

فهرست مطالب

سخنی با خواننده.....	۹
مقدمه.....	۱۱
فصل اول: کلیات و مفاهیم.....	۱۳
فصل دوم: کارگزاران، سبک زندگی و مصرف.....	۲۹
۱. سیری در نظریه‌های سبک زندگی.....	۳۲
الف) سبک زندگی کارگزاران به مثابه رفتارهای شکلی.....	۳۳
ب) سبک زندگی عنصری برای قشر بندی کارگزاران.....	۳۶
ج) ذائقه کارگزاران خمیرمایه سبک زندگی آنها.....	۴۰
د) کارگزار و فردیت سبک زندگی.....	۴۵
ه) ماهیت جمعی و طبقه‌ای سبک زندگی.....	۴۷
و) تلاش‌های تبیینی داخلی پیرامون سبک زندگی.....	۵۵
دلالت‌ها.....	۵۸
۲. نظریه‌های مصرف و کارگزاران.....	۶۱
الف) درآمد کارگزاران: نظریه مصرف‌کننده یا تئوری درآمد مطلق.....	۶۳

- ب) نظریه درآمدی نسبی ۶۴
- ج) نظریه درآمد دائمی ۶۶
- د) نظریه حد کفاف: نظریه اسلامی، هنجاری برای مصرف کارگزاران و دیگران ۶۸
- دلالت‌ها ۶۹
۳. رابطه سبک زندگی با مصرف ۷۰
۴. مؤلفه‌های سبک زندگی کارگزاران ۷۷
۵. مؤلفه‌های الگوی مصرف جامعه ۸۶
- فصل سوم: کارگزاران و الگوی مصرف جامعه ۹۱**
۱. عوامل مؤثر بر الگوی مصرف جامعه ۹۱
- تأیید عاملیت کارگزاران در منابع روایی ۱۰۲
۲. عاملیت کارگزاران در الگوی مصرف جامعه ۱۰۷
- الف) عاملیت کارگزاران به عنوان سیاستگذار ۱۰۷
- ب) عاملیت کارگزاران به عنوان مجری ۱۰۸
- ج) عاملیت کارگزاران به عنوان الگوهای فردی ۱۱۰
۳. ادراک سبک زندگی، نقطه عطف عاملیت کارگزاران ۱۱۰
۴. ترسیم وضعیت مطلوب الگو بودن کارگزاران ۱۱۶
- الف) خاستگاه آسیب‌های یک کارگزار ۱۱۹
- (۱) قدرت ۱۱۹
- (۲) رانت ۱۲۱
- (۳) ثروت ۱۲۳

ب) کارگزاران در آینه روایات.....	۱۲۷
۱) الگو و اسوه بودن.....	۱۲۹
۲) کارگزاران در نقش مربی.....	۱۳۰
۳) حق طلبی.....	۱۳۱
۴) مردمی بودن.....	۱۳۲
۵) حساس به بیت المال.....	۱۳۳
۶) جذب نیرو بنا بر شایستگی.....	۱۳۵
۷) به دنبال پیشرفت.....	۱۳۵
۸) دور از اشرافی گری.....	۱۳۶
۹) درک فقرا.....	۱۳۷
۱۰) قانون مداری کارگزاران.....	۱۳۸
ج) کارگزاران در اندیشه انقلاب اسلامی.....	۱۴۰

نتیجه، راهکارها و پیشنهادها..... ۱۴۷

۱. نتیجه.....	۱۴۷
۲. راهکارها.....	۱۵۱
الف) راهکارهای مربوط به کارگزاران.....	۱۵۱
ب) راهکارهای مربوط به مردم.....	۱۵۲
۳. پیشنهادهای پژوهشی.....	۱۵۴

کتابنامه..... ۱۵۷

نمایه‌ها

آیات.....	۱۷۳
روایات.....	۱۷۴
موضوعات.....	۱۷۶
اعلام و مشاهیر.....	۱۹۱
مکان‌ها.....	۱۹۴
تتالگان.....	۱۹۵
کتاب‌ها.....	۱۹۶
مقالات.....	۱۹۸
پایان‌نامه‌ها.....	۱۹۹

سخنی با خواننده

پژوهش در حوزه اندیشه سیاسی از منظر دینی در راستای شناخت مبانی، سرشت و ساختار آن در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی ضرورتی انکارناپذیر یافته است. ژرف‌نگری در مبانی دینی مشتمل بر عقل و آموزه‌های وحیانی و عرف جامعه اسلامی - ایرانی، شرطی اساسی در پویایی پژوهش‌ها برای دستیابی به الگوی مطلوب حکومت اسلامی در دوره جدید است؛ ازاین‌رو شناخت، بازخوانی، بازنگری و بومی‌سازی مسائل علم و اندیشه سیاسی جایگاه ویژه‌ای در این پژوهش‌ها دارند.

بی‌تردید قصد اولیه انقلاب اسلامی هدفمندی و ارتقای کیفیت زندگی مؤمنان بر اساس نص اسلامی بود. لازمه تحقق این هدف، تربیت متفکران فراوان و انجام تحقیقات به‌روز، کارآمد و معتبر علمی بود که در این راستا با راهنمایی استادان و همکاری طلاب فارغ‌التحصیل علوم سیاسی، زمینه شکل‌گیری پژوهشکده علوم و اندیشه سیاسی در سال ۱۳۷۳ فراهم شد؛ تجربه نو و موفق این پژوهشگران در معرفی بخشی از میراث سیاسی عالمان شیعی و تألیف آثاری مستقل درباره مسائل نوپیدای سیاسی، زمینه را برای گسترش فعالیت‌های این مرکز و ارتقای آن به پژوهشکده‌ای مستقل مهیا کرد.

این پژوهشکده در راستای ایفای رسالت خود، تولیدات پژوهشی فراوانی را به جامعه علمی ارائه کرده است؛ از آن جمله می‌توان به تألیف، تصنیف و ترجمه

ده‌ها کتاب در حوزه اندیشه سیاسی اسلام اشاره کرد. چشم‌انداز آینده این پژوهشکده تبدیل شدن به مرجعی علمی پیرامون اندیشه سیاسی - دینی است تا بتواند با گردآوری مهم‌ترین تلاش‌ها و اندیشه‌ها به بسیاری از علاقه‌مندان این حوزه، خدمات علمی مؤثری را ارائه کند.

کتاب حاضر با هدف بررسی و تحلیل نقش رفتار مصرفی و سبک زندگی حاکمان و کارگزاران بر الگوی مصرف جامعه برای بهره‌مندی دانشجویان عزیز و طلاب محترم علوم دینی تهیه شده است، امید است علاوه بر جامعه دانشگاهی و حوزوی، دیگر علاقه‌مندان نیز از آن بهره‌مند شوند.

پژوهشکده علوم و اندیشه سیاسی لازم می‌داند از تلاش‌های مؤلف محترم دکتر احمد اولیایی، ناظر ارجمند حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر سیدکاظم سیدباقری، ارزیابان محترم دکتر علی اکبری معلم و دکتر محمد ملک‌زاده، گروه علوم سیاسی و مدیر محترم اداره امور پژوهش دکتر محمود فلاح تشکر و قدردانی کند؛ همچنین لازم می‌داند از ریاست محترم پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر نجف لک‌زایی که مساعدت‌های مؤثر ایشان نقشی اساسی در به‌سرانجام رسیدن پژوهش حاضر داشت، تشکر نماید. در پایان از اداره نشر پژوهشگاه برای آماده‌سازی فنی و چاپ و نشر آن تشکر و قدردانی می‌شود.

این پژوهشکده در راستای حیات و بالندگی خود از انتقادهای و پیشنهادهای علمی استادان، صاحب‌نظران و پژوهشگران محترم استقبال می‌کند. امید است این فعالیت‌ها موجبات رشد و پویایی اندیشه سیاسی اسلام را فراهم سازد.

دکتر مختار شیخ‌حسینی

مدیر پژوهشکده علوم و اندیشه سیاسی

مقدمه

جامعه موجودی به‌غایت پیچیده است و دائماً تحت سیطره عوامل و علل متعدد تغییر می‌کند. این تغییرات در ساحت‌های مختلف حیات جمعی بشر از سیاست گرفته تا اقتصاد ظهور و بروز دارد و پیچیدگی‌های خاص این ساحت‌ها به پیچیدگی این تغییرات و اصل جامعه دامن زده است. از طرف دیگر تمام ابعاد جامعه و زندگی اجتماعی افراد به همدیگر مرتبط بوده، رابطه تأثیر و تأثیری دارند؛ برای همین است که هنگام واکاوی جامعه، مطالعه بین‌رشته‌ای اولویت پیدا می‌کند.

در تمام خرده‌نظام‌های اقتصاد، سیاست و فرهنگ آن چیزی که بروز عینی دارد، سبک زندگی است؛ به عبارت دیگر سبک زندگی مردم تبلور و عینیت همه پیچیدگی‌های جامعه و روابط میان ابعاد و مؤلفه‌های آن است. بررسی و مطالعه سبک زندگی در یک جامعه اگر درست انجام شود، عملاً یک مطالعه کلی از کل جامعه است. سبک زندگی محل بروز تمام مناسبات جامعه در قالب کنش انسانی است؛ جایی که سیاست، اقتصاد و فرهنگ به عنوان خرده‌نظام‌های اجتماعی ظهور و بروز پیدا کرده و مناسبات و روابط درون خود را به کنش انسانی سرایت می‌دهند. سبک زندگی آیینه تمام‌نمای اتفاقات و پدیده‌هایی است که در بطن ساحت‌های حیات جمعی رخ می‌دهد. مناسبات سیاسی، اتفاقات اقتصادی و روندهای فرهنگی همه و همه خود را در آنچه روزمرگی انسان و سبک زندگی وی می‌نامیم، نشان می‌دهند.

یکی از مهم‌ترین بخش‌ها یا به عبارتی ارکان تشکیل‌دهنده سبک زندگی، مقوله مصرف است. مصرف فرد در بستر فردیت یا بستر جامعه کنشی دائمی در زندگی روزمره است. این مصرف با توجه به متعلق مصرف می‌تواند تقسیم‌بندی شود و مصرف اقتصادی تا فرهنگی را شامل شود. یکی از مهم‌ترین پرسش‌های مرتبط با این موضوع این است که الگوی مصرف جامعه تحت تأثیر چه عواملی است. برای پاسخ به این پرسش واضح است که باید عوامل و علل متعددی بررسی شود تا به یک ماتریس جامع حل مسئله دست یافت؛ اما از باب رسالت این تحقیق، ما به دنبال رابطه ساحت سیاست با الگوی مصرف هستیم و از این ساحت، سبک زندگی کارگزاران و مسئولان را به عنوان یک عامل مؤثر انتخاب کرده‌ایم. کارگزاران، تصمیم‌گیران و کنشگران عرصه مدیریت کشور هستند که تصمیمات و سبک زندگی آنها بر سبک زندگی مردم، به‌ویژه سبک مصرفی آنها تأثیرگذار است. بررسی این تأثیر و مکانیسم آن هدف اصلی این کتاب است.

کتاب پیش رو یک کتاب میان‌رشته‌ای است که ربط میان سیاست البته با تمرکز بر سبک زندگی کارگزاران را با الگوی مصرف جامعه بررسی می‌کند. فرهنگ، اقتصاد، سبک زندگی، رسانه و سیاست مرزهای مشترکی در این پژوهش دارند؛ لذا خواهیم دید که گاهی از مصرف در اقتصاد می‌گوییم و بعضاً از روند قدرت و ثروت در سیاست و تأثیر روابط میان آنها بر سبک زندگی مردم.

سازمان این پژوهش را سه فصل تشکیل می‌دهد: فصل اول کلیات و مفاهیم را بازگو می‌کند، در فصل دوم نظریه‌های سبک زندگی و نظریه‌های مصرف و رابطه آنها با کارگزاران بحث می‌شود، فصل سوم نیز مکانیسم تأثیر سبک زندگی کارگزاران بر الگوی مصرف جامعه را تبیین می‌کند.

فصل اول

کلیات و مفاهیم

سبک زندگی به عنوان یکی از مفاهیم مهم اجتماعی و فرهنگی سال‌هاست که موضوع بحث‌های نظری و پژوهشی در مجامع علمی کشور به‌خصوص در میان متفکران حوزه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی قرار گرفته است. در همین راستا عینیت‌بخشی به سبک زندگی مطلوب ایرانی- اسلامی هدف و دغدغه همه پژوهشگران این حوزه و علاقه‌مندان به مردم و نظام جمهوری اسلامی ایران بوده است. مفهوم سبک زندگی از همان ابتدا که توسط آلفرد آدلر روانشناس اتریشی وارد عرصه علم شد^۱ تا به امروز به تعبیر مختلفی تعریف شده است. از نگاه وبر به سبک زندگی که آن را وسیله‌ای برای قشربندی اجتماعی و طبقه‌بندی معرفی می‌کند^۲ گرفته تا دیدگاه بوردیو در پیوند رابطه سبک زندگی و فضای اجتماعی مبتنی بر سرمایه^۳ و گیدنز که دنیای مدرن را آستن سبک زندگی می‌داند،^۴ همه و همه به اهمیت مؤلفه اصلی سبک زندگی یعنی مصرف اصرار می‌ورزند. شاید

۱. مهدی فدایی؛ «نسبت سبک زندگی و معنای زندگی در اندیشه آلفرد آدلر»؛ ص ۷۰.

۲. محمد فاضلی؛ مصرف و سبک زندگی؛ ص ۲۸.

۳. بوردیو؛ نظریه کنش؛ دلایل عملی و انتخاب عقلانی؛ ص ۳۳.

۴. آتوننی گیدنز؛ تجدد و تشخیص؛ ص ۷۵.

سرآمد آنها و بلن باشد که به طور کل سبک زندگی را بر مبنای مصرف تجزیه و تحلیل می‌کند؛ حتی افرادی مانند کلاکھون که سبک زندگی را الگوهای خودآگاه در رفتار شخصی مصرف‌کننده می‌دانند^۱ یا ویلیام لیزر که سبک زندگی را الگوهای رفتاری که در خریدهای مصرف‌کننده و روش‌های مصرف انعکاس یافته تعریف می‌کند،^۲ دقیقاً رکن اصلی سبک زندگی را الگوی مصرف معرفی می‌کنند؛ به عبارت دیگر عنصر اصلی پدیدآور سبک زندگی مصرف است که در فرهنگ غربی و جامعه مدرن برای ارضای احساس نیاز به اهمیت داشتن و مورد احترام بودن و برای رسیدن به مقبولیت اجتماعی صورت می‌گیرد.

به نظر می‌رسد این شاخص در ایران کنونی ما با چالش روبرو شده است. تغییر الگوی مصرف در سطح جامعه کاملاً مشهود است و فارغ از یافته‌های پژوهش‌های میدانی، با مشاهدات نیز محسوس است. افزایش فاصله الگوی مصرف فعلی جامعه با وضعیت مطلوب ما را به سمت مسئله‌ای مهم سوق می‌دهد. اگر مصرف را مهم‌ترین مؤلفه سبک زندگی جامعه بدانیم، عوامل مؤثر بر آن و عوامل شکل‌دهنده الگوی مصرف متعدد خواهد بود. عوامل اقتصادی و تحلیل طبقاتی سبک زندگی از یک سو و جنسیت، سن، دوره عمر، شغل و فرهنگ شغلی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، ارزش‌ها و تحولات ارزشی، دین و غیره از سوی دیگر می‌توانند از جمله این عوامل باشند؛ اما هنگامی که مسیر تحلیل سبک زندگی و الگوی مصرف جامعه در ساختار یک نظام طی می‌شود، کارگزاران آن نظام به عنوان افرادی که به اندیشه‌های مبنایی نظام نزدیک‌تر و

1. David L. Sills & R. K. Merton; *International Encyclopedia of the social sciences*; Vol 8, p 330.

۲. سعید مهدوی کنی؛ «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی»؛ ص ۱۹۶.

عزمشان در انجام رسالت‌ها جزم‌تر است، به مهم‌ترین الگوی تأثیرگذاری و شکل‌دهی سبک زندگی جامعه تبدیل می‌شوند. عوامل متعددی در الگوی مصرف جامعه نقش دارند که کارگزاران یکی از آنهاست و این عاملیت می‌تواند در سه سطح سیاستگذار، مجری و الگو تحلیل شود؛ یعنی کارگزاران گاهی در مقام سیاستگذار، گاهی در مقام مجری و گاهی در مقام الگو بر الگوی مصرف جامعه نقش دارند. کارگزاران از آن جهت که سیاست‌ها را تدوین می‌کنند، می‌توانند با سیاست‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی شان بر الگوی مصرف جامعه تأثیر بگذارند. برخی از کارگزاران خود، مجریان سیاست‌ها هستند و با اجرای مطلوب یا نامطلوب در الگوی مصرف مردم اثر می‌گذارند. فارغ از سیاستگذاری و اجرا، کارگزار و سبک زندگی او در نگاه مردم به طور ناخودآگاه الگوست و می‌تواند از این زاویه بر الگوی مصرف جامعه مؤثر باشد. انقلاب اسلامی ایران در راستای نیل به تمدن نوین اسلامی که بخش حقیقی و اساسی این تمدن به فرمایش مقام معظم رهبری سبک زندگی است، طبیعتاً و منطقاً از کارگزاران و افراد مسئول متعددی استفاده می‌کند. کارگزار یا مسئول در نظام به کسی گفته می‌شود که یا دارای سمت و پستی در ساختار نظام باشد یا مردم به هر دلیلی وی را منتسب به نظام بدانند. با توجه به ساختار اجتماعی و سیاسی ایران، به خصوص پس از انقلاب اسلامی که پیوند دین و سیاست تجلی قابل توجهی پیدا کرد، مردم جامعه الگوپذیری خاصی از کارگزاران و مسئولان نظام در عرصه سبک زندگی پیدا کرده‌اند. مبانی دینی اسلام که در نقل‌هایی مانند «الناس علی دین ملوکهم»^۱ «الناس بامرائهم اشیه من ابائهم»^۲ «صنفان ان صلحا صلحت امتی و ان فسدا

۱. محمدباقر مجلسی؛ بحار الانوار؛ ج ۱۰۵، ص ۸.

۲. همان، ج ۷۸، ص ۴۶.

فسدت امتی: الفقهاء و الأمراء»^۱ مصداق پیدا کرده، نیز مؤید این الگویابی و الگوپذیری است. مقام معظم رهبری به عنوان بالاترین مقام مسئول نظام نیز این اصل را پذیرفته و فرمودند «یک وقت هست که ما در زندگی شخصی خود مثلاً حرکت اشراف‌گونه‌ای داریم بین خودمان و خدا که اگر حرام باشد، حرام است، اگر مکروه باشد، مکروه است، اگر مباح باشد، مباح است؛ اما یک وقت هست که ما جلوی چشم مردم یک مانور اشرافی‌گری می‌دهیم؛ این دیگر مباح و مکروه ندارد؛ همه‌اش حرام است؛ به خاطر اینکه تعلیم‌دهنده اشرافی‌گری است به اولاً زبردست‌های خودمان، ثانیاً آحاد مردم [که] به این کار تشویق می‌شوند. ما نباید مردم را به این کار تشویق کنیم».^۲

درنهایت می‌توان گفت بررسی و تحلیل نقش سبک زندگی کارگزاران بر الگوی مصرف جامعه یکی از مسائلی است که باید در حوزه سبک زندگی به آن پرداخت. سبک زندگی کارگزاران مبتنی بر تعاریف سبک زندگی به روشی عینی و قابل مشاهده‌ای است که کارگزاران در زندگی خود آن را به کار بسته‌اند؛ به عبارت دیگر فارغ از اندیشه‌ها که قابل رؤیت نیست، کردار، منش و رفتار در همه عرصه‌های سبک زندگی اعم از پوشش تا مشارکت‌های اجتماعی همه و همه در مفهوم سبک زندگی کارگزاران می‌گنجد. برای تقسیم‌بندی انواع سبک زندگی کارگزاران باید ملاک تقسیم انتخاب کرد. با توجه به ملاک مطلوبیت و عدم مطلوبیت می‌توان سبک زندگی کارگزاران را به دو دسته عمده سبک زندگی مطلوب و غیر مطلوب تعریف نمود. سبک زندگی مطلوب سبکی

۱. محمد بن علی صدوق؛ الخصال؛ ج ۱۲، ص ۳۷. محمدباقر مجلسی؛ بحار الانوار؛ ج ۲، ص ۴۹.

۲. سیدعلی خامنه‌ای؛ «بیانات در دیدار کارگزاران نظام»؛ ۱۳۸۴/۸/۸.

است که با معیارهای ایرانی-اسلامی سازگاری حداکثری دارد و سبک زندگی غیر مطلوب سبک زندگی است که به هر دلیل از شاخص‌های مطلوبیت فاصله گرفته است. البته با انتخاب ملاک‌های دیگر مانند دوره‌های زمانی نیز می‌توان تقسیم‌بندی‌های دیگری مانند سبک زندگی کارگزاران در دوره جنگ، سبک زندگی کارگزاران در دوره سازندگی و سبک زندگی کارگزاران در دوره کنونی ارائه داد.

اما چرا باید این تحقیق انجام شود؟ با توجه به افزایش مصرف‌گرایی در ایران به نظر می‌رسد باید الگوی مصرف مردم به سمت مطلوب اصلاح گردد. عوامل متعددی در اصلاح الگوی مصرف دخیل هستند؛ اما سبک زندگی کارگزاران و مسئولان نظام به عنوان افرادی که تأثیر بسزایی در یادگیری و الگوپذیری مردم دارند، عامل مهمی به شمار می‌رود. فاصله‌گرفتن سبک زندگی فعلی مسئولان با سبک زندگی مطلوب و مصرف‌گرایی برخی از ایشان خود عامل مهمی بر مصرف‌گرایی جامعه است. از طرف دیگر اصلاح سبک زندگی مسئولان و کارگزاران فارغ از تأثیر بر الگوی مصرف جامعه، خود ضرورت دیگری است که می‌تواند اهمیت موضوع تحقیق پیش رو را بیشتر نشان دهد. به هر حال با توجه به هجمه عوامل دیگر تشکیل‌دهنده و سازنده الگوی مصرف آحاد مردم مانند مدرنیته، فردگرایی، تجمل‌گرایی و... و تسریع در تعمیق شکاف بین الگوی مصرف مطلوب ایرانی اسلامی و الگوی فعلی مصرف جامعه و همچنین اهمیت عامل الگودهی سبک زندگی کارگزاران انجام این پژوهش ضروری می‌نماید. ادامه روند احتمالی نامطلوب بودن تأثیرات سبک زندگی کارگزاران بر الگوی مصرف جامعه می‌تواند کارآمدی و مقبولیت نظام را تحت الشعاع قرار دهد. کارآمدی در ادبیات سیاسی بنا بر کتاب

مشروعیت و کارآمدی مارتین لیپست^۱ به «تحقق عینی یا توان سیستم در تحقق کارکردهای اساسی یک حکومت» تعریف شده است.^۲ واضح است که اگر سبک زندگی کارگزاران یک نظام بر الگوی مصرف جامعه تأثیر منفی داشته باشد، به مرور اثربخشی کارگزاران روند معکوس را طی می‌کند و کارآمدی سیر افولی خواهد داشت؛ لذا بررسی این نقش و اثرگذاری مسئله‌ای است که این پژوهش بدان می‌پردازد.

در نتیجه بررسی نقش رفتار مصرفی حاکمان و مسئولان بر الگوی مصرف جامعه و بررسی و تحلیل نقش سبک زندگی کارگزاران بر الگوی مصرف جامعه دو هدف اصلی این تحقیق هستند.

برای تحقق این اهداف، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال اصلی است که سبک زندگی کارگزاران چه نقشی بر الگوی مصرف جامعه دارد؟ طبیعی است که چستی رابطه سبک زندگی با مصرف، چگونگی تغییر الگوی مصرف جامعه توسط کارگزاران و چستی وضعیت مطلوب الگو بودن کارگزاران در موضوع مصرف پرسش‌های فرعی این کتاب خواهد بود.

پیشینه مطالعاتی: آثار پژوهشی مرتبط با موضوع این تحقیق را در چند دسته (با توجه به کلیدواژه‌های سبک زندگی، مصرف و کارگزاران) می‌توان تقسیم کرد که در ادامه، ذیل هر دسته نمونه‌هایی آورده می‌شود:

دسته اول: آثاری که در مورد سبک زندگی به طور مطلق نگاشته شده است:

- کتاب مصرف و سبک زندگی، محمد فاضلی؛
- کتاب دین و سبک زندگی، محمدسعید مهدوی‌کنی؛

1. Seymour Martin Lipset.

۲. سیمور. ام لیپست؛ مشروعیت و کارآمدی؛ ص ۱۱.