مشابه در حال گسترش ظرفیت مصرف غیرضروری و منزلتی خود بوده‌اند. این پدیده بیانگر آن است که الگوی مصرف طبقه فرادست به یک هنجار فرهنگی تبدیل شده که سایر طبقات مرفه نیز در تلاش برای پیروی از آن هستند و این امر، مصرف‌نمایی را از یک پدیده محدود به یک امر اجتماعی فراگیر در لایه‌های بالای جامعه تبدیل کرده است.

افزایش سهم دهک دهم از کل هزینه‌ها

پیامد نهایی و تمام سازوکارهای پیش‌گفته – از رشد ناپایدار و تورم نامتقارن گرفته تا تعمیق شکاف هزینه‌ها – خود را در توزیع نهایی «کیک اقتصادی» کشور نمایان می‌سازد. تحلیل سهم هر دهک از کل هزینه‌های جامعه نشان می‌دهد که دهه ۱۳۹۰، دهه تمرکز

هرچه بیشتر منابع و قدرت خرید در دستان ثروتمندترین قشر جامعه بوده است. این فرآیند، ظرفیت مادی لازم برای آنکه طبقه مرفه بتواند الگوی مصرف خود را به الگوی غالب فرهنگی بدل سازد، فراهم آورد.

بر اساس داده‌های هزینه و درآمد خانوار در مناطق شهری، در سال ۱۳۹۰ دهک دهم ۲۹ درصد از کل هزینه‌ها را به خود اختصاص داده بود، در حالی که سهم دهک اول (فقرترین) تنها ۲ درصد بود. این توزیع نابرابر در طول دهه تشدید شد، به طوری که در سال ۱۳۹۷، سهم دهک دهم به ۳۲ درصد افزایش و در مقابل، سهم دهک اول تقریباً بدون تغییر و همان ۲ درصد باقی ماند. (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۳، سهم هزینه ناخالص سرانه هر دهک در مناطق شهری)

این آمار به روشنی نشان می‌دهد که در بستری از رشد اقتصادی بعضاً منفی، نه تنها ثروت جدیدی برای توزیع عادلانه تولید نشده، بلکه توزیع منابع موجود نیز به نفع ثروتمندترین لایه جامعه تغییر کرده است. این تمرکز فزاینده قدرت اقتصادی، بنیان مادی لازم برای تسلط فرهنگی طبقه‌ای را فراهم می‌آورد که سبک زندگی و مصرف نمایشی آن، به معیار اصلی کسب منزلت در جامعه تبدیل می‌شود.

نتیجه‌گیری

تحلیل آماری داده‌های رسمی اقتصاد ایران در دهه ۱۳۹۰، یک زنجیره علّی منسجم را در خصوص شکل‌گیری پایه‌های مادی ظهور طبقه نوپدید آشکار می‌سازد. یافته‌ها نشان داد که بستر اقتصاد کلان این دهه، مشخصاً از طریق دو سازوکار رشد اقتصادی پرنوسان و تورم ساختاری مزمن، به تضعیف فعالیت‌های مولد و تشویق فعالیت‌های سوداگرانه منجر شد. در این میان، تورم کارکردی فراتر از یک شاخص اقتصادی صرف داشت و به مثابه یک ابزار قدرتمند و نامتقارن برای بازتوزیع ثروت عمل کرد. همان‌طور که نشان داده شد، بار تورم به شکلی نامتناسب بر دوش دهک‌های پایین و متوسط جامعه سنگینی می‌کرد و هم‌زمان، به صاحبان دارایی در دهک‌های بالا اجازه می‌داد تا از این شرایط منتفع شوند. این فرآیند بازتوزیعی، تبلور آماری خود را در روند صعودی ضریب جینی و تعمیق شکاف

هزینه میان دهک‌های فرادست و فرودست به‌وضوح نمایان ساخت. پیامد نهایی این تحولات، واگرایی در الگوهای مصرف و مهم‌تر از آن، تمرکز فزاینده سهم بیشتری از کیک اقتصادی در دستان دهک دهم بود؛ الگویی که شواهد، سرایت آن به سایر دهک‌های بالای جامعه را نیز تأیید می‌کند. درمجموع، این بخش نشان داد که چگونه شرایط عینی اقتصادی، بنیان مادی لازم برای ظهور طبقه‌ای را فراهم آورد که ثروت خود را نه لزوماً از مسیر تولید، بلکه از دل بحران‌های اقتصادی به دست آورده است. این تمرکز ثروت و قدرت خرید، زمینه را برای آن مهیا ساخت تا این طبقه، «مصرف نمایشی» را به ابزار اصلی تمایز و کسب منزلت بدل سازد. با نظر به تحلیل‌های (نظری و آماری) پیشین، فهرستی از پیامدها و تعینات فرهنگی ظهور طبقه نوکیسه را می‌توان چنین خلاصه کرد:

الف) تحقیر کار تولیدی و مشروعیت بخشی به کارهای غیر مولد و دلالتی: مطابق داده‌ها سود چندبرابری بازارهای غیر مولد از جمله مسکن، طلا ارز و سفته‌بازی یک صحنه روشن در پیش ما می‌گذارد: کار مولد سودده نیست و تحقیرآمیز نیز هست. درست در همین نقطه است که مکانیسم‌های غارت ذیل مفاهیم مجعولی همچون «هوش اقتصادی» مشروعیت می‌یابد و بازار تحلیلگران دلالتی و سفته‌بازی به قالب کارگاه موفقیت گرم می‌شود.

ب) رواج مصرف نمایشی و دگرگونی معیارهای منزلت: با نظر به داده‌های مرکز آمار و وجود شکاف هزینه‌ای بین دهک اول و دهم که در دهه نود حدود ۱۲ برابر شده است طبعاً الگوی مصرف کالاهای لوکس و نمایشگرانه برای طبقات بالاتر که از اقتصاد راکد دهه نود ثروتمند شده‌اند به یک قاعده تبدیل می‌شود. چنین فرایندی، مطابق ادبیات نظری نفس مصرف را به ارزش بدل می‌سازد و موفقیت را به ثروت فرو می‌کاهد.

پ) رشد بی‌اخلاقی نظام‌مند و عادی‌سازی فساد و فاسد: رشد ده برابری نقدینگی و انباشت ثروت که قالب رانتی و در دل سرمایه‌داری مالی ممکن شده بود، فساد سیاسی و اقتصادی را نرمال کرد به‌طوری که بخش قابل توجهی از کارگزاران قدرت و توده مردم این فرایند را عادی و طبیعی قلمداد کردند و حتی در این بستر کسانی که از این طریق به

قدرت و ثروت دست یافتند به عنوان افراد موفق دیده شدند. جهش قیمت دارایی‌ها (مسکن ۱۰ برابر، زمین ۱۵ برابر، دلار ۱۶ برابر در دهه نود) نشان می‌دهد که مسیر اصلی تحرک طبقاتی نه تحصیل، نه کار نه هیچ مسیر پرزحمت دیگری است بلکه تنها سرمایه‌گذاری رانتهی مسیر موفقیت است. این مسیر تحولی جدی در نظامات ارزشی درون‌نسلی و بین‌نسلی ایجاد می‌کند.

ت) کالایی شدن علم، هنر، فرهنگ و اخلاق: ظهور طبقه‌ای که در مدت کوتاه ثروتمند شده بود، به قالب هجوم به دانشگاه، هنر، خیره‌ها و... درصدد جبران فقدان سرمایه فرهنگی برآمد. رشد خیره‌ها در کنار رشد ویرانگر فقر، رشد گالری‌ها و حراج‌های سنگین، رشد تولید آثار سینمایی به اصطلاح اجتماعی و بازنمایی طبقه پایین به عنوان آسیب اجتماعی (برای این بحث بنگرید به حیدری، محبی و فره‌پور، ۱۴۰۲) نمود هژمونی طبقه نوکیسه بر گلوگاه‌های فرهنگی است. ظهور سلبریتی-اندیشمندان بدون متن، بلاگری شدن اندیشه و تحلیل و در یک کلام صحنه غالب شبکه‌های اجتماعی نمود غلبه مطلق فرهنگ نوکیسگان بر رسانه است.

ث) تحلیل رفتن سرمایه و اعتماد اجتماعی: افزایش ضریب جینی و افزایش نسبت هزینه دهک‌های بالاتر به پایین‌تر نابرابری را به امری فراگیر تبدیل کرده است. این فرایند که به نوعی جداسازی فضایی (به اتکای اقتصاد ملک و مسکن) میان طبقات مختلف می‌انجامد، فرایندهای انحصاری کردن و جداسازی طبقاتی را به شکل نظام‌مند جلو می‌برد و درست در این نقطه شکاف‌های ارزشی و فرهنگی عمیقی پدید می‌آید که منکر هرگونه سرنوشت مشترک است. این فرایند بستر ظهور موج‌های فاشیستی را نیز فراهم می‌کند که واکنش‌های سیاسی-اجتماعی نیز قابل ردگیری است. ظهور تمایلات فاشیستی در لایه‌های اجتماعی، انباشت کینه و خشم و انزوای اجتماعی نشان از شکافی عمیق است که در وهله نهایی ذیل بحران‌های ویرانگر اقتصادی دهه نود قابل توضیح است. طبقه‌ی نوکیسه خارج نشین پدید آمده که بخشی با اتصال به بازارهای مالی و ملک و مسکن آشفته همچنان در حال سود بردن از وضعیت است اما از دیگر سو به خاطر جدا شدن از بستر فرهنگی جامعه

خود و درگیر شدن در انواعی از مکانیسم‌های طرد از مبدأ و مقصد (به خاطر سیاست‌های فرهنگی طرد کننده) دچار انباشت خشم و کینه شده است. طبقه نوکیسه داخل نشین نیز با نفی سرنوشت مشترک خود با طبقات فرودست در حال پمپاژ ارزش‌های روان‌شناسی موفقیت عامیانه و نفی ایده سرنوشت مشترک است. تلاقی این لایه‌ها منجر به پدید آیی صدایی آشکارا فاشیستی شده است که محصول آسیب جدی به سرمایه و اعتماد اجتماعی است.

تشکر و سپاسگزاری

نسخه اولیه این مقاله در دومین همایش وضعیت اجتماعی ایران که توسط دانشگاه علامه طباطبائی و با حمایت سازمان امور اجتماعی وزارت کشور در ۵ و ۶ آبان ماه ۱۴۰۴ برگزار شد، ارائه گردید. نویسندگان از مجریان و حامیان این همایش که فرصت ارائه مقاله و سپس اصلاح و تکمیل آن را به شکل حاضر دادند سپاسگزاری می نمایند.

تعارض منافع

نویسندگان مقاله حاضر اعلام می دارند که در راه تهیه و انتشار این اثر، هیچ گونه تضاد منافع (اعم از تجاری، مالی یا شخصی) با افراد یا سازمان‌های دیگر وجود ندارد. همچنین، هیچ وجهی از جانب شخص ثالث یا موسسه‌ای برای انجام پژوهش، تحلیل داده‌ها یا آماده‌سازی مقاله دریافت نشده است.

ORCID

Arash Heydari
Benyamin Hoseini
Bojd



<https://orcid.org/0000-0003-1494-1365>



<https://orcid.org/0009-0000-5961-1605>

منابع

- ایسنا (۱۴۰۰). تغییرات قیمت دلار طی دو دهه / رشد ۳۵ برابری. ۱۴۰۰/۱۱/۱؛ کد خبر: ۱۴۰۰۱۱۰۱۰۰۰۶۱.
- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، (بی تا). شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری ایران.
- بیات، فاطمه و حسینی، سیده هاجر (۱۴۰۰). فک شدگی و حک شدگی مصرف: تبیین مصرف نمایی و غیرنمایی بر اساس رهیافت های اقتصاد نهادگرا (نمونه بررسی شده: شهروندان شهر زنجان). *مجله جامعه شناسی ایران*، سال بیست و دوم شماره ۲
- جواهری، فاطمه؛ خماند، افشین و سراج زاده، سید حسین (۱۴۰۳). مصرف نمایی و محرومیت نسبی در بین کاربران اینستاگرام. *فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه*، پیاپی ۵۰
- حیدری، آرش؛ محبی، میلاد؛ فره پور، سارا (۱۴۰۲). موزه پایین شهر و تماشاچیان، نشر برج.
- حیدری، آرش؛ عبادتی، الهام (۱۴۰۴). *هجوم طبقه نوکیسه به کتاب در فضای رانتی تحریم*، اینبا. ibna.ir/x6yMg
- دنیای اقتصاد (۱۴۰۰). *تصویری آماری از دهه ۹۰. دنیای اقتصاد*، ۱۴۰۰/۱۱/۱۱؛ کد خبر: ۳۸۳۸۶۷۰.
- دنیای اقتصاد (۱۴۰۰). *کورس ۱۰ ساله قیمت مسکن در استان ها*. ۱۴۰۰/۰۱/۲۴؛ کد خبر: ۳۸۵۷۰۱۰.
- محبی، امیرعلی و تاجیک، محمدرضا (۱۴۰۳). *تکوین طبقه تن آسا در ایران پس از انقلابی: بررسی رابطه اقتصاد غیرمولد و دگرگونی طبقاتی*. *نشریه رهیافت / انقلاب اسلامی*، پیاپی ۶۸
- محمدی، جمال و بیننده، شقایق (۱۴۰۳). *مصرف نمایی کالاهای لاکچری در زندگی روزمره زنان مرفه شهر سنج*. *نشریه تحقیقات فرهنگی ایران*، سال هفدهم شماره ۳
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۳). *سهم هزینه ناخالص سرانه هر دهک در مناطق شهری*.
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۳). *متوسط انواع هزینه های غیرخوراکی سالانه یک خانوار شهری در هر یک از دهک های هزینه سالانه*.
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۳). *متوسط انواع هزینه های غیرخوراکی سالانه یک خانوار شهری در هر یک از دهک های هزینه سالانه*.
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۳). *سهم هزینه ناخالص سرانه هر دهک در مناطق شهری*.

مرکز آمار ایران (۱۴۰۳). ضریب جینی کل کشور.

مرکز آمار ایران، (۱۴۰۳)، حساب‌های ملی سالانه ۱۳۴۰-۱۴۰۰.

موسوی، ریحانه سادات؛ معینی، حسین و شرفی، وحید (۱۴۰۲). فهم پدیدارشناسانه تجربه زیسته زنان در مصرف نمایشی (مورد مطالعه: عمل‌های زیبایی). *نشریه زن و جامعه*، سال چهاردهم شماره ۴

نوربخش، سیدنوید؛ جعفری، پژمان؛ غفاری، فرهاد و منصوریان، یزدان (۱۳۹۷). مصرف نمایشی جوانان: آینده مصرف‌گرایی. *نشریه آینده پژوهی مدیریت*، سال بیست و نهم شماره ۴

وبر، ماکس (۱۳۸۲). طبقه، منزلت، حزب. در کتاب «دین، قدرت، جامعه». ترجمه احمد تدین، نشر هرمس، صص. ۲۲-۲۰۷.

وبلن، تورشتن (۱۳۹۲). *نظریه طبقه تن‌آسا*. ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی.

References

- Arndt, H. L. R. (2020). Varieties of Affluence: How Political Attitudes of the Rich Are Shaped by Income or Wealth. *European Sociological Review*, 36(1), 136–158.
- Boone, C. (1990). The Making of a Rentier Class: Wealth Accumulation and Political Control in Senegal. *The Journal of Development Studies*, 26(3), ۴۲۵-۴۹۹.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press. (Original work published 1979).
- Hachemaoui, M. (2012). Does rent really hinder democracy? A critical review of the “rentier state” and “resource curse” theories. *Revue française de science politique*, 62(2), 207–230.
- Han, S. (2024). Housing wealth and political outcomes: a multi-dimensional analysis at the local level in South Korea. *Japanese Journal of Political Science*, 25(2), 75–101.
- Hao, N., Wang, H. H., Wang, X., & Michael, W. (2024). Will the “nouveau-riche” waste more food? Evidence from China. *China agricultural economic Review*, 16(1), 1-19.
- Liu, T., & Li, M. (2020). Leisure & travel as class signifier: Distinction practices of China’s new rich. *Tourism Management Perspectives*, 33, ۱۰۰۶۲۷.
- Maguire, J. S. (2019). Media representations of the nouveaux riches and the cultural constitution of the global middle class. *Cultural Politics*,

۱۵(۱), ۲۹-۴۷.

Mills, C. W. (1956). *The Power Elite*. Oxford University Press
Mills, C. W. (1969). *White collar: The American middle classes*. Oxford University Press.

Oh, G.E.G. (2021). Social class, social self-esteem, and conspicuous consumption. *Heliyon*, 7 (2), e06318.

Simmel, G. (1957). Fashion. *American journal of sociology*, ۶۲(۶), ۵۴۱-۵۵۸.

استناد به این مقاله: حیدری، آر.ش.، حسینی بجد، بنیامین. (۱۴۰۴). نوکیسگی و تعینات فرهنگی آن: مطالعه‌ای درباره زمینه‌ها و نتایج ظهور طبقه نوکیسه در ایران، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۳۲ (۱۱۰)، ۱۴۷-۱۸۱. DOI: ۱۰.۲۲۰۵۴/qjss.2026.89637.2927



Social sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License...