



مطالعات فرهنگ - ارتباطات

سال بیست و یکم، شماره چهل و نهم، شماره مسلسل ۸۱، بهار ۱۳۹۹



انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
مرکز پژوهش‌های فرهنگی و ارتباطات

فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگ - ارتباطات»

سال بیست و یکم، شماره چهل و نهم، شماره مسلسل ۸۱، بهار ۱۳۹۹
پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
مدیر مسئول: محمد سلگی
سردبیر: محمدمهدی فرقانی

هیأت تحریریه:

استاد دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی	هادی خانیکی
استاد دانشکده معارف اسلامی و علوم سیاسی دانشگاه امام صادق ^(ع)	جلال درخشه
استاد دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی	سیدجلال دهقانی فیروزآبادی
استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی	محمدسعید ذکائی
استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران	باقر ساروخانی
استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران	حمید عبداللهیان
دانشیار دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد اسلامی	سیدوحید عقیلی
دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی	محمدمهدی فرقانی
استاد دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس	حسینعلی قبادی
دانشیار دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی ^(ع) شهر ری (مأمور به پژوهشگاه)	داریوش مطلبی
دانشیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات	سیدهراضیه یاسینی

مدیر اجرایی: رقیه مهری

ویراستار فارسی: یعقوب احمدلو

ویراستار انگلیسی: شهناز شفیع خانی

صفحه‌آراء: سیدمحمدامین موسوی

چاپخانه: دریچه نو

فصلنامه براساس مجوز شماره ۱۷۹۸۶۶ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری موفق به کسب رتبه علمی - پژوهشی شد و از شماره پاییز ۱۳۹۰ با همکاری انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات منتشر می‌شود.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر، خ دمشق، شماره ۹

صندوق پستی: ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۲ - ۰۲۱ نمابر: ۸۸۸۹۳۰۷۶ - ۰۲۱

آدرس صفحه اینترنتی: <http://jccs.ir>

بهای تک‌شماره: ۳۰۰۰۰۰ ریال

این نشریه در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می‌شود.

● دربارهٔ مجله

مطالعات فرهنگ - ارتباطات مجله‌ای است که تحقیقات نظری و تجربی در حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات را منتشر می‌کند. فصلنامه می‌کوشد آخرین یافته‌های پژوهشگران در این رشته را معرفی کرده و تحقیقات تجربی در حوزه‌های مربوط را منتشر کند. فصلنامه علاقه‌مند است دیدگاه نقادانه در این قلمرو را بسط و گسترش دهد.

● اشتراک

مبلغ اشتراک سالیانه در ایران ۱۲۰۰۰۰۰ هزار ریال است. علاقه‌مندان به اشتراک، این مبلغ را به شمارهٔ حساب ۴۰۰۱۰۲۸۵۰۳۰۱۴۹۰۶ بانک مرکزی به نام انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات واریز و اصل فیش را به نشانی تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر، خیابان دمشق، شمارهٔ ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، طبقهٔ اول دفتر فصلنامه ارسال کنند.

● راهنمای تنظیم مقالات

- مقاله باید بین ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰ کلمه بوده و در محیط ورد تنظیم شده باشد؛
- در ابتدای مقاله چکیده فارسی (بین ۲۵۰ - ۱۰۰ کلمه) و انگلیسی (بین ۶۰۰ - ۵۰۰ کلمه) آورده شود که در آن خلاصه‌ای از موضوع مقاله، روش تحقیق و مهم‌ترین نتایج همراه با واژه‌های کلیدی باشد؛
- پس از چکیده ارائه بخش‌های مقدمه، مبانی نظری، روش تحقیق، یافته‌های تحقیق و نتیجه‌گیری مرتبط با مبانی نظری در مقاله ضروری است؛
- نشر مقاله و شیوایی نگارش از جمله معیارهای مهم داوری است؛
- معادل لاتین اسامی و مفاهیم مهم در پاورقی هر صفحه آورده شود؛
- در متن مقاله، هر جا که لازم بود، نام مؤلف، سال انتشار منبع و صفحه مورد نظر به صورت نمونه (شعیری، ۱۳۸۸: ۵۰) و در منابع خارجی (Entman, 2009: 176) درج شود؛
- منابع ذکر شده در داخل متن حتماً در فهرست منابع آخر مقاله درج شوند؛ همچنین هیچ منبعی در فهرست منابع نباشد که در متن استفاده نشده باشد؛
- نشانی کامل اینترنتی مقاله‌ها، کتاب‌ها، رساله‌ها و گزارش‌های لاتین ترجمه شده به فارسی باید ضمیمه مآخذ شوند؛
- مؤلف باید نام کامل، سمت پژوهشی یا آموزشی، نشانی کامل محل کار و نشانی پست الکترونیکی خود و همکاران مقاله را به فارسی و انگلیسی در سایت فصلنامه درج کند؛
- پذیرش نهایی مقاله و چاپ آن در مجله بستگی به نظر داوران حوزه مطالعات فرهنگ و ارتباطات دارد؛
- در صورت ارائه مقاله به نشریه‌ای دیگر، پیگیری آن در این فصلنامه متوقف می‌شود؛
- مجله در «ویرایش» مقاله رسیده، بدون تغییر در مفاهیم آن، آزاد است؛
- فصلنامه «مطالعات فرهنگ - ارتباطات» ترجیح می‌دهد مقاله‌هایی را چاپ کند که نتیجه تحقیقات ایرانی در زمینه فرهنگ، هنر و ارتباطات است؛
- مسئولیت مطالب مقاله‌های مندرج در فصلنامه، برعهده نویسندگان آنهاست.

مطالعات فرهنگ - ارتباطات

سال بیست و یکم، شماره چهل و نهم، شماره مسلسل ۸۱، بهار ۱۳۹۹
پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

فهرست داوران این شماره به ترتیب حروف الفبا

دکتر علی احمدی	دکتر حسن بشیر	دکتر سیدبشیر حسینی
دکتر سیدحسن حسینی	دکتر حسن ذوالفقاری	دکتر علی رجبزاده طهماسبی
دکتر زهره سعیدی	دکتر سیاوش صلواتیان	دکتر صمد عدلی پور
دکتر عبدالرحمان علیزاده	دکتر نعمت‌اله فاضلی	دکتر محسن گودرزی
دکتر سیدمصطفی مختاباد امرئی	دکتر محمدرضا مریدی	دکتر امیدعلی مسعودی
دکتر مرتضی نورمحمدی	دکتر حسن نمک دوست	

فهرست

- نظام رسانه‌ای ایران: جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جا در رفتگی شبکه رسانه‌ها
سوسن باستانی، هادی خانیکی، سعید ارکان‌زاده یزدی ۷۰
- مطالعه جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک بین کاربران ایرانی و عوامل تأثیرگذار بر آنها
حسین کرمانی ۳۳
- جوهرزدایی: تقلیل دین به عرفان‌های نوظهور (مطالعه موردی: تحلیل گفتمان انتقادی برنامه‌های پراگار از شبکه بی‌بی‌سی فارسی)
عارف دانیالی، خدیجه آقائی ۶۷
- بازنمایی گفتمان‌های خانواده در مجلات عامه‌پسند ایرانی
امیر رستگار خالد، ابوالفضل اقبالی، عاطفه خالقی ۹۳
- ارزیابی گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی
مرضیه خلعتی ۱۲۳
- بررسی تحولات هویت جوانان ایرانی (۱۳۵۳-۱۳۹۴)
مجید فولادیان، حسن رضایی بحرآباد، محسن سوهانیان حقیقی ۱۴۷
- معرفی زبانهنگ مرگ‌محوری و شادی‌گریزی از طریق تفحص در گفتمان‌شناسی «مرگ» در زبان فارسی
رضا پیش‌قدم، آیدا فیروزیان پوراصفهانی، آیلین فیروزیان پوراصفهانی ۱۸۱
- پیوندسازی ژانری، امر هنجارمند و هنجارگریز فرهنگی در سینمای کمدی ایران (موردکاوی فیلم‌های پرفروش کمدی در بازه زمانی ۱۳۹۲-۱۳۶۲)
سیدعلی روحانی، وحیداله موسوی ۲۰۷
- فرافیلیم و نسبت «خود» و «دیگری» در سینمای عباس کیارستمی
جلال نصیری هانیس، نادر شایگان‌فر، احمد الستی ۲۲۷
- شناخت رابطه بین فردگرایی و محرومیت نسبی با بی‌تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: جوانان شهر کرمانشاه)
محسن صفاریان، عبدالرضا ادهمی، علی مرادی ۲۵۵

نظام رسانه‌ای ایران: جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جا دررفتگی شبکه رسانه‌ها

سوسن باستانی^۱، هادی خانیکی^۲، سعید ارکان‌زاده یزدی^۳

چکیده

رسانه‌های نوین در ایران امروز، روی رسانه‌های جریان اصلی تأثیرات عمیقی گذاشته‌اند و در مواردی باعث شده‌اند که آن‌ها کارکرد خود را از دست بدهند. پژوهش پیش‌رو، با استفاده از روش ترکیبی تلاش کرده است تأثیر رسانه‌های نوین بر مکانیزم‌های داخلی رسانه‌های ایران و همچنین ارتباط این رسانه‌ها با مردم و نظام سیاسی - اقتصادی را بررسی کند. تأثیر رسانه‌های نوین بر رسانه‌ها و تأثیر آن‌ها بر ارتباط رسانه‌ها با نظام سیاسی - اقتصادی با روش کیفی گراند تئوری و تأثیر رسانه‌های نوین بر ارتباط مردم با رسانه‌ها به روش کمی پیمایش ارزیابی شد. در انتها، محقق به این نتیجه رسید که رسانه‌های نوین به‌خودی‌خود سبب تغییر نظام رسانه‌ای ایران نشده‌اند؛ بلکه به‌دلیل نقش پررنگ دولت و غیرحرفه‌ای بودن در پس‌زمینه مهندسی فرهنگی و رواج فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، این دگرگونی رخ داده و رسانه‌های نوین تشدیدکننده این وضعیت بوده‌اند. در نظام رسانه‌ای ایران، فعالان نظام سیاسی - اقتصادی و مردم به‌دلیل اختلال در کارکرد رسانه‌های جریان اصلی به‌سوی رسانه‌های نوین رفته‌اند؛ اما این رسانه‌ها نتوانسته‌اند به‌طور کامل جانشین رسانه‌های جریان اصلی شوند و نوعی از جا دررفتگی در شبکه رسانه‌های ایران به وجود آمده است.

واژه‌های کلیدی

نظام رسانه‌ای، رسانه‌های نوین، رسانه‌های جریان اصلی، روزنامه‌نگاری شبکه‌ای، جامعه شبکه‌ای، از جا دررفتگی

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۱/۲۳ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۰/۱۸

sbastani@alzahra.ac.ir

hadi.khaniki@gmail.com

saeed.arkan@gmail.com

۱. استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا(س)

۲. استاد گروه ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

۳. دکترای فرهنگ و ارتباطات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی (نویسنده مسئول)

مقدمه

با انقلاب ارتباطات و فناوری‌های اطلاعاتی در دهه ۱۹۷۰ میلادی در غرب، به تدریج ابزارهای ارتباطی جدید مانند ماهواره، اینترنت و تلفن‌های همراه، وارد جوامع شدند و این وسایل به زودی به ایران نیز رسیدند. در دهه ۱۳۸۰ شمسی، تأثیراتی که این ابزارهای ارتباطی بر رسانه‌های سنتی ایران داشتند، به خوبی مشهود بود و تحقیقات دانشگاهی مفصلی درباره آنها، از وبلاگ (ضیایی‌پور، ۱۳۸۲؛ سیدعلوی و نقیب‌السادات، ۱۳۸۴؛ سلطان‌آبادی و توکلی، ۱۳۹۰) گرفته تا شبکه‌های ماهواره‌ای (منتظر قائم، ۱۳۸۴؛ شهابی و جهانگردی، ۱۳۸۷؛ متانی، حسن‌زاده و فرهنگی، ۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی (عقیلی و پوری، ۱۳۹۰ و یزدخواستی، عدلی‌پور و کیخایی، ۱۳۹۲) و تلفن همراه (کوثری، جوادی یگانه و خیرخواه، ۱۳۸۵ و زمانی، شهریاری و عابدینی، ۱۳۹۱) انجام شد که ابتدا روی وبلاگ‌ها متمرکز بودند و سپس به نسل اول رسانه‌های نوین مثل پیامک تلفن همراه و ماهواره و بعد از آن به تلفن هوشمند و شبکه‌های اجتماعی پرداختند. در عمل این رسانه‌ها، نقش‌هایی از کارکردهای اصلی رسانه‌های سنتی را بر عهده گرفته و به رقیبی برای این رسانه‌های جریان اصلی تبدیل شده‌اند و مطالعات رسانه‌های نوین به تدریج شکل گرفت (خانیکی، ۱۳۹۴). با اینکه قدرت رسانه‌های نوین تا حدی افزایش یافته و مردم از آن استقبال می‌کنند (خانیکی و بصیریان جهرمی، ۱۳۹۲)، به نظر می‌رسد که میزان استفاده از رسانه‌های نوین در رسانه‌های جریان اصلی داخلی در مقایسه با رسانه‌های فارسی زبان رقیب در خارج از کشور، چندان زیاد نیست. برای نمونه، در زمینه تعاملی بودن، مشاهده شده است که دوسوم خبرگزاری‌ها و وبسایت‌های خبری از ابزارهای تعاملی استفاده نمی‌کنند (باستانی و ارکان‌زاده یزدی، ۱۳۹۳: ۱۴)، یا در مقایسه میزان استفاده از فرصت‌های تعاملی رسانه‌های اجتماعی مربوط به روزنامه‌نگاری شهروندی برای برنامه‌های تلویزیونی، دو برنامه پرمخاطب تلویزیون ایران بسیار عقب‌تر از دو برنامه شبکه‌های ماهواره‌ای بوده (مولایی و کتابدار، ۱۳۹۲: ۶۵). یک مطالعه تطبیقی بین خبرگزاری‌های روترز، اسوشیتد پرس، پرس تراست آو ایندیا^۱ و خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) از نظر بکارگیری فناوری‌های جدید رسانه‌ای، مشخص می‌کند که ایرنا نسبت به دو خبرگزاری بزرگ و بین‌المللی روترز^۲ و اسوشیتد پرس^۳، در زمینه سازگاری با فناوری‌های جدید بسیار عقب‌تر است (عبداللهی‌نژاد و افخمی، ۱۳۹۲: ۱۲۴-۱۲۳). همچنین سیاست رسانه‌ای سازمان صداوسیما هنوز در تعیین مرز خود نسبت به شبکه‌های اجتماعی همچون

1. Press Trust of India (PTI)

2. Reuters

3. Associated Press (AP)

فیس‌بوک نامشخص است (بصیریان جهرمی، خانیکی و ذکایی، ۱۳۹۲: ۷۶). یا با اینکه روزنامه‌نگاران ایرانی به فواید ابزارهای تلفن هوشمند برای کار حرفه‌ای پی برده‌اند، اما در عمل، ویژگی‌های تلفن هوشمند را که حرفه‌شان را کارآمدتر می‌کند، جدی نگرفته‌اند (ارکان‌زاده یزدی، ۱۳۹۴).

مبانی نظری

در این پژوهش مفاهیم نظری شامل مدل نظام رسانه‌ای، ویژگی‌های نظام رسانه‌ای ایران و اثرگذاری رسانه‌های نوین بر رسانه‌های جریان اصلی امروز است.

عناصر نظام رسانه‌ای

تحقیقات روی نظام‌های رسانه‌ای از دهه ۱۹۵۰ و با کتاب چهار تئوری مطبوعات^۱ (۱۹۵۶) نوشته سبیرت^۲، پیترسون^۳ و شرام^۴ آغاز شد. آنها نظام‌های رسانه‌ای را به چهار مدل اقتدارگرا^۵، آزادی‌خواه^۶، مدل شوروی^۷ و نیز مسئولیت اجتماعی^۸ تقسیم کردند. در اصل، آنها تنها دو مدل اساسی اقتدارگرا و آزادی‌خواه را اعلام کردند که مدل شوروی امتداد مدل اقتدارگرا و مدل مسئولیت اجتماعی امتداد مدل آزادی‌خواه به شمار می‌رفت. در طول قرن بیستم، این مدل‌ها به تدریج تکامل یافتند و بسیاری از محققان از جمله ریموند ویلیامز^۹ (Eldridge & Eldridge, 63)، فرنان ترو^{۱۰} (معتدنیژاد و معتدنیژاد، ۱۳۸۶: ۲۶۰-۲۶۶)، لوونستین^{۱۱} (Akhavam-Majid & Wolf, 1991: 140)، مریل^{۱۲} (Ostini & Fung, 2002: 44-45)، پیکارد^{۱۳} (Ostini & Fung, 2002: 44-45)، اخوان^{۱۴} و ولف^{۱۵} (Akhavam-Majid & Wolf, 1991: 142-143)، آلتشول^{۱۶} (Ostini & Fung, 2002: 45)، جان کین^{۱۷} (کین، ۱۳۸۹: ۱۱۰-۱۱۱).

1. Four Theories of the Press

2. Fred S. Siebert

3. Theodore Peterson

4. Wilbur L. Schramm

5. Authoritarian

6. Libertarian

7. Soviet Communist

8. Social Responsibility

9. Raymond Williams

10. Fernand Terrou

11. Ralph L. Lowenstein

12. John C. Merrill

13. William A. Hachten

14. Rosalind W. Picard

15. Roya Akhavan

16. Gary Wolf

17. J. Herbert Altschull

۸۶)، سیدنی هد^۲ (Straubhaar, 1986: 236-237)، مک کوئیل^۳ (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۱۷۷-۱۷۵)، روی آنها کار کردند اما ساختار اصلی همان مدل‌های چهارگانه حفظ شد.

در یک دهه و نیم اخیر همچنان مطالعه درباره نظام‌های رسانه‌ای ادامه داشته است. مهم‌ترین آنها، کار هالین^۴ و مانچینی^۵ است که در این پژوهش اساس چارچوب نظام رسانه‌ای قرار گرفته اما از جنبه‌های غیرسیاسی نیز توسعه یافته است. آنها در اوایل قرن بیست و یکم هالین^۶ و مانچینی^۷ (۲۰۰۴) کتابی نوشتند و نظام‌های رسانه‌ای غربی در اروپای غربی و امریکای شمالی را با هم مقایسه کردند. آنها چند سال بعد، کتابی دیگر (۲۰۱۲) را ویرایش کردند و در آن، تلاش کردند که فقط به نظام‌های رسانه‌ای در کشورهای غربی نپردازند و نظام‌هایی را در کشورهای مانند چین، برزیل، روسیه، آفریقای جنوبی و لهستان انتخاب کردند که گستره متنوع‌تری از نظام‌های رسانه‌ای را شامل شود (Hallin & Mancini, 2004: 2-10). از نظر هالین و مانچینی یک نظام رسانه‌ای دارای چهار بُعد است: میزان توسعه بازار رسانه^۸، میزان تشابه سیاسی^۹ با گروه‌ها یا گرایش‌های سیاسی، میزان توسعه حرفه‌ای‌گرایی روزنامه‌نگاران^{۱۰} و نقش دولت در نظام رسانه‌ای^{۱۱}. آنها براساس کم یا زیاد بودن این متغیرها، نظام‌های سیاسی کشورهای اروپایی و امریکای شمالی را به سه مدل کثرت‌گرای قطبی‌شده^{۱۲} در منطقه مدیترانه، مدل گروه‌گرای دموکراتیک^{۱۳} در شمال و مرکز اروپا و مدل آزادی‌خواه^{۱۴} در آتلانتیک شمالی تقسیم کردند. با این حال، مرزهای این مدل‌ها چندان متمایز نیست و خود محققان نیز گفته‌اند که برخی از نظام‌های رسانه‌ای کشورها دارای خصوصیتی در حد وسط مدل‌ها هستند. نظام رسانه‌ای ایران، شباهت زیادی با مدل کثرت‌گرای قطبی‌شده دارد (Khiabany, 2010: 118). در این مدل، نظام‌های رسانه‌ای دارای مطبوعات نخبه‌گرا با تیراژ نسبتاً کم و تمرکزگرایی در رسانه‌های الکترونیک هستند. آزادی مطبوعات و توسعه صنایع رسانه‌ای

1. John Keane
2. Sydney W. Head
3. Denis Mc Quail
4. Daniel C. Hallin
5. Paolo Mancini
6. Daniel C. Hallin
7. Paolo Mancini
8. Development of Media Market
9. Political Parallelism
10. Development of Journalistic Professionalism
11. The Role of State in Media System
12. Plorized Pluralist
13. Democratic Corporatist
14. Liberal

تجاری عموماً دیرتر پدید آمده است. روزنامه‌ها اغلب از نظر تجاری در لب مرز سود و زیان قرار دارند و نیازمند یارانه هستند. تشابه سیاسی در این نظام‌ها تمایل دارد که بالا باشد. روزنامه‌ها تمرکز زیادی روی حیات سیاسی دارند و از سنت تفسیرمحور یا حمایت‌کننده به جای سنت اطلاعات‌محور استفاده می‌کنند. ابزاری‌سازی رسانه‌ها به وسیله دولت، احزاب سیاسی و فعالان صنعتی یا ارتباطات سیاسی معمول است. در این نظام، حرفه‌ای‌گرایی به اندازه دیگر مدل‌ها قوی نیست. روزنامه‌نگاری خیلی از فعالیت سیاسی تمایز داده نشده و خودگردانی روزنامه‌نگاری معمولاً محدود است. دولت نقش بزرگی در مالکیت، نظارت و سرمایه‌گذاری رسانه‌ها بازی می‌کند (Hallin & Mancini, 2004: 73-74).

برخی از محققان مانند ملادو^۱ و لاگوس^۲ که نظام‌های رسانه‌ای امریکای لاتین را مطالعه کرده‌اند (۲۰۱۳) گفته‌اند که اساساً نظام‌های رسانه‌ای موردنظر هالین و مانچینی مربوط به غرب و مرکز اروپاست و دیگر نظام‌های رسانه‌ای را شامل نمی‌شود. بنابراین، عناصر نظام‌های رسانه‌ای را در سه بُعد سیاسی، فرهنگی و رسانه‌ای، بازتعریف کردند که شامل ابعاد سیاسی، فرهنگی و رسانه‌ای است. کارن^۳ و پارک^۴ معتقدند که تقسیم‌بندی هالین و مانچینی کامل نیست و باید نظام‌های رسانه‌ای کشورهای در حال گذار و ترکیبی را به‌طور جداگانه بررسی کرد (Curran, J & Park, 2005: 2-13). آنها نظام‌های رسانه‌ای کشورهای در حال گذار را به‌طور جداگانه در نظر می‌گیرند.

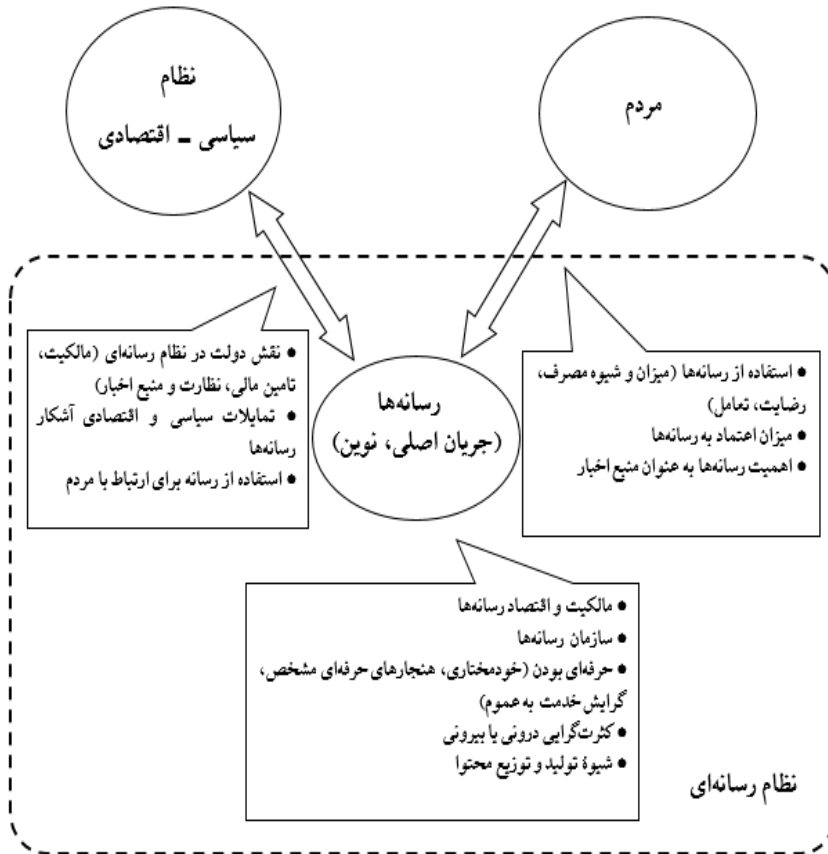
پژوهش پیش‌رو با مبنا قرار دادن نظام رسانه‌ای هالین و مانچینی و افزودن عناصری به آن از نظریات مک‌کوئیل (McQuail, 2010: 285) و ملادو و لاگوس (Mellado, C. & Lagos, 2013: 8-10)، سعی کرد تعریف نظام رسانه‌ای را دقیق‌تر کند و آن را تنها منحصر به ارتباط رسانه با سیاست نکند. بنابراین، با افزودن عناصر اقتصادی (در نظر گرفتن نظام اقتصادی در کنار نظام سیاسی)، عناصر اجتماعی (میزان اعتماد به و رضایت از رسانه‌ها، استفاده فعالان نظام سیاسی و اقتصادی از رسانه برای ارتباط با مردم) و عناصر فرهنگی (میزان تعامل مردم با رسانه‌ها، شیوه تولید و توزیع محتوا در رسانه‌ها، سازمان رسانه‌ها) به ابعادی که هالین و مانچینی برای نظام رسانه‌ای در نظر گرفته بودند، نظام رسانه‌ای در این پژوهش را به‌صورت مدل شکل ۱ در نظر بگیرد.

1. Claudia Mellado

2. Claudia Lagos

3. James Curran

4. Myung-Jin Park



شکل ۱. مدل نظام رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن

این مدل از نظام رسانه‌ای شامل سه بخش رسانه‌ها، رابطه مردم با رسانه‌ها و رابطه نظام سیاسی - اقتصادی با رسانه‌ها است. بخش اول یعنی رسانه‌ها شامل مؤلفه‌های مالکیت و اقتصاد رسانه‌ها، سازمان رسانه‌ها، حرفه‌ای بودن (خودمختاری، هنجارهای حرفه‌ای مشخص، گرایش خدمت به عموم)، کثرت‌گرایی درونی یا بیرونی و شیوه تولید و توزیع محتوا است. بخش دوم که مربوط به رابطه مردم با رسانه‌ها است شامل مؤلفه‌های استفاده از رسانه‌ها (میزان و شیوه مصرف، رضایت، تعامل)، میزان اعتماد به رسانه‌ها و اهمیت رسانه‌ها به عنوان منبع اخبار است. بخش سوم نیز رابطه نظام سیاسی - اقتصادی با رسانه‌ها است که شامل مؤلفه‌های نقش دولت در نظام رسانه‌ای (مالکیت، تأمین مالی، نظارت و منبع اخبار)، تمایلات سیاسی و اقتصادی آشکار رسانه‌ها و استفاده از رسانه برای ارتباط با مردم است.

ویژگی‌های نظام رسانه‌ای ایران

نظام رسانه‌ای در ایران آمیخته‌ای از ضوابط و سنت‌های رسانه‌های گوناگون است که نقاط اشتراک کمتری با هم دارند؛ این نظام رسانه‌ای دارای چهار بخش رسانه‌ای مطبوعاتی، رادیو و تلویزیونی و خبرگزاری به‌عنوان رسانه‌های جریان اصلی و نیز بخش رسانه‌های نوین مبتنی بر فناوری ماهواره و اینترنت است که همه آن‌ها از سویی با مردم و از سوی دیگر با قدرت‌های سیاسی و اقتصادی در ارتباط هستند.

کنترل رسانه‌ها همواره یکی از مسائل کلیدی توسعه در ایران بوده است؛ در بخش بزرگی از تاریخ ایران، رسانه‌ها به‌عنوان مأموران مدرنیزاسیون، روشنگری و نمایندگان تغییرات اجتماعی عمل کرده‌اند، اما حضور آن‌ها به میزان زیادی بستگی به سطح گشودگی سیاسی ناشی از انقلاب یا جنبش‌های قوی اجتماعی یا ضعف دولت‌ها داشته است (Khiabany, 2010: 118). بخشی از رسانه‌های نوین غیررسمی مثل پیام‌رسان‌های تلفن همراه یا شبکه‌های اجتماعی را می‌توان تریبون جامعه مدنی دانست؛ رسانه‌هایی که توسط حاکمیت کنترل می‌شوند اما به رسمیت شناخته نمی‌شوند.

رسانه‌های ایران دارای قوانین و مقرراتی هستند که اغلب تحت تأثیر و متناسب با شرایط ویژه و نه معمولی بوده‌اند. همچنین مراجع متعددی خود را دارای صلاحیت حقوقی و فنی برای قانونگذاری رسانه‌ای می‌دانند و در موضوعاتی واحد، مقرراتی متفاوت و پراکنده وجود دارد که متناسب با تحولات فناوری‌های نوین نیستند (اسماعیلی، ۱۳۹۴: ۲۰). به نظر می‌رسد که کلیت نظام سیاسی ایران با دیدگاه «مهندسی فرهنگی» به سیاست‌گذاری در نظام رسانه‌ای نگاه می‌کند. در نظام هنجاری رسانه‌ای ایران، رسانه‌ها به‌مثابه دانشگاه هستند و عموم مردم افرادی هستند که باید هدایت شوند و تعلیم گیرند. مهندسی فرهنگی مفهومی غالب در سیاست‌گذاری رسانه‌ای، به‌ویژه در حوزه تلویزیون و اینترنت است (اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۵: ۴۱).

تأثیر رسانه‌های نوین

در این تحقیق، رسانه‌های نوین و رسانه‌های جریان اصلی در جامعه شبکه‌ای^۱ ارزیابی می‌شوند؛ این جامعه را با الهام از مانوئل کاستلز^۲ می‌توان جامعه‌ای تغییریافته بر اثر انقلاب فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، در قالب شکل جدیدی از سرمایه‌داری دانست (کاستلز، ۱۳۸۹ الف: ۱۲۷).

1. Network Society

2. Manuel Castells

رسانه‌های نوین در بستر جامعه شبکه‌ای رشد می‌کنند. اورت راجرز^۱ که از نخستین کسانی بوده است که رسانه‌های نوین را مطالعه کرده، آنها را رسانه‌هایی می‌داند که دارای سه ویژگی هستند: تعاملی بودن؛ غیرتوده‌ای شدن^۲ و ناهمزمان بودن^۳ (Rogers, 1986: 4-7). فاستو کلمبو^۴ رسانه‌های جدید را رسانه‌هایی می‌داند که در آنها تمام راه‌های ارتباطات، بازنمایی و دانش به صورت دیجیتالی درآمده‌اند و ابعادی از چندرسانه‌ای و تعامل را شکل داده‌اند (Cardoso, 2006: 123).

فن دایک^۵ سه ویژگی بنیادی شامل دو ویژگی ساختاری و یک ویژگی فنی برای رسانه‌های نوین در نظر گرفته است: یکپارچگی معنی یکسان شدن زیرساخت‌های فنی مخابرات، ارتباطات داده‌ها و ارتباط جمعی در رسانه‌ای واحد؛ تعاملی بودن که سلسله‌ای از کش و واکنش است بین رسانه‌ها و مخاطبان و نیز ویژگی فنی دیجیتالی بودند به معنای تبدیل شدن محتوای ارتباط به کدهای دیجیتالی (Dijk, 2006: 6-9).

ظهور رسانه‌های نوین و ادامه یافتن اهمیت رسانه‌های جریان اصلی در بستر جامعه شبکه‌ای، نوعی ارتباطات خاص را به وجود آورده که به آن ارتباطات شبکه‌ای شده^۶ گفته می‌شود. گوستاوو کاردوسو معتقد است که در جامعه شبکه‌ای، خودمختاری و استقلال در تصمیم‌گیری مستقیماً به ظرفیت تعامل ما با رسانه‌ها ربط دارد. رسانه‌ها دارای قدرت هستند اما قدرت آنها با بسیاری مؤلفه‌ها مثل بازار، دولت یا مخاطبان و همچنین زمینه نظام رسانه‌ای محدود می‌شود. رسانه‌ها در جامعه شبکه‌ای جایگزین نمی‌شوند، بلکه نقش‌های متفاوتی به خود می‌گیرند، به هم متصل می‌شوند و هر کسی روابط شبکه‌ای شده مشخصی با رسانه‌ها دارد. در حقیقت، هر یک از ما شبکه‌های جدیدی را می‌سازیم که رسانه‌های مختلف را به هم متصل می‌کند (Cardoso, 2006: 37-41). رسانه‌های شخصی وقتی شبکه‌ای می‌شوند می‌توانند نقش رسانه‌های جمعی را بازی کنند و انعطاف‌ها و قابلیت‌های ویژه خود را داشته باشند و در این حالت، نه تنها رسانه‌های ارتباط جمعی، بلکه تمام دیگر رسانه‌های بین فردی هم در قدرت یافتن افراد مؤثر هستند. ما شاهد شبکه‌ای شدن رسانه‌های ارتباط جمعی از طریق رسانه‌های بین فردی هستیم (Cardoso, 2006: 129-131). با پیشرفت فناوری، تعداد کسانی که می‌توانند محتواها را دستکاری کنند افزایش یافته، نمی‌توان دیگر گفت که هر چه افراد ببینند یا بخوانند

-
1. Everett Rogers
 2. De-massification
 3. Asynchronicity
 4. Fausto Colombo
 5. Dijk
 6. Networked Communication

درست است؛ بلکه باید دوباره برای شغل روزنامه‌نگاری که به نظر می‌رسید ممکن است با رسانه‌های نوین از بین برود اهمیت قایل شد؛ چون به لطف اخلاق حرفه‌ای، آنچه روزنامه‌نگاری می‌نویسد، می‌گوید یا پخش می‌کند، دارای ارزش متفاوتی از بسیاری محتواهاست که کاربران عادی اینترنت منتشر می‌کنند (Cardoso, 2006: 132-133).

روزنامه‌نگاری جریان اصلی تحت تأثیر و ترکیب‌شده با روزنامه‌نگاری جایگزین را می‌توان روزنامه‌نگاری شبکه‌ای^۱ نامید که نوعی روزنامه‌نگاری در داخل ارتباطات شبکه‌ای شده با زیربنای جامعه شبکه‌ای است. بر خلاف رسانه‌های سنتی قرن بیستم، تعداد کسانی که خبر منتشر می‌کنند بسیار زیاد شده، تکرار اطلاعات آنلاین، منابع خبری بیشتری را در اختیار روزنامه‌نگاران قرار داده و محیط آنلاین نیز اجازه داده که روزنامه‌نگاران بدون اتلاف وقت بازخورد بگیرند و از همکاری فعال کاربران استفاده کنند. این تغییرات ساختاری، باعث به وجود آمدن روزنامه‌نگاری شبکه‌ای شده که دارای دو ویژگی غیرمتمرکز^۲ بودن و غیرخطی بودن^۳ است (Heinrich, 2011: 55).

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش ترکیبی^۴ به معنی چند بُعدی کردن و تلفیق روش‌های کمی و کیفی است (فلیک، ۱۳۹۲: ۲۸). روش ترکیبی حاضر، از دو روش کمی و کیفی به‌طور همزمان، با وزن مساوی و ترکیب در مرحله تفسیر استفاده می‌کند. بخش مربوط به تأثیرات رسانه‌های نوین بر مکانیزم‌های داخلی رسانه‌ها و نیز ارتباط رسانه‌ها با فعالان سیاسی و اقتصادی به وسیله روش کیفی گراند تئوری^۵ با مصاحبه عمیق نیمه‌ساخت یافته انجام شده و بررسی تأثیر رسانه‌های نوین بر ارتباط رسانه‌ها با مردم نیز با روش کمی پیمایش از طریق پرسشنامه بسته صورت گرفته است.

برای مصاحبه‌های عمیق با روش نمونه‌گیری هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری، از میان روزنامه‌نگاران، استادان ارتباطات و فعالان سیاسی و اقتصادی با ۱۹ نفر مصاحبه عمیق انجام شد. در بخش پیمایش نیز ۳۸۶ شهروند تهرانی با نمونه‌گیری خوشه‌ای در مناطق مختلف تهران، پرسشنامه تحقیق را پر کردند.

-
1. Network Journalism
 2. Decentralized
 3. Non-linear
 4. Mixed Methods Research
 5. Grounded Theory

برای تحلیل مصاحبه‌های عمیق، از روش کدگذاری سیستماتیک استفاده شد که شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی بود. در انتهای کدگذاری انتخابی نیز الگوی پارادایمی از نظام رسانه‌ای ایران ارائه شد و در این الگو تأثیرات رسانه‌های نوین بر نظام رسانه‌ای ایران مشخص شد. برای تحلیل پیمایش تأثیر رسانه‌های نوین بر ارتباط مردم با رسانه‌های جریان اصلی نیز، بعد از استخراج داده‌ها و توصیف آنها با نرم‌افزار اسپس اس اس، شاخص‌های مختلفی برای رسانه‌های نوین و جریان اصلی ساخته شد و ارتباط این شاخص‌ها با ضریب همبستگی مورد آزمون قرار گرفت و نیز تفاوت‌هایی که این شاخص‌ها در گروه‌هایی از پاسخگویان با مشخصات متفاوت داشتند با آزمون T استیودنت مستقل ارزیابی شد.

برای اطمینان از روایی بخش کیفی، سوالات مصاحبه به وسیله متخصصان ارزیابی شد و آنها تأیید کردند که این سوالات اهداف تحقیق را پوشش می‌دهد. مصاحبه عمیق مصاحبه‌شوندگان با گفت‌وگوها، یادداشت‌ها یا دیگر متون در دسترس مصاحبه‌شوندگان مقایسه و پایایی تحقیق نیز تأیید شد. در بخش کمی برای داشتن روایی، سوالات پرسشنامه به جمعی از نخبگان سپرده شد و آنان تأیید کردند که سوالات پرسشنامه همان مواردی را می‌سنجد که در فرضیه‌ها و سوالات پژوهش وجود دارند. پایایی بخش کمی تحقیق که بر اساس پیمایش با پرسشنامه بود هم از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ^۱ برای هر یک از شاخص‌ها و سپس محاسبه ضریب آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه که به اندازه قابل قبول (۰.۸۰۳ درصد) بود، انجام شد.

بخش کیفی این پژوهش دو سوال کلی به شرح زیر داشت:

- سؤال اول:** تأثیر رسانه‌های نوین بر رسانه‌های جریان اصلی در نظام رسانه‌ای ایران چیست؟
سؤال دوم: تأثیر رسانه‌های نوین بر رابطه قدرت‌های سیاسی و اقتصادی با رسانه‌های جریان اصلی ایران چیست؟

در بخش کمی نیز دو فرضیه زیر مورد آزمون قرار گرفت:

- فرضیه اول:** بین میزان رابطه پاسخگویان با رسانه‌های نوین و میزان رابطه آنها با رسانه‌های جریان اصلی همبستگی معکوس معنی‌داری وجود دارد.
فرضیه دوم: افراد با ویژگی‌های شخصی متفاوت، در ارتباطشان با رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های نوین دارای تفاوت معنی‌داری هستند.

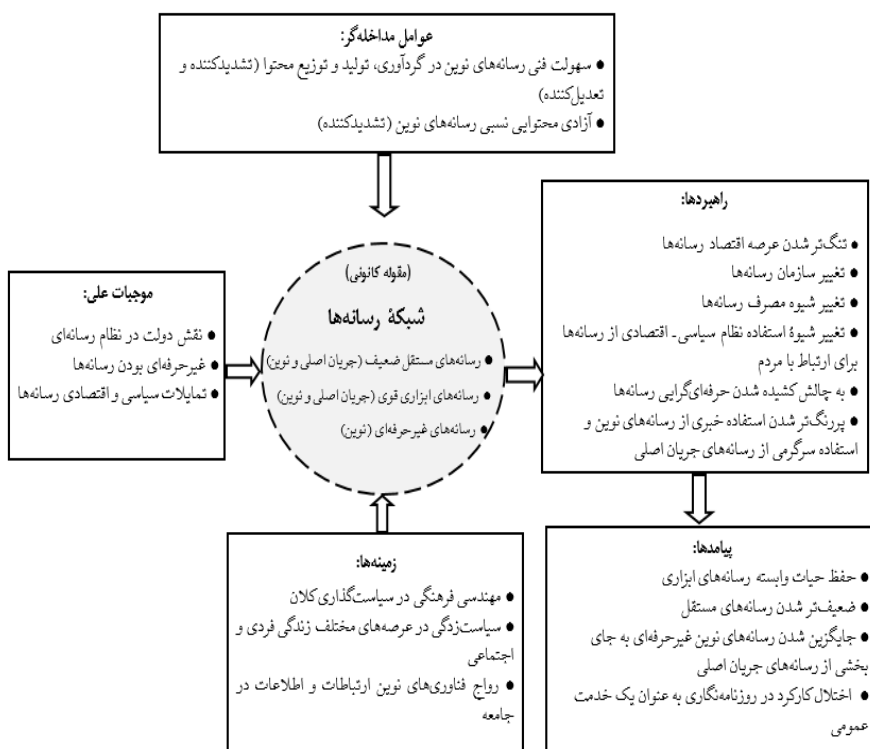
1. Cronbach's Alpha

یافته‌های تحقیق

در بررسی یافته‌های تحقیق، ابتدا شرح یافته‌ها و تحلیل آنها در بخش‌های کیفی و کمی می‌آید و سپس در بخش نتیجه‌گیری، روش‌های کیفی و کمی برای مرحله تفسیر با یکدیگر ترکیب می‌شوند و در انتها نیز مدل نهایی برای نظام رسانه‌ای ایران ارائه می‌شود.

بخش کیفی

در کدگذاری سیستماتیک بخش کیفی، داده‌ها به‌عنوان کوچک‌ترین واحد معنادار از محتوای متن مصاحبه‌ها با هم ترکیب شدند، طیف‌های مفهومی را ساختند، ترکیب این طیف‌ها تبدیل به مقوله‌ها شدند، مقوله‌ها خوشه‌های مقوله‌ای را ساختند و این خوشه‌ها محورهای اصلی مفصل‌های نظریه را شکل دادند. با مقولات به‌دست آمده، در مرحله کدگذاری انتخابی مدلی با پنج قسمت به‌دست آمد که در شکل ۲ آمده است:



شکل ۲. مقوله کانونی و مفصل‌های نظری آن در کدگذاری محوری

در این مدل، «شبکه رسانه‌ها» به‌عنوان مقوله کانونی توسط محقق در نظر گرفته شده است. استفاده از اصطلاح شبکه رسانه‌ها به این معنی است که در نظام رسانه‌ای ایران، مردم و افراد فعال در نظام سیاسی - اقتصادی، از رسانه‌ها به‌صورت شبکه‌ای استفاده می‌کنند و این شبکه برای هر شخص منحصر به فرد است. همچنین به دلیل رویکرد غیرمتمرکز و غیرخطی جریان اطلاعات و اخبار و محتواهای کاربرساخته، شکل این ساختار شبکه‌ای است. یک بخش از این شبکه رسانه‌ها شامل رسانه‌های مستقلی است که به گفته مصاحبه‌شوندگان اغلب در اثرگذاری خود بر نظام سیاسی - اقتصادی و جامعه ضعیف هستند، توان اقتصادی بالایی ندارند و از مشکل خودمختاری رنج می‌برند. بخش دیگر شبکه رسانه‌ها، رسانه‌های ابزاری قوی هستند. این رسانه‌های مستقل و ابزاری اغلب رسانه‌های جریان اصلی هستند؛ اما می‌توانند به‌خوبی با رسانه‌های نوین نیز سازگار شوند. در این شبکه، رسانه‌ها بخش سومی نیز حضور دارد که رسانه‌های غیرحرفه‌ای رسمی (مجوزدار) و غیررسمی (بدون مجوز) هستند. رسانه‌های غیرحرفه‌ای آن دسته از رسانه‌های نوین هستند که کار روزنامه‌نگاری حرفه‌ای انجام نمی‌دهند. رسانه‌های غیرحرفه‌ای می‌توانند در ایران دارای مجوز باشند مثل تلگرام یا اینستاگرام یا مثل توییتر و فیس‌بوک بدون مجوز و به‌صورت غیررسمی، با فیلترشکن مورد استفاده قرار بگیرند. همان‌طور که در شکل ۲ مشخص شده، به وجود آمدن شبکه رسانه‌ها در زمینه‌های خاصی رخ داده است. تلاش برای مهندسی فرهنگی در سیاست‌گذاری کلان کشور و سیاست‌زدگی در عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی از جمله این زمینه‌هایی بوده است. همچنین رواج فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات در جامعه، امکان ترکیب رسانه‌های نوین با رسانه‌های جریان اصلی و بروز رسانه‌های نوین غیرحرفه‌ای را فراهم کرده است. اما علل اصلی این وضعیت، نقش پررنگ دولت در نظام رسانه‌ای ایران - به‌خصوص در زمینه نظارت و تأمین مالی - و همچنین غیرحرفه‌ای بودن رسانه‌ها است. این دو عامل به همراه تمایل خود رسانه‌ها برای کسب منفعت در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی، باعث شده‌اند که رسانه‌های ابزاری قوی و رسانه‌های مستقل ضعیفی در جامعه به وجود بیایند و با تحولات فناورانه، رسانه‌هایی غیررسمی یا رسمی که فعالیت حرفه‌ای ندارند اما به دلیل محدودیت‌های ناشی از ناتوانی حرفه‌ای یا نظارت دولتی، مورد اقبال مخاطبان قرار گیرند.

سهولت فنی رسانه‌های نوین در گردآوری، تولید و توزیع محتوا و آزادی محتوایی نسبی این رسانه‌ها، به‌عنوان عوامل مداخله‌گر و نه موجبات علی، باعث تشدید یا تعدیل وضعیت شبکه رسانه‌ها شده است. امکانات فنی رسانه‌های نوین، هم توانسته ابزارهای مناسبی برای فعالیت روزنامه‌نگاران ایجاد کند، هم مشکلاتی برای حرفه‌ای‌گرایی آن‌ها به وجود آورده؛ بنابراین هم عامل تشدیدکننده و هم عامل تعدیل‌کننده آن است. اما آزادی محتوایی نسبی

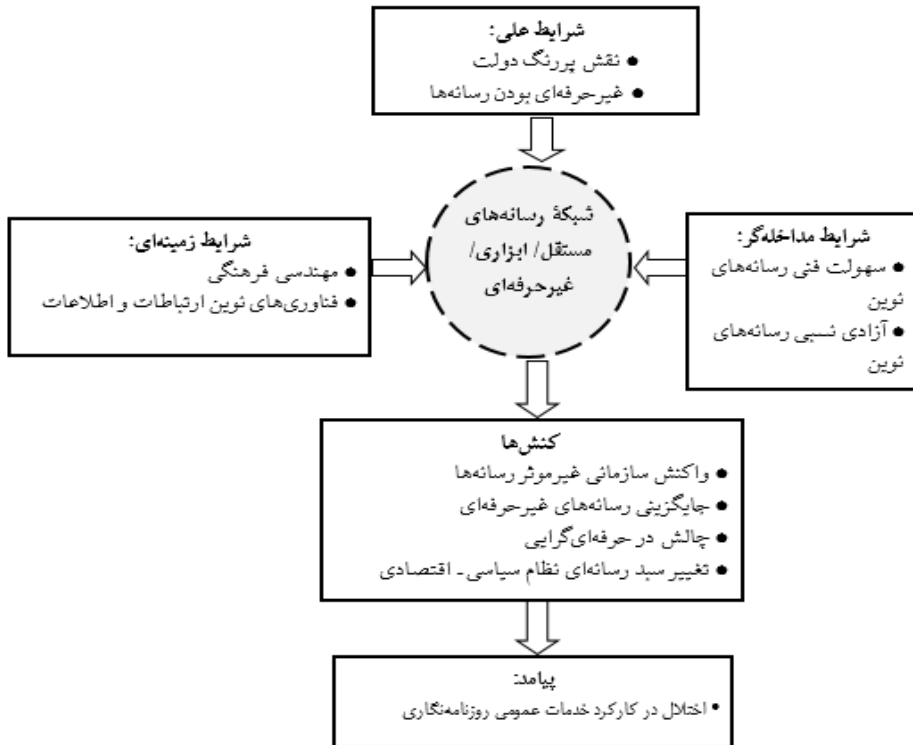
رسانه‌های نوین باعث تشدید وضعیت شبکه رسانه‌ها، یعنی تشدید ضعف رسانه‌های مستقل و تقویت حضور رسانه‌های غیرحرفه‌ای می‌شود.

نتیجه وضعیت کنونی شبکه رسانه‌ها، باعث تنگ‌تر شدن عرصه اقتصاد رسانه‌ها و تغییر سازمان رسانه‌های جریان اصلی شده است. این اتفاقات عمدتاً با تغییر شیوه مصرف رسانه‌ها و به چالش کشیده شدن حرفه‌ای‌گرایی آن‌ها همراه بوده است. همچنین فعالان نظام سیاسی - اقتصادی تلاش کرده‌اند برای ارتباط با مردم از رسانه‌های نوین، رسانه‌های جریان اصلی، رسانه‌های حرفه‌ای و نیز از رسانه‌های غیرحرفه‌ای بهره ببرند. رویکرد مخاطبان به رسانه‌ها نیز تغییر کرده و در مواردی، آن‌ها بیشتر از رسانه‌های نوین برای دریافت اخبار و اطلاعات و از رسانه‌های جریان اصلی برای سرگرمی استفاده می‌کنند.

از نظر مصاحبه‌شوندگان، پیامدهایی که وضعیت شبکه رسانه‌ها همراه با عوامل تشدیدکننده رسانه‌های نوین خواهد داشت، این است که رسانه‌های ابزاری حیات وابسته خود را به بازیگران خارج از رسانه‌ها - دولت یا نخبگان نظام سیاسی - اقتصادی - را حفظ خواهند کرد و از سوی دیگر، رسانه‌های مستقل نیز ضعیف‌تر به راه خود ادامه خواهند داد. با این حال، مصاحبه‌شوندگان معتقدند که روزنامه‌نگاری همچنان وجود خواهد داشت و از بین نخواهد رفت. به دلیل مشکلاتی که رسانه‌های جریان اصلی دارند، رسانه‌های نوین جایگزین بخشی از آن‌ها خواهند شد یا دست‌کم مخاطبان تلاش می‌کنند به‌سوی این جایگزینی حرکت کنند. با وجود این، در عین حفظ روزنامه‌نگاری، در کارکرد آن به‌عنوان یک خدمت عمومی اختلال ایجاد خواهد شد و خدمت عمومی آن‌ها، به سمت خدمات تجاری یا خدمات سیاسی حرکت خواهد کرد.

در آخرین مرحله از روش گراندد تئوری سیستماتیک، کدگذاری انتخابی صورت می‌گیرد که تلخیص و انتزاعی کردن بیشتر همان مدل کدگذاری محوری است و به ارائه الگوی پارادایمی و ارائه یک نظریه ختم می‌شود. الگوی پارادایمی در شکل ۲ آمده است. نظریه بخش کیفی این پژوهش را می‌توان وضعیت «شبکه رسانه‌های مستقل / ابزاری / غیرحرفه‌ای در ایران» نامید و در شرح آن گفت که در زمینه نظام رسانه‌ای و نظام سیاسی - اقتصادی ایران که دیدگاه مهندسی فرهنگی در سیاست‌گذاری کلان حاکم است و همچنین فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات به‌خوبی رواج یافته است، نقش پررنگ دولت در نظام رسانه‌ای و غیرحرفه‌ای بودن اغلب رسانه‌ها باعث شده است که ترکیبی از رسانه‌های مستقل ضعیف، رسانه‌های ابزاری قوی و رسانه‌های غیرحرفه‌ای در قالب رسانه‌های جریان اصلی و نوین و با شکلی شبکه‌ای به وجود بیاید که سهولت فنی و آزادی محتوایی رسانه‌های نوین، این ساختار را تشدید می‌کند. با به وجود آمدن این شبکه رسانه‌ها، رسانه‌های جریان اصلی واکنش سازمانی مؤثری از خود

نشان ندادند، حرفه‌ای‌گرایی آن‌ها به چالش کشیده شد، از سوی مخاطبان تلاش شد رسانه‌های غیرحرفه‌ای جایگزین رسانه‌های حرفه‌ای شوند و ترکیب سبب رسانه‌ای که نظام سیاسی - اقتصادی از آن برای ارتباط با مردم استفاده می‌کرد، تغییر کرد. پیامد این کنش‌ها، اختلال در کارکرد روزنامه‌نگاری به عنوان یک خدمت عمومی است.



شکل ۳. الگوی پارادایمی حاصل از کدگذاری انتخابی

بخش کمی

برای بررسی ارتباط مردم با رسانه‌های جریان اصلی و نیز تأثیر رسانه‌های نوین بر این ارتباط، در بخش کمی این پژوهش پیمایش با پرسشنامه بسته انجام شد. در این پیمایش، میانگین سنی پاسخگویان ۳۴/۸ سال بود که (۴۵/۵ درصد) آنها زن و (۵۴/۱ درصد) آنها مرد بودند و قومیت اکثر آنها فارس بود. (۵۷/۶ درصد) از افراد دارای همسر و (۳۸/۹ درصد) هرگز

ازدواج نکرده بودند. (۳۴/۶ درصد) از افراد دارای تحصیلات کارشناسی و (۳۶/۶ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد بودند و همچنین ۷۴/۲ درصد شاغل، ۲/۷ درصد بیکار و (۱۰/۱ درصد) در حال تحصیل بودند.

از پاسخگویان پرسیده شد چه رسانه‌ای برایشان بیشترین اهمیت را دارد و بین رسانه‌های نوین و جریان اصلی، اولویت‌های خود را مشخص کند. در مورد تلویزیون صداوسیما، (۱۸/۷ درصد) افراد آن را اولویت اول عنوان کردند، در مورد ماهواره (۱۳/۲ درصد) افراد گفتند این رسانه اولویت اول آنهاست، درباره اینترنت ۲۴/۹ افراد گفتند که اولویت اولشان این رسانه است و نیز درباره تلفن همراه متصل به اینترنت ۴۸/۶ افراد گفتند که اولویت اولشان این رسانه است. به خوبی آشکار است که پاسخگویان برای تلفن همراه متصل به اینترنت که ابزار رسانه‌های نوین است بیش از یک رسانه جریان اصلی مثل تلویزیون صداوسیما اولویت قائل هستند. در این پیمایش، (۳۰ درصد) افراد اصلاً تلویزیون نگاه نمی‌کردند، (۵۹ درصد) افراد اصلاً روزنامه نمی‌خواندند و (۶۴ درصد) پاسخگویان اصلاً رادیو گوش نمی‌دادند. در جدول ۱ میزان استفاده از رسانه‌های مختلف نزد شهروندان تهرانی آمده است. این نتایج نشان می‌دهد که تلگرام به رسانه‌ای پرمصرف‌تر از تلویزیون و ماهواره در ایران تبدیل شده است.

جدول ۱. میزان استفاده پاسخگویان از رسانه‌های مختلف بر حسب دقیقه

رسانه	افزادی که استفاده می‌کنند (دقیقه)	میانگین میزان مصرف روزانه	اصلاً استفاده نمی‌کنم (درصد)	تعداد پاسخگویان	بدون پاسخ (درصد)	استفاده از رسانه (سال)	میانگین طول مدت شروع به استفاده از رسانه (سال)	بدون پاسخ (درصد)	تعداد پاسخگویان
تلویزیون صداوسیما	۱۱۷/۸۷	۳۰/۷	۳۷۶	۲/۷	-	-	-	-	-
ماهواره	۱۱۶/۱۵	۳۲/۷	۳۷۴	۳/۱	-	-	-	-	-
روزنامه	۵۲/۸۲	۵۹/۱	۳۷۷	۲/۳	-	-	-	-	-
رادیو	۸۰/۶	۶۴/۲	۳۸۵	۰/۴	-	-	-	-	-
سایت‌های اینترنتی	۱۲۱/۶۴	۳۲/۷	۳۷۶	۲/۷	-	-	-	-	-
تلگرام	۱۳۲/۸	۳/۹	۳۷۳	۳/۵	۲۵۷	۱/۹۲	۳۳/۵	۳۳/۵	۲۵۷
اینستاگرام	۸۰/۴	۲۶/۵	۳۵۳	۸/۶	۱۶۷	۱/۹۸	۵۶/۸	۵۶/۸	۱۶۷
فیس‌بوک	۲۶/۹۷	۶۰/۷	۳۲۲	۱۶/۷	۹۲	۶/۴۷	۷۶/۳	۷۶/۳	۹۲
توییتر	۴۲/۶۴	۶۷/۷	۳۲۰	۱۷/۱	۲۵	۴	۹۳/۸	۹۳/۸	۲۵

پرمصرف‌ترین بخش‌های روزنامه‌ها بخش مطالب سیاسی بود و بعد از آن به ترتیب، بخش‌های مطالب اجتماعی و مطالب فرهنگی قرار داشت. پرمصرف‌ترین سایت‌های اینترنتی، سایت‌های خبری و سپس به ترتیب سایت‌های علمی و آموزشی و سایت‌های فیلم و موسیقی و هنر بودند. در تلویزیون صداوسیما بیشترین مصرف متعلق به بخش فیلم و سریال و سپس بیشترین مصرف به ترتیب مربوط به بخش‌های اخبار و مسابقات ورزشی بود. در شبکه‌های ماهواره‌ای، پرمصرف‌ترین بخش‌ها به ترتیب اخبار، فیلم و سریال و نیز برنامه‌های سرگرمی و طنز است. مشاهده می‌شود که تلویزیون نسبت به شبکه‌های ماهواره‌ای دارای مصرف سرگرمی بیشتر و مصرف خبری کمتری است، در صورتی که یکی از هدف‌گذاری‌های صداوسیما تأثیرگذاری سیاسی و خبری روی مخاطب بوده که تا حدودی آن را به شبکه‌های ماهواره‌ای واگذار کرده است.

در میان پاسخگویان این پیمایش، (۲۴ درصد) زیاد یا خیلی زیاد به اشتراک گذاشتن مطالب و عکس‌های سرگرم‌کننده یا طنز را در رسانه‌های اجتماعی انجام می‌دادند. از سوی دیگر، (۳۳ درصد) افراد به میزان زیاد یا خیلی زیاد در این رسانه‌ها مطالب سیاسی را دنبال می‌کردند و ۴۳ درصد نیز زیاد یا خیلی زیاد اخبار گروه‌های مورد علاقه خود را که شامل مطالب فرهنگی، حرفه‌ای، ورزشی، مدنی و غیره است پی می‌گرفتند.

(۶۳ درصد) پاسخگویان گفته‌اند که گوشی آنها در همه مکان‌ها به اینترنت متصل بود. (۱۰ درصد) آنها گفته بودند اخبار و مطالبی را که دوستانشان در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها می‌گذارند حتماً می‌خوانند و بیش از (۶۷ درصد) آنان نیز گفته بودند که بیشتر مطالب را می‌خوانند یا آنها را یکی در میان می‌خوانند که نشان‌دهنده تغییر شیوه مصرف رسانه‌های جریان اصلی از طریق رسانه‌های نوین است.

(۳۶/۵ درصد) افراد گفته بودند که اخبار و مطالب روز را اصلاً از روزنامه نمی‌گیرند. ۳۱/۹ افراد نیز گفته بودند که اخبار روز را اصلاً از رادیو نمی‌گیرند. جدول ۲ نشان می‌دهد که در نمونه آماری این پژوهش میزان استفاده از روزنامه و رادیو در حوزه خبر و اطلاع‌یابی بسیار کم است، استفاده از تلویزیون صداوسیما و ماهواره در حد قابل قبولی است و میزان استفاده از رسانه نوین تلگرام بسیار بالاست.

جدول ۲. درصد میزان استفاده از رسانه‌ها برای دستیابی به اخبار و مطالب روز

تعداد پاسخ‌گویان	بدون پاسخ (درصد)	اصلا (درصد)	خیلی کم (درصد)	کم (درصد)	تا حدی (درصد)	زیاد (درصد)	خیلی زیاد (درصد)	
۳۴۴	۱۰/۹	۱۷/۱	۱۲/۸	۹/۳	۲۴/۹	۱۲/۸	۱۲/۱	تلویزیون
۳۳۸	۱۲/۵	۱۷/۱	۱۱/۷	۷/۴	۱۹/۵	۱۶/۷	۱۵/۲	ماهواره
۳۲۲	۱۶/۷	۲۶/۵	۱۶/۷	۱۴/۸	۱۴/۸	۷	۳/۵	روزنامه
۳۲۲	۱۶/۷	۳۱/۹	۱۵/۶	۱۳/۲	۱۴/۴	۵/۸	۲/۳	رادیو
۳۴۰	۱۲/۱	۵/۱	۵/۴	۶/۲	۱۷/۹	۲۵/۷	۲۷/۶	سایت‌های
۳۶۱	۶/۶	۵/۸	۳/۱	۵/۱	۲۰/۲	۲۲/۶	۳۶/۶	تلگرام
۳۲۹	۱۴/۸	۲۶/۵	۶/۶	۸/۹	۱۴	۱۴	۱۴/۸	اینستاگرام
۳۰۴	۲۱/۴	۵۳/۷	۱۰/۹	۶/۲	۴/۳	۲/۳	۱/۲	فیس‌بوک
۲۹۶	۲۳/۳	۶۶/۱	۰/۸	۳/۵	۱/۶	۲/۷	۱/۹	توییتر

(۴۵/۵ درصد) از پاسخ‌گویان پیمایش گفته بودند زیاد یا خیلی زیاد موافق هستند که استفاده از رسانه‌های مجازی، میزان تماشای تلویزیون به وسیله آنها را کاهش داده و (۴۴ درصد) از آنها نیز به همین اندازه موافق میزان کاهش مصرف روزنامه بر اثر استفاده از رسانه‌های مجازی بوده‌اند. (۴۷ درصد) آنها گفته بودند که به اندازه زیاد یا خیلی زیاد مطالب روزنامه‌ها یا خبرگزاری‌ها را در کانال‌های تلگرامی می‌خوانند.

نتایج نشان داد که میزان اعتماد به اخبار و مطالب تلویون صداوسیما کم و حتی کمتر از شبکه‌های ماهواره‌ای است. همین کمبود اعتماد برای رادیو هم دیده می‌شود. میزان اعتماد به روزنامه‌ها و سایت‌های خبری در حد میانه است. جالب این جاست که میزان اعتماد به مطالب تلگرام هم تا حدی شبیه به میزان اعتماد به روزنامه‌ها و سایت‌ها است. به نظر می‌رسد مخاطبان رسانه‌های جریان اصلی و نوین در ایران، به مجموع رسانه‌ها اعتماد لازم را ندارند و تفاوت چندانی از نظر اعتماد بین رسانه‌های نوین یا جریان اصلی وجود ندارد.

پیمایش مشخص کرد که برنامه‌های مورد علاقه مخاطبان در شبکه‌های ماهواره‌ای بیشتر از تلویزیون است و یافتن محتوای مورد قبول در رسانه‌های نوین که ماهواره‌ها و شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها باشند به‌طور قابل توجهی بیشتر از رسانه‌های جریان اصلی مثل تلویزیون، روزنامه‌ها و سایت‌های خبری است.

(۵۱ درصد) پاسخگویان از میزان اطلاعاتی که رسانه‌های نوین در دسترس آنها می‌گذارد زیاد یا خیلی زیاد راضی بودند. (۷۹ درصد) پاسخگویان از آسان بودن استفاده از رسانه‌ها به اندازه زیاد یا خیلی زیاد رضایت داشتند. نتایج پیمایش نشان می‌دهد که تعداد نسبتاً بالایی از پاسخگویانی که از تلگرام و اینستاگرام استفاده می‌کنند، در این رسانه‌های نوین مشارکت دارند، اما تعداد کسانی که از فیس‌بوک و توئیتر استفاده می‌کنند و در آن مشارکت دارند، پایین است.

برای آزمون فرضیه‌های بخش کمی پژوهش، ابتدا با در نظر گرفتن جهت سؤالات مرتبط با هم، از حاصل جمع نمره‌های مقیاس ترتیبی (با کمترین مقدار ۱ و بیشترین مقدار ۵) یا نسبی متغیرهای پرسشنامه، شاخص‌های مختلفی ساخته شدند و آزمون‌های لازم در مورد آنها صورت گرفت. آزمون‌های همبستگی با تأیید فرضیه اول بخش کمی، نشان داد که هر چه پاسخگویان طولانی‌تر رسانه‌های نوین را مصرف کنند، اخبار و مطالب را بیشتر از آنها بگیرند، میزان رضایت، اعتماد و مشارکت بیشتری در آن داشته باشند و تأثیرگذاری آن را بر قدرت بیشتر ارزیابی کنند، بیشتر تأیید می‌کنند که رسانه‌های نوین بر رسانه‌های جریان اصلی تأثیر گذاشته‌اند. به عبارت ساده‌تر، هر چه پاسخگویان ارتباط قوی‌تری با رسانه‌های نوین داشته باشند، تأثیرگذاری این رسانه‌ها بر رسانه‌های جریان اصلی را بیشتر می‌دانند.

آزمون‌های T استیودنت مستقل نشان داد که بین رابطه پاسخگویان با شاخص‌های رسانه‌های نوین در میان دسته‌هایی از افراد که از نظر سن، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال تفاوت دارند، در اغلب موارد اختلاف معنی‌داری وجود دارد، اما این اختلاف در مورد قومیت و درآمد افراد معنی‌دار نیست.

بحث و نتیجه‌گیری

برای تفسیر نهایی این پژوهش با روش ترکیبی، همان مدل نظام رسانه‌ای که در انتهای فصل دوم، پس از ارائه مبانی نظری مطرح شد، مبنا قرار گرفته است. در بخش کیفی، با جمع‌بندی مصاحبه‌های عمیق با نخبگان می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد که رابطه نظام سیاسی - اقتصادی ایران با رسانه‌های جریان اصلی و نوین در ایران رابطه نزدیکی است و دولت و حاکمیت نقش پررنگی را در نظام رسانه‌ای ایران بازی می‌کند. همچنین در داخل خود رسانه‌ها، شبکه رسانه‌های مستقل ضعیف، ابزاری قوی و رسانه‌های نوین جای دارند که دو دسته اول با اختلال کارکرد خدمات عمومی مواجهند. در کنار این دو دسته، رسانه‌های نوینی قرار گرفته‌اند که فعالیت حرفه‌ای انجام نمی‌دهند اما مورد استفاده مردم برای کسب اخبار و اطلاعات و سرگرمی و مورد استفاده فعالان نظام سیاسی - اقتصادی برای ایجاد ارتباط با مردم قرار می‌گیرند.

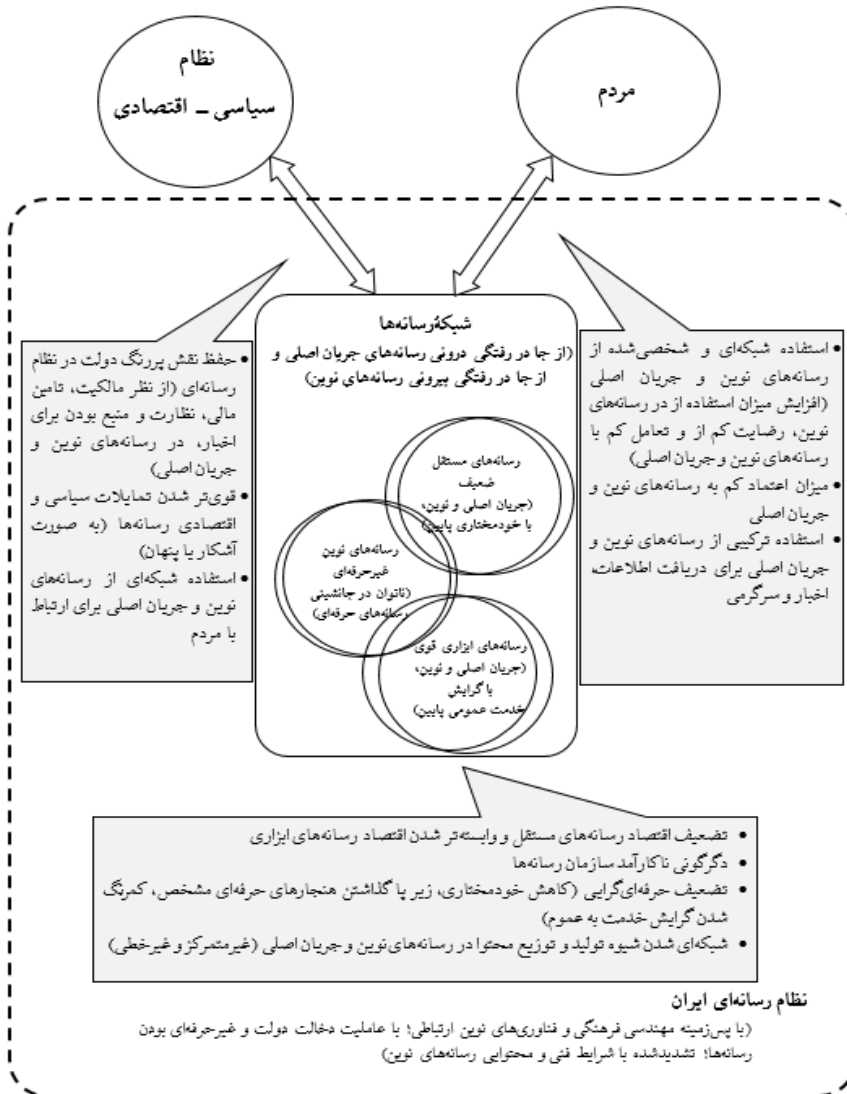
بخش کمی این پژوهش که حاصل پیمایش از شهروندان تهرانی بود، نشان داد که مردم به صورت شبکه‌ای و تا حدودی شخصی‌شده از رسانه‌های نوین استفاده می‌کنند. در شهروندانی که سن کمتر و تحصیلات بالاتری دارند و از نظر خانوادگی و شغلی فراغت بیشتری دارند، میزان استفاده رسانه‌های نوین بالا رفته اما میزان استفاده از رسانه‌های جریان اصلی در تمام گروه‌های شهروندان مشابه است. به طور کلی، شهروندان از رسانه‌های نوین و جریان اصلی رضایت پایینی دارند و اعتمادشان به آن‌ها نیز کم است.

بخش کیفی نشان داد ایجاد این وضعیت در نظام رسانه‌ای ایران، به دلیل شرایط زمینه‌ای مهندسی فرهنگی در سیاست‌گذاری کلان و رواج فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات در کشور بوده و دلایل علی این ساختار نظام رسانه‌ای نیز نقش پررنگ دولت در رسانه‌ها و غیرحرفه‌ای بودن آن‌هاست. در ایجاد این وضعیت، رسانه‌های نوین نقش علی نداشته‌اند بلکه نقش آن‌ها نقشی مداخله‌گر و تشدیدکننده وضعیت بوده است. از آن سو، بخش کمی نشان داد که استفاده افراد از رسانه‌های جریان اصلی تفاوتی نکرده، اما در میان بخش‌هایی جوان‌تر یا تحصیل‌کرده‌تر از مردم، استفاده از رسانه‌های نوین افزایش یافته است. بخش کیفی نشان می‌دهد این جایگزینی بیشتر به دلیل ضعف رسانه‌های جریان اصلی بوده و ظهور رسانه‌های نوین تشدیدکننده این جایگزینی بوده است. در بخش کمی نیز ضرایب همبستگی، رابطه‌ای قوی و معکوس میان ارتباط پاسخگویان با رسانه‌های جریان اصلی و ارتباط آن‌ها با رسانه‌های نوین را نشان نداد.

تصویری که در بالا از نظام رسانه‌ای ایران ارائه شد، در مدل نهایی برای نظام رسانه‌ای ایران در شکل ۴ آمده است. در این مدل، شبکه‌ای از رسانه‌ها نشان داده شده است که در آن، رسانه‌های نوین با رسانه‌های جریان اصلی در حال همزیستی و کنش و واکنش هستند. بخش کیفی و کمی پژوهش نشان داد که مردم و فعالان نظام سیاسی - اقتصادی، با ظهور رسانه‌های نوین و سهولت‌های فنی و آزادی نسبی محتوا در آن‌ها، تلاش کرده‌اند بخشی از راه رسیدن به اطلاعات و اخبار و سرگرمی را که پیش از ظهور رسانه‌های نوین، تماماً با رسانه‌های جریان اصلی طی می‌کردند، با رسانه‌های نوین بپیمایند.

در بخش کمی، پیمایش نشان داد که از جانب مردم، کارکردهایی بر عهده رسانه‌های نوین گذاشته شده که از رسانه‌های جریان اصلی انتظار می‌رود و برعکس، از رسانه‌های جریان اصلی سیما و رادیو کارکردهای تفننی‌تری طلب می‌شود؛ پرمصرف‌ترین بخش‌های سیما فیلم و سریال، پرمصرف‌ترین بخش‌های شبکه‌های ماهواره‌ای اخبار و تفسیرهای خبری بوده و پرمصرف‌ترین بخش رادیو نیز موسیقی بوده است. اما از آن سو، دنبال کردن اخبار سیاسی و دنبال کردن اخبار موردعلاقه (فرهنگی، حرفه‌ای، ورزشی، مدنی، ...) از پرمصرف‌ترین

بخش‌های رسانه‌های نوین از نظر پاسخگویی بوده است. بنابراین، می‌توان این‌طور تفسیر کرد که مردم، به‌ویژه بخش‌های جوان‌تر یا تحصیل‌کرده‌تر، با برآورده نشدن نیازهایشان در رسانه‌های جریان اصلی، به سمت رسانه‌های نوین رفته‌اند تا کارکردهای رسانه‌های جریان اصلی را از آن‌ها بخواهند.



شکل ۴. مدل نهایی نظام رسانه‌ای ایران

اما مسئله اینجاست که بخش کمی پژوهش نشان می‌دهد همان‌قدر که مردم میزان اعتماد، رضایت، تعامل و تأثیرگذاری پایین در رسانه‌های جریان اصلی را پایین اعلام می‌کنند، میزان اعتماد، رضایت، تعامل و تأثیرگذاری را در رسانه‌های نوین نیز پایین بدانند. به عبارت دیگر، رسانه‌های نوین با وجود اینکه به اندازه رسانه‌های جریان اصلی - در مقایسه تلگرام و شبکه‌های ماهواره‌ای با سیم و وبسایت‌های خبری - و گاه حتی بیشتر از آن‌ها - در مقایسه تلگرام با روزنامه یا رادیو - مصرف می‌شوند و مردم آن‌ها را با بخشی از رسانه‌های جریان اصلی جانشین کرده‌اند، اما آن‌ها هم کارکردهایی را که مردم از رسانه‌های جریان اصلی انتظار دارند، به‌طور کامل محقق نمی‌کنند و نباید هم بکنند؛ این وضعیت ناشی از کاستی‌های رسانه‌های نوین نیست؛ بلکه از ناکارآمدی رسانه‌های جریان اصلی نشأت می‌گیرد. مصاحبه‌های عمیق در بخش کیفی نیز نشان می‌دهند که فعالان نظام سیاسی - اقتصادی هم تلاش می‌کنند برای ارتباط با مردم، در کنار رسانه‌های جریان اصلی که دارای محدودیت‌های حرفه‌ای و محتوایی هستند، از رسانه‌های نوین بهره بگیرند. اما برای آن‌ها هنوز رسانه‌های نوین دارای آن رسمیت و اعتباری نیستند که رسانه‌های جریان اصلی دارند.

بنابراین در شبکه رسانه‌های ایران، از جانب مردم و فعالان نظام سیاسی - اقتصادی بخشی از کارکردهای رسانه‌های جریان اصلی از رسانه‌های نوین انتظار می‌رود اما این رسانه‌ها نمی‌توانند آن‌ها را محقق کنند. برای تبیین این وضعیت از لغتی انگلیسی به معنای از جا در رفتگی^۱ در مدل نظام رسانه‌ای ایران استفاده شده است؛ این لغت در زبان اصلی خود و در مبانی نظری علوم مختل، چند معنی دارد؛ نخستین معنی آن، در پزشکی بکار می‌رود و عبارت است از در رفتن استخوان از مفاصل اندام‌ها. معنی دوم این کلمه در فلسفه سیاسی بکار می‌رود که به معنی گرفته شدن حق تعلق به یک مکان و جابه‌جا شدن مکانی اغلب جبری بخشی از ساکنان یک سرزمین و رفتن آنان به سرزمینی بیگانه است. در فلسفه سیاسی، این لغت گاه به معنای انسان‌های به حاشیه‌رانده شده در یک ساختار هم معنی می‌دهد. معنی چهارم این کلمه که معنایی عام و لغت‌نامه‌ای است به معنی اختلال، آشفتگی، بهم‌ریختگی و بی‌نظمی است. در مدل نهایی ارائه شده برای نظام رسانه‌ای ایران، از معنای چهارم و تا حدی از معنای اول - البته نه در قالب پزشکی، بلکه در قالب ساختار نظام رسانه‌ای - با استفاده از اصطلاح فارسی «از جا در رفتگی» استفاده شده است. منظور از استفاده از این اصطلاح، این است که در شبکه رسانه‌هایی که در نظام رسانه‌ای ایران وجود دارد، برخی از رسانه‌ها هستند که نمی‌توانند کارکردهای خود را به‌صورت مطلوب محقق کنند و برای این وضعیت از اصطلاح «از جا

دررفتگی درونی» استفاده شده که به معنی این است که دلیل اصلی از جا دررفتگی به خصوصیات درونی رسانه‌ها مرتبط است. برای رسانه‌هایی که توسط مردم و فعالان نظام سیاسی - اقتصادی در جایی غیر از جای خود مورد کاربرد قرار می‌گیرند نیز از اصطلاح «از جا دررفتگی بیرونی» استفاده شده است.

در شبکه رسانه‌های نظام رسانه‌ای ایران، رسانه‌های جریان اصلی دچار از جا دررفتگی درونی و رسانه‌های نوین دچار از جا دررفتگی بیرونی هستند. به عبارت دیگر، رسانه‌های حرفه‌ای مستقل ضعیف و ابزاری قوی نتوانسته‌اند به‌طور مطلوب کارکردهای روزنامه‌نگاری را به‌عنوان خدمتی عمومی انجام دهند و بنابراین مردم و فعالان نظام سیاسی - اقتصادی برای رسیدن به نیازهای خود، به سمت رسانه‌های نوین غیرحرفه‌ای رفته‌اند؛ اما این رسانه‌ها نیز نتوانسته‌اند اهداف مورد انتظار مردم و فعالان نظام سیاسی - اقتصادی را محقق کنند. در نظام رسانه‌ای ایران رسانه‌های جریان اصلی از جا دررفته‌اند و در جایی که قرار گرفته‌اند، نمی‌توانند به‌طور کامل کارکردهای خود را داشته باشند و دلیل این اتفاق مسائلی بوده که از خود این رسانه‌ها ناشی شده است. بنابراین، مردم و فعالان نظام سیاسی - اقتصادی برای کارکردهای مورد انتظارشان، جای این رسانه‌های جریان اصلی را با رسانه‌های نوین عوض می‌کنند اما به نتیجه‌ای نمی‌رسند چون این رسانه‌های نوین حرفه‌ای نیستند. به عبارت دیگر، رسانه‌های نوین کار خود را پیش می‌برند و انتظاری هم برای حرفه‌ای‌گرایی از آن‌ها نمی‌رود اما به دلیل اینکه مردم و فعالان نظام سیاسی - اقتصادی آن‌ها را به جای رسانه‌های جریان اصلی قرار می‌دهند، دچار از جا دررفتگی بیرونی شده‌اند. با استفاده از نتایج بخش کمی پژوهش می‌توان گفت که علت اصلی این از جا دررفتگی‌های بیرونی و درونی، شرایطی علی و زمینه‌ای است و رسانه‌های نوین تنها تشدیدکننده این وضعیت هستند، نه یک علت اساسی برای شکل‌گیری آن.

منابع و مأخذ

- ارکان‌زاده یزدی، سعید (۱۳۹۴). کاربردهای حرفه‌ای تلفن همراه هوشمند در روزنامه‌نگاری ایران، مقاله ارائه شده در اولین همایش ملی تلفن همراه هوشمند و سبک زندگی، ۲۱-۲۰ خرداد ۱۳۹۴، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- اسماعیلی، محسن (۱۳۹۴). «حقوق مطبوعات؛ چالش‌های امروز و نیازهای فردا»، فصلنامه علمی وسایل ارتباط جمعی رسانه، شماره ۱۰۰، ۲۴-۵.
- اکبرزاده جهرمی، جمال‌الدین (۱۳۹۵). «پیامدهای هم‌گرایی اینترنت و تلویزیون بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران»، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات، شماره ۳۴: ۵۰-۷.
- باستانی، سوسن و سعید ارکان‌زاده یزدی (۱۳۹۳). «روزنامه‌نگاری تعاملی: ارزیابی وب‌سایت‌های خبری ایران»، مجله جهانی رسانه، شماره ۹: ۲۱-۱.
- بصیریان جهرمی، حسین؛ هادی خانیکی و محمدسعید ذکایی (۱۳۹۲). «رسانه‌های اجتماعی و سازمان‌های رسانه‌ای: بررسی سیاست‌گذاری و مصرف فیس‌بوک در مواجهه با رسانه ملی»، پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۷۵: ۷۵-۸۰.
- خانیکی، هادی و حسین بصیریان جهرمی (۱۳۹۲). «کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ مطالعه کارکردهای فیس‌بوک در فضای واقعی»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۶۱: ۸۰-۴۵.
- خانیکی، هادی (۱۳۹۴). «بازخوانی ارتباطات در ایران: از مفهوم وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها تا مطالعات رسانه‌های نوین»، فصلنامه علمی مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱: ۱۳-۱.
- زمانی، بی‌بی‌عشرت؛ شهناز شهریاری نیستانی و یاسمین عابدینی (۱۳۹۱). «رابطه بین میزان و نوع استفاده از تلفن همراه و صفات شخصیتی دانشجویان»، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۵۱: ۱۵۹-۱۴۱.
- سلطان‌آبادی، محمود و احمد توکلی (۱۳۹۰). «مقایسه بین وبلاگ‌نویسی و روزنامه‌نگاری از دیدگاه روزنامه‌نگاران وبلاگ‌نویس»، مطالعات رسانه‌ای، شماره ۶: ۱۳۸-۱۲۱.
- سیدعلوی، سیدمسعود و سیدرضا نقیب‌السادات (۱۳۸۴). «ساختار وبلاگ‌های فارسی روزنامه‌نگاری تحلیل محتوای وبلاگ‌های فارسی روزنامه‌نگاران ایرانی»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳۲: ۱۷۲-۱۳۹.
- شهابی، محمود و مجتبی جهانگردی (۱۳۸۷). «خاستگاه اجتماعی الگوهای استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در میان مخاطبان تهرانی»، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۳۴: ۵۶-۲۳.
- ضیایی‌پرور، حسین (۱۳۸۲). «وبلاگ نویسی و روزنامه‌نگاری در ایران: نقد و بررسی تطبیقی و تأثیر متقابل دو پدیده»، فصلنامه علمی وسایل ارتباط جمعی رسانه، شماره ۵۶: ۴۹-۳۴.

- عبداللهی نژاد، علیرضا و حسینعلی افخمی (۱۳۹۲). «خبرگزاری‌ها و فناوری‌های جدید رسانه‌ای»، **فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات**، شماره ۵۳: ۱۲۷-۱۰۳.
- عقیلی، وحید و احسان پوری (۱۳۹۰). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارتباطات بین فردی کاربران»، **فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات**، شماره ۴۲: ۲۵-۲۰.
- فلیک، اووه (۱۳۹۲). **درآمدی بر تحقیق کیفی**، ترجمه هادی جلیلی، چاپ ششم، تهران: نی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹ الف). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ ظهور جامعه شبکه‌ای**، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، جلد اول، چاپ ششم، تهران: طرح نو.
- کوثری، مسعود؛ محمدرضا جوادی یگانه و طاهره خیرخواه (۱۳۸۵). «کاربردهای تلفن همراه برای کاربران ایرانی (با تأکید بر نظریه استفاده و خشنودی)»، **فصلنامه علمی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، شماره ۲: ۲۲۶-۲۰۵.
- کین، جان (۱۳۸۹). **رسانه‌ها و دموکراسی**، ترجمه نازنین شاه‌رکنی، چاپ دوم، تهران: طرح نو.
- متانی، مهرداد؛ رمضان حسن‌زاده و علی‌اکبر فرهنگی (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به تماشای برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای»، **پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۷۱: ۲۰۲-۱۸۳.
- معمدنژاد، کاظم و رویا معتمدنژاد (۱۳۸۶). **حقوق ارتباطات**، جلد ۱: کلیات، چاپ اول، تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- مک‌کویل، دنیس (۱۳۸۲). **درآمدی بر نظریه ارتباطات**، ترجمه پرویز اجلائی، چاپ اول، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۴). «سیاست‌های دریافت برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در کشورهای آسیایی: درس‌های مقابله و بهره‌وری برای ایران»، **فصلنامه علمی مطالعات جامعه‌شناختی**، شماره ۲۶: ۹۶-۶۵.
- مولایی، محمدمهدی و علیرضا کتابدار (۱۳۹۲). «فرصت‌های تعاملی رسانه‌های اجتماعی برای برنامه‌های تلویزیونی»، **فصلنامه علمی وسایل ارتباط جمعی رسانه**، شماره ۹۱: ۶۹-۵۱.
- یزدخواستی، بهجت؛ صمد عدلی‌پور و الهام کیخایی (۱۳۹۲). «حوزه عمومی و گفت‌وگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی (بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گفت‌وگوی میان فرهنگ‌ها)»، **فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات**، شماره ۵۳: ۱۰۱-۸۱.

- Akhavam-Majid, R. & Wolf, G. (1991). American Mass Media and the Myth of Libertarianism: Toward an "elite power group" theory. **Critical Studies in Mass Communication**, 8(2), 139-151.
- Cardoso, G. (2006). **The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship**. Portugal: Centre for Research and Studies in Sociology.
- Curran, J & Park, M. (2005). **De-Westernizing Media Studies**. USA: Routledge.
- Dijk, J. V. (2006). **The Network Society** (2nd Edition). USA: Sage Publications.
- Eldridg, J. & Eldridge, L. (1994). **Raymond Williams: Making connections**. USA: Routledge.

- Hallin, D. & Mancini, P. (2004). **Comparing Media Systems**. UK: Cambridge University Press.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2012). **Comparing Media Systems Beyond the Western World**. UK: Cambridge University Press.
- Heinrich, A. (2011). **Network Journalism: journalistic practice in interactive spheres**. USA: Routledge Publication.
- Khiabany, G. (2010). **Iranian Media: The Paradox of Modernity**. USA: Routledge.
- McQuail, D. (2010). **McQuail's Mass Communication Theory** (6th Edition). UK: Sage.
- Mellado, C. & Lagos, C. (2013). Redefining comparative analyses of media systems from the perspective of new democracies. **Communication and Society**, 4(26), PP.1-24.
- Ostini, J & Fung, A. Y. (2002). Beyond the Four Theories of the Press: A New Model of National Media Systems. **Mass Communication & Society**, 5(1), 41-56.
- Rogers, Evertt M. (1986) **Communication Technology: The New Media in Society** (1st edition). USA: Free Press. Retrieved from <http://catdir.loc.gov/catdir/samples/simon031/85027555.html>
- Straubhaar, J. (1986). Review and Criticism (Sydney W. Head, World broadcasting systems: A comparative Analysis). **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 30(2), pp. 236-237.

مطالعه جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک بین کاربران ایرانی و عوامل تأثیرگذار بر آنها

حسین کرمانی^۱

چکیده

سایت‌های شبکه اجتماعی در دو دهه اخیر جایگاه ویژه‌ای بین کاربران پیدا کرده‌اند و در این بین سایت فیس‌بوک محبوب‌ترین شبکه اجتماعی مورد استفاده بوده است. این سایت در ایران نیز کاربران زیادی دارد و به همین دلیل تحقیق درباره جوانب مختلف آن ضرورت دارد. این مقاله به مطالعه عوامل مؤثر بر جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک می‌پردازد. ما برای شناخت این جنبه‌ها، نظریه استفاده و خشنودی و نمایش را مثلث‌بندی کرده‌ایم و از این طریق پنج جنبه اصلی روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک را شناسایی کرده‌ایم که عبارتند از: جنبه جبرانی کاربری فیس‌بوک، بازنمایی خود، فرایند جامعه‌پذیری، اعتیاد به فیس‌بوک و هویت مجازی. برای مطالعه عوامل مؤثر بر این جنبه‌ها، سه دسته متغیرهای جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناسانه و میزان حضور در فیس‌بوک در نظر گرفته شد و با استفاده از روش پیمایش آنلاین، تحقیق اجرا شد. پرسشنامه به مدت سه ماه در دسترس بود و ۳۵۴ پاسخنامه در این مدت گردآوری شد. سپس همبستگی بین متغیرهای مختلف و وجود تأثیر علی بین متغیرهای همبسته با استفاده از نرم‌افزار اسپاس پی‌اس‌اس تحلیل و در نهایت مدل علی تحقیق با استفاده از نرم‌افزار آموس ارائه شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تمام عوامل روان‌شناسانه فرد با تمام جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک بین کاربران ایرانی همبستگی دارد؛ اما تمام این همبستگی‌ها علی نیست. نتایج همچنین نشان داد که از بین عوامل روان‌شناسانه، روان رنجوری و خطرپذیری قدرت تبیین‌کنندگی بیشتری دارند، در حالی‌که خودشیفتگی بر هیچ‌یک از جنبه‌های کاربری تأثیر علی ندارد.

واژه‌های کلیدی

فیس‌بوک، اعتیاد به فیس‌بوک، بازنمایی خود، هویت مجازی، عوامل اصلی پنجگانه ویژگی‌های شخصیتی، خودشیفتگی

مقدمه

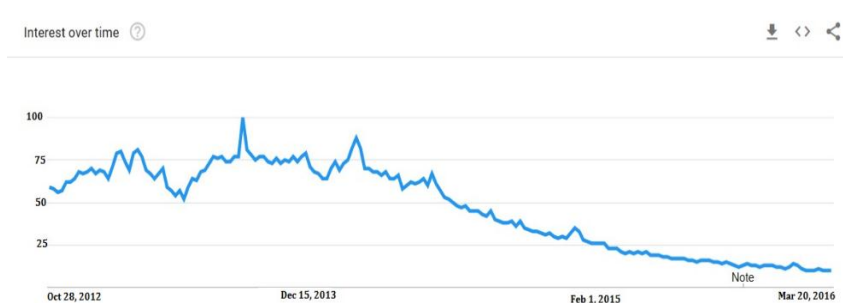
رسانه‌های اجتماعی در بیش از دو دهه‌ای که از ظهور آنها می‌گذرد^۱، کاربران زیادی را به خود جذب کرده و تأثیرات مختلفی در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به‌جای گذاشته‌اند (Lee, Ho, & Lwin, 2017; Patra, 2015). هر چند در حال حاضر این رسانه‌ها انواع گوناگون یافته‌اند (Kaplan & Haenlein, 2010)، آغاز پیدایش آنها را می‌توان به شکل‌گیری سایت‌های شبکه اجتماعی نسبت داد. سایت‌های شبکه اجتماعی در ابتدا بسیار ساده بودند، اما با گذشت مدت زمانی اندک، شکل‌ها و نوع‌های مختلفی از آنها براساس علایق شغلی، عاطفی، اشتراک فایل و غیره به‌وجود آمد (Boyd & Ellison, 2007). در بین این سایت‌ها، سایت فیس‌بوک توانست به محبوبیت بیشتری دست پیدا کرده و در چندین سال پیاپی همواره جزو پربازدیدکننده‌ترین سایت‌های جهان باشد (Bodroža & Jovanović, 2016).

سایت فیس‌بوک در ایران نیز کاربران زیادی را به خود جذب کرد. براساس آمار منتشر شده از سوی سایت آمار جهانی اینترنت^۲، در ژوئن ۲۰۱۶ این سایت شبکه اجتماعی، ۱۷ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر مشترک در ایران داشت که نشان می‌دهد ضریب نفوذ آن در کشور ۲۰/۸ درصد بوده است (InternetWorldStats.com, 2016). البته پیدایش پیام رسان‌های فوری تلفن همراه مانند وایبر و تلگرام در چند سال اخیر باعث شد تا تعداد کاربران این سایت، یا به‌طور دقیق‌تر تعداد کاربران فعال این سایت، در ایران کاهش پیدا کند. هر چند آمار یا تحقیق مشخصی در دست نیست که این ادعا را نشان دهد اما توجه به میزان افت کاربران فیس‌بوک در سال‌های گذشته و رشد کاربران پیام‌رسان‌هایی چون تلگرام (کرمانی و دیگران، ۱۳۹۵) در کنار تجربه زیسته محقق می‌تواند مؤید این مسئله باشد. افت کاربران فیس‌بوک در ایران (به‌صورت تخمینی) در تصویر شماره ۱ که میزان محبوبیت این سایت را در ۵ سال منتهی به نگارش مقاله، در ایران نشان می‌دهد و با استفاده از ابزار تحلیلی گوگل^۳ ترسیم شده است، قابل مشاهده است:

۱. نخستین سایت شبکه اجتماعی به نام Sixdegrees.com در سال ۱۹۹۶ آغاز به کار کرد (Boyd & Ellison, 2007).

2. Internet WorldStats.com

3. Google Trends



تصویر ۱. افت محبوبیت فیس‌بوک در ایران

هر چند در حال حاضر از اهمیت فیس‌بوک در ایران کاسته شده است، اما این سایت کماکان تعداد کاربران بالایی دارد و در سال‌های قبل، به‌خصوص پیش از فراگیر شدن تلفن‌های همراه هوشمند و پیام‌رسان‌های فوری، رسانه اجتماعی مرجع کاربران ایرانی بوده است (Eloranta, Kermani, & Rahimi, 2016). این مسئله، ضرورت تحقیق درباره کاربری ایرانیان در این سایت را نشان می‌دهد. اهمیت و تعداد بالای کاربران فیس‌بوک، باعث شده تا محققان درباره ابعاد مختلف کاربری در این سایت به مطالعه بپردازند. یکی از حوزه‌های مورد توجه در این زمینه، مطالعه جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک^۱ بوده است. درواقع سؤال اینجاست که عوامل روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک تحت تأثیر کدام عوامل قرار دارد؟ تحقیقات در این زمینه عمدتاً بر پنج محور جنبه جبرانی کاربری فیس‌بوک، بازنمایی خود، فرایند جامعه‌پذیری، اعتماد به فیس‌بوک و هویت مجازی متمرکز بوده است (Bodroža & Jovanović, 2016). هر چند می‌توان هر یک از این عوامل را در تحقیقی مستقل مطالعه کرد، اما ما با مطالعه همزمان این پنج عامل، تلاش خواهیم کرد تا درکی جامع‌تر از وضعیت عوامل روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک بین کاربران ایرانی به‌دست دهیم. ضرورت این تحقیق از اینجا ناشی می‌شود که اولاً، رابطه جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک و با ویژگی‌های روان‌شناسانه افراد، رابطه‌ای پیچیده است که هنوز هم ابعاد مختلف آن شناخته نشده است. دوماً، ابهام درباره رابطه این عوامل با یکدیگر در ایران بیشتر نیز هست، چراکه در کشورمان تحقیقاتی که به‌طور عمیق، با دقت و همه‌جانبه به این موضوع پرداخته باشند، بسیار اندک است. در یکی از معدود مقالات در این حوزه، صفاری‌نیا و دیگران (۱۳۹۵) نشان داده‌اند که بین خودشیفتگی و استفاده از فیس‌بوک رابطه مثبت معنی‌داری

1. Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU).

وجود دارد. در این تحقیق میزان خودشیفتگی بین کاربران فیس‌بوک بالاتر از غیر کاربران بود. در یک مقاله دیگر، رسول‌زاده اقدم و دیگران (۱۳۹۳) نشان داده‌اند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، استفاده هدفمند از فیس‌بوک و انزوای اجتماعی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد؛ اما بین استفاده غیرهدفمند (انجام بازی‌های آنلاین و دیدن صفحات غیراخلاقی در فیس‌بوک) از فیس‌بوک و انزوای اجتماعی، همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد.

بنابراین با توجه به اهمیت سایت‌های شبکه اجتماعی و به‌خصوص فیس‌بوک و همچنین ابهام موجود درباره رابطه ویژگی‌های روان‌شناسانه با کاربری در این سایت و با توجه به خلاء تحقیقات در این مورد در ایران، ما در این مقاله به دنبال مشخص ساختن ویژگی‌های روان‌شناسانه تأثیرگذار بر جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک هستیم. برای انجام این کار از طبقه‌بندی عوامل بزرگ پنج‌گانه خصوصیات شخصیتی (John et al., 2008) و فهرست شخصیت خودشیفته (Ames, Rose, & Anderson, 2006) استفاده خواهیم کرد. البته ما تأثیر عوامل جمعیت‌شناختی و میزان استفاده از سایت فیس‌بوک را نیز بر جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک مشخص می‌سازیم تا تمامی عوامل تأثیرگذار را در مدل علی ارائه کنیم. یافته‌ها و تحلیل‌های این تحقیق می‌تواند به شفاف شدن رابطه بین این عوامل بین کاربران فیس‌بوک در سطح کلان و به‌خصوص کاربران ایرانی کمک کرده و به شناخت بهتر ما از این تأثیرات منجر شود.

مبانی نظری

ما چند نظریه مختلف را با روش مثلث‌بندی (Denzin, 2017) تلفیق کرده‌ایم تا چارچوب نظری تحقیق ساخته شود. درواقع برای شناخت و تحلیل هر یک از جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک می‌توان از نظریه‌ای جداگانه استفاده کرد، لکن ما در اینجا تلاش کرده‌ایم تا با استفاده از دو نظریه «استفاده و خشنودی» و «نمایش»، نظامی نظری که عوامل مورد مطالعه را پوشش دهد، بسازیم.

نظریه استفاده و خشنودی: این نظریه سابقه‌ای طولانی در تحقیقات درباره رسانه‌ها دارد (Laughey, 2007; McQuail, 2010). این نظریه با تکیه بر مفهوم مخاطب فعال، به نیازهای کاربران که با استفاده از رسانه‌ها برطرف می‌شود، توجه می‌کند. درواقع نظریه استفاده و خشنودی رویکردی کارکردگرایانه به رسانه دارد و نیازهای مخاطبان را اصل قرار می‌دهد. یک عبارت کلیشه‌ای درباره این نظریه این است که «به‌جای اینکه به پرسش رسانه‌ها با مردم چه می‌کنند، بپردازد به این سؤال که مردم با رسانه‌ها چه می‌کنند می‌پردازد». بنابراین این نظریه

فرص می‌گیرد که مخاطبان نیازهایی دارند که توسط رسانه رفع می‌شود و این دلیل استفاده از رسانه‌ها و ترجیح برخی بر انواع دیگر است. نظریه استفاده و خشنودی می‌تواند برای تحلیل رفتار افراد در فیس‌بوک نیز استفاده شود (Papacharissi and Mendelson, 2011). به‌طور مشخص، در این تحقیق، جنبه جبرانی استفاده از فیس‌بوک، جامعه‌پذیری و اعتیاد به فیس‌بوک، عواملی هستند که با این نظریه تبیین می‌شوند.

در مورد نقش جبرانی کاربری فیس‌بوک دو دیدگاه اصلی وجود دارد: نخستین دیدگاه بر این نکته تأکید می‌کند که افرادی که در دنیای واقعی دچار محرومیت و درون‌گرا هستند، نیاز بیشتری به فیس‌بوک دارند و به همین دلیل، استفاده بیشتری از فیس‌بوک کرده و در این سایت فعال‌تر هستند (McCord, Rodebaugh, & Levinson, 2014; Weidman et al., 2012; Yen et al., 2012). این دیدگاه بر این فرضیه متکی است که افرادی که با مشکلاتی در تعاملات جهان واقعیت‌شان روبرو هستند، برای جبران این مشکلات استفاده بهینه‌تری از سایت‌های شبکه اجتماعی خواهند کرد. دیدگاه دوم معتقد است که افراد برون‌گرا، استفاده بیشتری از این سایت‌ها خواهند کرد، چرا که این سایت‌ها تنها بسترهایی برای تقویت و حفظ ارتباط با افرادی است که فرد در دنیای واقعی با آنها آشنا و دوست است و افراد برون‌گرا تعداد دوستان بیشتری در دنیای واقعی دارند (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Ryan & Xenos, 2011; Wang, Jackson, Zhang, & Su, 2012). اما یک دیدگاه بینابینی مبتنی بر نظریه استفاده و خشنودی، بر این نکته تأکید می‌کند که استفاده افراد درون‌گرا و برون‌گرا از این سایت‌ها به نیازهای آنها وابسته است و به همین دلیل، شکل‌های مختلفی به خود می‌گیرد (Moore & McElroy, 2012). برای مثال، کو و تانگ (۲۰۱۴) معتقدند برون‌گرایی و میزان پذیرش^۱ به الگوهای جامعه‌پذیری در فیس‌بوک مرتبط است، درواقع افراد با اعتماد به نفس و عزت نفس پایین از این سایت‌ها بیشتر برای جامعه‌پذیری و جبران کمبودها در این زمینه استفاده می‌کنند، اما افرادی که از اعتماد به نفس بالایی برخوردارند در فیس‌بوک محبوب‌تر هستند و دوستان بیشتری هم دارند. بنابراین، افرادی که در دنیای واقعی کمتر محبوب هستند، تلاش می‌کنند تا محبوبیت بیشتری در فضای مجازی به‌دست آورند (Zywica & Danowski, 2008). بنابراین، این نیازهای کاربر است که بر نقش جبرانی فیس‌بوک و همچنین تأثیر آن بر جامعه‌پذیری کاربر اثر می‌گذارد.

نیازهای کاربر، علاوه بر اینکه می‌تواند جنبه‌های مثبتی داشته باشد، در برخی موارد یک بعد منفی نیز پیدا می‌کند: اعتیاد به فیس‌بوک. اعتیاد به فیس‌بوک به معنای استفاده بیش از حد و

افراطی و از دست دادن کنترل زمان در استفاده از این سایت، نتایج ناخوشایندی برای زندگی واقعی کاربران داشته و به همین دلیل مورد توجه محققان بوده است (Kardefelt-Winther, 2014). کاردفلت-وینتر (همان) نظریه استفاده جبرانی از اینترنت را بر پایه نظریه استفاده و خشنودی ارائه کرده و اعتیاد اینترنتی را بدین وسیله تبیین کرده است. علاوه بر این، نقش عوامل مختلف روانی در میزان اعتیاد به فیس بوک همچنان مورد بحث است. برخی تحقیقات نشان داده که اعتیاد به فیس بوک با اعتماد به نفس پایین و کمبود رضایت از خود و همچنین درون‌گرایی رابطه دارد (Milošević-Đorđević & Žeželj, 2014). رایان و ژنوس (۲۰۱۱) نشان داده‌اند که مدت زمانی که کاربر صرف فیس بوک می‌کند، به عنوان یکی از نشانه‌های مهم اعتیاد به فیس بوک، با روان رنجوری و تنهایی همبستگی مثبت و با میزان آگاهی^۱ رابطه منفی دارد. نظریه نمایش: این نظریه که توسط اروینگ گافمن ارائه شده، برای تبیین بازنمایی خود در فیس بوک و همچنین هویت مجازی می‌تواند به ما کمک کند. در این نظریه، زندگی اجتماعی مانند صحنه نمایش در نظر گرفته می‌شود که افراد در آن هر یک نقش خود را اجرا می‌کنند. در این اجرای نقش، افراد تلاش می‌کنند از طریق بازنمایی خود، یک چهره ایده‌آل از خود نشان دهند (Goffman, 1959). با وجود اینکه گافمن، نظریه خود را زمانی ارائه کرد که هنوز اینترنت ابداع نشده بود، اما نشان داده شده که این نظریه توان زیادی برای تبیین رفتار کاربران در اینترنت و به خصوص رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک دارد (Eranti & Lonkila, 2015; Hogan, 2010; Lee et al., 2017). تحقیقات نشان داده که برخی افراد در فضای مجازی تلاش می‌کنند تا یک خود ایده‌آل از خودشان نشان دهند (Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan, 2008)، در حالی که برخی دیگر خود واقعی‌شان را به نمایش می‌گذارند (Back et al., 2010). برخی محققان اظهار کرده‌اند که تلاش برای نشان دادن خود ایده‌آل یا واقعی به عواملی چون روان رنجوری^۲ وابسته است و افراد درون‌گرا بیشتر هویت‌های مختلف را از خود نشان داده (Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2015) و عکس‌ها و اطلاعات شخصی بیشتری را منتشر می‌کنند (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010).

نمایه کاربر در فیس بوک، عنصری است که می‌تواند به عنوان هویت مجازی وی در نظر گرفته شود (Bodroža & Jovanović, 2016). در گسترده‌ترین تعریف می‌توان گفت هویت حسی است که اولاً به فرد می‌گوید او کیست و ثانیاً چه تشابهات و تمایزاتی با دیگران دارد. این حس در یک گستره زمانی نسبتاً بلندی به دست آمده و استمرار پیدا می‌کند. هویت یک بخش تفکیک‌ناپذیر از شناخت است که زندگی را پیش‌بینی‌پذیر کرده و رفتار افراد در یک جامعه

1. Conscientiousness

2. Neuroticism

انسانی را در چارچوبی معنادار و منظم درمی‌آورد (Chafetz et al., 2012). هویت دارای ویژگی‌های متعددی است که توجه به آنها ما را در درک معنای آن یاری می‌کند: یکی از ویژگی‌های هویت، سازماندهی معنا در کنش‌های فردی و اجتماعی است. «برک»، هویت را مجموعه معانی می‌داند که شخص به خود به‌عنوان یک ابژه در یک موقعیت اجتماعی یا یک نقش اجتماعی نسبت می‌دهد (دوران، ۱۳۸۳). از نظر وی هویت، وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهند (چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۳). از نظر مانوئل کاستلز نیز هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است. وی هویت را فرایند معناسازی براساس ویژگی فرهنگی با مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داشته باشند، می‌داند (کستلز، ۱۳۸۰). بنابراین ایده «نمایه به‌عنوان هویت» به این معنی است که کاربران از طریق نمایه خود به دیگران می‌گویند که چه کسی هستند و چه تفاوت یا شباهتی با آنها دارند.

بنابراین، ما با استفاده از این دو نظریه و پنج عاملی که توضیح دادیم تلاش می‌کنیم تا رفتار کاربران ایرانی در فیس‌بوک را تبیین کنیم. به این منظور، به‌طور مشخص تلاش می‌کنیم تا تأثیر عوامل روان‌شناسانه را در تغییرات این عوامل مشخص کنیم. در ادامه تعاریف مربوط به عوامل روان‌شناسانه را نیز ارائه می‌کنیم تا قادر باشیم مدل فرضی تحقیق را به‌دست دهیم.

عوامل بزرگ پنجگانه خصوصیات شخصیتی و خودشیفتگی: ما برای عملیاتی کردن عوامل روان‌شناسانه، از طبقه‌بندی عوامل بزرگ پنجگانه خصوصیات شخصیتی (John et al., 2008) و فهرست شخصیت خودشیفته (Ames et al., 2006) استفاده می‌کنیم. درواقع فهرست پنجگانه دارای پنج بعد اصلی روان‌شناختی فردی است که ما آنها را در کنار خودشیفتگی در نظر می‌گیریم تا بتوانیم با تحلیل رابطه این شش عامل با پنج بعد مربوط به کاربری در فیس‌بوک، نقش هر یک را در کاربری فیس‌بوک مشخص سازیم.

طبقه‌بندی عوامل بزرگ پنجگانه خصوصیات شخصیتی از ابزارهایی است که به‌دلیل جامع بودن به‌طور متداول در تحقیقات روان‌شناسی استفاده می‌شود (Bouchard & McGue, 2003; Shiota, Keltner, & John, 2006; Tkach & Lyubomirsky, 2006). این طبقه‌بندی شامل پنج دسته است که با کمک آنها می‌توان ویژگی‌های شخصیتی و روانی یک فرد را اندازه‌گیری کرد. این پنج طبقه عبارت‌اند از: برون‌گرایی / درون‌گرایی، پذیرش / ستیزه‌جویی، آگاهی / سردرگمی، روان‌رنجوری / ثبات عاطفی و استقبال از / بی‌میلی نسبت به تجربه که ما آن را خطرپذیری می‌نامیم (John et al., 2008).

جان و دیگران (همان)، برون‌گرایی را عبارت از گرایش پرانرژی به سمت جهان اجتماعی و مادی می‌دانند که شامل خصیصه‌هایی چون جامعه‌پذیری، فعالیت، قاطعیت و احساسات

مثبت می‌شود و در برابر آن نیز درون‌گرایی قرار دارد. پذیرش نیز عبارت است از جهت‌گیری عام و اجتماعی نسبت به دیگران (حتی افراد ستیزه‌جو) و شامل خصوصیات چون نوع دوستی، اعتماد و اعتدال می‌شود. عامل بزرگ بعدی، آگاهی است که به معنای کنترل انگیزش‌های ناگهانی اجتماعی است که به رفتار هدفمند منجر می‌شود. از خصوصیات این ویژگی می‌توان به فکر کردن قبل از عمل، به تعویق انداختن لذت، پیروی از قوانین و هنجارها و اولویت‌بندی کارها اشاره کرد. روان رنجوری در برابر ثبات عاطفی به معنای داشتن احساسات منفی مانند نگرانی و اضطراب، عصبانیت، ناراحتی و اندوه است. در نهایت، استقبال از تجربه به معنای وسعت، عمق، اصالت و پیچیدگی زندگی ذهنی و تجربه شده یک فرد است. این پنج دسته، به‌طور جامع اغلب ویژگی‌های شخصیتی و روانی یک فرد را پوشش می‌دهد (Mathews et al., 2003). اما ما خودشیفتگی را نیز به این طبقه‌بندی اضافه می‌کنیم تا بتوانیم تحلیل‌هایی جامع‌تر ارائه کنیم. منظور از خودشیفتگی عموماً ویژگی شخصیتی بازتاب دهنده یک خود پر فیس و افاده و ایده‌آل و متبختر است (Buffardi & Campbell, 2008). تحقیقات نشان داده است که خودشیفتگی با نگرش فرد به خودش به‌عنوان یک فرد باهوش، دارای قدرت و جذابیت‌های فیزیکی همبسته است (Brown & Zeigler-Hill, 2004; Campbell, 2002; Foster, & Finkel, 2002). از مهم‌ترین این فهرست‌ها می‌توان به فهرست ۴۰ گویه‌ای راسکین و تری (۱۹۸۸) و فهرست ۳۷ گویه‌ای ایمونز (۱۹۸۷) اشاره کرد، اما ما در این مقاله برای سنجش خودشیفتگی از فهرست آمس و دیگران (۲۰۰۶) بهره خواهیم برد. چرا که این فهرست برخلاف دو فهرست قبلی از ۱۶ گویه تشکیل شده و بروزتر نیز هست. آنها پس از انجام ۵ مطالعه، این ۱۶ گویه را با روش تحلیل عاملی از ۴۰ گویه قبلی استخراج کرده‌اند تا روشی با اعتبار بالاتر برای سنجش خودشیفتگی ارائه دهند. حال می‌توانیم فرضیه‌های تحقیق را ارائه کنیم. فرضیه کلی تحقیق به‌صورت زیر ارائه می‌شود:

فرضیه تحقیق: هر یک از متغیرهای مربوط به ویژگی‌های روان‌شناسانه کاربر (برون‌گرایی، پذیرش، آگاهی، روان رنجوری و خطرپذیری) و خودشیفتگی بر هر یک از ویژگی‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک (جنبه جبرانی کاربری فیس‌بوک، بازنمایی خود، فرایند جامعه‌پذیری، اعتماد به فیس‌بوک و هویت مجازی) تأثیر دارد.

باید دقت کرد که این فرضیه، دارای ۳۰ زیر فرضیه می‌شود که ما جهت پرهیز از اطناب از ذکر تک‌تک آنها خودداری می‌کنیم. ما علاوه بر شناسایی رابطه بین این دو دسته متغیر، رابطه هر یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی و میزان استفاده از فیس‌بوک با جنبه‌های روان‌شناختی -

اجتماعی کاربری فیس‌بوک را خواهیم سنجید و رابطه‌هایی که تأثیر علی دارند را مشخص می‌کنیم تا مدل علی تحقیق را ارائه کنیم.

روش تحقیق

این تحقیق با استفاده از روش پیمایش آنلاین انجام شد. پرسشنامه تحقیق پس از طراحی با استفاده از سایت Google Drive به صورت آنلاین منتشر شد و لینک آن در فیس‌بوک به اشتراک گذاشته شده و از دوستان فیس‌بوکی خواسته شد تا آنها را به اشتراک بگذارند و از دیگر دوستان خود برای شرکت در تحقیق دعوت کنند. البته جمعیت آماری تحقیق متشکل از دانشجویان ایرانی بود که در فیس‌بوک عضویت دارند. در نهایت ۳۵۴ پاسخنامه گردآوری شد که با توجه به طولانی بودن پرسشنامه و همچنین عدم امکان نمونه‌گیری احتمالی به همین تعداد بسنده کردیم. چهار دسته متغیر در این تحقیق وجود داشت:

متغیرهای جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناختی، میزان استفاده از فیس‌بوک و جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک. متغیرهای جمعیت‌شناختی و میزان استفاده از فیس‌بوک در بخش بعد عملیاتی شده‌اند و نتایج مربوط به آنها ارائه شده است. همچنین برای سنجش ویژگی‌های روان‌شناسانه، ابتدا از پنج عامل بزرگ از پرسشنامه جان و دیگران (۲۰۰۸) استفاده کردیم که شامل ۴۴ گویه است و سپس خودشیفتگی را با استفاده از پرسشنامه خودشیفتگی آمس و دیگران (۲۰۰۶) سنجیدیم که ۱۶ گویه دارد. جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک را نیز با استفاده از پرسشنامه بودروزا و جاکونویچ (۲۰۱۶) سنجیدیم. این پرسشنامه ۴۳ گویه دارد و پنج جنبه مهم روان‌شناختی - اجتماعی کاربری فیس‌بوک را که در مقدمه معرفی کردیم پوشش می‌دهد.

با توجه به اینکه برای سنجش جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک و ویژگی‌های روان‌شناسانه از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده کردیم، روایی آنها از پیش تضمین شده بود. روایی پرسش‌های مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی و میزان استفاده از فیس‌بوک نیز به صورت صوری و با پرسش از کاربران تأیید شد. همچنین با وجود تضمین پایایی پرسش‌ها براساس کار محققان قبلی، منتها ما مجدداً برای تعیین پایایی هر چهار دسته از پرسش‌ها از آلفای کرونباخ استفاده کردیم. مقدار آلفای کرونباخ برای متغیر میزان استفاده از فیس‌بوک، (۸۱ درصد) برای ویژگی‌های روان‌شناسانه، (۸۷ درصد) برای خودشیفتگی، (۹۳ درصد) و برای جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک نیز (۷۹ درصد) بود. بنابراین مشخص می‌شود که پرسشنامه تحقیق از روایی و پایایی لازم برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

آمار جمعیت‌شناختی: ابتدا در جدول ۱ مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه را ارائه می‌کنیم.

جدول ۱. آمار جمعیت‌شناختی

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۰۹	۵۹/۲
	زن	۱۴۰	۳۹/۷
سن	۱۸-۲۹	۱۹۵	۵۵/۲
	۳۰-۴۹	۱۲۷	۳۶
	۵۰-۶۴	۹	۲/۵
	۶۴+	۱	۰/۳
	کارشناسی	۳۳	۹/۳
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۲۹۳	۸۳
	دکتر	۱۲	۳/۴
	بیکار	۱۰۷	۳۰/۳
شغل	شغل پاره وقت	۹۷	۲۷/۵
	شغل تمام وقت	۱۴۳	۴۰/۵
	روستا	۶	۱/۷
محل سکونت	شهرهای با جمعیت پایین‌تر از ۸۰ هزار نفر	۴۴	۱۲/۵
	شهرهای با جمعیت بالاتر از ۸۰ هزار نفر	۲۹۷	۸۴/۱
	مجرد	۱۸۳	۵۱/۸
وضعیت تأهل	رابطه دوستی	۴۸	۱۳/۶
	متأهل	۱۰۳	۲۹/۲
	مطلقه	۱۳	۳/۷
	بیوه	۱	۰/۳

جدول ۱ نشان می‌دهد که اکثریت اعضای نمونه را مردان (۵۹/۲ درصد)، افراد طبقه سنی زیر ۲۹ سال (۵۵/۲ درصد)، افراد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد (۸۳ درصد)، دارای شغل تمام وقت (۴۰/۵ درصد)، ساکن شهرهای با جمعیت بالاتر از ۸۰ هزار نفر (۸۴/۱ درصد) و مجرد (۵۱/۸ درصد) تشکیل می‌دهند.

آمار توصیفی استفاده از فیس‌بوک: جدول ۲، آمار مربوط به میزان استفاده و حضور کاربران در سایت فیس‌بوک را ارائه می‌دهد.

جدول ۲. آمار توصیفی میزان استفاده از فیس‌بوک

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
تعداد ساعات حضور در فیس‌بوک در طول روز	کمتر از یک ساعت	۱۵۲	۴۳/۱
	یک تا سه ساعت	۱۴۴	۴۰/۸
	سه تا ۵ ساعت	۳۷	۱۰/۵
	بیشتر از ۵ ساعت	۱۳	۳/۷
نوع روابط در فیس‌بوک	افراد همجنس	۲۰	۵/۷
	افراد جنس مخالف	۲۲	۶/۲
	هر دو گروه جنسی	۳۰۳	۸۵/۵
	کمتر از ۱۰۰ نفر	۹۹	۲۸
تعداد دوستان	بین ۱۰۰ تا ۳۰۰ نفر	۱۴۶	۴۲/۱
	بین ۳۰۱ تا ۵۰۰ نفر	۵۵	۱۵/۹
	بین ۵۰۱ تا ۷۰۰ نفر	۲۱	۵/۹
	بین ۷۰۱ نفر تا ۱۰۰۰ نفر	۸	۲/۳
	بیشتر از ۱۰۰۰ نفر	۱۸	۵/۱
	کاملاً عمومی	۶۹	۱۹/۵
وضعیت پروفایل	نیمه عمومی	۱۵۰	۴۲/۵
	خصوصی	۸۴	۲۳/۸
	محافظت شده	۴۲	۱۱/۹
	یک بار یا بیشتر در روز	۲۲۶	۶۴
بسامد کنش‌ها در فیس‌بوک در طول روز	یک بار در دو یا سه روز	۵۶	۱۵/۹
	یک بار در هفته	۲۳	۶/۵
	یک بار در هر چند هفته	۱۳	۳/۷
	بندرت	۲۷	۷/۶

جدول ۲ نشان می‌دهد که اکثریت اعضای نمونه کمتر از یک ساعت در روز (۴۳/۱ درصد) و با فاصله کمی بین ۱ تا ۳ ساعت (۴۰/۸ درصد) در فیس‌بوک وقت می‌گذرانند. همچنین ترجیح اکثریت قاطع اعضای نمونه (۸۵/۵ درصد) برقراری رابطه با افرادی از هر دو جنس است. اغلب اعضای نمونه (۴۱/۴ درصد)، بین ۱۰۰ تا ۳۰۰ دوست در فیس‌بوک دارند و

همچنین تعداد زیادی از شرکت کنندگان (۴۲/۵ درصد)، پروفایل خود را به صورت نیمه عمومی ساخته‌اند. در نهایت نیز جدول ۲ نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان (۶۴ درصد) بیشتر از یک بار در طول روز در فیس‌بوک فعالیت دارند.

ویژگی‌های روان‌شناختی: حال در جداول بعدی ابتدا آمار توصیفی مربوط به پنج ویژگی اصلی روان‌شناختی را ارائه کرده و سپس آمار توصیفی خودشیفتگی را ارائه می‌کنیم. متغیرهای مربوط به ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران با طیف لیکرت ۵ درجه‌ای سنجیده شده‌اند. نمره بالاتر در هر گویه نشان‌دهنده این است که فرد بیشتر به شق اول متغیر متمایل است و همچنین برخی گویه‌ها هستند که رابطه عکس این را نشان می‌دهند. این گویه‌ها به‌طور معکوس کدگذاری شده‌اند تا در نتیجه تغییری حاصل نشود.

جدول ۳ وضعیت پاسخگویان از نظر درون‌گرایی/ برون‌گرایی را نشان می‌دهد.

جدول ۳. گویه‌های درون‌گرایی/ برون‌گرایی

من خودم را به عنوان کسی می‌شناسم که ...	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
خیلی پر حرف هستم.	۱۳/۳	۲۷/۵	۹/۶	۳۰/۹	۱۳/۳	۲/۹	۱/۴
آدم توداری هستم و در مورد مشکلاتم با دیگران حرف نمی‌زنم.	۱۷/۳	۲۲/۱	۱۶/۱	۲۳/۵	۱۳/۶	۲/۷	۱/۵
خیلی پر انرژی هستم.	۴۵	۱۷	۱۰/۵	۱۲/۷	۷/۱	۲	۱/۴
خیلی پر شور و حرارتم.	۱۳/۳	۱۶/۷	۱۱/۶	۳۱/۴	۱۹/۳	۳	۱/۶
مایلم ساکت باشم.	۱۲/۲	۱۷/۶	۱۳/۶	۳۲/۹	۱۶/۷	۳	۱/۵
شخصیت محکم و حاکی از اعتماد به نفسی دارم.	۲۵/۸	۱۷/۸	۲۲/۷	۱۹/۸	۵/۱	۲/۳	۱/۴
خجالتی و کمرو هستم.	۳۹/۱	۲۰/۷	۱۹/۵	۹/۶	۲/۵	۲	۱/۲
آدم اجتماعی و اهل معاشرتی هستم.	۸/۵	۲۳/۸	۳۷/۷	۲۵/۲	۴/۸	۲	۱

جدول ۳ نشان می‌دهد که پاسخگویان بیشترین امتیاز را در گویه‌های مربوط به پر شور و حرارت بودن و ساکت بودن گرفته‌اند در حالی که کمترین امتیاز را در گویه مربوط به اجتماعی بودن گرفته‌اند که با این نتیجه سازگاری دارد. نکته جالب در مورد این یافته‌ها این است که پاسخگویان در عین اینکه خود را پر شور و حرارت می‌دانند اما خود را به عنوان افراد پر انرژی در نظر نمی‌گیرند و همچنین با اینکه خود را پر حرف می‌دانند اما به اعتقاد خودشان خجالتی و

کمر و هستند. در کل می‌توان گفت جدول ۳ تصویری متناقض از میزان برون‌گرایی اعضای نمونه به‌دست می‌دهد. جدول ۴ آمار کلی این متغیر را که بین ۸-۴۰ تغییر می‌کند، نشان می‌دهد.

جدول ۴. متغیر درون‌گرایی/ برون‌گرایی

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف
درون‌گرایی/ برون‌گرایی	۸	۴۰	۲۲/۶۲	۸/۷

جدول ۵، آمار توصیفی متغیر پذیرش/ ستیزه‌جویی را بین اعضای نمونه نشان می‌دهد.

جدول ۵. گویه‌های پذیرش/ ستیزه‌جویی

من خودم را به‌عنوان کسی می‌شناسم که ...	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
مایلم اشتباهات دیگران را ببایم.	۵/۱	۳۰/۶	۲۶/۳	۱۹/۵	۹/۳	۲/۷	۱/۳
به دیگران کمک می‌کنم و در روابطم با بقیه انسان خودخواهی نیستم.	۱/۴	۳/۱	۷/۴	۴۹/۳	۲۹/۷	۳/۸	۱/۴
مشاجره و بگوینگو با دیگران را شروع می‌کنم.	۴	۱۵/۳	۱۷	۳۲/۹	۲۱/۸	۳/۳	۱/۵
اشتباهات دیگران را به‌راحتی می‌بخشم.	۱/۷	۹/۶	۲۰/۴	۳۸	۲۱/۵	۳/۴	۱/۴
کلاً آدم قابل اعتمادی هستم.	۰/۸	۲/۸	۱۰/۲	۴۲/۲	۳۴/۳	۳/۸	۱/۵
خونسرد و به دیگران بی‌توجهم.	۱/۷	۱۴/۲	۲۱/۲	۳۵/۴	۱۷/۶	۳/۲	۱/۵
با اغلب افراد مهربان و رثوف هستم.	۰/۸	۴	۱۰/۵	۴۹/۶	۲۵/۵	۳/۷	۱/۴
برخی مواقع با دیگران بی‌ادبانه رفتار می‌کنم.	۳/۴	۲۴/۶	۱۸/۷	۲۷/۵	۱۶/۱	۳	۱/۵
مایلم با دیگران همکاری کنم.	۲/۳	۱۰/۲	۱۷/۳	۴۶/۲	۱۴/۲	۳/۳	۱/۴

جدول ۵ نشان می‌دهد که اغلب شرکت‌کنندگان در گویه‌های مربوط به پذیرش نمره بالایی گرفته‌اند. جدول ۶ که آمار کلی این متغیر را نشان می‌دهد، این نتیجه را تأیید می‌کند.

جدول ۶. متغیر پذیرش/ سبزه‌جویی

متغیر	حداقل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
پذیرش/ سبزه‌جویی	۹	۴۴	۳۰/۱	۱۰

جدول ۶ نشان می‌دهد که میانگین این متغیر در مقایسه با میانگین متغیر برون‌گرایی/ درون‌گرایی بالاتر است. بنابراین اعضای نمونه بیش از آنکه برون‌گرا باشند، اهل مدارا هستند. جدول ۷ آمار توصیفی گویه‌های متغیر آگاهی/ سردرگمی را نشان می‌دهد.

جدول ۷. گویه‌های آگاهی/ سردرگمی

من خودم را به عنوان کسی می‌شناسم که ...	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
می‌توانم کاری را بدون اشتباه انجام دهم.	۷/۴	۱۵/۹	۱۶/۷	۴۰/۵	۱۰/۵	۳	۱/۴
برخی مواقع انسان بی‌احتیاطی هستم.	۱۰/۲	۴۴/۸	۱۵/۳	۱۶/۷	۲/۸	۲/۸	۱/۲
کارمند قابل اعتمادی هستم.	۱/۱	۵/۴	۱۶/۷	۳۳/۷	۳۳/۴	۳/۶	۱/۵
به کارهای بی‌برنامه و از پیش تعیین نشده علاقه دارم.	۶/۸	۲۸/۶	۱۸/۷	۲۶/۱	۱۰/۲	۲/۷	۱/۴
تنبل هستم.	۱۲/۲	۲۳/۲	۲۴/۱	۱۸/۷	۱۱/۹	۲/۶	۱/۴
تا موقعی که کاری به اتمام نرسیده به تلاش و کوشش ادامه می‌دهم.	۳/۱	۱۷/۳	۲۱	۳۷/۴	۱۱/۹	۳	۱/۵
کارها را به‌طور بهینه‌ای (بدون اتلاف وقت و انرژی و به نحو احسن) انجام می‌دهم.	۵/۷	۱۷/۸	۲۷/۵	۳۱/۲	۸/۲	۲/۹	۱/۴
برنامه‌ریزی می‌کنم و کارهایم را طبق آن برنامه‌ها انجام می‌دهم.	۵/۴	۲۲/۱	۲۴/۶	۳۰	۸/۵	۲/۹	۱/۴
به راحتی عصبی می‌شوم و نمی‌توانم به‌خوبی فکر کنم.	۴	۱۷/۳	۲۲/۷	۳۰	۱۶/۴	۳/۱	۱/۴

جدول ۷ نشان می‌دهد که شرکت‌کنندگان بیش از هر چیزی خود را کارکنانی قابل اعتماد می‌دانند و کمتر از همه معتقدند که تنبل هستند. می‌توان گفت که پاسخگویان در گویه‌های این متغیر نیز نمره‌های بالایی دریافت کرده‌اند. جدول ۸ در تأیید یا رد این نتیجه می‌تواند به ما کمک کند.

جدول ۸. متغیر آگاهی/ سردرگمی

متغیر	حداقل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
آگاهی/ سردرگمی	۹	۴۲	۲۶/۲۹	۹/۳

با توجه به جدول ۸ می‌توان تأیید کرد که اکثر پاسخگویان در این متغیر نیز نمره بالایی دریافت کرده‌اند. جدول بعدی آمار توصیفی گویه‌های متغیر روان رنجوری/ ثبات عاطفی را نشان می‌دهد.

جدول ۹. گویه‌های روان رنجوری/ ثبات عاطفی

من خودم را به‌عنوان کسی می‌شناسم که ...	خیلی زیاد	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
خیلی افسرده و دماغ هستم.	۲۰/۱	۳۱/۴	۱۹/۵	۱۵/۶	۲/۲	۱/۳
انسان راحتی هستم و به‌خوبی استرس را کنترل می‌کنم.	۷/۶	۲۶/۹	۲۳/۲	۲۴/۹	۷/۶	۱/۴
برخی اوقات نگران و مضطربم.	۴	۱۱/۶	۱۶/۴	۴۷/۹	۳/۲	۱/۴
خیلی نگرانم.	۱۰/۸	۲۷/۲	۲۳/۸	۲۲/۱	۷/۱	۱/۴
از نظر احساسی باثباتم و به‌راحتی ناراحت نمی‌شوم.	۷/۹	۲۵/۸	۲۱/۸	۲۶/۱	۹/۱	۱/۴
آدم دمدمی مزاجی هستم.	۱۸/۱	۲۹/۷	۲۲/۹	۱۶/۷	۲/۸	۲/۳
در مواقع بحرانی خونسرد و آرامم.	۷/۹	۲۸/۹	۲۲/۹	۲۴/۶	۵/۴	۲/۶
به‌راحتی عصبی می‌شوم.	۹/۳	۲۶/۹	۱۸/۴	۲۵/۸	۹/۹	۲/۷

جدول ۹ نشان می‌دهد که گویه مربوط به نگرانی و اضطراب بالاترین میانگین (۳/۲) را دارد و پس از آن نیز گویه‌های مربوط به کنترل استرس، عصبانی شدن و باثبات بودن از نظر عاطفی قرار دارد. نکته جالب میانگین و انحراف معیار برابر گویه‌های مربوط به عصبانی شدن و باثبات بودن از نظر عاطفی است که از نظر منطقی در مقابل هم قرار دارند. نتایج این جدول در کنار جداول قبلی نشان‌دهنده نوعی تناقض در ارزیابی پاسخگویان از خود است. جدول ۱۰ آمار کلی مربوط به این متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰. متغیر روان رنجوری / ثبات عاطفی

متغیر	حداقل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
روان رنجوری / ثبات عاطفی	۸	۴۰	۲۱/۱۱	۸/۴

جدول ۱۰ نشان می‌دهد که میانگین این متغیر نسبت به متغیرهای قبلی پایین‌تر است و بنابراین افراد بیشتر دارای ثبات عاطفی هستند.

جدول ۱۱، آمار مربوط به گویه‌های آخرین متغیر از ویژگی‌های روان‌شناختی یعنی خطرپذیری را در اختیار ما قرار می‌دهد.

جدول ۱۱. گویه‌های خطرپذیری

من خودم را به‌عنوان کسی می‌شناسم که ...	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	انحراف معیار
همواره ایده‌های تازه و بکر دارم.	۲/۸	۱۳/۳	۳۱/۲	۳۴/۶	۸/۸	۱/۳
در مورد خیلی از مسائل متفاوت کنجکاوم.	۲/۸	۷/۴	۱۱	۴۵/۶	۲۴/۱	۳/۵
خیلی اهل فکر و نبوغم.	۰/۸	۶/۲	۲۹/۲	۴۲/۲	۱۱/۹	۳/۳
قوه تخیل فعالی دارم.	۱/۴	۹/۱	۱۱	۳۷/۷	۲۹/۵	۳/۵
ایده‌های مخترعانه دارم.	۲/۳	۱۳/۳	۲۴/۴	۳۷/۴	۱۳	۳/۲
به تجربه‌های هنری و زیبایی شناختی بها می‌دهم.	۳/۱	۶/۸	۱۳	۴۰/۵	۲۶/۳	۳/۵
کارهای روتین را ترجیح می‌دهم.	۴/۲	۱۵/۹	۱۹/۳	۳۰/۳	۱۹/۵	۳/۱
دوست دارم در مورد ایده‌ها فکر کنم و آنها را خوب بسنجم.	۱/۱	۲/۸	۱۲/۵	۵۵	۱۸/۷	۳/۶
علاقه کمی به هنر دارم.	۳۲/۳	۴۶/۲	۵/۷	۴/۵	۰/۸	۱/۶
انسان با تجربه‌ای در امور هنری، موسیقی و ادبیات هستم.	۱۲/۲	۱۸/۴	۲۳/۲	۲۴/۱	۱۲/۷	۲/۸

جدول ۱۱ نشان می‌دهد که پاسخگویان در این متغیر نیز نمره بالایی کسب کرده‌اند. درواقع ۸ گویه از ۱۰ گویه میانگینی بالاتر از ۳ دارند که میانگینی بالا است و گویه‌ای که کمترین میانگین (۱/۶) را دارد یعنی علاقه اندک به هنر، گویه‌ای است که به‌طور معکوس نمره‌گذاری شده و درواقع نمره کمتر در این گویه یعنی علاقه بیشتر به امور هنری و گویه دیگر یعنی داشتن تجربه در امور هنری نیز میانگینی نزدیک به ۳ دارد. جدول ۱۲ آمار کلی این متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۱۲. متغیر خطرپذیری

متغیر	حداقل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
خطرپذیری	۱۰	۴۶	۳۱/۱۸	۱۱

جدول ۱۲ نشان می‌دهد که این متغیر بالاترین میانگین را بین متغیرهای روان‌شناختی دارد و پس از آن متغیر پذیرش قرار دارد. کمترین میانگین نیز متعلق به متغیر روان رنجوری است. حال آمار مربوط به متغیر خودشیفتگی را ارائه می‌کنیم. این متغیر با استفاده از ۱۶ گویه دو وجهی سنجیده شد که یک پاسخ مبنی بر خودشیفتگی بود (کد ۱) و پاسخ دیگر به معنای خودشیفته نبودن فرد (کد ۲) در نظر گرفته شد. بنابراین این متغیر در سطح ترتیبی و با حداقل ۱۶ و حداکثر ۳۲ سنجیده شد که آمار مربوط به آن در جدول ۱۳ ارائه شده است.

جدول ۱۳. متغیر خودشیفتگی

متغیر	حداقل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
خودشیفتگی	۱۶	۳۲	۲۳/۵۱	۸

جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری در فیس‌بوک: حال آمار مربوط به جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری در فیس‌بوک را ارائه می‌کنیم. این جنبه‌ها از پنج متغیر تشکیل شده است که به ترتیب آمار هر یک از این پنج متغیر را در ادامه می‌آوریم. این متغیرها نیز با طیف لیکرت پنج درجه‌ای سنجیده شده‌اند و برخی گویه‌ها که معکوس هستند، به‌طور برعکس کدگذاری شده‌اند.

ابتدا در جدول ۱۴ آمار توصیفی مربوط به متغیر استفاده جبرانی از فیس‌بوک آمده است.

جدول ۱۴. گویه‌های متغیر جنبه جبرانی استفاده از فیس‌بوک

انحراف معیار	میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	گویه
۱/۵	۲/۷	۱۳/۶	۲۳/۵	۱۶/۱	۲۲/۱	۱۷/۳	من در فیس‌بوک بیشتر محتوای بدل می‌کنم و گفت‌وگوهای دوستانه بیشتری نسبت به راههای دیگر (مانند وبلاگ، ای-میل و ...) دارم.
۱/۳	۲/۲	۵/۴	۱۱	۲۶/۹	۱۹/۸	۲۹/۷	من از زمانی که از فیس‌بوک استفاده می‌کنم بیشتر نسبت به خودم احساس رضایت می‌کنم.
۱/۴	۲/۲	۴	۱۹/۸	۱۵/۹	۲۳/۵	۲۹/۵	من در فیس‌بوک ارتباطات اجتماعی سرگرم‌کننده بیشتری نسبت به دنیای واقعی دارم.
۱	۱/۴	۰/۶	۳/۷	۸/۲	۱۸/۴	۶۱/۵	وقتی که در فیس‌بوک نیستم احساس افسردگی و انزوا می‌کنم.
۱/۴	۲/۲	۷/۱	۱۵/۹	۱۲/۵	۲۲/۷	۳۴/۳	به نظر من برقراری ارتباط با افراد در فیس‌بوک راحت‌تر از برخوردهای چهره به چهره است.
۱/۴	۲	۷/۱	۱۲/۷	۱۰/۵	۱۷	۴۵	من برخی اوقات احساس می‌کنم که دو نوع زندگی دارم: مجازی و واقعی.
۱/۳	۲	۳/۷	۱۱/۳	۲۱/۲	۲۳/۸	۳۲/۳	دوستی‌های من در فیس‌بوک باعث شده تا در مورد خود احساس بهتری داشته باشم.
۱/۲	۱/۷	۲/۵	۷/۴	۱۳/۹	۱۹/۸	۴۷	برای من اتفاق افتاده که وقتی با برخی افرادی که در فیس‌بوک آشنا شده‌ام و با آنها رابطه نزدیکی هم داشته‌ام به‌صورت شخصی ملاقات کرده‌ام متوجه شدم که هیچ وجه مشترکی با آنها ندارم.
۱	۱/۵	۱/۷	۵/۴	۹/۶	۱۹/۵	۵۵	من احساس می‌کنم در فیس‌بوک هر چیزی که دلم بخواهد می‌توانم باشم.

ادامهٔ جدول ۱۴. گویه‌های متغیر جنبه جبرانی استفاده از فیس‌بوک

گویه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
من در فیس‌بوک فشار کمتری احساس می‌کنم در مورد اینکه چیزی باشم که دیگران می‌خواهند.	۳۹/۱	۲۰/۷	۱۹/۵	۹/۶	۲/۵	۱/۹	۱/۲
من احساس می‌کنم در فیس‌بوک نسبت به دنیای واقعی بیشتر مورد توجه و پذیرش قرار می‌گیرم.	۴۵/۶	۲۱/۸	۱۵	۷/۶	۱/۴	۱/۷	۱/۱
من در فیس‌بوک خیلی آزادانه‌تر از دنیای واقعی ارتباط برقرار می‌کنم.	۲۶/۳	۲۳/۲	۱۸/۴	۱۶/۴	۷/۱	۲/۳	۱/۴
من فکر می‌کنم برقراری ارتباط در فیس‌بوک راحت‌تر است زیرا لازم نیست نگران این باشم که چطوری به نظر می‌آیم.	۳۱/۴	۲۴/۱	۱۹/۵	۱۳	۳/۱	۲	۱/۳

جدول ۱۴ نشان می‌دهد که کاربران در فیس‌بوک بیشتر از بسترهایی مانند وبلاگ یا ایمیل، محتوا رد و بدل می‌کنند، در عین حال کمترین میانگین مربوط به احساس انزوا در صورت عدم استفاده از فیس‌بوک است. این نتیجه نشان می‌دهد که هر چند کاربران استفاده زیادی برای تولید محتوا از فیس‌بوک می‌کنند اما وابستگی زیادی به آن ندارند. گویه بعدی که میانگین پایینی دارد نیز مربوط به این است که کاربر احساس می‌کند در فیس‌بوک هر چه بخواهد می‌تواند باشد. این مورد نیز نشان می‌دهد که کاربران در فیس‌بوک یکسره از دنیای واقعی جدا نمی‌شوند و برخی مسائل آنها را در استفاده از این سایت محدود می‌کند. جدول ۱۵ آمار کلی مربوط به این متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۱۵. متغیر جنبه جبرانی استفاده از فیس‌بوک

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
جنبهٔ جبرانی استفاده از فیس‌بوک	۱۳	۶۳	۲۹/۳۶	۱۲

متغیر بعدی، بازنمایی خود است که آمار مربوط به گویه‌های تشکیل دهندهٔ آن در جدول ۱۶ ارائه شده است.

جدول ۱۶. گویه‌های متغیر بازنمایی خود

گویه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
من قبل از اینکه اطلاعاتی درباره خودم در فیس‌بوک منتشر کنم به اینکه نحوه تفکر دیگران در مورد من (بعد از خواندن آن اطلاعات) چگونه خواهد بود، فکر می‌کنم.	۱۳/۳	۱۶/۷	۱۱/۶	۳۱/۴	۱۹/۳	۳	۱/۶
من تنها عکسهایی را در پروفایلم منتشر می‌کنم که در آنها جذاب به نظر می‌رسم.	۱۴/۷	۱۵/۹	۱۵/۶	۳۲/۳	۱۴/۲	۲/۹	۱/۵
من به اینکه دیگران هنگام دیدن پروفایل من در مورد چه فکری می‌کنند، اهمیت می‌دهم.	۱۲/۲	۱۷/۶	۱۳/۶	۳۲/۹	۱۶/۷	۳	۱/۵
من زمان زیادی را صرف جزئیات پروفایلم می‌کنم، چراکه می‌خواهم کسانی که از پروفایلم بازدید می‌کنند را تحت تأثیر قرار دهم.	۳۶/۵	۳۰/۶	۱۱/۳	۱۰/۸	۲/۸	۱/۹	۱/۲
من تلاش می‌کنم خودم را به نحوی مطلوب در پروفایل فیس‌بوک بازنمایی کنم، به‌خصوص برای کسانی که من را خیلی خوب نمی‌شناسند.	۳۲/۶	۲۴/۹	۱۸/۴	۱۳/۶	۲/۳	۲	۱/۳
من سعی می‌کنم با پست‌هایی که در تایم لاینم منتشر می‌کنم تأثیر خوبی روی دیگران داشته باشم.	۱۱/۹	۱۴/۲	۲۴/۱	۲۱/۱	۱۹/۱	۲/۷	۱/۳
قبل از اینکه چیزی را در فیس‌بوک منتشر کنم به این فکر می‌کنم که دیگران آن را چگونه درک خواهند کرد.	۷/۶	۱۲/۵	۲۳/۵	۳۰/۷	۱۵/۲	۲/۹	۱/۳
هدف من از انتشار محتواهای مختلف در فیس‌بوک (استاتوس، لینک، عکس و غیره) جلب توجه دیگران است.	۳۴/۶	۲۵/۲	۱۹/۸	۵/۸	۵	۱/۹	۱/۱

جدول ۱۶ نشان می‌دهد که گویه‌های مربوط به بازنمایی خود در فیس‌بوک نیز میانگین بالایی دارند و تنها گویه آخر میانگینی پایین دارد. این مسئله نشان می‌دهد که هدف کاربران ایرانی از انتشار محتوا، صرفاً جلب توجه دیگران نیست و دلایل دیگری نیز برای انتشار پست‌هایشان دارند. اما میانگین بالای سه گویه ابتدایی در کنار میانگین بالای گویه مربوط به فکر کردن به نحوه درک پست توسط دیگران قبل از انتشار نشان می‌دهد که کاربران ایرانی به مقدار زیادی نگران نحوه بازنمایی خود در فیس‌بوک هستند و هر چند تنها هدفشان این نیست، اما برایشان مهم است که خوب و جذاب به نظر بیایند. جدول ۱۷ آمار کلی مربوط به این متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۱۷. متغیر بازنمایی خود

متغیر	حداقل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
بازنمایی خود	۸	۳۶	۲۰/۴	۸/۳

متغیر بعدی فرایند جامعه‌پذیری در فیس‌بوک است که آمار مربوط به آن در جدول ۱۸ ارائه شده است. البته باید توضیح دهیم که آخرین گویه این متغیر (من برخی اوقات در فیس‌بوک تعاملات جنسی و شهوت انگیز دارم) (در چت یا کامنت‌های عمومی یا مسیج‌های خصوصی) را به دلیل اینکه در جامعه ایران کاربرد ندارد و کاربران به دلایل مختلف به آن پاسخ صحیح نمی‌دهند از لیست پرسش‌ها حذف کرده‌ایم.

جدول ۱۸. گویه‌های متغیر فرایند جامعه‌پذیری

گویه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
من با افرادی که در فیس‌بوک آشنا شده‌ام، بعداً به‌صورت حضوری ملاقات کرده‌ام.	۳۹/۷	۱۷/۸	۶/۲	۱۶/۷	۱۲/۲	۲/۲	۱/۶
من با افرادی در فیس‌بوک آشنا شده‌ام که در زندگی واقعیم آنها را می‌شناختم یا هنوز هم با آنها در ارتباط هستم.	۹/۳	۱۱	۵/۱	۳۳/۱	۳۴	۳/۵	۱/۶
من دوست دارم با افراد جنس مخالف در فیس‌بوک برای سرگرمی وقت بگذرانم.	۴۵/۳	۲۱/۲	۱۱	۱۱/۳	۳/۷	۱/۸	۱/۳
فیس‌بوک برای من محلی است که می‌توانم در آنجا با آدمهای جدید و جالب آشنا شوم.	۱۸/۱	۲۲/۹	۱۵/۶	۲۳/۵	۱۲/۷	۲/۷	۱/۵
افرادی که در فیس‌بوک عکس‌های من را دیده‌اند به من گفته‌اند از نظر سکسی جذاب هستم.	۲۵/۸	۱۷/۸	۲۲/۷	۱۹/۸	۵/۱	۲/۳	۱/۴
من علاقه‌ای به آشنا شدن با دوستان جدید در فیس‌بوک ندارم.	۱۴/۴	۱۳/۶	۱۶/۴	۲۱/۲	۲۶/۳	۳	۱/۶
من در فیس‌بوک وقتم را برای گفت‌وگو با افرادی که در دنیای واقعی به‌خوبی نمی‌شناسم می‌گذارم.	۲۳/۸	۳۷/۷	۲۵/۲	۲/۸	۲	۲	۱
برخی اوقات من با افرادی که برای نخستین بار در فیس‌بوک با آنها آشنا شده‌ام از طریق تلفن، اس ام اس، اسکایپ و ... ارتباط برقرار می‌کنم.	۴۷/۹	۲۴/۹	۱۵/۹	۱/۲	۱/۱	۱	۰/۹

گویه‌هایی که در این متغیر بالاترین میانگین را دارند یعنی ارتباط با افرادی که کاربر از قبل آنها را می‌شناخته و عدم علاقه به آشنایی با دوستان جدید نشان می‌دهد که حضور کاربران در فیس‌بوک در سطح بالایی به زندگی واقعی آنها وابسته است. همچنین گویه آخر پایین‌ترین

میانگین را دارد و نشان می‌دهد که روابط جدید در فیس‌بوک چندان به ارتباطات بعدی منجر نشده است. جدول ۱۹ آمار کلی این متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۱۹. متغیر فرایند جامعه‌پذیری

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
فرایند جامعه‌پذیری	۸	۳۶	۱۹/۱۵	۷/۷

چهارمین متغیر از جنبه‌های روان‌شناسانه - اجتماعی فیس‌بوک، اعتیاد به فیس‌بوک است که آمار مربوط به گویه‌های آن در جدول ۲۰ آمده است.

جدول ۲۰. گویه‌های متغیر اعتیاد به فیس‌بوک

گویه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
من معمولاً بیشتر از آنچه که قصد دارم در فیس‌بوک می‌مانم.	۱۳/۳	۲۷/۵	۹/۶	۳۰/۹	۱۳/۳	۲/۹	۱/۴
من معمولاً دیگر کارهایم در اینترنت (مانند نوشتن پیام، وبگردی و ...) را به دلیل فعالیت‌هایم در فیس‌بوک نادیده می‌گیرم یا به تأخیر می‌اندازم.	۳۴/۶	۲۶/۹	۱۳/۶	۱۵	۳/۴	۲	۱/۳
برخی از نزدیکان یا دوستانم به من گفته‌اند که وقت زیادی را در فیس‌بوک می‌گذرانم.	۵۰/۱	۱۷/۶	۸/۸	۹/۳	۶/۲	۱/۸	۱/۳
من بارها تلاش کرده‌ام تا فعالیت‌م در فیس‌بوک را کم کنم اما در انجام اینکار موفق نبوده‌ام.	۴۳/۱	۲۳/۲	۹/۶	۱۱/۹	۴/۸	۱/۹	۱/۳
من می‌توانم در مقابل وسوسه برای چک کردن پیغام‌هایم در فیس‌بوک برای چند روز مقاومت کنم.	۲۱/۵	۱۹/۸	۱۱/۳	۲۰/۴	۱۹/۵	۲/۷	۱/۶
من اغلب به فیس‌بوک می‌روم به این دلیل که کسل و بی‌حوصله هستم.	۲۴/۱	۲۲/۱	۱۷/۸	۱۹	۸/۵	۲/۴	۱/۵
برخی اوقات به دلیل اینکه زمان زیادی در فیس‌بوک بوده‌ام خوابم می‌برد.	۶۵/۷	۱۵	۸/۸	۰/۶	۰/۲	۱/۲	۰/۸
اغلب بیشتر از سه ساعت متوالی در فیس‌بوک می‌مانم.	۴۵/۳	۲۳/۲	۱۲/۲	۴/۶	۳	۱/۶	۱

جدول ۲۰ نشان می‌دهد که شرکت‌کنندگان چندان به فیس‌بوک معتاد نیستند. هر چند گویه حضور بیشتر از قصد قبلی بالاترین میانگین را دارد (۲/۹) اما متغیر بعدی که بالاترین میانگین را دارد (۲/۷)، مربوط به مقاومت در مقابل چک کردن پیغام‌ها در فیس‌بوک است و این در کنار گویه‌هایی که کمترین میانگین‌ها را دارند یعنی خوابیدن در اثر ماندن بیش از حد در فیس‌بوک (۱/۲) و حضور متوالی بیش از ۳ ساعت در فیس‌بوک (۱/۶) نشان می‌دهد که کاربران ایرانی اعتیاد زیادی به فیس‌بوک ندارند. آمار کلی این متغیر نیز در جدول ۲۱ آمده است.

جدول ۲۱. متغیر اعتیاد به فیس‌بوک

متغیر	حدافل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
اعتیاد به فیس‌بوک	۸	۳۵	۱۶/۶۳	۶/۹

میانگین پایین این متغیر در کنار متغیرهای قبلی نیز موید این نتیجه است. آخرین متغیر نیز، نمایه فیس‌بوک به‌عنوان هویت مجازی (اختصاراً: هویت مجازی) است که آمار گویه‌های آن در جدول ۲۲ ارائه شده است.

جدول ۲۲. گویه‌های متغیر هویت مجازی

گویه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
هنگامی که شخصی وارد پروفایل من می‌شود به‌راحتی می‌تواند تحت تأثیر این قرار بگیرد که من چقدر آدم خفن و باحالی هستم.	۳۱/۴	۱۹/۳	۳۰	۹/۱	۲/۸	۲/۱	۱/۲
من فکر می‌کنم که پروفایل فیس‌بوک من یک محل بسیار شخصی است.	۱۷/۸	۲۳/۵	۱۶/۱	۱۹/۸	۱۵/۶	۲/۷	۱/۵
من هرگز پیامها و پست‌های دیگران در فیس‌بوک را بی‌پاسخ نمی‌گذارم.	۱۵/۶	۱۹/۸	۱۷/۸	۲۶/۹	۱۲/۷	۲/۸	۱/۵
پروفایل فیس‌بوک من بازتاب خود واقعی من است.	۵/۷	۱۰/۸	۱۲/۵	۳۷/۷	۲۶/۱	۳/۵	۱/۵
من از فیس‌بوک برای در تماس بودن با دوستان قدیمی‌ام استفاده می‌کنم.	۸/۸	۱۳/۶	۹/۶	۲۶/۱	۳۳/۷	۳/۴	۱/۶

میانگین بالای گویه پروفایل، بازتاب خود واقعی کاربر و گویه استفاده از فیس‌بوک برای در تماس بودن با دوستان قدیمی نشان می‌دهد که کاربران ایرانی بیشتر هویت واقعی خود را در فیس‌بوک نشان می‌دهند. این نتیجه با توجه به میانگین پایین گویه اول نیز تأیید می‌شود، چراکه نشان می‌دهد کاربران خیلی به این فکر نمی‌کنند که دیگران حتماً متقاعد شوند. آنها آدمهای باحالی هستند بلکه بیشتر برای آنها مهم است که خود واقعی را نشان دهند. چراکه با دوستان واقعی‌شان در ارتباطند و این مسئله می‌تواند تأثیر مناسبی در روابط آنها داشته باشد. جدول بعدی آمار کلی این متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۲۳. متغیر هویت مجازی

متغیر	حداقل	حدکثر	میانگین	انحراف معیار
هویت مجازی	۵	۲۵	۱۴/۴	۵/۴

آزمون فرضیه‌ها و ارائه مدل تحقیق: حال پس از ارائه آمار توصیفی، ابتدا همبستگی بین متغیرهای ویژگی‌های روان‌شناختی و جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک را مشخص می‌کنیم. سپس با استفاده از تحلیل مسیر، مدل علی تحقیق را ارائه خواهیم کرد. جدول ۲۳ همبستگی بین این متغیرها را با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون ارائه می‌دهد. باید دقت کرد که در جدول زیر، تمام ۳۰ فرضیه به‌طور تقاطعی آزمون شده‌اند و نتیجه آن مشخص شده است. ما از ذکر جزئیات هر آزمون به‌طور جداگانه به‌دلیل اجتناب از اطناب خودداری می‌کنیم.

جدول ۲۴. نتایج آزمون پیرسون برای فرضیه‌های تحقیق

متغیر	برون‌گرایی	پذیرش	آگاهی	روان رنجوری	خطرپذیری	خودشیفتگی
جنبه جبرانی	۰/۳۶	۰/۴	۰/۳۶	۰/۴	۰/۴۴	۰/۳۶
بازنمایی خود	۰/۴۲	۰/۵	۰/۴۴	۰/۵۲	۰/۵۵	۰/۴۱
جامعه‌پذیری	۰/۵۱	۰/۴۹	۰/۴۹	۰/۴	۰/۵۶	۰/۴۲
اعتیاد	۰/۳۳	۰/۳۴	۰/۲۵	۰/۴۳	۰/۴	۰/۳۱
هویت مجازی	۰/۴۹	۰/۵	۰/۴۸	۰/۴	۰/۵۳	۰/۴۴

* همبستگی‌های پررنگ شده در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار هستند.

جدول ۲۴ نشان می‌دهد که تمام همبستگی‌ها بین متغیرهای ویژگی‌های روان‌شناختی و جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی معنادار هستند. بنابراین همه فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌شوند. حال برای اینکه برای ارائه تحلیل‌های بیشتر قادر باشیم، در چند مرحله و با استفاده از تحلیل مسیر به ارائه مدل علی تحقیق برای مشخص شدن عوامل مؤثر بر جنبه‌های

روان‌شناختی - جامعه‌شناختی فیس‌بوک می‌پردازیم. در اینجا با چهار دسته متغیرها مواجهیم: متغیرهای جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناسانه، میزان استفاده از فیس‌بوک و جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک. به‌صورت نظری فرض می‌کنیم که هر یک از این دسته‌ها بر متغیرهای دسته‌های بعدی اثرگذار است. بنابراین، در هر مرحله با استفاده از رگرسیون چند متغیره تأثیرگذاری هر یک از متغیرها بر متغیرهای دسته بعدی را مشخص می‌کنیم تا در نهایت مدل علی تحقیق مشخص شود. البته متغیرهایی که با یکدیگر همبستگی معنادار ندارند را پیش از انجام رگرسیون از معادله خارج ساخته‌ایم. همچنین برای اجتناب از اطناب و ارائه جداول زیاد، تنها نتایج این آزمون‌ها را ارائه می‌کنیم. در اینجا باید دقت کرد که نتیجه هر آزمون رگرسیون را می‌توانیم جداگانه و با شرح ارائه کنیم، منتها تنها نتایج حاصله را ارائه خواهیم کرد تا مدل تحقیق را ارائه کنیم.

ابتدا تأثیر متغیرهای سه دسته ابتدایی را بر هر یک از متغیرهای جنبه‌های روان‌شناسانه - اجتماعی کاربری فیس‌بوک مشخص می‌سازیم. رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که تنها متغیرهای روان رنجوری (۱۶ درصد)^۱ و خطرپذیری (۲۸ درصد) از بین ویژگی‌های روان‌شناختی بر جنبه جبرانی فیس‌بوک تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای میزان استفاده از فیس‌بوک نیز تنها تعداد ساعات استفاده (۲۶ درصد) و تعداد دوستان (۱۵ درصد) بر جنبه جبرانی استفاده از فیس‌بوک تأثیر علی دارند. آزمون کروسکال-والیس برای متغیرهای اسمی (جنسیت، شغل و وضع تاهل) نشان داد که تنها متغیر جنسیت با جنبه جبرانی همبستگی معنادار دارد اما رگرسیون نشان داد که این متغیر تأثیر علی ندارد. همچنین آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که دیگر متغیرهای جمعیت‌شناسی (سن، تحصیلات و محل سکونت) رابطه معناداری با جنبه جبرانی استفاده از فیس‌بوک ندارند.

همچنین تنها متغیرهای روان رنجوری (۲۶ درصد) و خطرپذیری (۳۴ درصد) از بین ویژگی‌های روان‌شناختی بر بازنمایی خود تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای میزان استفاده از فیس‌بوک نیز تعداد ساعات استفاده (۱۳ درصد)، تعداد دوستان (۱۷ درصد) و وضعیت پروفایل (۱۵ درصد) بر بازنمایی خود تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای جمعیت‌شناختی نیز هیچ‌یک رابطه معنادار با بازنمایی خود در فیس‌بوک ندارند.

اما متغیرهای برون‌گرایی (۲۰ درصد) و خطرپذیری (۳۸ درصد) از بین ویژگی‌های روان‌شناختی بر جامعه‌پذیری تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای میزان استفاده از فیس‌بوک نیز تنها تعداد ساعات استفاده (۲۹ درصد) و تعداد دوستان (۱۲ درصد) بر جامعه‌پذیری تأثیر علی

۱. اعداد داخل پرانتز مقادیر ویژه جدول رگرسیون چندگانه هستند.

دارند. از بین متغیرهای جامعه‌شناختی، تنها متغیر شغل با جامعه‌پذیری رابطه معنادار دارد، اما تأثیر علی ندارد. همچنین تنها متغیرهای روان رنجوری (۲۸ درصد)، خطرپذیری (۲۹ درصد) و آگاهی (۲۵٪-) از بین ویژگی‌های روان‌شناختی بر اعتیاد به فیس‌بوک تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای میزان استفاده از فیس‌بوک نیز تنها تعداد ساعات استفاده (۴۴٪) و تعداد دوستان (۲۶ درصد) بر اعتیاد به فیس‌بوک تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای جمعیت‌شناسانه نیز تنها شغل با اعتیاد رابطه معنادار دارد و علاوه بر این، رگرسیون نشان داد که این رابطه علی است (۱۷٪-). این مسئله نشان می‌دهد که هر چه شغل فرد زمان بیشتری می‌گیرد، اعتیاد وی به فیس‌بوک کمتر خواهد بود.

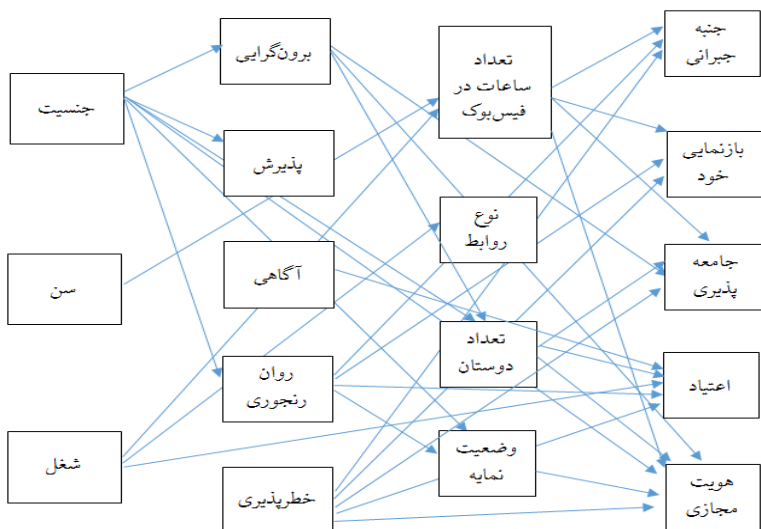
در نهایت رگرسیون چندگانه نشان داد که تنها متغیرهای برون‌گرایی (۱۷ درصد) و خطرپذیری (۳۷ درصد) از بین ویژگی‌های روان‌شناختی بر هویت مجازی تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای میزان استفاده از فیس‌بوک نیز تنها تعداد ساعات استفاده (۱۹ درصد)، تعداد دوستان (۱۱ درصد) و وضعیت پروفایل (۲۴ درصد) بر جنبه جبرانی استفاده از فیس‌بوک تأثیر علی دارند. از بین متغیرهای جمعیت‌شناختی نیز تنها جنسیت با هویت مجازی رابطه معنادار دارد و تأثیر جنسیت بر هویت مجازی، علی نیز هست (۱۱ درصد). این مسئله نشان می‌دهد که زنان بیشتر از مردان در فیس‌بوک هویت واقعی خود را نشان می‌دهند.

حال به مشخص کردن تأثیر علی متغیرهای روان‌شناختی و سپس متغیرهای جمعیت‌شناختی بر میزان استفاده از فیس‌بوک می‌پردازیم. ابتدا با استفاده از آزمون پیرسون رابطه‌هایی که از نظر آماری معنادار نیستند را از مدل حذف می‌کنیم. چون هیچ‌یک از متغیرهای روان‌شناختی با متغیرهای تعداد ساعات رابطه معنادار ندارند بنابراین تأثیر علی نیز روی این متغیر وجود ندارد. وضعیت در مورد ارتباطات مرجح در فیس‌بوک نیز به همین شکل است. اما رابطه برون‌گرایی و خودشیفتگی با تعداد دوستان معنادار است اما از بین این دو، تنها برون‌گرایی بر تعداد دوستان تأثیر علی (۱۵ درصد) دارد. همچنین تنها متغیر روان رنجوری با وضعیت پروفایل رابطه معنادار دارد و رگرسیون نشان می‌دهد که این رابطه از نوع علی (۱۲ درصد) است. اما متغیرهای پذیرش، آگاهی و خودشیفتگی با میزان فعالیت رابطه معنادار دارند. اما هیچ‌یک از این رابطه‌ها علی نیستند.

آزمون کروسکال - والیس و پیرسون نشان می‌دهند که رابطه بین شغل، وضعیت تاهل و سن با تعداد ساعات حضور در فیس‌بوک معنادار است. از بین این متغیرها، سن (۱۶ درصد) و شغل (۲۶٪-) بر تعداد ساعات حضور در فیس‌بوک تأثیر علی دارند یعنی هر چه سن بیشتر شود، حضور بیشتر شده اما هر چه کار فرد زمان بیشتری بگیرد حضورش در فیس‌بوک کمتر می‌شود. همچنین تنها رابطه شغل با ارتباطات مرجح در فیس‌بوک معنادار است و رگرسیون

❖ ۶۰. مطالعات فرهنگ - ارتباطات

نشان می‌دهد که این متغیر بر ارتباطات مرجح تأثیر علی (۱۲ درصد) دارد. علاوه بر این متغیر تعداد دوستان تنها با جنسیت همبستگی معنادار دارد و این رابطه نیز علی (۰/۲۳-) است به این معنی که مردان تعداد دوستان بیشتری در فیس‌بوک دارند. متغیرهای جنسیت و تحصیلات با وضعیت پروفایل کاربر رابطه معنادار دارند اما تنها جنسیت بر این متغیر تأثیر علی (۲۵ درصد) دارد، یعنی پروفایل زنان بیشتر محافظت شده و خصوصی است. همچنین هیچ‌یک از متغیرهای جمعیت‌شناختی با میزان فعالیت در فیس‌بوک رابطه معنادار ندارد. حال در گام آخر تأثیر علی متغیرهای جمعیت‌شناختی بر متغیرهای روان‌شناختی را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم تا مدل علی تحقیق کامل شود. از بین متغیرهای جمعیت‌شناختی تنها جنسیت و شغل با برون‌گرایی همبسته هستند، اما تنها جنسیت بر برون‌گرایی تأثیر علی (۱۸ درصد) دارد. همچنین تنها متغیر جنسیت با پذیرش همبستگی معنادار دارد و این رابطه علی نیز هست (۱۷ درصد). متغیرهای تحصیلات و جنسیت با روان رنجوری نیز رابطه معنادار دارند اما تنها متغیر جنسیت بر این متغیر تأثیر علی (۱۲ درصد) دارد. در نهایت شغل نیز با خطرپذیری رابطه معنادار دارد اما این رابطه علی نیست. حال با توجه به این روابط و با استفاده از نرم‌افزار Amos 23 مدل علی تحقیق را ترسیم می‌کنیم. نتایج آزمون برازش مدل (RMSEA) نشان می‌دهد که مقدار این مشخصه برابر با (۳۶ درصد) است و مدل تحقیق برازنده است.



مدل شماره ۱. مدل علی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مقاله، مشخص ساختن عوامل تأثیرگذار بر جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک بود. برای رسیدن به این هدف ما تأثیر سه دسته از عوامل جمعیت‌شناختی، میزان استفاده از فیس‌بوک و ویژگی‌های روان‌شناسانه را بر جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه کاربری فیس‌بوک مورد آزمون قرار دادیم تا در نهایت مدل علی تحقیق را ارائه کنیم. پیش از ارائه مدل علی تحقیق نیز آمار توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق را ارائه دادیم.

آمار توصیفی مربوط به جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک نشان داد که حضور کاربران ایرانی در فیس‌بوک به‌طور زیادی به زندگی واقعی آنها وابسته است. همچنین میزان اعتیاد به فیس‌بوک بین این کاربران پایین است و آنها از فیس‌بوک بیشتر برای در ارتباط بودن با دوستان قدیمی و واقعی خود که از قبل با آنها در تماس بوده‌اند، استفاده می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت کاربران ایرانی با حضور در فیس‌بوک یکسره از زندگی واقعی جدا نمی‌شوند؛ بلکه از آن برای تسهیل روابط اجتماعی خود در دنیای واقعی بهره می‌برند. اما آمار توصیفی ویژگی‌های روان‌شناسی کاربران نشان داد که در بسیاری از موارد بین کاربران تضاد وجود دارد، برای مثال در عین اینکه کاربران خود را پرشور می‌دانند، اما خود را پرانرژی در نظر نمی‌گیرند که عجیب است و نیاز است تحقیقات بعدی در این زمینه عمیق‌تر شده تا چرایی این مسئله روشن شود. به دلیل اینکه دغدغه ما در این تحقیق بر جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک متمرکز بود، نتایج مربوط به ویژگی‌های روان‌شناسانه به همین شکل نیاز ما را برآورده می‌سازد.

مدل علی تحقیق، تمامی عوامل تأثیرگذار بر جنبه‌های روان‌شناختی - اجتماعی کاربری فیس‌بوک را نشان می‌دهد و می‌تواند تصویری کامل از این مسئله در اختیار ما قرار دهد. در این مدل، متغیرهای جمعیت‌شناختی تحصیلات، محل سکونت و وضعیت تأهل حذف شده‌اند چراکه با هیچ‌یک از متغیرهای دیگر رابطه معنادار نداشته‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این متغیرها تأثیری بر جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی کاربری فیس‌بوک نه به شکل مستقیم و نه به شکل غیرمستقیم ندارند. البته انتظار ما این بود که این متغیرها بر برخی از متغیرهای دیگر تأثیر داشته باشند، اما می‌توان گفت متغیر تحصیلات و محل سکونت، به دلیل اینکه اکثر اعضای نمونه در یک طبقه جمع شده‌اند رابطه تأثیرگذار بر دیگر متغیرها نداشته‌اند. بنابراین، بهتر است تحقیق با نمونه بزرگتر و تنوع بیشتر تکرار شود تا مشخص شود آیا این نتیجه به این دلیل رخ داده یا این متغیرها در آن صورت هم تأثیر علی ندارند. همچنین بین متغیرهای جمعیت‌شناختی، جنسیت مهم‌ترین متغیر است چراکه بر شش متغیر دیگر تأثیر علی دارد و به شکل مستقیم بر متغیر هویت مجازی اثرگذار است و به شکل غیرمستقیم نیز بر سه

متغیر نهایی اثر دارد. بعد از جنسیت، شغل بر سه متغیر دیگر اثر دارد و هم به شکل مستقیم و هم غیرمستقیم بر متغیرهای نهایی تأثیرگذار است. پس از این دو، سن قرار دارد که تنها بر تعداد ساعات حضور در فیس‌بوک اثر علی دارد.

براساس نتایج می‌توان گفت که زنان برون‌گراتر، با پذیرش بیشتر و دارای ثبات عاطفی کمتر هستند. همچنین آنها تعداد دوستان کمتری در فیس‌بوک دارند و پروفایل آنها بیشتر به شکل خصوصی است و در دسترس عموم قرار ندارد. علاوه بر این، زن‌ها بیشتر پروفایل خود را به عنوان هویت مجازی خود در نظر گرفته و به آن توجه دارند. بنابراین، در اینجا مشخص می‌شود که بازنمایی خود توسط کاربران ایرانی در فیس‌بوک چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی بین زنان و مردان دارد.

همچنین، افرادی که شغلشان زمان بیشتری می‌گیرد، تعداد ساعات کمتری در فیس‌بوک هستند و دوستان کمتری هم دارند. افراد در سنین بالاتر نیز وقت بیشتری در فیس‌بوک می‌گذرانند. این نتایج همگی با توجه به نظریه استفاده و خشنودی قابل تبیین است. درواقع نیازهای افراد شاغل و همچنین افراد مسن با یکدیگر اساساً متفاوت است و همین نیازهای متفاوت است که موجب تغییر در نوع استفاده آنها از فیس‌بوک می‌شود.

از بین متغیرهای مربوط به ویژگی‌های روان‌شناسانه نیز، خودشیفتگی با هیچ‌یک از متغیرها رابطه علی یا معلولی نداشت و از مدل حذف شد. در بین متغیرهای دیگر روان‌رنجوری و خطرپذیری هر کدام بر چهار متغیر دیگر اثر علی داشتند. یافته‌ها نشان می‌دهد که نقش جبرانی فیس‌بوک برای افراد روان‌رنجور بیشتر است و این افراد اعتیاد بیشتری به فیس‌بوک دارند. همچنین این افراد بیشتر به بازنمایی خود در فیس‌بوک می‌پردازند و پروفایلشان نیز محافظت شده‌تر است. فیس‌بوک برای افراد خطرپذیر هم بیشتر نقش جبرانی دارد و آنها نیز بیشتر به بازنمایی خودشان در فیس‌بوک متمایل هستند. جامعه‌پذیری افراد خطرپذیر هم در فیس‌بوک بیشتر است و آنها اعتیاد بیشتری به حضور و استفاده از فیس‌بوک دارند. همچنین افراد با آگاهی بیشتر که هدفمند هستند، اعتیاد کمتری به فیس‌بوک دارند. افراد برون‌گراتر نیز تعداد دوستان بیشتری در فیس‌بوک داشته و جامعه‌پذیری بالاتری نیز دارند.

افرادی که تعداد ساعات بیشتری در فیس‌بوک هستند، بیشتر به بازنمایی خودشان علاقه‌مندند و جامعه‌پذیری بالاتری در این سایت دارند، همچنین اعتیاد آنها به فیس‌بوک بیشتر است. علاوه بر این فیس‌بوک برای آنها نقش جبرانی بالاتری دارد. تعداد دوستان در فیس‌بوک بر همه جنبه‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی فیس‌بوک تأثیر دارد. به این معنی که کاربران که دوستان بیشتری در فیس‌بوک دارند، بیشتر به بازنمایی خود علاقه‌مندند، جامعه‌پذیرترند، اعتیاد بیشتری به فیس‌بوک دارند و پروفایل خود را چون هویت مجازی خودشان در نظر

می‌گیرند. همچنین فیس‌بوک برای آنها جنبه جبرانی بیشتری دارد. اما افرادی که پروفایل محافظت شده‌تری دارند و پروفایل آنها عمومی نیست، بیشتر پروفایل خود را هویت مجازی خود می‌دانند و همچنین بیشتر به بازنمایی خود راغب هستند.

نتایج بالا تصویری شفاف و کامل از وضعیت ویژگی‌های روان‌شناختی - جامعه‌شناختی فعالیت کاربران ایرانی در فیس‌بوک به‌دست می‌دهد. ما در این تحقیق تلاش کردیم که تا جای ممکن مدل تحقیق جامعیت داشته باشد و همه عوامل را در نظر بگیرد. یافته‌های تحقیق نیز با منطق و تجربه زیسته ما در فیس‌بوک منطبق و مورد انتظار بوده است. بنابراین هر چند این تحقیق از محدودیت‌هایی چون عدم تعمیم‌پذیری و محدود بودن به دانشجویان برخوردار است، اما نتایج منطقی و قابل قبول بوده و می‌تواند در تبیین رفتار کاربران ایرانی مورد استفاده قرار بگیرد.

منابع و مأخذ

- چیت‌سازقمی، محمدجواد (۱۳۸۳). **هویت دینی جوانان در ایران**، در مبانی نظری هویت و بحران هویت، به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- دوران، عباس و منوچهر محسنی (۱۳۸۳). **هویت، رویکردها و نظریه‌ها**، در مبانی نظری هویت و بحران هویت، به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- رسول‌زاده اقدم صمد، پویان احیایی، صمد عدلی‌پور و مریم سهرابی (۱۳۹۳). «تحلیل رابطه حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و انزوای اجتماعی در بین جوانان شهر تبریز»، **توسعه اجتماعی**، شماره ۴: ۱۵۴-۱۳۳.
- صفاری‌نیا، مهرناز؛ علی‌محمد مزیدی و مجید صفاری‌نیا (۱۳۹۵). «مقایسه شایعه پراکنی اینترنتی و خودشیفتگی در بین کاربران فیس‌بوک، اینترنت و افراد غیر کاربر اینترنت». **دو فصلنامه شناخت اجتماعی**، شماره ۹: ۸۰-۶۶.
- کرمانی، حسین، یوسف پاکدامن و محمد آشتیانی (۱۳۹۵). «مطالعه عوامل ترجیح پیام‌رسان فوری تلگرام بر دیگر برنامه‌های مشابه توسط کاربران ایرانی»، **فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه**. شماره ۱۸.
- کستلز مانوئل (۱۳۸۰) **عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای**، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: نشر طرح نو.

- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism. **Journal of Research in Personality**, 40(4), 440-450.
<https://doi.org/10.1016/j.jrp.2005.03.002>
- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. **Computers in Human Behavior**, 26(6), 1289-1295.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. **Psychological Science**, 21(3), 372-374. <https://doi.org/10.1177/0956797609360756>
- Bodroža, B., & Jovanović, T. (2016). Validation of the new scale for measuring behaviors of Facebook users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU). **Computers in Human Behavior**, 54, 425-435. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.032>
- Bouchard, T. J., & McGue, M. (2003). Genetic and environmental influences on human psychological differences. **Journal of Neurobiology**, 54(1), 4-45.
<https://doi.org/10.1002/neu.10160>
- boyd, danah m., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), 210-230.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brown, R. P., & Zeigler-Hill, V. (2004). Narcissism and the non-equivalence of self-esteem

- measures: A matter of dominance? **Journal of Research in Personality**, 38(6), 585–592. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2003.11.002>
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. **Personality and Social Psychology Bulletin**, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Campbell, W. K., Foster, C. A., & Finkel, E. J. (2002). Does self-love lead to love for others? A story of narcissistic game playing. **Journal of Personality and Social Psychology**, 83(2), 340–354. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.2.340>
- Chafetz, Glenn, Frankel Benjamin & Michael Spirtaz (۲۰۱۲) **Origins of National Interests**, Routledge.
- Denzin, N. K. (2017). **Sociological Methods: A Sourcebook**, 6th edition. Routledge.
- Eloranta, J., Kermani, H., & Rahimi, B. (2016). Facebook Iran: Social Capital and the Iranian Social Media. In D. M. Faris & B. Rahimi (Eds.), **Social Media in Iran: Politics and Society after 2009** (pp. 19–41). Brooklyn, NY: SUNY.
- Emmons, R. A. (1987). Narcissism: Theory and measurement. **Journal of Personality and Social Psychology**, 52(1), 11–17. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.11>
- Eranti, V., & Lonkila, M. (2015). The social significance of the Facebook Like button. **First Monday**, 20(6). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i6.5505>
- Goffman, E. (1959). **The presentation of self in everyday life**. New York: Anchor Books.
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. **Bulletin of Science, Technology & Society**, 30(6), 377–386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- InternetWorldStats.com (2016) IRAN (Islamic Republic of), retrieved at 2 October, 2016.
- John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm Shift to the Integrative Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Conceptual Issues. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), **Handbook of personality: Theory and research** (pp. 114-158). New York, NY: Guilford Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. **Computers in Human Behavior**, 31, 351–354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Kuo, T., & Tang, H.-L. (2014). Relationships among personality traits, Facebook usages, and leisure activities – A case of Taiwanese college students. **Computers in Human Behavior**, 31, 13–19. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.019>
- Laughey, D. (2007). **Key themes in media theory**. Maidenhead: McGraw Hill / Open University Press.
- Lee, E. W. J., Ho, S. S., & Lwin, M. O. (2017). Explicating problematic social network sites use: A review of concepts, theoretical frameworks, and future directions for communication theorizing. **New Media & Society**, 19(2), 308–326. <https://doi.org/10.1177/1461444816671891>
- Matthews, Gerald; Deary, Ian J.; Whiteman, Martha C. (2003). **Personality Traits** (2nd Ed.). Cambridge University Press.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. **Journal of Applied Developmental Psychology**, 29(6), 446–458. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>
- McCord, B., Rodebaugh, T. L., & Levinson, C. A. (2014). Facebook: Social uses and anxiety.

- Computers in Human Behavior**, 34, 23–27. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.020>
- McQuail, D. (2010). **McQuail's Mass Communication Theory. Book**. London: SAGE Publications.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. **Emerging Adulthood**, 3(1), 55–64. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Milošević-Đorđević, J. S., & Žeželj, I. L. (2014). Psychological predictors of addictive social networking sites use: The case of Serbia. **Computers in Human Behavior**, 32, 229–234. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.018>
- Moore, K., & McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. **Computers in Human Behavior**, 28(1), 267–274. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.09.009>
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. (2011). Toward a New(er) Sociability: Uses, Gratifications and Social Capital on Facebook, In Papathanassopoulos, Stelios (Ed.) **Media Perspectives for the 21st Century**, Routledge.
- Patra, S. K. (2015). Online Participation and Self-presentation in Social Networking Sites: A Study of Selective Users of India. **Journal of Creative Communications**, 10(1), 89–104. <https://doi.org/10.1177/0973258615569968>
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. **Journal of Personality and Social Psychology**, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. **Computers in Human Behavior**, 27(5), 1658–1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Shiota, M. N., Keltner, D., & John, O. P. (2006). Positive emotion dispositions differentially associated with Big Five personality and attachment style. **The Journal of Positive Psychology**, 1(2), 61–71. <https://doi.org/10.1080/17439760500510833>
- Tkach, C., & Lyubomirsky, S. (2006). How Do People Pursue Happiness?: Relating Personality, Happiness-Increasing Strategies, and Well-Being. **Journal of Happiness Studies**, 7(2), 183–225. <https://doi.org/10.1007/s10902-005-4754-1>
- Wang, J.-L., Jackson, L. A., Zhang, D.-J., & Su, Z.-Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students' uses of social networking sites (SNSs). **Computers in Human Behavior**, 28(6), 2313–2319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.001>
- Weidman, A. C., Fernandez, K. C., Levinson, C. A., Augustine, A. A., Larsen, R. J., & Rodebaugh, T. L. (2012). Compensatory internet use among individuals higher in social anxiety and its implications for well-being. **Personality and Individual Differences**, 53(3), 191–195. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.03.003>
- Yen, J.-Y., Yen, C.-F., Chen, C.-S., Wang, P.-W., Chang, Y.-H., & Ko, C.-H. (2012). Social Anxiety in Online and Real-Life Interaction and Their Associated Factors. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, 15(1), 7–12. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0015>
- Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses; Predicting Facebook™ and Offline Popularity from Sociability and Self-Esteem, and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 14(1), 1–34. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x>

جوهرزدایی: تقلیل دین به عرفان‌های نوظهور مطالعه موردی: تحلیل گفتمان انتقادی برنامه‌های برگزار از شبکه بی‌بی‌سی فارسی

عارف دانیالی^۱، خدیجه آقائی^۲

چکیده

مقاله پیش‌رو با تحلیل گفتمان انتقادی ۲۴ برنامه از مجموعه برنامه‌های برگزار شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی می‌خواهد نشان دهد که چگونه گفتمان هژمونیک مسلط بر این مجموعه برنامه‌گفتمان سکولاریسم - سعی در القای این ایده دارد که دین در جهان معاصر تنها در شکل عرفان‌های نوظهور یا معنویت‌های شخصی می‌تواند به حیات خود ادامه دهد، دینی که از قلمروی عمومی غایب است. در راستای صورت‌بندی این شکل دین‌ورزی، از طریق دوقطبی‌سازی‌هایی همچون کارشناسان مدرن مراجع سنتی، عرفان - فقه، گوهر دین - مناسک دین، فردگرایی - مرجعیت‌گرایی می‌کوشد از تمامی عناصری که در میان دینداران سنتی همچون ذاتیات و مسلمات فرض شده، جوهرزدایی کند. «دین‌پیرایی» و «دین‌زدایی» دو رویکردی است که سکولاریسم برای جوهرزدایی از دین بکار می‌گیرد. تحت این رویه جوهرزدایی است که دین به چیزی نحیف و خنثی بدل می‌شود و دیگر در زندگی اجتماعی همچون پدیداری عینی قابل تشخیص نخواهد بود.

واژه‌های کلیدی

سکولاریسم، جوهرزدایی، دین‌پیرایی، دین‌زدایی، تحلیل گفتمان انتقادی

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۷/۰۶

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۱۸

۱. استادیار گروه فلسفه و حکمت اسلامی، دانشکده علوم انسانی و تربیت بدنی، دانشگاه گنبد کاووس (نویسنده مسئول)
arefdanyali@nbad.ac.ir

۲. استادیار گروه زبان‌های خارجه، دانشکده علوم انسانی و تربیت بدنی، دانشگاه گنبد کاووس
aghaee@gonbad.ac.ir

مقدمه

مجموعه برنامه‌های پرگار در شبکه بی‌بی‌سی فارسی، میزگرد اندیشه است که به مباحث گوناگون از منظر تئوریک و روشنفکری می‌پردازد و مخاطبان خویش را از میان نخبگان فرهنگی و دانشجویان و تحصیلکردگان جامعه برگزیده است. این مجموعه برنامه، مدلی موفق از برنامه‌های گفت‌وگومحور است که کوشیده افرادی را که در رأس هرم فکری جامعه ایران، افغانستان و تاجیکستان (ممالک فارسی زبان) قرار دارند به مخاطبان ثابت خویش تبدیل نماید و در نتیجه، خود را همچون یک «برند» در میان آنها معرفی کند. این برنامه‌ها به دو شکل اجرا می‌شوند: گاه در پتل اول، دو کارشناس حضور دارند و در پتل دوم از دو شخص به‌عنوان نماینده مخاطبان برنامه درخواست می‌شود که در حین بحث، پرسش‌های خود را از کارشناسان برنامه مطرح سازند. گاه نیز در برنامه‌ها پتل دومی وجود ندارد و در عوض، تنها سه کارشناس در برنامه حضور می‌یابند. تأکید مجری برنامه (داریوش کریمی) بر آن است که هیچ محدودیتی در دعوت کارشناسان وجود ندارد و تنها دو شرط در مورد آنها لحاظ می‌شود: یکی تخصص و سخنوری و دیگری اختلاف مواضع آنها با یکدیگر تا مباحث به‌صورت چالشی و مناظره بین کارشناسان مطرح شود. اما طبق یک اصل نانوشته، این موضع‌ها تا آنجایی می‌توانند از یکدیگر فاصله بگیرند و متفاوت باشند که به اصول مسلم پارادایم سکولاریسم خدشه‌ای وارد نسازند؛ از یک‌سو حضور کارشناسان سنت‌گرا چنان اندک است که تأثیری بر صدای هرژمونیک کارشناسان سکولار ندارد. از سوی دیگر، این کارشناسان سنتی نیز تا آنجایی حضور می‌یابند که بر جدایی دین از سیاست (اصل سکولار) اذعان کنند. بدین ترتیب، سنت‌گرایان با سکولارها همراه می‌شوند. مرز و محدوده ایده‌های برنامه پرگار را این اصول تعیین می‌کنند. اساساً همواره گفتمان‌های هرژمونیک با ادعای «جامعیت» سعی در سرپوش نهادن بر «غیبت‌ها و فقدان‌ها» دارند.

یکی از اهداف پوشیده این برنامه که ادعای بی‌طرفی و عینیت‌گرایی دارد، به چالش کشیدن گروه‌های مرجع سنتی تحت لوای ترویج ایده‌های روشنگری غرب است که در قامت سکولاریسم، خود را به نمایش می‌گذارد. درواقع، به نظر می‌رسد یکی از اهداف اساسی برنامه پرگار این است که «گروه‌های مرجع سکولار» را جایگزین «گروه‌های مرجع سنتی و مذهبی» کند. سوئیه مطایبه‌آمیز قضیه در اینجا است که برنامه‌ای که در بسیاری مواقع «تجربه قدسی» را نشانه گرفته، خود به شکل مستتر و خاموش، تجربه سکولاریسم را همچون امری مقدس از در پشتی وارد صحنه می‌کند. برای مخاطبان از هر چیزی افسون زدایی می‌شود جز این تجربه؛ این دقیقاً همان چیزی است که برای همیشه همچون یک راز باقی می‌ماند و هرگز از آن پرده‌افکنی نمی‌شود. تنها باید بسان امری بدیهی پذیرفته و بکار گرفته شود. اتاق فکر این برنامه که از

جوهرزدایی: تقلیل دین به عرفان‌های نوظهور... ❖ ۶۹

مشاوره کارشناسان زبده و متخصص بهره می‌گیرد، پیشاپیش با مجهز ساختن مجری برنامه به دانشی گسترده در حیطه مباحث مطرح شده، سعی می‌کند خط سیر برنامه را به نحوی طبیعی و خاموش جهت‌دهی کند و این خصلت هرگونه گفتمان هژمونیکی است که امور تصنعی را به رویه‌ای طبیعی مبدل می‌سازد. مواجهه بنیادین با این برنامه یعنی تخریب طبیعی انگاشتن این اصول. بهترین روش برای رسیدن به چنین هدفی «تحلیل گفتمان» است زیرا به زعم نگارندگان، ستیز میان شرق و غرب، جدال میان گفتمان‌هاست. از این‌رو، انتخاب چنین روشی چندان اختیاری و دلخواهانه نیست، بلکه از ضرورتی معرفت‌شناختی ناشی شده است. تعداد برنامه‌هایی که تحلیل گفتمان شده‌اند، حدود ۲۴ برنامه است که معیار انتخاب آنها، نزدیکی موضوعی آنها با مباحث مطروحه است. این مقاله دو هدف بنیادین را دنبال می‌کند:

۱. به چالش کشیدن دعوی عینیت و بی‌طرفی این برنامه و نشان دادن ایده‌های سکولاریستی حاکم بر آن. جوهرزدایی از دین و تقلیل آن به عرفان زمینی (که شاخص آن همان عرفان‌های نوظهور است) از پیش فرض‌های بنیادین این برنامه‌ها است.

۲. نشان دادن این نکته که سکولاریسم یک گفتمان موضعی، موقتی و تاریخی متعلق به عصر روشنگری است که می‌کوشد خود را همچون امری فراتاریخی، جهان شمول و طبیعی بر تمامی فرهنگ‌های پیرامونی تحمیل سازد. نتیجه آنکه، برآیند نهایی برنامه‌های گوناگون پرگار، نه دستیابی به یک عینیت معرفتی، بلکه تقلیل کارکرد دین به عرفان‌های نوظهور است. به عبارت دیگر، گفتمان مسلط این برنامه اثبات این نکته است که دین در جهان معاصر تنها در شکل عرفان‌های نوظهور یا معنویت‌های شخصی می‌تواند به حیات خویش ادامه دهد. به‌منظور این بادهات‌زدایی و نفی دعوی عینیت‌گرایی سکولاریسم، پرسش‌های این پژوهش مفصل‌بندی می‌شود:

۱. دال‌های مرکزی گفتمان‌های حاکم بر برنامه پرگار کدام‌اند تحت چه دقایقی مفصل‌بندی می‌شوند؟

۲. گفتمان‌های هژمونیک کدام‌اند و چه غیریت‌هایی را بر می‌سازند؟

پیش‌انگاره‌های پژوهش

غالب موضوع‌گیری‌های متفاوت کارشناسان برنامه از دو شق خارج نیستند:

۱. دین‌زدایی: حذف و انکار دین و تجربه قدسی از ساحت زندگی بشر به نام خرافه و وهم.
۲. دین‌پیرایی (اصلاح دین): بدین‌گونه قواعد و هنجارهای دینی تا بدانجا جرح و تعدیل شوند که با اقتضائات مدرنیته و سکولاریسم سازگاری و هماهنگی پیدا کنند. باید متذکر شد که در بسیاری مواقع، کارشناسان از مرزهای «دین‌زدایی» عبور نمی‌کنند یعنی افراطی‌ترین شکل

ممکن را اتخاذ می‌کنند. هر دو شق در پیوند مستمر با یکدیگرند: اصلاحات در دین آن‌قدر پیش می‌رود که دیگر چیزی از جوهرهٔ دین باقی نمی‌ماند. بدین معنا، اصلاحات مقدمه‌ای است برای انکار دین دو سازوکار «دین‌زدایی» و «دین‌پیرایی» به‌طور دقیق همان شیوه‌هایی هستند که گفتمان سکولاریسم در مواجهه با دین و تجربه‌های قدسی اتخاذ نموده است و نگارندگان در تحلیل برنامه‌های پرگار کوشیده این ترفندهای دوگانه را آشکار سازد. چگونگی بسط فرایند «اصلاح دین» در گفتمان سکولاریسم را می‌توان با مفهوم «ادغام حذفی» که فوکو از آن سخن می‌گوید، روشن ساخت؛ به اعتقاد فوکو، گفتمان مسلط با ادغام و جذب «دیگری» در خود، آن را جوهرزدایی و با این استحاله، حذف می‌نماید. این دوگانه «جذب / حذف» را می‌توان با مثالی توضیح داد؛ یوگا طریقی معنوی در آیین بودیسم است، اما سکولاریسم غربی با جدایی آن از زمینه معنوی و آئینی‌اش و با تقلیل آن به کالایی ورزشی و شگردهایی آرامش‌بخش، یوگا را درون خویش ادغام می‌کند. این ادغام، بیش از آنکه بیانگر پذیرایی کثرت‌گرایانه باشد، نوعی فروکاستن و تقلیل «آئین به کالا و ورزش» و استقرار در چرخهٔ بازار برای عرضه به مشتریان است. نتیجهٔ چنین ادغامی، طرد و حذف است و دست آخر، «یوگای بدون یوگا» باقی می‌ماند مانند قهوهٔ بدون کافئین. با این اوصاف، در فضای استعاری سکولاریسم، به نام اصلاح دین، چنان تغییراتی در آن ایجاد می‌شود که دیگر از هستهٔ بنیادین و حقیقی‌اش هیچ نشانی باقی نمی‌ماند و بیشتر به «ایسم‌های مدرن» شباهت پیدا می‌کند تا آئین‌های مقدس و آسمانی. با چنین استحاله‌ای، دیگر چندان تفاوتی بین «مذهب» و «عرف» یا «ادیان» و «مکاتب فکری مدرن» وجود نخواهد داشت. کندوکاو تاریخی در سکولاریسم آشکار می‌سازد که پروتستانیزم با داعیهٔ «دین‌پیرایی»، مقدماتی برای ظهور سرمایه‌داری و در نتیجه «انکار دین» فراهم کرد؛ ماکس وبر در کتاب «اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری» پیوند «اصلاح» و «انکار» را شرح می‌دهد؛ در واقع، اصلاحات به تدریج آن‌قدر دین را لاغر و نحیف می‌سازد و آن‌را محدود و محصور می‌کند و به حاشیه می‌برد که سرانجام ضرورت وجودی‌اش انکار می‌شود. زیرا وقتی همه چیز از اختیار و مدیریتش خارج شود، حس بی‌نیازی از دین تشدید می‌شود و از لحاظ روانی، اجتماعی و سیاسی شرایط برای فراموشی آن محقق می‌گردد.

مبانی نظری

ظهور سکولاریسم در تاریخ: دین‌زدایی یا دین‌پیرایی؟

سکولاریسم مرده‌ریگ چند سدهٔ گذشتهٔ فرنگیان است که نصیب و بهره‌ای از آن به ما شرقیان نیز سرایت کرده است؛ سکولاریسم را به «عرفی‌سازی» یا «دنیوی‌سازی» تعبیر کرده‌اند، اما

درباره فهم معنا و دقایق آن، اختلاف فراوان است و اجماع مفهومی درباره آن وجود ندارد. از این رو، نگارندگان، برای تحلیل و تحدید خصایص و مفاهیم سکولاریسم به نحوه ظهور آن در تاریخ غرب توجه نشان داده است: فهم مراحل گذار و انتقال از عالم مسیحیت به زیست جهان مدرن.

مشکل جریان‌های روشنفکری (حاضر در برنامه پرگار) این است که از چشم‌انداز مدرنیته غربی به فرهنگ‌های پیرامونی نظر می‌افکنند و نوعی دوقطبی «مرکز - حاشیه» را بر می‌سازند و بنابراین، به‌ورطه «اروپامحوری» فرو می‌غلطند و اروپا را مرکز جهان و فرهنگ آن را برتر از دیگر فرهنگ‌ها می‌پندارند. همان‌گونه که روزگاری هگل (فیلسوف آلمانی) آفریقا را «بخش غیرتاریخی جهان» نامید (شاهمیری، ۱۳۸۹: ۷۱). روشنفکران در فضایی جهان‌شمول زندگی می‌کنند؛ فضایی که نه به مرزهای ملی محدود است و نه به هویت‌های قومی، نژادی و دینی.

غافل از اینکه دلیستگی‌هایشان حول منش و مزاج اروپاییان مفصل‌بندی شده است. جستجو در تاریخ آشکار می‌سازد که سکولاریسم به دو طریق در زندگی انسان غربی پدیدار گشته است: یکی اصلاح دین و دیگری انکار دین البته می‌توان نشان داد که اولی (صلاح) مقدمه‌ای برای دومی (انکار) بوده است. در اینجا مراد، نتایج جریان دین‌پیرایی در غرب به روایت ماکس وبر در کتاب اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری است که سرانجام پروتستانیتسم (به‌عنوان جریان اصلاحی مسیحیت) به سرمایه‌داری ختم شد.

نگارندگان نیز در مقاله پیش‌رو به این دو جنبه توجه نشان می‌دهد. همان‌گونه که کارشناسان برنامه‌های پرگار به یکی از این دو طیف تعلق خاطر دارند.

الف) نهضت اصلاح دین: پروتستانیتسم به روایت ماکس وبر؛ از دید ماکس وبر، ظهور مارتین لوتر در سده ۱۶ میلادی انقلابی عظیم در مسیحیت کاتولیک ایجاد کرد و با برپایی نهضت اصلاح دینی، طریقی جدید از سبک زندگی ایمانی ترویج شد که مقدمه‌ای برای ظهور سرمایه‌داری و نظام سکولار غربی گشت. یکی از نقاط افتراق نهضت اصلاح دینی (پروتستانیتسم) با کاتولیسیم «القای کامل امکان آموزش از طریق کلیسا و شعائر دینی» بود: «انسان عصر اصلاح برای دستیابی به مهم‌ترین هدف زندگی یعنی رستگاری مجبور بود راه خود را به تنهایی بییماید تا با سرنوشتی که از ازل برای او مقدر شده بود روبه‌رو گردد. هیچ‌کس نمی‌توانست به او کمک کند: نه کشیش، زیرا فرد برگزیده، کلام خدا را فقط با روح خودش درک می‌کند؛ نه آئین مذهبی، نه کلیسا زیرا گرچه این اعتقاد وجود داشت که فوق کلیسا هیچ رستگاری نیست، به این معنی که فردی که از کلیسا دوری کند هرگز در شمار برگزیدگان خدا قرار نخواهد گرفت، کلیسای ظاهری لعنت‌شدگان را نیز در بر می‌گرفت» (وبر،

۱۳۸۵: ۱۲۱). پرواضح است که به نام اصلاح دین، ضرورت و محوریت گروه مرجع سنتی یعنی «کشیش»، «مناسک» و «شعائر دینی» و سرانجام، نهاد مدنی مذهبی یعنی «کلیسا» انکار شد. مقدمات شکل‌گیری «دین‌ورزی بدون مرجعیت و فقاقت، فاقد مناسک و نهاد» فراهم شد. حذف سوبیه عینی و بیرونی دین سبب شد که مؤمن مسیحی با احساس بی‌سابقه تنهایی درونی مواجه شود زیرا مقدر شده بود که تنها از «ایمان درونی و شخصی» اش به رستگاری نائل شود و هیچ مرجع، نهاد یا مناسک جمعی نمی‌توانست همراهی اش کند. این «تنهایی در مسیر رستگاری و آموزش» نطفه «فردگرایی مدرن» را با خود حمل می‌کند و راه را برای درک دین همچون «معنویت شخصی و درونی» می‌گشاید.

بدین ترتیب، در نهضت اصلاح دینی هیچ‌گونه سبک زندگی خاص مؤمن که در قالب مناسک و شریعت، او را متمایز از جامعه بی‌دینان کند وجود نداشت؛ گویی وجه مؤمنانه به جنبه‌های باطنی زندگی انتقال یافته بود. وبر درک کالون درباره فقدان «سبک زندگی مؤمنانه» را این‌گونه توضیح می‌دهد: «کالون این گمان را که می‌توان از رفتار دیگران به برگزیدگی یا ملعنت آنها پی برد، از اساس به‌عنوان کوششی ناموجه برای افشای اسرار خدا مردود می‌داند. برگزیدگان در این جهان به هیچ وجه در ظاهر با لعنت‌شدگان تفاوتی ندارند و حتی تمام تجربیات ذهنی فرد برگزیده برای فرد لعنت‌شده نیز - به‌مثابه روح مقدس کاذب - ممکن است؛ بنابراین، برگزیدگان، کلیسای نامرئی خدا هستند و خواهند بود» (وبر، ۱۳۸۵: ۱۲۶). به بیان پیروان کالون، آنها باید در «کلیسای نامرئی» خویش معتکف شوند: به دور از ظهور عینی - اجتماعی، عناد دائمی سکولاریسم با «دین سیاسی» است. نقد مستمر برنامه‌های پرگار شبکه بی‌بی‌سی فارسی از اسلام سیاسی (که معرف حقیقی آن، انقلاب شیعی ایران است) را در همین راستا می‌توان تحلیل کرد؛ همان‌چیزی که توجه هانری کربن (فیلسوف متاله فرانسوی) را به خود جلب کرده بود: «آنچه کربن در مطالعه‌اش درباره معنویت شیعی عیان می‌سازد، آن است که چگونه در اشکال خاصی از اسلام این جهان، آستانه جهان روحانی است؛ جادادن روحانیت در بدن، خواه یک نوع دوآلیسم را حفظ کند خواه نه، امر معنوی را به امر مادی و سیاست بدن پیوند می‌زند» (Carrette 2000: 139)، ملاحظه می‌شود که اسلام فقاقتی در تقابل با باطنی‌گرایی لوتر عمل می‌کند.

به اعتقاد وبر، این نگاه باطنی و انزوای درونی فرد موجب «سحرزدایی» از جهان شد. زیرا مناسک، یادگار شیوه‌های جادویی خرافه‌آلودی بود که از جهان شرک و ظلمت باقی مانده بود. از این رو، «یک پیوریتان اصیل هرگونه آئین مذهبی را در تدفین نزدیک‌ترین و عزیزترین کسان خود نادیده می‌گرفت و آنان را بدون سرود و تشریفات مذهبی به خاک می‌سپرد تا از بروز هرگونه خرافه و اعتقاد به تأثیر جادو و مناسک در آموزش جلوگیری کند» (وبر، ۱۳۸۵: ۱۲۲).

جوهرزدایی: تقلیل دین به عرفان‌های نوظهور... ❖ ۷۳

ملاحظه می‌شود که «مناسک دینی» هم‌رتبه با «اوراد جادویی» دانسته می‌شوند. پروتستان‌ها با شعار «بازگشت به کتاب مقدس»، مرجعیت نهاد مذهبی (کلیسا) بر نهادهای دنیوی و مدنی را به چالش کشیدند و گروه‌های مرجع سنتی را وادار به عقب‌نشینی از قلمروی عمومی کردند و این امر، راه را برای اقتدار نهادهای دنیوی و استقلال آنها از نهادهای مذهبی مهیا کرد.

ب) جنبش دین‌زدایی: عصر روشنگری

پروتستان‌ها با به حاشیه راندن دین مناسکی و نهادین، برپیمان باطنی و وجدانی فرد با خدا تأکید کردند و در این رابطه درونی با خدا، مؤمن ملزم به پاسخگویی به هیچ‌کسی نبود. این نگاه، به نیروی فرد در برابر قدرت کلیسا یا نهاد مذهبی برتری می‌بخشد؛ فردی که به تنهایی ارتباط خود با خدا را کنترل می‌کند و می‌تواند در دومین گام به کنترل قلمروهای رهیده از چیرگی قدرت‌های پیشین دست یازد. این تحول مذهبی در مورد فرد را که به لائیسیته یا سکولاریسم ختم می‌شود، می‌توان این‌گونه توضیح داد: «در آغاز راه، «فرد» تنها نام چارچوبی است که حراست از تجربه دینی را در برابر دست‌انداзهای قدرت سیاسی ممکن می‌گرداند. با این همه، این چارچوب فردی مایه‌ور می‌شود و در آینده لازم می‌آید که از آن، هم در برابر دولت و هم در برابر قدرت روحانیت مسیحی، دفاع کرد. چنین است معنای «لائیسیته مدرن» (تزوردوف، ۱۳۸۷: ۶۲). بدین ترتیب، قدرت نهادهای مذهبی که با اصلاحات پروتستانیسم متزلزل شد، با ظهور روشنگری از هم فرو پاشید و غرب وارد مرحله لائیسیته یا سکولاریسم شد: سوژه سکولار زاده شد.

روزگاری پروتستان‌ها معتقد بودند که فرد در تنهایی و بدون کمک کشیش، کلیسا، مناسک و شریعت می‌تواند فقط از طریق وحدت با مسیح به رستگاری برسد اما اکنون در عصر روشنگری، دیگر فرد حتی به مسیح هم نیازی ندارد. اما روشنگری چه بود؟ کانت (فیلسوف آلمانی) در تعریف روشنگری می‌نویسد: «روشنگری، خروج آدمی است از نابالگی به تقصیر خویشتن خود و نابالگی، ناتوانی در بکارگرفتن فهم خویشتن است بدون هدایت دیگری». در اینجا کانت، سوژه روشنگری را سوژه بالغی می‌داند که فرد بدون هیچ‌گونه نظارت عالی‌ه‌ای و بدون کمک هیچ‌کسی (حتی کشیش و کلیسا) می‌تواند زندگی خویش را راه برد و با تکیه بر نیروهای خویشتن به سعادت و نیک نامی برسد. از همین روست که در ادامه کانت می‌نویسد: «دلیر باش در بکار گرفتن فهم خویشتن! این است شعار روشنگری» (کانت، ۱۳۷۷: ۱۷). «شجاعت در بکارگیری فهم خویش» بیانگر نوعی «عقل‌خودبنیاد» است که به هیچ مرجعی بیرون از خود تعبد و سرسپاری ندارد: «این واژه Rasonieren تنها به هرگونه کاربرد عقلی اشاره ندارد، بلکه مرادش عقلی است که هیچ غایتی غیر از خودش ندارد: Rasonieren همان عقل برای خود عقل است» (Foucault, 1997: 306). اصرار افراطی بر خودمختاری سبب می‌شود که دیگر حق قانونگذاری از مذهب به خود فرد انتقال پیدا

کند؛ به نحوی که آدمی تنها از قوانینی پیروی نماید که فقط خودش ساخته و آفریده است و از جانب سنت یا خدا وضع نشده باشد: «هم عهد شدن بر سر قانون اساسی مذهبی پایداری که کسی هرگز نتواند در آن تردید روا بدارد، حتی اگر چنین توافقی فقط به دوران زندگی یک انسان محدود باشد، یک سره ممنوع است» (کانت، ۱۳۷۷: ۲۴). بدین ترتیب، اندیشمندان روزگار روشنگری از نقش قانونگذاری دین برای آدمیان سلب صلاحیت می‌کنند. نتیجه آنکه دیگر، نهادهای دینی اِشرافی بر نهاد قضاوت نخواهند داشت. با این اوصاف، چیزی به نام حقوق شرعی یا قوه قضائیه دینی وجود نخواهد داشت و قوانین مستخرج از وحی انکار می‌شوند: اگر در جهان سنت، خداوند شارع و قانونگذار بود، اکنون انسان خودبنیاد، منقطع از ایمان، خود قوه مقننه می‌شود. به موازات استقلال نهاد قضاوت، نهاد آموزش نیز از کنترل نهادهای مذهبی خارج شد. همچنین، اندیشمندان روشنگری از نوعی «اخلاق خودبنیاد» دفاع نمودند که هرگز وامدار شرع و آئین نبود. در پایان، اصول سکولاریسم که ذیل سازوکار «دین‌پیرایی» و «دین‌زدایی» مفصل‌بندی شده، در جدولی عرضه می‌شود تا بعد بتوان این اصول را در بررسی موردی برنامه‌های پرگار نقطه‌گذاری کرد و به نحو موضعی و مشخص نشان داد.

جدول ۱. جمع‌بندی اصول سکولاریسم بر مبنای «دین‌پیرایی» و «دین‌زدایی»

شریعت یا فقه جزو ضروریات دین نیست.
مناسک، به جوهره دین تعلق ندارند و از عوارض آن محسوب می‌شوند.
نهادهای مذهبی همچون کلیسا عاملی ضروری در رستگاری فرد نیستند. فرد در تنهایی خویش به رستگاری می‌رسد.
مرجعیت یا گروه‌های مرجع سنتی (مانند کشیش یا روحانی)، عارضه دین هستند.
دین، نوعی معنویت شخصی است.
دین عرفانی بر دین فقهاتی رجحان دارد.
چیزی به نام «سبک زندگی مؤمنانه» متمایز از «سبک زندگی مدرن» وجود ندارد. دین باید با الزامات مدرنیته سازگاری یابد.
دین از سیاست جداست و امر مقدس به قلمروی عمومی تعلق ندارد.
هویت فرد منفک از هویت دینی است.
انسان شارع است و نه خداوند. بنابراین، نهاد قضاوت از نهادهای مذهبی مستقل است. قوانین انسانی برجای قوانین الهی نشست.
انسان سکولار، حقوق‌مدار است و نه تکلیف‌محور.
نهادهای مذهبی هیچ‌گونه اِشرافی بر نهادهای آموزش ندارند و نظام آموزش و پرورش از نظام ایدئولوژیک جداست.
«اخلاق خودبنیاد» جایگزین «اخلاق دین‌بنیاد» شد.
نهادهای مدنی و کارشناسان به جای نهادهای مذهبی مدیریت جامعه را در دست گرفتند. لذا دیگر از مدیریت دینی یا اقتصاد و بانکداری دینی و غیره خبری نیست.

روش پژوهش

تحلیل گفتمان از فوکو به لاکلاو و موفه

گفتمان^۱ در معنای بکارگرفته شده در این پژوهش، برساخته میشل فوکو است. براساس تعریف فوکو، «هرگفتمان رشته‌ای از قاعده‌ها و قانون‌ها، شکل‌ها، موضوع‌ها و فراشدهایی است که هم موضوع گزاره‌ها را مشخص می‌کند (آنچه دیده می‌شود، آنچه درباره‌اش حرف می‌زنیم) و هم موقعیت عامل، سوژه یا بکاربرنده گزاره‌ها را مشخص می‌کند (آن هویت‌هایی که ما آگاهانه یا به‌طور ناآگاه برای خودمان و عاملان گزاره‌ها در جریان کردار و ارتباط اجتماعی فرض می‌کنیم)» (احمدی، ۱۳۸۴: ۱۶۱-۱۶۰). این پیش‌فرض‌ها و قاعده‌های گفتمانی به‌طور تاریخی شکل گرفته‌اند و در دوره‌های تاریخی گوناگون، دستخوش تغییر و دگرگونی می‌شوند. از این‌رو، دیرینه‌شناسی^۲ که روش بررسی گفتمان است از «شرایط امکان شکل‌گیری تاریخی یک گفتمان» پرسش می‌کند. به تعبیر دیگر، پرسش دیرینه‌شناسی عبارت است از اینکه: «تحت چه قواعد و پیش‌فرض‌هایی یک گفتمان امکان ظهور می‌یابد» (فوکو، ۱۳۸۰: ۴۷). نکته مهم از نظر فوکو، کشف شیوه‌هایی است که در آنها، یک گفتمان قاعده‌مند یا منظم می‌شود. این پرسش بسیار بنیادین است زیرا حتی دو متن مشابه اما با پیش‌فرض‌ها و قاعده‌های متفاوت، معنای متفاوتی می‌یابند. لاکلاو و موفه در اینجا اصطلاح «مفصل‌بندی^۳» را بکار می‌گیرند: نحوه متفاوت پیوند و اتصال بین گزاره‌ها، حکم‌ها و مفاهیم است که هویت‌ها و معانی متفاوت و تازه را پدیدار می‌سازد. هیچ «معنای ذاتی» وجود ندارد و یک کلمه خودش نمی‌گوید که چگونه باید در ارتباط با دیگر نشانه‌ها برای معنی‌دار شدن قرار داده شود بلکه این کار از طریق مفصل‌بندی ممکن می‌شود. در این زمینه لاکلاو و موفه در کتاب هژمونی و استراتژی سوسیالیستی می‌نویسند: «مفصل‌بندی را به هر کرداری اطلاق می‌کنیم که میان عناصر (مختلف) رابطه‌ای ایجاد می‌کند که در آن، هویت آنها در نتیجه این کردار مفصل‌بندی تغییر می‌کند. کلیتی را که در نتیجه کردار مفصل‌بندی حاصل می‌شود، گفتمان می‌نامیم» (لاکلاو و موفه، ۱۳۹۳: ۱۷۱). برای مثال، دموکراسی دالی مرکزی است که در گفتمان سوسیالیسم با عناصری مانند عدالت، دستمزد منصفانه کارگران، بدون مالکیت خصوصی و اقتصاد تمرکزگرای دولتی مفصل‌بندی شود، اما در گفتمان لیبرالیسم، همین مفهوم با نشانه‌هایی همچون آزادی، پارلمان، بازار آزاد رقابتی، حقوق بشر و مشروعیت‌بخشی به مالکیت خصوصی پُر می‌شود. در همین‌جا، از این سخن که هر دالی محصول مفصل‌بندی‌های

1. Discourse

2. Archeology

3. Articulation

خاص است، می‌توان نتیجه گرفت که هر دالی، دال سیال است. زیرا اگر معانی پیشاپیش تثبیت شده باشند، دیگر سازوکار مفصل‌بندی، زائد و بیهوده می‌نماید؛ مفصل‌بندی، دلالت بر گشودگی و ناتمامی دال‌ها و نوسان دائمی بست آنها و تعیین‌های چندجانبه دارد. دال مرکزی^۱ دالی است که مفصل‌بندی‌های گوناگونی ممکن است حول آنها شکل گیرد. به عبارت دقیق‌تر، دال مرکزی با مفصل‌بندی‌های متکثری می‌تواند استقرار یابد، از همین‌رو، مدام در معرض جابه‌جایی و فروپاشی است. لذا یک نشانه هم ممکن است دال مرکزی باشد و هم دال سیال بدین معنا که وقتی از حیث «نقطه تبلور بودن در یک گفتمان خاص» در نظر گرفته شود، دال مرکزی خوانده می‌شود اما اگر از حیث «مبارزه بین گفتمان‌های مختلف برای تثبیت معنا» لحاظ شود، دال سیال نامیده می‌شود. بر این اساس، به جای سخن از «سوژه» باید بر «مواضع سوژگی در یک ساختار گفتمانی» تأکید کرد. درباره موضع یا موقعیت سوژه نیز لاکلاو می‌گوید: «موقعیت سوژه سربه‌سر معلول یک جبر ساختاری است (یا معلول قاعده‌ای است که با آن هم‌ارز است) هیچ آگاهی جوهری خودبنیادی بیرون از ساختار، ساخته نمی‌شود و قوام نمی‌یابد» (لاکلاو، ۱۳۸۵: ۱۲۹). پرواضح است که وقتی هر سوژه‌ای به منزله سوژه‌ای از یک گفتمان شکل یابد و اساساً سوژه / انسان فراگفتمانی وجود نداشته باشد، آن‌گاه بنابر دیدگاه فوکو در کتاب «نظم اشیاء» به محض فروپاشی و انحلال یک گفتمان انسان نیز محو خواهد شد همچون شن‌های منقوش بر ساحل (Foucault, 2005: 224). اساساً «معناداری» یا «بی‌معنایی» تنها درون یک محدودیت گفتمانی ساخته می‌شود. تمامی رویدادهای غیرگفتمانی برای اینکه فهمیده شوند و وارد جهان انسانی شوند، باید در گفتمان‌ها جای گیرند. جهان بیرون من، فقط وقتی به شکل گفتمان درآید، به معنای حقیقی کلمه برای من وجود خواهد داشت. هیچ تقدیر پیشاگفتمانی وجود ندارد که جهان را در اختیار ما قرار دهد. این دوقطبی «وجود-لاوجود» به ویژگی «کردارهای تقسیم‌کننده» ارجاع دارد که از دید فوکو خصیصه همیشگی هر گفتمانی است؛ قواعد گفتمانی تعیین می‌کنند که از «چه چیزی» و «چگونه» می‌توان سخن گفت و از چه چیزی نمی‌توان سخن گفت؛ بدین معنا، گفتمان هم موجب «محدودیت» است و هم علت «آشکارگی» فوکو درباره «کردارهای تقسیم‌کننده» که موجب ظهور «دو قطبی‌ها» می‌شوند، چنین توضیح می‌دهد: «در دومین بخش از کارم، ابژه کردن سوژه را در آنچه می‌توانم «کردارهای تقسیم‌کننده» بنامم، مطالعه کردم. سوژه یا در درون خودش تقسیم می‌شود یا از دیگران جدا می‌شود. این فرایند، سوژه را به یک ابژه بدل می‌کند.

جوهرزدایی: تقلیل دین به عرفان‌های نوظهور... ❖ ۷۷

تقسیم‌بندی میان دیوانه و انسان دارای سلامت روان، میان بیمار و فرد سالم، و میان مجرم و «بچه خوب» مثال‌های این گرایش‌اند» (فوکو، ۱۳۸۹: ۴۰۸).

اصطلاح کردارهای تقسیم‌کننده فوکو در زبان لاکلاو و موفه به «آنتاگونیسم» و «دیگربودگی» تعبیر می‌شود. از دید آنها، آنتاگونیسم گفتمان‌ها بدین معناست که هیچ گفتمانی بدون یک دیگری / مخالف / دشمن شکل نمی‌گیرد یا هر هویت گفتمانی براساس «دیگری» ساخته می‌شود. «غیریت‌سازی» برای هویت‌یابی است: «من آن چیزی هستم که دیگری نیست». هر اجماع جهان‌شمولی، از نوعی آنتاگونیسم پنهان و خطرناک تبعیت می‌کند که براساس سازوکار «منطق هم‌ارزی» عمل می‌کند که به اعتقاد لاکلاو و موفه بر امحای تفاوت‌ها (حوزه گفتمان‌گونگی) بنا شده و با تحمیل یکدستی، گروه‌بندی‌های اجتماعی را برمی‌سازد (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۳: ۸۵). درواقع، هر گروه‌بندی مبتنی بر منطق هم‌ارزی است. یکدست‌سازی هویتی مثل این است که همه «رنگین‌پوستان» را ذیل مقوله «سیاه‌پوست» دسته‌بندی کنیم. سیالیت هویتی و تکثیر در منطق هم‌ارزی نفی می‌شود و همه چیز صلب و یکدست تصور می‌شود. سازوکار هم‌ارزی در روابط بین گفتمانی بدین گونه رخ می‌دهد که گاه در دوره مشخص، گفتمانی چندان نیرومند است که قاعده‌های ساختاری برخی از گفتمان‌های دیگر را همانند خود می‌کند. برای مثال، گفتمان مسیحیت در قرون وسطا چنین نیرویی داشت. فوکو در کتاب «نظم اشیاء»^۲ روش‌های همانند میان اقتصاد سیاسی، زبان‌شناسی و تاریخ طبیعی را به بحث گذاشته است (Foucault, 2005).

لاکلاو و موفه سلطه یک گفتمان بر گفتمان‌های دیگر را «هژمونی» می‌نامند. از دید لاکلاو و موفه، غایت تحلیل گفتمان، فروپاشی گفتمان‌های هژمونیک است؛ این فروپاشی از طریق نشان دادن «تصادفی بودن و غیرضروری بودن مفصل‌بندی عناصر گفتمان هژمونیک» ممکن می‌شود زیرا معانی برای همیشه تثبیت نشده‌اند. تحلیل گفتمان همان کارکردی را دارد که واسازی^۳ در فلسفه دیدا: «واسازی نیز عملی است که نشان می‌دهد مداخلات هژمونیک تصادفی‌اند. یعنی ممکن بود این عناصر به شکل متفاوتی با یکدیگر ترکیب شوند» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۳: ۹۱).

در پایان باید بدین نکته اشاره کرد که هر گفتمانی برای استقرار و تثبیت به دنبال «تقلیل حالت‌های ممکن یا تحدید معانی احتمالی» است؛ این تقلیل به دو طریق «برون‌زا» و «درون‌زا» ممکن می‌شود: تثبیت از طریق تقلیل برون‌زا همان چیزی است که هژمونی نامیده شد و منجر به

1. The Logic of Equivalence
2. The Order of Things
3. Deconstruction

«تثبیت بیناگفتمانی» می‌شود: گفتمان هژمونیک، باقی امکان‌ها و حالت‌های گفتمانی را طرد می‌کند و خود را یگانه امکان معرفی می‌کند. همان چیزی که پیش‌تر در سازوکار غیریت‌سازی توضیح داده شد. تقلیل درون‌زا یا «تثبیت درون گفتمانی» هم از طریق تبدیل «عناصر» به «دقایق»^۲ «دقایق» گفتمانی محقق می‌شود: عناصر، دال‌هایی هستند که مستعد پذیرش انبوهی از معانی هستند و خصلتی کاملاً حادث و اتفاقی دارند، اما مفصل‌بندی گفتمانی با تبدیل آنها به دقایق، معانی احتمالی را حذف کرده و خصلتی تک‌معنایی بدانها می‌بخشد و بدین‌ترتیب، گفتمان‌ها از درون تثبیت و یکدست می‌شوند و به سمت فضایی تمرکزگرا حرکت می‌کنند. درواقع، عناصر، سوژه پنهان «رویدادوارگی» گفتمان‌ها را برملا می‌سازند و دقایق، مهار و مدیریت این رویداد وارگی‌هاست؛ گفتمان، هر عنصر پیش‌بینی‌ناپذیر و نابهنگامی را در خویش منحل می‌کند. هژمونی و دقیقه‌سازی دو شیوه استقرار نظام واحد معنایی هستند که در برابر تغییر از بیرون و از درون مقاومت می‌کنند. آنها «تاریخ همچون رویداد» را به «تاریخ همچون ضرورت» فرو می‌کاهند. نگارندگان در این بخش کوشید که از طریق تبیین بنیادین تحلیل گفتمان لاکلاو و موفه، مفاهیم کلیدی این روش را نیز توضیح دهد (جدول ۲). اکنون با این توضیحات می‌توان برخی از پرسش‌های محوری‌ای که در تحلیل گفتمان برنامه‌های پرگار بکار گرفته شده، تشریح کرد.

جدول ۲. تعریف مفاهیم کلیدی

عناصر	نشانه‌هایی هستند که مستعد کثرت معانی هستند و هنوز تحت معنای واحدی تثبیت نشده‌اند. لذا سوژه رویدادگی و حادث‌بودن گفتمان را برملا می‌سازند.
دقایق	عناصری هستند که تحت مفصل‌بندی ویژه‌ای از حالت چندمعنایی به هویتی تک‌معنایی تقلیل یافته‌اند. این تقلیل برای تثبیت معنایی و مهار سیالیت نشانه‌ها و عبور از چندصدایی به تک‌صدایی در یک گفتمان است.
دال مرکزی	نشانه ممتازی است که دیگر نشانه‌ها در نسبت یا حول آن معنا می‌یابند.
دال سیال	هر دالی، دال سیال است از آن حیث که گفتمان‌های مختلف برای معنابخشی به آن با یکدیگر در پیکار و ستیزند. دال‌های سیال به آنتاگونیسم یا تخصم میان گفتمان‌ها اشاره دارد.
مفصل‌بندی	کرداری است که بین عناصر رابطه برقرار می‌کند به نحوی که هویت یا معنای این عناصر تغییر کند. هر معنایی محصول نوعی مفصل‌بندی است. مفصل‌بندی در تقابل با «ذات‌گرایی هویتی یا معنایی» مطرح می‌شود.
غیریت‌سازی مبتنی بر کردارهای تقسیم‌کننده یا منطبق هم‌ارزی	هر گفتمانی با تکیه بر سازوکار برجسته‌سازی و طرد می‌کوشد قوت‌های خویش را برجسته کند و بر ضعف‌های خود سرپوش نهد و در مقابل، سوژه‌های مثبت و متکثر گفتمان‌های رقیب را طرد و آنها را همچون «غیرهایی خطرناک» بازنمایی کند. بدین‌ترتیب، گفتمان هژمونیک خود را به‌عنوان «گفتمانی بی‌بدیل» معرفی می‌کند.

1. Elements

2. Moments

ادامهٔ جدول ۲. تعریف مفاهیم کلیدی

فضای استعاری	فضایی آرمانی یا تخیلی است که گفتمان‌های مختلف ذیل آن خود را صورت‌بندی می‌کنند.
منطق هم‌ارزی	سازوکاری است که براساس آن، گروه‌بندی‌هایی ساخته می‌شود که تفاوت میان افراد یک گروه نادیده گرفته می‌شود و شبیه‌سازی‌های انتزاعی میان امور متفاوت و نامتجانس ایجاد می‌شود. غایت زنجیرهای هم‌ارزی، معنابخشیدن به دال‌های کلیدی است.
هژمونی	سلطهٔ یک گفتمان بر گفتمان‌های رقیب است که ظهور بدیل‌های دیگر را ناممکن می‌کند.
مواضع سوژگی گفتمانی	گفتمان‌ها موقعیت‌هایی را برای مردم طراحی می‌کنند که مردم آنها را به‌عنوان سوژه اشغال می‌کنند. این مواضع برخاسته از جایگاه پایگانی مختلف است که برخی را به‌عنوان «مرجع صدور معنا» و برخی دیگر را همچون «افراد عادی» تعیین می‌بخشد. به عبارتی دیگر، برخی به حقیقت گفتمانی دسترسی دارند و همچون گروه مرجع تعیین می‌شوند و برخی دیگر از چنین مرجعیتی محروم‌اند. حتی گفتمان‌های برابری‌طلب هم دچار «نابرابری ساختاری» هستند؛ هر گفتمانی برسانندهٔ دوقطبی «مواضع سوژگی فرادست» و «مواضع سوژگی فرودست» است.

منبع: لاکلاو و موفه: ۱۳۹۳

تحلیل گفتمان یافته‌های برنامه‌های پرگار

کارشناسان مدرن در برابر مراجع سنتی

در فرایند سکولاریزه کردن دین، مهم‌ترین گام نفی مراجع سنتی است در یکی از برنامه‌های پرگار با موضوع «حقوق حیوانات» در روایت اول به این نکته اشاره می‌شود که مسئله حقوق حیوانات در میان مراجع سنتی هیچ‌گونه موضوعیتی نداشته است. از این‌رو به یکی از مصداق‌های آن یعنی «رنج و درد حیوانات» توجهی نشان داده نشده است. فقیه (به‌عنوان یکی از مصادیق مراجع دینی) هیچ‌گاه به این گزاره نیندیشیده که «حیوان درد می‌کشد». به‌زعم کارشناس نخست، این غفلت مرجعیت دینی از تألمات حیوانات باید با معیار مدرن «کاهش رنج» تعدیل شود و لذا نتیجه می‌گیرد که با تبعیت از این سنجه می‌توان «ذبح شرعی» را که با رنج شدید حیوان همراه است کنار نهاد و آئین قربانی در مراسم حج را به سبب خشونت علیه حیوانات حذف نمود. روایت اول بر «پویایی فقه» و ضرورت اصلاح آن تأکید می‌کند و این پویایی و اصلاحات را به سازگاری با ملازمات مدرنیته نسبت می‌دهد و خواهان آن می‌شود که فقها برای تعیین مصداق‌ها به کارشناسان مدرن رجوع کنند و خود را با دستاوردهای علوم جدید تطبیق دهند. نتیجهٔ بلافصل این نگاه، کاهش اقتدار فقها در حوزهٔ عمومی و دنباله‌روی از نهادهای دنیوی است، زیرا دیگر در جوامع مدرن، پاسخ‌ها از مراجع گوناگون غیردینی می‌آیند، برخلاف جهان سنت که جواب پرسش‌هایش را از مرجع سنتی طلب می‌کرد. کارشناس دوم گامی پیش‌تر می‌نهد و معتقد است دین‌خوبی اسلامی، منشأ حیوان‌ستیزی و نگاه خصمانه به حیوان است، زیرا اسلام انسان را اشرف مخلوقات می‌داند و باقی موجودات عالم از جمله حیوانات را ابزاری برای کامیابی و سعادت آدمی معرفی می‌کند. همین شکاف و نابرابری سبب خشونت است که در مراسم حج به شکل «نمایش خون» و رزمایش

توحش علیه حیوانات عینیت می‌یابد. لذا نتیجه می‌گیرد که باید از نگاه مرجع فقهی به حیوانات خارج شد و با تلقی داروینستی به جهان حیوانات نظر کرد؛ نگرشی که حیوان و انسان را از یک جنس و گوهر برمی‌شمرد و نه متعلق به دو ساحت متفاوت. داروینسم همان چیزی است که در علوم جدید (خاصه زیست‌شناسی مدرن) همچون دستاوردی خدشه‌ناپذیر فرض شده است. به‌زعم این کارشناس، اصالت داروینسم در همین رعایت حیوانات است. هر دو کارشناس، به‌رغم اختلافات ظاهری، بر یک اصل اتفاق دارند: پذیرش مرجعیت کارشناسان مدرن مسئله اینجاست که در برنامه «حقوق حیوانات» کارشناس دوم به خطرهای داروینسم توجهی ندارد: داروینسم نگرشی افقی به هستی دارد و همه موجودات را در عرض یکدیگر قرار می‌دهد اما فقه برآمده از معرفتی است که در ساختار سلسله‌مراتبی عالم برخی از موجودات را بر برخی دیگر برتری می‌نهد. البته این نگرش ربطی به تبعیض و بی‌عدالتی در هستی ندارد، زیرا هر چند انسان اشرف مخلوقات و خلیفه خداوند بر زمین خوانده می‌شود اما به میزان جایگاه رفیعش مسئولیت سنگینی بر دوش نهاده شده که به تعبیر قرآن اگر به کوه می‌سپردند کوه با تمامی عظمتش متلاشی می‌شد. قصور در این مسئولیت، تبعات سنگینی دارد به نحوی که در جهان دیگر، خاسران آرزو می‌کنند. ای کاش [مانند حیوانات] خاک می‌شدند! پرواضح است که این نابرابری به «نابرابری مسئولیت‌ها» میان انسان و حیوان ختم می‌شود.

جدول ۳. مفاهیم تحلیل گفتمان با محوریت «تقابل کارشناسان با مراجع سنتی»

مفصل‌بندی دقایق گفتمان داروینسم (دین‌زدایی)	نگرش افقی هستی، هم‌سرشتی انسان و حیوان، عدم استفاده ابزاری از حیوان، رویکرد اخلاقی به حیوان
مفصل‌بندی دقایق گفتمان فقه پویا (دین‌پیرایی)	اومانیسیم، نفی ذبح شرعی، نفی آئین قربانی، ملازمت فقه با مدرنیته، اقتدای فقیه به کارشناسان مدرن، کارشناسان و متخصصان همچون گروه‌های مرجع
مفصل‌بندی دقایق گفتمان فقه سنتی (دین‌زدایی)	نگرش عمودی به هستی، انسان همچون اشرف مخلوقات، نابرابری میان موجودات، ذبح شرعی، آئین قربانی
دال مرکزی گفتمان داروینسم	حیوان‌دوستی
دال مرکزی گفتمان فقه پویا	حیوان‌دوستی
دال مرکزی فقه سنتی	حیوان‌ستیزی
دال سیال	حقوق حیوانات
گفتمان‌های هژمونیک	داروینسم، فقه پویا
غیرگفتمان داروینسم و فقه پویا	فقه سنتی
مواضع سوژگی گفتمان داروینسم	داروینست، دانشمند علوم تجربی
مواضع سوژگی گفتمان فقه پویا	اومانست، کارشناسان و تکنیسین‌های مدرن
مواضع سوژگی گفتمان فقه سنتی	روحانیون سنتی، فقیه، متشرع

جدول ۴. غیریت‌سازی مبتنی بر کردارهای تقسیم‌کننده یا منطق هم‌ارزی

واژگان مثبت: «خود»	نگرش افقی به هستی	هم‌سرشتی انسان و حیوان	استفاده نکردن ابزاری از حیوان	رویکرد اخلاقی داروینیسیم به حیوان	نفی ذبح شرعی و آئین قربانی	اقتدای فقیه به کارشناسان مدرن
واژگان منفی: «دیگری»	نگرش عمودی به هستی	تمایز جوهری انسان و حیوان	حیوان در خدمت سعادت انسان	رویکرد غیراخلاقی فقه به حیوان	ذبح شرعی و آئین قربانی	فقیه همچون گروه مرجع

اسلام عرفانی در برابر اسلام فقهی

استحاله فقه براساس موازین مدرنیته منطق فراگیر حاکم بر برنامه‌های پرگار است که دائم تکرار می‌شود. اگر در برنامه‌های فوق‌الذکر، فقه در برابر علوم تجربی و کارشناسان مدرن ناگزیر به عقب‌نشینی شد، اکنون شاهد رنگ‌باختن فقه در برابر عرفان هستیم. در برنامه «رستگاری»، کارشناس دوم خصومت میان ادیان را به فقه نسبت می‌دهد و معتقد است تمامی مرزگذاری‌ها میان ادیان خط‌کشی‌های فقهی است و حکم ارتداد را فقها رایج کردند و گرنه عرفا هرگز به انحصارگرایی و طرد دیگری تن نمی‌دادند و راه‌های رسیدن به خدا را به تعداد آدمیان می‌دانستند. بدین ترتیب، عرفان تکثرگرا در برابر فقه دگماتیک قرار می‌گیرد و اسلام فقه‌ای به نام اسلام عرفانی انکار می‌شود از همین منظر، در برنامه «حافظ‌شناسی»، برای نشان دادن تقابل عرفان با فقه، کارشناس اول همواره به دشمنی حافظ عارف با فقها اشاره می‌کند و حافظ را تصویرگر چهره عبوس فقیه می‌داند. بدین ترتیب، مخالفت حافظ با فقهای زمانه‌اش را به عناد او با نهاد فقه‌تسری می‌دهد. در برنامه «اخلاق چیست؟»، کارشناس اول ریشه اخلاق‌ستیزی دینی را در فربه شدن فقه و استیلای قرائت فقهی از دین جستجو می‌کند و معتقد است برای مدنی‌شدن اخلاق باید به تفسیری عرفانی از دین دست یازید. در برنامه «دین و هنر» نیز کارشناس دوم فقه را «هنرستیز» می‌نامد اما در مقابل از رویکرد عرفانی سخن به میان می‌آورد که از منظر زیبایی‌شناختی به عالم نظر می‌افکند؛ فقها نقاشی‌ها و مجسمه‌ها را نشانه بدعت و شرک تلقی نمودند و آنها را نابود کردند. این فقها بودند که برای آفرینش هنری سد ایجاد می‌کردند و نه عرفا در مقابل، کارشناس اول پا را فراتر نهاده و معتقد است که فقط در خلاء احکام شریعت اسلام، هنر امکان بالندگی می‌یابد و تاریخ، راوی تنش مدام میان اسلام و هنر است. بدین ترتیب، در برنامه‌های مختلف پرگار همواره بر شرور منبعث از فقه که دامن دین را آلوده است اصرار می‌شود؛ فقه، عامل خشونت علیه حیوانات، نفی اخلاق و انسان‌ستیزی، دگماتیسم، دشمنی با هنر و غیره است. در چنین

وضعیتی، حفظ دین در جهان مدرن بدون دور افکندنِ ردای فقه / شریعت ممکن نیست. در برنامه «عشق در شعر کلاسیک» کارشناس دوم به صراحت بدین نکته اشارت می‌کند که عرفا در برای خدای عبوس فقها، از خدای معشوق / دوست سخن گفتند و به جای رابطهٔ مبتنی بر اطاعت، بر رابطهٔ عاشقانه با خدا تأکید نهادند. بدین ترتیب، عرفان طریقی برای تلطیف مذهب و اصلاح آن بود. نتیجهٔ بلافصلِ تقابل اسلام عرفانی با اسلام فقهی، تقدس‌زدایی از مناسک و زائد شمردن آنهاست؛ زیرا در اینجا عرفان معادل معنویت‌گرایی محض و شخصی گرفته می‌شود و فقه با قشری‌گرایی و ظاهرگرایی مناسک محور یکی انگاشته می‌شود. در واقع، عناد با فقه راهی برای ستیز با مناسک است.

جدول ۵. تحلیل گفتمان یافته‌ها با محوریت «اسلام عرفانی»

مفصل‌بندی دقایق گفتمان اسلام عرفانی (دین‌پیرایی)	تکثرگرایی سیاسی، فقدان انحصارگرایی، حقایق متکثر یا تکثرگرایی معرفتی، انسان‌گرایی، اخلاق مدنی، هنرپروری، معنویت‌گرایی شخصی، خدای معشوق، وحدت میان ادیان
مفصل‌بندی دقایق گفتمان اسلام فقه‌ای (دین‌زدایی)	تک‌صدایی، انحصارگرایی معرفتی و سیاسی، حقیقت واحد، اخلاق‌ستیزی، هنر ستیزی، خدای عبوس، حکم ارتداد، خصومت میان ادیان
دال مرکزی گفتمان اسلام عرفانی	تساهل‌گرایی
دال مرکزی گفتمان اسلام فقه‌ای	جزمیت‌گرایی
دال سیال	اسلام
گفتمان هژمونیک	اسلام عرفانی
غیرگفتمانی	اسلام فقهی
مواضع سوژگی گفتمان اسلام عرفانی	عارف، پلورالیست معرفتی، قائلین به وحدت الوجود، عاشق، اومانیست، فعال اخلاق مدنی
مواضع سوژگی گفتمان اسلام فقه‌ای	فقیه، متشرع، روحانی سنتی، اسلام‌گرای سیاسی، سوژه تکفیرگر، سوژه مدنیت‌ستیز

جدول ۶. غیریت‌سازی مبتنی بر کردارهای تقسیم‌کننده یا منطق هم‌ارزی

واژگان مثبت: «خود»	اسلام عرفانی	مصلحت انسانی	خدای معشوق	تکثرگرایی معرفتی	چند صدایی	هنرپروری	وحدت میان ادیان
واژگان منفی: «دیگری»	اسلام فقهی	حکم شرعی	خدای شارع	انحصارگرایی معرفتی	تک صدایی	هنرستیزی	خصومت میان ادیان

تقدس‌زدایی از مناسک

تشیع مذهبی است که در آن نمادها و مناسک جایگاه ویژه‌ای دارند. در برنامه «راز ماندگاری اسلام مناسکی و آئینی»، مجری برنامه با اشاره به این سخن امام خمینی بحث را آغاز می‌کند که: «این محرم و صفر است که اسلام را زنده نگه داشته است.»

کارشناس نخست برنامه با واکنش به این گفته، معتقد است که مناسک عاشورایی محصول شرایط تاریخی خاصی هستند و اساساً از دوره صفویه این مناسک نهادینه شده و مراسم عمومی به صورت دسته‌گردانی متعلق به دوران شاه عباس اول است. بدین ترتیب، با تأکید بر شأن تاریخی و عارضی این مناسک می‌کوشد از آنها ضرورت‌زدایی کند و در برابر امور ذاتی و جوهری دین کم‌اهمیت بخواند.

کارشناس دوم نیز به سویه دنیوی و سیاسی این مناسک اشاره می‌کند: شیعیان چون همواره در تاریخ در اقلیت بوده‌اند، همچون یهودیان برای تحکیم هویت و ایجاد همبستگی بین مؤمنان و تشدید عقاید، بر اجرای وسواس‌گونه مناسک اصرار می‌ورزیدند؛ نمایش جمعی و کارناوالی بودن مناسک، سبب تهییج و شورمندی گروهی برای فداکاری در راه جامعه می‌شد. در اجرای مناسک دو خصیصه همواره رعایت می‌شود: تکرار مدام و در جمع بودن. همین دو ویژگی به یهودیان و شیعیان در برابر دیگران قدرت و انسجام می‌بخشید. در ادامه این کارشناس تأکید می‌نماید که ارتباط این مناسک با متن قرآن بسیار ضعیف است و نمی‌توان ردپای آنها را در کتاب مقدس جستجو کرد. این مناسک، منبعث از وحی نیستند. درواقع، با نفی اصالت این مناسک، خاستگاه آنها خواست قدرت سیاسی و نیز هدف از آن التیام روان‌شناختی پیروان دانسته می‌شود.

کارشناس سوم نیز معتقد است مناسک شیعه به شکل تدریجی ساخته شده و همواره نیز در حال تغییر و تطور بوده و لذا در سرزمین‌های گوناگون و در زمان‌های مختلف، شکل اجرای این مناسک متفاوت بوده است. درواقع، این کلمات به طور ضمنی عمل شیعیان را در «تکرار وسواس‌گونه» مناسک بیهوده می‌خواند زیرا در خاستگاه هیچ‌گونه وحدت مشروع و ثابتی وجود ندارد که فرد بخواهد با تکرار آن در جهت حفظ و مانایی آن بکوشد. اصل و جوهر این مناسک، فی‌نفسه مخدوش است و اساساً هسته مقدسی برای تکرار وجود ندارد. در ضمن، به اعتقاد این کارشناس، بسیاری از این مناسک شیعی مانند قمه‌زنی، شرکت در غم یک شخص برگرفته از آئین مسیحیت است یا «جریده» به عنوان سنگین‌ترین عکم چیزی جز همان «صلیب» نیست! بنابراین، این مناسک به هیچ عنوان خاستگاه اسلامی ندارد.

کارشناس دوم در ادامه بر سویه عوامانه مناسک تأکید می‌کند: مناسک، دین را برای توده‌ها آشکار می‌سازد. جنبه انتزاعی دین بسیار محدود و تخصصی است و عوام نمی‌توانند

با آن ارتباط برقرار کنند. این سخنان، دین مناسکی را همچون جلوه‌ای سطحی و عارضی از حقیقت دین بازنمایی می‌کنند. اما مسئله اینجاست که به قول «کریستیان بوبن» معنویت‌گرایی بدون حضور در آئین و مناسک مانند «عشق به عمل درنیامده» است؛ باید آنچه در قلب نشیمن دارد، در مراسمی تعیین شود. مناسک، طریقی برای به اشتراک گذاشتن معنویت درون است. اما این کارشناس القاء می‌کند که همواره دریچه‌های قلبتان را بسته نگه دارید مبادا چیزی به بیرون درز کند و فضای جمعیت را مسموم کند. نتیجه فرودست‌شماری مناسک، نفی سوئه عینی و جمعی دین و انزوا و شخصی‌سازی امر مقدس است، به گونه‌ای که امکان ظهور در قلمروی عمومی را نداشته باشد. دین بدون مناسک همچون روح بدون بدن است که هیچ‌گونه تعیین و مکان‌مندی‌ای ندارد و شب‌ووار در تاریک خانه خویش از شعاع چشم‌ها غایب است. کارشناس سوم با آگاهی از خطرهای این کوچک‌شدن «جغرافیای ساحت قدسی» معتقد است که انسان سکولار هم خواهان ایجاد مناسک خاص خویش است تا بتواند در جهان مخاطره‌آمیز مدرن، راهی برای عبور از آلام و مصائب صعب بجوید و زخم‌ها و تنهایی‌ها را تاب آورد. اما دیگر این مناسک سکولار، هیچ جوهر مقدس و هیچ پیامبر آسمانی ندارد و از زمین و انسان جوشیده و نه خدا و ماوراء. بدین ترتیب، ما شاهد ظهور ادیان جدید دنیوی هستیم و «دین‌های تلفیقی» و عرفان‌های نوظهور شکل گرفته که اقتضای یک جامعه کثرت‌گراست. این دنیوی‌سازی مناسک مذهبی در برنامه‌های دیگر نیز تکرار می‌شود. برای مثال، در برنامه‌ای که به موضوع «جدایی ورزش از سیاست» اختصاص پیدا کرده، کارشناس سوم، تجربه‌های جمعی ورزش را تشبیه می‌کند به هیئت‌های مذهبی: مناسک هر دو گروه در مکان خاص، لباس خاص، شعار خاص با هدایت ویژه یک رهبر^۱ اجرا می‌شود و اسطوره‌ها و سنت‌های خاص خود را دارا هستند. بدین ترتیب، با توجه به سوئه روان‌شناختی - جامعه‌شناختی هیئت‌های مذهبی، آن را به «میل باهم بودن» پیوند می‌زنند و نه تجربه مشترک امر مقدس. به حاشیه‌راندن اسلام مناسکی منتهی به خلع ید از اقتدار مرجعیت و روحانیت می‌شود. زیرا آنها همواره به عنوان متولیان و ناظران بر مناسک شناسانده می‌شوند.

جدول ۷. تحلیل گفتمان یافته‌ها با محوریت «مناسک»

تاریخی یا عارضی بودن مناسک، سیاسی‌بودن مناسک، عامل همبستگی یا شورا فکری و التیام روان‌شناختی در میان اقلیت شیعی در تاریخ، ربط نداشتن مناسک با قرآن و سنت، دین توده‌ای و جلوه سطحی دین، مناسک‌گرایی همچون کنش جمعی اقتدارگرا، فقدان خاستگاه واحد و رونوشتی از مناسک مسیحی، هیئت‌های مذهبی همچون جمع تماشاگران یک تیم فوتبال	مفصل‌بندی دقایق گفتمان اسلام شعائری (دین‌زدایی)
کوچک‌شدن جغرافیای ساحت قدسی، مناسک زمینی، دین تلفیقی، جامعه کثرت‌گرا، عرفان مدنی، مناسک سازگار با اقتضائات مدرنیته، تقدس‌زدایی از مناسک با خوانش عرفانی از دین، دین همچون مکاتب مدرن	مفصل‌بندی دقایق گفتمان کیش شخصی (دین‌پیرایی)
مناسک اسلامی	دال مرکزی گفتمان اسلام شعائری
مناسک سکولار	دال مرکزی گفتمان کیش شخصی
مناسک	دال سیال
گفتمان کیش شخصی	گفتمان هژمونیک
گفتمان اسلام شعائری	غیرگفتمانی
متشرعان، روحانی سنتی، فقیه، اسلام‌گرای سیاسی، مداحان و روضه‌خوانان	مواضع سوژگی گفتمان اسلام شعائری
فعال مدنی، مددکار اجتماعی، پلورالیست سیاسی و معرفتی، پیروان ادیان تلفیقی، اعضای عرفان حلقه	مواضع سوژگی گفتمان کیش شخصی

جدول ۸. غیریت‌سازی مبتنی بر کردارهای تقسیم‌کننده یا منطق هم‌ارزی

واژگان مثبت: «خود»	معنویت درونی	کیش شخصی	ادیان تلفیقی	مکاتب مدرن	مناسک مطابق با اقتضائات مدرنیته و جامعه کثرت‌گرا
واژگان منفی: «دیگری»	مناسک جمعی	دین اجتماعی	ادیان ابراهیمی	سنت پیامبر	مناسک همچون کنش جمعی اقتدارگرا

عرفان‌های نوظهور: فردگرایی در برابر مرجعیت

یکی از اهداف پیگیرانه برنامه پُرگار، حذف یا تقلیل کارکرد مرجعیت در قلمروی دین است؛ در برنامه «اسلام شیعی بدون مرجعیت» کارشناس اول برنامه، معتقد است که در جامعه سنتی، اجتماع تابع دین است اما در جامعه مدرن، دین تابع اجتماع / مردم خواهد شد. همان‌طور که

جامعه تغییر می‌یابد، دین هم باید متحول و اصلاح شود. از این مقدمه نتیجه می‌گیرد که چون مرجعیت با اقتضائات فردگرایی و دموکراسی در جوامع مدرن همسویی ندارد و خواهان تقید و تقلید و اطاعت فرد از خویش است، ضروری است این نهاد به حاشیه رانده شود و دخالتش در زندگی مردمان به حداقل برسد. کارشناس دوم نیز در هم‌سخنی با این انگاره‌ها، خواهان تقلیل کارکرد نهاد مرجعیت به «حفظ هویت دینی» و «نظارت بر مناسک» است. چنین مرجعیتی، غیرسیاسی و حداقلی است. به اعتقاد او، یکی از دستاوردهای بزرگ مشروطه، عقب‌نشینی مرجعیت از بسیاری حوزه‌ها بود؛ برای مثال، نهاد قضاوت از کنترل آنها خارج شد و دارالفنون به‌عنوان نهاد عظیم آموزش عمومی، استقلال خویش را از این نهاد اعلام کرد. این اصلاحات اعمال شده بر نهاد مرجعیت، برآمده از روند مدرنیته و سکولاریزه‌شدن مشروطه‌خواهی در ایران بود زیرا در جهان مدرن، برخلاف قرون وسطا، نهاد دینی بر دیگر نهادها اشراف و استیلا ندارد. تمرکزگرایی سنتی، منافی دموکراسی مدرن است. همچنین در مدرنیته، مرجعیت تنها سخنگوی مذهب نیست و معنویت صداهاى متکثر یافته است. در فضای چندصدایی و فردگرایانه مدرن، تنها «مرجعیت‌گرایی حداقلی» می‌تواند به حیات خود ادامه دهد. پدیده عرفان‌های نوظهور با تأکید بر تکثرگرایی مذهبی، صورت غالب معنویت‌گرایی مدرن گشته است؛ عرفان‌های نوظهور، به‌جای تعبد دینی، بر امیال فردی مؤمنان متمرکز می‌شوند. آنها مدعی آزادی افراد از سلطه مراجع هستند.

با این اوصاف، در برنامه «عرفان‌های نوظهور در ایران»، کارشناس سوم معتقد است که در فضای فردگرایی مدرن، شهروندان اعتماد خویش را به نهاد سنتی مرجعیت از دست داده‌اند و دیگر دین خویش را از آنها طلب نمی‌کنند و با گرایش به عرفان‌های نوظهور و معنویت‌های جدید بر حق انتخاب فردی خویش پافشاری می‌کنند و رابطه معنوی را شکلی از رابطه شخصی با خدا می‌دانند که بی‌وساطت مرجعیت ممکن می‌شود، دینداری از مجرای رسمی مرجعیت عبور نمی‌کند. در چنین تلقی‌ای گویی هر چیزی نیاز به کارشناس و متخصص دارد جز دینداری و معنویت‌گرایی. به‌زعم این کارشناس، حتی در شهرهای مذهبی ایران همچون قم، عرفان‌های نوظهور در میان جوانان شیفتگان بسیار یافته بدان سبب که معنویت را از انحصار مرجعیت خارج ساخته و فردیت آنها را به رسمیت شناخته است. او به‌عنوان شاهد سخن خود از نفوذ عرفان حلقه در میان جوانان ایرانی یاد می‌کند. در امتداد همین نگاه است که کارشناس دوم معتقد است این عرفان‌های نوظهور به خود فرد امکان لمس خدا را می‌دهند و این تجربه ناب شخصی بیرون از خوانش مراجع جای می‌گیرد و لذت تفردی محض به او می‌بخشد.

جدول ۹. تحلیل گفتمان یافته‌ها با محوریت «تقابل فردگرایی با مرجعیت»

مفصل‌بندی دقیق گفتمان اسلام مرجعیت گرا (دین‌زدایی)	اجتماع تابع دین، اقتدارگرایی و ضدفردگرایی، متناقض با دموکراسی، کنترل مرجعیت بر نهاد های آموزش و قضاوت، تمرکزگرایی قدرت دینی، مرجعیت همچون سخنگوی انحصاری معنویت، فقها همچون گروه‌های مرجع، مرجعیت در تقابل با مدرنیته
مفصل‌بندی دقیق گفتمان معنویت‌گرایی فردگرایانه (دین‌پیرایی)	دین تابع اجتماع، مرجعیت حداقلی منحصر به فقه، مرجعیت غیرسیاسی، استقلال نهادهای مدنی، صداها ی متکثر معنویت، تقید مرجعیت به حقوق بشر و مدرنیته، مرجعیت همچون پدر معنوی، عرفان‌های نوظهور، معنویت فردگرا، الگوی فراماسونری مذهب، معنویت بدون دین، مذهب انسانیت
دال مرکزی گفتمان اسلام مرجعیت گرا	مرجعیت حداکثری
دال مرکزی گفتمان معنویت‌گرایی بدون مرجعیت	مرجعیت حداقلی
دال سیال	مرجعیت
گفتمان هژمونیک	گفتمان معنویت‌گرایی فردگرایانه
غیرگفتمانی	گفتمان اسلام مرجعیت گرا
مواضع سوژگی گفتمان اسلام مرجعیت گرا	ولی فقیه، مقلد، مجتهد، مشروطه‌خواه مشروعه، کارشناس دین، فقیه
مواضع سوژگی گفتمان معنویت‌گرایی فردگرایانه	کارشناسان و متخصصان مدرن، فراماسونر، اعضای حلقه‌های عرفان‌های نوظهور، مشروطه‌خواه سکولار، طریقت‌گرای بدون شریعت، صوفی، راهب، اومانیست

جدول ۱۰. غیریت‌سازی مبتنی بر کردارهای تقسیم‌کننده یا منطق هم‌ارزی

واژگان مثبت: «خود»	اصالت انسان	فردیت گرایی	دین حداقلی	حوزه خصوصی	عرفان‌های نوظهور	طریقت شخصی
واژگان منفی: «دیگری»	اصالت دین	مرجعیت گرایی	دین حداکثری	حوزه عمومی	اسلام مرجعیت‌گرا	شریعت عامه

رجحان عرفان زمینی / نوظهور بر عرفان کلاسیک

در بسیاری از برنامه‌های پرگار بر تقابل عرفان با فقه تأکید می‌شود و خوانش عرفا از دین، اخلاقی‌تر، انسانی‌تر و مسامحه‌گراتر از خوانش فقها پنداشته می‌شود. اما این نیمی از روایت پرگار درباره عرفان ایرانی است؛ آنجا که قرار است فقها از اریکه حشمت فرو افتند، عرفان در

جامهٔ زیبای ملاطفت پدیدار می‌گردد اما چون غرض حاصل شد، نوبت به سربريدن عرفان سنتی و سیمای معنوی عارفان می‌رسد. در برنامهٔ «تصوف و سیاست» کارشناس سوم از نوعی عرفان دفاع می‌کند که ریشه در سنت ایرانی ندارد و با اقتضائات مدرنیته و سکولاریسم سازگاری یافته است. بنابراین، آن شکلی از عرفان را که به نظریه ولایت فقیه ختم می‌شود منسوخ می‌داند. به زعم کارشناس دوم نیز مفهوم «ولایت» در نظریه ولایت فقیه، برآمده از سنت عرفانی (به‌طور مشخص ابن عربی) است. بدین ترتیب، آنجا که عرفان جهتی ولایی می‌یابد، نشانهٔ خشونت و تحجر دانسته شده که نه آزاده‌منشی در آن است و نه لطافت و ذوق زیبایی‌شناختی. در برنامهٔ «لباس شخصی‌ها»، در بیان کارشناس دوم، عرفان کلاسیک همچون «گفتار قدرت» تصویر می‌شود و قدرتش ناشی از کنار نهادن تعلقات مادی است؛ به‌طور مثال، در عرفان گزارهٔ «من هیچ نیستم» حاوی قدرت است: با تواضع به جنگ دیگران رفتن! همچنین عرفان برخلاف فقه، علاوه بر ظاهر بر روح و باطن هم سیطره دارد. به زعم او، لباس شخصی‌ها در ایران، کار خویش را سرسپردگی (رابطه مرید - مرادی) می‌دانند که مقوله‌ای عرفانی است که البته در عین حال که به افراد قدرت می‌بخشد، از سوی دیگر مسئولیت را از گردن‌شان می‌افکند؛ همان‌گونه که لباس شخصی‌ها مسئولیت را از دوش دولت برمی‌دارند. از دید این کارشناس، لباس شخصی‌ها در برابر فقیه / روحانی مقاومت می‌کنند و به عرفان بیشتر سرسپردگی دارند. لباس شخصی‌ها به جنبهٔ عرفانی آیت‌الله خمینی سرسپردگی داشتند و نه جنبهٔ فقهی او. با این عبارات، کارشناس می‌کوشد این‌گونه القاء کند که این معنویت عرفانی، شکل پوشیده‌ای از قدرت سرکوبگر است؛ عرفان، نوعی قدرت قدسی و تمرکزگرا است و باید از تبعات سیاسی و اقتدارگرایی آن هراسان بود. از زاویه‌ای دیگر، در برنامه‌های گوناگون سعی شده بر سوبیهٔ تنانی عشق عرفانی اصرار شود و بدین ترتیب، روایت سنتی و معنویت‌گرایانه از عرفان به چالش کشیده شود؛ برای مثال، در برنامهٔ «عشق در شعر کلاسیک»، کارشناس دوم با اشاره به عدم تمیزناپذیری عشق عرفانی و زمینی معتقد است که هرگز عشق عرفانی تراشیدهٔ کاملاً روحانی موجودیتی ندارد. این عشق تنانه است که چشم‌اندازی معنوی می‌گشاید؛ عناصر جسمانی و ریشه‌های مادی به‌منزله قلابی برای اعتلا می‌گردد. اساساً عشق جدای از بدن وجود ندارد. عرفا منشاء عاطفه شدید را به یک روح جدا از بدن منتسب می‌کردند در حالی که در بدن اتفاق افتاده است. خط فاصل بین مادیت و معنویت وجود ندارد. به گمان این کارشناس، نباید متون عرفانی را مقدس شمرد، به‌گونه‌ای که گویی مولانا فرشته است، بلکه حتی در مواجههٔ معجزه‌آسای شمس و مولانا نیز رابطه‌ای اروتیک مستور است؛ شمس بدن مولانا را آزاد کرد و این آزادی فقط روحانی نبود. تابوهای جسمانی مولانا شکسته شد. از این رو، مریدان مولانا شمس را کشتند چون به حیثیت معنوی مولانا لطمه می‌زده است. کارشناس اول نیز

زیبایی زمینی را پله‌ای می‌داند برای زیبایی آسمانی؛ و این را تعبیری می‌داند از این سخن مشهور: «المجاز قنطره الحقیقه». توجه به کامجویی‌های جسمانی و تلذذات شخصی دقیقاً همان تجربه‌هایی است که در عرفان‌های نوظهور (برخلاف عرفان کلاسیک) اهمیت یافته است. در برنامه «هم‌جنس‌گرایی؛ ژنتیک یا اکتسابی؟» کارشناس دوم، دوباره به گرایش‌های هم‌جنس‌گرایانه در رابطه شمس و مولانا اشاره می‌کند و شاهدبازی در عرفان ایرانی را متذکر می‌شود. در برنامه «حافظ‌شناسی» نیز کارشناس دوم دوقطبی عشق زمینی و آسمانی را انکار می‌کند و حافظ را «عارف رند» می‌خواند که با عرفان زاهدان و کیش شریعتمداران و مفتیان و منبریان سر دشمنی دارد. کارشناس اول پا را فراتر می‌گذارد و حافظ را اساساً عارف نمی‌داند بلکه از زمره «شاعران شراب» معرفی می‌کند که شادخواره‌گی را ستایش می‌کند و مفاهیم بنیادین عرفانی را به چالش می‌کشد. به‌زعم او، معشوق حافظ روی خاک شیراز راه می‌رفته است. حتی نام حافظ به معنای موسیقی‌دان است و نه «حافظ قرآن». این کارشناس به سادگی از این بیت مشهور حافظ عبور می‌کند: «عشقت رسد به فریاد گر خود بسان حافظ / قرآن زبر بخوانی با چهارده روایت». بدین ترتیب، هم‌سخن با ذبیح بهروز غزل‌های حافظ از جوانی تا پیری را «غزل‌های این جهانی» می‌خواند که نسبتی با امر متعالی ندارد. این همان مسلک عرفان‌های نوظهور است که دائماً بر تمنیات شخصی و تلذذ فردگرایانه و این‌جهانی اصرار می‌ورزد: عرفان همچون سبک‌زندگی سرخوشانه مدرن. سبکی که بیشتر به هیپی‌گری قرن بیستم شبیه است تا ادیان ابراهیمی.

در برنامه «رابطه شعر و موسیقی» به دریافت محسن نامجو (خواننده ایرانی) در این زمینه می‌پردازد؛ محسن نامجو معتقد است که شعر و ارکان آن مقدس نیستند و نباید به ردیف آوازی سنتی تسلیم شد. نامجو به دنبال تهی کردن شعر کلاسیک از معنای نخستین و گوهرینش است. یکی از نتایج این معنازدایی و جوهرزدایی، معاصر ساختن شعر قدیم است. برای مثال، عاشق عارف دیگر نه در شکل رازآلود و غرابت‌آمیزش، بلکه همچون جوانی گیس‌بلند تصویر می‌شود که به سبب طرد شدن از سوی معشوقه در ازدحام ترافیک خیابان فریاد می‌کشد: «زلف بر باد مده تا ندهی بر بادم / ناز بنیاد مکن تا نکنی بنیادم». بدین ترتیب، معنای مرسوم و سنتی عاشقانه‌های حافظ و سعدی و مولانا را کنار نهاده و با دنبال نکردن ضرب‌آهنگ ثابت و بحرهای عروضی، معنا و حس و حال جدیدی آفریده می‌شود که معاصر و هم‌خانه ماست. خوانش نامجو به تعالی‌زدایی از عارفانه‌های کلاسیک منجر می‌شود. چنین نگاهی می‌کوشد شمایل معنوی را بسان روحانیت جسمانیت‌یافته با دیگر خصوصیات عوالم مادی همسطح کند و آنها را از هر گونه امتیاز تعالی عاری سازد. بدین معنا، انسان کاملی که عرفا از آن سخن می‌گویند، خرافه‌ای بیش نیست؛ انسانی که «نور» می‌خورد، وجود ندارد. بدین ترتیب، نتیجه

نهایی جوهرزدایی از دین، نه عرفان سنتی / کلاسیک، بلکه عرفانی است که در جامعه مدرنیته تعین یافته؛ عرفانی که شکل کامل آن را می‌توان در معنویت شخصی جستجو کرد که امروزه در قالب عرفان‌های نوظهور ترویج می‌شود. دین تسامح‌گرا یعنی همان آئین عرفان‌های نوظهور.

جدول ۱۱. تحلیل گفتمان یافته‌ها با محوریت «عرفان زمینی»

عرفان‌های نوظهور، عشق تنانی، اتصال مادیت و معنویت یا روحانیت جسمانیت‌یافته، زیبایی زمینی، رابطه اروتیک شمس و مولانا، شاهدبازی عرفا، عارف رند، شاعران شراب، حافظ موسیقی‌دان، حافظ میترائیست، غزل‌های این جهانی، تعالی‌زدایی از عارفانه‌های کلاسیک، انکار وجود انسان کامل.	مفصل‌بندی دقایق گفتمانی عرفان زمینی (دین‌پیرایی)
عرفان ولایی، عرفان لباس‌شخصی‌ها، انسان کامل، عرفان همچون قدرت قدسی، عشق روحانی، زیبایی آسمانی، عارف رازآمیز، زیبایی آسمانی، جدایی جسم و روح، تقدم مولانای عارف بر مولانای عاشق، حافظ قرآن.	مفصل‌بندی دقایق گفتمانی عرفان آسمانی (دین‌زدایی)
عرفان تسامح‌گرا	دال مرکزی گفتمان عرفان زمینی/نوظهور
عرفان اقتدارگرا	دال مرکزی گفتمان عرفان آسمانی
عرفان	دال سیال
گفتمان عرفان زمینی	گفتمان هژمونیک
گفتمان عرفان آسمانی	غیرگفتمانی
عاشق، عارف رند، میترائیست، حافظ موسیقی‌دان، صوفی، شاهدباز، خمار، پیامبر زمینی	مواضع سوژگی گفتمان عرفان زمینی
عارف، انسان کامل، ولی فقیه، لباس شخصی‌ها، حافظ قرآن، پیامبر آسمانی	مواضع سوژگی گفتمان عرفان آسمانی

جدول ۱۲. غیریت‌سازی مبتنی بر کردارهای تقسیم‌کننده یا منطقی هم‌ارزی

پيامبران خاکی	مولانا و حافظ عاشق	عرفان همچون معنویت درونی	عرفان غیرسیاسی	عشق تنانی	قرائت مادی از عرفان	واژگان مثبت: «خود»
پيامبران آسمانی	مولانا و حافظ عارف	عرفان همچون گفتار قدرت	عرفان سیاسی مانند ولایت فقیه	عشق روحانی	قرائت روحانی از عرفان	واژگان منفی: «دیگری»

بحث و نتیجه‌گیری

نگارندگان با تحلیل گفتمان یافته‌های ۲۴ برنامه از مجموعه برنامه پرگار بدین نتیجه دست‌یافته که محور این گفت‌وگوها در چارچوب فضای استعاری گفتمان سکولاریستی غرب صورت‌بندی شده است؛ به‌منظور صورت‌بندی دین سکولار، نخست از فقه مشروعیت‌زدایی و همچون عنصری مازاد در دیانت مردمان پنداشته می‌شود که بخشی از ذات و جوهرهٔ دین نیست. در مرحلهٔ دوم، مناسک نیز به‌عنوان امور تاریخی و عارض بردین تلقی می‌گردند که ربطی به سویهٔ قدسی دین ندارند و مستفاد و مستخرج از وحی نیستند و همچون باقی کنش‌های جمعی و اجتماعات انسانی، زمینی و دنیوی‌اند و به‌منزله کوششی در مسیر «با هم بودن» و فرار از تنهایی و به اشتراک گذاشتن زندگی با یکدیگر هستند. ناگفته پیداست که چون فقه و مناسک به حاشیه روند. آن‌گاه متولیان این امور یعنی «روحانیون و مراجع تقلید» نیز باید از قلمروی عمومی غایب شوند و از نظارت و مدیریت زندگی جمعی خلع مسئولیت شوند. بدین ترتیب، تمامی سویه‌های زندگی بشر در اختیار و کنترل کارشناسان و متخصصان مدرن قرار گیرد. با این اوصاف، دین سکولار، دینی است که فقه و شریعت و مناسک در آن نقشی ندارد و فارغ از هرگونه مرجعیت‌طلبی، محدود به یک تجربهٔ معنوی شخصی می‌شود که شکل واقعی‌اش را با شیوع «عرفان‌های نوظهور» شاهد هستیم؛ عرفان‌هایی که بر انتخاب شخصی و خودبیانگری فردی تأکید می‌کنند و نه متابعت از مراجع یا متن مقدس. این دین‌ورزان، نه تنها مذهب خویش را از مرجعیت نمی‌گیرند؛ بلکه می‌کوشند باورهای متفاوت از آنها اتخاذ کنند و با شکاف و فاصله میان خویشان و مرجعیت، تشخیص و فردیت خود را به نمایش گذارند. بدین ترتیب، سرانجام، دین‌پیرایی (اصلاحات در دین) با کنار نهادن عرفان سنتی به نفع عرفان‌های نوظهور، به انکار دین می‌رسند.

منابع و مأخذ

- احمدی، بابک (۱۳۸۴). کارِ روشنفکری، تهران: نشر مرکز.
- تزدورف، تزوتان (۱۳۸۷). روحِ روشنگری، ترجمه عبدالوهاب احمدی، تهران: آگه.
- شاهمیری، آزاده (۱۳۸۹). نظریه و نقد پسااستعماری، تهران: نشر علم.
- فوکو، میشل (۱۳۸۰). نظم گفتار، ترجمه باقر پرهام، تهران: نشر آگه.
- فوکو، میشل (۱۳۸۹). «سوژه و قدرت»، تأثر فلسفه، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهاننیده، تهران: نشر نی.
- کانت، ایمانوئل (۱۳۷۷). روشن‌نگری چیست؟، ترجمه سیروس آرین‌پور، تهران: نشر آگه.
- لاکلاو، ارنستو (۱۳۸۵). واسازی، عمل‌گرایی، هژمونی، ترجمه شیوا رویگریان، در: دیکانستراکشن و پراگماتیسم، تهران: گام نو.
- لاکلاو، ارنستو و موفه، شانتال (۱۳۹۳). هژمونی و استراتژی سوسیالیستی، ترجمه محمد رضایی، تهران: نشر ثالث.
- وبر، ماکس (۱۳۸۵). اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری، ترجمه عبدالکریم رشیدیان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- یورگنسن، ماریان و فیلیپس، لوئیز (۱۳۹۳). نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

Carrette, Jeremy. (2000). **Towards a Political Sprituality**, London: Routledge.

Foucault, M. (1997). What is Enlightenment?, Translated by Robert Hurley and others, In **Ethics**, The Penguin Press.

Foucault, M. (2005). **The order of things**. Routledge.

Laclau, E. (1993). Power and representation. IM. Poster. **Politics, Theory, and Contemporary Culture**. New York: Columbia University Press.

Laclau, E. (2005). **On populist reason**. London: Verso.

بازنمایی گفتمان‌های خانواده در مجلات عامه‌پسند ایرانی

امیر رستگار خالد^۱، ابوالفضل اقبالی^۲، عاطفه خالقی^۳

چکیده

خانواده‌گرایی به مثابه یک گفتمان هژمونیک در فضای فرهنگی و رسانه‌ای کشور در سال‌های اخیر توسط گفتمان‌های رقیب از جمله جریان فکری و فرهنگی فمینیسم به چالش کشیده شده است. امروزه فضای فرهنگی و رسانه‌ای جامعه ایرانی به‌ویژه عرصه مطبوعات و نشر محل تخاصم گفتمانی این دو رویکرد هستند. این پژوهش درصدد بررسی کیفیت بازنمایی گفتمان‌های نظری پیرامون خانواده در عرصه مجلات عامه‌پسند ایرانی است. روش مورد استفاده در این تحقیق، تحلیل گفتمان با بهره‌گیری از روش‌شناسی لاکلا و موفه است. نمونه مورد بررسی در این پژوهش مجلات خانواده سبز، خانواده ایرانی، موفقیت و روزهای زندگی بوده و متون ستون‌های خانوادگی این مجلات به‌عنوان واحد تحلیل این تحقیق خوانش شده‌اند. نتایج پژوهش حاکی از این است که مؤلفه‌ها و عناصر گفتمان خانواده‌گرا که با محوریت جمع‌گرایی و دال مرکزی «سازش» در فضای نظری کشور صورت‌بندی می‌گردد، در مجلات عامه‌پسند به‌صورت پررنگ‌تری برساخت شده و در مقابل عناصر و مؤلفه‌های گفتمان فمینیستی با محوریت فردگرایی و دال مرکزی «حقوق» حضور کم‌رنگ‌تری در مطالب این مجلات داشته است. به نظر می‌رسد در فضای فرهنگی جامعه ایرانی هنوز ردپای نظم دینی - سنتی خانواده به‌صورت کاملاً پررنگ محسوس بوده و گفتمان‌های رقیب از جمله جریان فمینیستی یا روشنفکری نتوانسته‌اند گفتار غالبی را در حوزه خانواده و مناسبات آن برای عامه مردم ارائه نمایند.

واژه‌های کلیدی

تحلیل گفتمان، خانواده، فردیت، مجلات عامه‌پسند

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۶/۲۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۴/۱۲

amir_rastegarkhaled@yahoo.com

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شاهد (نویسنده مسئول)

abolfazl_eghbali62@yahoo.com

۲. دانشجوی دکترای دانش اجتماعی مسلمین دانشگاه تهران

at_khaleghi@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شاهد

مقدمه

تحولات سیاسی ناشی از انقلاب اسلامی در ایران سال ۵۷ به حاکم شدن نظام سیاسی مبتنی بر دین در این کشور منجر شد که در پی پیوند زدن مناسبات جامعه با قوانین، نظام ارزشی و هنجارهای دین اسلام بود. لذا در مناسبات اجتماعی رنگ و بوی خانواده‌گرایی بیش از پیش تقویت شده و به دلیل هژمونی سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نظام حاکم، به گفتمان غالب در جامعه تبدیل گردید. نظام آموزشی، رسانه‌ها و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و اجتماعی در نظام حاکم همواره در پی بازتولید این گفتمان غالب در زمینه خانواده هستند. امروزه با گذشت بیش از سه دهه از انقلاب اسلامی در ایران کم‌کم شاهد ظهور گفتمان‌های جدیدی در عرصه خانواده هستیم که مفاهیم و مقولات جنسیتی را به شکل دیگری حول محور زنان مفصل‌بندی کرده و تصویر ارائه شده از زن و خانواده توسط گفتمان غالب را در برخی مقولات به چالش فراخوانده‌اند. فمینیسم^۱ یکی از این گفتمان‌های نوظهور است که برابری زن و مرد در تمام شئون و عرصه‌های فردی و اجتماعی و خانوادگی را مطالبه (Barrett & Philips, 1992: 74 & Friedan, 2003: 48) و در پی جنسیت‌زدایی از تقسیم کار در خانواده و اجتماع است (Cahoon, 1970: 89 & De Beauvoir, 1975: 12 & Millett, 1963: 75). در رویکردهای فمینیستی، خانواده نه تنها محور جامعه نیست، بلکه به مثابه ساختاری ستم‌آلود است که باید براساس الگوهای فراجنسیتی، دگرگون شود (Engels, 1972: 135 & Firestone, 1974: 112 & Barrett, 1967: 21). این جریان نوحاسته در مغرب زمین به مدد اقتدار سیاسی و اقتصادی غرب کم‌کم به بسیاری از کشورها راه یافت و حرکت‌های اصیل و بومی زنان در مشرق زمین را نیز متأثر از خود کرد. در ایران نیز جریان فمینیسم با تحولات سیاسی و اجتماعی دوره‌های مختلف، فعالیت‌هایی را با شدت و ضعف در جامعه پیگیری کرده و به تدریج جای خود را به عنوان یک گفتمان رقیب و چالش برانگیز برای گفتمان دینی باز نموده است. البته به نظر می‌رسد گفتمان فمینیستی در حال حاضر جایگاه خود را به عنوان یک گفتمان دارای هژمونی در فضای عمومی جامعه به دست نیاورده و هنوز منحصر به فضای نخبگانی و دانشگاهی جامعه ایران است (زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۹). لذا این جریان برای تبدیل شدن به یک گفتمان مسلط در عرصه عمومی جامعه و به حاشیه راندن گفتمان دینی می‌بایست به زندگی عمومی مردم وارد شده و مفاهیم خود را در این عرصه برجسته‌سازی نماید.

از جمله ابزارهای تغییر سبک زندگی عموم افراد جامعه و تبلیغ مفاهیم و ارزش‌ها در میان مردم، رسانه‌ها هستند که اغلب زمان فراغت و زندگی جامعه امروز را تحت پوشش خود قرار

داده‌اند. امروزه به ندرت افرادی یافت می‌شوند که در ارتباط مستقیم و مستمر با رسانه‌های مختلف از هر نوعی قرار نگرفته باشند. یکی از این رسانه‌ها که در کشور ما طیف قابل ملاحظه‌ای از زنان جامعه را با خود همراه ساخته است، مجلات خانوادگی یا همان نشریات زرد یا عامه‌پسند هستند که در عرصه سبک زندگی تأثیرات بسزایی را به همراه داشته‌اند. این نشریات که حاوی مطالب بسیار عمومی و دم دستی هستند به دلیل وجود عناصر دارای جذابیت از جمله تبلیغات، استفاده از هنرپیشه‌ها و شخصیت‌های محبوب و ... معمولاً به فروش بالا و مخاطبان بسیاری دست پیدا کرده‌اند.

از مهم‌ترین بخش‌های این نشریات که تأثیر بسیاری در مناسبات خانوادگی افراد به ویژه بانوان دارد، مشاوره‌های خانوادگی و داستان‌های عشقی هستند که دارای مضامین و محتواهای مربوط به خانواده و سبک زندگی هستند. رویکردهای حاکم بر این مطالب در نشریات عامه‌پسند به دلیل ماهیت تأثیرگذار آنها به راحتی به مخاطبان نیز منتقل شده و مناسبات خانوادگی را به سمت این رویکردها دچار تحول و تغییر می‌سازند. حال این رویکردها ممکن است در جهت تقویت گفتمان غالب و مسلط در زمینه خانواده که همان گفتمان دینی و خانواده‌گرایی است قرار گیرد و هم ممکن است هم صدا با گفتمان رقیب درصدد به چالش کشیدن و حاشیه راندن مفاهیم گفتمان مسلط در زمینه خانواده باشند. بررسی و تحلیل این مطالب و فهم رویکردها و گفتمان حاکم بر این نشریات می‌تواند از منظر سیاست‌گذاری فرهنگی دارای اهمیت و ضرورت باشد. لذا دغدغه پژوهش پیش‌رو بررسی نحوه بازنمایی گفتمان‌های خانواده در مجلات عامه‌پسند ایرانی است.

پیشینه پژوهش

در میان تحقیقاتی که در زمینه بررسی و تحلیل نشریات عامه‌پسند ایرانی انجام شده است، برخی از آن‌ها قرابت بیشتری با موضوع این پژوهش دارند. کیا (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی تحول گفتمان فرهنگی در مجلات عامه‌پسند» به این موضوع می‌پردازد که مجلات عامه‌پسند در بازنمایی فرهنگی دچار نوعی آشفتگی بوده‌اند که می‌توان آن را وضعیت فرهنگی از هم گسسته نام نهاد. ابراهیمی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «تحلیل گفتمان بازتولید زبان جنسیتی در مجلات عامه‌پسند فارسی در ایران» درصدد است تا چگونگی بازتولید زبان جنسیتی در ناخودآگاه ذهنی و گفتمان جنسیتی جامعه را در مجلات عامه‌پسند با بهره‌گیری از دیدگاه میشل فوکو و روش‌شناسی فرکلاف مورد تحلیل گفتمان قرار دهد. فرقانی (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان «سبک زندگی در نشریات عامه‌پسند، مطالعه موردی دوهفته‌نامه زندگی ایده‌آل» قصد دارد تا با استفاده از مبانی نظریه سبک زندگی بوردیو به بررسی نحوه و کیفیت

بازنمایی عناصر مختلف سبک زندگی یعنی مدیریت بدن، رفتار مصرف و اوقات فراغت در نشریات عامه‌پسند بپردازد. مهدی‌زاده (۱۳۸۶) در پژوهشی با نام «ساخت و محتوای مطبوعات عامه‌پسند» به تحلیل محتوای صفحه اول هجده نشریه عامه‌پسند پرداخته و اینگونه نتیجه می‌گیرد که مقوله «شهرت» که از بالاترین ارزش خبری نزد مخاطب عمومی برخوردار است ملاک تعیین سهم حضور هر یک از موضوعات مختلف جامعه در صفحه اول نشریات عامه‌پسند است. وجه تمایز پژوهش حاضر با پیشینه خود در ارائه یک صورت‌بندی گفتمانی از رویکردها و نظریات حوزه خانواده و مفصل‌بندی مفاهیم و دال‌های آنها است که تا به حال به آن پرداخته نشده و به نوعی از وجوه نوآورانه این تحقیق به شمار می‌رود.

مبانی نظری پژوهش

طیف زیادی از پژوهش‌های انجام گرفته درباره وضعیت دینداری در جامعه ایرانی دلالت بر تدین مردم ایران داشته و افول دینداری در ایران را غیرموجه دانسته‌اند (فرجی و کاظمی، ۱۳۸۸؛ غیاثوند، ۱۳۹۵؛ طالبان، ۱۳۹۳) اگرچه بر تحولات ارزشی و هنجاری جامعه ایرانی به‌عنوان یک واقعیت نیز تأکید دارند. درباره واقعیت خانواده در جامعه ایرانی دیدگاه‌ها و نظرات متعددی در فضای علمی کشور وجود دارد که غالب آنها سخن از تحولات خانواده در ابعاد مختلف ساختاری و کارکردی به میان آورده‌اند (ساروخانی و همکاران، ۱۳۹۵؛ قانع‌راد، ۱۳۹۶؛ تنهایی و شکریگی، ۱۳۸۷؛ حاجبانی، ۱۳۹۰؛ نیک‌پی، ۱۳۹۱؛ علی‌احمدی، ۱۳۸۹؛ زمانیان، ۱۳۸۷). درباره تحولات الگوی خانواده در ایران و جهان نظریه‌پردازی‌های بسیاری انجام گرفته است. در سطح بین‌المللی افرادی مانند ویلیام جی گود^۱ بر تفوق الگوی خانواده هسته‌ای و مدرن بر الگوی سنتی خانواده تأکید دارند (Goode, 1963: 67). کاترین حکیم^۲ در کتاب «مدل‌های خانواده در جوامع مدرن: ایده‌آل‌ها و واقعیت‌ها»، سه مدل از خانواده یعنی «برابری‌خواه»، «مبتنی بر نقش‌های توافقی» و «مبتنی بر نقش‌های متمایز و تفکیک شده» را ارائه کرده و این‌گونه نتیجه می‌گیرد که زنان بیشتر به مدل برابری‌خواه و مردان بیشتر به مدل سنتی متمایل بوده‌اند. همچنین آنتونی گیدنز^۳ با طرح مفهوم «رابطه ناب»^۴ بر این نکته تأکید می‌ورزد که اساساً خانواده امروز دیگر یک واحد تولیدی و اقتصادی نبوده و منطق دادوستد در روابط زوجین مبتنی بر عواطف و صمیمیت است (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۳۶ -

1. Goode
2. Hakim
3. Giddens
4. Pure Relationship

۱۲۸). وی با وضع مفهوم «خانواده دموکراتیک»^۱ به مثابه یک آرمان برای دنیای جدید، تأکید دارد که برخلاف روابط نابرابر زن و مرد در گذشته که زن مایملک مرد تلقی می‌شد، در این الگو از خانواده برابری و موقعیت یکسان در مناسبات زن و شوهری، احترام متقابل، تصمیم‌گیری بر مبنای گفت‌وگو و مشورت، آزادی از خشونت و تعهد متقابل وجود دارد (Giddens, 1992: 105). لذا ساخت قدرت از شکل هرمی با محوریت مرد در رأس هرم تغییر یافته و با معیارهای دموکراتیک بازسازی می‌گردد. همچنین الیزابت بک گرنسهایم در کتاب «خانواده در جهان امروز» به بررسی انواع تغییرات در خانواده پرداخته و به رواج خانواده‌های هسته‌ای و افول خانواده گسترده اشاره دارد (گرنسهایم، ۱۳۸۸: ۱۳۵). نظریات بومی در تحلیل تحولات خانواده نیز به چند دسته تقسیم می‌گردند. عده‌ای خانواده سنتی در شرایط کنونی جامعه ایرانی را گزینه‌ای ناممکن تلقی کرده (علوی‌تبار، ۱۳۸۶) و بر کارآمدی الگوی خانواده مدرن و مدنی تأکید دارند (جلایی‌پور، ۱۳۸۵). در مقابل نیز عده‌ای با عنایت به تحولات خانواده در جامعه ایرانی، کماکان از هژمونی الگوی خانواده سنتی در مقابل خانواده مدنی در عینیت اجتماعی ایران سخن گفته و معتقدند جایگاه خانواده در جامعه ایرانی به عنوان یک نهاد دینی و عرفی از بین نرفته است (آزادارمکی، ۱۳۹۴؛ کرمی، ۱۳۹۵؛ حق‌شناس، ۱۳۸۸). نکته‌ای که در تحلیل جایگاه خانواده در عینیت اجتماعی و فرهنگی جامعه ایرانی نباید مغفول واقع شود و پژوهش پیش‌رو نیز به این نظرگاه ملتزم بوده، این است که خانواده ایرانی ظرفیت‌های دینی و سنتی متعددی برای بازتولید خود در اختیار داشته و در برابر عناصر تحولی فرهنگ مدرن پایداری و قوام خود را حفظ نموده است. به عبارت دیگر عناصر متعددی در فرهنگ دینی و سنتی جامعه ایرانی از جمله عید نوروز، شب یلدا، روز زن و مادر، مراسمات مذهبی و ... وجود دارند که خانواده ایرانی در تعاملی دوسویه با این عناصر به تقویت بنیان‌ها و استحکام پایه‌های روابط خویشاوندی و خانوادگی می‌پردازد (زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۱۲). اگرچه در یک قرن اخیر، فرهنگ مدرن، برخی اقتضائات خود را بر خانواده تحمیل کرده و خانواده ایرانی به تبع الگوی جهانی در حال هسته‌ای شدن است. اما در همین فرایند نیز خانواده با حفظ نسبی هویت ملی و دینی خود در برابر پاره‌ای از تحولات مقاومت نشان می‌دهد. به همین دلیل خانواده هسته‌ای ایرانی از خانواده هسته‌ای در جوامع غربی متمایز است. خانواده ایرانی با آنکه شکل گسترده خود را از دست داده اما به حفظ پیوند با اعضای خود و خویشاوندان پایبند مانده است و فرزندان را حتی پس از ازدواج و تشکیل خانواده، از حمایت‌های مالی و عاطفی خود بهره‌مند می‌سازد. رابطه فرد با خانواده در ایران به قدری

پرننگ است که شخصیت اجتماعی افراد با خانواده تعریف می‌شود (زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۱۳). لذا به نظر می‌رسد جامعه ایرانی با وجود تجربه تحولات عمیق در ناحیه برخی از ارزش‌ها و هنجارها و طی تغییرات بنیادین در ساختار فرهنگ و هویت خود، کماکان در عرصه خانواده و روابط خویشاوندی نظم دینی و سنتی خویش را حفظ و بازتولید نموده است.

روش پژوهش

همه رویکردهای نظری در تحلیل گفتمان^۱ بر این فرض استوارند که شیوه‌های سخن گفتن ما نه تنها منعکس‌کننده جهان، هویت و روابط اجتماعی ما هستند؛ بلکه به‌صورت فعالانه آن را ساخته و تغییر می‌دهند. نزد لاکلا و موف اهمیت گفتمان‌ها در این است که آنها واسطه‌های مهم تفسیر موقعیت ساختاری و بازتولید و عدم بازتولید آن هستند. به عبارت دیگر بازتولید یک نظم اجتماعی مستلزم آن است که گفتمان حاکم بتواند موضع سوژه‌ای افراد را شکل دهد و در صورتی که در این کار موفق نشود نظم اجتماعی دگرگون خواهد شد. از همین‌رو همواره میان گفتمان‌ها برای کسب موقعیت مسلط در چارچوب‌های تفسیری افراد نزاع و کشمکش وجود دارد و تسلط یک گفتمان امری قطعی و دائمی نیست و به‌شدت وابسته به نحوه آرایش روابط قدرت در برهه تاریخی خاص است (Laclau & Mouffe, 1985: 142). آنها معتقدند برای ایجاد هر پدیده یا هویتی وجود «دیگری^۲» ضروری است. یعنی همه هویت‌ها به وسیله یک اصل مشترک؛ تقابل نظام معنایی درونی با نظام یا نظام‌های معنایی بیرونی شکل می‌گیرند (Laclau & Mouffe, 1985: 127). بنابراین گفتمان‌ها نیز از طریق ایجاد مرزهای سیاسی و ضدیت میان «ما» و «دیگری» هویت خود را کسب می‌کنند (تاجیک، ۱۳۸۳: ۵۳). به این ترتیب «ضدیت^۳» امری است که از طریق آن گروه‌ها، جوامع و کارگزاران، مرزهای سیاسی خود را تعریف می‌کنند و از طریق پروژه دگرسازی، هویت خود را می‌سازند (تاجیک، ۱۳۸۳: ۵۵). در کل غیریت‌سازی به معنای نفی و طرد گفتمان‌های دیگر از سوی گفتمانی خاص است. اساساً در این رویکرد هیچ معنا و هویتی بدون قرار گرفتن در رابطه با ضدیت و غیریت‌سازی، تشکیل و تثبیت نمی‌شود (هوارث، ۱۳۷۷: ۱۶۵). لذا اینکه یک دال خاص متضمن چه مدلولی است، همواره مورد مناقشه بوده و هر گفتمانی تلاش می‌کند دال‌ها را به‌گونه‌ای تعریف کند که با نظام معنایی خود سازگار باشد. همه دال‌های یک گفتمان از ارزش برابر برخوردار نیستند و به انواع مختلفی تقسیم می‌شوند. مهم‌ترین آنها «دال مرکزی^۴» است (سلطانی،

1. Discourse Analyzes

2. Other

3. Antagonism

4. Nodal Point

۱۳۸۴: ۴۵). دال مرکزی به شخص، نماد، یا مفهومی اطلاق می‌گردد که سایر دال‌ها حول محور آن جمع و مفصل‌بندی می‌شوند (یورگنسن و فیلیپ، ۱۳۸۹). «مفصل‌بندی^۱» نیز فرایندی است که به واسطه آن، نشانه‌ها با هم جوش خورده (هوارث، ۱۳۷۷: ۱۶۳) و یک نظام معنایی را شکل می‌دهند. لاکلا و موف دال‌های دیگری را که حول دال مرکزی گرد می‌آیند «وقته^۲» می‌نامند. هژمونی و قدرت یک گفتمان مبتنی بر انسجام معنایی دال‌های دیگر حول محور دال مرکزی است (کلهر، ۱۳۹۳: ۹۳). مهم‌ترین مکانیسم و اقدام در جهت فراگیری و گسترش هژمونی گفتمان، «برجسته‌سازی» مفاهیم و دال‌های خود و «حاشیه‌رانی» دال‌های دیگری توسط گفتمان است. برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی به گفتمان این امکان را می‌دهد تا معنای مورد نظر خود از امور را تثبیت کرده و معنای گفتمان‌های رقیب را متزلزل کند.

چارچوب روش‌شناختی پژوهش حاضر برگرفته از نظریه تحلیل گفتمان لاکلا و موف است. بدین‌صورت که ابتدا مناقشات نظری پیرامون الگوی خانواده در جامعه ایرانی صورت‌بندی گفتمانی شده و سپس دال‌های هر یک از این گفتمان‌ها در مجلات عامه‌پسند مورد تحلیل و ارزیابی قرار می‌گیرند. با توجه به گوناگونی ابعاد خانواده از منظر رویکردهای مختلف، در این تحقیق ابعاد خانواده براساس رویکرد جامعه‌شناسی کارکردگرایی تالکوت پارسونز ابعاد خانواده شامل ساختار خانواده، کارکردهای خانواده و روابط نقشی می‌گردد (روزن‌بام، ۱۳۷۶: ۷۴) و ما در این تحقیق ابعاد سه‌گانه فوق را در پنج ریزمحور ذیل مورد بررسی قرار خواهیم داد:

۱. ازدواج و طلاق؛ ۲. روابط زوجین؛ ۳. توزیع قدرت؛ ۴. تقسیم کار در خانواده؛ ۵. بعد خانوار.

برای تبیین رویکرد گفتمان خانواده‌گرا علاوه بر آیات و روایات، به دیدگاه‌های مقام معظم رهبری به‌عنوان مهم‌ترین نماینده اسلام سیاسی در ایران مراجعه شده است. همچنین برای تبیین رویکرد گفتمان فردگرا به دیدگاه‌های روشنفکران و صاحب‌نظران جریان فمینیسم در ایران پرداخته شده است.

جامعه آماری تحقیق پیش‌رو مجلات عامه‌پسند یا به اصطلاح نشریات زرد در ایران است. نمونه استفاده شده در این پژوهش عبارت از مجلات خانواده ایرانی، خانواده سبز، موفقیت و روزهای زندگی هستند. معیار انتخاب این مجلات به‌عنوان نمونه آماری، تیراژ بالای این مجلات نسبت به بقیه است. واحد تحلیل در این پژوهش نیز عبارت از مطالب ستون‌های

1. Articulation

2. Moment

خانوادگی این مجلات (مشاوره و داستان‌های عشقی) است که هر مطلب به‌صورت جداگانه و کامل مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

یافته‌های پژوهش

گفتمان‌های خانواده در ایران

به‌طور کلی در جامعه امروز ایران می‌توان دو گفتمان متخاصم در حوزه خانواده را شناسایی نمود که این دو گفتمان کلان به نوعی هم مشغول برجسته‌سازی مفاهیم گفتمانی خود در این حوزه بوده و هم دال‌های محوری یکدیگر را به حاشیه می‌رانند. این دو گفتمان کلان عبارتند از:

- الف) گفتمان خانواده‌گرا که توسط جریان اسلام سیاسی حاکم در ایران نمایندگی می‌گردد؛
ب) گفتمان فردگرا که توسط جریان روشنفکری و فمینیستی در ایران نمایندگی می‌گردد.

الف) گفتمان خانواده‌گرا در ایران

ازدواج و طلاق

در رویکرد خانواده‌گرا با عنایت به آیات و روایات متعدد در زمینه اهمیت ازدواج (قرآن کریم: نور، ۳۲، نساء، ۲۰ و ۲۱، روم، ۲۱ و صدوق، ۱۴۱۳، ج ۳: ۲۵۱، نوری طبرسی، ۱۴۰۱، ج ۱۴: ۱۵۴، مجلسی، ۱۴۰۴، ج ۱۰۳: ۲۲۱، حرعاملی، ۱۴۱۶، ج ۴: ۲۰، ری شهری، ۱۳۸۶، ج ۴: ۲۸۰)، قائل به قداست و آسمانی بودن پیوند ازدواج است و جامعه اسلامی باید زمینه تحقق این پیوند آسمانی را برای جوانان مهیا سازد (رهبری: ۷۳/۹/۲۳). تشکیل خانواده و ازدواج در این رویکرد بدون تکلف صورت می‌گیرد (صدوق، ۱۴۱۳، ج ۳: ۲۵۴، حرعاملی، ۱۴۱۶، ج ۱۵: ۱۱ و رهبری: ۷۳/۹/۲).

روش همسرگزینی مطلوب نزد این رویکرد آن است که خانواده‌ها نقش فعال در گزینش و ایجاد وصلت میان جوانان ایفاء کرده و البته تمایل طرفین ازدواج نیز شرط مهم و اساسی یک پیوند است. خانواده و بزرگترها در این زمینه تنها نقش هدایت‌گری دارند و حق انتخاب با جوانان است (رهبری: ۷۶/۹/۶ و ۷۵/۲/۱۷).

ازدواج مجدد در این رویکرد به‌عنوان یک حق مشروط برای مردان در نظر گرفته شده است که شرط آن رعایت عدالت در میان همسران است. (قرآن کریم: نساء، ۳) همچنین ازدواج موقت (صیغه) نیز در این رویکرد به‌عنوان امری جایز برای افرادی در نظر گرفته شده است که امکان ازدواج دائم به هردلیلی برای آنان میسر نبوده و خوف افتادن به ورطه گناه و روابط نامشروع برای آنان وجود دارد. (حرعاملی، ۱۴۱۶، ج ۷: ۱۵۱ و خمینی(ره)، ۱۳۶۸، ج ۲: ۷۰۱).

مهم‌ترین معیار انتخاب همسر در این رویکرد کفویت دینی و ایمانی به شمار می‌رود (قرآن کریم: بقره، ۲۲۱، حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۲۰: ۶۷ و رهبری: ۷۲/۶/۱۱).

طلاق در این رویکرد به‌عنوان قبیح‌ترین حلال محسوب می‌گردد (هندی، ۱۴۱۳ق: ح ۲۷۸۷۱) که عرش خدا را به لرزه در می‌آورد (حرانی، ۱۴۰۴ق، ج ۴: ۷۸) و مصالح جامعه اسلامی اقتضای محدود کردن این پدیده را دارد. (سیاست‌های ابلاغی خانواده ۱۳۹۵) حق طلاق در این رویکرد نوعاً و به جز استثنائات قانونی، در اختیار مردان است. این حکم براساس آیات متعدد قرآن درباره طلاق که مردان را مخاطب خود قرار می‌دهد (قرآن کریم: بقره، ۲۲۷ و ۲۳۱ و احزاب، ۴۹ و طلاق، ۱) و نیز روایات متعدد در این زمینه (حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۲۱: ۲۸۹) اثبات می‌گردد.

روابط زوجین

روابط زوجین در این رویکرد مبتنی بر محبت است (حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۱۴: ۱۱۵، مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۱۰۴: ۱۳۲، دیلمی، ۱۴۱۲ق: ۱۷۵ و رهبری: ۷۷/۸/۱۱). اصل مهم دیگر در مناسبات زوجین گذشت و سازش با یکدیگر است. در این رویکرد زن و شوهر یک حقوق و تکالیف متقابل نسبت به یکدیگر دارند. زوجین باید نسبت به انجام تکالیف خود اهتمام ویژه داشته و نسبت به حقوق خود با گذشت و فداکاری رفتار نمایند (رهبری: ۷۸/۴/۹ و ۷۷/۱۱/۱۹). معاضدت و همکاری متقابل جهت ساختن زندگی مشترک روح حاکم بر مناسبات زن و شوهری است. زن و شوهر در این رویکرد بر مبنای رفاقت و دوستی با یکدیگر رفتار می‌کنند و کسی نسبت به دیگر زورگویی نمی‌کند (رهبری: ۷۱/۱۰/۱۷). کم‌توقعی نسبت به یکدیگر و قناعت و خودداری در مطالبات زندگی عنصر مهم دیگری است که در مناسبات زوجین وجود دارد (رهبری: ۷۶/۱/۱) از سوی دیگر در این رویکرد زن و شوهر یکسری حقوق متقابل نیز دارند که هریک موظف هستند نسبت به حقوق دیگری احترام قائل شوند (رهبری: ۶۹/۷/۱۲).

توزیع قدرت

سلسله‌مراتب اقتدار در خانواده نزد این رویکرد به شکل هرمی است که در رأس آن پدر خانواده قرار دارد و مادر و فرزندان در رتبه‌های بعدی هرم قرار می‌گیرند. ریاست و سرپرستی خانواده با مرد است و او وظیفه تأمین معاش اعضا را نیز برعهده دارد (قرآن کریم: نساء، ۳۴، حرعاملی، ۱۴۱۶ق: ج ۱۲: ۴۲، نوری طبرسی، ۱۴۰۱ق، ج ۱۴: ۲۴۸، طبرسی، ۱۴۰۸ق: ۲۱۷). «اسلام مرد را قوام و زن را ریحانه می‌داند. این نه جسارت به زن است نه جسارت به مرد. نه نادیده گرفتن حق زن است و نه نادیده گرفتن حق مرد؛ بلکه، درست دیدن طبیعت

آنهاست» (رهبری: ۷۸/۱۲/۲۲ و ۸۱/۶/۶). در این رویکرد زن موظف به تمکین و فرمانبری از شوهر در مناسبات خانواده است (حرعاملی، ۱۴۱۶ق: ج ۱۴: ۱۵۳، کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۲: ۶۶، نوری طبرسی، ۱۴۰۱ق، ج ۱۴: ۲۴۷).

تقسیم کار

در این رویکرد تقسیم کار در خانواده مبتنی بر تفاوت‌های جنسیتی و با لحاظ مصالح خانواده است. خلقت زن و مرد به لحاظ تکوینی ویژگی‌های متفاوتی را برای آنان رقم زده که این تفاوت‌های تکوینی منشاء تفاوت‌های تشریعی در نگاه اسلامی است. عدالت جنسیتی مورد نظر دین اسلام نیز همین است که باید میان ویژگی تکوینی افراد با تکالیف و حقوق آنها تناسب وجود داشته باشد. در این رویکرد تقسیم کارها در خانواده بدین گونه است که مردان می‌دهند و زن نیز وظایف مدیریت خانه و نقش‌های خانوادگی چون همسری و مادری برعهده دارد. البته در فقه اسلامی به جز نقش همسری که همان تمکین زن نسبت به شوهر است، هیچ وظیفه واجبی برای زن در خانه در نظر گرفته نشده است (ر.ک: توضیح المسائل امام خمینی(ره)، مستفاد از مسئله ۲۲۸۸) و صرفاً توصیه‌ها و آموزه‌های دینی برای زن حضور در خانه را ترجیح داده است.

در نگاه اسلامی محور و مدیر خانه زن است. «المراه سیده بیتها» (پایدار، ۱۳۷۶: ۶۱۴) یکی از مؤلفه‌های نقش مؤثر زن در خانه، همسری است. در آیات بسیار (قرآن کریم، روم: ۲۱؛ نساء: ۱۹؛ طلاق: ۵؛ بقره: ۲۳۷ و...) و روایات متعددی (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷۷: ۱۶۶؛ حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۲۰: ۴۰؛ نوری طبرسی، ۱۴۰۱ق، ج ۱۳: ۱۳۴) به نقش همسری اشاره گردیده است. دومین نقش مهم زنان در خانواده مادری است. زنان به‌عنوان مادر در آیات قرآن و روایات اسلامی بسیار مورد تقدیس و ارزشمند شمرده شده‌اند (قرآن کریم، لقمان: ۱۴؛ احقاف: ۱۵؛ مریم: ۳۲؛ حرعاملی، ۱۴۱۶ق: ج ۱۵: ۱۲۵؛ نوری طبرسی، ۱۴۰۱ق، ج ۱۵: ۱۸۲؛ کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۵: ۳۳۶؛ صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۲: ۴۹؛ مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷۴: ۸۵). از دیگر مؤلفه‌های نقش زن در خانواده، خانه‌داری زنان است که اگرچه واجب نیست، اما در نگاه دینی بدان توصیه شده است (حرعاملی، ۱۴۱۶ق: ج ۱۴: ۱۵؛ نوری طبرسی، ۱۴۰۱ق، ج ۱۴: ۲۴۵ و رهبری: ۹۲/۲/۱۱).

بعد خانوار

در نگاه اسلامی به خانواده یکی از مهم‌ترین کارکردهای این نهاد تأثیرگذار، تولید نسل و افزایش جمعیت در جامعه اسلامی است. بعد خانوار در این رویکرد گسترده بوده و توصیه‌های

دینی به کثرت اولاد و فرزندان گرایش دارند (حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۲۰: ۱۴). از منظر متون دینی، فرزند شایسته، نعمتی از نعمت‌های الهی و گلی از گل‌های بهشت است (کلینی، ۱۴۳۰ق، ج ۶: ۳). علاوه بر این، مایه زینت زندگی (سوره کهف، آیه ۴۶)، یار و مددکار انسان (حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۲۱۰: ۳۵۶)، یادگار و جانشین پدر و مادر در دنیا (حرعاملی، ۱۴۱۶ق، ج ۲۱۰: ۳۵۷) بوده و استغفار و اعمال نیک او سبب آمرزش والدین در حیات اخروی (صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۳: ۳۰۹) می‌شود.

در این رویکرد فرزندآوری و پرورش او بزرگترین مجاهدت برای زنان تلقی می‌گردد. «فرزندآوری یکی از مهم‌ترین مجاهدت‌های زنان و وظائف زنان است؛ چون فرزندآوری در حقیقت هنر زن است» (رهبری: ۹۲/۲/۱۱) «خانواده‌ها، جوان‌ها باید تولید مثل را زیاد کنند؛ نسل را افزایش دهند» (رهبری: ۹۱/۷/۱۹).

ب) گفتمان فردگرا (لیبرالیستی) در ایران

ازدواج و طلاق

ازدواج پیوند قانونی میان دختر و پسر است که بر مبنای عشق و علاقه متقابل صورت می‌گیرد. نزد این رویکرد «اغلب همسریابی و همسرگزینی توسط جوانان انجام می‌گیرد و عشق و علقه‌های عاطفی بین دختر و پسر، معیار تعیین کننده‌ای در شکل‌گیری ازدواج است» (اعزازی، ۱۳۸۸). آن‌ها می‌توانند با برقراری ملاقات‌ها و گفت‌وگوهای دوستانه و موقت، یکدیگر را بشناسند و پس از تصمیم‌گیری مشترک، با والدین خود برای ازدواج مشورت کنند. از این رو، پسر یا دختر می‌توانند پیش از ازدواج با افراد متعددی آشنا شوند و در نهایت، یکی را برگزینند. (جلایی‌پور، ۱۳۸۵: ۳۵) ممکن است حضور در محافل دانشگاهی، شغلی، گروه‌های فرهنگی یا هنری به فرد در یافتن همسر کمک کند. تصمیم برای برگزاری مراسم، میزان مهریه و سایر موارد با مشورت و تفاهم دختر و پسر یا تفاهم میان خانواده‌ها انجام می‌گیرد (صادقی‌فسایی و دیگران، ۱۳۹۵: ۵۸). این رویکرد معتقد است مفاهیم موجود در مناسبات سنتی ازدواج از جمله مهریه، شیربها، جهیزیه و... امروزه معانی خود را از دست داده‌اند و دختر و پسر با علاقه و توافق متقابل با یکدیگر ازدواج می‌کنند (اعزازی، ۱۳۸۸). ازدواج موقت و تعدد زوجات در این رویکرد کاملاً مردود و مصداق خشونت علیه زنان به شمار می‌رود (اعزازی، ۱۳۸۳). طلاق تابو نیست بلکه واقعیتی اجتماعی است. طلاق از یک سو، قبح اجتماعی چندانی ندارد و از سوی دیگر، راهی برای خروج طرفین از اختلاف‌ها محسوب می‌شود (جلایی‌پور، ۱۳۸۵: ۳۶). با توجه به اینکه خانواده مدرن مدنی بر مبنای تصمیم‌گیری مشترک و تفاهم اداره می‌شود، توافق بر طلاق نیز یکی از تصمیمات مشترک

ضروری به شمار می‌رود. هنگامی که طرفین به این نتیجه برسند که اختلالی جدی در مسیر ارتباط عاطفی و تفاهمات آن‌ها به وجود آمده است می‌توانند از یکدیگر جدا شوند (علوی‌تبار، ۱۳۸۶: ۳۵).

روابط زوجین

در این رویکرد مبنای روابط میان زوجین، تحقق فردیت و احترام به حقوق یکدیگر است. دعاوی و اختلافات زوجین در این خانواده توسط محاکم قضایی و دادگاه‌های خانواده حل و فصل می‌گردد (مرادی، ۱۳۹۴: ۴۵). در این رویکرد به مفاهیمی همچون تمکین زن و ولایت و سرپرستی مرد با دید تردید و انکار نگریسته می‌شود و برابری زوجین در حقوق و تکالیف مورد تأکید قرار می‌گیرد (اعزازی، ۱۳۸۳). نزد این رویکرد برابری جنسیتی در حقوق و تکالیف از مهم‌ترین مؤلفه‌ها و ذاتیات عدالت محسوب می‌گردد. قوانین مربوط به ازدواج و روابط جنسیتی نه الهی هستند و نه غیرقابل تغییر؛ بلکه ابداعات حقوقی هستند که براساس پیش فرضی که دیگر معتبر و قابل قبول نیست، بنا شده‌اند (میرحسینی، ۱۳۹۴ و اعزازی، ۱۳۹۲).

توزیع قدرت

قدرت میان اعضای خانواده تابعی از توافقات درباره مسئولیت‌ها و حقوق اعضاست. سلسله‌مراتب قدرت، عمومی یا مبتنی بر جنسیت نیست. اعضای خانواده براساس سهم‌شان در اداره خانواده و استعدادهای خویش قدرت کسب می‌کنند (اعزازی، ۱۳۸۸) در این رویکرد قوامیت و سرپرستی شوهر و ولایت پدر با دیده تردید و انکار نگریسته شده و مصداق بی عدالتی و تبعیض و منشاء ظلم به زنان محسوب می‌گردد (میرحسینی، ۱۳۹۴ و اعزازی، ۱۳۸۶: ۳۵). میان روابط دموکراتیک در بیرون از خانه (عرصه عمومی) و روابط مدنی در درون خانه اشتراک‌هایی وجود دارد. دموکراسی در عرصه بیرونی زمینه و سرمشق مطلوبی برای چگونگی تصمیم‌گیری‌ها در درون خانواده مدرن مدنی است (علوی‌تبار، ۱۳۸۶: ۳۵). شاید فرزندان با پوشش متقاعد کردن والدین (اقناع) به عنوان ارزشی دموکراتیک، در عمل خواسته‌های خود را به والدین تحمیل کنند. بنابراین، قدرت یک طرفه نیست بلکه در بین تمامی اعضا پخش شده است به علاوه اعضاء خانواده از اینکه هر یک از آنها در مناسبات اجتماعی بیرون از خانه تحت قدرت سایر نهادها قرار دارند، آگاه هستند (صادقی‌فسایی و دیگران، ۱۳۹۵: ۵۶).

تقسیم‌کار در خانه

خانواده در نوع مدرن به‌طور آگاهانه و براساس یک پروژه در حال ساخته شدن، دائماً در حال بازبینی روابط درونی است. به همین دلیل تکلیف‌ها و انتظارات نقشی از زن و مرد اموری ثابت نیستند و اغلب تابعی از نتیجه تفاهم طرفین هستند (جلایی‌پور، ۱۳۸۵: ۳۱). انجام دادن کارهای درون خانه وظیفه زن نیست و مرد تنها نان‌آور خانواده تلقی نمی‌شود (اعزاز، ۱۳۸۴). در این رویکرد، تفاوت‌های جنسیتی افراد اعم از مردانگی و زنانگی اموری اجتماعی و برساخته فرهنگ و جامعه بوده و منشاء بیولوژیکی در وجود افراد ندارد (لبیی، ۱۳۸۹). مردان علاوه‌بر نان‌آوری، با تفاهم و توافق، در اداره خانواده هم سهم هستند. آن‌ها تأمین نیازهای عاطفی همسر را یکی از اصلی‌ترین وظایف خود می‌دانند. اگر مرد در پرورش و تربیت کودکان توانایی بیشتری دارد زن و مرد می‌توانند به این تفاهم دست یابند که مرد برای انجام دادن کارهای خانگی در خانه بماند و زن به اشتغال بیرون از خانه بپردازد (جلایی‌پور، ۱۳۸۵: ۳۴). زن و مرد می‌توانند در بیرون و درون خانه نقش‌هایی را بر عهده بگیرند. اشتغال زنان از حقوق اجتماعی آنها تلقی می‌شود که تصمیم برای اشتغال بر عهده خود آنهاست. حقوق و مسئولیت‌های برابر و متقابل میان والدین وجود دارد (صادقی‌فسایی و دیگران، ۱۳۹۵: ۹۱). پیوند زن و مرد مبتنی بر نقش‌های متفاوتی هم در خانواده و هم در جامعه است به گونه‌ای که شاید با توجه به توانایی زن در ایفای نقش مؤثرتر در عرصه عمومی، مرد به جای زن در بچه‌داری نقش بیشتری ایفاء کند (علوی‌تبار، ۱۳۸۶: ۳۵). زیرا اداره خانواده پروژه مشترک است. فرزندان نیز در خانواده تعامل و مشارکت داشته و در برخی تصمیم‌گیری‌های خانوادگی سهم دارند. گفت‌وگو و تفاهم مبتنی بر اعتماد در خانه جریان دارد (صادقی‌فسایی و دیگران، ۱۳۹۵: ۵۶). تصدی نقش‌هایی همچون مادری، رسیدگی به امور داخلی خانه یا وابستگی اقتصادی زنان به مردان، سبب فرودستی زن تلقی می‌شود (اعزاز، ۱۳۸۹: ۳۷). حضور زنان در عرصه عمومی حقی محفوظ است و نقش‌های زنانه در خانه نباید به‌عنوان مانعی در برابر حضور اجتماعی و مشارکت زنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی قرار گیرد. نقش‌های خانوادگی زنان از قبیل همسری، مادری و خانه‌داری نزد این رویکرد فعالیت‌هایی بی‌ارزش و قابل چشم‌پوشی است و زنان نباید خود را در چارچوب این نقش‌ها محدود سازند (اعزاز، ۱۳۸۸).

بعد خانوار

فرزندآوری و پرورش نسل در این رویکرد از آنجا که در شرایط کنونی جامعه ایرانی دارای مشکلات و موانع مادی بوده و نیز یکی از موانع جدی و مهم حضور فعال زنان در عرصه‌های

مختلف اجتماعی می‌گردد، امری مطلوب و مرجح محسوب نمی‌شود. این رویکرد معتقد است با توجه به ساختار مردانه اشتغال در ایران که به بهانه‌های مختلف درصدد حذف و حاشیه‌رانی زنان از بازار کار است، زایمان زنان مانع جدی پیشرفت زنان در این ساختار است (احمدی خراسانی، ۹۱/۹/۱۷). فعالان جنبش زنان در ایران معتقدند که وضع قوانینی همچون مرخصی زایمان زنان به تقویت کلیشه‌های جنسیتی سنتی درباره زنان می‌انجامد (صدر، ۹۰/۸/۱۲). همچنین شهیندخت مولوردی معاون امور بانوان دولت یازدهم نیز در مصاحبه‌ای با سایت مشرق (۹۳/۷/۲۸) داشتن بیش از دو فرزند را غیرعقلانی توصیف کرده است.

مفصل‌بندی گفتمان‌ها

گفتمان خانواده‌گرا بر محور مفاهیمی از قبیل «جمع‌گرایی»، «عدالت محوری» و «اخلاق» مفصل‌بندی می‌گردد.

گفتمان فردگرا نیز بر محور مفاهیمی از قبیل «روابط دموکراتیک»، «فردیت» و «ارزش‌های جامعه مدنی» مفصل‌بندی می‌گردد.

دال مرکزی؛

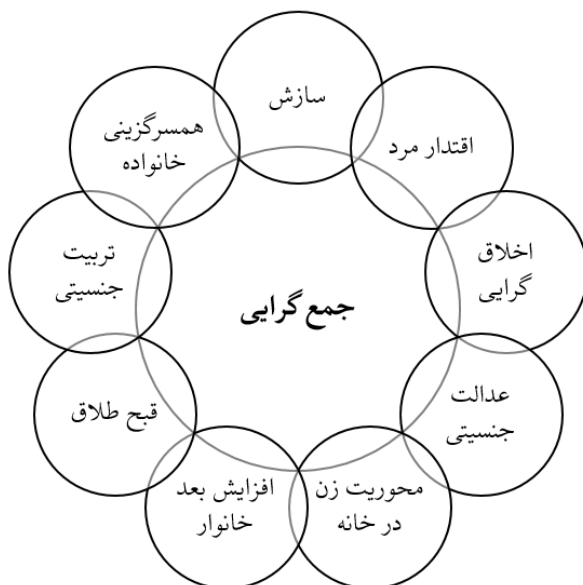
دال مرکزی و گره‌گاه گفتمان خانواده‌گرا «سازش و گذشت» است؛

دال مرکزی و گره‌گاه گفتمان فردگرا «حقوق فردی» است؛

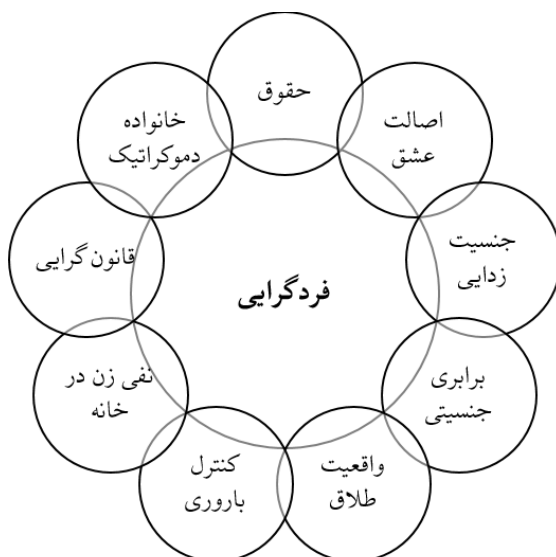
دال‌های شناور؛

دال‌های شناور گفتمان خانواده‌گرا عبارتند از: تقسیم کار جنسیتی براساس الگوی مرد نان‌آور و زن خانه‌دار، سلسله‌مراتب عمومی اقتدار با ریاست مرد، محوریت زن در خانواده (اولویت همسری، مادری و خانه داری)، تأکید بر تناسب حقوق و تکالیف در خانواده، بُعد گسترده خانوار، تصمیم‌سازی مشترک اعضا، ضرورت ازدواج آسان، عدم مهریه زیاد، امکان ازدواج موقت، قبح طلاق، نقش خانواده در همسرگزینی فرد و...

دال‌های شناور گفتمان فردگرا نیز عبارتند از: قانون‌گرایی در مناسبات خانواده، جنسیت‌زدایی در تقسیم کار خانگی، سلسله‌مراتب افقی اقتدار و نفی ریاست مرد در خانواده، حاشیه‌ای بودن نقش‌های خانگی زن، تأکید بر برابری و تشابه حقوق و تکالیف، اصالت عشق و نقش فرد در همسرگزینی، ضرورت کنترل باروری، طلاق به‌عنوان واقعیت اجتماعی، قدرت فرزندان در مناسبات خانواده.



نمودار ۱. مفصل‌بندی گفتمان خانواده‌گرا



نمودار ۲. مفصل‌بندی گفتمان فردگرا

بازنمایی گفتمان‌های خانواده در مجلات عامه‌پسند ایرانی

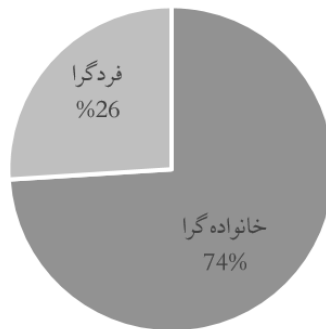
مجله خانواده ایرانی

این مجله که نخستین مجله خانوادگی در ایران به شمار می‌رود در هر شماره خود ستون‌های ثابتی دارد که برخی از این ستون‌ها در قالب مشاوره خانوادگی، داستان و خاطره و ... به‌طور مستقیم به طرح مسائل و موضوعات مربوط به خانواده پرداخته و برخی از آنها نیز به‌صورت غیرمستقیم به انعکاس دیدگاه‌های مجله نسبت به خانواده می‌پردازد. این مجله بیشترین محتوای مرتبط با موضوعات و مسائل خانواده را در مقایسه با نشریات دیگر به خود اختصاص داده بود و در مجموع ۱۱۵ مطلب مرتبط به موضوع خانواده و مسائل آن را در قالب ستون‌های ثابت و مطالب متفرقه در ۱۲ شماره مورد بررسی منتشر کرده است. از مجموع این ۱۱۵ مطلب مرتبط، ۸۶ مورد به بازنمایی و تأیید و برجسته‌سازی مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا و گاه به حاشیه‌رانی از دال‌های گفتمان فردگرا اختصاص یافته و ۲۹ مورد از آن به بازنمایی و تأیید و برجسته‌سازی مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا و گاه به حاشیه‌رانی از دال‌های گفتمان خانواده‌گرا اختصاص یافته است.

از میان مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا، دال سازش به‌عنوان دال مرکزی این گفتمان با ۳۳ مورد بازنمایی، بیشترین فراوانی را در میان مطالب این مجله به خود اختصاص داده و بعد از آن دال‌های همسرگزینی خانواده با ۱۶ مورد، اخلاق‌گرایی با ۱۳ مورد، محوریت زن در خانواده با ۹ مورد، عدالت جنسیتی با ۶ مورد، قبح طلاق با ۴ مورد، افزایش بعد خانوار و اقتدار مرد هر کدام با ۲ مورد به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از میان مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا نیز اصالت عشق با ۸ مورد بازنمایی، بیشترین فراوانی را در میان مطالب این مجله به خود اختصاص داده و بعد از آن دال‌های حقوق با ۷ مورد، برابری جنسیتی با ۵ مورد، نفی محوریت زن در خانه با ۴ مورد، خانواده دموکراتیک و کنترل باروری هر کدام با ۲ مورد و واقعیت طلاق با ۱ مورد بازنمایی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. به این ترتیب سهم مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا در مطالب مجله خانواده ایرانی ۷۴ درصد و سهم مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا در مطالب این مجله ۲۶ درصد بوده است.

جدول ۱. نمای کلی وضعیت گفتمانی مجله خانواده ایرانی

مجموع تعداد مطالب مرتبط با موضوع خانواده در مجله			۱۱۵ مورد
گفتمان	دال‌های مرکزی و شناور	تعداد بازنمایی در مجله	درصد به کل مطالب
خانواده‌گرا	سازش	۳۳ مورد	۲۸ درصد
	همسرگزینی خانواده	۱۶ مورد	۱۳ درصد
	تربیت جنسیتی		
	قیح طلاق	۴ مورد	۳ درصد
	افزایش بعد خانوار	۲ مورد	۲ درصد
	محوریت زن در خانه	۹ مورد	۷ درصد
	عدالت جنسیتی	۶ مورد	۵ درصد
	اخلاق‌گرایی	۱۳ مورد	۱۱ درصد
	اقتدار مرد	۲ مورد	۲ درصد
فردگرا	حقوق (منافع فردی)	۷ مورد	۶ درصد
	اصالت عشق	۸ مورد	۶ درصد
	جنسیت‌زدایی		
	واقعیت طلاق	۱ مورد	۱ درصد
	کنترل باروری	۲ مورد	۲ درصد
	نفی محوریت زن در خانه	۴ مورد	۳ درصد
	برابری جنسیتی	۵ مورد	۵ درصد
	قانون‌گرایی		
	خانواده دموکراتیک	۲ مورد	۲ درصد
مجموع مطالب خانواده‌گرا			۸۶ مورد
مجموع مطالب فردگرا			۲۹ مورد
			۷۴ درصد
			۲۶ درصد



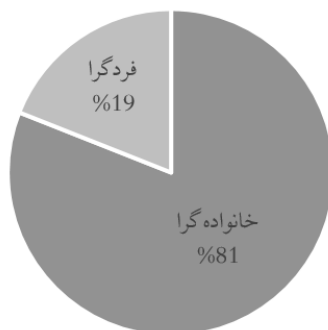
نمودار ۲. وضعیت گفتمانی مجله خانواده ایرانی

مجله خانواده سبز

این مجله پرتیراژترین نشریه خانوادگی و عامه پسند ایرانی محسوب می‌شود. به‌طور کلی رویکرد حاکم بر مطالب و محتواهای خانوادگی مجله خانواده سبز را می‌توان ذیل گفتمان خانواده‌گرا دسته‌بندی کرد. این مجله در مجموع ۱۰۷ مطلب مرتبط به موضوع خانواده و مسائل آن را در قالب ستون‌های ثابت و مطالب متفرقه در ۱۲ شماره مورد بررسی منتشر کرده است. از مجموع این ۱۰۷ مطلب مرتبط، ۸۹ مورد به تأیید و برجسته‌سازی مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا و گاه به حاشیه‌رانی از دال‌های گفتمان فردگرا اختصاص یافته و ۱۸ مورد از آن به تأیید و برجسته‌سازی مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا و گاه به حاشیه‌رانی از دال‌های گفتمان خانواده‌گرا اختصاص یافته است. از میان مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا، دال سازش به‌عنوان دال مرکزی این گفتمان با ۲۶ مورد بازنمایی، بیشترین فراوانی را در میان مطالب این مجله به خود اختصاص داده و بعد از آن دال‌های همسرگزینی خانواده با ۲۱ مورد، اخلاق‌گرایی با ۱۳ مورد، محوریت زن در خانواده با ۱۰ مورد، عدالت جنسیتی با ۶ مورد، قبح طلاق با ۷ مورد، افزایش بعد خانوار با ۳ مورد، اقتدار مرد با ۲ مورد به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از میان مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا نیز اصالت عشق با ۷ مورد بازنمایی، بیشترین فراوانی را در میان مطالب این مجله به خود اختصاص داده و بعد از آن دال‌های حقوق و برابری جنسیتی و خانواده دموکراتیک هرکدام با ۳ مورد و نفی محوریت زن در خانه با ۲ مورد، به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. به این ترتیب سهم مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا در مطالب مجله خانواده سبز ۸۱ درصد و سهم مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا در مطالب این مجله ۱۹ درصد بوده است.

جدول ۲. نمای کلی وضعیت گفتمانی مجله خانواده سبز

مجموع تعداد مطالب مرتبط با موضوع خانواده در مجله			۱۰۷ مورد
گفتمان	دال‌های مرکزی و شناور	تعداد بازنمایی در مجله	درصد به کل مطالب
خانواده‌گرا	سازش	۲۶ مورد	۲۴ درصد
	همسرگزینی خانواده	۲۱ مورد	۱۹ درصد
	تربیت جنسیتی	۱ مورد	۰/۰۹ درصد
	قیح طلاق	۷ مورد	۶ درصد
	افزایش بعد خانوار	۳ مورد	۳ درصد
	محوریت زن در خانه	۱۰ مورد	۹ درصد
	عدالت جنسیتی	۶ مورد	۵ درصد
	اخلاق‌گرایی	۱۳ مورد	۱۲ درصد
	اقتدار مرد	۲ مورد	۲ درصد
فردگرا	حقوق (منافع فردی)	۳ مورد	۲ درصد
	اصالت عشق	۷ مورد	۶ درصد
	جنسیت زدایی		
	واقعیت طلاق		
	کنترل باروری		
	نفی محوریت زن در خانه	۲ مورد	۲ درصد
	برابری جنسیتی	۳ مورد	۲ درصد
	قانون‌گرایی		
	خانواده دموکراتیک	۳ مورد	۲ درصد
مجموع مطالب خانواده‌گرا			۸۹ مورد ۸۱ درصد
مجموع مطالب فردگرا			۱۸ مورد ۱۹ درصد



نمودار ۳. وضعیت گفتمانی مجله خانواده سبز

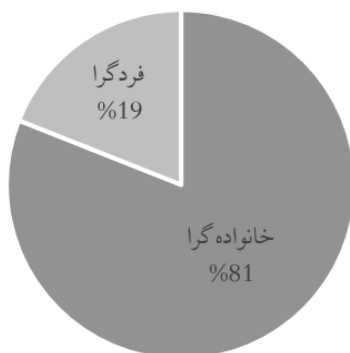
مجله موفقیت

مجله موفقیت یکی از پرتیراثرترین نشریات خانوادگی و عامه‌پسند امروز است که بخشی از محتوای آن نیز به مسائل و موضوعات خانوادگی می‌پردازد. این نشریه ستون‌های ثابت خانوادگی ندارد. به‌طور کلی رویکرد حاکم بر مطالب و محتواهای خانوادگی مجله موفقیت را می‌توان ذیل گفتمان خانواده‌گرا دسته‌بندی کرد و دال‌های مربوط به این گفتمان بیشتر در مطالب این نشریه بازنمایی شده‌اند. این مجله در مجموع ۵۲ مطلب مرتبط به موضوع خانواده و مسائل آن را در قالب ستون‌های ثابت و مطالب متفرقه در ۱۲ شماره مورد بررسی منتشر کرده است. از مجموع این ۵۲ مطلب مرتبط، ۴۲ مورد به بازنمایی و تأیید و برجسته‌سازی مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا بعضاً به حاشیه‌رانی از دال‌های گفتمان فردگرا اختصاص یافته و ۱۰ مورد از آن به تأیید و برجسته‌سازی مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا و گاه به حاشیه‌رانی از دال‌های گفتمان خانواده‌گرا اختصاص یافته است.

از میان مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا، دال سازش به‌عنوان دال مرکزی این گفتمان با ۱۴ مورد بازنمایی، بیشترین فراوانی را در میان مطالب این مجله به خود اختصاص داده و بعد از آن دال‌های همسرگزینی خانواده با ۹ مورد، اخلاق‌گرایی با ۶ مورد، محوریت زن در خانواده با ۵ مورد، قبح طلاق با ۳ مورد، عدالت جنسیتی با ۲ مورد، اقتدار مرد با ۲ مورد و افزایش بعد خانوار با ۱ مورد به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از میان مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا نیز اصالت عشق با ۴ مورد بازنمایی، بیشترین فراوانی را در میان مطالب این مجله به خود اختصاص داده و بعد از آن دال‌های حقوق با ۳ مورد، برابری جنسیتی با ۲ مورد و نفی محوریت زن در خانه با ۱ مورد، به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. به این ترتیب سهم مفاهیم و دال‌های گفتمان خانواده‌گرا در مطالب مجله خانواده ایرانی (۸۱ درصد) و سهم مفاهیم و دال‌های گفتمان فردگرا در مطالب این مجله ۱۹ درصد بوده است.

جدول ۳. نمای کلی وضعیت گفتمانی مجله موفقیت

مجموع تعداد مطالب مرتبط با موضوع خانواده در مجله			۵۲ مورد
گفتمان	دال‌های مرکزی و شناور	تعداد بازنمایی در مجله	درصد به کل مطالب
خانواده‌گرا	سازش	۱۴ مورد	۲۷ درصد
	همسرگزینی خانواده	۹ مورد	۱۷ درصد
	تربیت جنسیتی		
	قیح طلاق	۳ مورد	۵ درصد
	افزایش بعد خانوار	۱ مورد	۲ درصد
	محوریت زن در خانه	۵ مورد	۱۰ درصد
	عدالت جنسیتی	۲ مورد	۴ درصد
	اخلاق‌گرایی	۶ مورد	۱۰ درصد
	اقتدار مرد	۲ مورد	۴ درصد
	حقوق (منافع فردی)	۳ مورد	۶ درصد
فردگرا	اصالت عشق	۴ مورد	۸ درصد
	جنسیت‌زدایی		
	واقعیت طلاق		
	کنترل باروری		
	نفی محوریت زن در خانه	۲ مورد	۴ درصد
	برابری جنسیتی	۱ مورد	۲ درصد
	قانون‌گرایی		
	خانواده دموکراتیک		
	مجموع مطالب خانواده‌گرا	۴۲ مورد	۸۱ درصد
	مجموع مطالب فردگرا	۱۰ مورد	۱۹ درصد



نمودار ۴. وضعیت گفتمانی مجله موفقیت

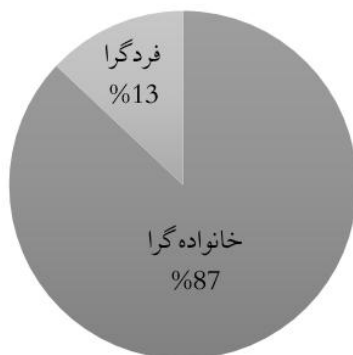
مجله روزهای زندگی

این مجله نیز یکی دیگر از نشریات پرتیراژ زرد در ایران است که بخشی از محتوای آن به مطالب مربوط به مسائل خانواده اختصاص داده شده است. این نشریه دارای دو ستون ثابت است که به موضوعات و مسائل خانوادگی به طور مستقیم می پردازد. به طور کلی رویکرد حاکم بر محتوای خانوادگی مجله روزهای زندگی را می توان ذیل گفتمان خانواده گرا دسته بندی کرد و دال های مربوط به این گفتمان بیشتر در مطالب این نشریه بازنمایی شده اند. این مجله در مجموع ۳۲ مطلب مرتبط به موضوع خانواده و مسائل آن را در قالب ستون های ثابت و مطالب متفرقه در ۱۲ شماره مورد بررسی منتشر کرده است. از مجموع این ۳۲ مطلب مرتبط، ۲۸ مورد به بازنمایی و تأیید و برجسته سازی مفاهیم و دال های گفتمان خانواده گرا و گاه به حاشیه رانی از دال های گفتمان فردگرا اختصاص یافته و ۴ مورد از آن به تأیید و برجسته سازی مفاهیم و دال های گفتمان فردگرا و گاه به حاشیه رانی از دال های گفتمان خانواده گرا اختصاص یافته است.

از میان مفاهیم و دال های گفتمان خانواده گرا، دال سازش به عنوان دال مرکزی این گفتمان با ۱۴ مورد بازنمایی، بیشترین فراوانی را در میان مطالب این مجله به خود اختصاص داده و بعد از آن دال های همسرگزینی خانواده با ۱۲ مورد و محوریت زن در خانواده و قبح طلاق هر کدام با یک مورد به ترتیب در رتبه های بعدی قرار دارند. از میان مفاهیم و دال های گفتمان فردگرا نیز اصالت عشق، حقوق، برابری جنسیتی و خانواده دموکراتیک هر کدام یک مورد در مطالب این مجله بازنمایی گردیده اند. به این ترتیب سهم مفاهیم و دال های گفتمان خانواده گرا در مطالب مجله خانواده ایرانی (۸۷ درصد) و سهم مفاهیم و دال های گفتمان فردگرا در مطالب این مجله ۱۳ درصد بوده است.

جدول ۴. نمای کلی وضعیت گفتمانی مجله روزهای زندگی

مجموع تعداد مطالب مرتبط با موضوع خانواده در مجله			۳۲ مورد
گفتمان	دال‌های مرکزی و شناور	تعداد بازنمایی در مجله	درصد به کل مطالب
خانواده‌گرا	سازش	۱۴ مورد	۴۳ درصد
	همسرگزینی خانواده	۱۲ مورد	۳۷ درصد
	تربیت جنسیتی		
	قیح طلاق	۱ مورد	۳ درصد
	افزایش بعد خانوار		
	محوریت زن در خانه	۱ مورد	۳ درصد
	عدالت جنسیتی		
	اخلاق‌گرایی		
	اقتدار مرد		
فردگرا	حقوق (منافع فردی)	۱ مورد	۳ درصد
	اصالت عشق	۱ مورد	۳ درصد
	جنسیت‌زدایی		
	واقعیت طلاق		
	کنترل باروری		
	نفی محوریت زن در خانه		
	برابری جنسیتی	۱ مورد	۳ درصد
	قانون‌گرایی		
	خانواده دموکراتیک	۱ مورد	۳ درصد
مجموع مطالب خانواده‌گرا			۸۷ درصد
مجموع مطالب فردگرا			۱۳ درصد
مجموع مطالب مرتبط با موضوع خانواده در مجله			۴ مورد



نمودار ۵. وضعیت گفتمانی مجله روزهای زندگی

بحث و نتیجه گیری

خانواده به عنوان یکی از عناصر فرهنگ دینی و سنتی جامعه ایرانی در ده‌های اخیر همراه با تحولات خانواده در مقیاس جهانی و بین‌المللی، شاهد تغییر و تطوراتی در ساختار و کارکردهای خود بوده است. امروزه تصویر غالب از خانواده مبتنی بر برون همسرگزینی و شکل هسته‌ای بوده و خانواده به مثابه عشیره و نظام خویشاوندی گسترده و دارای سلسله مراتب اقتدار عمودی با محوریت مرد، سهم کمتری از الگوی خانواده ایرانی امروز دارد. اما از سوی دیگر به لحاظ گفتمانی، خانواده با تکیه بر ظرفیت‌های دینی و فرهنگی جامعه ایرانی در برابر فرهنگ مدرن مقاومت کرده و همواره در حال بازتولید خویش در سطح مناسبات ارزشی و هنجارین جامعه بوده است. به عبارت دیگر امروزه جامعه ایرانی اگرچه تصویر دیگری از خانواده نسبت به زیست سنتی خویش سراغ دارد و ارزش‌های دنیای جدید در ایجاد تحول ساختاری در خانواده موثر بوده است، اما خانواده‌گرایی مبتنی بر نظام ارزشی دینی ایرانیان به قوت خویش باقی مانده است. لذا می‌توان گفت هنوز گرایش به ازدواج و تشکیل خانواده و اتکاء به هنجارهای خویشاوندی و خانوادگی در میان ایرانیان عمومیتی انکارناپذیر دارد. در جامعه کنونی ایران کماکان ارجاع هویتی افراد به خانواده و حتی طایفه خود نشان از هژمونی این نهاد نسبت به عاملیت و فردیت افراد دارد. به همین مناسبت می‌توان گفت که خانواده ایرانی صورت هسته‌ای و محتوای گسترده و سنتی دارد.

موضوع خانواده و تحولات آن در جامعه ایرانی محل مناقشه دو رویکرد نظری عمده در کشور است که پژوهش حاضر این دو رویکرد را به مثابه دو گفتمان متخاصم در حوزه خانواده شناسایی و صورت‌بندی نموده است. این دو گفتمان که هر یک به نوعی هم مشغول برجسته‌سازی مفاهیم گفتمانی خود در عرصه خانواده و مناسبات آن بوده و هم دال‌های

محوری یکدیگر را به حاشیه می‌رانند، عبارتند از گفتمان خانواده‌گرا که با محوریت سازش مفصل‌بندی شده و گفتمان فردگرا که حول محور حقوق دال‌های خود را شکل داده است. نماینده گفتمان خانواده‌گرا در ایران جریان اسلام سیاسی و اجتماعی بوده و نماینده گفتمان فردگرا نیز جریان روشنفکری و فمینیستی در ایران هستند.

از این منظر، فهم و تحلیل رویکرد مجلات عامه‌پسند نسبت به خانواده و مناسبات و مسائل آن و ارزیابی این رویکردها نسبت به گفتمان‌های حاکم بر خانواده در جامعه ایرانی مسأله و رسالت پژوهش حاضر بود. محقق پس از ارائه صورت‌بندی گفتمانی از رویکردها و نظریات خانواده در ایران، به بررسی و تحلیل مجلات عامه‌پسند به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های فعال در زیست جهان خانواده ایرانی پرداخت تا نحوه‌ی بازنمایی این دو گفتمان را در مجلات عامه‌پسند تحلیل نماید. با بررسی و تحلیل متون و محتوای خانوادگی مجلات خانواده ایرانی، خانواده سبز، موفقیت و روزهای زندگی نتیجه کلی که حاصل شد این بود که رویکرد کلی حاکم بر این مجلات در حوزه مناسبات خانواده و زندگی مشترک زوجین به گفتمان خانواده‌گرا قربت بیشتری داشته و دال‌ها و مفاهیم گفتمان خانواده‌گرا از قبیل سازش، همسرگزینی خانواده، محوریت زن در خانه، قبح طلاق، تربیت جنسیتی، اخلاق‌گرایی، اقتدار مرد، افزایش بعد خانوار و... در این مجلات بیشتر از مفاهیم گفتمان فردگرا بازنمایی شده است.

باید گفت اگرچه تحولات ساختاری و ارزشی دنیای مدرن، خانواده ایرانی را نیز در بسیاری از عرصه‌ها با خود همراه نموده و تغییرات قابل ملاحظه‌ای را بر ساختار و کارکردهای خانواده در ایران ایجاد کرده است، اما این تغییرات به منزله انفعال خانواده ایرانی در تعامل با تحولات دنیای مدرن و تأثیرپذیری صرف از هنجارهای مدرنیته نیست؛ بلکه خانواده ایرانی در پیوند وثیق با نهاد دین و سنت فرهنگی جامعه ایران به صورتی کاملاً فعالانه و پویا به تنظیم تعاملات خود با فرهنگ جدید پرداخته و نظم اجتماعی متناسب با هژمونی خانواده‌گرایی را رقم می‌زند. امروزه درست است که خانواده ایرانی تغییراتی را به خود دیده است اما نفوذ و رسوخ ارزش‌های دینی در اذهان اکثریت افراد جامعه به‌قدری مستحکم است که ارزش‌های متضاد با آن به‌سختی می‌توانند جایگزین شوند. چراکه دین در طول تاریخ با فرهنگ جامعه ایرانی درهم تنیده شده است و دولت نیز همپای این در هم تنیدگی پیشرفته و در حفظ کیان خانواده ایرانی نقش مثبتی داشته است.

لذا براساس یافته‌های این پژوهش می‌توان مدعی شد که با عنایت به واقعیت اجتماعی جامعه ایرانی که دلالت بر هژمونی گفتمان اسلامی در عرصه خانواده و بر ساخت الگوی دینی و سنتی از مناسبات آن دارد و تعامل نهادی خانواده، دین و دولت نیز بر سیطره خانواده‌گرایی در

مناسبات اجتماعی و فرهنگی دامن زده است، رویکردهای فرهنگی و هنجاری حاکم بر رسانه‌های عمومی نیز تحت تأثیر این فضای هژمونیک واقع شده و الگوهای بازنمایی رسانه‌ای از خانواده و مناسبات آن با ارزش‌های گفتمان خانواده‌گرا در ایران انطباق بیشتری دارند. به عبارت دیگر در فضای فرهنگی جامعه ایرانی هنوز ردپای نظم دینی - سنتی خانواده به‌صورت کاملاً پررنگ محسوس بوده و گفتمان‌های رقیب از جمله جریان فمینیستی یا روشنفکری نتوانسته‌اند گفتار غالبی را در حوزه خانواده و مناسبات آن برای عامه مردم ارائه نمایند و مناقشات نظری این جریان‌ها تنها در فضای نخبگانی جامعه ایرانی باقی مانده‌اند.

منابع و مأخذ

- قرآن کریم.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی خانواده ایرانی*، تهران: سمت.
- ابراهیمی، قربانعلی (۱۳۸۸). «تحلیل گفتمان بازتولید زبان جنسیتی در مجلات عامه‌پسند فارسی در ایران»، *مجله زن در فرهنگ و هنر*، شماره ۱: ۴۹-۳۵.
- اعزازي، شهلا (۱۳۸۳). «مفهوم شناسی خشونت». *مجله حورا*، شماره ۱۰: ۴۴-۲۵.
- اعزازي، شهلا (۱۳۷۰). «تضاد میان آموزش و پرورش و جامعه: بررسی کتاب فارسی اول دبستان»، *فصلنامه علوم اجتماعی علامه طباطبائی*، شماره ۱ و ۲: ۷۹-۵۴.
- اعزازي، شهلا (۱۳۸۴). «ساختار جامعه و خشونت علیه زنان»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، شماره ۱۴: ۴۶-۲۱.
- اعزازي، شهلا (۱۳۸۶). «روند نمایش خانواده در تلویزیون»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، شماره ۷: ۳۵-۵۲.
- اعزازي، شهلا (۱۳۸۰). «بازتاب چشمداشت های اجتماعی در تلویزیون»، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، شماره ۱: ۱۳۱-۱۰۱.
- بستان، حسین (۱۳۹۰). *اسلام و جامعه‌شناسی خانواده*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بک‌گرنسهایم، الیزابت (۱۳۸۸). *خانواده در جهان امروز*، ترجمه بیتا مدنی، تهران: پایا.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۳). *گفتمان، پادگفتمان و سیاست*، تهران: مؤسسه توسعه علوم انسانی.
- تنهایی، ابوالحسن و عالیہ شکر بیگی (۱۳۸۷). «جهانی شدن، تجددگرایی و خانواده در ایران»، *مجله جامعه‌شناسی*، شماره ۵۶: ۵۵-۳۳.
- جلایی‌پور، حمیدرضا (۱۳۸۵). «چرا خانواده مدنی در ایران رهایی‌بخش است؟»، *مجله زنان*، شماره ۱۳۰: ۵۳-۴۱.
- حاجیان، ابراهیم (۱۳۹۰). *آسیب‌شناسی نهاد خانواده در ایران (مجموعه مقالات)*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- حرانی، حسن بن شعبه (۱۴۰۴ق). *تحف العقول*، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- حرعاملی، محمد بن حسن (۱۴۱۶ق). *وسایل الشیعه الی تفصیل مسائل الشریعه*، قم: مؤسسه آل‌البیت لاحیاء التراث.
- حق‌شناس، سیدجعفر (۱۳۹۲). *آسیب‌شناسی خانواده (مجموعه مقالات)*، قم: مرکز تحقیقات زن و خانواده
- خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۶۸). *صحیفه نور*، تهران: دفتر تنظیم و نشر آثار حضرت امام (ره).
- دیلمی، حسن بن ابی‌الحسن (۱۴۱۲ق). *ارشاد القلوب*، قم: شریف رضی.

- روزن‌بام، هایدی (۱۳۷۶). خانواده به مثابه ساختاری در مقابل جامعه، ترجمه محمدصادق مهدوی، چاپ اول، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- زمانیان، علی (۱۳۸۷). تغییرات بنیادین نهاد خانواده در چند دهه اخیر در ایران، تهران: معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی.
- زیبایی‌نژاد، محمدرضا (۱۳۸۹). «فمینیسم ایرانی»، نشریه حورا، شماره ۳۷: ۳۶-۳.
- ساروخانی، باقر و همکاران (۱۳۹۵). «تحلیل گفتمان الگوهای خانواده در جامعه کنونی با تأکید بر مناسبات همسرگزینی»، پژوهشنامه اسلامی زنان و خانواده، شماره ۷: ۴۲-۹.
- سلطانی، علی اصغر (۱۳۸۴). قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی ایران. تهران: نشر نی.
- صادقی‌فسایی، سهیلا و ایمان عرفان‌منش (۱۳۹۵). گفتمان‌ها و خانواده ایرانی: جامعه‌شناسی الگوهای خانواده، پس از مناقشه مدرنیته در ایران، تهران: دانشگاه تهران.
- صادوق، محمدبن علی (۱۴۱۳ق). من لایحضره الفقیه، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- طالبان، محمدرضا (۱۳۹۳)، پیمایش ملی تدین اسلامی ایرانیان، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- طبرسی، فضل‌بن حسن (۱۴۰۸ق). مکارم‌الاخلاق، بیروت: دارالحوراء.
- علوی‌تبار، علیرضا (۱۳۸۶). «خانواده سنتی گزینه‌ای ناممکن»، مجله زنان، شماره ۱۵۰: ۴۴-۳۶.
- علی‌احمدی، امید (۱۳۸۸). تحولات معاصر خانواده در شهر تهران، تهران: نشر شهر.
- غیاثوند، احمد (۱۳۹۵). «رفتارها و باورهای ایرانیان: تحلیلی جامعه‌شناختی از چهار دهه دینداری در جامعه ایران»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۷۳: ۲۵۱-۲۱۱.
- فرجی، مهدی و کاظمی عباس (۱۳۸۸)، «بررسی وضعیت دینداری در ایران: با تأکید بر داده‌های پیمایش سه دهه گذشته»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۶: ۵۸-۳۶.
- فرقانی، محمدمهدی و مهشید السادات مظلوم (۱۳۹۲). «سبک زندگی در نشریات عامه‌پسند، مطالعه موردی دو هفته‌نامه زندگی ایده‌آل سال ۱۳۹۱» نشریه مظلوم، شماره ۷: ۱۱۸-۱۲۴.
- قانع‌راد، محمدامین (۱۳۹۶). زوال پدرسالاری: فروپاشی خانواده یا ظهور خانواده مدنی، تهران: نقد فرهنگ.
- کرمی، محمدتقی (۱۳۹۵). «ساخت اجتماعی طلاق در ایران»، فصلنامه مطالعات جنسیت و خانواده، شماره ۱: ۸۶-۶۴.
- کلینی، محمدبن یعقوب (۱۴۲۹ق). الکافی، قم: دارالحديث للطباعة والنشر.
- کلینی، محمدبن یعقوب (۱۴۳۰ق). فروع کافی، قم: دارالحديث للطباعة والنشر.
- کلهر، سینا (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر اجرای سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. رساله دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات تهران.

بازنمایی گفتمان‌های خانواده در مجلات عامه‌پسند ایرانی ❖ ۱۲۱

کیا، علی‌اصغر و نادر منصورکیایی (۱۳۸۹). «بازنمایی فرهنگی در مجلات عامه‌پسند؛ بررسی تحول گفتمان فرهنگی در مجلات عامه‌پسند سال‌های ۶۵، ۷۵ و ۸۵»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۳: ۱۴۳-۱۱۵.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موافقیان، تهران: نی. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۴ق). *بحارالانوار*، بیروت: مؤسسه الوفاء. محمدی‌ری‌شهری، محمد (۱۳۸۶). *میزان الحکمه*. قم: دارالحديث. مرادی، محمد (۱۳۹۴). «تحلیل روند دادرسی در دادگاه‌های خانواده». *مجله حورا*، شماره ۴۹: ۳۵-۴۶.

مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۶). «ساخت و محتوای مطبوعات عامه‌پسند: تحلیل محتوای صفحه اول ۱۸ نشریه عامه‌پسند»، *فصلنامه رسانه*، شماره ۳: ۲۲۶-۲۰۷. هوارث، دیوید (۱۳۷۷). «نظریه گفتمان» ترجمه: علی‌اصغر سلطانی، *فصلنامه علوم سیاسی*، شماره ۲: ۴۵-۴۹.

یورگنسن، ماریان؛ فیلیس، لوتیز (۱۳۸۹). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

نوری‌طبرسی، حسین‌بن‌محمدتقی (۱۴۰۱ق). *مستدرک‌الوسائل و مستنبط‌المسائل*، قم: آل‌البیت لاحیاء التراث.

نیک‌پی، امیر (۱۳۹۱). «جامعه‌شناسی تحول خانواده در ایران»، *جامعه‌شناسی تاریخی*، شماره ۱: ۱۶۹-۱۳۱.

هندی، علاءالدین (۱۴۱۳ق). *کنزالعمال*، بیروت: مؤسسه الپایان‌نامه.

سایت‌ها:

پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری به آدرس: www.khamenei.ir

قوانین مربوط به خانواده، بازتولید خشونت ساختاری علیه زنان است، ۱۳۸۸/۱۱/۲۳ رجوع شود به آدرس: www.pezhvakeiran.com/page1.php?id=20237

خشونت ساختاری علیه زنان روز به روز افزایش می‌یابد، ۱۳۸۹/۹/۴ رجوع شود به آدرس: www.irananzanan.ir/first_point/001975.php?q

قوانین ایران حامی زنان نیست، ۱۳۹۱/۱۱/۱۲ رجوع شود به آدرس: <https://jahanezan.wordpress.com/2013/03/09/12345-643>

سنت حقوقی مسلمانان و چالش برابری جنسیتی، ۱۳۹۴/۱۱/۲۵ رجوع شود به آدرس: www.feministschool.com/spip.php?article7887

Laclau, E. & Mouffe, C. (1985) *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.

Engels, Fredrick, (1972). "The Origin of Family Private Property, and the State", Pathfinder presses.

- Barrett, M. & A. Philips (1992). **Destabilizing Theory: Contemporary Feminist Debates**, London: Polity Press.
- Cahoone, L. (2003). **Form Modernism to Postmodernism: An Anthology Expanded, Second Edition**, Wiley-Blackwell Publisher
- Barrett, Michelle. (1989). "**Women's Oppression Today**". Haloton Press.
- De Beauvoir, Simone. (1949). "**The Second Sex**". Translated by H.M. Parshley. N.Y: Vintage Book.
- Firestone, Shulamith, (1970). "**The Dialectic of Sex**" in: Linda Nicholson (ed.), **The Second Wave**, New York and London: Rutledge,
- Friedan, Betty. (1963). "**The Feminine Mystique**". N.Y: Dell.
- Millett, Kate (1969). "**Sexual Politics**". Garden City, N.Y: Doubleday
- Steinem, Gloria (1970). "**Women's Right**". Presented in Women's Rights Workshop, N.Y.
- Giddens, Anthony (1992). **The Transformation of Intimacy (Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies)**, Stanford University Press, First Publish.
- Goode, William Josiah (1963). **World revolution and family patterns**, New York, Free Press of Glencoe.
- Hakim, Catherine (2003). **Models of the Family in Modern societies: Ideal & Realities**, England, Ash gate.

ارزیابی گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی

مرضیه خلقتی^۱

چکیده

هدف این مقاله، ارزیابی شرایط و زمینه‌های اولویت‌بخشی به رسانه‌های اجتماعی برای گذران اوقات فراغت، نحوه استفاده فراغتی از رسانه‌های اجتماعی و ارزیابی تأثیرات مثبت و منفی آن از منظر کاربران بوده و از رویکرد نظریه زمینه‌ای استفاده کرده است. براساس تحلیل داده‌های مصاحبه‌های کیفی، چهار مقوله عمده نیازهای ارتباطی، نیازهای فراغتی، نیازهای فناورانه و نیاز به تجربه‌های متفاوت به‌عنوان شرایط زمینه‌ساز گذران اوقات فراغت، سه مقوله رشد توانایی‌های ارتباطی، تأثیرات روانی و تقویت منافع فردی به‌عنوان تأثیرات مثبت دسته‌بندی شدند و تأثیرات منفی در پنج مقوله تأثیرات فردی، تأثیرات بر ارتباطات خانوادگی، تأثیرات بر ارتباطات اجتماعی، تأثیرات منفی بر سلامت جسمی و روانی مطرح و عوامل تداوم دهنده فعالیت فراغتی در رسانه‌های اجتماعی نیز به عوامل فناورانه و روانی دسته‌بندی شدند. نتایج این تحقیق، روند جایگزینی فراغت مجازی با واقعی و آمیختگی مفاهیم فراغت و کار را نزد کاربران تأیید می‌کند.

واژه‌های کلیدی

اوقات فراغت، رسانه‌های اجتماعی، فراغت مجازی، نظریه زمینه‌ای

مقدمه

فراگیری رسانه‌های اجتماعی در ایران مانند سایر نقاط جهان به تنهایی این پدیده را به موضوعی مهم برای پژوهش تبدیل می‌کند اما اهمیت مطالعه این پدیده زمانی بیشتر می‌شود که آن را در پیوند با بحث اوقات فراغت در نظر بگیریم. اوقات فراغت معمولاً به زمانی گفته می‌شود که افراد بعد از الزامات تحصیلی، حرفه‌ای و شغلی به کارهای مورد علاقه خودشان اختصاص می‌دهند و انتخاب‌های افراد درباره چگونگی گذران اوقات فراغتشان می‌تواند اطلاعات فراوانی درباره سبک زندگی و سرمایه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی آنها به پژوهشگران بدهد. شیوه‌های متفاوت گذران اوقات فراغت، آن را دارای سویه‌های مثبت و منفی کرده است. در سویه مثبت، «افزایش مهارت‌ها، دموکراتیک‌سازی فرصت‌ها و آزادی بخشی برای ورود به تجارب فراغتی» و در سویه منفی، «نگرانی از کاهش سرمایه‌های اجتماعی و مشارکت‌های اجتماعی واقعی، منفعل کردن فرهنگ فراغتی جوانان، کاستن از مهارت‌های آنها در ایجاد سرگرمی‌های خلاق با عاملیت خود و نیز سوء استفاده‌های صنعت فراغت» (ذکایی، ۱۳۹۱: ۲۷-۲۸) می‌تواند مورد اشاره قرار گیرد.

پژوهش‌ها در زمینه اوقات فراغت در ایران به‌طور طبیعی در بخش عمده موارد شامل پژوهش‌هایی درباره سبک‌های فراغتی افراد در جهان فیزیکی است. به عبارت دیگر، ابعاد پژوهش درباره گذران اوقات فراغت در دنیای واقعی - فیزیکی در مقایسه با بدنه نحیف پژوهش‌های مربوط به اوقات فراغت در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، از وضعیت نسبتاً خوبی برخوردار است. در این پژوهش‌ها، گاهی به استفاده از رایانه به عنوان یکی از روش‌های گذران اوقات فراغت در کنار فعالیت‌های دیگر اشاره شده است (نگاه کنید به ذکایی، ۱۳۹۱؛ ریاضی، ۱۳۹۲؛ ساروخانی و میرزایی، ۱۳۹۰؛ سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۲؛ قادرزاده، قادرزاده و حسن پناه؛ ۱۳۹۴؛ منادی، ۱۳۸۶) یا در کنار کاوش درباره کارکردهای شبکه‌های اجتماعی و الگوهای مصرف و تأثیرات آن به فراغت هم نیم‌نگاهی شده است (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱؛ رسولی و مرادی، ۱۳۹۱؛ شهابی و قدسی بیات، ۱۳۹۱؛ کوثری، ۱۳۸۶). همچنین هزارجریبی و اکبری تبار (۱۳۹۲) در فراتحلیلی، به تأثیرات عدیده و چندوجهی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شیوه گذران اوقات فراغت جوانان اشاره کردند.

پژوهش‌ها در زبان انگلیسی وضعیت سامان‌مندتری دارد و در پیشینه این تحقیقات، چندین فراتحلیل متمرکز بر فیس‌بوک و انگیزه‌های عضویت یافته شد.

کی‌یرز، فیتز، کوک، استاگ، وینا و بویس^۱ (۲۰۱۳) در فراتحلیلی از ۱۱۴ مقاله علمی به این نتیجه مرتبط به پژوهش فعلی رسیدند که مهم‌ترین سائق‌ها در پیوستن به فیس‌بوک برای پاسخگویان، شادمانی دریافتی و در کنار آن فشار هنجاری^۲، اعتماد، فایده و آسانی استفاده بود.

ویلسون، گوسلینگ و گرهام^۳ (۲۰۱۲) نیز در فراتحلیل دیگری ۴۱۲ مقاله مربوط به فیس‌بوک را شناسایی و دسته‌بندی کردند که بخشی از نتایج آن نشان داد که بین نوع متفاوت مشارکت کاربر و سودهای حاصل از استفاده فیس‌بوک رابطه وجود دارد. در مجموع این مرور تجربی نشان داد که بیشتر تحقیقات درباره شبکه اجتماعی فیس‌بوک و متمرکز بر انگیزه‌ها و زمینه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی بود.

با این مقدمه، برای فهم فرایند گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی باید به درک شرایط، تعاملات و تأثیرات موضوع مورد نظر نیز پرداخت. به همین دلیل اهداف تحقیق به‌طور مشخص شامل موارد زیر است:

- فهم زمینه‌های اولویت‌بخشی فراغت مجازی از سوی کاربران؛
 - فهم چگونگی گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی و دامنه فعالیت کاربران؛
 - شناخت فرایندها و تعاملاتی که منجر به کاهش یا افزایش فعالیت فراغتی کاربران در رسانه‌های اجتماعی می‌شود؛
 - پی‌بردن به نتایج مثبت و منفی حاصل از گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی.
- در صورت تحقق اهداف، نتایج این پژوهش می‌تواند شناخت عمیق‌تری به «نحوه گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی»، «شناخت انواع تفریحات و فعالیت‌های جذب‌کننده جوانان در این رسانه‌ها» و «شناخت آسیب‌ها و مزایای گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی» ایجاد کند.

مبانی نظری

در این بخش، ابتدا مفاهیم اصلی تحقیق یعنی رسانه‌های اجتماعی، فراغت و فراغت مجازی مطالعه شدند و بعد از آن به طرح دیدگاه‌های نظری کمک‌دهنده به پیشبرد تحقیق مانند دیدگاه‌های الیاس و دانینگ، بوردیو و گمنامی در ارتباطات باواسطه رایانه‌ای پرداخته شده است. به عبارت دیگر، اگرچه نظریه‌ای درباره فراغت مجازی وجود ندارد و این خود یکی از

1. Caers, Feyter, Couck, Stough, Vigna, & Bois
2. Normative pressure
3. Wilson, Gosling, & Graham

دلایل انتخاب رویکرد نظریه زمینه‌ای برای این تحقیق بوده است اما می‌توان با مطرح کردن نظریه‌های مرتبط با بحث رسانه‌های جدید و فراغت، نیم‌نگاهی به ظرفیت نظریه‌های کمک‌کننده داشت.

رسانه‌های اجتماعی، فراغت و فراغت مجازی

رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان بستری برای گذران اوقات فراغت، از جمله مفاهیم اصلی این مقاله محسوب می‌شوند. براساس تعریف کاپلان و هانلین «رسانه‌های اجتماعی گروهی از کاربردهای اینترنتی‌اند که براساس بنیادهای فنی و ایدئولوژیکی وب ۲ ساخته می‌شوند که در نهایت موجب ایجاد و تبادل محتوای تولید شده کاربران می‌شوند.» دو مفهوم مهم در این تعریف «وب ۲» و «محتوای ایجادشده توسط کاربر» هستند. در وب ۲، وب به‌عنوان پلتفرمی نگاه می‌شود که در آن محتوا و کاربردها، دائماً توسط کاربران به صورت مشارکتی و گروهی تغییر می‌کنند. محتوای تولیدشده توسط کاربران نیز باید حاصل تلاشی خلاقانه و خارج از روتین‌های حرفه‌ای بوده و در یک وب‌سایت عمومی یا شبکه اجتماعی قابل دسترس باشد (Kaplan & Haenlein, 2010: 61).

دومین مفهوم اصلی این مقاله، فراغت است. ارائه تعریفی از این مفهوم بسیار دشوار است زیرا تعریف آن برای افراد مختلف با جایگاه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مختلف، تفاوت دارد. حتی افرادی که از فرهنگ یا پایگاه اقتصادی و اجتماعی مشابه برخوردارند، ممکن است بنا به علائقشان فعالیت‌های فراغتی متفاوتی را انتخاب کنند. گاه چیزی که برای یک شخص بخشی از کار، شغل و امور الزام‌آور زندگی تعریف می‌شود برای شخص دیگر معنای فراغتی و لذت‌بخش دارد. صرف‌نظر از معنای لغوی، تاریخچه و انواع تعاریف آن به نظر می‌رسد تعریف هرد و اندرسون^۱ (۲۰۱۰) برای این تحقیق راهگشا باشد. آنها سه تعبیر از اوقات فراغت ذکر کردند که در جدول شماره ۱ آمده است:

جدول ۱. انواع تعابیر از اوقات فراغت بر اساس دیدگاه هرد و اندرسون (۲۰۱۰)

مفهوم	تعریف
فراغت به عنوان زمان	فراغت زمانی است فارغ از تعهدات، کار و وظایف موردنیاز برای زیستن (خواب، خوردن)
فراغت به عنوان فعالیت	فراغت مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که مردم در وقت آزادشان به آن اشتغال دارند. فعالیت‌هایی که مبتنی بر کار نیستند یا مشمول وظایف مربوط به بقای زندگی مانند تمیز کردن خانه یا خوابیدن نمی‌شود
فراغت به عنوان حالت ذهن	فراغت وابسته به ادراک شرکت‌کنندگان است. آزادی درک‌شده، انگیزه ذاتی، شایستگی درک‌شده و اثر مثبت، برای تعیین تجربه‌ای به عنوان فراغت یا غیرفراغت قطعی هستند

براساس این تعابیر به نظر می‌رسد راهی برای تعریف مفهوم اصلی دیگر این مقاله یعنی فراغت مجازی مهیا شده است. چنان‌که می‌توان بر اساس این تعابیر سه تعبیر متفاوت برای فراغت مجازی متصور شد:

فراغت مجازی به عنوان زمان: در این تعبیر فراغت مجازی اوقاتی است که افراد فارغ از تعهدات، کار و وظایف مورد نیاز برای زیستن مانند خوردن و خوابیدن در فضای مجازی و اینترنت می‌گذرانند.

فراغت مجازی به عنوان فعالیت: اجرای فعالیت‌هایی در فضای مجازی که حس مثبتی از آرامش و رضایت برای فرد ایجاد می‌کند مانند بازی، وب‌گردی، تماشای عکس‌ها یا ویدئوهای جذاب، خواندن جوک و طنز، به اشتراک گذاری شعر، گفت‌وگوهای دوستانه با افراد مختلف و

فراغت مجازی به عنوان حالتی از ذهن: سومین تعبیر هرد و اندرسون از فراغت می‌تواند کاملاً با فراغت مجازی منطبق باشد، هنگامی که ادراک ما نشانه‌هایی از آزادی انتخاب، انگیزه درونی، شایستگی و اثر مثبت را از مسیر تجربه‌ها یا اجرای فعالیت‌هایی در فضای مجازی دریافت کند، می‌توان به آن فعالیت «فراغت مجازی» نام داد. این ادراک برای اشخاص مختلف از فعالیت‌های متنوعی حاصل می‌شود. همچنین به زمان عدم اتصال به اینترنت نیز گسترش می‌یابد مثلاً فرد احساس خوبی از آشنایی با یک دوست جدید از طریق رسانه‌های اجتماعی دارد که این احساس را در تمام طول روز حتی در ساعات فعالیت‌های الزام‌آور نیز به همراه دارد. اگرچه بعد از صنعتی شدن تا مدت‌ها مرز مشخصی میان فراغت و کار وجود داشت، اما در عصر رسانه‌های جدید که امکان اتصال به اینترنت و دستیابی به تجربه‌های

مجازی در هر زمان و مکان امکان پذیر شده است به نظر می رسد نوعی آمیختگی کار و فراغت به وجود آمده است. پس فراغت با سه تعبیر مذکور و به خصوص با تعبیر سوم می تواند در لابالای فعالیت های الزام آور شغلی یا امور تحصیلی یا فعالیت های زیستی مانند خوابیدن و خوردن وجود داشته باشد.

دیدگاه الیاس و دانینگ

تمرکز اصلی نوربرت الیاس بر جریان متمدن شدن با نگاهی انتقادی است. از نظر او، «جریان متمدن شدن جریانی دو لبه است، از یک سو چیزهایی به بشر می دهد و از سوی دیگر چیزهایی از وی می گیرد» (اباذری، ۱۳۸۱: ۲۱). الیاس و دانینگ «اوقات فراغت را انگیزه شدن شکل های لذت بخش هیجان تعریف می کنند» (مجدالدین، ۱۳۸۳: ۱۴۵). از منظر آنها، اوقات فراغت تابع قاعده معمولی شدن و غیرمعمولی شدن است و ایجاد تنوع در اوقات فراغت نیز از همین مسیر تفسیر می شود؛ بشر از یک نوع اوقات فراغت خسته می شود و این تاوانی است که بشر در جامعه ای که در برخی از ابعاد بسیار جدی است، می پردازد (الیاس و دانینگ به نقل از مجد الدین، ۱۳۸۳: ۱۴۶). براساس توضیحات بلک شاو، الیاس و دانینگ دو فرضیه ای را به چالش کشیدند، که در زمان خودشان در مورد اوقات فراغت رایج بود. نخستین فرضیه، قائل شدن حالت دوگانه بین کار و فراغت بود. برای رد این فرضیه آنها طیفی از اوقات فراغت ارائه کردند که از سه دسته ترکیب شده بود: اوقات فراغت عادی (مثل خوردن، شستن و ...)، فعالیت های واسطه ای (مثل کار اختیاری، فعالیت های مذهبی، سرگرمی های تکنیکی) و فعالیت های فراغتی (فعالیت های اجتماعی مثل شرکت در مهمانی و فعالیت های بازی / تقلید مثل ورزش یا تئاتر و ...). این دسته بندی ها به وسیله درجه بالایی از غیرمعمولی شدن متمایز شده بودند. دومین فرضیه ای که آنها رد می کنند، ریشه در این اندیشه ارسطویی دارد که افراد در زمان فراغت در جست و جوی راحتی هستند تا تنش های به وجود آمده در کار را کاهش دهند. الیاس و دانینگ با رد این فرضیه، این بحث را مطرح می کنند که «مردم فعالانه سرگرمی هایی را که تنش های استرس زا تولید کنند، دنبال می کنند» (Blackshaw, 2013). به عبارت دیگر این دیدگاه در راستای همان نگاه الیاس به فرایند مدرن شدن است که می نویسد در فرایند مدرن شدن و با نزدیک شدن به عصر جدید افراد در بخش عمده فعالیت های عادی و روزمره خود رفتارهای خشونت آمیز خود را نشان نمی دهند و سعی کرده اند ملاطفت و مهربانی را جایگزین آن کنند و این خواست رفتارهای خشونت آمیز به فعالیت های فراغتی افراد منتقل می شود. اندیشه های الیاس و دانینگ و نگاهشان به اوقات فراغت در مورد فراغت های مجازی نیز قابل کاربرد است. بسیاری از بازی های خشن رایانه ای، بی تفاوتی به بسیاری از مسائل که

ناشی از گستردگی و تنوع به‌اشتراک‌گذاری مطالب است یا زمینه‌های استفاده‌های غیراخلاقی از ارتباطات مجازی را می‌توان از این زاویه تفسیر کرد.

دیدگاه بورديو

«در آثار بورديو تقريباً برای هر کسی چیزی وجود دارد» (اسمیت، ۱۳۸۷: ۲۱۶). بورديو با مطرح کردن بحث سبک زندگی، انواع سرمایه و کلیدواژه «منش» و تأثیر آن بر انتخاب فعالیت‌های فراغت به موضوع این مقاله نزدیک می‌شود. «بورديو معتقد است اگرچه بسیاری از تفاوت‌های مربوط به نحوه گذران اوقات فراغت ربطی به طبقه اجتماعی - اقتصادی ندارد اما پرورش شخص در خانواده و طبقه‌ای خاص بر انتخاب اوقات فراغت او بسیار تأثیرگذار است» (رفعت‌جاه، رشوند و شهیدی زندی، ۱۳۸۹: ۴۶). منش که بر اساس تجربیات کودکی شکل می‌گیرد و منظور از آن مجموعه پایداری از خلق و خواست، بنیادی است که سبک زندگی و فراغت بر پایه آن شکل می‌گیرد.

اسمیت می‌نویسد:

جنبه نامطلوب منش عادی آن است که با نابرابری‌های نظام‌مند جامعه‌ای پیوند دارد که الگوی خود را از قدرت و طبقه گرفته است. منش عادی برآمده از این نابرابری‌هاست و خطوطی از کنش عملی را تولید می‌کند که گرایش به بازتولید ساختارهای عینی دارند که خود محصول آنهايند. برای پی بردن به چرایی این موضوع باید سراغ مسئله سرمایه فرهنگی برويم (۱۳۸۷: ۲۲۰). سه نوع سرمایه از نظر بورديو در جامعه وجود دارد که تعیین‌کننده قدرت اجتماعی و نابرابری‌های اجتماعی هستند. سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی این سه نوع سرمایه را تشکیل می‌دهند. سرمایه اقتصادی مربوط به منابع مالی افراد است. سرمایه اجتماعی مربوط به پیوندهای اجتماعی افراد است اما فیلپ اسمیت معتقد است که سهم متمایز بورديو نظریه‌اش درباره سرمایه فرهنگی است. «سرمایه فرهنگی مانند منش عادی مفهومی است که ابعاد متعدد دارد از جمله: دانش عینی درباره هنرها و فرهنگ، سلیقه‌ها و ترجیحات فرهنگی، ویژگی‌های صوری، مهارت‌ها و بلد بودن فرهنگی، توانایی تمیز و تشخیص خوب و بد» (اسمیت، ۱۳۸۷: ۲۲۱).

از نظر بورديو، موقعیت‌های اجتماعی افراد بر سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی آنها تأثیر می‌گذارد و امکانات و منابع اقتصادی و فرهنگی متفاوتی را در اختیار افراد قرار می‌دهد و سبک‌های زندگی مشابه و ذائقه‌های مشابه برای افرادی در موقعیت‌های اجتماعی مشابه ایجاد می‌کند. این سبک‌های زندگی خاص افراد و دسترسی آنها به امکانات متفاوت عملاً بر انتخاب‌های فراغت آنها نیز اثر می‌گذارد. بر این مبنا شاید بتوان گفت که فراغت‌های مجازی

که به واسطه تحولات فناورانه در دهه‌های اخیر شکل گرفته‌اند، هم به سبب نیاز به دانش حداقلی استفاده از فناوری‌ها و هم به سبب نیاز به داشتن حداقل‌هایی از امکانات مادی حائز ویژگی‌هایی هستند که افرادی با سرمایه فرهنگی و اقتصادی بیشتر آنها را انتخاب می‌کنند. البته باید تحلیل هر سه سرمایه را برای دلایل انتخاب فراغت‌های مجازی در نظر داشت. گمنامی در ارتباطات با واسطه رایانه‌ای^۱ پس از اینکه ارتباطات میان انسان‌ها از طریق رایانه امکان‌پذیر شد، اصطلاح ارتباطات با واسطه رایانه‌ای شکل گرفت. این نوع از ارتباطات از برخی جهات مشابه ارتباطات واقعی و از برخی جهات دیگر متفاوت از آن است. گمنامی، یکی از مسائل اصلی در ارتباطات با واسطه رایانه‌ای است که می‌تواند به سه نظریه مطرح شده حضور اجتماعی، بدون سرخ و غنای اجتماعی نیز ارتباط یابد. ترلو^۲ و همکاران او سه مدل ارتباط با فناوری را با تأکید بر ارتباطات متن‌محور مطرح می‌کنند که آنها را به دلیل اینکه فاقد کیفیت‌های مهم ارتباط چهره به چهره هستند «رویکرد ناقص» می‌نامند: در مدل حضور اجتماعی^۳ که تأکید بر ارتباطات رایانه‌ای متن‌محور دارند نبود سرخ‌های دیداری موجب کاهش تماس میان فردی و احساس صمیمیت می‌شود (ترلو، تومیک و لنگل^۴، ۱۳۸۹: ۸۴). در مدل فاقد سرخ غیاب تمامی سرخ‌های غیرکلامی (برای مثال ژست‌ها، بیانات چهره‌ای، طنین صدا) و نشانه‌های هویتی (برای مثال پایگاه اجتماعی، نقش‌های شغلی، سن و جنسیت) موجب افزایش فاصله روانی و غیرشخصی شدن ارتباط می‌شود (ترلو، تومیک و لنگل، ۱۳۸۹: ۸۵). در مدل غنای رسانه‌ای^۵ این نوع ارتباط در مقایسه با تلفن یا ارتباط چهره به چهره غنی محسوب نمی‌شود و قادر به انتقال تعاملات پیچیده احساسی نیست (ترلو، تومیک و لنگل، ۱۳۸۹: ۸۶). مشکل اصلی چنین دیدگاهی این است که امکانات جدید ارتباطات با واسطه رایانه‌ای را در نظر ندارند.

کریستوفرسون^۶ (۲۰۰۷) درباره گمنامی، دو نظریه «فرضیه برابری» و «مدل هویت اجتماعی نظریه تأثیرات غیرفردی» (اس.آی.دی.ای) را مطرح می‌کند. در فرضیه برابری، افراد می‌توانند نمود فیزیکی خود را از دیگران پنهان کنند. به عقیده کریستوفرسون، نمود فیزیکی یک شخص، علامت مهمی در تعاملات اجتماعی است و مردم با افراد دیگر بر مبنای جنسیت، نژاد، سن، قومیت، ناتوانی فیزیکی و جذابیت‌شان به نحو متفاوتی رفتار می‌کنند و سلسله‌مراتب

-
1. Computer Mediated Communication
 2. Thurlow
 3. The Social presence Model
 4. Thurlow, Tomic and Lengel
 5. The Media Richness Model
 6. Christopherson

قدرت اجتماعی نیز می‌تواند مبتنی بر علائم فیزیکی باشد؛ با این حال رفتارهای باواسطه رایانه‌ای به‌عنوان یک فیلتر کاهش دهنده تعداد علائم اجتماعی که برای اشخاص در دسترس هستند، یک زمین بازی مساوی‌تر برای ارتباط‌گران خلق می‌کنند که بدون این علائم، افراد از طرح‌ریزی کلیشه‌ها برای دیگران ناتوان هستند و بنابراین انتظارات برای رفتار بر مبنای این کلیشه‌ها کاهش می‌یابد (Christopherson, 2007: 3045). مدل هویت اجتماعی نظریه تأثیرات غیرفردی مدل دیگری است که دو بعد شناختی و راهبردی دارد. در بعد شناختی شرح داده می‌شود که گمنامی چگونه واسطه پویایی گروهی و یکی شدن افراد با گروه می‌شود و بعد راهبردی به استفاده از گمنامی در ارتباطات رایانه‌ای به‌عنوان تلاشی برای دستیابی به نتایج سودمند می‌پردازد (Christopherson, 2007: 3047).

ارتباطات اجتماعی بالقوه می‌تواند کارکرد فراغتی قوی داشته باشد زیرا در برخی موارد موجب کاهش خستگی و افزایش نشاط افراد می‌شود، اما تفاوت این ارتباطات در فضای واقعی و مجازی مهم‌ترین کاربردی است که از فهم نظریه‌های ارتباطات باواسطه رایانه‌ای به‌دست می‌آید و می‌تواند به فهم بهتر کارکرد فراغتی فضای ارتباطات مجازی یاری رساند. به خصوص اگر ارتباطات برقرار شده از نوع ارتباطات گمنام باشد تحلیل فضای ارتباطی و تأثیرات این ارتباطات می‌تواند پیچیده‌تر شود.

روش پژوهش

پژوهش پیش‌رو در زمره پژوهش‌های کیفی درباره ارتباطات باواسطه رایانه‌ای قرار می‌گیرد و مبتنی بر پارادایم برساختی - تفسیری است. معمولاً این نوع پژوهش نتایجی به‌دست می‌دهد که در قالب مقوله‌های معنایی ارائه می‌شوند.

از میان رویکردهای متنوع تحقیق کیفی، رویکرد نظریه زمینه‌ای^۱ مناسب‌ترین رویکرد برای این تحقیق محسوب می‌شود؛ زیرا «نظریه زمینه‌ای روش‌شناسی ویژه‌ای است که با هدف نظریه‌سازی از داده‌ها براساس بنیان‌های تفسیری - برساختی ایجاد و بسط داده شده است» (محمدپور، ۱۳۹۲: ۳۱۴) و با توجه به جدید بودن موضوع تحقیق، هنوز نظریه‌ای برای توصیف یا تبیین ابعاد فراغت مجازی ارائه نشده است و تحقیقات فعلی به‌گونه‌ای فرعی به این موضوع پرداخته‌اند. در این تحقیق، ارزیابی تأثیرات مثبت و منفی استفاده فراغتی از رسانه‌های اجتماعی از منظر خود کاربران مطرح شده است.

روش گردآوری داده‌های این پژوهش، مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با کسانی است که بخش عمده اوقات فراغت خود را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانند. راهبرد نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری هدفمند با استفاده از تکنیک «نمونه‌گیری نظری» است که با تحقیقات بهره‌مند از نظریه زمینه‌ای متناسب است و در آن گردآوری، کدگذاری و تحلیل داده‌ها به‌طور همزمان صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر نظریه در طول فرایند گردآوری داده و متناسب با مقوله‌های شکل گرفته که از هر مصاحبه به دست می‌آید، به تدریج تدوین می‌شود. از نظر حجم نمونه، با ۱۰ نفر از کاربران که فعالیت فراغتی زیادی در رسانه‌های اجتماعی مختلف داشتند مصاحبه شد. مصاحبه‌شوندگان از رسانه‌های اجتماعی مختلف مانند اینستاگرام، فیس‌بوک و گوگل پلاس انتخاب شدند. آنها در چندین رسانه اجتماعی و پیام‌رسان اجتماعی مانند تلگرام، لاین، واتساپ، وی‌چت و ... فعالیت فراغتی داشتند. دلیل محدود نکردن پژوهش به یک رسانه اجتماعی، وجود وجوه مشترک بسیار در تأثیرات مثبت و منفی رسانه‌های اجتماعی مختلف بود.

از نظر معیارهای انتخاب مصاحبه‌شوندگان براساس مشاهدات و تجربه پیشینی محقق در رسانه‌های اجتماعی سعی شد افرادی انتخاب شوند که احتمال داشت با توجه به نحوه فعالیت، اطلاعات پروفایل، نحوه برقراری ارتباطات در شبکه‌ها، محتواهای به اشتراک گذاشته و میزان مشارکت در شبکه‌ها به بهترین نحو به پاسخگویی به سؤالات تحقیق یاری رسانند. به جز یک مورد که به دلیل زندگی کردن در خارج از تهران مصاحبه به صورت آنلاین گرفته شد، سایر مصاحبه‌ها به صورت حضوری در دامنه زمانی یک ساعت و نیم تا دو ساعت و نیم اجرا شد.

روش تحلیل داده‌ها، کدگذاری نظری در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی بود و تحلیل با نرم‌افزار اطلس.تی.آی صورت گرفت. برای سنجش اعتبار این تحقیق کیفی نیز با توجه به معیارهای کربین و اشتراوس (محمدپور، ۱۳۹۲: ۳۴۳ - ۳۴۲) سعی شد از طریق روشن بودن هدف مطالعه، خودآگاهی محقق از سوءگیری‌ها و فرض‌هایش، حساسیت محقق به موضوع تحقیق، مشارکت‌کنندگان و کل تحقیق که به معنی نزدیک شدن به دنیای مصاحبه‌شوندگان است، تناسب با نتایج سایر پژوهش‌ها، کاربردپذیری به معنی فهم فرایندی موضوع، تنوع، حساسیت درباره مشارکت‌کننده و داده‌ها و نوشتن شرح‌واره‌ها که بعد از مصاحبه‌ها اجرا می‌شد و در پرورش مفاهیم و درک بهتر محتوای گفت‌وگوها به محقق یاری می‌داد، در مسیر اعتباربخشی به تحقیق قدم برداشته شود.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

طیف سنی مصاحبه‌شوندگان این پژوهش بین ۲۱ تا ۳۷ سال قرار داشته و همه آنها مجرد (یک مورد هم تنها زندگی می‌کرد) بودند. اگرچه معیار اصلی نمونه‌گیری سن نبود اما تلاش شد که نمونه تحقیق از سنین جوان‌تر باشند. در انتخاب نمونه از قشر جوان به دو نکته توجه شده است، اول اینکه حداکثر سن به نحوی باشد که مصاحبه‌شوندگان در زمان فراگیر شدن رسانه‌های اجتماعی یعنی یک دهه اخیر در ایران در سن جوانی، یعنی سنی که امکان تطبیق بیشتر با این فناوری‌ها در آن فراهم است، قرار داشته باشند. دوم اینکه حداقل سن این جوانان آن‌قدر باشد که بالقوه بتوانند درگیر فعالیت‌های غیرفراغتی مانند کار شوند تا به این نحو، وجه استفاده فراغتی در زندگیشان برجسته‌تر باشد. محدود کردن نمونه به مجردان عمدتاً با این پیش فرض بوده که نوع استفاده فراغتی کاربران مجرد و متأهل می‌تواند تفاوتی عمده داشته باشد که چون فهم این تفاوت جزء سؤالات این تحقیق نبوده و خود نیازمند تحقیقی دیگر بود بنابراین سعی شد نمونه از این نظر به یکی از این دسته‌ها یعنی مجردان محدود باشد.

در این تحقیق، با پنج مرد و پنج زن مصاحبه شد. همه به جز دو نفر شاغل بودند. از نظر تحصیلی، چهار نفر دانشجوی کارشناسی، چهار نفر دانشجوی یا فارغ‌التحصیل ارشد و دو نفر دانشجوی دکترا بودند. دو نفر از مصاحبه‌شوندگان از کسانی بودند که تعداد فالوئرهای زیاد داشتند که اصطلاحاً به آنها سلبریتی رسانه اجتماعی گفته می‌شود که یکی از این افراد مطالبی با موضوعات مختلف از جمله احساسی و عاطفی می‌نوشت و دیگری عمدتاً محتواهای مربوط به اخبار و تحلیل در موضوعات بین‌المللی و سیاسی یا در حوزه‌های فناوری و شعر به اشتراک می‌گذاشت. علائق فراغتی مصاحبه‌شوندگان متنوع بود که از جمله آن می‌توان به اشعار عارفانه، مضامین مذهبی، نوشتن داستان، متن‌های ادبی و خودنوشت‌های جسورانه، انتشار عکس به همراه متن‌های زیبا، طراحی و نقاشی، مطالب جذاب و مطالبی درباره اندیشه و تفکر اشاره کرد. این محتواها به تنهایی بیانگر استفاده‌های فراغتی افراد نیست زیرا نحوه نظردادن، برقراری ارتباط و گفت‌وگوی خصوصی با سایر کاربران نیز مواردی است که در استفاده فراغتی حائز اهمیت هستند که البته فهم برخی از آنها تنها از طریق مصاحبه امکان‌پذیر بود.

یافته‌های کیفی

یافته‌های کیفی در چند بخش اصلی شامل شرایط زمینه‌ساز استفاده از رسانه‌های اجتماعی، فعالیت‌های فراغتی، تأثیرات استفاده فراغتی از رسانه‌های اجتماعی و عوامل تداوم‌دهنده استفاده از رسانه‌های اجتماعی ارائه شده است.

شرایط زمینه‌ساز استفاده از رسانه‌های اجتماعی

عمده‌ترین مقوله‌های شناسایی شده که زمینه‌ساز استفاده کاربران از رسانه‌های اجتماعی است، نیازهای ارتباطی، زمینه‌های فناورانه، نیازهای فراغتی و نیاز فرد به کسب تجربه‌های متفاوت بودند.

جدول ۲. مقوله‌های زمینه‌ساز استفاده از رسانه‌های اجتماعی

مقوله هسته	مقوله‌های محوری	مفاهیم اولیه
اولویت یافتن رسانه‌های اجتماعی برای گذران اوقات فراغت	نیازهای ارتباطی	کاهش ارتباطات واقعی، تغییر در کیفیت ارتباطات واقعی، افزایش احساس تنهایی، سخت شدن ازدواج (تمایل به ارتباط با جنس مخالف)
	زمینه‌های فناورانه	داشتن تلفن همراه هوشمند، فعال بودن اینترنت تلفن همراه
	نیازهای فراغتی	کاهش فراغت واقعی، اجبار به پرداختن به امور الزام‌آور زندگی، قابلیت جایگزینی فراغت‌های واقعی و مجازی
	نیاز فرد به تجربه‌های متفاوت	کنجکاوی برای ارتباط، نیاز به ذی‌نفوذ شدن

الف) نیازهای ارتباطی

منظور از نیازهای ارتباطی، شرایطی است که فرد با تغییراتی در نوع و گستره ارتباطات واقعی‌اش با آن مواجه می‌شود. از جمله این تغییرات، «کاهش ارتباطات واقعی» است که به منزله کم شدن ارتباط‌های فرد در دنیای واقعی با دوستانش است که دلایل آن می‌تواند تغییر محل زندگی، پیدا کردن شغل یا تغییر در شرایط کاری فرد و نداشتن امکان ارتباط‌های بیشتر با هم‌محل‌ها یا دوستانش باشد. اما نکته مهم‌تر، «تغییر در کیفیت ارتباطات واقعی» فرد است که خود منجر به «احساس تنهایی» و نداشتن همفکر و همدل می‌شود و در نتیجه او را به ارتباطات مجازی در اوقات فراغت سوق می‌دهد. از جمله دیگر زیرمقوله‌های نیازهای ارتباطی، «سخت شدن امکان ازدواج» یا تمایل به ارتباط با جنس مخالف است که می‌تواند منجر به گذراندن فراغت مجازی با جنس مخالف شود.

نمونه - دختر ۳۴ ساله: «علاقه به شخصی که در دنیای واقعی امکان ابراز آن وجود ندارد باعث می‌شود تا شعری یا دلنوشته‌ای برای او بنویسم هرچند که آن شخص متوجه نشود ولی شاید یک حس رضایت به من می‌دهد مثل اینکه با کسی درد دل کرده‌ام.»

ب) زمینه‌های فناورانه

امروزه نمونه‌های قابل حمل و کوچک رایانه‌ها، تبلت، گوشی‌های هوشمند و ... امکان استفاده کاربران از آنها را در ۲۴ ساعت شبانه‌روز و در مکان‌های مختلف فراهم کرده است. مقوله «زمینه‌های فناورانه» خود دارای دو مفهوم اولیه داشتن تلفن همراه هوشمند و فعال بودن اینترنت آن است. البته ذکر این نکته لازم است که برخی کاربران به رسانه‌های اجتماعی از طریق رایانه متصل می‌شوند، به عبارت دیگر، مقوله زمینه‌های فناورانه تنها بیان‌کننده افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی به واسطه گوشی‌های هوشمند است و نمی‌توان این مفاهیم را جزء شروط قطعی استفاده از رسانه‌های اجتماعی قرار داد.

نمونه - پسر ۲۲ ساله: «خب دسترسی خیلی آسونتر شده بود. دیگه مجبور نبودم پیام بشنیم پشت کامپیوتر. از طرفی فاصله‌ای که گفتم افتاده بود بین دوستانم تو محدوده این انگشتم [اشاره به انگشت شست] می‌چرخید. می‌تونستم با همشون ارتباط بگیرم. خب فضای مجازی این فاصله رو خیلی کم کرده بود و احساس می‌کردم می‌تونه جایگزین این بشه.»

ج) نیازهای فراغتی

این مقوله بیانگر نیاز فرد به داشتن فعالیت‌ها یا زمان‌هایی برای فراغت یا بیانگر عواملی است که این نیاز را تقویت می‌کنند. کاهش فراغت واقعی به واسطه اشتغال یا تغییر محل زندگی یا کاهش دسترسی به امکانات فراغتی واقعی، اجبار به پرداختن به امور الزام‌آور زندگی از جمله شغل یا تحصیل و قابلیت رسانه‌های اجتماعی در جایگزین کردن فراغت مجازی با واقعی و ایجاد حس رضایت و لذت به کاربر از جمله مفاهیم مطرح در زمینه نیازهای فراغتی هستند.

د) نیاز به تجربه‌های متفاوت

این مقوله بیانگر این است که فرد به لحاظ روانی تمایل به داشتن تجربه‌هایی دارد که برای او جدید محسوب می‌شود و امکان تجربه آنها را در جهان واقعی یا ندارد یا به سختی دارد. «کنجکاوی برای ارتباط» و «تلاش برای سلبریتی مجازی شدن» دو مورد از این تمایلات است. کنجکاوی به معنی این است که فرد می‌خواهد بفهمد ارتباط مجازی چیست و چگونه است و آیا او قادر است چنین تجربه‌هایی کسب کند. در مواردی نیز او می‌خواهد به‌خصوص در مقایسه با گروه دوستان و همکلاسی‌هایش به خود اثبات کند که توانایی ارتباط گرفتن با افراد مختلف را دارد. مورد دیگر، تمایل فرد به کسب موقعیت خاصی در اجتماعی مجازی است. یکی از این موقعیت‌ها سلبریتی شدن است. این اصطلاح در بافت رسانه‌های اجتماعی در مورد کسانی بکار می‌رود که معمولاً دنبال‌کنندگان زیادی دارند، مطالبشان بیشتر دیده می‌شود، بیشتر به اشتراک گذاشته می‌شود و به عبارتی در کانون توجه هستند.

فعالیت‌های فراغتی در رسانه‌های اجتماعی

فرد هنگامی که بر مبنای نیازها و عوامل زمینه‌ساز اولویت‌بخش به فراغت مجازی، فعالیت خود را در رسانه‌های اجتماعی آغاز می‌کند ممکن است این فعالیت‌های فراغتی را در موقعیت و زمان و مکان خاصی اجرا کند. همچنین او فضایی برای اشتراک محتواها، نظرها و احساساتش پیدا می‌کند، در نهایت اینکه همه این فعالیت‌ها در فضایی دوستانه اتفاق می‌افتد.

الف) موقعیت زمانی و مکانی استفاده فراغتی از رسانه‌های اجتماعی

اگرچه افراد می‌توانند در کلیه ساعات شبانه‌روز و در مکان‌های مختلفی اقدام به گذاشتن مطلب یا برقراری ارتباط با دوستان در رسانه‌های اجتماعی کنند، اما برخی زمان‌ها و مکان‌ها در صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان این پژوهش پررنگ‌تر بود. از نظر زمانی شب‌ها زمان مناسب‌تری برای فعالیت‌های فراغتی پاسخگویان بود که احتمالاً دلیل آن شاغل بودن آنها در کنار احتمال افزایش احساس تنهایی در شب بود که یکی از مقوله‌های زمینه‌ساز است. همچنین میزان استفاده از شبکه‌ها با میزان وابستگی به آنها نیز ارتباط داشت. مکان استفاده از شبکه‌ها متنوع بوده اما در مواردی که افراد احساس کردند استفاده نامناسبی از آن دارند ترجیح دادند در نقطه ثابتی که امکان نظارت و رفت و آمد سایر افراد کمتر است، مستقر شود.

ب) محتواهای پست‌ها و گفت‌وگوها

محتوای فراغتی به اشتراک گذاشته شده توسط کاربران می‌تواند بسیار متنوع و گسترده باشند حتی محتواهایی که از نظر سایرین بسیار جدی می‌نمایند، می‌توانند حالت فراغت را برای فرد ایجاد کنند. افراد عموماً محتواهایی متناسب با علائق‌شان را به اشتراک می‌گذارند. خصوصی یا عمومی بودن پست، انتخاب نوع رسانه اجتماعی برای انتشار نوع خاصی از محتوا، گمنامی کاربر یا استفاده از هویت واقعی از نکات قابل توجه در این مقوله است و این محتواها می‌تواند مبنایی برای ادامه گفت‌وگوی خصوصی کاربران مختلف باشد که به نظر می‌رسد در موارد مطرح شده در این پژوهش، درگیری عاطفی بین دو جنس مسئله مهمی در این گفت‌وگوهای خصوصی ناشی از به اشتراک‌گذاری محتواهای مورد علاقه‌شان بوده است.

ج) ارتباط با دوستان در رسانه‌های اجتماعی

صرف‌نظر از انواع دوستان یا امکانات دوستیابی که هر رسانه اجتماعی برای کاربران فراهم می‌کند پاسخگویان طیف متنوعی از فعالیت‌ها در زمینه تولید محتوا در اوقات فراغت خود داشتند و به عبارت دیگر این موضوع به شخصیت و علائق افراد مرتبط بود اما یافته فراغتی قابل توجه این مقوله این بود که افراد با نام کاربری واقعی از نظر نوع ارتباط گرفتن با دیگران

سخت‌گیرانه‌تر عمل می‌کردند. همچنین آنها بیشتر افراد مشابه خودشان را دنبال می‌کردند که نتیجه آن برای مصاحبه‌شوندگان استفاده‌های فراغتی لذت‌بخش‌تر از رسانه‌های اجتماعی بوده است. افرادی که با کاربرانی بدون علائق مشترک ارتباط داشتند تجربه‌هایی از تنش و اضطراب را مطرح کردند.

تأثیرات استفاده فراغتی از رسانه‌های اجتماعی

تأثیرات استفاده فراغتی از رسانه‌های اجتماعی به دو دسته تأثیرات مثبت و منفی تقسیم شدند. وجوه مثبت به واسطه اثری که در پرورش فرد دارند در قالب «استفاده فراغتی - پرورش دهنده» و ابعاد منفی نیز به واسطه آسیب‌هایی که می‌توانند ایجاد کنند به عنوان «استفاده فراغتی - آسیب‌زا» نامگذاری شدند.

تأثیرات مثبت استفاده فراغتی - پرورش دهنده از رسانه‌های اجتماعی

تأثیرات مثبت به عنوان مقوله هسته از سه مقوله عمده بهبود توانایی‌های ارتباطی، تأثیرات مثبت روانی و تقویت منافع فردی شکل گرفت.

جدول ۳. مقوله‌های تأثیرات مثبت گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی

مقوله هسته	مقوله محوری	مفاهیم اولیه
تأثیرات مثبت استفاده فراغتی - پرورش دهنده از رسانه‌های اجتماعی	بهبود توانایی‌های ارتباطی	پیدا کردن دوستان خوب، افزایش توانایی و مهارت گفت‌وگو با کاربران دارای نظرهای مخالف و مدارا با آنها، شکسته شدن کلیشه‌های ذهنی، پاره شدن تصور
	تأثیرات مثبت روانی (احساسات)	آرامش، استمرار حس خوب در دنیای واقعی، رفع خستگی، تخلیه هیجانی، شجاعت ابراز خود
	تقویت منافع فردی	منفعت، راهنمایی شدن، آموزنده بودن، کمک کننده به کار

الف) بهبود توانایی‌های ارتباطی

بهبود توانایی‌های ارتباطی فرد اشاره به تغییراتی دارد که فرد در نگرش‌های خود به سایر کاربران (انسانها) و توانایی‌های برقراری ارتباط با آنها تجربه می‌کند. مصاحبه‌شوندگان «پیدا کردن دوستان خوب» و افزایش توانایی‌های گفتاری، نوشتاری و قدرت مدیریت بهتر در ارتباطات و همچنین کسب مهارت ارتباط با افرادی با باورها و نظرهای متنوع و گاه مخالف که کاربران برای توصیف آن از تعبیری مانند شکسته شدن کلیشه‌های ذهنی و پاره شدن تصور سلطه بر حقیقت استفاده کردند، از جمله نتایج مثبت فراغت‌های مجازی کاربران عنوان شده

است. کلیشه‌های ذهنی، نمایانگر مجموعه‌ای از ارزش‌ها و پیش‌داوری‌ها در خصوص رفتار افرادی است که درون یک دسته خاص در ذهن قرار می‌گیرند و شکسته شدن آن به معنای همدلی بیشتر و کاستن از برخوردهای تند است. منظور از پاره شدن تصور سلطه بر حقیقت نیز قائل شدن به چند بعدی بودن حقیقت و لزوم فهم آن از منظرهای مختلف است.

نمونه - پسر ۲۴ ساله: «تحمیل عقیده مخالف برام راحت شده تو شبکه‌ها.... سعی می‌کنم با استدلال و احترام صحبت کنم... این به وجه مثبت که آداب و رسوم گفت‌وگو رو یاد می‌ده به آدم.»

ب) تأثیرات مثبت روانی (احساس مثبت)

یکی از دلایل احساس مثبت روانی در رسانه‌های اجتماعی، تخلیه روانی و رفع خستگی است که مصاحبه‌شوندگان این تحقیق به‌خصوص بعد از ساعت کار با آن مواجه بودند. آنها دلایل استفاده از این امکان فراغت را در دسترس بودن همراه با مزایای سریع آن در کاهش احساس خستگی می‌دانستند. یکی دیگر از حالات تجربه احساس مثبت روانی به‌خصوص برای کاربران دارای هویت گمنام «شجاعت در ابراز خود» بود.

نمونه - دختر ۳۷ ساله: «هر وقت، وقت می‌کنم می‌رم چون خستگی‌ام درمیداد. مثلاً شده خیلی خسته بودم رفتم تو گروه چت و سرگرمی دو تا مطلب دیدم. دو تا عکس دیدم. دو تا حرف زدیدم. خیلی تأثیر گذاشته تو حالم.»

ج) تقویت منافع فردی

دریافت کمک‌ها و راهنمایی‌ها که در نتیجه فعالیت‌های فراغت فرد ایجاد شده و گاهی به دنیای واقعی نیز کشیده شده از دیگر تأثیرات مثبت فراغت مجازی نام برده شده است. برای مثال دریافت پیشنهادهای کاری، پیدا کردن دوستان خوب، منافع مادی، راهنمایی‌های علمی. این منافع اگرچه فراغت نیستند؛ اما به واسطه ارتباطات و فعالیت‌هایی که فرد برای گذران اوقات فراغت خود انتخاب کرده به دست آمدند.

نمونه - دختر ۳۴ ساله: «می‌تونم با نقاشی‌های زیادی از سراسر دنیا آشنا بشم... امکان دیدن آثار و سبک‌های مختلف برام فراهم می‌شه. همچنین از عکس‌های زیادی که در شبکه‌ها وجود داره برای مدل نقاشی می‌شه استفاده کرد.»

تأثیرات منفی استفاده فراغتی - آسیب‌زا از رسانه‌های اجتماعی

تأثیرات منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیز خود یک مقوله هسته محسوب می‌شود که از پنج مقوله عمده که عبارت‌اند از تأثیرات بر ارتباطات خانوادگی، تأثیرات بر ارتباطات اجتماعی فرد، تأثیرات بر سلامت جسمی، تأثیرات فردی و تأثیرات بر سلامت روانی تشکیل شده است.

جدول ۴. مقوله‌های تأثیرات منفی گذران اوقات فراغت در رسانه‌های اجتماعی

مقوله هسته	مقوله عمده	مفاهیم اولیه
تأثیرات منفی استفاده فراغتی - آسیب‌زا از رسانه‌های اجتماعی	تأثیرات بر ارتباطات خانوادگی	رفتارهای پنهان از خانواده، آسیب‌های عاطفی و احساسی، بی‌مسئولیتی، کم‌توجهی به خانواده
	تأثیرات بر ارتباطات اجتماعی	بی‌اعتمادی و بدبینی، جمع‌گریزی، پرخاشگری، کم حرف شدن، کاهش مشارکت فردی و اجتماعی
	تأثیرات بر سلامت جسمی	تأثیر روی اندام‌های مشخص (دست، چشم و...)، کمبود و نامنظمی خواب
	تأثیرات فردی	دور شدن از هویت واقعی و دوست نداشتن آن، اتلاف وقت، کاهش مطالعه
	تأثیرات بر سلامت روانی	استرس، آشفتگی، بی‌حوصلگی، درگیری بیش از حد ذهن، عذاب وجدان، ارتکاب رفتارهای غیرمتعارف

الف) تأثیرات منفی روی ارتباطات خانوادگی

برخلاف رسانه‌های سنتی که تجربه تماشاگری یا شنیدن آنها عموماً به صورت دسته‌جمعی بود، رسانه‌های جدید فردمحورند و استفاده از آنها می‌تواند هر فرد را وارد دنیای جدیدی کند. با توجه به مجرد بودن تمامی مصاحبه‌شوندگان این تحقیق، منظور آنها از خانواده پدر، مادر، خواهر و برادرشان است و نه همسرشان. «مخفی کاری» به‌خصوص در زمانی که فرد درگیر یکی از تأثیرات ارتباط‌های عاشقانه یا تجربه‌های جنسی می‌شود یکی از مقوله‌های مهم این عرصه است. همچنین «آسیب‌های عاطفی»، «کاهش مسئولیت‌پذیری درون خانواده»، «بی‌توجهی یا کم توجهی به خانواده» از جمله دیگر تأثیرات منفی گذران اوقات فراغت در شبکه‌های اجتماعی عنوان شده است.

نمونه - پسر ۲۴ ساله: «بی‌حوصله شده بودم. جواب مامان بابا رو با اره یا نه می‌گفتم. زیاد توضیح براشون نمی‌دادم» یا در جای دیگری «مثلاً بابام می‌گفت برو ماشینو پارک کن. به دلیل خاصی می‌آوردم که نه ولش کن.»

ب) تأثیرات بر ارتباطات اجتماعی فرد

گاهی افراد به واسطه تجربه کاربری در رسانه‌های اجتماعی تغییری در ارتباطات میان فردی در زندگی خارج از رسانه‌های اجتماعی‌شان می‌دهند یا ناخواسته این تغییرات ایجاد می‌شود. افراد گاهی کم‌حرف و جمع‌گریز می‌شوند یا رفتارهای تند و پرخاشگرانه را در روابط واقعی‌شان تجربه می‌کنند. در برخی موارد فرد به خود و دیگران بی‌اعتماد و بدبین می‌شود که البته مورد اخیر در خصوص ارتباطات عاشقانه یا ارتباطاتی با محتوای لذت جنسی مطرح شده است. همچنین علاقه مصاحبه‌شوندگان به شرکت در دوره‌های دوستانه بیش از کمپین‌های اجتماعی بود.

ج) تأثیرات بر سلامت جسمی

این مقوله یکی از انواع تأثیرات منفی است که احتمال پیش آمدن آن حتی برای کسانی که استفاده مثبت از رسانه‌های اجتماعی دارند نیز وجود داشته است. ماهیت فناوری‌های جدید به گونه‌ای است که چشم را درگیر خود می‌کند و معمولاً نیاز به یک جا نشستن و تمرکز ذهنی دارد که موجب کم‌تحرکی افراد می‌شود و می‌تواند بر سلامت جسمی افراد اثر بگذارد. مصاحبه شوندگان مواردی از «درد گرفتن دست»، «سیر شدن انگشتان»، «بی‌حس شدن دست و پا» و «چشم درد در اثر زیاد نگاه کردن به مانیتور»، دریافت بازخوردهایی از اطرافیان درباره «سیاه شدن زیر چشم» یا «بیرون زدن گونه‌ها»، کمبود خواب و خواب نامنظم را گزارش کردند.

د) تأثیرات فردی

از جمله تأثیرات منفی فردی برای افراد به‌خصوص کاربرانی که با هویت گمنام فعالیت فراغتی داشتند دوست نداشتن هویت واقعی‌شان و دور شدن از آن بوده است. اتلاف وقت که خود منجر به خستگی روانی کاربران و داشتن ذهن ناآرام و برهم خوردن برنامه‌ریزی‌های شخصی فرد شده از دیگر تأثیرات منفی فردی گزارش شده است. از جمله تأثیراتی که هم وجه مثبت و هم وجه منفی آن مطرح شده مطالعه کتاب است که برخی به کاهش مطالعه در اثر کاربری در رسانه‌های اجتماعی و برخی به ناگزیر شدن برای مراجعه بیشتر به کتاب‌ها برای تهیه محتوای لازم برای اشتراک‌گذاری اشاره کردند.

نمونه - دختر ۲۸ ساله: «وقت آدم رو خیلی می‌گیره، آدم بدون اینکه متوجه بشه زمان زیادی رو صرفش می‌کنه، به‌خصوص با گوشی‌های اسمارت و اینترنت سیم کارت و... حالا بحث نوتیف‌ها که آدم رو مجبور به پاسخ‌گویی می‌کنند که دیگه بیشتر.»

ه) تأثیرات بر سلامت روانی

تجربه استرس به عنوان یکی از تأثیرات گذران فراغت در رسانه‌های اجتماعی گزارش شده است. استرس ممکن است هم به عنوان شرایط زمینه‌ساز و هم تأثیرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی مطرح باشد. در این مواردی فرد درگیر احساس آشفتگی و بی‌حوصلگی می‌شود که یکی از دلایل آن ماهیت این رسانه‌هاست که امکان اشتراک‌گذاری محتوای بسیار متنوع در آن وجود دارد. گاهی این درگیری ذهنی به معنی عدم تمرکز در فعالیت‌های واقعی است.

نمونه - دختر ۲۸ ساله: «آدم درگیر ماجراهایی می‌شه که در حال عادی نمی‌شه، درگیر شدن با آدم‌های متفاوت، زندگی‌هاشون، روابطشون، مباحثشون و ... ذهن آدم خارج از زمان فعالیت هم با اون آدم‌ها ممکنه درگیر باشه و زندگی واقعی‌اش رو تحت شعاع قرار بده.»
نمونه - پسر ۲۴ ساله: «احساس لذت لحظه‌ای بود. تداوم نداشت برام و بیشتر از اینکه آرامش باشه آشفتگی بود.»

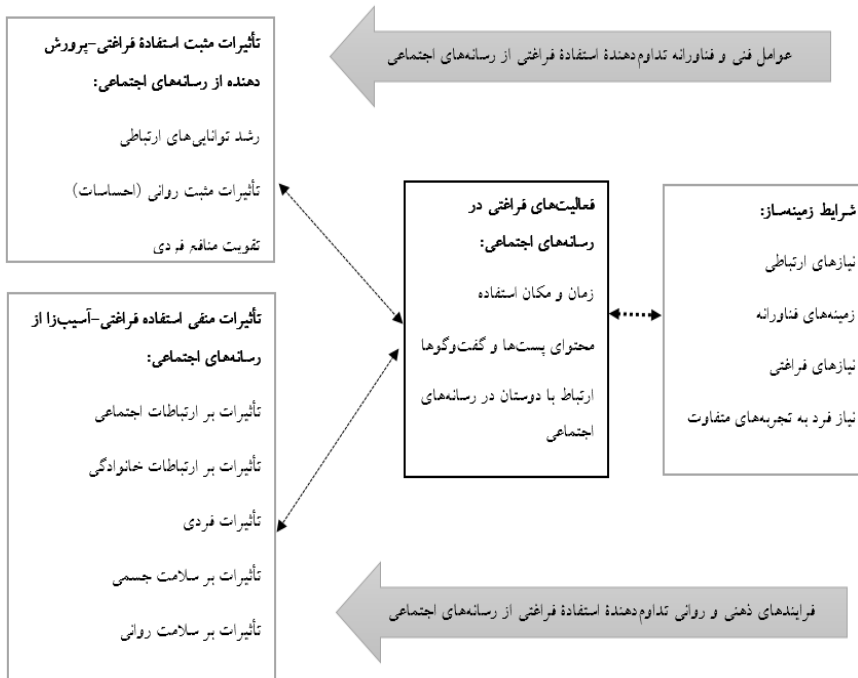
عوامل تداوم‌دهنده استفاده از رسانه‌های اجتماعی در اوقات فراغت

در صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان تعدادی مقوله شناسایی شد که می‌توان آنها را به عنوان عواملی مطرح کرد که موجب می‌شود فرد به کاربری‌اش در رسانه‌های اجتماعی (به هر شکلی که هست) تحت شرایط مختلف ادامه دهد. این عوامل هم تأثیرپذیرفته از نحوه کاربری افراد است و هم بر نحوه عمل آنها در رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. این عوامل را می‌توان به دو دسته عوامل فناورانه و فنی و فرایندهای ذهنی - روانی تداوم‌دهنده تقسیم کرد. عوامل فنی و فناورانه جذاب بودن رسانه‌های اجتماعی، قابلیت جایگزین‌پذیری رسانه‌های اجتماعی، تداوم در داشتن تلفن همراه هوشمند و اینترنت گوشی و سرعت بالای اینترنت را شامل می‌شود. عوامل تداوم‌دهنده اشاره به نیازهای ذهنی افراد برای تداوم فعالیت در رسانه‌های اجتماعی دارد. این نیازها عمدتاً غیرارادی است و معمولاً شامل اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی و توجیه کردن خود می‌شود. اعتیاد برای کاربران این معنی را می‌دهد که فرد حتی زمانی که هدف خاصی ندارد، تمایل به سر زدن به رسانه‌های اجتماعی دارد. به عبارت دیگر کنترل نداشتن بر رفتارها، اهمیت ندادن به گذشت زمان و برنامه‌ریزی نداشتن از ویژگی‌های یک رفتار اعتیادآور است. توجیهات نیز، گزاره‌هایی هستند که فرد برای تداوم فعالیت‌اش در رسانه‌های اجتماعی به‌رغم آگاهی از تأثیرات منفی آنها به خود می‌گوید. نیاز به تداوم ارتباط با دوستان مجازی، شکاف بین تجربه‌های مجازی و واقعی هم عوامل تداوم‌دهنده دیگر هستند. مورد آخر اشاره به موقعیت‌هایی دارد که افراد نمی‌توانند محتواها، دوستی‌ها و ارتباط‌هایی را که در فراغت

مجازی در دسترسشان قرار دارد در دنیای واقعی تجربه کنند. این امر یکی از عواملی است که موجب می شود فرد به فعالیت های فراغتی خود در رسانه های اجتماعی ادامه دهد.

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش ارائه چشم اندازی زمینه ای و مبتنی بر تجربه های فراغتی کاربران رسانه های اجتماعی از شرایط زمینه ساز، فعالیت فراغتی، تأثیرات و عوامل تداوم دهنده این فعالیت ها بوده است که مقوله های محوری و هسته ای در شکل ۱ به تصویر کشیده شده اند.



شکل ۱. مدل زمینه ای ارزیابی کاربران از زمینه، فعالیت و تأثیرات استفاده فراغتی از رسانه های اجتماعی

استفاده فراغتی کاربران از رسانه های اجتماعی هیچ گاه تنها مثبت یا منفی نیست و کاربری افراد عموماً آمیخته ای از تأثیرات مثبت و منفی است اما ممکن است برای خود فرد، یک وجه غالب باشد.

در مدل هویت اجتماعی نظریه تأثیرات غیرفردی کریستوفرسون، اشاره شد که در بعد راهبردی افراد برای دستیابی به نتایج سودمند از ارتباطات استفاده می کنند. اگر این نتایج

سودمند را در تحقیق پیش‌رو معادل احساس رضایت افراد از ارتباطاتشان تلقی کنیم، به نظر می‌رسد کسانی که استفاده خود از رسانه‌های اجتماعی را مثبت ارزیابی کردند کسانی هستند که هویت‌شان در رسانه‌های اجتماعی به هویت واقعی‌شان در جهان واقعی - فیزیکی نزدیک‌تر است. حتی ممکن است گاهی فرد با یک حساب کاربری گمنام در رسانه‌های اجتماعی حضور داشته باشد اما این هویت کاربری باعث نشده باشد که فرد متفاوت از شخصیت، باورها و احساسات واقعی‌اش عمل کند. رفتار نزدیک به هویت واقعی یک عنصر تأثیرگذار در رضایت از کاربری فراغتی در رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. همچنین افرادی که کاربری خود را مثبت ارزیابی کرده‌اند از نظر زمانی استفاده کمتر یا مناسبی از این رسانه‌ها داشته‌اند و حتی در صورت داشتن نشانه‌هایی از اعتیاد اینترنتی توانسته‌اند با این خواست ذهنی مقابله کرده و گاهی آن‌را برای ساعاتی کنار گذاشته یا به تعویق بیندازند.

از نظر معیارهای دوستی کاربرانی که استفاده فراغتی خود را مثبت‌تر ارزیابی کرده‌اند به دو دسته تقسیم شدند: برخی کاربران معیارهای دوستی مشخص و سرسختانه‌ای داشتند و دسته دیگر این توانایی را در خود دیدند که با افراد مختلف با عقاید و سبک‌های زندگی متفاوت وارد ارتباط شوند. هر دو دسته، رضایت از فراغت مجازی‌شان را گزارش کردند. کسانی که استفاده خود را مثبت ارزیابی کردند بیشتر دنبال رشد شخصیتی خودشان بوده و علائق‌شان را در رسانه‌های اجتماعی دنبال کردند.

در خصوص تأثیرات منفی کاربری فراغتی از رسانه‌های اجتماعی، وجوه منفی آن برای کاربران عادی تأثیر روی سلامت جسمی (خستگی چشم یا کم‌خوابی) و ارتباطات خانوادگی (به‌خصوص کاهش توجه به اعضای خانواده)، بی‌حوصلگی، درگیری ذهنی و اتلاف وقت بود. به عبارت دیگر به نظر می‌رسد این موارد فراگیرترین آثار منفی است که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند داشته باشند اما سایر آثار منفی - که این تحقیق به آنها اشاره کرد - مربوط به استفاده‌های عمدتاً اعتیاد آور و کاربرانی بود که درگیر مسائل غیراخلاقی شدند.

چنان‌که الیاس و دانینگ اشاره کرده‌اند، دوقطبی کار و فراغت از هم گسسته و این تحقیق نیز شاهی بر این موضوع است. آمیختگی فراغت با امور جدی و الزام‌آور زندگی آنقدر تنگاتنگ بود که گاهی مجزا کردن آنها نه برای مصاحبه‌شوندگان و نه محقق امکان‌پذیر نبود بنابراین گاهی مقوله‌های این تحقیق به تحقیقاتی درباره کاربری این فضا بدون تأکید بر فراغت مشابهت پیدا کرده است.

همچنین این نکته را که چگونه افراد به فعالیت‌های فراغتی در رسانه‌های اجتماعی حتی زمانی که از تأثیرات منفی آن آگاهند ادامه می‌دهند می‌توان به نوعی با بهره‌گیری از دیدگاه نظری

الیاس و دانینگ توضیح داد زیرا براساس نظریه آنها سرگرمی‌های دارای تنش‌های استرس‌زا در دنیای مدرن از سوی افراد انتخاب می‌شوند.

به نظر می‌رسد روندی در جایگزینی رسانه‌های اجتماعی برای فعالیت‌های فراغتی با فراغت واقعی با توجه به امکانات فراغتی گسترده آنها به چشم می‌خورد، که با نگاهی به دیدگاه بوردیو می‌توان این طور توضیح داد که داشتن امکانات مادی خرید فناوری لازم برای فراغت مجازی می‌تواند بخشی از سرمایه مادی باشد. نوع استفاده از رسانه‌های اجتماعی و حتی انتخاب هویت گمنام یا غیرگمنام بر اساس سرمایه اجتماعی افراد قابل توضیح است و نوع محتواهای به اشتراک گذاشته شده و مهارت‌های ارتباط‌گیری به سرمایه فرهنگی افراد مرتبط است و همه اینها در کنار هم نوع استفاده فراغتی خاصی را برای افراد ایجاد می‌کند که براساس یافته‌های این تحقیق، بیش از دنیای واقعی، به سمت دنیای مجازی و به‌طور مشخص رسانه‌های اجتماعی جهت یافته است.

منابع و مآخذ

- اباذری، یوسفعلی (۱۳۸۱). «نوربرت الیاس و فرایند متمدن شدن»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۹: ۲۵-۱۹.
- اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۷). درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۳۱-۶۲: ۱.
- ترلو، کریسپین؛ آلیس تومیک و لرد لنگل (۱۳۸۹). ارتباطات کامپیوتر - واسط، ترجمه سروناز تربتی، تهران: جامعه‌شناسان.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۱). سبک‌های فراغتی جوانان، تهران: تپسا.
- رسولی، محمدرضا و مریم مرادی (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۵۶: ۵۶-۶۶.
- رفعت‌جاه، مریم؛ مرجان رشوند و مریم شهیدی زندی (۱۳۸۹). «تبیین جامعه‌شناختی فعالیت‌های فراغتی دختران جوان با تأکید بر عوامل آسیب‌شناختی آن»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان سابق)، شماره ۵۰: ۸۰-۲۹.
- ریاضی، سیدابوالحسن (۱۳۹۲). «تصویری از فرهنگ مصرفی جامعه ایران با استفاده از داده‌های یک پیمایش ملی پیرامون گذران اوقات فراغت»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۴: ۱۵۳-۱۳۷.
- ساروخانی، باقر و محمد میرزایی ملکیان (۱۳۹۰). «رابطه بین نحوه گذران اوقات فراغت و هویت ملی جوانان شهر تهران»، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی ایران، شماره ۲: ۲۸-۱.
- سازمان ملی جوانان (۱۳۸۲). بررسی وضعیت اوقات فراغت جوانان، اهل قلم: تهران.
- شهابی، محمود و قدسی بیات (۱۳۹۱). «اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه‌ای درباره جوانان شهر تهران)»، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۲۰: ۸۶-۶۱.
- قادرزاده، امید؛ هیرش قادرزاده و حسین حسن‌پناه (۱۳۹۴). «بسترها و منابع گذران فراغت جوانان (مطالعه پیمایشی جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله استان کردستان)»، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۴: ۶۳۷-۶۶۱.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۶). جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست‌یابی اورکات، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

مجدالدین، اکبر (۱۳۸۳). «نوربرت الیاس بنیانگذار جامعه‌شناسی فرایند»، پژوهشنامه علوم انسانی، شماره ۴۱ و ۴۲: ۱۴۸-۱۳۱.

محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش ۱، تهران: جامعه‌شناسان.

منادی، مرتضی (۱۳۸۶). «اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن مقایسه دو نسل»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و رسانه، شماره ۸: ۱۶۵-۱۳۱.

هزارجریبی، جعفر و علی اکبر اکبری‌تبار (۱۳۹۲). مطالعه‌ای در باب تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی و اوقات فراغت جوانان، مجموعه مقالات کنگره ملی اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان، شیراز، وزارت ورزش و جوانان.

- Blackshaw, T. (Ed.). (2013). **Routledge Handbook of Leisure Studies**. Routledge.
- Caers, R., De Feyter, T., De Couck, M., Stough, T., Vigna, C., & Du Bois, C. (2013). Facebook: A literature review. **New Media & Society**, 15(6), 982-1002.
- Christopherson, K. M. (2007). The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: "On the Internet, Nobody Knows You're a Dog". **Computers in Human Behavior**, 23(6), 3038-3056.
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (۲۰۱۲). A Review of Facebook Research in the Social Sciences. **Perspectives on Psychological Science** 203-220.
- Hurd, A. R., & Anderson, D. M. (2010). **The park and recreation professional's handbook**. Human Kinetics.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business horizons**, 53(1), 59-68.

بررسی تحولات هویت جوانان ایرانی (۱۳۹۴-۱۳۵۳)

مجید فولادیان^۱، حسن رضایی بحرآباد^۲، محسن سوهانیان حقیقی^۳

چکیده

با توجه به اتخاذ پیش فرض ترکیبی بودن هویت، سؤالات اصلی این تحقیق این است که عناصر سازنده این ترکیب در قشر جوان جامعه ایرانی کدام‌اند. تحولات هر کدام از این عناصر در طول چند دهه اخیر چگونه بوده است و چه فراز و فرودی را داشته است. مناسبات میان اجزا سازنده هویت جمعی جوانان ایرانی چگونه است. این ترکیب چه نوع ترکیبی است و نحوه آرایش، هم‌نشینی، داد و ستد و تعامل میان این عناصر به چه ترتیبی است؛ روش تحقیق این پژوهش مطالعه طولی و ملی است که بر مبنای تحلیل ثانویه داده‌های کمی متغیرهای مورد مطالعه در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۴-۱۳۵۳ انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد، هویت مذهبی با میانگین ۸۳/۱۱ در مقیاس ۱۰۰ غالب‌ترین نوع هویت در این سال‌ها در جامعه جوانان ایرانی بوده است. پس از آن هویت ملی با میانگین ۸۰/۲۹ بیشترین گسترش را در میان جوانان دارد. هویت قومی با ۵۳/۴۶ و همچنین هویت مدرن با ۵۲/۰۳ در رده‌های بعدی قرار دارند. برحسب آزمون‌های همبستگی و براساس نمودار هم‌تغییری به‌طور کلی می‌توان استنباط کرد بین هویت ملی و هویت قومی در میان جوانان در سال ۸۶ رابطه وجود دارد. ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد متوسط است. همچنین نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت مذهبی در میان جوانان در سال‌های ۱۳۸۶، ۱۳۸۴، ۱۳۷۹ و ۱۳۸۸ نشان از وجود رابطه بین این دو هویت است. ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد متوسط است.

واژه‌های کلیدی

هویت ملی، هویت مذهبی، هویت مدرن، هویت قومی

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۱/۱۳

۱. دکتری جامعه‌شناسی نظری فرهنگی و عضو هیأت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد
(نویسنده مسئول) fouladiyan@um.ac.ir

۲. دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد rezaeebahrabad@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد mohsenhaghighi@mail.um.ac.ir

مقدمه

در دوران معاصر مسأله هویت بیش از هر عصری، ذهن انسان امروزی را به خود مشغول داشته است. حضور انسان در شاهراه‌های اطلاعاتی و دسترسی او به امکانات جامعه اطلاعاتی، هویت‌های سنتی و هویت‌سازی سنتی را با دشواری و چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو ساخته است. در جوامع امروزی، فرد با مراجع مختلف و متنوعی برخورد می‌کند که هر کدام ارزش‌های خاص و سبک زندگی ویژه‌ای را ترویج می‌کنند. همچنین دوران نوجوانی و جوانی، دورانی است که در آن بحران هویت‌یابی بر سازمان روانی فرد چیره می‌شود و نوجوان و جوان تشنه هویت را وادار به جستجو و سنجش ارزش‌های مختلف و گاه متضاد می‌نماید تا در پایان این دوره بحرانی، احساس هویت داشتن را برای وی به ارمغان بیاورد (Bourne, 1978). نوجوان و جوان برای کسب هویت خود متأثر از عوامل متعددی است مانند خانواده، نهادهای پرورشی و آموزشی، تغییر و تحولات اجتماعی، گروه‌های اجتماعی، عوامل فرهنگی، رسانه‌های گروهی، نقش‌هایی که ایفاء نموده، نقش‌هایی که می‌خواهد ایفاء کند و نقش‌هایی که می‌خواهیم ایفاء نماید (Valde, 1996). با توجه به شکل‌گیری شخصیت جوانان در این سنین، آنها در دوره‌ای بسر می‌برند که احساس تعلق عاطفی به جامعه خود کسب می‌نمایند. در سنین نوجوانی و جوانی شخصیت فرد شکل گرفته و در روند جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود را درونی می‌کند و براساس آن‌ها، رفتار و اندیشه‌های خود را شکل می‌دهد (Marcia, 1987). در عصر دهکده جهانی؛ هر چه فرایند جهانی شدن پر شتاب‌تر و شدیدتر باشد بازسازی فضا و زمان، نفوذپذیر ساختن مرزها و تخریب فضاهای فرهنگی - اجتماعی نسبتاً بسته، هویت‌سازی سنتی را بسیار دشوار می‌سازد. بنابراین، نوعی بحران هویت و معنا شکل می‌گیرد که عبور از آن مستلزم بازسازی هویت است (گل‌محمدی، ۱۳۸۱).

از سوی دیگر تمامی مرزهای هویتی مثل خانواده، محله، قومیت و ملیت به شدت نفوذپذیر شده‌اند. در دنیای کنونی، خانواده اقتدار و مرجعیت گذشته خود را از دست داده است. علاوه بر این گسترش فضای اجتماعی و عام شدن بسیاری از امور خاص و درهم‌تنیدگی جهان، موجب شده که نوجوانان و جوانان امروزی در انتخاب هویت‌هایی منسجم و یگانه با مشکل و حتی بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چند پاره‌گی و انشقاق گردد (رفعت‌جاء و شکوری، ۱۳۸۷). همین امر سبب می‌شود که با دگرگونی شرایط زمانی و مکانی و وقوع برخی از حوادث مهم تاریخی، سیاسی و اجتماعی نگرش‌های مردم درخصوص آن تغییر یابد و در نتیجه هویت جامعه‌ای تضعیف یا تقویت گردد (Sasaki, 2004). بنابراین هویت موضوعی تمام و کمال و ذاتی نیست؛ بلکه همیشه تولیدی اجتماعی، سیال و در حال شکل گرفتن است. هویت مقوله‌ای مربوط به معناست؛ از آنجا که معنا طبیعت و ذات اشیاء نیست، بلکه يك رابطه

قراردادی است. بنابراین می‌توان گفت که هویت نیز «همواره قرارداد و نوآوری است، همواره تا اندازه‌ای به اشتراك گذارده می‌شود و تا اندازه‌ای درباره‌ آن چون و چرا می‌شود» (جنکینز^۱، ۱۳۸۱: ۶). هویت را باید «محصولی بدانیم که هیچ‌گاه کامل نمی‌شود و همواره در حال تغییر و شدن است» (Hall, 1990: 222). ویژگی‌های رفتاری افراد جامعه در هر زمان، ملهم از آگاهی و معرفت آنهاست که افزون بر شکل‌دهی به هویت آن جامعه، به زیرساخت‌های تاریخی نسل‌های بعدی نیز تبدیل می‌شود (شاکری، ۱۳۸۳). بنابراین، هویت به‌عنوان مفهومی نسبی، اکتسابی و تاریخی، ترکیبی از تجربیات فردی جوانان و مرتبط با عوامل متعددی همچون ریشه‌های تاریخی، محیط جغرافیایی، نظام‌های سیاسی و آموزشی، مصرف اقتصادی، فهم مذهبی، عقاید و اعمال است. به بیان مهم‌تر، هویت بر مبنای احساس تعلق و پیوند گروهی و جمعی، شناسایی حوزه و قلمرویی از حیات تاریخی - اجتماعی فرد یا گروهی است که فرد خود را متعلق و منتسب بدان می‌داند و در برابر آن احساس تکلیف می‌کند. مثل لرها، ایلامی‌ها، کردها، ترک‌ها، ایرانیان، زردشتی‌ها، سنی‌ها، شیعیان و اینکه جوانان در مرحله‌ اول خود را با کدام يك از این هویت‌ها معرفی و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می‌کنند بیانگر هویت ملی، دینی، قومی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آنان است (عبداللهی، ۱۳۷۴).

در ایران نیز صاحب‌نظران و محققان مسائل فرهنگی و اجتماعی عموماً بر این رأی متفق‌اند که هویت انسان ایرانی آمیزه‌ای است از میراث فرهنگی سرزمین ایران به‌عنوان يك واحد سیاسی دارای تمدن تاریخی، دین اسلام؛ هویت‌های قومی ناشی از تنوع ساختار اجتماعی و قبایلی ایران و همچنین فرهنگ غربی (سروش، ۱۳۷۷؛ رجایی، ۱۳۸۲؛ اسلامی ندوشن، ۱۳۷۶؛ داوری اردکانی، ۱۳۸۳؛ بشیریه، ۱۳۸۱؛ سروش، ۱۳۸۰ و فکوهی، ۱۳۸۱). جداسازی این مؤلفه‌های بنیادین هویت ایرانیان ناممکن می‌نماید. در هر حال، این ابعاد در هویت و زندگی ما ایرانیان دخالت، حضور و نفوذ داشته و دارد. اما مسأله اصلی تعیین سهم و میزان و جایگاه هر کدام در کلیت هویت ایرانی است؛ با در نظر گرفتن این پیش‌فرض، هویت ایرانی مرکب از چهار بعد هویت ملی، مذهبی، قومی و مدرن است (حاجیان، ۱۳۸۷).

با توجه به اتخاذ پیش‌فرض ترکیبی بودن هویت، سؤالات اصلی این تحقیق این است که نسبت عناصر سازنده این ترکیب در قشر جوان جامعه ایرانی کدام‌اند؟ تحولات هر کدام از این عناصر در طول چند دهه اخیر چگونه بوده است و چه فراز و فرودی را داشته است؟ مسأله مورد توجه دیگر به روابط میان اجزاء مربوط می‌شود و سؤال مشخص آن است که مناسبات و میان اجزا و سازنده هویت جمعی جوانان ایرانی چگونه است؟ به بیان دیگر روابط بین این

اضلاع سازنده هویت از چه کم و کیفی برخوردار است و نحوه و ماهیت این ترکیب به چه شکل است؟ این ترکیب چه نوع ترکیبی است و نحوه آرایش، هم‌نشینی، داد و ستد و تعامل میان این عناصر به چه ترتیبی است؟ در مجموع تعامل میان این هویت‌ها از نوع تعارضی و تضاد است یا اینکه می‌توان از نوعی یکپارچگی، نفوذپذیری، هم‌کنشی، تعامل و همبستگی مثبت میان آنها سخن گفت؟ بر این اساس دو هدف اصلی زیر در این تحقیق دنبال می‌شود:

۱. بررسی تحولات هویت جوانان ایرانی در سال‌های ۱۳۹۴ - ۱۳۵۳؛

۲. بررسی رابطه سطوح مختلف هویت با یکدیگر.

مبانی نظری

مفهوم هویت^۱ ابتدا در روان‌شناسی توسعه یافت و سپس در جامعه‌شناسی نیز مطرح شد. از نقطه نظر روان‌شناختی، هویت به معنای خود و تکوین تفاوت‌های شخصیتی کودک با والدین و اطرافیان مربوط می‌شود. از این دیدگاه، شناخت جایگاه کودک در جامعه به تدریج و در تقابل با دیگران تکوین می‌یابد (گیدنز^۲، ۱۳۸۳). به عبارت دیگر در این بعد بیشتر بر تمایزات شخصی، تداوم شخصی و استقلال شخصی تأکید می‌شود. در مقابل، مفاهیمی که در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی بکار گرفته می‌شوند. معنای هویت را شکل یافته از دیالکتیک بین فرد و جامعه می‌دانند (برگر و لاکمن^۳، ۱۳۷۵).

اساساً رویکرد تعامل اجتماعی به هویت، رویکردی مبتنی بر رابطه است. تجربه هر فردی از هویت به زندگی تاریخی - اجتماعی وی پیوند خورده است. هویت دارای اساسی اجتماعی بوده و در تعاملات اجتماعی به‌طور مداوم در حال بازسازی خویش است. «هویت چیزی است که بر سر آن کشاکش در می‌گیرد و به واسطه آن ترفندها پیش برده می‌شود... دستاوردی عملی و ... یک فرایند است» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۴).

بنابراین هویت به‌عنوان مفهومی نسبی، اکتسابی و تاریخی، ترکیبی از تجربیات فردی مرتبط با عوامل متعددی همچون ریشه‌های تاریخی، محیط جغرافیایی، نظام‌های سیاسی و آموزشی، مصرف اقتصادی، فهم مذهبی، عقاید و اعمال است.

هویت اجتماعی

همه هویت‌ها به نوعی هویت اجتماعی محسوب می‌شوند (جنکینز، ۱۳۸۱)، چراکه هیچ هویتی جدا از سپهر اجتماعی معنی ندارد و شکل‌گیری هویت در فرایندهای اجتماعی شدن ریشه دارد.

1. Identity

2. Giddens

3. Berger & Luckmann

اما نباید تصور کرد که هویت اجتماعی یکبار برای همیشه شکل می‌گیرد. تغییر و دگرگونی همچنان که ذاتی جامعه و تاریخ است، در همه هویت‌های اجتماعی نیز رایج است. بنابراین، هویت امری اکتسابی است که در جریان تعاملات فرد و در درون فضای زندگی شخص شکل می‌گیرد. هویت اجتماعی، شناخت و دانش شخص از جایگاهش در جامعه است. شناختی که وی از تعلق به مقولات اجتماعی یا گروه‌های اجتماعی دارد. یک گروه اجتماعی مجموعه‌ای از افراد دارای «هویت اجتماعی مشترک» هستند (برگر و لاکمان، ۱۳۷۵). پیوند هویت اجتماعی با گروه‌های اجتماعی بسیار مهم است. افراد خود را اعضای یک مقوله یا گروه اجتماعی می‌دانند که احساس مشترکی را در آنها ایجاد می‌کند و شخص با دیگر اعضای آن «فهمی مشترک از چیزها» داشته باشد و آنها را در جهتی سوق بدهد که «در قلمرو نمادین مشترکی مشارکت بورزند» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۸۰).

پس هویت اجتماعی به ساده‌ترین بیان تعریفی است که افراد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی از خویش‌تن دارند. تمامی ویژگی‌ها و رفتارهایی که تمایزی میان ما و آنها می‌گذارد، مؤلفه‌های هویت اجتماعی به شمار می‌روند مثل زبان، دین، قوم یا نژاد، آداب و رسوم، طبقه اجتماعی، شغل، عضویت‌های فرقه‌ای و گروهی و غیره. تلاش برای شناسایی هویت اجتماعی تلاشی است برای تحلیل الگوهای تکرارپذیر کنش‌های گروهی.

با توجه به نظریه‌های هویت، در اینجا هویت را در چهار سطح مورد بررسی قرار داده و ابتدا در زیر به تعریف این چهار سطح می‌پردازیم^۱:

نخستین سطح، سطح محلی است که خردترین و شاید مملوس‌ترین سطح تعلق و وفاداری فردی و جمعی را منعکس می‌کند و شاید بتوان گفت که اساس آن، حس بدهی تعلق به فرهنگی مشترك است، شامل ریشه‌ها و تاریخ مشترك، آداب رسوم و زبان مشترك، سرزمین مشترك و به‌طور کلی شیوه زندگی مشترك برای گذران زندگی روزانه. هویت محلی، احساس تعلقی قدیمی به محیط بلافاصله را منعکس می‌کند که گویای کهن‌ترین و رایج‌ترین تعلق‌ها تا پیش از گسترش صور مدرن و ناشی از صنعتی شدن غربی بوده است (فکوهی، ۱۳۸۱).

دومین سطح تعلقی، سطح ملی است. هویت ملی را باید نوعی احساس تعلق به ملتی خاص دانست. ملتی که نمادها، سنت‌ها، مکان‌های مقدس، آداب و رسوم، قهرمانان تاریخی و فرهنگ و سرزمین معین دارد. هویت ملی یعنی احساس تعلق به گروهی از انسان‌ها، به واسطه اشتراک داشتن در برخی عناصر فرهنگی و شبه فرهنگی (گل محمدی، ۱۳۸۱). اسمیت^۲

۱. در ادامه مقاله مراد از سطوح هویت این چهار سطح است.

هویت ملی را بازتولید و بازتغییری پایدار ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، افسانه‌ها و سنت‌ها می‌داند که عناصر تمایز بخش هر ملتی هستند. هویت ملی عبارت است از نوعی احساس تعلق فرهنگ محور، تمایزآفرین و تداوم بخشی به ملتی که دولت و گفتمان‌های مسلط با بهره‌برداری از منابعی معین آن را به وجود آورده، حفظ و تعریف می‌کند (گودرزی، ۱۳۸۴). براساس نظریهٔ ایساکس^۱ هویت از احساس تعلق به آنچه گروه ملی نامیده می‌شود به وجود می‌آید. ذات هویت وابستگی و دلبستگی‌های دیرینه است. هویت از آنجا که فرد در آن متولد می‌شود، به وجود می‌آید (Malasevic, 2002) یا در واقع آغاز می‌شود.

سومین سطح تعلق، هویت مدرن است که تحت فرایند جهانی شدن مطرح و تبیین می‌گردد. منظور از هویت مدرن کلیه برداشت‌ها و تصورات و خودشناسایی‌هایی است که شهروندان از خود ارائه می‌نمایند و دارای منشأ سنتی (مربوط به گذشته) نیست، بلکه تحت تأثیر تغییرات و مراودات فرهنگی و اجتماعی با دنیای مدرن (غرب) شکل گرفته است. هویت مدرن را نمی‌توان کاملاً به سرزمین و محل یا جغرافیایی مشخصی منسوب کرد. این بعد به معنی پذیرش وجود جامعه و فرهنگ جهانی و احساس تعلق به فرهنگ و ارزش‌های جهانی و نیز پذیرش تسلط نهادها و مسائل و مشکلات جهانی است. همچنین هویت مدرن به معنی گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته (یا تجدد) است. در واقع این بعد به معنی مدرنیته فردی^۲ و حاکی از پذیرش ارزش‌های اساسی سازنده مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی است و شامل استدلال‌گرایی، افسون‌زدایی، انسان‌گرایی، فردگرایی، برابری‌طلبی و ترقی‌گرایی است. همچنین نگرش و گرایش مثبت (ذهنیت و تمایلات رفتاری مثبت) به ابعاد اجتماعی تجدد در حوزه روابط اجتماعی است. هویت مدرن در وجه اخیر گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد اجتماعی است که ناظر بر مسائل خانوادگی، شغلی، حقوق زن، حقوق بشر و ثروت است. هویت دینی رکن چهارم از هویت جمعی ایرانیان را تشکیل می‌دهد، چرا که بنا به دلایل متعدد تاریخی، عناصری مانند مذهب، تدین، معنویت و خداگرایی و وحدانیت جزء نسبتاً پایدار هویت ایران و ایرانیان محسوب می‌شوند. به بیان دیگر نماد دین در فرهنگ ایرانی جایگاه ویژه‌ای دارد که از این حیث جامعه ایرانی شباهت زیادی با بسیاری از جوامع دیگر دارد. قبل از ورود به بحث و به‌عنوان مقدمه یادآوری این نکته لازم است که منظور از ترکیب هویت دینی این است که هویتی وجود دارد و این هویت از منشاء دین کسب تعریف می‌کند و در واقع به تبع دین، خود را تعریف و مشخص می‌سازد (منصورنژاد، به نقل از حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۹۷).

1. Isaacs

2. Individual Modernity

روش تحقیق

در این پژوهش با توجه به اهداف و سؤالات تحقیق، روش مورد استفاده یک مطالعه طولی در سطح ملی است که بر مبنای تحلیل ثانویه داده‌های کمی متغیرهای مورد مطالعه، در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۴-۱۳۵۳ انجام می‌گیرد.^۱

دلیل اصلی استفاده از این روش، وسعت موضوعی و نظری پژوهش فوق است. انجام یک مطالعه طولی آن هم مطالعاتی که در ارتباط با سیر تحولات یک جامعه صورت گیرد جز با پشتوانه پیمایش‌های ملی گوناگون در بازه‌های زمانی مختلف نمی‌تواند انجام گیرد. اما مهم‌ترین دلیل انتخاب این روش؛ استفاده از یافته‌های پیمایش‌های ملی معتبر در زمینه موضوع مورد مطالعه است که با صرف بودجه و هزینه بالا انجام گرفته‌اند. این تحلیل‌های ثانویه می‌تواند استفاده از منابعی تلقی شود که تنها سازمان‌های دولتی توانایی فراهم آوردن آنها را دارا هستند، که البته این سازمان‌ها معمولاً تنها به تولید داده‌های خام در مقیاس وسیع اکتفا می‌کنند و تحلیل و تبیین یافته‌های آنها به کارشناسان و صاحب‌نظران آکادمیک در آن حوزه واگذار می‌شود.

در این پژوهش در مجموع از داده‌ها و جداول هجده پیمایش ملی که در سال‌های فوق‌الذکر انجام گردیده، استفاده شده است.

در اینجا ذکر این نکته لازم است که به دلیل فقر داده‌های معتبر و موازی ملی در این حوزه‌ها (چنان‌که در کشورهای توسعه یافته در موضوعات مختلف با فواصل منظم و دقیق انجام می‌شود)، ناچار برای تأمین داده‌های مورد نیاز این تحلیل، به پیمایش‌های ملی موجود در منابع و مراکز علمی و اجرایی مختلف مراجعه شده است. با این حال، این داده‌ها نیز خالی از خلل نیست و از جنبه‌های مختلف (نظری، روایی، اعتبار، نمونه‌گیری، اجرا، فواصل زمانی، نوع و نحوه انتشار گزارش، رعایت اصل بی‌طرفی، نداشتن خصلت انباشتی و عدم پیوستگی موضوعی و ابزاری با پیمایش‌های قبل از خود و ...) می‌توان به آن‌ها نقدهایی را وارد کرد. بسیاری از این انتقادات، بعد از انتشار گزارش این پیمایش‌ها و مواجهه محققان و صاحب‌نظران با آن رخ می‌نماید که طبیعتاً باید در تکرار موج‌های پیمایش‌های فوق از آن اشکالات اجتناب کرد. از همین رو، انجام تحلیل‌های ثانویه (مانند تحلیل حاضر) برای کشف خلل و فرج این پیمایش‌های ملی نیز ضروری و مفید است.

۱. داده‌های کمی متغیرها از منابعی چون مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، سازمان ملی جوانان، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و پیمایش ارزش‌های جهانی گردآوری شده است.

ابزار گردآوری داده‌ها

روش اول (تحلیل ثانویه داده‌های دست دوم)؛ داده‌های دست دوم داده‌های خامی هستند که قبلاً شخص دیگری با هدف مشخص مثل سرشماری‌های دولتی و سایر آمارهای رسمی گردآوری کرده است. هدف اصلی از جمع‌آوری چنین داده‌هایی با مقاصد و اهداف استفاده‌کنندگان ثانوی تفاوت دارند (بلیکی^۱، ۱۳۸۴: ۲۴۰). در این پژوهش داده‌های ۹ پیمایش در این سطح مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند.

روش دوم (تحلیل ثانویه داده‌های دست سوم)؛ داده‌های دست سوم داده‌هایی هستند که توسط پژوهشگری که آنها را تولید کرده یا تحلیل‌گر داده‌های ثانویه، مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. در این حالت ممکن است دیگر داده‌های خام در دسترس نباشند، بلکه فقط نتایج این تحلیل‌ها در اختیار باشد (بلیکی، ۱۳۸۴: ۲۴۰).

در تحقیق پیش‌رو از نتایج و جداول ۹ پیمایش ملی جهت انجام یک تحلیل ثانویه و یک مطالعه طولی کمک گرفته شده است.

روش آماده سازی داده ها برای تحلیل

داده‌های تحقیق پیش‌گفته از چند پیمایش ملی مختلف جمع‌آوری گردیده و با توجه به جامعه آماری تحقیق، فقط محدوده سنی جوانان را مدنظر قرار گرفته است. به این علت که در هر پیمایش سؤالات به‌گونه‌ای متفاوت از پیمایش‌های دیگر طرح شده بودند و دارای گزینه‌های متفاوتی نیز بوده‌اند (برخی گویه‌ها تنها دارای گزینه بلی و خیر و برخی چهار جوابی و پنج گزینه‌ای و بیشتر بوده‌اند)، جهت یکدست کردن گزارش و همچنین امکان مقایسه داده‌های سال‌های گوناگون و بررسی تحلیلی آنها داده‌ها به شیوه زیر هم جهت و مقیاس یافتند.

در گام نخست، «جهت» کلیه گویه‌های مورد استفاده در تحقیق یکسان شدند. در گام دوم، تنها داده‌های مربوط به جوانان ۱۵-۳۰ سال انتخاب شده‌اند. در مرحله بعدی، عدد مربوط به پاسخ هر گویه در ضریبی از ۱ (کمترین) تا n (بیشترین) ضرب شد. مثلاً اگر برای گویه‌ای همچون: «معمولاً چقدر از خدا می‌خواهید که در زندگی به شما کمک کند؟» ۵ پاسخ؛ اصلاً، به ندرت، بعضی وقت‌ها، زیاد، خیلی زیاد تنظیم شده باشد، درصدهای پاسخ‌های این گویه به ترتیب از کمترین (اصلاً) به بیشترین (خیلی زیاد) در اعداد ۱ تا ۵ ضرب شده‌اند. سپس حاصل جمع درصدها (که در ضریب‌ها ضرب شده است) بر عدد ۱۰۰ تقسیم شدند.

در نهایت برای امکان مقایسه نمرات متغیرهای تحقیق و سهولت در گزارش و فهم این نمرات، همه شاخص‌ها در این تحقیق بین صفر تا صد مقیاس یافته‌اند.^۱ در قسمت توصیفی تحقیق و طراحی نمودارها پس از تبدیل داده‌ها به نمره صفر تا صد طبق فرایند فوق سپس میانگین هر شاخص در هر سال محاسبه و به‌عنوان نمره آن سال حساب شده است. سپس فرایند آن در طی زمان (برحسب داده‌های موجود برای هر شاخص) بررسی گردیده است.

یافته‌های تحقیق

در این قسمت به بررسی تحولات انواع هویت جوانان از سال ۱۳۵۳ تاکنون خواهیم پرداخت. اگر برای برخی مفاهیم یا برای برخی از سال‌ها عدد وجود ندارد به دلیل آن است که گویه مناسبی که همخوان با سایر گویه‌های سال‌های دیگر باشد برای آن سال وجود نداشته است. در نمودارها ممکن است مشاهده شود که برای یک سال سه عدد وجود دارد. دلیل آن این است که در سال‌هایی مثل ۱۳۸۴ و ۱۳۸۶ در هر سال دو یا سه کار ملی صورت گرفته است. لذا ما تحقیقات را در این سال‌ها بر حسب ماه‌های اجرا و جمع‌آوری اطلاعات رتبه‌بندی کردیم.^۲ برای تبیین نظری روند تغییرات انواع هویت در طول ۴ دهه اخیر، دو نوع رویکرد می‌توان داشت:

نخست اینکه شاخص‌ها و معرف‌هایی که برای سنجش هرکدام از انواع هویت‌ها در هر یک از پیمایش‌های ملی استفاده شده است را یکسان فرض کنیم و لذا برای تبیین و توضیح تغییرات هویت در طول زمان، فقط به عوامل اجتماعی عینی و ذهنی که در طول این سال‌ها اتفاق افتاده است رجوع کنیم.

۱.

$$s = \frac{x - \min}{\max - \min} \times 100$$

X: نمره متغیر در مقیاس قبلی

S: نمره متغیر در مقیاس جدید

max: بیشترین نمره متغیر در مقیاس قبلی

min: کمترین نمره متغیر در مقیاس قبلی

صورت کسر رابطه، تفاضل نمره متغیر و مقدار کمینه و مخرج کسر، تفاضل مقادیر بیشینه و کمینه شاخص می‌باشند. بر اساس این تغییر مقیاس، کمترین نمره‌ای که هر متغیر به خود اختصاص می‌دهد صفر و بیشترین مقدار ۱۰۰ است (چلبی و جنادله، ۱۳۸۶: ۱۴۷).

۲. مثلاً در سال ۸۴ تحقیقی را که در فروردین جمع‌آوری اطلاعاتش انجام گرفته است را (۱۳۸۴(۱) و تحقیقی که جمع‌آوری‌ش داده‌هایش در آبان‌ماه انجام شده (۱۳۸۴(۲) و پیمایشی که در اسفندماه اجرا شده است را (۱۳۸۴(۳) نامگذاری کرده‌ایم.

دوم اینکه با در نظر گرفتن تفاوت جزئیات شاخص‌های ساخته شده (چه توسط مجریان پیمایش‌ها و چه توسط محقق‌هایی که تحلیل ثانویه انجام می‌دهد)، ضمن در نظر گرفتن عوامل اجتماعی فوق‌الذکر، به عوامل کاهنده یا افزایش‌دهنده شاخص‌های هویت و مشارکت که در اثر تغییرات تعریف و شاخص‌سازی هویت در هریک از پیمایش‌ها به وجود آمده است، اشاره کنیم.

بر این اساس به تبیین و توضیح روند تغییرات انواع هویت بین سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۹۴ می‌پردازیم. توضیح اینکه از رویکردهای اول و دوم یادشده با عنوان «بدون تفاوت» و «با تفاوت» نام می‌بریم.

یافته‌های توصیفی مربوط به تحولات انواع هویت

در این قسمت به بررسی تحولات چهار گونه هویت در طول سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۹۴ خواهیم پرداخت.



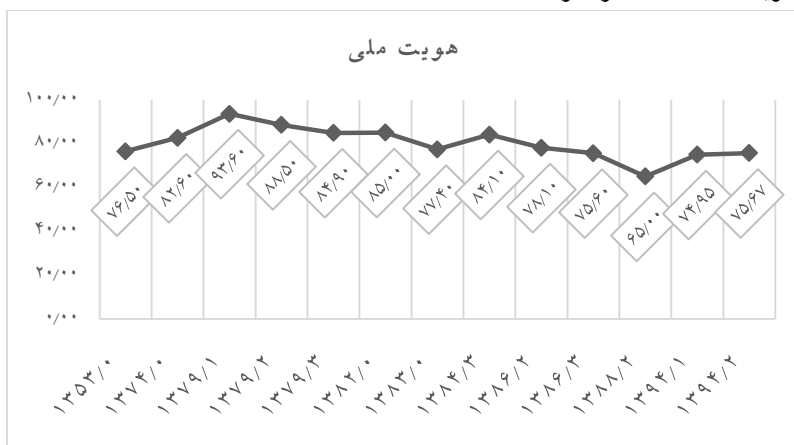
نمودار ۱. نیم‌رخه از میانگین انواع هویت

در شمایی کلی می‌توان دریافت که هویت مذهبی با میانگین ۸۳/۱۱ غالب‌ترین نوع هویت در این سال‌ها در جامعه ایرانی بوده است. پس از آن هویت ملی با میانگین ۸۰/۲۹ بیشترین گسترش را در جامعه ایران دارد. هویت قومی با ۵۳/۴۶ و همچنین هویت مدرن با ۵۲/۰۳ در رده‌های بعدی قرار دارند.^۱

۱. همان‌گونه که در قسمت روش ذکر شد تمام این نمرات بر حسب نمره استاندارد ۰ تا ۱۰۰ هستند.

هویت ملی

همان‌گونه که گفته شد این هویت دارای میانگین ۸۰/۲۹ در جامعه ایران است. حداقل نمره این نوع هویت ۶۵ و حداکثر نمره آن ۹۳ است.



نمودار ۲. تحولات هویت ملی

بدون تفاوت:

به نظر می‌رسد که افزایش هویت ملی از سال ۵۳ تا ۷۴ برای جامعه‌ای که در این بازه یک انقلاب ملی و یک جنگ تمام عیار خارجی را تجربه کرده و آثار همبستگی و اراده ملی را مشاهده نموده است، طبیعی است؛ و حتی اگر این شاخص در سال‌های قبل از ۷۴ (مثل سال‌های آغاز انقلاب یا زمان جنگ) اندازه‌گیری می‌شد، شدت بیشتری را نسبت به قبل انقلاب نشان می‌داد.

اما جهش صعودی این شاخص در سال ۷۴ و ۷۹ را می‌توان تا حد بالایی به دلیل وجود انتخابات دوم خرداد ۷۶ در این بازه دانست که در آن به دلیل همبستگی بالایی که بین مردم در جریان انتخابات به وجود آمد و نیز برآمدن دولتی که مردم آن را ناشی از اراده خود می‌دانستند، هویت ملی افزایش چشمگیری یافته است. در سال ۷۹ یعنی سال دوم دولت اصلاحات - که به دنبال پیروزی اصلاح طلبان در مجلس ششم در اسفند ۷۸ دوران اوج خود را می‌گذراند - میزان شاخص هویت ملی به بالاترین میزان خود در این بازه سی و چند ساله رسیده است. به دنبال افول جریان اصلاحات در سال‌های بعد و موانعی که بر سر تحقق مطالبات آن به وجود آمد (مانند توقیف گسترده مطبوعات در سال ۷۹ و موج دستگیری فعالان مدنی، مطبوعاتی و سیاسی و ...) و ناامیدی حاصل از این جریانات، میزان هویت ملی نیز رو به افول گذارد

تأجایی که در آخرین سال دولت اصلاحات (۱۳۸۳) به کمترین میزان در سه دهه قبل خود می‌رسد و اگرچه در سال ۸۴ و به دنبال برگزاری انتخابات ریاست جمهوری نهم و تب و تاب ناشی از آن، این شاخص کمی افزایش می‌یابد اما این روند نزولی همچنان ادامه می‌یابد به طوری که در سال ۸۸ به پایین‌ترین حد خود در ۳۵ سال اخیر (حتی کمتر از قبل انقلاب) می‌رسد. نکته قابل توجه آن است که در سال ۸۸ سنجش هویت ملی در مرداد آن سال یعنی بعد از حوادث انتخابات ریاست جمهوری انجام شده است که می‌توان این سقوط را تا حد زیادی از تبعات آن حوادث دانست. به زعم محقق اگر این شاخص در قبل و حین انتخابات اندازه‌گیری می‌شد، قطعاً میزان بالاتری را نشان می‌داد. در سال ۹۴ با فروکش کردن تب و تاب حوادث سال ۸۸ و با روی کار آمدن دولت اعتدال و مذاکره و تعامل با کشورهای جهان میزان هویت ملی افزایش می‌یابد و به مقدار میانگین خود در طول این ۴۰ سال نزدیک می‌شود.

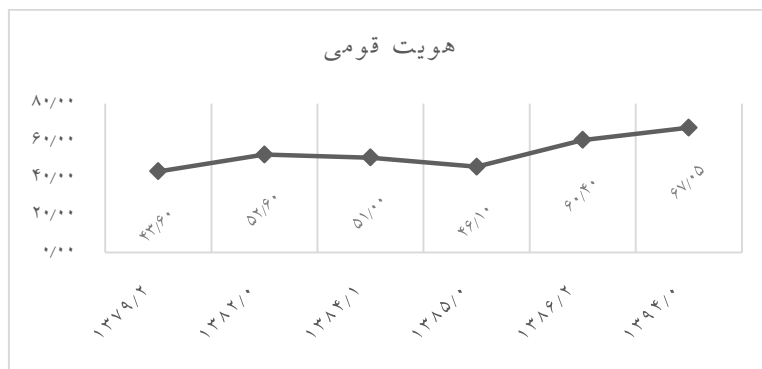
با تفاوت:

با در نظر گرفتن تفاوت میان اجزای سازنده شاخص هویت ملی در پیمایش‌های گوناگون نیز می‌توان برخی از تغییرات آن را در سال‌های مختلف توضیح داد. مثلاً در سال ۷۹ سه پیمایش ملی انجام شده است که در هر کدام میزان شاخص هویت ملی نسبت به پیمایش قبل آن کاهش یافته است. بخشی از عوامل این سیر نزولی را می‌توان به زیاد شدن گویه‌های تشکیل دهنده هویت ملی در پیمایش سوم ۷۹ نسبت به پیمایش اول آن دانست. در حالیکه در پیمایش‌های اول و دوم شاخص هویت ملی را تنها با گویه «افتخار به ملیت» سنجیده‌اند (که معمولاً درصد بالایی از افراد به آن نمره بالایی می‌دهند). این شاخص در پیمایش سوم ۷۹ با ۱۰ گویه ساخته شده که اگرچه دقت سنجش را بالا می‌برد، اما نمره کل شاخص را پایین می‌آورد. مثلاً گویه‌های «تعلق خاطر من به کشورم به عملکرد حکومت‌ها ربطی ندارد...»، «تمدن ایرانی در مواجهه با سایر تمدن‌ها حرف زیادی برای گفتن دارد...» و «من زندگی در ایران را به هر جای دیگری ترجیح می‌دهم» لزوماً به اندازه افتخار به ملیت نمره بالایی نمی‌گیرند. همین استدلال را می‌توان برای پایین بودن این شاخص در سال ۸۳ نسبت به سال‌های قبل و بعد آن (۸۲ و ۸۴) نیز به کار برد. همچنین علاوه بر این، تفاوت‌های جامعه آماری نیز بر تفاوت میزان شاخص‌ها تأثیر گذاشته است. مثلاً در حالی که جامعه آماری پیمایش‌های ۸۲ و ۸۴، کل شهرها و روستاهای کشور بوده، پیمایش ۸۳ تنها در مراکز استان‌ها انجام شده است و از آنجا که معمولاً نارضایتی‌ها و فاصله بین انتظارات و داشته‌ها در شهرهای بزرگ بیشتر است، میزان این شاخص نیز در این سال از سال‌های قبل و بعد آن کمتر شده است. در پیمایش‌های سال ۹۴ به خصوص پیمایش دوم ارزش‌ها و نگرش‌ها ایرانیان که بخش از طرح به طور ویژه

اختصاص به هویت ملی دارد و سؤالات از جنبه‌های مختلف به هویت ملی می‌پردازد. همچنین نمونه انتخابی تمام جامعه ایران (شهری و روستایی) را شامل می‌شود، نمره هویت ملی به میانگین خود در این چهل سال نزدیک‌تر است.

هویت قومی (قوم‌گرایی)

این هویت دارای میانگین $53/46$ در جامعه ایران است. حداقل نمره این نوع هویت $43/60$ و حداکثر نمره آن $67/05$ است.



نمودار ۳. تحولات هویت قومی

بدون تفاوت:

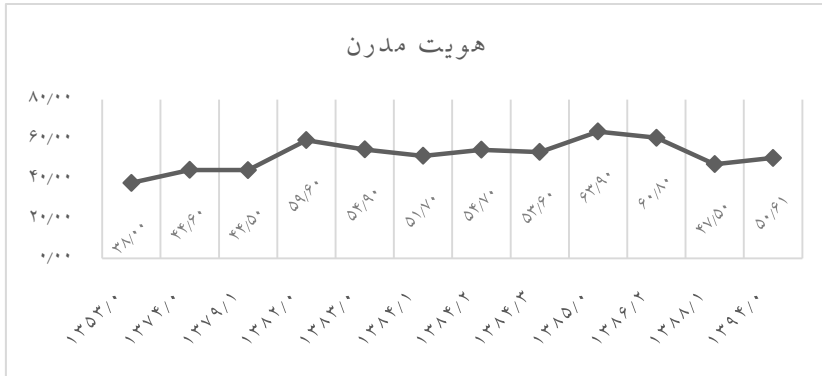
روند تغییرات هویت قومی نشان می‌دهد که این شاخص از سال ۷۹ تا ۸۵ تقریباً با فراز و نشیب محدود، سیر ثابتی داشته است. اما از سال ۸۶ به بعد، این شاخص روند جهشی داشته است که سیاست‌های داخلی دولت و نیز تحولات منطقه‌ای و شدت یافتن تحرکات قومی (مانند کردستان و سیستان و بلوچستان) را به عنوان عامل آن می‌توان محتمل دانست.

با تفاوت:

اگر تفاوت گویه‌های تشکیل دهنده شاخص در سال‌های مختلف را مبنای تفاوت بگیریم باید گفت تقریباً در تمام پیمایش‌های قبل از ۸۶، یک یا دو گویه‌های تشکیل دهنده هویت قومی مربوط به نوع برخورد حکومت با اقوام یا ادیان مختلف است؛ که طبیعی است در صورتی که افراد از عملکرد حکومت در این زمینه ناراضی باشند نمره شاخص پایین خواهد آمد. در سال پیمایش سال ۹۴ هویت قومی با سؤالاتی نظیر افتخار به هویت قومی خود و صحبت با زبان محلی سنجیده شده‌اند و طبیعی است که نمره این هویت افزایش یابد.

هویت مدرن

این هویت دارای میانگین ۵۲/۰۳ در جامعه ایران است. حداقل نمره این نوع هویت ۳۸ و حداکثر نمره آن ۶۳/۹ است.



نمودار ۴. تحولات هویت مدرن

بدون تفاوت:

می‌توان گفت میزان هویت مدرن، پس از شیب ملایمی در طول بیش از ۲۵ سال (از سال ۵۳ تا ۷۹)، پس از این دوره با جهش زیادی مواجه شده است و این روند با فراز و نشیب نسبی تا سال ۸۶ حفظ شده است. عامل این امر را می‌توان نفوذ گفتمان مدرن جریان اصلاحات در بدنه جامعه بر اثر فعالیت‌های مدنی، مطبوعاتی، سیاسی و... همچنین افزایش ضریب نفوذ رسانه‌های غربی و جهانی (اینترنت و ماهواره) دانست.

با تفاوت:

گویه‌های تشکیل دهنده شاخص هویت مدرن در سال‌های مختلف تفاوت زیادی با یکدیگر دارند. در حالی که بعضی از آنها از بیش از ۱۰ گویه ساخته شده‌اند برای ساخت برخی دیگر به ۳ یا حتی ۱ گویه اکتفا شده است. بدیهی است که این تفاوت، دقت سنجش را تحت تأثیر قرار داده و بر نتایج حاصله تأثیر می‌گذارد.

در سال ۸۴ و پس از افزایش نسبی هویت مدرن تا قبل از آن، میزان این شاخص کاهش نسبی را نشان می‌دهد که آن را می‌توان به اجزای تشکیل دهنده این شاخص در هر سه پیمایش که در سال مذکور انجام شده‌اند مرتبط دانست. در پیمایش اول و دوم این شاخص تنها از یک گویه ساخته شده که در یکی از آنها به متغیر تقدیرگرایی و در دیگری به آزادی بیان و نشر عقاید برای سایر ادیان پرداخته شده است. در پیمایش سوم نیز اگرچه این شاخص از ۶ گویه

ساخته شده اما در آن گویه‌های کاهنده‌ای مثل «خود را شهروند جهانی دانستن» به چشم می‌خورد که میزان این شاخص را پایین می‌آورد. توضیح آنکه برای مردم جامعه ایران احتمالاً مدرن بودن و مدرن شدن با معرف‌هایی همچون «شهروند جهانی» یا «اقتدار سازمان‌های جهانی» و امثال آن شناخته نمی‌شود.

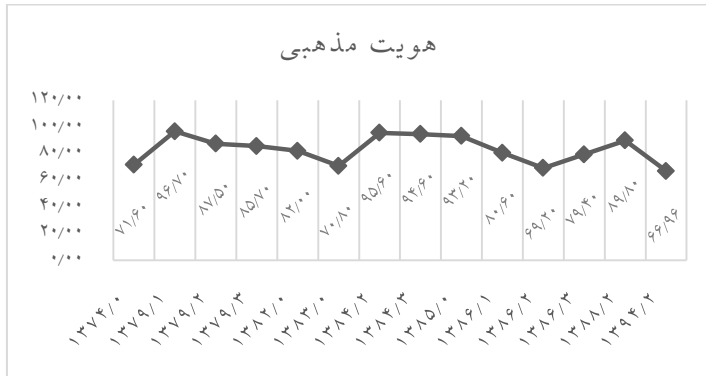
به هرحال این شاخص در سال ۸۵ دوباره رشد می‌کند. نگاهی به ۳ گویه تشکیل دهنده این شاخص در پیمایش ۸۵ نشان می‌دهد که غیر از گویه‌ای که در مورد اعتقادات مذهبی (دخیل بستن) است، دو گویه دیگر چندان چالش برانگیز نیستند و هر دو احتمالاً نمره بالایی را در پاسخ‌های افراد کسب می‌کنند.

متعاقب آن در سال ۸۶ مجدداً این شاخص، کمی کاهش داشته است. بررسی گویه‌های این سال نشان می‌دهد که در میان آن مواردی مانند «برایم مهم است عضو جامعه جهانی باشم تا ایران» و «مسائل و مشکلات کشورهای دیگر به اندازه مسائل و مشکلات ایران برایم اهمیت دارد» به همان دلایلی که پیشتر آمد، میزان این شاخص را نسبت به پیمایش ۸۵ کاهش داده‌اند.

اما از سوی دیگر شاخص هویت مدرن در سال‌های ۸۵ و ۸۶ در مجموع نسبت به تمامی پیمایش‌های قبل از خود بالاتر است که احتمالاً تفاوت جامعه آماری این دو پیمایش با بقیه، در این افزایش نسبی بی‌تأثیر نیست. در حالی که جامعه آماری این دو پیمایش تنها مراکز استان‌ها هستند، جامعه آماری عمده پیمایش‌های دیگر، کل مناطق شهری و روستایی هستند و طبیعی به نظر می‌رسد که میزان هویت مدرن در شهرهای بزرگ مقدار بالاتری را به خود اختصاص دهد. در مورد سقوط یکباره میزان شاخص هویت مدرن در سال ۸۸ و ۹۴، که برخلاف انتظار روند افزایشی پیشین است، نیز می‌توان علاوه بر تفاوت‌هایی که بر اثر خطاهای سیستماتیک و تصادفی در جریان نمونه‌گیری تحقیق رخ می‌دهد و نیز اینکه جامعه آماری آن تمام مناطق شهری و روستایی است (و این عامل کاهنده به شمار می‌رود)، این مسأله را ذکر کرد که گویه‌های این پیمایش تنها شامل دو مورد است که هردو مربوط به نگرش به زنان هستند و می‌توان اینگونه توضیح داد که احتمالاً نگرش جامعه در مورد زنان نسبت به سال‌هایی مانند ۷۴ و ۷۹ (که گویه‌های آن‌ها نیز تماماً مربوط به نگرش به زنان هستند) چندان تغییری نکرده است. بدیهی است که شاخص هویت مدرن در سال ۸۸ و ۹۴ تنها همین جنبه از این مفهوم را به ما می‌نمایاند.

هویت مذهبی

این هویت دارای میانگین ۸۳/۱۱ در جامعه ایران است. حداقل نمره این نوع هویت ۶۶/۹۶ و حداکثر نمره آن ۹۶/۷ است.



نمودار ۵. تحولات هویت مذهبی

بدون تفاوت:

هویت مذهبی یکی از دیرپاترین و پررنگ‌ترین انواع هویت‌های ایرانیان است که قرن‌ها با جامعه ایرانی همراه بوده است. اگرچه از یک منظر کلی می‌توان به موازات افزایش هویت مدرن و رشد ارزش‌های سکولار در جامعه، میزان هویت مذهبی را رو به کاهش پیش‌بینی کرد، اما مشاهده روند تغییرات این هویت در یک دوره ۲۱ ساله (۷۴ تا ۹۴) نشان می‌دهد که این روند را نمی‌توان از این منظر توضیح داد و باید برای این منظور به دنبال عوامل دیگری گشت. نیز توجه به این نکته که دامنه تغییرات این شاخص در دوره مزبور زیاد نبوده است، ما را برای تبیین این تغییرات به سمت توجه به تفاوت‌های بین شاخص‌های سنجش این هویت در پیمایش‌های مختلف سوق می‌دهد.

با تفاوت:

در سال ۷۴ میزان هویت مذهبی را تنها با گویه‌های معرف تقدیرگرایی سنجیده و آن را معادل هویت مذهبی قلمداد کرده‌اند، در این صورت افرادی که میزان تقدیرگرایی آنها کم است دارای هویت مذهبی پایین محسوب می‌شوند. طبیعی است که این مسأله بسیاری از دینداران را از دایره افراد با هویت مذهبی خارج کرده و نمره این شاخص را پایین می‌آورد. بالعکس در پیمایش اول ۷۹، میزان هویت مذهبی تنها با گزینه‌های اعتقادی اساسی مانند اعتقاد به خدا و معاد و... سنجیده شده است و طبیعی است که افراد در جامعه مذهبی به این گویه‌ها نمره

بالایی بدهند و لذا شاخص کل بالا می‌رود. در پیمایش دوم ۷۹، اگرچه همچنان گویه‌های اعتقادی آمده است اما بنظر می‌رسد گویه‌هایی مثل «چقدر خود را مذهبی می‌دانید؟» یا «چقدر به خدا نزدیک می‌شوید؟» که پاسخ آن به میزان تواضع و خودپنداره فرد نیز بستگی دارد، میزان این شاخص را کمی کاهش داده است. همین موضوع درباره پیمایش سوم که گویه «وجود خدا نیازی به استدلال ندارد» در آن آمده است نیز صدق می‌کند چرا که یک فرد دیندار ممکن است چنین بپندارد که برای اثبات وجود خدا می‌توان بهترین استدلال‌ها را ارائه کرد و لذا به این گویه نمره پایینی بدهد. پیمایش‌های ۸۲ و ۸۳ نیز شامل گویه‌های «مذهبی دانستن خود» و «افتخار به مسلمانی» هستند که کاهش آنها مشمول همان استدلال پیشین می‌شود. قوت استدلال‌های فوق موقعی بیشتر نمایان می‌شود که مشاهده کنیم در پیمایش‌های دوم و سوم ۸۴ و پیمایش ۸۵ به دلیل اینکه تنها از گویه‌های اعتقادی یا معرف‌هایی مثل «نیاز به خدا» و «نیاز به کمک او» استفاده شده است، نمره شاخص هویت مذهبی مجدداً (مانند پیمایش اول ۷۹) بالا رفته است و بالعکس در ۳ پیمایش ۸۶ که دوباره گویه «چقدر مذهبی هستید؟» اضافه شده، میزان شاخص کل کاهش یافته و در پیمایش دوم ۸۸ با حذف این گویه مجدداً شاهد افزایش میزان شاخص هویت مذهبی هستیم. ضمن اینکه در پیمایش دوم ۸۶ که پایین‌ترین میزان شاخص را در سال‌های قبل و بعد خود دارد، گزینه‌ای با مضمون «توانایی قوانین مذهبی برای حل مسائل امروز» وجود دارد که با توجه به افزایش هویت مدرن و ارزش‌های سکولار در جامعه (که اتفاقاً در همین پیمایش نمره بالایی گرفته است) این گویه شدیداً کاهنده محسوب می‌شود. همچنین این نکته را نیز در مورد جامعه آماری پیمایش‌های مورد بررسی می‌بایست اضافه کرد که شهرهای بزرگ و مراکز استان‌ها، هویت مذهبی پایین‌تری از خود بروز می‌دهند. برای مثال جامعه آماری پیمایش‌هایی که بالاترین میزان هویت مذهبی را نشان داده‌اند (پیمایش اول ۷۹ و دوم و سوم ۸۴) کلیه مناطق شهری و روستایی کشور بوده‌اند و بالعکس ۳ پیمایشی که پایین‌ترین میزان هویت مذهبی را گزارش کرده‌اند (پیمایش‌های ۷۴، ۸۳ و پیمایش دوم ۸۶) همگی مراکز استان‌ها را به‌عنوان جامعه آماری خود برگزیده‌اند. در مورد سال ۹۴ که پایین‌ترین میزان هویت مذهبی را در ۲۱ سال اخیر به خود اختصاص داده ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که در سنجش هویت در این سال علاوه بر گویه‌های اعتقادی از گویه‌های مناسکی همچون تلاوت قرآن، نماز خواندن و روزه گرفتن، شرکت در مجالس روضه و زیارت اماکن متبرکه نیز استفاده شده است که احتمالاً باعث کاهش میزان هویت در این سال شده است. می‌توان نتیجه گرفت که با توجه به نتایج پیمایش‌های سال‌های گذشته و مقایسه آن‌ها با پیمایش ۹۴، میزان دینداری مردم در بعد مناسکی کاهش یافته و اگر این بعد را جزئی از شاخص هویت و خودپنداره مذهبی فرد در نظر

بگیریم، می‌توان گفت مردم در این سال نسبت به سال‌های پیش از آن (به دلیل همین کاهش) کمتر خود را مذهبی می‌دانند.

یافته‌های تبیینی

این بخش به بررسی روابط میان گونه‌های هویت خواهد پرداخت. نکته مهم در این قسمت آن است که برای هر فرضیه بر حسب وجود داده‌های دست دوم و سوم اقدام به تحلیل می‌ماییم. یعنی ابتدا اگر برای فرضیاتی داده مناسب دست دوم (در فایل Spss) وجود داشته، بر مبنای آن به بررسی معناداری فرضیات پرداخته شده است. در گام دوم براساس داده‌های دست دوم و دست سوم به بررسی هم تغییر انواع هویت با یکدیگر با استفاده از نمودار اقدام شده است.

فرضیه: میان هویت ملی با هویت مدرن رابطه معناداری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه داده‌های مناسبی در سه پیمایش وجود دارد^۱. به این علت که برای هر کدام از متغیرها در این سال‌ها چند گویه وجود دارد. لذا اقدام به ساخت شاخص برای هر گویه نمودیم و بر این اساس امکان بررسی رابطه این دو شاخص در سطح فاصله‌ای مقدور گردید. در گام بعد برای انتخاب نوع آزمون، وضعیت نرمال بودن متغیرها به وسیله آزمون کولموگروف اسمیرنوف سنجش شد. خطای مربوط به هر دو متغیر در هر سه پیمایش کمتر از پنج صدم بوده است و بیانگر این است که توزیع این متغیر دارای حالت نرمال نیست. بنابراین، برای بررسی فرضیه فوق براساس داده‌های این سال از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌کنیم که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول ۱. جدول همبستگی بین میزان هویت ملی با هویت مدرن

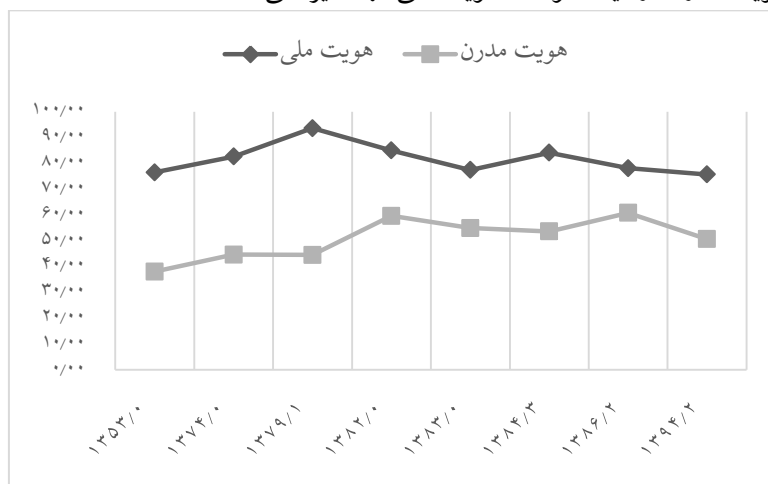
سال	متغیر	متغیر	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
۱۳۷۹ (الف)	هویت ملی	هویت مدرن	-۰/۰۶۰	۰/۰۰۵
۱۳۸۴ (ج)	هویت ملی	هویت مدرن	۰/۰۶۷	۰/۰۰۷
۱۳۸۶ (الف)	هویت ملی	هویت مدرن	-۰/۰۵۴	۰/۱۴۴

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت مدرن در میان جوانان در سال ۷۹ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر معکوس و معنادار اما در حد ضعیف

۱. نخستین مورد مربوط به پیمایش انجام گرفته توسط مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی (آزاد ارمنی) در سال ۱۳۷۹ با عنوان «بخش تکمیلی ارزش‌های جهانی» است، دومین داده‌های مناسب مربوط به موج دوم پیمایش ارزش‌های جهانی است که در سال ۱۳۸۴ توسط مرکز افکار سنجی دانشجویان انجام گرفته است و سومین داده‌ها مربوط به طرح ملی بررسی تحلیلی هویت قومی و ملی مردم ایران سال ۱۳۸۶ حاجیانی است.

است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت مدرن آنها تاحدی پایین می‌آید و متقابلاً با افزایش هویت مدرن در میان جوانان، هویت ملی آنها تا حدی پایین می‌آید. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت مدرن در میان جوانان در سال ۸۴ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد ضعیف است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت مدرن آنها تا حد کمی افزایش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مدرن در میان جوانان، هویت ملی آنها تا حد کمی زیاد می‌شود.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت مدرن در میان جوانان در سال ۸۶ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر معنادار نیست. بدین معنا که با افزایش یا کاهش هویت ملی جوانان در ایران، هویت مدرن آنها تغییر نمی‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مدرن در میان جوانان، هویت ملی آنها تغییر نمی‌کند.



نمودار ۶. رابطه هویت ملی و هویت مدرن

نمودار شماره ۶ نیز یافته‌های تحلیلی تحقیق را به خوبی در طول زمان نشان می‌دهد. در نمودار فوق مشاهده می‌کنیم که گاهی این دو هویت به صورت مستقیم با هم تغییر می‌کند و هر دو زیاد و یا کم می‌شوند، اما در سال‌هایی به عکس یکی از آنها کم و دیگری زیاد می‌شود و گاهی یکی از آنها کاهش و یا افزایش می‌یابد و دیگری تغییر نمی‌کند. به‌طور کلی بر حسب یافته‌های تحلیلی و نمودار ترسیم شده می‌توان استنباط کرد به‌رغم وجود همبستگی‌های ضعیفی در یافته‌های سال‌های ۷۹ و ۸۴ میان این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد.

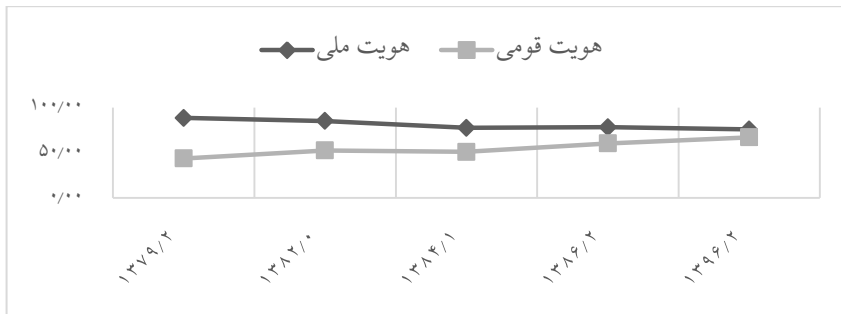
فرضیه: میان هویت ملی با هویت قومی رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس داده های طرح ملی بررسی تحلیلی هویت قومی و ملی مردم ایران (حاجیانی، ۱۳۸۶) می توان شاخص هایی مناسب برای این دو متغیر ساخت. بنابراین برای بررسی فرضیه فوق براساس داده های این سال از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده^۱ که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول ۲. جدول همبستگی بین میزان هویت ملی با هویت قومی

سال	متغیر	متغیر	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
۱۳۸۶	هویت ملی	هویت قومی	۰/۱۲۱	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت قومی در میان جوانان در سال ۸۶ نشان می دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد متوسط است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت قومی آنها تا حدی افزایش می یابد و متقابلاً با افزایش هویت قومی در میان جوانان، هویت ملی آنها تا حدی، زیاد می شود.



نمودار ۷. رابطه هویت ملی و هویت قومی

براساس نمودار شماره ۷ می توان مشاهده کرد از سال ۸۲ به بعد این دو شاخص با یکدیگر هم تغییری مستقیم هر چند ضعیفی را نشان می دهند. هر چند پیش از این سال رابطه معکوس ضعیفی با یکدیگر داشته اند.

۱. به این علت که، این شاخص های ساخته شده براساس داده های این سال از نوع فاصله ای به حساب می آیند؛ برای انتخاب نوع آزمون، وضعیت نرمال بودن متغیرها به وسیله آزمون کولموگروف اسمیرنوف سنجش شد. چون خطای مربوط به هر دو متغیر کمتر از پنج صدم بوده است، پس بیانگر این واقعیت است که توزیع این متغیر دارای حالت نرمال نیست. بنابراین برای سنجش فرضیه از ضریب اسپیرمن استفاده می کنیم.

فرضیه: میان هویت ملی با هویت مذهبی رابطه معناداری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه داده‌های مناسبی در چهار پیمایش وجود دارد^۱. براساس گویه‌های سنجیده شده در این پیمایش‌ها می‌توان شاخص‌هایی مناسب برای این دو متغیر ساخت. چون این شاخص‌های ساخته شده براساس داده‌های این سال‌ها از نوع فاصله‌ای به حساب می‌آیند^۲. بنابراین برای بررسی فرضیه مزبور براساس داده‌های این سال از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌کنیم که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول ۳. جدول همبستگی بین میزان هویت ملی با هویت مذهبی

سال	متغیر	متغیر	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
۱۳۷۹ (الف)	هویت ملی	هویت مذهبی	۰/۱۴۷	۰/۰۰۰
۱۳۸۴ (ج)	هویت ملی	هویت مذهبی	۰/۲۳۲	۰/۰۰۰
۱۳۸۶ (الف)	هویت ملی	هویت مذهبی	۰/۴۶۸	۰/۰۰۰
۱۳۸۸ (ب)	هویت ملی	هویت مذهبی	۰/۲۹۲	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت مذهبی در میان جوانان در سال ۷۹ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد متوسط است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت مذهبی آنها تاحدی افزایش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مذهبی در میان جوانان، هویت ملی آنها تا حدی افزایش می‌یابد.

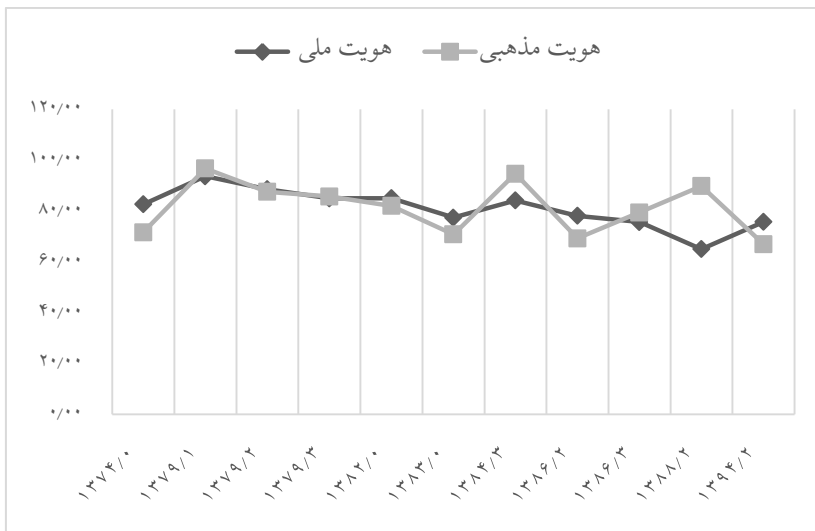
نتایج در میان جوانان در سال ۸۴ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر، مستقیم و معنادار و در حد متوسط است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت مذهبی آنها تاحدی افزایش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مذهبی در میان جوانان، هویت ملی آنها نیز تا حدی زیاد می‌شود.

۱. نخستین پیمایش پژوهش (دکتر آزاد) در سال ۱۳۷۹ با عنوان «بخش تکمیلی ارزش‌های جهانی» است، دومین داده‌های مناسب مربوط می‌شود به موج دوم پیمایش ارزش‌های جهانی که در سال ۱۳۸۴، سومین پیمایش طرح ملی «بررسی تحلیلی هویت قومی و ملی مردم ایران» سال ۱۳۸۶ آقای دکتر حاجیانی و چهارمین داده‌های مناسب از پیمایش ملی «سنجش دینداری در ایران» که در سال ۸۸ انجام گرفته و کسب شده است.

۲. برای انتخاب نوع آزمون، وضعیت نرمال بودن متغیرها به وسیله آزمون کولموگروف اسمیرنوف سنجش شد. چون خطای مربوط به هر دو متغیر کمتر از پنج صدم بوده است پس بیانگر این واقعیت است که توزیع این متغیر دارای حالت نرمال نیست.

نتایج پیمایش در میان جوانان در سال ۸۶ نیز نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد قوی است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت مذهبی آنها افزایش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مذهبی در میان جوانان، هویت ملی آنها نیز زیاد می‌شود.

همچنین نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت مذهبی در میان جوانان در سال ۸۸ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار و در حد متوسط است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت مذهبی آنها تاحدی افزایش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مذهبی در میان جوانان، هویت ملی آنها تا حدی زیاد می‌شود.



نمودار ۸. رابطه هویت ملی و هویت مذهبی

نمودار شماره ۸ نیز یافته‌های تحلیلی تحقیق را به شکل رساتری نشان می‌دهد. براساس این نمودار هم تغییری مستقیم این دو شاخص در طی زمان مشخص است و نشان می‌دهد که با افزایش یا کاهش هویت ملی، هویت مذهبی هم افزایش یا کاهش می‌یابد. هر چند از سال ۸۶ این روند معکوس می‌شود.

فرضیه: میان هویت مدرن با هویت قومی رابطه معناداری وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه به تحلیل مجدد داده‌های دست دوم سه پیمایش خواهیم پرداخت^۱ که می‌توان براساس آن‌ها شاخص‌هایی مناسب برای این دو متغیر در سطح فاصله‌ای ساخت. بنابراین، برای بررسی فرضیه فوق براساس داده‌های این سال از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌کنیم.^۲

جدول ۴. رابطه هویت مدرن و هویت قومی قومیت

نتایج پس آزمون یومان ویتنی		میانگین	فراوانی	گروه قومی		متغیر مستقل متغیر وابسته
۰/۹۲۹-	نمره Z	۳۸۲۴/۲۲	۳۶۲۹	فارس	۱۳۸۴ (الف)	هویت مدرن
۰/۳۵۳	Sig	۳۷۷۹/۷۸	۳۹۷۲	غیرفارس		
۰/۲۷۲-	نمره Z	۱۱۶۸	۱۵۳۲	فارس	۱۳۸۴ (ب)	
۰/۰۰۶	Sig	۱۲۴۵	۸۶۰	غیرفارس		
-		سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن	۱۳۸۵		
-		۰/۰۰۰	۰/۰۶۱			

همان‌طور که ملاحظه می‌شود از کل نمونه ۷۶۰۱ نفری در سال ۸۴ (الف)، ۳۶۲۹ نفر فارس و ۳۹۷۲ نفر را غیرفارس تشکیل می‌دهند. مقایسه رتبه‌های فارس‌ها و غیرفارس‌ها نشان می‌دهد که غیرفارس‌ها دارای هویت مدرن بالاتری نسبت به فارس‌ها هستند. برای

۱. نخستین پیمایشی که داده‌های مناسبی برای این متغیرها دارد پیمایش «بررسی تمایل به مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۴» است. دومین پیمایش که داده‌های مناسبی برای تحلیل دارد، پیمایش ملی «فرهنگ سیاسی ایرانیان» است که در سال ۸۴ انجام گرفته است. در این دو پیمایش یک گویه ترتیبی برای هویت مدرن وجود دارد و یک گویه اسمی برای هویت قومی (این گویه اسمی چند وجهی تبدیل به یک گویه اسمی دو وجهی به عنوان فارس و غیرفارس شده است) وجود دارد به همین دلیل از آزمون U مان ویتنی برای تحلیل استفاده می‌شود؛ اما سومین داده‌های مناسب، داده‌های پیمایش ملی «سنجش سرمایه اجتماعی در ایران» که در سال ۱۳۸۵ انجام گرفته است.

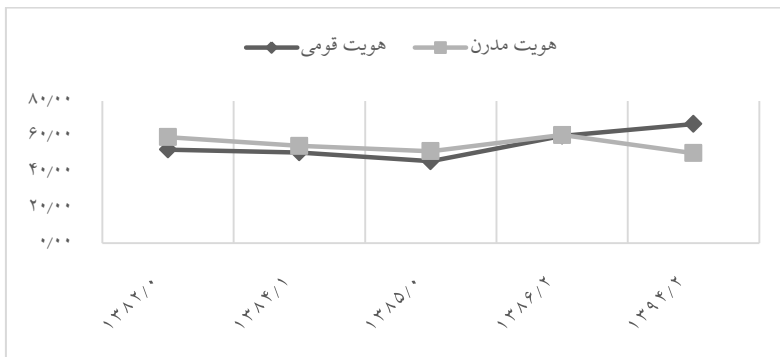
۲. به این علت که این شاخص‌های ساخته شده براساس داده‌های این سال از نوع فاصله‌ای به حساب می‌آیند؛ برای انتخاب نوع آزمون، وضعیت نرمال بودن متغیرها به وسیله آزمون کولموگروف اسمیرنف سنجش شد. چون که خطای مربوط به هر دو متغیر کمتر از پنج صدم بوده است. پس بیانگر این واقعیت است که توزیع این متغیر دارای حالت نرمال نیست. بنابراین، برای سنجش فرضیه از ضریب اسپیرمن استفاده می‌کنیم.

بررسی معناداری این تفاوت به تحلیل نتایج پس‌آزمون یومان ویتنی می‌پردازیم. در جدول شماره ۴ با توجه به قدر مطلق نمره Z و همچنین میزان خطای به‌دست آمده ($\alpha/353 = sig$) می‌توان استنباط کرد که قومیت‌ها (اعم از فارس و غیرفارس) تفاوت معناداری در میزان هویت مدرن ندارند.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود از کل نمونه ۲۳۹۲ نفری جوانان در پیمایش ۱۳۸۴ (ب)، ۱۵۳۲ نفر فارس و ۸۶۰ نفر را غیرفارس تشکیل می‌دهند. مقایسه رتبه‌های فارس‌ها و غیرفارس‌ها نشان می‌دهد که غیرفارس‌ها هویت مدرن بالاتری نسبت به فارس‌ها دارند.

برای بررسی معناداری این تفاوت به تحلیل نتایج پس‌آزمون یومان ویتنی می‌پردازیم. در جدول شماره ۴ با توجه به قدر مطلق نمره Z و همچنین میزان خطای به‌دست آمده ($\alpha/06 = sig$) می‌توان استنباط کرد که در میان قومیت‌ها (فارس و غیرفارس) تفاوت معناداری در میزان هویت مدرن وجود دارد و غیرفارس‌ها به‌طور معناداری دارای گرایش بیشتری به هویت مدرن نسبت به فارس‌ها هستند.

همچنین نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت قومی و هویت مدرن در میان جوانان در سال ۸۵ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار و در حد ضعیف است. بدین معنا که با افزایش هویت قومی جوانان در ایران، هویت مدرن آنها تا حد کمی افزایش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مدرن در میان جوانان، هویت قومی آنها تا حد کمی، زیاد می‌شود.



نمودار ۹. رابطه هویت قومی و هویت مدرن

نمودار تغییرات این دو متغیر نیز نشان از آن دارد که در سال‌های ۸۲ تا ۸۴ رابطه مستقیمی میان این دو هویت وجود دارد، به این صورت که با افزایش یکی از آنها دیگری نیز افزایش

می‌یابد. اما در سال‌های ۸۵ و ۸۶ و ۹۴ این رابطه معکوس می‌شود. بنابراین بر حسب یافته‌های تحلیلی و همچنین نمودار شماره ۹ می‌توان استنباط کرد که در کل این دو متغیر با یکدیگر رابطه معناداری ندارند.

فرضیه: میان هویت مدرن با هویت مذهبی رابطه معناداری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه داده‌های مناسبی در چهار پیمایش وجود دارد^۱. براساس گویه‌های سنجیده شده در این پیمایش‌ها می‌توان شاخص‌هایی مناسب برای این دو متغیر ساخت. از آنجایی که این شاخص‌های ساخته شده براساس داده‌های این سال‌ها از نوع فاصله‌ای هستند^۲، برای بررسی فرضیه فوق براساس داده‌های این سال از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌کنیم که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول ۵. جدول همبستگی بین میزان هویت مذهبی با هویت مدرن

سال	متغیر	متغیر	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
۱۳۷۹ (الف)	هویت مدرن	هویت مذهبی	-۰/۰۰۲	۰/۹۴۷
۱۳۸۴ (ج)	هویت مدرن	هویت مذهبی	۰/۰۳۴	۰/۱۷۴
۱۳۸۴ (ب)	هویت مدرن	هویت مذهبی	-۰/۰۸۱	۰/۰۰۰
۱۳۸۵	هویت مدرن	هویت مذهبی	-۰/۰۸۹	۰/۰۰۰

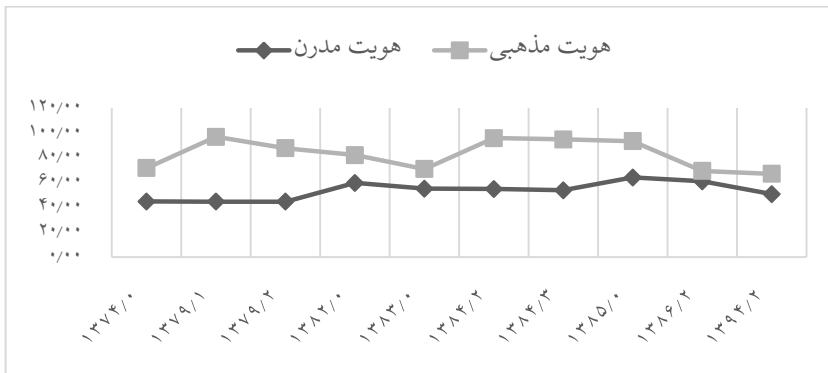
نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت مدرن و هویت مذهبی در میان جوانان در سال ۷۹ نشان می‌دهد که همبستگی این دو متغیر معنادار نیست. بدین معنا که افزایش یا کاهش هویت مدرن جوانان در ایران تأثیری بر هویت مذهبی آنها ندارد و متقابلاً کاهش یا افزایش هویت مذهبی در میان جوانان بر میزان هویت مدرن آنان ایران تأثیر معناداری ندارد.

۱. نخستین پیمایش پژوهش (آزاد ارمکی) در سال ۱۳۷۹ با عنوان «بخش تکمیلی ارزش‌های جهانی» انجام پذیرفت، دومین داده‌های مناسب مربوط می‌شود به موج دوم پیمایش ارزش‌های جهانی در سال ۱۳۸۴، سومین پیمایش طرح ملی «فرهنگ سیاسی ایرانیان» نیز در سال ۸۴ است و چهارمین داده‌های مناسب از پیمایش ملی «سنجش سرمایه اجتماعی در ایران» که در سال ۸۵ انجام گرفته، کسب شده است.
۲. برای انتخاب نوع آزمون، وضعیت نرمال بودن متغیرها به وسیله آزمون کولموگروف اسمیرنوف سنجش شد. چون خطای مربوط به هر دو متغیر کمتر از پنج صدم بوده، پس بیانگر این واقعیت است که توزیع این متغیر دارای حالت نرمال نیست.

نتایج در سال ۸۴ (ج) نیز نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر معنادار نیست. بدین معنا که افزایش یا کاهش هویت مدرن جوانان در ایران تأثیری بر هویت مذهبی آنها ندارد و متقابلاً کاهش یا افزایش هویت مذهبی در میان جوانان بر میزان هویت مدرن جوانان ایران تأثیر معناداری ندارد.

نتایج تحقیق در میان جوانان در سال (ب) ۸۴ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر، معکوس و معنادار در حد ضعیف است. یعنی با افزایش هویت مدرن جوانان در ایران، هویت مذهبی آنها تا حدی پایین می‌آید و متقابلاً با افزایش هویت مذهبی در میان جوانان، هویت مدرن آنها تا حدی کاهش می‌یابد.

همچنین نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت مدرن و هویت مذهبی در میان جوانان در سال ۸۵ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر معکوس و معنادار در حد ضعیف است. بدین معنا که با افزایش هویت مدرن جوانان در ایران، هویت مذهبی آنها تا حدی کاهش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت مذهبی در میان جوانان، هویت مدرن آنها تا حدی کم می‌شود.



نمودار ۱۰. رابطه هویت مدرن و هویت مذهبی

نمودار شماره ۱۰ نیز یافته‌های تحلیلی تحقیق را به خوبی در طول زمان نشان می‌دهد. مشاهده می‌کنیم که گاهی این دو هویت به صورت مستقیم با هم تغییر می‌کنند و هر دو زیاد و یا کم می‌شوند، اما در سال‌هایی به عکس یکی از آنها کم و دیگری زیاد می‌شود و گاه یکی از آنها کاهش و افزایش می‌یابد و دیگری تغییر نمی‌کند. به طور کلی بر حسب یافته‌های تحلیلی و نمودار ترسیم شده می‌توان استنباط کرد به رغم وجود همبستگی‌های ضعیفی در یافته‌های سال‌های ۸۴ و ۸۵ میان این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد.

فرضیه: میان هویت قومی با هویت مذهبی رابطه معناداری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه در دو پیمایش ملی داده لازم وجود دارد. نخستین پژوهش، پیمایش ملی «فرهنگ سیاسی ایرانیان» است، که در آبان ماه سال ۸۴ انجام شده است؛ داده‌های مربوط به هویت مذهبی در این پیمایش در سطح فاصله‌ای است که تفاوت آن در میان دو گروه فارس و غیرفارس بررسی می‌شود. برای بررسی فرضیه فوق از آزمون T برای گروه‌های مستقل استفاده می‌کنیم. دومین پیمایش طرح ملی «سنجش سرمایه اجتماعی در ایران» در سال ۸۵ است، که می‌توان می‌توان شاخص‌هایی مناسب در سطح فاصله‌ای برای این دو متغیر ساخت^۱. برای بررسی فرضیه فوق براساس داده‌های این سال از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌کنیم.

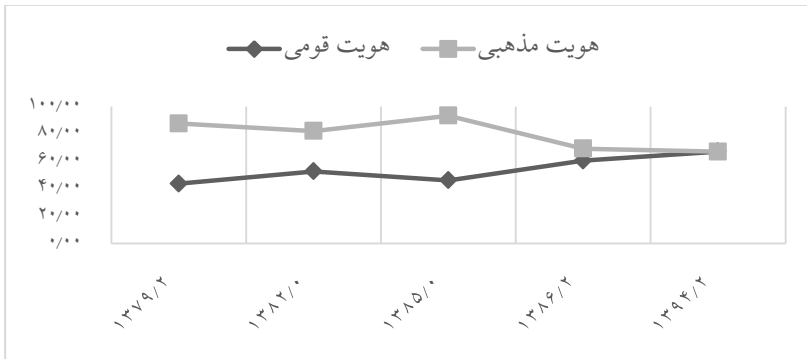
جدول ۶. جدول همبستگی بین میزان هویت مذهبی با هویت قومی

نتایج آزمون		میانگین	فراوانی	گروه قومی		متغیر مستقل متغیر وابسته
sig	t	۴۶۴/۱۶	۱۶۲۴	فارس	۱۳۸۴ (ب)	هویت مذهبی
۰/۰۵۶	۱/۸۹	۴۵۹/۶۹	۹۴۶	غیرفارس		
-		سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن	۱۳۸۵		
-		۰/۴۴۶	-۰/۰۱۱			

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق می‌توان دریافت که در سال ۸۴ میانگین میزان هویت مذهبی بین فارس‌ها در حدود ۴۶۴/۱۶ با انحراف معیار ۱/۳۶ و میانگین میزان هویت مذهبی در بین غیرفارس‌ها در حدود ۴۵۹/۶۹ با انحراف معیار ۱/۹۲ سنجیده شده است. مقدار آماره t در حدود ۱/۸۹ با درجه آزادی ۱۸۶۲ تعیین شده است که در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنادار نیست زیرا سطح معناداری آزمون t بیشتر از ۰/۰۵ (۰/۰۵۶ = sig) تعریف می‌شود. بدین معنی که تفاوت میانگین میزان هویت مذهبی بین فارس‌ها و غیرفارس‌ها معنادار نیست.

۱. چون یکی از متغیرهای مورد بررسی (هویت قومی) در سطح فاصله‌ای و یکی دیگر (هویت مذهبی) در سطح رتبه‌ای است. لذا از ضریب همبستگی اسپیرمن برای بررسی این فرضیه در این سال استفاده می‌کنیم.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت قومی و هویت مذهبی در میان جوانان در سال ۸۵ نیز نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر معنادار نیست. بدین معنا که با افزایش یا کاهش هویت قومی جوانان در ایران، هویت مذهبی آنها تغییری نمی‌کند و همچنین با افزایش یا کاهش هویت مذهبی جوانان در ایران، هویت قومی آنها تغییری نمی‌کند.



نمودار ۱۱. رابطه هویت قومی و هویت مذهبی

هرچند یافته‌های تحلیلی عدم رابطه معنادار میان هویت قومی و هویت مذهبی را نشان می‌دهند، اما نمودار ترسیم شده رابطه معکوسی را میان این دو نوع هویت آشکار می‌کند. در نمودار فوق مشاهده می‌شود با کاهش هویت مذهبی، هویت قومی افزایش می‌یابد و با افزایش هویت قومی، هویت مذهبی کاهش می‌یابد.

بحث و نتیجه‌گیری

این کار تحقیقی برآن بود تا به بررسی وضعیت شاخص‌ها و تحولات هویت جوانان در ایران بپردازد و با در نظر گرفتن سیر زمانی این تحولات در سال‌های ۱۳۹۴ - ۱۳۵۳، جویای تغییرات ابعاد مختلف هویت قشر جوان کشور شود. همچنین رابطه ابعاد هویت با یکدیگر تا حد امکان مورد بررسی تجربی قرار گرفت.

اهمیت کاربردی انجام این تحقیق نیز به اهمیت مساله توجه به شاخص‌ها و سیر تحولات هویت‌های مختلف در جامعه ایران و به خصوص در میان لایه‌های جوان جمعیت مرتبط می‌شود. جامعه ما امروز در وضعیتی قرار دارد که می‌تواند آن را وضعیت گذار نامید و در این شرایط به‌طور طبیعی با برخی از اختلالات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مواجه است. از جمله جلوه‌های نابسامانی‌های اجتماعی، دگرگونی هویتی جوان ایرانی و کاهش

مشارکت آنان در عرصه‌های مختلف جامعه است؛ لذا ضروری به نظر می‌رسد که علاوه بر روشن ساختن شاخص‌های هویت اجتماعی، سیر زمانی تحولات این مقوله مهم مورد بررسی دقیق و موشکافانه قرار گیرد.

با توجه به اتخاذ پیش فرض ترکیبی بودن هویت، سؤالات اصلی این تحقیق این است که عناصر سازنده این ترکیب در قشر جوان جامعه ایرانی کدام‌اند؟ تحولات هر کدام از این عناصر در طول چند دهه اخیر چگونه بوده است و چه فراز و فرودی را داشته است؟ مسأله مورد توجه دیگر به روابط میان اجزاء مربوط می‌شود و سؤال مشخص آن است که مناسبات و میان اجزا و سازنده هویت جوانان ایرانی چگونه است؟ به بیان دیگر روابط بین ابعاد مختلف سازنده هویت از چه کم و کیفی برخوردار است؟

روش این پژوهش مطالعه طولی و ملی است که بر مبنای تحلیل ثانویه داده‌های کمی متغیرهای مورد مطالعه در بازه زمانی سال‌های ۱۳۵۳-۱۳۹۴ انجام گرفت. این داده‌ها به دو شیوه (با توجه به تفاوت گویه‌ها در پیمایش‌های مختلف) تحلیل شده‌اند.

شمایی کلی می‌توان دریافت که هویت مذهبی با میانگین ۸۳/۱۱ غالب‌ترین نوع هویت در این سال‌ها در جامعه ایرانی بوده است. پس از آن هویت ملی با میانگین ۸۰/۲۹ بیشترین گسترش را در جامعه ایران دارد. هویت قومی با ۵۳/۴۶ و همچنین هویت مدرن با ۵۲/۰۳ در رده‌های بعدی قرار دارند.

هویت ملی از جمله هویت‌های فراگیر در ایران است. طبق نتایج به‌دست آمده به‌نظر می‌رسد افزایش هویت ملی از سال ۵۳ تا ۷۴ برای جامعه‌ای که در این بازه یک انقلاب ملی و یک جنگ تمام عیار خارجی را تجربه کرده و آثار همبستگی و اراده ملی را مشاهده نموده است، طبیعی است. اما جهش صعودی این شاخص در سال ۷۴ و ۷۹ را می‌توان تا حد بالایی به‌دلیل وجود انتخابات دوم خرداد ۷۶ و فضای باز سیاسی در این بازه دانست که در آن به‌دلیل همبستگی بالایی که بین مردم در جریان انتخابات به وجود آمد، هویت ملی افزایش چشمگیری یافت، به‌طوری که در سال ۷۹ میزان شاخص هویت ملی به بالاترین میزان خود در این بازه سی و چند ساله رسید. به دنبال افول جریان اصلاحات در سال‌های بعد و ناامیدی حاصل از این جریانات، میزان هویت ملی نیز رو به افول گذارد تا جایی که در آخرین سال دولت اصلاحات (۱۳۸۳) به کمترین میزان در سه دهه قبل خود می‌رسد و اگرچه در سال ۸۴ و به دنبال برگزاری انتخابات ریاست جمهوری نهم این شاخص کمی افزایش می‌یابد اما این روند نزولی همچنان ادامه می‌یابد به‌طوری که در سال ۸۸ به پایین‌ترین حد خود در ۳۵ سال اخیر (حتی کمتر از قبل انقلاب) رسید. در سال ۹۴ با فروکش کردن تب و تاب حوادث سال ۸۸ و با روی کار آمدن دولت اعتدال و مذاکره و تعامل با کشورهای اروپایی میزان هویت ملی

افزایش می‌یابد و اگر چه با دوران اوج خود فاصله دارد اما به مقدار خود قبل از سال ۸۸ نزدیک می‌شود. روند تغییرات هویت قومی نشان می‌دهد که این شاخص از سال ۷۹ تا ۸۵ تقریباً با فراز و نشیب محدود، سیر ثابتی داشته است. اما سال ۸۶ به بعد، این شاخص روند جهشی داشته است که سیاست‌های داخلی دولت و نیز تحولات منطقه‌ای و شدت یافتن تحرکات قومی (مانند کردستان و سیستان و بلوچستان) را به عنوان عامل آن می‌توان محتمل دانست. در مورد هویت مدرن با میانگین $۵۲/۰۳$ ، می‌توان گفت میزان این هویت پس از شیب ملایمی در طول بیش از ۲۵ سال (از سال ۵۳ تا ۷۹)، پس از این دوره با جهش زیادی مواجه شده است و این روند با فراز و نشیب نسبی تا سال ۸۶ حفظ شده است. عامل این امر را می‌توان نفوذ گفتمان مدرن جریان اصلاحات در بدنه جامعه بر اثر فعالیت‌های مدنی، مطبوعاتی، سیاسی و... همچنین افزایش ضریب نفوذ رسانه‌های غربی و جهانی (اینترنت و ماهواره) دانست.

هویت مذهبی یکی از دیرپاترین و پررنگ‌ترین انواع هویت‌های ایرانیان است که قرن‌ها با جامعه ایرانی همراه بوده است. اگرچه از یک منظر کلی می‌توان به موازات افزایش هویت مدرن و رشد ارزش‌های سکولار در جامعه، میزان هویت مذهبی را رو به کاهش پیش‌بینی کرد، اما مشاهده روند تغییرات این هویت در یک دوره ۲۱ ساله (۷۴ تا ۹۴) نشان می‌دهد که این روند را نمی‌توان از این منظر توضیح داد و باید برای این منظور به دنبال عوامل دیگری گشت. همچنین برحسب نتایج به‌دست آمده از آزمون‌های همبستگی و براساس نمودار هم تغییر هویت ملی با هویت مدرن به‌طور کلی می‌توان استنباط کرد به‌رغم وجود همبستگی‌های ضعیفی در یافته‌های سال‌های ۷۹ و ۸۴، میان این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت قومی در میان جوانان در سال ۸۶ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد متوسط است. بدین معنا که با افزایش هویت ملی جوانان در ایران، هویت قومی آنها تا حدی افزایش می‌یابد و متقابلاً با افزایش هویت قومی در میان جوانان، هویت ملی آنها تا حدی، زیاد می‌شود. براساس نمودار مربوط به هم تغییری این دو شاخص می‌توان مشاهده کرد از سال ۸۲ به بعد این دو شاخص با یکدیگر هم تغییری مستقیم هر چند ضعیفی را نشان می‌دهند.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت ملی و هویت مذهبی در میان جوانان در سال‌های ۷۹، ۸۴، ۸۶ و ۸۸ نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر مستقیم و معنادار در حد متوسط است. نمودار هم تغییری این دو مفهوم نیز یافته‌های تحلیلی تحقیق را به شکل رساتری نشان می‌دهد. براساس این نمودار هم تغییری مستقیم این دو شاخص در

طول زمان مشخص است و نشان می‌دهد که با افزایش یا کاهش هویت ملی، هویت مذهبی هم افزایش یا کاهش می‌یابد.

نمودار تغییرات هویت مدرن و هویت قومی نشان از آن دارد که در سال ۷۹ تا ۸۴ رابطه مستقیمی میان این دو هویت وجود دارد، به این صورت که با افزایش یکی از آنها دیگری نیز افزایش می‌یابد. اما پس از سال ۸۴، در سال‌های ۸۵، ۸۶ و ۹۴ این رابطه معکوس می‌شود. لذا برحسب یافته‌های تحلیلی و همچنین نمودار هم تغییری می‌توان استنباط کرد که در کل این دو متغیر با یکدیگر رابطه معناداری ندارند.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن بین هویت مدرن و هویت مذهبی در میان جوانان در سال ۷۹، فرورین ۸۴، آبان ۸۴ و سال ۸۵ نشان از عدم رابطه معنادار یا رابطه معنادار ضعیف میان این دو متغیر است. نمودار مربوط به هم تغییری این دو شاخص نیز یافته‌های تحلیلی تحقیق را به خوبی در طول زمان نشان می‌دهند. در این نمودار مشاهده می‌شود که گاهی این دو هویت به صورت مستقیم با هم تغییر کرده و هر دو زیاد یا کم می‌شوند، اما در سال‌هایی به عکس یکی از آنها کم و دیگری زیاد می‌شود و گاهی نیز یکی از آنها کاهش یا افزایش می‌یابد و دیگری تغییر نمی‌کند. به‌طور کلی بر حسب یافته‌های تحلیلی و نمودار ترسیم شده می‌توان استنباط کرد علیرغم وجود همبستگی‌های ضعیفی در یافته‌های سال‌های ۷۹ و ۸۴ میان این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین یافته‌های تحلیلی در باب رابطه میان هویت قومی و هویت مذهبی نشان می‌دهد ضریب همبستگی این دو متغیر معنادار نیست. هرچند یافته‌های تحلیلی عدم رابطه معنادار میان هویت قومی و هویت مذهبی را نشان می‌دهند، اما نمودار ترسیم شده رابطه معکوسی را میان این دو نوع هویت آشکار می‌کند. در نمودار هم تغییری این دو متغیر مشاهده می‌شود با کاهش هویت مذهبی، هویت قومی افزایش می‌یابد و با افزایش هویت قومی، هویت مذهبی کاهش می‌یابد.

در پایان باید گفت دشواری تعیین و همسان‌سازی شاخص‌های ابعاد مختلف هویت به منظور بررسی و مقایسه آنها در این تحقیق (و نیز سایر متغیرهای مهم حیات اجتماعی در تحلیل‌های ثانویه مشابه)، حاکی از لزوم هماهنگی و هم‌سنجی بیشتر در پیمایش‌های ملی آینده است. اگرچه این پیمایش‌ها توسط نهادها و سازمان‌های مختلفی انجام می‌شود اما با توجه به هزینه‌های مادی و انسانی زیادی که برای انجام هریک از آنها صرف می‌گردد، ضروری است که متغیرها و گویه‌های مورد سنجش این نوع طرح‌ها (اگرچه مجریان آنها متفاوت باشند) در یک نهاد واحد علمی حتی‌المقدور همانندسازی شود تا از اتلاف سرمایه‌ها در این زمینه جلوگیری به عمل آید و مهم‌تر از آن، بررسی و مقایسه روندهای اجتماعی برای پژوهشگران و مسئولان عینی‌تر و دقیق‌تر گردد.

منابع و مأخذ

- اسدی، علی (۱۳۵۳). پیمایش ملی، تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
- اسلامی ندوشن، محمدعلی (۱۳۷۶). ایران و تنهائیش، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- بررسی تحلیلی هویت قومی و ملی مردم ایران و عوامل مؤثر بر آن (۱۳۸۶). تهران: مرکز افکار سنجی دانشجویان.
- بررسی تغییرات فرهنگی در میان جوانان (۱۳۸۶). تهران: مرکز افکار سنجی دانشجویان.
- بررسی تمایل به مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری (۱۳۸۴). تهران: مرکز افکار سنجی دانشجویان.
- برگر، پیتر ولاکمان، توماس (۱۳۷۵). ساخت اجتماعی واقعیت، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۱). عقل در سیاست، تهران: مؤسسه پژوهش نگاه معاصر
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴). طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی
- پیمایش ارزش‌های جهانی (۱۳۷۹). تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی.
- پیمایش ارزش‌های جهانی (۱۳۸۴). تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی.
- پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های جوانان (۱۳۸۶). تهران: مرکز افکار سنجی دانشجویان.
- پیمایش ملی ارزش‌های جوانان (۱۳۸۳). تهران: سازمان ملی جوانان.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- جلبی، مسعود و علی جنادله (۱۳۸۶). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر موفقیت اقتصادی»، پژوهشنامه علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، ویژه‌نامه جامعه‌شناسی، شماره ۵۳، ۱۵۴-۱۱۷.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۷). بررسی منابع هویت ایرانی، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه تهران؛ دانشکده علوم اجتماعی.
- داوری اردکانی، رضا (۱۳۸۶). ایرانیان سرچشمه خودآگاهی غرب، روزنامه هم‌میهن، ۸۶/۴/۲.
- رجایی، فرهنگ (۱۳۸۲). مشکله هویت ایرانیان امروز. تهران: نشر نی
- رفعت‌جاء، مریم و علی شکوری (۱۳۸۷). «اینترنت و هویت اجتماعی»، مجله جهانی رسانه، شماره ۱، ۵۴-۷۰.
- سروش، عبدالکریم (۱۳۷۷). رازدانی و روشن فکری و دین داری. تهران: مؤسسه فرهنگی صراط.
- سروش، مریم (۱۳۸۰). بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر هویت مذهبی جوانان شهر شیراز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز؛ دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- سنجش دینداری در ایران. (۱۳۸۸). تهران: مرکز افکار سنجی دانشجویان.
- شاکری، رضا (۱۳۸۳). رابطه آگاهی و هویت، مجموعه مقالات هویت در ایران، چاپ اول، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.

بررسی تحولات هویت جوانان ایرانی ... ❖ ۱۷۹

عبداللهی، محمد (۱۳۷۴). «بحران هویت و دینامیسم و مکانیسم تحول هویت جمعی در ایران». نامه انجمن جامعه‌شناسی، دفتر اول، ۸۳-۶۳.

فرهنگ سیاسی ایرانیان. (۱۳۸۴). تهران: مرکز افکار سنجی دانشجویان فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). «شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی و ملی و جهانی (مطالعه موردی لرستان)». مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۴: ۱۶۱-۱۲۷.

گزارش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۷۹). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

گزارش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۲). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

گزارش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۹۴). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

گزارش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۷۴). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

گزارش سنجش سرمایه اجتماعی کشور (۱۳۹۴). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

گزارش سنجش سرمایه اجتماعی کشور (۱۳۸۵). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نشرنی گودرزی، حسین (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی هویت در ایران، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی ملاک‌های همسرگزینی در جامعه معاصر ایران و بررسی تحولات آینده و پیامدهای آن (۱۳۸۸). تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.

منصورنژاد، محمد (۱۳۸۵). دین و هویت، تهران: مؤسسه مطالعات ملی. وضعیت و نگرش جوانان ایران: مشاوره‌ای با جوانان (۱۳۷۹). تهران: سازمان ملی جوانان.

معرفی زبانهنگ مرگ محوری و شادی‌گریزی از طریق تفحص در گفتمان‌شناسی «مرگ» در زبان فارسی

رضا پیش‌قدم^۱، آیدا فیروزیان پوراصفهان^۲، آیلین فیروزیان پوراصفهان^۳

چکیده

نظر به اهمیت زبان و واژگان در منعکس نمودن باورهای فرهنگی حاکم بر جوامع و در نهایت، شناخت بهتر و کامل‌تر این باورها، جستار حاضر که در زمره پژوهش‌های جامعه‌شناسی زبان قرار دارد، بر آن شده است تا در پرتوی الگوی هایمز (۱۹۶۷)، به بررسی کارکردهای مختلف قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن، در پیکره‌ای نمونه از زبان فارسی بپردازد. «مرگ» و عبارات وابسته به آن از جمله مضامینی هستند که از زوایای مختلف فرهنگی، اجتماعی و نیز زبانی قابل تفحص و بررسی بوده و به خوبی می‌توانند باورهای فرهنگی جوامع را به تصویر کشند. به منظور نیل به هدف مورد نظر، نخست تعداد ۶۷۳ بافت طبیعی که در آنها گفتمان مرتبط با «مرگ» بکار رفته بود، ضبط شد و پس از بررسی داده‌های گردآوری شده براساس بخش‌های هشتگانه مدل هایمز (۱۹۶۷)، موارد کاربرد این قطعه زبانی از منظر اجتماعی و زبانهنگ‌های مرتبط حاکم در جامعه فارسی زبان استخراج گردید. یافته‌های حاصل از پژوهش، حاکی از آن بود که دلیل نهفته در پس کاربرد گسترده قطعه زبانی مذکور در میان فارسی‌زبانان، حاکمیت زبانهنگ‌های مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب بودن، مرده‌پرستی، غم‌ستایی و شادی‌گریزی در جامعه ایرانی است.

واژه‌های کلیدی

فرهنگ کاوی، کالبد شکافی زبان، زبانهنگ، مدل SPEAKING هایمز، مرگ

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۸/۱۹ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۳

pishghadam@um.ac.ir

۱. استاد گروه زبان انگلیسی، دانشگاه فردوسی مشهد

firoozian@imamreza.ac.ir

۲. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه بین‌المللی امام رضا(ع) (نویسنده مسئول)

a.firoozian@du.ac.ir

۳. استادیار زبان‌شناسی، دانشگاه دامغان

مقدمه

دیر زمانی است که پرداختن به تفاوت‌های فرهنگی جوامع گوناگون، یکی از دغدغه‌های متخصصان زبان‌شناسی، جامعه‌شناسی و برخی از سایر رشته‌ها بوده است (Wardhaugh, 2010). بی‌تردید، مقوله «فرهنگ» را می‌توان از جمله دلایلی در نظر گرفت که می‌تواند جوامع گوناگون را از یکدیگر متمایز نماید. این مقوله، در برگیرنده ارزش‌ها و باورهای مشترک مردم جوامع است و می‌تواند از نسلی به نسل دیگر انتقال یابد (Keith, 2011). به راستی، فرهنگ دریچه‌ای رو به انسان می‌گشاید که شخص از آن منظر، دنیا را درک می‌کند. درواقع، فرهنگ یک جامعه، می‌تواند شیوه بیان و رفتار افراد آن جامعه را منعکس نماید (Richards & Chmitt, 2002). همچنان‌که گفته می‌شود، عقاید و باورهای فرهنگی افراد یک جامعه، ریشه در فرهنگ چند هزار ساله یک تمدن دارند که ممکن است به مرور زمان دستخوش تغییراتی شده باشند. باید در نظر داشت که به منظور «برقراری ارتباط با افراد هر جامعه، ناگزیر از رسوخ لایه‌های فرهنگی، روش خاص زندگی، عقاید، نمادها و اساطیر آن جامعه هستیم» (عسکرنژاد، ۱۳۴۸: ۳۰۹). به این علت که بدون شک، رد پای فرهنگ و روحیات اهالی هر جامعه زبانی در زبان آنان یافت می‌شود و با توجه به رابطه متقابل فرهنگ و زبان، می‌توان از طریق فرهنگ‌کاوی زبان^۱، از نظام فکری و فرهنگی جامعه آگاهی پیدا نمود (پیش‌قدم، ۱۳۹۱: ۵۳). در همین راستا، لیکاف^۲ (۱۹۸۷) ادعان می‌دارد که زبان یک جامعه تأثیر بسزایی در شکل‌گیری شناخت و تغییر رفتار افراد آن جامعه دارد و به ما در شناخت بهتر جامعه و فرهنگ مردم آن یاری می‌رساند. بنابراین می‌توان گفت، مطالعه هر فرهنگ به منزله کلیدی برای درک عادات فکری و رفتاری افراد آن جامعه در نظر گرفته می‌شود و در زبان افراد آن جامعه نمود می‌یابد و چگونگی بیان آن، در قالب نوشتاری و گفتاری، نحوه اندیشیدن و افکار مردم آن جامعه را به تصویر می‌کشد (ذوالفقاری، ۱۳۹۴: ۱۲). در این رابطه، توجه به این نکته ضرورت دارد که فرهنگ‌کاوی زبان در خلاء روی نمی‌دهد و لازمه آن برخورداری از دانش تاریخی، آگاهی از زبان مادری و داشتن نگاهی جامعه‌شناختی و روان‌شناختی به زبان است؛ زیرا تغییراتی که در طول تاریخ در زبان مادری ایجاد می‌شوند، «ممکن است در بستر اجتماع، خط مشی فکری و روانی خاصی را ایجاد کرده باشند» (پیش‌قدم، ۱۳۹۱: ۵۳). بنابراین، مطالعات جامعه‌شناسی زبان به دنبال واکاوی ساختارهای جامعه از طریق بررسی نگرش، عملکرد و رفتارهای افراد آن جامعه در قالب زبان می‌باشند (Lakoff, 2010).

1. Culturology of language

در این راستا، پیش‌قدم (۱۳۹۱) بر «کالبدشکافی زبان»^۱ و استخراج «زبانهنگ‌ها»^۲ که خود لازمه مطالعه فرهنگ‌ها است، تأکید می‌ورزد و به واکاوی «زبانهنگ‌های» جوامع مختلف برای پی بردن به فرهنگ نهان در زبان آنها تأکید می‌نماید (پیش‌قدم، وحیدنیا و فیروزیان پوراصفهان، ۱۳۹۳: ۴). وی «زبانهنگ» را متشکل از دو واژه «زبان» و «فرهنگ» دانسته و آن را به صورت «نمایش فرهنگی از یک زبان» تعریف می‌کند (پیش‌قدم، ۱۳۹۱: ۵۲) و همان‌گونه که گفته شد، علم واکاوی و بررسی زبانهنگ‌ها را «فرهنگ‌کاوی زبان» می‌نامد. او بر این باور است که مجموع چندین زبانهنگ، تصویری کلی‌تر از فرهنگ یک جامعه در اختیار فرهنگ‌کاوان قرار می‌دهد؛ بنابراین، آنچه ماورای زبانهنگ قرار می‌گیرد، «فرازبانهنگ»^۳ نامیده می‌شود. آنچه گفته شد، بدان معناست که چندین عبارت زبانی تشکیل‌دهنده یک زبانهنگ هستند و چندین زبانهنگ یک فرازبانهنگ را به وجود می‌آورند. وی همچنین اذعان می‌دارد که به همین علت حوزه مفهومی زبانهنگ‌ها معمولاً ویژگی‌های بارز فرهنگی و قوم‌شناختی را نشان می‌دهد، در پژوهش‌های بین‌زبانی و بین‌فرهنگی از اهمیت بسیاری برخوردار بوده و ابزار مناسبی برای جستجو در جهان‌بینی یک فرهنگ به شمار می‌آید.

بنابراین، با توجه به اهمیت زبان و واژه‌ها و تأثیر آنها در شکل‌گیری شناخت و در نهایت تغییر رفتار افراد (لیکاف، ۱۹۸۷)، به نظر می‌رسد آشنایی با واژه‌های ارزشی در زبان فارسی می‌تواند به ما در شناخت بهتر جامعه، فرهنگ و عوامل مؤثر بر آنها یاری رساند (پیش‌قدم و کرمانشاهی، ۱۳۹۵). این پژوهش، به مطالعه پیکره‌ای قطعه زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در فرهنگ و زبان فارسی می‌پردازد تا از طریق آن، ضمن استخراج کارکردهای گفتمانی این قطعه زبانی و عبارات مرتبط با آن در فرهنگ و زبان فارسی، دریچه‌ای رو به باورهای فکری فرهنگ فارسی باز نماید. به این ترتیب، پرسش‌هایی که در این پژوهش فرادید خویش قرار می‌دهیم، به قرار زیر است:

- چه نوع کارکردهای گفتمانی مختلفی می‌توان برای قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن در جامعه فارسی زبان در نظر گرفت؟
- چه نوع زبانهنگ‌هایی را می‌توان با در نظر گرفتن کارکردهای گفتمانی قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن، برای جامعه فارسی زبان شناسایی نمود؟

به منظور ارائه پاسخ به دو پرسش مطروحه، پس از معرفی مدل هایمز^۱ (۱۹۶۷) و بخش‌های هشتگانه آن، قطعۀ زبانی «مرگ» و عبارات هم‌معنا با آن به تفصیل مورد بررسی قرار خواهد گرفت و در نهایت، از یکی از جنبه‌های فرهنگ فارسی و بخشی از تصورات و باورهای مردم ایران پرده برداشته خواهد شد.

پیشینه پژوهش

«مرگ» واژه‌ای فارسی است که در فارسی باستان از ریشه ضعیف my و با افزودن مصوت a حاصل می‌شود و در فارسی دری به صورت «مرگ» درآمده است (ابوالقاسمی، ۱۳۸۱: ۱۳۸). واژه «مرگ» در لغت به معنای «مردن، فتنای حیات، نیست شدن زندگانی، درگذشت، فوت و ...» آمده است. مرگ همین خوابی است که هر شب به سراغ شما می‌آید با این اختلاف که مدت‌ش طولانی است و انسان در این خواب بیدار نمی‌شود، مگر در روز قیامت. به عبارت دیگر، «مرگ» واقعیتی گریزناپذیر در زندگی هر فردی است و تلخ‌ترین تجربه‌ای است که به ناچار هر انسانی یا بهتر بگوییم هر موجود زنده‌ای در طول زندگی‌اش، آن را می‌آزماید. همچنین «مرگ» نیستی، عدم، فوت و واژه‌هایی از این دست است که در ذهن آدمی همواره دنیای اسرارآمیزی را تداعی می‌کند که سراسر ناشناخته است و انسان فانی همانند کودکی که از هر ناشناخته‌ای هراس دارد و از نزدیک شدن به آن اجتناب می‌ورزد، از مرگ و نیستی می‌هراسد، غافل از این که «مرگ» نیز مرحله‌ای از تکامل انسان است که گذر از آن برای رسیدن به خالق یگانه و علو درجات، همانند تولد و ورود به عرصه گیتی لازم است (سلیمانی، ۱۳۹۵: ۹۵-۹۴).

تاکنون آثار پژوهشی مختلفی در ارتباط با مرگ و مفهوم آن به رشته تحریر درآمده است، از جمله: توان، جهانی و حکمت‌پو (۱۳۹۲)، فروغی و رضایی (۱۳۹۲)، پیروز و محرابی کالی (۱۳۹۴)، ضیاءالدینی دشتخاکی (۱۳۹۵)، پژهان، محمودی و زهرآزاده (۱۳۹۵)، کریمی و فهیم کلام (۱۳۹۵) و ... با وجود تحقیقات فراوانی که بر روی مرگ انجام شده است، نگاهی اجمالی به این آثار نشان می‌دهد که جملگی آنان جزء آثار ادبی بوده و در زمره مطالعات مردم‌شناسی فرهنگی به شمار می‌روند و بررسی مرگ از دیدگاه زبان‌شناختی تا حد زیادی مغفول مانده است. درواقع، موارد یادشده از جمله جستارهایی هستند که به بررسی مقوله‌های عام اجتماعی مرتبط با مرگ پرداخته‌اند و جنبه‌هایی از حیات اجتماعی و فرهنگ ملل را روشن ساخته‌اند. تنها پژوهشی که مرگ را از منظر زبان‌شناختی مورد بررسی قرار داده

است، پژوهش انجام شده توسط آفاگل‌زاده و پورابراهیم (۲۰۱۳) است که در آن، استعارات شناختی در حوزه مرگ در متون مذهبی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بنابراین، مقاله پیش رو، با توجه به رویکرد تخصصی ویژه‌اش، بررسی کارکردهای گفتمانی مرگ و عبارات وابسته به آن در جامعه فارسی زبان با بهره‌گیری از الگوی هایمز (۱۹۶۷) از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان، بدون سابقه و پیشینه‌ای مشابه است و درواقع، بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که در ایران، مطالعات زبان‌شناختی محدودی پیرامون این قطعه زبانی به انجام رسیده است.

مبانی نظری پژوهش

یکی از معروف‌ترین رویکردهای تحلیلی جامعه‌شناسی زبان با نام قوم‌نگاری، مدل پیشنهاد شده توسط هایمز (۱۹۶۷)، در پژوهش‌های بعدی همچون ساویل ترویک^۱ (۱۹۸۲) تکمیل شده است. تاکنون پژوهش‌های متعددی با بهره‌گیری از رویکرد چندوجهی^۲ هایمز (۱۹۶۷) به تحلیل و بررسی واژه‌های زبانی - فرهنگی زبان فارسی پرداخته‌اند (برای مثال، پیش‌قدم و عطاران، ۱۳۹۲؛ پیش‌قدم و نوروز کرمانشاهی، ۱۳۹۴؛ پیش‌قدم و وحیدنیا، ۱۳۹۴؛ پیش‌قدم، وحیدنیا و فیروزیان پوراصفهانی، ۱۳۹۴؛ پیش‌قدم، فیروزیان پوراصفهانی و طباطبائی فارانی (۱۳۹۶)؛ پیش‌قدم و فیروزیان پوراصفهانی (۱۳۹۶). به این علت که مدل مذکور از این قابلیت برخوردار است که به‌طور همزمان تمامی عوامل مؤثر بر روابط میان افراد را مدنظر قرار دهد، می‌تواند تصویری دقیق و جزئی از کارکردهای اجتماعی قطعات زبانی ارائه دهد. هایمز (۱۹۶۷) عوامل مؤثر بر روابط میان افراد را باعنوان^۳ SPEAKING، در ۸ دسته کلی به قرار زیر بر می‌شمارد:

موقعیت زمانی و مکانی^۴: براساس زمان، مکان و بافتی که گفتمان در آن شکل می‌گیرد، به دو دسته کلی، الف: عمومی / رسمی و ب: خصوصی / غیررسمی دسته‌بندی می‌شود.

شرکت‌کنندگان^۵: این عامل حاوی اطلاعاتی در ارتباط با جنسیت، سن، ملیت و روابط حاکم میان شرکت‌کنندگان در یک گفتمان است که اطلاعات مرتبط با روابط قدرت و فاصله میان شرکت‌کنندگان در یکی از حالات چهارگانه زیر در این بخش قابل ارائه می‌باشند:

1. Saville-Troike, M.

2. Multidimensional

۳. حاصل ترکیب حروف اول هر یک از این عوامل:

(S)Etting, (P)Articipants, (E)Nds, (A)ct Sequence, (K)ey, (I)Nstrumentalities, (N)Orms, (G)Enre

4. Setting

5. Participants

الف) هم‌تراز و رسمی (دو معلم در مدرسه)

ب) هم‌تراز و غیررسمی (دو دوست)

ج) نابرابر و رسمی (استاد و دانشجو در دانشگاه)

د) نابرابر و غیررسمی (پدر و فرزند)

هدف^۱: این عامل در شرایط مختلف گفتمانی قابل تغییر بوده و اشاره به هدف خاص نهفته در بیان یک عبارت دارد.

ترتیب گفتمان^۲: این عامل با در نظر داشتن این واقعیت که هر عمل یکی از شرکت‌کنندگان در گفتمان، زمینه را برای عمل شرکت‌کننده دیگر فراهم می‌آورد، حاوی اطلاعاتی در ارتباط با ترتیب عملکرد شرکت‌کنندگان است (Goffman, 1971).

لحن^۳: این عامل حاوی اطلاعاتی در ارتباط با لحن شرکت‌کنندگان در موقعیت‌های گفتمانی مختلف است و با تغییر سایر عوامل، ممکن است دچار تغییر شود.

ابزار گفتمان^۴: عامل ابزار گفتمان به شیوه انتقال گفتمان اشاره دارد و می‌تواند به صورت گفتاری یا نوشتاری باشد.

قوانین گفتمان^۵: به‌طور کلی، قوانین گفتمان بیانگر نظام اعتقادی جامعه بوده و دربردارنده رفتارها و مشخصه‌های خاصی هستند که می‌توان به یک گفتمان نسبت داد.

نوع گفتمان^۶: شامل انواع مختلف کنش‌های گفتاری، موقعیت‌ها و ساختارهای گفتاری که چارچوب یک گفتمان را شکل می‌دهند، می‌شود (Bauman, 2000) و انواع گوناگونی از جمله شعر، داستان، افسانه، مکالمه، دعا، لطیفه، نامه، ضرب‌المثل و غیره را در بر می‌گیرد.

همان‌طور که مشاهده شد، هر یک از هشت حرف موجود در کلمه اختصاری SPEAKING در تحلیل جامعه‌شناسی زبان، نشان‌دهنده یکی از عناصر اصلی و ضروری در توصیف درهم‌تنیدگی زندگی اجتماعی و رویدادهای زبان است. بر این اساس، با توجه به آنچه ذکر آن رفت، می‌توان عوامل مذکور را به‌طور خلاصه در جدول شماره ۱ ارائه کرد:

-
1. Ends
 2. Act Sequence
 3. Key
 4. Instrumentalities
 5. Norms
 6. Genre

جدول ۱. عوامل هشتگانه مؤثر بر روابط میان افراد در الگوی هایمز (۱۹۶۷)

(برگرفته از قربان‌پور آرانی، زارعی و عربشاهی، ۱۳۹۶)

ردیف	عامل	حرف	عنصر تحلیلی	تعریف مختصر
۱	Situation	S	موقعیت رویداد زبانی و صحنه رویداد	موقعیت زمانی، مکانی و شرایط مهم آن موقعیت اهمیت دارد.
۲	Participation	P	افراد دخیل در رویداد شامل گوینده و فرستنده پیام حاضر یا غایب	ماهیت گیرندگان و فرستندگان پیام و نحوه ارتباط اجتماعی آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.
۳	End	E	هدف از رویداد زبانی و پیامد ناشی از آن	در نتیجه هر رویداد زبانی، غیر از انتقال و فهم پیام، یک هدف اصلی نیز برآورده می‌شود.
۴	Act sequence	A	فرم و قالب کلی رویداد زبانی	در هر ژانر خاص، پیام زبانی دارای قالب و شکل خاص خود است.
۵	Key	K	تن و حالت رویداد زبانی	هر رویداد زبانی، با تن و حالت خاصی مثل جدی، منطقی، شوخی و ... صورت می‌گیرد.
۶	Instrumentalities	I	نوع کانال ارتباطی شفاهی، کتبی، تلگرامی، لهجه‌ای، ویدئویی	ویژگی‌های کانال ارتباطی زبان در عملکرد اجتماعی و فرهنگی آن مؤثر است.
۷	Norms	N	هنجارهای اجتماعی و قوانین اجتماعی مربوط به رویداد زبانی	کاربرد زبان در زندگی اجتماعی در چارچوب هنجارها و قوانین قابل درک است.
۸	Genre	G	ژانر خاص زبانی یا قالب و هدف خاص	عناصر دارای ساختار زبانی مشابه برای اهداف مشخص بکار می‌روند.

روش تحقیق

همچنان که پیش‌تر گفته شد، در پژوهش حاضر به منظور شفاف‌سازی وجوهی از فرهنگ نهفته در جامعه ایرانی، پاره‌گفتارهای مرتبط با زبانهنگ «مرگ» در زبان فارسی مورد کنکاش و

واکاوی قرار خواهد گرفت. دلیل نهفته در پس انتخاب این زیاهنگ مشخص برای بررسی، نقش کلیدی آن در به تصویر کشیدن فرهنگ حاکم در جامعه فارسی زبان، جایگاه ویژه پدیده «مرگ» در فرهنگ ایرانی - اسلامی و تأکید زیاد بر لزوم تفکر در مورد آن در آموزه‌های دینی و اسلامی است. داده‌های این پژوهش متشکل از تعداد ۶۷۳ پاره گفتار^۱ طبیعی مرتبط با زیاهنگ مرگ در زبان فارسی که حاوی قطعه زبانی «مرگ» و عبارات مرتبط با آن نظیر «بمیرم»، «مرده»، «کشتن» و ... بوده‌اند. جمع‌آوری این داده‌ها از فروردین ماه ۱۳۹۷ در شهر مشهد آغاز و تا مرداد ماه ۱۳۹۷ به طول انجامید. داده‌ها از میان گفتار گویشوران زن و مرد با سنین مختلف (۸ تا ۶۸ سال) و سطح تحصیلات و شرایط اجتماعی متفاوت (پایین، متوسط و بالا) در موقعیت‌های طبیعی جمع‌آوری گردید. این افراد دارای مشاغل متفاوتی (نظیر خانه‌دار، محصل، مهندس، دکتر و ...) بودند که از «مرگ»، مشتقات و عبارات وابسته به آن در مکالمات روزمره خود استفاده می‌کردند. تعداد کل شرکت‌کنندگان این تحقیق ۵۴۹ نفر بود که نمونه‌هایی از مکالمات این افراد (۶۷۳ مورد) در مناطق مختلف شهر مشهد و در هر موقعیت ممکن ضبط گردید و سپس بر روی کاغذ پیاده‌سازی شد. روند جمع‌آوری داده‌ها تا زمانی که اشباع کامل صورت گرفت، ادامه داشت. اشباع به این معنا است که اطلاعات جدیدی به مجموعه داده‌ها اضافه نشود (Yin, 2010: 48). در پایان، پس از حذف موارد تکراری، نمونه‌هایی گویا از کاربرد «مرگ» و مشتقات آن انتخاب و نتایج به صورت جدول خلاصه شدند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در بخش حاضر، با بهره‌گیری از مدل SPEAKING هایمز (۱۹۶۷)، زیاهنگ «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی مورد کنکاش و واکاوی قرار خواهد گرفت.

موقعیت زمانی و مکانی

بررسی و تدقیق نمونه‌های گردآوری شده، حاکی از کاربرد گسترده‌تر زیاهنگ «مرگ» و عبارات وابسته به آن در موقعیت‌های خصوصی / غیررسمی ۷۸ درصد، در مقایسه با موقعیت‌های عمومی / رسمی ۲۲ درصد است. به بیان دیگر، قطعه زبانی مذکور و عبارات وابسته به آن، در موقعیت‌های خصوصی و غیررسمی همچون منزل، خیابان، فروشگاه، جمع دوستانه، مهمانی، رستوران، مکالمه تلفنی و ... از تعدد و گستردگی کاربرد برخوردار بوده که نمونه‌هایی از آن به قرار زیر قابل ارائه هستند:

موقعیت	مثال
فروشگاه	(مکالمه میان خریدار و فروشنده در فروشگاه) خریدار: چقدر قیمت این کیف زیاده!! فروشنده: درسته. اما جنسش مرگ نداره.
خیابان	(مکالمه میان دو دوست) شخص الف: مریم پول داری بهم قرض بدی؟ خیلی زود قول می‌دم بهت برگردونم. شخص ب: والا زهرا خیلی وقته یک تومن ازم گرفته اما ذلیل مرده هنوز بهم پس نداده.
منزل	(مادر عصبانی خطاب به فرزندش) الهی خبر مرگتو بیاورن مادر تا من از دست تو راحت شم.
رستوران	(مکالمه پدر و دختر) پدر: غذا چی می‌خوری بگیرم؟ دختر: من اشتها ندارم. شما برای خودتون هر چی می‌خواهین بگیرید. پدر: ا نمیشه که. باید حتما یک چیز بخوری. مثل مرده متحرک شدی.
مکالمه تلفنی	(مکالمه دو دوست) شخص الف: مریم ذلیل مرده قرار ما ساعت چند بود؟ شخص ب: حالا چی شده مگه؟! نمی‌میری چند دقیقه منتظرم بمونی؟

شرکت‌کنندگان

بررسی گفتمان‌های مورد مطالعه در این جستار نشان می‌دهد که شرکت‌کنندگان در این گفتمان‌ها از حیث روابط قدرت و فاصله، اغلب در حالت هم‌تراز و غیررسمی (۶۲ درصد) قرار داشتند.

شرکت‌کنندگان	مثال
دو دوست	(مکالمه دو دوست در خیابان) شخص الف: علی، مرده شورتو ببرن با اون مدل رانندگی کردند. مردم و زنده شدم تا بالاخره رسیدیم.
دو همکار صمیمی	خدا نکشتت. این چی بود که گفتی. یک ساعته دارم از اون موقع می‌خندم. مردم از خنده.
دو خواهر	شخص الف) یک ساعته دنبال چی می‌گردی؟ شخص ب) دنبال کلیدم. شخص الف) روی میزه. شخص ب) می‌مردی زودتر می‌گفتی؟!

هدف

از طریق تحلیل و بررسی داده‌های جمع‌آوری شده، در مجموع، موارد زیر به‌عنوان اهداف و کاربردهای گفتمانی قطعهٔ زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن، استخراج و شناسایی گردید. بر این اساس، نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» در زبان فارسی به قرار ذیل می‌باشند:

■ نفرین: خبر مرگتو بیارن، جوون مرگ بشی، الهی مرگ مرگ بزنی ولی نمیری، مرگ عزیزانت رو ببینی، زنده به گور بشی، خدا مرگت بده، ایشالله بمیری، مرگ بگیری، بمیری که برنگردی، جونم مرگ شده، خدا مرگم بده و ...؛

■ دعا: الهی پیش‌مرگت بشم، خدا نکشتت، دشمنات بمیرن، نمیری الهی، خدا مرگت نده، و ...؛

■ قسم: منو کفن کردی راستشو بگو، مرگ من؟!، مرگ عزیزت راست می‌گی؟، این تن بمیره؛

■ توهین: مادر مرده، مرده شور تو ببرن، برو بمیر بابا، مرده شور ریختو ببرن، مرده شور ترکیبتو ببرن، مرده شور برده، بمیری، ذلیل مرده؛

■ آرزو: کاش مرده بودم این روز رو نمی‌دیدم؛

■ تعریف: جنسش مرگ نداره، این پارچه مرگ بهش نمی‌زنه؛

■ ابراز محبت و علاقه: کشته مردتم، مادر بمیره واست، می‌میرم واست، بمیرم واست، آخ کشتی منو، چقدر کشته مرده داره و ...؛

■ بیان شدت: مردم از خستگی، ذوق مرگ شد، در حد مرگ کار می‌کنه؛

■ بیان مظلومیت: خودتو به موش مردگی زدی؛

■ بیان ضعیفی: لاغر مردنی؛

■ ابراز همدردی: بمیرم برات؛

■ بیان اضطراب: مردم و زنده شدم؛

■ بیان سکوت: مرد ساکت شد، مردی جواب بدی، مرده بودی حرف بزنی، مردی لال شدی؛

■ بیان خطر: مرگبار؛

■ بیان خستگی: مردتو می‌خوام چکار؟، آخ کشتی منو!؛

■ بیان تعارف: بمیرم نمی‌گذارم بری؛

■ بیان اجبار: بمیری بمونی باید این کار رو انجام بدی؛

■ بیان ناچیز و کم بودن: نون بخور نمیر؛

■ ناامیدی: بوی مرگ می‌ده، انگار خاک مرده پاشیدن؛

■ بیان ترحم: مادر مرده؛

■ تلاش زیاد: خودمو کشتم تا قبول بشم؛

- عدم زندگی: مردن بهتر از این زندگی نکبتیه، خوب شد مرد و ندید؛
 - ناخوش احوال بودن: دارم می‌میرم؛
 - نشان‌دهندهٔ علاقهٔ زیاد: براش می‌میرم؛
 - بیانگر بی‌روحو و بی‌احساسی: آرایش نکردی شبیه مردهٔ متحرک شدی؛
 - بیانگر انتظار طولانی مدت: نمردیم و دیدیم؛
 - مصر بودن در انجام کار: بمیرم این ماجرا رو ول نمی‌کنم و تا تهش می‌رم جلو؛
 - بیانگر بی‌قید و شرطی: بمیر و بدم؛
 - بیانگر عدم وجود: بمیرم کسی نمیداد سراغی بگیره، کجایی؟ مردی؟!، آدم بمیره ولی این کار رو نکنه؛
 - بیانگر امکان نداشتن: می‌میری چند دقیقه منتظر بمونی؛
 - بیانگر تمام شدن صبر و تحمل: مردم تو این گرما؛
 - بیان اثربخشی: لامذهب مرده رو زنده می‌کنه؛
 - اذیت کردن دیگران: تو منو کشتی؛
 - اشاره به جنازه: مرده‌خوری، مرده‌پرستی، خاک مرده سرده.
- بر پایهٔ آنچه گفته شد، نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی را می‌توان در جدول زیر خلاصه نمود:

جدول ۲. نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی

نقش‌های کاربردشناختی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی							
شماره	کاربردشناختی نقش	درصد فراوانی	شماره	کاربردشناختی نقش	درصد فراوانی	شماره	کاربردشناختی نقش
۱	نفرتین	٪۱۲	۱۲	بیان اضطراب	٪۴	۲۳	ناخوش احوال بودن
۲	دعا	٪۹	۱۳	بیان سکوت	٪۴	۲۴	نشان‌دهنده علاقه زیاد
۳	قسم	٪۶	۱۴	بیان خطر	٪۳	۲۵	بیانگر بی‌روحي و بی‌احساسی
۴	توهین	٪۶	۱۵	بیان خستگی	٪۳	۲۶	بیانگر انتظار طولانی مدت
۵	آرزو	٪۵	۱۶	بیان تعارف	٪۲	۲۷	مصر بودن در انجام کار
۶	تعریف	٪۴	۱۷	بیان اجبار	٪۲	۲۸	بیانگر بی‌قید و شرطی
۷	ابراز محبت و علاقه	٪۴	۱۸	بیان ناچیز و کم بودن	٪۲	۲۹	بیانگر عدم وجود
۸	بیان شدت	٪۴	۱۹	ناامیدی	٪۲	۳۰	بیانگر امکان نداشتن
۹	بیان مظلومیت	٪۴	۲۰	بیان ترحم	٪۲	۳۱	بیانگر تمام شدن صبر و تحمل
۱۰	بیان ضعیفی	٪۴	۲۱	تلاش زیاد	٪۲	۳۲	بیان اثربخشی
۱۱	ابراز همدردی	٪۴	۲۲	عدم زندگی	٪۱	۳۳	اشاره به جنازه

همان‌طور که در جدول ۲ قابل مشاهده است، نقش‌های کاربردشناختی نفرتین و دعا، از نظر فراوانی بالاترین مرتبه را به خود اختصاص داده‌اند. بر این اساس می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که زیاهنگ «مرگ» در زبان فارسی، بیشتر در نقش نفرتین و دعا دارای کاربرد است.

ترتیب گفتمان

در این بخش از بازنمود اجزای گفتار، نظم و توالی رخدادها در رویداد ارتباطی حائز اهمیت بوده و تمرکز بر روی ترتیب اعمال شرکت‌کنندگان در تعامل و گفت‌وگو خواهد بود. بر این اساس، نمونه‌ای از گفتمان «مرگ» براساس نقش و کارکرد بخش‌های مختلف آن به صورت زیر مورد تحلیل قرار خواهد گرفت:

موقعیت ۱: (مکالمه تلفنی دو دوست)

شخص الف) الو مریم! سلام. تو هنوز خونه‌ای؟ بمیری الهی. زود باش بیا دیگه.

شخص ب) حالا نمی‌میری یک کم وایستی.

موقعیت ۲: (مادر خطاب به فرزندش)

شخص الف) الهی مرگ بگیری که اینقدر من رو اذیت نکنی.

لحن

بررسی و تحلیل موشکافانه داده‌ها حاکی از آن بود که لحن‌های مختلفی که با زبانه‌نگ «مرگ» و عبارات وابسته به آن می‌توانند بسته به هدف و موقعیت گفتمان بکار روند، عبارتند از:

لحن	مثال
عصبانیت	(خطاب زن به همسر) برو تو فقط بمیر و اینقدر جلوی چشمم نیا. حالم ازت به هم می‌خوره.
یأس و ناامیدی	(مکالمه میان دو دوست) شخص الف: چند روزه دارم بهت زنگ می‌زنم. چرا گوشیت رو جواب نمی‌دی؟ شخص ب: خوب کسی به من زنگ نمی‌زنه. من بمیرم هم کسی سراغی ازم نمی‌گیره.
توهین‌آمیز	(خطاب پدر به فرزندش) ذلیل مرده یک کم بشین درس بخون.
تعجب‌آمیز	(مکالمه میان دو همکار) شخص الف: فهمیدی دختر مریم خانم طلاق گرفته؟ شخص ب: نه!!! مرگ من؟ راست می‌گی؟ چرا آخه؟
آرزومندانه	(مادر خطاب به فرزند معتاد خود) کاش می‌مردم و این روزها رو نمی‌دیدم.
گله‌مندانه	(شوهر خطاب به همسر خود) مردم از خستگی. این روزها کارم خیلی زیاد شده.

لحن	مثال
محبت‌آمیز	(خطاب مادر به فرزندش) الهی دورت بگردم مامان، الهی پیش مرگت بشم.
نفرین‌آمیز	(خطاب مادر به فرزندش) الهی خبر مرگت رو بیارن از دست تو راحت شم.
دلسوزانه	(خطاب مادر به فرزندش) الهی بمیرم برات مادر که این طور تب کردی.
پرسشی	(خطاب خواهر به برادر) می‌مردی یک کم زودتر راه می‌افتادی؟
بازخواستی	(مکالمه دو همکلاسی) چرا هر چی می‌پرسم جواب نمی‌دی؟ می‌میری اگر حرف بزنی؟ خوب بگو ببینم جریان چیه؟
شکرآمیز	نمردیم و دیدم بالاخره مریم خانم هم یک شامی به همه دادن.
انتقادآمیز	قیافش مثل مرده‌ها می‌مونه.
تحقیرآمیز	لاغر مردنی یک چیزی بخور جون بگیری.
طلبکارانه	(مکالمه دو همکلاسی) می‌مردی یک کم زودتر می‌گفتی امتحان از چه بخش‌هاییه!
طنزآلود	خدا مرگت نده. چه جوک بامزه‌ای بود.
جدی	این کیف جنشش خیلی خوبه. مرگ نداره.
ناراحتی	(خطاب مادر به فرزندش) خدا مرگم بده. چرا اینقدر لاغر شدی تو؟
تمسخرآمیز	(مکالمه دو دوست) خودتو به موش‌مردگی نزن اینقدر. من که می‌دونم همه‌چیز زیر سر توست.
ترس‌آلود	این جاده خیلی مرگباره. من خیلی می‌ترسم ازش رد بشم.
ترحم‌آمیز	بمیرم برات. امسال چه اتفاق‌هایی که برات نیافتاد. چه سال بدی بود.
اجبارآمیز	بمیری بمونی باید کار رو تا فردا بهم تحویل بدی.
تحقیرآمیز	یک نون بخور نمیر در میاریم.
ملتمسانه	مرگ من، جون هر کی دوست داری راستشو بگو.
همدردی	(مادر خطاب به نوزاد خود) بمیرم مامان من برات که اینطور دلت درد می‌کنه.
تعارف	(صاحبخانه خطاب به مهمان خود) مرگ من یک کم از این خورشت بخور. خیلی خوشمزه‌س.
اعتراض‌آمیز	بمیرم این کار رو انجام نمی‌دم. هر کار دلت می‌خواد بکن.
اغراق‌آمیز	اگر در این راه بمیرم، باز هم انجامش می‌دم.
صمیمی و دوستانه	(مکالمه دو دوست) مرگ من راستشو بگو.

بر این اساس، انواع مختلف لحنی که می‌توانند با قطعهٔ زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن براساس هدف و موقعیت گفتمان همراه شوند به ترتیب فراوانی وقوع عبارتند از:

جدول ۳. لحن‌های همراه با «مرگ» و عبارات وابسته به آن در زبان فارسی

نوع لحن	درصد فراوانی	نوع لحن	درصد فراوانی	نوع لحن	درصد فراوانی
عصبانیت	۸٪	پرسشی	۵٪	تمسخرآمیز	۲٪
یأس و ناامیدی	۸٪	بازخواستی	۴٪	ترس‌آلود	۲٪
توهین‌آمیز	۷٪	شکرآمیز	۴٪	ترحم‌آمیز	۲٪
تعجب‌آمیز	۶٪	انتقادآمیز	۴٪	اجبارآمیز	۲٪
آرزومندانه	۶٪	تحقیرآمیز	۴٪	تحقیرآمیز	۱٪
گله‌مندانه	۶٪	طلبکارانه	۳٪	ملتمسانه	۱٪
محبت‌آمیز	۵٪	طنزآلود	۳٪	همدردی	۱٪
نفرت‌آمیز	۵٪	جدی	۲٪	تعارف	۱٪
دلسوزانه	۵٪	ناراحتی	۲٪	اعتراض‌آمیز	۱٪

همان‌طور که از داده‌های جدول ۳ برمی‌آید، لحن‌های عصبانیت و یأس و ناامیدی دارای بیشترین فراوانی و در مقابل لحن‌های تحقیرآمیز، ملتمسانه، همدردی، تعارف و اعتراض‌آمیز کمترین فراوانی را دارند.

ابزار

با توجه به اینکه ابزار و معجری ارتباطی مورد استفاده در رویداد ارتباطی می‌تواند به یکی از دو صورت گفتاری و نوشتاری باشد، تحلیل و بررسی موشکافانهٔ داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که قطعهٔ زبانی مورد مطالعه، هم در گونهٔ گفتاری و هم در گونهٔ نوشتاری از قابلیت کاربرد برخوردار بوده ولی تعدد و بسامد کاربرد آن در گونهٔ گفتاری (۷۶ درصد) به مراتب بسیار بیشتر از گونهٔ نوشتار (۲۴ درصد) است.

قوانین گفتمان

از جمله رفتارهای خاص و مشخصه‌هایی که می‌توان برای زیاهنگ «مرگ» و عبارات زبانی وابسته به آن در نظر گرفت، این است که قطعات زبانی مورد نظر، ضمن برخورداری از تنوع کاربرد، اغلب با هدف و انگیزه دعا، نفرین، قسم و توهین مورد استعمال فارسی‌زبانان قرار می‌گیرند. به بیان کلی‌تر، قواعد اجتماعی‌ای که در روابط کنش و واکنش شرکت‌کنندگان در رویداد ارتباطی مرتبط با زیاهنگ مذکور حاکم هستند، غم‌محوری، مرگ‌اندیشی و زندگی‌گریزی در میان ایرانیان است.

نوع گفتمان

از دیگر خصوصیات و ویژگی‌هایی که می‌توان برای قطعه زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن در گفتمان‌های مختلف زبان فارسی در ارتباط با نوع و ژانر مورد استفاده در رویداد ارتباطی برشمرد، قابلیت کاربرد آن در قالب‌های متعددی نظیر فیلم، داستان، ضرب‌المثل، متون منظوم و منثور و ... است. به بیان دیگر، بررسی دقیق نمونه‌های گردآوری شده حاکی از آن است که این قطعه زبانی و عبارات وابسته به آن در گفتمان‌های مختلف زبان فارسی از تعدد کاربرد برخوردار بوده و بسامد کاربرد آن‌ها در قالب اجتماعی مکالمات شفاهی بیشتر است. نمونه‌هایی از موارد کاربرد زیاهنگ مورد بررسی عبارتند از:

▪ ضرب‌المثل

مرگ برای من، گلابی برای بیمار!

مرگ به فقیر و غنی نگاه نمی‌کند!

مرگ خر عروسی سگه!

مرگ به بار شیون به بار!

مرگ می‌خواهی برو گیلان!

▪ شعر

خامش که خوش زبانی چون خضر جاودانی

کز آب زندگانی کور و کراست مردن

(مولوی، غزل شماره ۲۰۳۷)

روز مرگ چو تابوت من روان باشد

گمان مبر که مرا درد این جهان باشد

(مولوی، غزل شماره ۹۱۱)

اگر جهان همه دشمن شود ز دامن تو

به تیغ مرگ شود دست من رها ای دوست

(سعدی، غزل شماره ۱۰۳)

بلای عشق عظیمست لاابالی را

چو دل به مرگ نهاد از بلا چه غم دارد

(سعدی، غزل شماره ۱۶۹)

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که می‌دانیم، در فرهنگ عامهٔ مردم ایران، مفاهیم مرتبط به مرگ و ممات که غم‌آور هستند، ضمن گستردگی کاربرد، دارای اهمیت بسزایی هستند. به بیان دیگر، مرگ در جامعهٔ ایران و فرهنگ ایرانی- اسلامی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و به تفکر در آن، به‌خصوص در تعلیمات دینی به شدت تأکید شده است. همان‌طور که گفته شد، از آنجایی که مرگ اشاره به پایان فیزیکی زندگی انسان دارد، در مقابل تولد و حیات که شادی‌آور است، قرار می‌گیرد و با غم، اندوه، غصه و ناراحتی همراه می‌شود. برخی بر این باورند که نوع نگرش به مرگ، وابسته به موارد بسیاری است، از جمله: مکان، زمان، فرهنگ، جهان‌بینی و نوع باور هر انسان. به بیان دیگر، هر فردی با توجه به موقعیت زمانی و مکانی که در آن زندگی می‌کند و به تأسی از فرهنگ و باورهایی که دارد، حس متفاوتی از مرگ می‌تواند داشته باشد (کریمی و فهیم کلام، ۱۳۹۵: ۱۷۱-۱۷۰).

نتایج حاصل از بررسی‌های صورت گرفته در ارتباط با زبانه‌نگ «مرگ» و عبارات زبانی هم‌معنا با آن، ضمن آن که بر تعدد و گستردگی کاربرد این قطعهٔ زبانی در موقعیت‌های مختلف صحنه می‌گذارند، حاکی از آنند که در این زبان، فلسفهٔ ممات و مرگ در مقابل حیات و زایش، نقش بیشتر و پررنگ‌تری در تولیدات زبانی دارد. به بیان دقیق‌تر، در زبان فارسی، «مرگ» دارای نقش‌های اغراق‌گونه بوده و عموماً بر مفاهیمی نظیر بی‌حرکتی، نیستی و نابودی دلالت دارد (برو بمیر، مردی، خبر مرگت رو بیارن و ...) و این در حالی است که به نظر می‌رسد برای زندگی و زنده بودن، عبارات زبانی چندانی در زبان فارسی یافت نمی‌شود (زنده‌زنده می‌خوردت، زابیدی بابا).

به‌طور کلی، بر پایهٔ نتایج حاصل از تحلیل و بررسی قطعهٔ زبانی «مرگ» و عبارات هم‌معنا با آن در پرتوی الگوی هایمز (۱۹۶۷)، عوامل هشت‌گانهٔ مؤثر بر روابط میان افراد در ارتباط با قطعهٔ زبانی موردنظر، به صورت خلاصه در جدول زیر قابل ارائه است:

جدول ۴. نتایج حاصل از تحلیل قطعهٔ زبانی «مرگ»
و عبارات هم‌معنا با آن در چارچوب الگوی هایمز (۱۹۶۷)

کاربرد گسترده در موقعیت‌های غیررسمی نسبت به موقعیت‌های رسمی	موقعیت زمانی
رابطه غیررسمی از نوع هم‌تراز یا نابرابر در بین شرکت‌کنندگان	شرکت‌کنندگان
نفرین، دعا، قسم، توهین، بیان احساسات، تعریف و تمجید، تعارف، بیان اجبار، سکوت و ...	هدف
عدم وجود ترتیب مشخص	ترتیب گفتن
عصبانیت، یأس و ناامیدی، توهین‌آمیز، تعجب‌آمیز، آرزومندانه، گله‌مندانه، محبت‌آمیز و ...	لحن
گفتار و نوشتار با کاربرد بیشتر در گفتار	ابزار گفتن
مرگ‌اندیش بودن، غم‌محوری و منفی‌نگری، عادت مرده‌پرستی، شادی‌گریزی ایرانیان	قوانین گفتن
فیلم، داستان، ضرب‌المثل، متون منظوم و منثور و ...	نوع گفتن

علاوه‌بر آنچه گفته شد، از طریق تعمیق و تدقیق قطعهٔ زبانی مورد نظر از دیدگاه جامعه‌شناسی، می‌توان ویژگی‌های زیر را در ارتباط با فرهنگ ایرانی برشمرد:

الف) مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب بودن ایرانیان

هم‌چنان که گفته‌ایم و گفته‌اند، فرهنگ شرق در مقابل فرهنگ غرب، فرهنگی مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب است (صنعتی، ۱۳۸۳). به عبارت دیگر، مرگ در جامعهٔ ایران، دارای نقش کلیدی بوده و بر همین اساس، ایرانیان به پدیدهٔ مرگ زیاد می‌اندیشند و عموماً بر این باورند که تفکر دربارهٔ آن منجر به زندگی بهتر می‌شود؛ و این در حالی است که سایر فرهنگ‌ها از جمله فرهنگ غرب، به دلیل بهره‌جویی از فلسفهٔ لذت‌گرایی لحظه‌ای، تا به این اندازه به این پدیده توجه از خود نشان نمی‌دهند. به بیان دیگر، از آنجایی که تفکر ایرانیان بر مبنای فلسفهٔ تلاش و تحمل سختی شکل گرفته است، خصلت لذت‌گرایی لحظه‌ای در آنان نسبت به غرب کم‌رنگ‌تر است. با اندکی تأمل در زندگی ایرانیان، به راحتی می‌توان متوجه شد که به اندازه‌ای که آنان راجع به پایان زندگی، مرگ و اندوه تفکر می‌نمایند، به آغاز، زندگی و شادی نمی‌اندیشند. در رابطه با خصلت مرگ‌اندیشی و مرگ‌طلبی ایرانیان، برخی بر این باورند که جغرافیای تاریخی خاص این سرزمین و وضعیت برخاسته از آن در نظام اساطیری و جهان‌بینی ایرانی تأثیر بسزایی دارد. این دسته از افراد، در شکل‌گیری فرهنگ مرگ‌طلبی در ایران، نقشی کلیدی

و محوری برای فجایع طبیعی و جنگ‌ها در نظر می‌گیرند. در ارتباط با این نوع تفکر، صنعتی (۱۳۸۳) ضمن اشاره به فصلی از کتاب شوپنهاور، این‌گونه اظهارنظر می‌نماید که میان تفکر شرق و غرب از نظر نوع نگاه به مرگ و زندگی، تفاوت بنیادین وجود دارد. او بر این باور است که میان اخلاق یونانی‌ها و هندیان یک آنتی‌تز وجود دارد؛ به این صورت که هدف غایی و نهایی در اخلاق یونانی‌ها (به استثنای افلاطون) این است که امکان زندگی شاداب را فراهم نمایند و این در صورتی است که در فرهنگ هندیان، بیشتر این مسئله اهمیت دارد که انسان هر چه زودتر از شر درد و رنج زندگی رها و آزاد گردد. بر این اساس گفته می‌شود که فرهنگ هند در مقایسه با فرهنگ یونانی، فرهنگی مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب است. با توجه به آنچه گفته شد، از آنجایی که بسیاری از نظریه‌ها بر ارتباط و درواقع یکسان بودن خاستگاه فرهنگ ایرانی و هندی اصرار می‌ورزند، فرهنگ ایرانی نیز از فرهنگی مرگ‌اندیش و مرگ‌طلب برخوردار است (صنعتی، ۱۳۸۳). همچنین، در تلاش برای یافتن ریشه و دلیل این نوع فلسفه فکری در میان ایرانیان، به مذهب می‌رسیم. همچنان که می‌دانیم، ادیان آسمانی، به‌ویژه دین مبین اسلام و نیز مذهب جاودانه شیعه به جهت اهمیت مسئله مرگ، بخش وسیعی از تعالیم خود را به این موضوع اختصاص داده و بسیاری از حقایق و معارف آن را با استعانت از منبع وسیع وحی در اختیار بشر گذاشته‌اند. به‌طوری‌که امروزه، کمتر کسی با مرگ و دنیای پس از آن بیگانه است (سلیمانی، ۱۳۹۵). بر این اساس، در جامعه ایران، به‌ویژه قبل از دین اسلام، شاید به جز مذهب زرتشت که بسیاری از جنبه‌های آن معطوف به زندگی و حیات است، بخش مهمی از آئین‌ها، باورها و فولکورمان در حوزه‌های فرهنگی گوناگون، به مرگ‌اندیشی می‌گرایند و به نیستی و سوگ اشاره و دلالت می‌کنند (صنعتی، ۱۳۸۳). بنابراین، شاید بتوان ریشه فرهنگ مرگ‌اندیشی در فرهنگ ایرانی را در آموزه‌های دینی و مذهبی ایرانیان نیز یافت نمود.

علاوه‌بر آنچه گفته شد، صنعتی (۱۳۸۳) وجود جنگ‌های متعدد نظیر حمله مغول و نیز بلایای طبیعی چون زلزله را از جمله دلایلی بر می‌شمارد که جامعه ایران را به‌طور مداوم در حالتی از فاجعه نگاه داشته که این امر سبب می‌شود که خصلت مرگ‌اندیشی و مرگ‌طلبی در فرهنگ ایرانی تثبیت شده و به‌عنوان جزئی جداناپذیر از این فرهنگ مطرح گردد؛ به‌طوری‌که بازتاب آن نه تنها در فولکلور، بلکه در فرهنگ، ادبیات و حتی هنر ایرانی قابل مشاهده است.

ب) عادت مرده‌پرستی ایرانیان

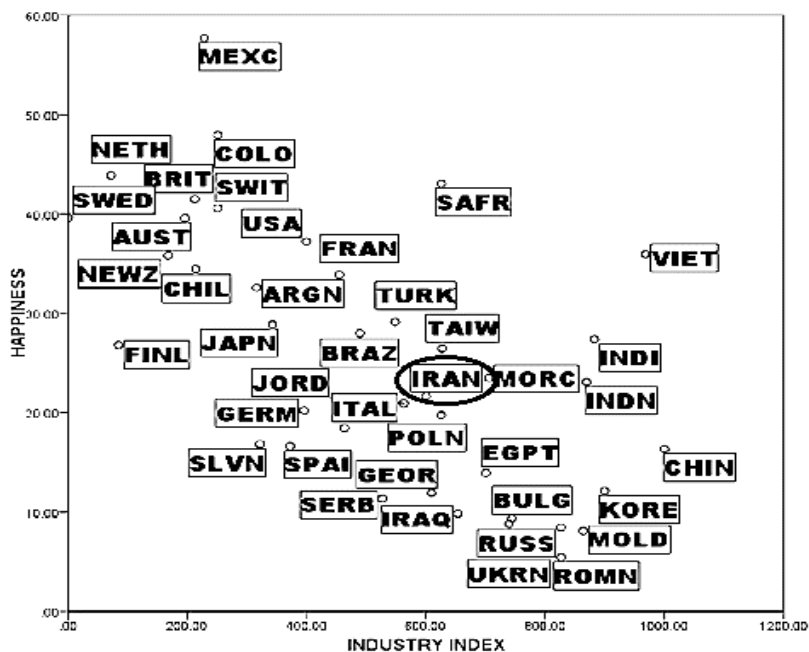
همچنان که می‌دانیم، یکی از ویژگی‌های بارز جامعه ایران، خصلت مرده‌پرستی آنان است. به بیان ساده‌تر، در جامعه ایران، هر کس بمیرد، عزیز می‌شود و فارغ از آن‌که آیا فرد متوفی از شایستگی کافی برای ستایش برخوردار بوده یا خیر، باید پس از مرگش تنها و تنها مورد ستایش واقع شود. این ویژگی به عنوان یکی از آلودگی‌های فرهنگی، بازماندگان را ملزم می‌نماید که تنها به تحسین و تمجید فرد مرده پرداخته و درواقع بتی از آن فرد برای خود و دیگران ایجاد نمایند. به عبارت ساده‌تر می‌توان گفت، در جامعه ایران، مردن افراد رابطه‌ای مستقیم و خطی با غیرقابل انتقاد بودن و تقدس آنان دارد.

نگاهی به گذشته نشان می‌دهد که معضل فرهنگی مرده‌پرستی و توجه بیش از حد به مردگان از دیرباز با ایرانیان همراه بوده است. درواقع، در فرهنگ عامه مردم ایران، خصلت مرده‌پرستی بیشتر به شکل یک عادت عمومی و سنت پایدار در آمده است؛ به‌طوری‌که، نیم‌نگاهی در دنیای شعر و ادب فارسی نیز مهر تأییدی بر حاکمیت عادت جمعی مرده‌پرستی در فرهنگ ایرانی است؛ چنان‌که مولانا جلال‌الدین بلخی در دیوان خود از نامهربانی روزگار چنین می‌گوید:

گاهی خوشدل شوی از من که میرم را مرده‌پرست و خصم جانیم (غزل شماره ۱۵۳۴)
چو برگ‌گورم بخواهی بوسه دادن رخم را بوسه ده اکنون همانیم (غزل شماره ۱۵۳۵)

ج) غم‌ستایی و شادی‌گریزی ایرانیان

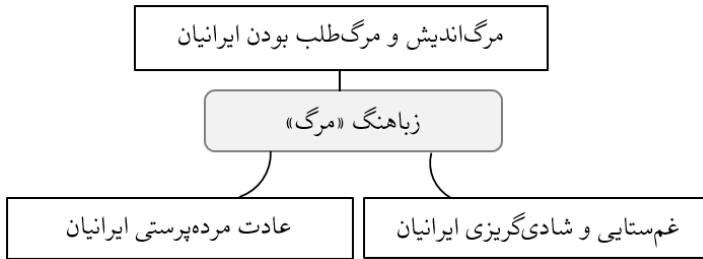
برخی بر این باورند که شوربختانه «شادی» گم‌شده ایرانیان و واژه غریب این دیار به شمار می‌رود. گفته می‌شود ایرانیان نه تنها مردمانی اخمو و شادی‌گریز هستند که شادمانه زیستن را به‌دست فراموشی سپرده‌اند، بلکه دل‌بستگی عجیبی به گریستن و سوگواری دارند. آمارهای جهانی نظیر شبکه راه‌حل‌های توسعه پایدار (SDSN)^۱ نیز بر ناشادبودن و شادی‌گریزی ایرانیان صحنه می‌گذارند. براساس این آمارها، در سال ۲۰۱۷، کشور ایران در رتبه‌بندی شادی، در ردیف‌های پایانی جدول شادی بوده و در زمره کشورهای غمگین دنیا قرار می‌گیرد. همچنین گزارش‌ها حاکی از آن است که میزان شادی‌گریزی ایرانیان در سال‌های اخیر، سیر صعودی داشته و در نتیجه، استقبال ایرانیان از غم و اندوه بیشتر شده است. در نمودار زیر، جایگاه ایران از نظر شاخص شادی در مقایسه با سایر کشورها مشخص شده است.



برگرفته از: (Minkov, 2011: 83)

در یافتن دلایل احتمالی قرابت بیشتر مردمان این سرزمین با غم و اندوه، برخی این گمانه-زنی را مطرح می‌کنند که این مسئله از پیشینه تاریخی برخوردار بوده و پیشینیان این سرزمین را مردمانی غمگین تشکیل می‌دادند. گفتنی است که عده‌ای نیز با استناد به جشن‌های متعدد تاریخی نظیر جشن مهرگان، جشن آبانگان، جشن نوروز و ... که نشان از وجود نشاط و شادی میان ایرانیان دارد، فرضیه وجود پیشینه تاریخی برای غم‌ستایی و شادی‌گریزی مردمان ایران زمین را رد می‌کنند. با این وجود، در توضیح دلایل احتمالی وجود گرایش به غم و اندوه در میان ایرانیان، شاید بتوان عواملی چون مذهب، فرهنگ سخت‌گیری و تلاش، سلامت ذهنی پایین را در کنار دلایل تاریخی مطرح نمود.

براساس آنچه گفته شد، می‌توان دلایل فرهنگی نهفته در پس کاربرد گسترده قطعه زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن را در نمودار زیر به صورت خلاصه ارائه کرد:



نمودار ۱. ابعاد اجتماعی زباهنگ «مرگ»

بررسی تعاریف مرتبط با زبان و فرهنگ، گویای رابطه تنگاتنگ میان این دو مفهوم و درواقع هم‌پوشی زبان و فرهنگ است (رستم‌بیک تفرشی و رضانی واسو کلائی، ۱۳۹۱: ۳۱). به بیان دیگر، زبان محصول تعاملات فرهنگی است و فرهنگ‌های مختلف، با تولید زبان‌های متفاوت، جهان را به اشکال مختلف درک می‌نمایند. زبان و فرهنگ چنان در هم تنیده‌اند که مطالعه زبان، جدا از اجتماع و در انزوا، کاری است بس عبث و بیهوده (صیادی‌نژاد، ۱۳۹۵: ۲۲۱). در این راستا، ویگوتسکی^۱ (۱۹۷۸) نیز بر این باور است که رابطه مستقیمی میان فرد و جامعه وجود دارد. او معتقد است فرد در تعامل با اجتماع به درک کامل رسیده و شخصیتش شکل می‌گیرد. از سوی دیگر، تعاملات اجتماعی نه تنها هویت افراد، بلکه فرهنگ جامعه را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهند (Nieto, 2010). بنابراین، با در نظر گرفتن رابطه متقابل زبان و فرهنگ و نیز نقش فرهنگ در تجلی نحوه تفکر افراد یک جامعه و نظر به این حقیقت که زبان تجلی‌گاه فرهنگ مردم یک جامعه است، می‌توان گفت، مطالعه برخی از گونه‌های زبانی که تعداد زیادی از افراد جامعه آن را به کار می‌بندند، می‌تواند محل مناسبی برای مطالعه و واکاوی فرهنگ افراد آن جامعه باشد (پیش‌قدم، ۱۳۹۱)؛ درواقع، از طریق فرهنگ‌کاوی زبان، می‌توان از نظام فکری و فرهنگی افراد یک جامعه آگاهی حاصل نمود؛ زیرا مطالعه اصطلاحات و گونه‌های زبانی، دریچه‌ای رو به باورهای فکری آن فرهنگ می‌گشاید (پیش‌قدم و عطاران، ۱۳۹۲). بر این اساس می‌توان گفت، یکی از حوزه‌هایی که می‌تواند سرنخ‌های ارزشمندی از فرهنگ حاکم بر جامعه به دست دهد، واژه‌های ارزشی آن زبان است. این واژه‌ها که در تعاملات اجتماعی از سوی جامعه به فرد یا بالعکس القاء می‌شوند، می‌توانند تأثیر بسزایی بر شکل‌گیری فرهنگ آن جامعه داشته باشند (پیش‌قدم و نوروز کرمانشاهی، ۱۳۹۴).

1. Vygotsky, L.

بر پایه آنچه گفته شد، جستار حاضر کوششی در جهت یافتن یکی از زبانه‌گ‌های حاکم در جامعه فارسی‌زبان و در نهایت روشن ساختن وجوهی از فرهنگ غالب در کشور ایران است. به این علت که «مرگ» یکی از مفاهیم عجین‌شده در زبان فارسی است، این پژوهش درصدد آن است تا با واکاوی قطعۀ زبانی «مرگ» و عبارات وابسته به آن به‌عنوان یکی از حوزه‌های ارزشی زبان و فرهنگ فارسی، درک بهتری از این فرهنگ به‌دست دهد. بنابراین، با در نظر گرفتن اهمیت نقش زبانه‌گ‌ها در به تصویر کشیدن نمای فرهنگی هر کشور، به تشریح زبانه‌گ مذکور و عبارات زبانی هم‌معنا با آن با استفاده از مدل هایمز (۱۹۶۷) پرداخته شد. بدین‌صورت که در ابتدا، بخش‌های هشتگانه این مدل به تفکیک در ارتباط با زبانه‌گ مذکور مورد تحلیل و سپس، کاربردهای گفتمانی این زبانه‌گ مورد بررسی دقیق قرار گرفت. بنابراین، می‌توان این پژوهش را کوششی در جهت روشن ساختن کاربردهای گفتمانی قطعۀ زبانی مذکور و کمک به درک و کاربرد این عنصر زبانی توسط فارسی‌زبانان و در نهایت استخراج یکی از زبانه‌گ‌های حاکم بر زبان و فرهنگ فارسی در نظر گرفت.

در پایان، به نظر می‌رسد به انجام رساندن تحقیقات مشابه با تحقیق حاضر، می‌تواند گامی مؤثر در جهت نمایاندن و به تصویر کشیدن ابعاد و جنبه‌های مختلف فرهنگ حاکم در ایران‌زمین باشد. نظر به آن‌که زبانه‌گ «مرگ» و عبارات زبانی هم‌معنا با آن، از جمله مفاهیم عجین‌شده در زبان فارسی هستند که می‌توانند نما و شمای کلی فرهنگ فارسی را به تصویر کشند، پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی، این زبانه‌گ با در نظر گرفتن متغیرهای مختلف اجتماعی نظیر سن، جنسیت، مذهب و ... مورد واکاوی دقیق‌تر قرار گیرد. علاوه‌بر این، به نظر می‌رسد تلاش در جهت یافتن ریشه‌های عمیق عادات مرده‌پرستی، مرگ‌اندیشی و مرگ‌طلبی و نیز غم‌ستایی و شادی‌گریزی ایرانیان از جنبه‌های تاریخی، اجتماعی و روان‌شناختی خالی از لطف نخواهد بود. بنابراین، به جامعه فرهنگ‌شناسان، زبان‌شناسان، مورخان و روان‌شناسان توصیه می‌شود تا از طریق واکاوی دقیق زبان فارسی، ضمن استخراج زبانه‌گ‌ها و فرازبانه‌گ‌های موجود در این فرهنگ، در جهت پاکسازی فرهنگ غنی فارسی از زبانه‌گ‌های ناسالم و آلودگی‌های فرهنگی، اقدامات لازم را بکار بندند.

منابع و مأخذ

- ابوالقاسمی، محسن (۱۳۸۱). *دستور تاریخی*، تهران: سمت.
- پژهان، هدی؛ محمدعلی محمودی و محمدعلی زهرازاده (۱۳۹۵). «بررسی ارتباط مرگ با کلام و گفتمان پسامرگی در پست‌مدرنیسم در روایت‌های داستانی محمدرضا کاتب»، *نقد و نظریه ادبی*، شماره ۱: ۷۸-۵۷.
- پیش‌قدم، رضا و آتنا عطاران (۱۳۹۲). «نگاهی جامعه‌شناختی به کنش گفتاری قسم: مقایسه زبان‌های فارسی و انگلیسی»، *فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه*، شماره ۴۶: ۲۵-۵۰.
- پیش‌قدم، رضا و پریا نوروز کرمانشاهی (۱۳۹۴). «ارتباط میان زبان، مذهب و فرهنگ: تحقیق و تدقیق در کارکردهای لقب حاجی و واژه‌های وابسته در زبان فارسی»، *فصلنامه علمی-پژوهشی زبان پژوهی*، شماره ۲۰: ۵۱-۲۷.
- پیش‌قدم، رضا و فاطمه وحیدنیا (۱۳۹۴). «کاربردهای «دعا» در فیلم‌های فارسی و انگلیسی در پرتو الگوی هایمز»، *جستارهای زبانی- پژوهش‌های زبان و ادبیات تطبیقی*، شماره ۷: ۲۳-۱.
- پیش‌قدم، رضا؛ فاطمه وحیدنیا و آیلین فیروزیان پوراصفهان (۱۳۹۴). «نگاهی جامعه‌شناختی به کنش گفتاری نفرین: مقایسه زبان‌های فارسی و انگلیسی»، *فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه*، شماره ۴۷: ۷۲-۴۵.
- پیش‌قدم، رضا (۱۳۹۱). «معرفی «زباهنگ» به‌عنوان ابزاری تحول‌گرا در فرهنگ‌کاوی زبان»، *فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه (دانشکده ادبیات و علوم انسانی)*، شماره ۴: ۶۲-۴۷.
- پیش‌قدم، رضا و آیدا فیروزیان پوراصفهان (۱۳۹۶). «تأملی جامعه‌شناختی پیرامون کاربردهای گفتمانی «نمی‌دانم» در زبان فارسی در پرتو الگوی هایمز»، *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، شماره ۱۸: ۳۵-۷.
- پیش‌قدم، رضا، آیدا فیروزیان پوراصفهان و سحر طباطبایی فارانی (۱۳۹۶). «واکاوی عبارت «ناز کردن» و ترکیب‌های حاصل از آن در زبان فارسی»، *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، شماره ۱۸: ۹۶-۶۷.
- توان، بهمن؛ جهانی، فرزانه و داود حکمت‌پو (۱۳۹۲). «مفهوم مرگ از دیدگاه دانشگاهیان: یک مطالعه کیفی»، *مجلات تحقیقات کیفی در علوم سلامت*، شماره ۲: ۳۶۵-۳۵۸.
- حافظ شیرازی، شمس‌الدین محمد (۱۳۷۱). *دیوان*. به تصحیح غنی- قزوینی، تهران: انتشارات ققنوس.
- ذوالفقاری، حسن (۱۳۹۴). *باورهای عامیانه مردم ایران*، تهران: نشر چشمه.
- رستم‌بیک تفرشی، آتوسا و احمد رمضانی واسو کلائی (۱۳۹۱). «نقش فرهنگ در آموزش زبان خارجی»، *پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی*، شماره ۱۲: ۳۴-۱۵.

معرفی زبانهنگ مرگ محوری و شادی‌گریزی ... ❖ ۲۰۵

- سعدی شیرازی، شیخ مصلح‌الدین (۱۳۵۹). بوستان سعدی، به تصحیح دکتر غلامحسین یوسفی، تهران: انتشارات خوارزمی.
- سلیمانی، زهرا (۱۳۹۵). «آموزه‌های مرگ‌اندیشی در آثار سعدی»، فصلنامه علمی- پژوهشی زبان و ادب فارسی، شماره ۳۰: ۱۰۴-۹۱.
- صنعتی، محمد (۱۳۸۳). «فاجعه و زیبایی‌شناسی سیاه مرگ‌اندیشی و هنر ایرانی»، ماهنامه کتاب ماه هنر، شماره ۷۵-۷۶: ۱۳-۳.
- صیادی‌نژاد، روح‌الله (۱۳۹۴). «بررسی جایگاه اجتماعی و فرهنگی زن دیروز عرب در ساختارها و لایه‌های صوری زبان عربی»، ادب عربی، شماره ۱: ۲۴۰-۲۲۱.
- ضیاء‌الدینی دشتخاکی، علی (۱۳۹۵). «مردم‌شناسی شاهنامه: پیوندهای برون‌متنی شاهنامه فردوسی با مفهوم مرگ و آئین تدفین در فرهنگ ایرانی»، فصلنامه تخصصی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، شماره ۱: ۱۳۱-۱۱۴.
- عسکرنژاد، منیر (۱۳۴۸). «تحلیل نمادهای ماه در باورهای عامیانه ملل مختلف به استناد ابیاتی از شاعران بزرگ پارسی‌گوی»، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، شماره ۴۱: ۳۲۴-۳۰۹.
- فروغی، حسن و مهناز رضایی (۱۳۹۲). «تصویر مرگ و زندگی در شعر معاصر ایران»، پژوهش ادبیات معاصر جهان، شماره ۱۸: ۱۷۰-۱۵۹.
- قربان‌پور آرانی، حسین؛ عباس زارعی و الهام عربشاهی (۱۳۹۶). «بررسی کارکرد اجتماعی- فرهنگی ماشین‌نگاره‌ها بر اساس مدل قوم‌نگاری زبانی هایمز»، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۱۸: ۲۰۰-۱۷۷.
- کریمی، نجیبه و محبوبه فهیم کلام (۱۳۹۵). «تحلیل نمادهای مرگ در اشعار شارل بودلر»، فصلنامه زیبایی‌شناسی ادبی، شماره ۱۴: ۱۸۶-۱۶۷.

- Agha Golzadeh, F., & Pourebrahim, S. P. (2013). Death metaphor in religious texts: a cognitive semantics approach. *The International Journal of Humanities*, 20(4), 61-78.
- Bauman, R. (2000). Genre. *Journal of linguistics Anthropology*, 9(1), 84-87.
- Hymes, D. (1967). Models of interaction of language and social setting. *Journal of Social Issues*, 33(2), 8-28.
- Keith, K. D. (2011). Introduction to cross-cultural psychology. In K.D. Keith (Ed.), *Cross-cultural psychology: Contemporary themes and perspectives* (pp. 3-19). UK: Wiley-Blackwell.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Minkov, M. (2011). *Cultural Differences in a Globalizing World*. Emerald Group Publishing.
- Nieto, S. (2010). *Language, culture and teaching*. (2nd ed.). London: Routledge.
- Richards, J. C., & Schmitt, R. (2002). *Longman dictionary of language teaching and applied linguistics* (3rd ed.). London: Pearson Education.
- Saville-Troike, M. (1982). *The ethnography of communication: An introduction*. Oxford: Basil Blackwell.

- Vygotsky, L. (1978). **Mind in society**. US: Presidents and Fellows of Harvard College.
- Wardhaugh, R. (2010). **An introduction to sociolinguistics** (6th Ed.). New York, Wiley: Wiley-Blackwell.
- Yin, R. K. (2010). **Qualitative research from start to finish**. New York: The Guilford Press.
- Goffman, E. (1971). **Relations in public**. New York: Harper and Row.

پیوندسازی ژانری، امر هنجارمند و هنجارگریز فرهنگی در سینمای کمدی ایران (موردکاوی فیلم‌های پرفروش کمدی در بازه زمانی ۱۳۶۲-۱۳۹۲)

سیدعلی روحانی^۱، وحیداله موسوی^۲

چکیده

این پژوهش به بررسی ابعاد زیبایی‌شناسی و فرهنگی ژانر کمدی در بازه زمانی (۱۳۶۲-۱۳۹۲) می‌پردازد. با استفاده از ابزارهای تحلیلی نظریه ژانر و با توجه به متغیرهای تقاطع‌های هنجارگریز (لذت ژانری) و هنجارمند (ارزش‌های فرهنگی) و وضعیت پیوندی به تحلیل پرفروش‌ترین نمونه‌های آماری کمدی در سینمای ایران پرداخته می‌شود. داده‌ها از طریق مطالعه اسنادی، کتابخانه‌ای و مشاهده‌ای گردآوری شده‌اند و با رویکرد توصیفی - تحلیلی، رابطه بین تقاطع‌های ژانری و وضعیت پیوندی در هر یک از نمونه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. از یک‌سو، نمونه‌های آماری مورد بررسی از قابلیت پیوندی شدن ژانر کمدی با ژانرهای گوناگون حکایت می‌کنند و بر روندمحوری این ژانر صحنه می‌گذارند. از سوی دیگر، ژانرهای الحاق شده محملی برای هنجارگریزهای ژانری فراهم می‌کنند. هرچه تنش بین امر هنجارمند و هنجارگریز بیشتر است، تأثیر ژانری نیز افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی

ژانر کمدی، پیوندسازی، امر هنجارمند فرهنگی، امر هنجارگریز، سینمای ایران

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۷/۰۶

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۳۰

۱. دانشیار و هیات علمی گروه سینما، دانشکده سینما و تئاتر دانشگاه هنر (نویسنده مسئول)

alirouhani1@yahoo.com

vmoosavi@yahoo.com

۲. استادیار و هیات علمی دانشگاه صداوسیما

مقدمه

ریچارد مالتبی^۱ در (دسته‌بندی هشت‌گانه‌اش) و استیو نیل^۲ (در دسته‌بندی شانزده‌گانه‌اش از ژانرها) کم‌دی را در اولین گروه اصلی و در کنار ژانرهای ملودرام، وسترن و جنگی جای می‌دهند. از دیدگاه ریک آلتمن^۳ همه ژانرها انشعابی از کم‌دی و ملودرام‌اند. استیو نیل انتشار کتاب‌های فراوان درباره کم‌دی در سال‌های اخیر را نشانه‌ای از اهمیت باز یافته این ژانر نزد منتقدان، نگره‌پردازان و تاریخ‌نگاران می‌داند. ژانر کم‌دی «از منظر کمال زیبایی‌شناختی، تبیین خود و ارزش مستقیم یا غیرمستقیم اجتماعی و فرهنگی» اهمیت بسیاری دارد (Neale, 2000: 59). قطعاً چند لایه بودن ژانر کم‌دی باعث می‌شود که در فرم‌ها و ساحت‌ها و ژانرهای گوناگونی حلول کند (از شوخی‌ها و روایت‌های پیرنگ‌دار گرفته تا اسلپ‌استیک، فارس، هزل، پاردی، فیلم‌های کوتاه، کارتون و بلند)، قراردادهای تعیین‌کننده‌ای داشته باشد (تولید خنده، پایان خوش و نمایش زندگی روزمره) و بتواند با سایر ژانرها ترکیب شود یا از هر ژانر و فرمی پارودی بسازد.

هدف این پژوهش بررسی ژانر کم‌دی ایران با توجه به راهکار پیوندسازی و تقاطع‌های ژانری است. با استفاده از نظریه ژانر به ابعاد زیبایی‌شناختی فیلم‌های عامه‌پسند کم‌دی که در صدر جداول سالانه فروش جای داشته‌اند پرداخته می‌شود تا شکل‌گیری امر هنجارگریز و هنجارمند فرهنگی مورد بررسی قرار بگیرند. در این پژوهش از پرداختن به آثاری نظیر گلنار (۱۳۶۸)، دزد عروسک‌ها (۱۳۶۹)، کلاه قرمزی و پسرخاله (۱۳۷۳)، کلاه قرمزی و سروناز (۱۳۸۱) و کلاه قرمزی و بچه ننه (۱۳۹۱) که در فهرست پرفروش‌ترین فیلم‌های کم‌دی جای دارند، صرف‌نظر شده است. چراکه نویسندگان مقاله بر این باورند که این فیلم‌ها به دلیل مخاطبان عمدتاً سنی خاص و نیز سازوکارهای متفاوت برای استفاده از (زیر) ژانرهایی نظیر موزیکال، فانتزی و فیلم کودکان کارکردهای متفاوتی دارند و به صورت مستقل باید مورد بررسی قرار بگیرند.

پرسش‌های پژوهش

- چگونه در پرفروش‌ترین آثار کم‌دی سینمای ایران تقاطع‌های ژانری از طریق امر هنجارگریز (امر ضد فرهنگی) و هنجارمند (امر فرهنگی) شکل می‌گیرد؟
- چه رابطه‌ای بین شکل‌گیری تقاطع‌های ژانری و راهکار پیوندسازی در آثار کم‌دی مورد بررسی وجود دارد؟

1. Richard Maltby
2. Steve Neale
3. Rick Altman

مبانی نظری

توماس شاتز^۱ در مقدمه ژانرهای هالیوودی: فرمول‌ها، فیلمسازی و نظام استودیویی (۱۹۸۱) به صراحت اعلام می‌کند که «رویکرد ژانر موثرترین ابزار برای درک، تحلیل و ارزیابی سینمای هالیوود است» (Schatz, 1981, vii). تداوم تولیدات ژانری حاکی از نظام‌مندی در ماهیت تولید و مصرف است. رویکرد ژانر ابعاد فرمی و زیبایی‌شناسی فیلمسازی داستانی و سایر ابعاد فرهنگی را لحاظ می‌کند و تولید فیلم را به مثابه روند پویای تبادل بین صنعت فیلم و مخاطبش می‌بیند. به عبارت دیگر ژانر «مجموعه قواعد مشترکی است که این امکان را برای فیلمساز فراهم می‌کند تا فرمول‌های ارتباطی تثبیت‌شده را بکار بگیرد و بیننده نیز نظام خاص انتظارات خود را سامان دهد» (Casetti, 1999: 271).

تقاطع‌های ژانری

با استفاده از نظریه تقاطع ژانری آلتمن می‌توان نقش بیننده، نظام انتظارات، ساختار ژانری و ارتباطش با جامعه را توضیح داد. بر اساس این نظریه، هر فیلم تقاطع‌های مختلفی دارد که با هم در تعارض‌اند و «هر یک لذت متفاوتی برای تماشاگران به ارمغان می‌آورد.» (Altman, 145: 2000) لذت مستمر تماشاگران از مذاکره با تقاطع‌های هنجارگریز (لذت ژانری) و هنجارمند (ارزش‌های فرهنگی) حاصل می‌شود. تماشاگر از یک‌سو بر اساس معیار فرهنگ و از سوی دیگر بر اساس معیار ژانری متضاد با هنجارهای فرهنگی داوری می‌کند تا نوعی همدستی ضدفرهنگی تماشاگر شکل بگیرد. بنابراین ورود به ژانر برابر است با تجربه تضادهای فرهنگی و رهایی از محدودیت‌های جهان واقعی. امر هنجارگریز شامل رفتارهای غیرمتعارف، مخاطره‌ها، کارهای خلاف هنجار، تصادفات، کمین‌ها، جنگ‌ها، فجایع، مقاومت در برابر منطق و پیشرفت جامعه مدرن و به‌طور کلی تابوهاست. امر هنجارمند شامل احیاء نظم، اثبات بیگناهی متهم، آزادی گروگان‌ها، کشته شدن یا دستگیری خبیث یا هیولا و غیره است. هرچه قدرت امر هنجارگریز (فعالیت‌های ضدفرهنگی) بیشتر باشد، لذت بازگشت به معیارهای اجتماعی یا امنیت نیز بیشتر است. بنابراین لذت ژانری ناشی از تضعیف شالوده‌های فرهنگی محدودکننده فرد یا انکار ارزش‌های فرهنگی است. هرچند اصولاً نباید انتظار داشت که «همه تماشاگران فراخوان تقاطع‌های ژانرهای مشخص را بپذیرند و یا به رسمیت بشناسند، اما آن‌هایی که به‌طور ضمنی در هر تقاطع سهیم می‌شوند معیارهایی ژانری و فرهنگی را فعال می‌کنند» (Ibid, 152) در واقع، آلتمن به نوعی به اصل واقع‌نمایی ژانری^۲ مورد

1. Thomas Schatz

2. Generic Verisimilitude

نظر استیو نیل اشاره می‌کند. نیل با استناد به تودورف^۱ مفهوم واقع‌نمایی در درک ژانر و پرسش‌هایی ناشی از کارکردهای اجتماعی و فرهنگی ژانرها را مساله‌ای محوری می‌داند. رژیم‌های متنوع واقع‌نمایی یا نظام‌ها و فرم‌های باورپذیر و محتمل با قواعد و هنجارها و قوانین خاص، ابزاری برای شناخت و درک و پیش‌بینی به تماشاگران می‌دهند تا سازمان‌های فیلم را درک کنند. رژیم‌های ژانری واقع‌نمایی می‌توانند نوع دوم واقع‌نمایی (فرهنگی و اجتماعی) را نادیده بگیرند، زیرپا بگذارند، مرز شکنی کنند و در برابر هنجارهای جامعه بایستند.

نظام کلی حاکم بر تقاطع‌های ژانری محل منازعه مرز شکنی‌های فرهنگی و ارزش‌های فرهنگی است و البته در نهایت بازی به نفع هنجارها به اتمام می‌رسد. «در نُه‌دهم هر فیلم، تقاطع‌ها به مسیر ژانری و لذت مشابه‌ای منجر می‌شود اما در نهایت هر ژانر لذت ژانری را وامی‌نهد و به حریف فرهنگی تسلیم می‌شود.» (Ibid, 154) معیارهای فرهنگی یک نوع واژگونی خلاف معمول را دیکته می‌کنند. لذت ژانری جایگزینی برای هنجارهای فرهنگی و رها از محدودیت‌های دنیای واقعی است. در زمینه‌ای که خود فرهنگ ایجاد کرده، ژانر محملی برای فعالیت‌های ضد فرهنگی است ولی در نهایت بازگشت به هنجارهای فرهنگی است. بنابراین تماشاگران ژانری از شدت و حدت فزاینده بین لذت ژانری و تحریم‌ها ممنوعیت‌های فرهنگی و محدودکننده آن لذت ارضاء می‌شوند. تنش بین این دو، سازمانیه مهمی در ژانرهاست.

پیوندسازی ژانری

پیوندسازی^۲ یا حالت چندرگه ژانرها ناشی از قابلیت تطبیق‌پذیری مخازن ژانری است. «اعضای یک رده‌بندی ژانری امکان‌های خویشاوندی متعددی با هم و همچنین با اعضای سایر رده‌ها دارند.» (Neale, 2000: 207) این حالت‌های پیوندی موید انعطاف‌پذیری ژانرها و گذر از مرزهایشان است. از نگاه کینگ هویت چندگانه و متداخل فیلم‌های هالیوود باعث می‌شود که «در یک مقوله معین و مشخص و واحد» جای نگیرند» (کینگ، ۱۳۸۶: ۹۵). بنابراین ژانرها محصولاتی ناب و کلاسیک نیستند، هرچند رژیم‌هایی ژانری شکل می‌دهند، خودشان نیز از طریق وام‌گیری‌ها و همپوشانی‌ها با هم تغییر می‌کنند، گسترش می‌یابند و متنوع می‌شوند. بنابراین برخلاف نظریاتی که تلفیق ژانرها را مشخصه دوره پسامدرنیسم می‌داند، حالت پیوندی امر تازه‌ای در هالیوود نیست. از نظر بوردول و تامسون «فیلم کلاسیک دست کم دو خط کنش دارد، هر دو به لحاظ سببی گروه یکسانی از کاراکترها را به هم ربط می‌دهند، تقریباً

1. Todorov
2. Hybridization

بدون استثنا، یکی از این خطوط کنش شامل عشق رمانتیک دگرجنس خواهانه است» (Bordwell, Staiger Thompson, 1985: 16) سوای این نکته، از نظر نیل «ژانرهای به ظاهر ناب و پایدار، در درون و خارج از سینما، در ابتدا از ترکیب سازمایه‌هایی از ژانرهای قبلاً جدا در درون یا بیرون از رژیم‌های ژانری خاص بالیده‌اند» (Neale, 2012: 172). بنابراین هر ژانر به‌خودی‌خود پیوندی از ژانرهای دیگر در رسانه‌های گوناگون است. نکته مهم اینکه درآمیزی و حالت چندرگه ژانرها به معنای مخدوش شدن معیارها برای تمایزگذاری نیست. فیلم‌ها می‌توانند پیوندی باشند و درعین‌حال تمایزشان را از ژانرهای تشکیل‌دهنده‌شان حفظ کنند. از نگاه بردول و تامسون «اگرچه نمی‌توانیم توصیفی واحد از یک ژانر را که برای همه زمان‌ها کاربرد داشته باشد مجزا کنیم، می‌توانیم در هر لحظه‌ای در تاریخ فیلم، فیلمسازان، منتقدان، و مخاطبان اجماعی درباره ژانرهای موجود را شناسایی کنیم» (Bordwell, Thompson, 2013: 337). بنابراین با توجه به این نظرات باید تصور از ژانرها به‌عنوان محصولاتی ناب و کلاسیک را به پرسش گرفت و ماهیت ایستا و راکدی برای آن متصور نشد. از نظر نیل «هر فیلم ژانر تازه‌ای، افزوده‌ای بر پیکره ژانری است و شامل گزیده‌ای از مخازن سازمایه‌های ژانری قابل دسترس در هر برهه زمانی است... خود را به صورت تعامل بین سه سطح انتظارات، پیکره ژانری و قواعد یا هنجارهای حاکم بر هر دو نشان می‌دهد» (Neale, 2012, 189). در این روند محوری برخی عناصر کنار می‌روند و برخی هم افزوده می‌شوند. به همین دلیل «سازمایه‌ها و قراردادهای یک ژانر همیشه در بازی‌اند، صرفاً از نو اجرا نمی‌شوند و هر پیکره ژانری همیشه در حال گسترش است» (Ibid). این دیدگاه به شکلی در راستای الگوی پیشنهادی آلتمن مبتنی بر رویکرد نحوی / معنایی^۱ است. عناصر معنایی شبیه کلمه‌هایند و اجزای سازنده ژانر نظیر ویژگی‌ها، نگرش‌ها، شخصیت‌ها، نماها و لوکیشن‌ها یا مجموعه‌های مشترک را دربرمی‌گیرند. عناصر نحوی شبیه طرز جای‌گیری کلمه‌ها در جمله‌ها و به‌طور کلی ساختارهای سامان‌دهنده این اجزای سازنده‌اند. از نظر آلتمن «ژانرها یا مجموعه‌ای نسبتاً پایه از معلوم‌های معنایی‌اند که از طریق تجربه‌ای نحوی به یک نحو منسجم و بادوام می‌رسند، یا یک نحو موجودند که مجموعه‌ای جدید از عناصر معنایی را اخذ می‌کنند» (Ibid, 221-222). می‌توان با بهره‌گیری از این نظرات میزان تغییرات نمونه‌های آماری در این پژوهش را با توجه به وضعیت پیوندی‌شان با سایر ژانرها بررسی کرد.

روش پژوهش

در این پژوهش با استفاده از نظریه ژانر و با روش اسنادی و مشاهده‌ای و رویکرد توصیفی-تحلیلی، به پر فروش‌ترین آثار سالانه کمدی در بازه زمانی ۱۳۶۲-۱۳۹۲ در ایران پرداخته می‌شود. نمونه‌ها به ترتیب عبارتند از: اجاره‌نشین‌ها (۱۳۶۶)، دیگه چه خبر؟ (۱۳۷۱)، هنرپیشه (۱۳۷۲)، آدم برفی (۱۳۷۶)، مرد عوضی (۱۳۷۷)، توکیو بدون توقف (۱۳۸۲)، مارمولک (۱۳۸۳)، مکس (۱۳۸۴)، اخراجی‌های ۱ (۱۳۸۶)، چارچنگولی (۱۳۸۷)، اخراجی‌های ۲ (۱۳۸۸) و ورود آقایان ممنوع (۱۳۹۰).

یافته‌های پژوهش

اگر در دهه ۱۳۶۰ فیلم‌هایی نظیر جعفرخان از فرنگ برگشته (۱۳۶۶) به اتهام عدم موضع‌گیری شفاف در قبال سنت و مدرنیته مورد جرح و تعدیل قرار گرفتند تا در نهایت نسخه‌ای مبتنی بر نکوهش مدرنیته در مقابل سنت حاصل شود، با تصمیم بنیاد فارابی در ۱۳۶۵ مبنی بر «ایجاد نظام‌های حمایتی، پالایش نیروی انسانی، اعتبار دادن به تعهد و تخصص، منزلت نیروی انسانی تولیدکننده، گسترش میدان سوژه‌ها و مضامین فیلم‌ها»، امکان ساخت اجاره‌نشین‌ها (۱۳۶۶) فراهم شد. (ماهانامه فیلم، شماره ۸۸: ۴۲-۴۱) امر هنجارگریز در این فیلم از صورت‌بندی دوباره مواجهه سنت و مدرنیته حاصل شده است. به عبارت دیگر هنجارگریزی فیلم ناشی از طرح نانموده‌ها (ابعاد منفی و ظاهراً مقبول طبقه متوسط نوظهور در جامعه) است. حضور تیپ‌های گوناگون اجتماعی (سنتی و مدرن) در یک آپارتمان (از ملزومات زندگی مدرن) ترکیب ناهمگون عناصر سنتی و مدرن را رقم می‌زند تا با هجو سنت‌های رفتاری ساکنان موقعیت‌هایی گروتسک و ابزورد شکل بگیرد و حتی خوانش‌هایی تمثیلی از فیلم امکان‌پذیر شود. از سوی دیگر با پایان‌بندی فیلم و ورود امداد غیبی^۱ (ورود ماموران و مطرح کردن تبصره املاک به جا مانده از فراریان) و تغییر غیرمنتظره پیرنگ نوعی هنجارمندی شکل می‌گیرد تا جهان پرهرج و مرج و ابزورد ترسیم‌شده به نوعی هنجارمندی یا بازگشت به نظم (هرچند موقتی) تن بدهد. امر هنجارگریز و هنجارمند در قالب چندین ژانر صورت‌بندی شده‌اند. از یک‌سو از ژانر کمدی به‌عنوان قالب کلی فیلم استفاده شده است، به‌ویژه از فیلم‌های کمدی موسوم به «احاله به محال» که «یک اشتباه ساده انسانی یا مساله‌ای اجتماعی زیر ذره‌بین بزرگ می‌شود، کنش به هرج و مرج و مسأله اجتماعی به بی‌منطق بودن تنزل می‌یابد» (مست، ۱۳۶۸: ۲۰۷). از سوی دیگر فیلم از ساختارهای ژانرهای مشکل

1. Deus ex Machina

اجتماعی^۱ و وحشت نیز استفاده می‌کند. اگرچه استفاده از ژانر وحشت به شکلی پاردی‌گونه و تلفیقی و مصداق فیلم‌های نشاندار شده ژانری^۲ است که خودآگاهانه به «شناخت ژانرها از طرف مخاطب» اشاره دارد. (Neale, 2000: 25) شیوه نورپردازی شبانه، سایه‌های کشیده، موسیقی دلهره‌آور و آپارتمان در حال اضمحلال و خطرناک جزو ساختارهای فیلم وحشت‌اند. پرداختن به مسائل روز جامعه نظیر مشکل مسکن، آپارتمان‌نشینی، روحیه دلال‌صفتی و لمپنیسم، بی‌توجهی به اخلاقیات و آداب و سنت‌ها، معماری وارداتی و ناهمگونی معماری معاصر، نظام آموزشی دانشگاه و بوروکراسی اداری نشان از ژانر مشکل اجتماعی دارند. بنابراین ساختار نحوی مستحکم ژانر کمدی میزبانی برای ساختارهای معنایی ژانر مشکل اجتماعی است تا نگرش‌های انتقادی اجتماعی به شکلی مستور و ضمنی بروز پیدا کنند. تقاطع‌های ژانری تماشاگر یا مواجهه امر هنجارگریز و هنجارمند ناشی از همین راهکار پیوندسازی است تا تعارضات اخلاقی و کشمکش‌های نهفته طبقه متوسط را بیان کنند. بنابراین فیلم از یکسو از ژانر کمدی برای به سخره گرفتن عرف و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی بهره می‌برد تا تماشاگر به حماقت‌های بشری بخندد، از سوی دیگر در پیوند با ژانرهای مشکل اجتماعی و وحشت لایه‌های معنایی عمیق‌تری عرضه می‌کند.

دیگه چه خبر؟ (۱۳۷۱) در راستای تحولات فرهنگی و سیاسی کشور در دوران پساجنگ قرار می‌گیرد که تلاش شد بستری برای وصول برخی مطالبات مسکوت جامعه دهه ۱۳۶۰ فراهم شود و برخی انتظارات گروه‌های گوناگون دانشگاهیان، دانشجویان، جوانان و زنان انعکاس یابد. امر هنجارگریز در این فیلم ناشی از حضور قهرمانی مؤنث با ذهنیتی خاص، و متمایز از حضور نامحسوس زن در سینمای کمدی دهه ۱۳۶۰ با نقش‌هایی قالبی و معین است. دیدگاه نقادانه قهرمان فیلم نسبت به نگرش مردسالارانه که در نهادهای گوناگون جامعه نظیر خانواده، دانشگاه، محل کار و غیره تبلور یافته است، تاکید او بر حقوق زنان، جامعه چندصدایی، تحمل مخالف، تساهل و تسامح، پرهیز از فشار و خشونت و همچنین گریزهای فانتزیک او برای تجربه‌هایی که در شرایط رئالیستی امکان‌پذیر نیستند، کلام‌ها و تصاویر کنایی از تقابل نسل جدید و نسل قدیم، همگی موید نانموده‌ها و هنجارگریزی‌هایی خلاقانه‌اند.

۱. Social Problem Genre، استیو نیل این ژانر را ذیل آخرین دسته شش‌تایی ژانری جای می‌دهد و از آن به عنوان فیلم‌هایی با برجسب‌های جامعه‌شناسانه، پیامدار و تفکربرانگیز نام می‌برد. به گفته رافمن و پردی «ترکیبی از تحلیل اجتماعی و کشمکش دراماتیکی در چارچوب ساختار روایی منسجم است.» (Neale, 2000: 105)

قهرمان مؤنث فیلم در تلاش برای کسب هویتی متمایز با توسل به رویاها و تصوراتش، موقعیت‌ها، نگرش‌های متداول و ریاکارانه و اعمال متناقض تیپ‌های مختلف جامعه را به چالش می‌کشد. این هنجارگریزی‌ها نهایتاً با ازدواج قهرمان مؤنث و تشکیل یک خانواده هسته‌ای تعدیل می‌شود و امر هنجارمند شکل می‌گیرد.

فیلم دیگه چه خبر؟ (۱۳۷۱) پیوندی از کمدی رمانتیک و فیلم زنان^۱ است (ساختارهای نحوی و معنایی ژانر تریلر نیز در بخش‌هایی از فیلم در خدمت فانتزی‌های زنانه قرار می‌گیرد). فیلم با وام‌گیری ساختار معنایی فیلم زنان (تصویر زنان، دغدغه‌ها و جایگاه اجتماعی‌شان) و تلفیق آن با ژانر کمدی، با مسائل روز جامعه و زنان روبرو می‌شود. همان‌گونه که هیجان‌گرایی ژانر تریلر در فانتزی‌های دخترانه راهی برای خلق جهانی پرتنش‌تر و جذاب‌تر و گریز از روزمرگی‌ها و زندگی قالبی است. قهرمان فیلم با توسل به فانتزی‌هایی دخترانه مخاطب را وامی‌دارد تا به تناقض‌ها و کاستی‌های یک زندگی روزمره و ازپیش‌تعیین‌شده پی ببرد و در نتیجه به اداری فراتر از امور ممکن دست یابد. بنابراین فانتزی در خدمت نمایشی کردن و بیان محدودیت‌ها یا امور هنجارمند است تا جهانی هرچند موقتی از هیجان و هنجارگرایی ایجاد شود که در تعارض با باورها و نقش‌های قالبی مد نظر نهادهای قدرت است. کمدی نیز راهکاری برای به‌سخره‌گرفتن مستقیم‌تر همان جهان روزمره و بی‌کشمکش است. بنابراین، واقع‌نمایی ژانری در تقابل با واقع‌نمایی بیرونی، تقاطع‌های ژانری مخاطب و شخصیت را شکل می‌دهد.

هنرپیشه (۱۳۷۲) دربارهٔ یک هنرپیشه فیلم‌های کمدی به نام اکبر عبدی، با بازی اکبر عبدی واقعی بازیگر فیلم‌های کمدی در سینمای ایران است، که عقیم بودن زندگی او و همسرش «عقیم بودن شرایط جامعه و رسالت هنرمند در برابر آن» را انعکاس می‌دهد. (بهارلو، ۱۳۷۹: ۴۸۴) تقاطع ژانری فیلم از تقابل بین تصورات مخاطب از پرسونای همیشگی هنرپیشه اصلی فیلم و پرسونای به‌ظاهر عریان او در این فیلم شکل می‌گیرد. فیلم از یک سو عقیم بودن هنرپیشه را به جهان پیرامون او منتسب می‌کند که به دلیل پرسونای شکل گرفته‌اش در نزد مخاطب و صنعت سینما مانعی برای حضور او در آثار روشنفکرانه یا هنری است. از سوی دیگر عقیم بودن زندگی او به نازایی همسرش مرتبط می‌شود. بنابراین فیلم در دو قطب انتقاد از جهان پیرامون یا موقعیت‌ها و شرایط جامعه، و فروکاستن این مشکلات به

۱. از دیدگاه جی. بسینجر فیلم زنان فیلمی است که «در محور عالمش یک زن است که سعی می‌کند با مشکلاتی عاطفی، روانی و اجتماعی سروکله بزند که به‌طور خاص با واقعیت زن بودنش مرتبط است»

حیطه خانواده در نوسان است. امر هنجارگریز از امکان چشم‌چرانی مخاطب در حریم‌های شخصی و نانموده آشفته و ازهم‌گسیخته هنرپیشه شکل می‌گیرد که در نهایت از طریق راهکارهایی نظیر حل مشکل بی‌فرزندی او و همسرش (راهکاری کلیشه‌ای در ملودرام‌های خانوادگی در دهه ۱۳۶۰) نوعی هنجارمندی شکل می‌گیرد.

این فیلم پیوند کم‌دی سیاه و ملودرام خانوادگی است. کم‌دی سیاه برخلاف کم‌دی پوپولیستی یا «فانتزی حسن نیت» عمل می‌کند که اراده برتر انسان معمولی مورد تهدید افرادی خبیث قرار می‌گیرد و امید، خانواده، ارزش‌های خانوادگی و سنتی و ایثار شخصی برای آرمان مطلوب تکریم می‌شود. کم‌دی سیاه (یا ضدکم‌دی) «مکانیسمی دفاعی در برابر اجتناب‌ناپذیری مرگ است» (Grant, 2007b: 357) پوچی زندگی و حضور فراگیر مرگ، تصادف و استیصال کاراکترها را نمایان می‌کند. بنابراین مواجهه امر هنجارگریز و هنجارمند در قالب زیر ژانر کم‌دی سیاه و ژانر ملودرام شکل می‌گیرد تا از یکسو تصورات و پیش‌فرض‌های مخاطبان از زندگی ظاهراً آرمانی هنرپیشه‌های سینما مخدوش شود و از سوی دیگر امر هنجارمند شکل بگیرد.

آدم برفی (۱۳۷۶) مضامینی نظیر زن‌پوشی مرد، تغییر هویت، شباهیل‌های جاهلی و موسیقی عامه‌پسند را از سینمای دوره پهلوی وام می‌گیرد تا امر ضدفرهنگی نیرومندی در برابر امر فرهنگی «بازگشت به خویشتن» ایجاد کند. در ساختار دوگانه فیلم، امر هنجارگریز و ضدفرهنگ آنچنان مرز شکن و کنج‌کاو برانگیز بود که به توقیف و بعدها به استقبال شدید از آن منجر شد. نهایتاً هنجارگریزی‌های فیلم با بازگشت به خویشتن فرد بدل‌پوش و همراه شدن با همسر آینده (که به صورت زنی پاکدامن ترسیم می‌شود) و بازگشت او به وطن هنجارمند می‌شود. آدم برفی هوشمندانه از هنجارشکنی‌های ضدفرهنگی بهره می‌برد تا در نهایت بر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و هژمونیک صحنه بگذارد. فیلم به دلیل عرضه تصویری دوقطبی و ناتوالیستی از «دیگری» در تضاد با تحولات نیمه دوم دهه هفتاد است، اما به دلیل لذت ژانری ناشی از تکانه ضدفرهنگی مورد استقبال مخاطبان قرار می‌گیرد. بنابراین آدم برفی (۱۳۷۳) حلقه اتصال دو دوره مختلف فرهنگی و اجتماعی در ایران است و با موقعیت دوگانه‌اش نشانگر نظام تولید و نمایش در دو برهه مختلف است. از یک‌سو فیلم به دلیل خط‌مشی‌های سخت‌گیرانه سینمایی از ۱۳۷۲ تا ۱۳۷۶ به نمایش درنیامد، اما به دنبال سیاست‌های سینمایی متحول‌شده از ۱۳۷۶ امکان نمایش یافت.

فیلم تلفیقی از ژانرهای کم‌دی، مشکل اجتماعی و خلافاکاری (کلاه مخملی‌ها) است. ویژگی ماهوی ژانر کم‌دی برای نمایش هنجارشکنی‌های فرهنگی پذیرای مسائل متنوع مشکل اجتماعی نظیر پرسش‌گری درباره مساله مهاجرت به خارج از کشور، هویت ایرانی، هویت

فردی و جمعی، زنانگی، مردانگی، غربت‌نشینی و نگاه سیاسی به «دیگری» می‌شود تا نهایتاً بازگشت به ریشه‌های سنتی و هویت موکد شود. استفاده از (زیر) ژانر جاهلی که اساساً درام‌های مردانه با تاکید بر مردانگی و تقابلات‌ها و لوطی‌ها، سبک زندگی، مناسک و سبک لباس‌ها و اکسسوار خاص‌اند، در راستای درونمایه محوری فیلم (امر هنجارمند) یا بازگشت به سنت‌ها و بازتاب هویت فردی و ملی جامعه است. از سوی دیگر نفس استفاده از قراردادهای آن نوعی هنجارگرایی در سینمای پس از انقلاب محسوب می‌شود.

مرد عوضی (۱۳۷۷) محصول سیاست‌های سینمایی با تاکید بر موضوعات نوآورانه و پرمخاطب و نظارت فرهنگی مبتنی بر تساهل و تسامح در برابر نظارت فرهنگی اکید و غیرقابل انعطاف برهه ۱۳۷۲ تا ۱۳۷۶ است. فیلم بر هویت جابجاشده تکیه می‌کند و به این شکل با تشکیل مثلث مرد و دو زن به مرزشکنی از هنجارهای فرهنگی می‌پردازد. لذت ژانری مخاطب از تجربه سهیم‌شدن در سوءتفاهم‌ها و سوء برداشت‌های ناشی از تابوشکنی جنسیتی حاصل می‌شود. در پایان فیلم، هنجارگرایی فیلم (موقعیت مردی در میان دو زن) چندان حل و فصل نمی‌شود. مرد قادر است با مغزی عاریتی زندگی کاری‌اش را به تعادل برساند. اما دوگانگی بین جسم و مغز در رابطه با دو زن همچنان چالش برانگیز و پرتنش باقی می‌ماند. در آخرین پلان فیلم، زن‌ها مرد را از اتومبیل بیرون می‌اندازند، سپس او در برابر بیلبورد تبلیغی محصول پودر رختشویی جدید می‌ایستد. در بیلبورد چهره او و خسرو به چشم می‌خورد. مرد باید با هویت دوپاره‌اش زندگی کند.

فیلم یک کمدی پیوندی با برخی عناصر ژانر علمی تخیلی است. ترسیم موقعیت‌ها، واژه‌های استعاری و دوپهلوی و شوخی‌های جنسیتی در تقابل با دیدگاه‌های اخلاقی و هنجارهاست و وجه ضدفرهنگی ژانر کمدی علیه هنجار کلامی مقاومت می‌کند. از سوی دیگر پیوند با ژانر علمی تخیلی هرگونه برداشت واقع‌گرا از فیلم را از پیش خنثی کند تا نوعی فانتزی گریز از محدودیت‌های رئالیسم شکل بگیرد. جابه‌جایی هویتی و طبقاتی شخصیت اصلی فیلم بر اساس قواعد ژانری توجیه‌پذیر است تا قواعد واقع‌نمایی بیرونی و عینی. در نتیجه فیلم از این راهکار پیوندی برای هنجارشکنی‌ها در مناسبات مرد - زن‌ها بهره می‌برد.

توکيو بدون توقف (۱۳۸۲) تحت تاثیر سیاست‌های جدید فرهنگی، تقابل‌های مدرنیته و سنت را در قالب کمدی رمانتیک - مشکل اجتماعی صورت‌بندی می‌کند. همراستا با برجسته‌شدن شعارهایی همچون توسعه سیاسی، قانون‌مداری، پرهیز از خشونت، ضدیت با استبداد و خودکامگی، فردگرایی، تحول قالب‌های زنانه، عشق زمینی، اراده برای تغییر و غیره، فیلم تلاش می‌کند با لحاظ کردن این زمینه‌ها، کشمکش‌های جاری را در قالب‌های کلیشه‌ای نظیر پایین‌شهر - بالا شهر، دختر پولدار - پسر فقیر، تعصب - تساهل، زن سنتی - زن مدرن و

غیره تعریف کند. هنجارگریزی فیلم از ترسیم مفهوم عشق بین دو دلدادۀ از دو طبقه متفاوت اجتماعی بدون رعایت مناسبات عرفی یک جامعه سنتی حاصل می‌شود. پدر غایب خانواده همچنان حضوری ملموس در زمان حال دارد و برادر به‌عنوان حافظ خانواده، جهان بسته و موروثی خانوادگی و جنسیت‌زدایی از مردان و زنان را تداوم می‌دهد. در این دایره بسته، عشق رمانتیک مدرن نوعی هنجارگریزی قلمداد می‌شود. فیلم از طریق تیپ‌های برادر متعصب و انعطاف‌ناپذیر طبقه فرادست، عمه‌ای که قربانی شرایط عذاب‌آور تعصبات بوده، خواهر جوان در زمینه اجتماعی تازه و جوان عاشق پایین‌شهری، کشمکش‌های مدرنیته و سنت را بازتاب می‌دهد. هرچند فیلم ارزش‌های سنتی را مترادف با تحجر و تعصب‌های بی‌مورد قلمداد می‌کند تا همچنان رابطه‌های تقابلی ارزش‌های سنتی و مدرن را بازتاب بدهد. با ازدواج زوج‌ها و تشکیل خانواده هسته‌ای هنجارمندی فیلم شکل می‌گیرد تا لذت تخطی از قوانین عرفی و سنتی خانوادگی نهایتاً با پایانی عرفی خاتمه پیدا کند.

فیلم یک کمدی پیوندی با ژانر مشکل اجتماعی است. استفاده از کمدی به‌طور کلی و زیرژانر کمدی رمانتیک و ترسیم موانع برای رسیدن زوج به یکدیگر راهکاری برای بزرگ‌نمایی و اغراق سنت‌هاست. کمدی رمانتیک «فیلمی است که محرک روایتی محوری آن جستجوی عشق است، و این جستجو را به شکلی خوشدلانه و تقریباً همیشه با پایان خوش ترسیم می‌کند» (McDonald, 9, 2009). این جستجو در فیلم حاوی نوعی آگاهی طبقاتی است. به عبارت دیگر کمدی رمانتیک بر محوریت عشق بنا می‌شود و طبقه متوسط آن را تعریف می‌کند، ترویج می‌دهد و اصالت می‌بخشد. بنابراین عشق‌گزینی آگاهانه و آزادانه و بدون تحمیل بیرونی است تا طبقه متوسط پیروز شود و این پایان خوش حس همذات‌پندارانه مخاطبان را به خود جلب کند. استفاده از زیرژانر کمدی رمانتیک که بر بلوغ شخصیت‌ها در راه رسیدن به عشق تأکید می‌کند (بلوغ خواهر و برادر) محمل مناسبی برای بروز کشمکش‌های نگرشی و ارزشی قراردادی و مدرن است. بنابراین با پیوند زیرژانر کمدی رمانتیک و ژانر مشکل اجتماعی که بر مسائل و کشمکش‌های جاری در خانواده هسته‌ای و سنتی و به‌طور کلی جامعه تأکید می‌کند، مخدوش شدن مرزها و هنجارهای پذیرفته شده عرفی در تقابل با (ضد)هنجارهای مدرن برجسته می‌شود تا لذت ژانری مخاطب شکل بگیرد.

مارمولک (۱۳۸۳) در تداوم روندی است که با ساخت فیلم‌هایی نظیر زیر نور ماه (۱۳۷۹)، او (۱۳۸۲)، طلا و مس (۱۳۸۷) ذیل ژانرهایی جدی نظیر ملودرام یا مشکل اجتماعی بر حضور محسوس و مستقیم روحانیون بر پرده صحنه گذاشتند، هرچند این فیلم با نقد جامعه و ارائه تصویر روایی این قشر در قالب ژانر کمدی نوعی هنجارگریزی را به نمایش می‌گذارد. حضور دزدی سابقه‌دار و فراری که لباس یک روحانی را می‌دزد و هویت دیگری

اتخاذ می‌کند، انتظارات ژانری تازه‌ای برای تماشاگر ایجاد می‌کند. فیلم تلاش می‌کند در قالب شخصیت سارق و هنجارشکنی‌های او مفاهیمی نظیر شادزیستی و دین‌مداری، تساهل و تکثرگرایی در جامعه مدرن را مطرح کند. از سوی دیگر تلاش می‌کند تصویری آرمانی از روحانیت عرضه کند که در رفتارها و کنش‌ها و گفتار روحانی در بیمارستان مشهود است. با دستگیری متهم، اثبات کارایی دستگاه عدالت در دستگیری فرد خاطی و مجرم و تحول تدریجی سارق امر هنجارمند شکل می‌گیرد.

این فیلم یک کمدی پیوندی با ژانر خلافاکاری است و ذیل زیرژانر کمدی دلچسب جای می‌گیرد که بر ظاهر خنده‌دار، کارها و رفتارهای دست‌وپاچلفتی و خصلت ولگردی یا کوچ‌نشینی شخصیت اصلی فیلم استوار است. هنجارگریزی‌های ضدفرهنگی ژانر کمدی نظیر تعویض هویت سارق و پوشیدن لباس یک روحانی و موقعیت‌ها و پیامدهای ناشی از آن، محمل مناسبی است تا تقابل‌های بین فرهنگ و تلقی‌های رسمی - غیررسمی، دین اجباری - دلبخواهی، زندانبان یا ماموران انعطاف‌ناپذیر، بی‌احساس و بوروکرات - خلافاکاران، تنش‌های والدین - فرزندان، دین به مثابه رویکردی مناسب‌وار، شعاری و انحصارگرانه در تقابل با رویکرد عرفانی و تکثرگرا و تساهل‌گرا مطرح شوند. حاصل بازنگری یا تأیید طرحواره‌های تماشاگران گوناگون از تصویر روحانیون است. از سوی دیگر فیلم از قراردادهای ژانر خلافاکاری استفاده می‌کند تا امکان ورود بی‌خطر مخاطب به جهان مجرمانه بدون عواقب آن را میسر کند. در نتیجه لذت ژانری ناشی از امر هنجارگریز (جعل هویت یک روحانی به وسیله یک خلافاکار) نهایتاً با دستگیری او امر هنجارمند «خلاف آخر و عاقبت ندارد» موکد می‌شود.

اگر مارمولک (۱۳۸۳) با استفاده از نظام ژانری کمدی دوگانگی‌ها و کشمکش‌ها را در قالب رویکرد انحصاری - تکثرگرا به دین صورت‌بندی می‌کند، مکس (۱۳۸۴) این دوگانگی‌ها و کشمکش‌ها را در قالب رویکرد عامه‌پسند (غیررسمی) - والا (رسمی) عرضه می‌کند. این فیلم را می‌توان ذیل زیرژانر کمدی شخصیت یا مکس (۱۳۸۴) پیوندی از ژانرهای کمدی و موزیکال است. همان‌گونه که در بودو از غرق شدن نجات یافت^۱ (۱۹۳۲)، حضور بودو در خانواده بورژوا، تناقض‌ها، ریاکاری‌ها و تنش‌های درونی را برملا می‌کند، حضور ناخوانده عامل هنجارشکنی نظیر خواننده‌ای لس‌آنجلسی در کشور، تناقض‌ها، ریاکاری‌ها، دورویی‌ها، تنش‌ها و کشمکش‌های درونی خانواده و جامعه مبتنی بر فرهنگ رسمی و بوروکراتیک را برملا می‌کند. با خروج مکس به‌عنوان عاملی ناخوانده از ایران، امر هنجارمند فیلم شکل می‌گیرد. هرچند به نظر می‌رسد هنجارگریزی‌های او طی حضور در ایران، دست‌کم نه تنها به افشای

1. Boudu Saved From Drowning

ریاکاری‌ها و بوروکراسی اداری منجر شده است، بلکه بر تغییر پوییش‌ها و روابط غیرتعاملی بین مادر و فرزندش نیز کمک کرده است.

این فیلم ذیل زیرژانرهای کمدی شخصیت (دلک)، کمدی پوپولیسم و ژانر موزیکال جای می‌گیرد. کمدی پوپولیسم مؤلفه‌هایی نظیر مواضع ضدروشنفکری، ایمان به استمرار خوشبختی و کنار آمدن با هم، فردگرایی و غیره دارد. همان‌گونه که فرانک کاپرا مؤلفه‌هایی نظیر جاه‌طلبی، فساد، فریب را به فرهنگ رسمی نسبت می‌دهد، در مکس (۱۳۸۴) نیز کارگزاران فرهنگی به صورت موجوداتی فاقد فردیت، جاه‌طلب، فریکار تصویر می‌شوند. فیلم در قالب ژانر کمدی به مواجهه فرهنگ والا و پوپولیسم می‌پردازد و نهایتاً در جهان هرج و مرج‌گونه‌ای که بر اساس تقابل‌ها شکل می‌گیرد، بر همذات‌پنداری مخاطب با پوپولیسم تأکید می‌شود. از آنجاکه شخصیت‌های ژانر موزیکال می‌توانند بدون هیچ محدودیتی احساساتشان را از طریق رقص و آواز بیرونی کنند، این ژانر قابلیت عرضه احساسات ناخوشایند و پیچیده را به شیوه‌های ساده و مستقیم دارد. در نتیجه در مکس (۱۳۸۴) این ژانر در پیوند با زیرژانر کمدی دلک، شخصیتی متفاوت به دور از ریاکاری‌های رایج عرضه می‌شود تا هنجارگریزی‌های او محملی برای افشاگری‌ها شود.

در چرخه‌های ژانر جنگی (فیلم‌های اکشن‌محور، دفاع مقدس) در دهه‌های قبل دولت‌ها یا نهادهای مسئول بر ترسیم چهره واقعی و اسطوره‌ای رزمندگان تأکید می‌کردند. تأکید بر حفظ این تصویر به گونه‌ای بود که در برهه‌ای از دهه ۱۳۶۰ مسئولان بنیاد فارابی قواعد سخت و انعطاف‌ناپذیری برای ساخت ژانر جنگی وضع کردند. خراجی‌های ۱ (۱۳۸۶) و اخراجی‌های ۲ (۱۳۸۸) به بازنگری چهره و شخصیت رزمندگان، ارزش‌ها و اهداف جنگ، مفهوم دشمن، بعد ماورایی و معنوی جبهه، شهادت و غیره می‌پردازند. رزمندگان بسیجی این دو فیلم آدم‌هایی توده‌ای‌اند که هریک به دلایلی شخصی به جنگ می‌روند. انگیزه‌های زمینی این آدم‌ها، خاستگاه‌های مشخصشان (که عمدتاً پایین‌شهری‌اند)، زبان غیررسمی و محاوره‌ای و رفتارهای لاتی و جاهلی‌شان، تأکیدشان بر مردانگی، شجاعت و رفاقت در تقابل با تصویر روایی رزمندگان اسطوره‌ای پیشین (انسان‌هایی وارسته و آن‌جهانی) است. دسته دیگر از رزمندگان جبهه نظیر میرزا و روحانی نیز نظیر دسته اول چهره‌ای مثبت دارند، انسان‌هایی وارسته، بشاش و اهل تساهل که ویژگی‌های شخصیت‌های وارسته فیلم‌های جنگی پیشین را دارند، بدون اینکه چهره‌ای عبوس یا باورهای جزمی داشته باشند. قرائت‌های آن‌ها از دین و جنگ و شهادت در راستای عرفان عملی‌شان است و تناقضی بین حرف‌ها و کردارشان نیست. در برابر این دو دسته، گروه سوم نیز وجود دارد که آدم‌های خشکه‌مقدس، ریاکار و جزمی‌اند. پیشینه‌های این دسته سوم به فیلم‌های ضدجنگ (هیوا ۱۳۷۷) بازمی‌گردد. بنابراین، به‌طور کلی

سه‌گانه اخراجی‌ها انتظارات ژانری و تقاطع‌های ژانری تازه‌ای برای فیلم‌های جنگی تعریف می‌کند. غافلگیری و کنجکاو و استقبال تماشاگران از این سه فیلم ناشی از مواجهه مستقیم ضدفرهنگ یا هنجارگریزی (ترسیم گروهی از رزمندگان با خصوصیات پوپولیستی پایین‌شهری که برخی به اجبار و برخی نیز با مقاصد گوناگون به جبهه می‌روند) و هنجارمندی فرهنگی (تحول شخصیت‌ها به رزمندگانی که در راه دفاع از وطن و هم‌زمانشان می‌جنگند و شهید می‌شوند) است. فیلم تلاش نمی‌کند به بهای امر هنجارمند فرهنگی، از شخصیت‌ها تصاویری قالبی و قابل پیش‌بینی خلق کند.

این دو فیلم پیوندی از ژانر کم‌دی، زیرژانر کم‌دی پوپولیستی و ژانر جنگی‌اند که همراه با ساختارهای معنایی ژانر جاهلی به بازنگری ساختارهای نحوی و معنایی ژانر جنگ می‌پردازند. استفاده از ژانر کم‌دی این مزیت را دارد که تماشاگر از یک‌سو، رفتارهای هنجارگریز این شخصیت‌ها را جدی تلقی نمی‌کند، از سوی دیگر تحولات و سادگی و پاکی درونی آن‌ها را با کردارها و گفتارهای ظاهری‌شان یکسان نمی‌پندارد. استفاده از زیرژانر کم‌دی پوپولیستی تلاشی است برای تعدیل کردن باورها و جزمی‌نگری‌ها درباره جنگ. شخصیت‌ها با رفتارها، تکیه‌کلام‌ها و شیوه زندگی‌شان همان شیوه‌های رفتاری جاهل‌ها (لوطی‌منشی، تهور، بی‌باکی، مردانگی و جوانمردی و غیره) را بازتاب می‌دهند. بنابراین فیلمساز با استفاده از ساختارهای معنایی ژانر جاهلی و انتقال آن به ساختارهای نحوی ژانر پیوندی کم‌دی جنگی اقدام می‌کند. تلفیق این عناصر با ساختارهای ژانر جنگی در راستای هنجارگریزی و پرهیز از قراردادهای رسمی برای تصویر کردن جنگ تحمیلی است (برای نمونه انگیزه‌های متعدد و باری‌به‌هرجعتی افراد، دیدگاه طنزآمیز به مناسبات کلیشه‌شده میان رزمندگان در جبهه و غیره). از سوی دیگر تحول تدریجی افراد ظاهراً ناآشنا با جنگ و کنش نهایی‌شان در رویارویی با دشمن در راستای شکل‌گیری امر هنجارمند است.

همان‌گونه که در اخراجی‌های ۱ و ۲ (۱۳۸۶، ۱۳۸۸) تلاش شده با اتکاء به فرهنگ شفاهی، فضایی سوم برای ورود حاشیه‌ها یا نیروهای نادیده گرفته شده به ژانر جنگی فراهم گردد، در برخی فیلم‌های دیگر نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ نیز دو قطب افراطی یک طیف واحد بازنمایی می‌شود. در سه‌گانه اخراجی‌ها نهایتاً مرزگذاری‌هایی بین سه دسته از گروه‌های درگیر انجام شد، درحالی‌که در فیلمی نظیر چارچنگولی (۱۳۸۷) هر دو قطب ماجرا (سنت - ضدسنت) هر دو با هم بدون جانبداری تصویر شوند. اگر در فیلم توکیو بدون توقف (۱۳۸۲) نهایتاً وزنه مدرنیته بر سنت پیروز می‌شود، در چارچنگولی (۱۳۸۷) نوعی نگرش خنثی یا رویکرد مبنی بر ترسیم بی‌طرفانه هر دو قطب برجسته است. امر هنجارگریز فیلم از ترسیم موقعیت‌ها و اعمال دو تیپ افراطی شکل می‌گیرد که هر یک مظهر جناح یا نگرشی شناخته‌شده

هستند. ترسیم کنش‌ها و خصوصیات افراطی این دو نگرش بر پرده نه تنها وضعیتی خنده‌دار بلکه هنجارگریزی‌های نیرومندی را شکل می‌دهد. امر هنجارمند با جدا شدن دوقلوها از یکدیگر و ازدواج آن‌ها با نامزدهایشان شکل می‌گیرد.

فیلم پیوندی از ژانرهای کمدی (پوپولیستی) و جاهلی است. ژانر کمدی قالب مناسبی برای بزرگنمایی و تفریط‌هاست و تقابل‌ها در رفتارها و کردارها و ظاهر دو برادر دوقلوی به هم چسبیده، مکان‌ها، خانواده‌ها و نامزدها نیز تسری پیدا می‌کند. خانواده نامزد احمد شمایل‌ها و رفتارهای جاهلی و خانواده نامزد محمود ظاهری شبه‌مدرن دارند. این تقابل همان مواجهه جاهل‌ها به‌عنوان نماد مردانگی و غیرت و سنت با فکلی‌ها به‌عنوان موجوداتی شبه‌مدرن و غرب‌زده را تداعی می‌کند. انتساب رفتارها و شیوه زندگی سنتی به یک قطب و رفتارها و شیوه‌های شبه‌مدرن و سطحی به قطب دیگر، نوعی تنزل‌گرایی پوپولیستی را رقم می‌زند تا هر دو قطب با دیدگاهی پوپولیسم‌گرا تصویر شوند.

در ورود آقایان ممنوع (۱۳۹۰) امراضدفرهنگ یا هنجارشکنی‌های ژانری از سوءتفاهم‌های ناشی از حضور یک معلم مذکر و مجرد در مدرسه غیرانتفاعی دخترانه، هجو شخصیت مدیر مدرسه (که نگرش‌هایی فمینیستی و روشنفکرانه دارد به سیاق نگرش پوپولیستی کلی‌تر و رایج)، شوخی‌های کلامی و تصویری جنسی (نظیر رؤیاهای زن، مسواک زدن دندان‌ها، دوش آب سرد معلم ریاضی) و همچنین پافشاری و مقاومت برای تن دادن به ازدواج است. با همسویی شخصیت‌ها (که روابطشان بر اساس مناسبات سنتی شکل نگرفته است) با عرف و نگرش‌های جامعه و ازدواج‌شان امر هنجارمند فرهنگی شکل می‌گیرد.

فیلم پیوند ژانرهای کمدی رمانتیک و نوجوانان است. عموماً در زیرژانر کمدی رمانتیک کشمکش‌ها حول تقابل نگرش‌ها و ایدئولوژی‌هاست. قهرمان مرد و زن پس از غلبه بر موانع و دگرگونی شخصیت‌هایشان به وصال هم می‌رسند. موانع در این فیلم ناشی از نگرش‌های بدبینانه و فمینیستی شخصیت مؤنث فیلم درباره ازدواج و مفاهیمی نظیر عشق است. نهایتاً براساس قوانین ژانری کلاسیک مردها و زن‌ها متحول و به هم علاقه‌مند می‌شوند. در این راستا، فیلم با درآمیزی عناصری از ژانر نوجوانان (از جمله دبیرستان نوجوانان محل تحصیل، گروه نوجوان‌های المپادی دبیرستان که مطالباتی دارند) با زیرژانر کمدی رمانتیک، مدیر بی‌میل دبیرستان را به رابطه‌ای رمانتیک سوق دهند. بنابراین نوجوانان فیلم به شکلی محرک و بسترساز پیرنگ اصلی فیلم هستند.

جدول ۱. وضعیت پیوندی نمونه‌های آماری

سال	وضعیت پیوندی	امر هنجارگریز/ هنجارمند
۱۳۶۶	اجاره‌نشین‌ها	ترکیب ناهمگون سنت و مدرنیته / ورود امداد غیبی و حل و فصل موقتی مشکل مسکن
۱۳۷۱	دیگه چه خبر؟	واقعیت‌گریزی و نقد نگرش‌های گوناگون در جامعه / ازدواج و تشکیل خانواده هسته‌ای
۱۳۷۲	هنرپیشه	چشم‌چرانی در حریم‌های به ظاهر شخصی و نانموده/ بارداری زن و تولد فرزند
۱۳۷۶	آدم برفی	زن‌پوشی مرد، تغییر هویت، حضور شمایل‌های جاهلی و موسیقی بازاری/ بازگشت به خویشتن، یافتن همسر آینده و بازگشت به وطن
۱۳۷۷	مرد عوضی	مثلت عشقی، شوخی‌های دوپهلو/ تعامل بین دو زن، هویت دوپاره شده مرد
۱۳۸۲	توکیو بدون توقف	مفهوم عشق مدرن در تقابل با سنت / ازدواج و همسویی با نگرش‌های مدرن
۱۳۸۳	مارمولک	تعویض هویت، بدل‌پوشی، موقعیت‌ها و پیامدهای ناشی از حضور روحانی جعلی/ دستگیری و اجرای عدالت، تحول تدریجی سارق
۱۳۸۴	مکس	صحنه‌های ریتمیک و موزیکال، شکاف ساحت‌های رسمی و خصوصی / خروج مهمان ناخوانده، بهبود روابط مادر و فرزند
۱۳۸۶	اخراجی‌ها (۱) اخراجی‌ها (۲)	تغییر تصویر روایی رزمندگان / تحول تدریجی آن‌ها در جنگ
۱۳۸۷	چارچنگولی	ترسیم موقعیت‌ها و اعمال دو تیپ افراطی شبه‌مدرن (فکلی‌ها) و سنتی (جاهل‌ها)/ ازدواج، جداسدن دوقلوهای به هم چسبیده
۱۳۹۰	ورود آقایان ممنوع	شوخی‌های جنسی، مقاومت در برابر ازدواج، هجو شخصیت فمینیست / ازدواج و همسویی با نگرش‌های جامعه

بحث و نتیجه‌گیری

نمونه‌های آماری نشان می‌دهند که ژانر کمدی روندمحور است و قابلیت پیوندی شدن با ژانرهای گوناگونی نظیر مشکل اجتماعی، کودک، موزیکال، فیلم زنان، ملودرام، علمی تخیلی، خلافتکاری، جنگی، نوجوانان و جاهلی را دارد. وضعیت‌های پیوندی ژانری رابطه تنگاتنگی با تقاطع‌های ژانری دارند و با توجه به وضعیت ژانری نمونه‌های آماری در جدول ۱، می‌توان به پرسش‌های پژوهش پاسخ داد. در اجاره‌نشین‌ها (۱۳۶۶) پیوندسازی ژانر کمدی با مشکل اجتماعی محملی برای بروز هنجارگریزهای فرهنگی، ترکیب ناهمگون سنت و مدرنیته در سطح فردی و جمعی جامعه، است تا امر هنجارمند با ورود امداد غیبی و با واگذاری آپارتمان بدون مالک به مستاجران شکل بگیرد. در دیگه چه خبر؟ (۱۳۷۱) ژانر کمدی در پیوند با فیلم زنان و فانتزی به طرح مباحث جدی‌تر زنان و همچنین گریز از جهان کسالت‌بار واقعیت و تجربه دنیایی پرکشش‌تر و هیجان‌انگیزتر منجر می‌شود. هنجارگریزی‌های شخصیت اصلی فیلم نهایتاً با ازدواجی رمانتیک هنجارمند می‌شود. در هنرپیشه (۱۳۷۲) امر هنجارگریز از طریق چشم‌چرانی مخاطب در جهان به ظاهر خصوصی هنرپیشه و امر هنجارمند از طریق راه‌حلی ملودراماتیک حل‌وفصل می‌شود. در آدم برفی (۱۳۷۶) هنجارگریزی‌های فیلم از طریق ژانر مشکل اجتماعی (دغدغه شخصیت برای مهاجرت به خارج از کشور) میسر می‌شود و هنجارگریزی‌هایی نظیر زن‌پوشی و بازگشت تیپ جاهلی با بازگشت به خویشن و وطن و یافتن شریک زندگی هنجارمند می‌شوند. در مرد عوضی (۱۳۷۷) استفاده از ژانر علمی تخیلی امکان مشروعیت‌بخشی به ترسیم یک رابطه هنجارگریز مثالی بین شخصیت‌ها همراه با شوخی‌های دوپهلوی جنسی را فراهم می‌کند و نهایتاً با مصالحه ظاهری بین شخصیت‌ها هنجارمند می‌شود. در توکیو بدون توقف (۱۳۸۲) پیوند کمدی رمانتیک با ژانر مشکل اجتماعی مفهوم عشق مدرن را در تقابل با عشق سنتی یا به‌طور کلی سنت قرار می‌دهد تا این هنجارگریزی با ازدواج شخصیت‌ها هنجارمند شود. در مارمولک (۱۳۸۳) پیوند با ژانر خلافتکاری امکان هنجارگریزی‌هایی نظیر استفاده از شمایل روحانیون و بدل‌پوشی و موقعیت‌های کمیک ناشی از جعل هویت شخصیت خلافتکار را فراهم می‌کند تا با تحول تدریجی خلافتکار و دستگیری او هنجارمند شود. در مکس (۱۳۸۴) پیوند با ژانر موزیکال امکان به چالش گرفتن فرهنگ رسمی و خصوصی از طریق یک خواننده پوپولیستی را فراهم می‌کند که با خروج او از ایران و درک بهتر روابط والدین و فرزندان هنجارمند می‌شود. در اخراجی‌های ۱ و ۲ (۱۳۸۶، ۱۳۸۸) پیوند با ژانر جنگی و جاهلی امکان ترسیم تصویر روایی تازه‌ای از رزمندگان را از منظری پوپولیستی فراهم می‌کند و امر هنجارگریز با تحول تدریجی آنان هنجارمند می‌شود. در چارچنگولی (۱۳۸۷) پیوند با ژانر جاهلی امکان ترسیم دو تیپ یا

تفکر افراطی فکلی و سنتی را فراهم می‌کند که با ازدواج و جدا شدن دوقلوهای به هم چسبیده هنجارمندی شکل می‌گیرد. در ورود آقایان ممنوع (۱۳۹۰) پیوند کمدی رمانتیک با ژانر نوجوانان محملی برای ترسیم هنجارگریزی‌هایی نظیر شوخی‌های بصری جنسی و هجو تیپ‌های فمینیستی و ضد ازدواج می‌شود تا با ازدواج و همسویی شخصیت‌ها با نگرش‌های جامع‌تر عرفی هنجارمند شود.

منابع و مأخذ

- بهارلو، عباس (۱۳۷۹). معرفی و شناخت محسن مخملباف، تهران: نشر قطره.
- ماهنامه گزارش فیلم، بهمن ۳۷۲، شماره ۴۹: ۲۰.
- ماهنامه فیلم، بهمن ۱۳۸۸، شماره ۸۸: ۴۲-۴۱.
- مست، جرالده (۱۳۶۸). «مقدمه‌ای بر سینمای کمدی»، ترجمه منصور براهمی، فصلنامه فارابی، شماره ۳: ۲۲۲-۲۰۲.
- کینگ، جف (۱۳۸۶). مقدمه‌ای بر هالیوود جدید، ترجمه محمد شهباز، چاپ اول، تهران: نشر هرمس.

- Altman, Rick (2000), **Film/Genre**, BFI, London
- Basinger, J. (1993) **A Woman's View: How Hollywood Spoke to Women, 1930-1960**, Chatto and Windus. London
- Bordwell, David & Thompson, Kristin (2013). **Film Art: An Introduction**, 10th Ed. McGraw-Hill Education
- Casetti, Francesco (1999) **Theories of Cinema 1945-1995**, Austin, University of Texas Press.
- Crisp, Colin (1993). **The Classic French Cinema: 1930-1960**. Indiana University Press, Bloomington.
- Grant, Barry Keith (2007a). **Film Genre: from Iconography to Ideology**. Wallflower Press, London
- Grant, Barry Keith (2007b). **Genre**. In: **Schirmer Encyclopedia of Film** (Vol. 2, pp.297-308). Schirmer, New York
- McDonald, Tamar Jeffers (2007). **Romantic Comedy: Boy Meets Girl Meets Genre**. Wallflower Press.
- Neale, Steve (2000). **Genre and Hollywood**. Routledge, London and New York.
- Neale, Steve, (2007). "**Questions of Genre**". In: B. K. Grant (Ed.), **Film Genre Reader IV** (Ed. Barry Keith Grant) 4th edition, University of Texas.

فرافیلیم و نسبت «خود» و «دیگری» در سینمای عباس کیارستمی

جلال نصیری هانیس^۱، نادر شایگانفر^۲، احمد الستی^۳

چکیده

فرافیلیم آن دسته از فیلم‌هایی است که موضوع آن ماهیت سینما و امر فیلم‌سازی است. فیلم‌سازان این آثار با نگاه انتقادی به شیوه تولید معنا، تخیلی یا تصنعی بودن فیلم را برجسته کرده و به رویارویی با توهم موجود در فیلم‌های متعارف و واقع‌گرا می‌پردازند. تقابل و کشمکش شخصیت‌ها در آثار سینمایی به‌عنوان یک اصل، اهمیت مطالعه نسبت «خود» و «دیگری» را در آن‌ها به‌خوبی نمایان می‌کند. نسبت خود و دیگری در بخش زیادی از تاریخ فلسفه طبق رابطه سوژه - ابژه صورت‌بندی شده است. از نظر سارتر انسان تحت «نگاه» دیگری تبدیل به شیء شده و آزادی خود را از دست می‌دهد. در مقابل، لویناس فرض کردن «دیگری» را به‌عنوان یک ابژه شناخت، خشونت علیه «دیگری» می‌داند. بر اساس تحلیل روابط شخصیت‌های آثار کیارستمی می‌توان به این سؤال پاسخ داد که نسبت «خود» و «دیگری» در فیلم‌ها و فرافیلیم‌های او چگونه است. در بررسی فیلم‌های «خانه دوست کجاست» و «طعم گیلان» و فرافیلیم‌های «کلوزآپ»، «زیر درختان زیتون» و «باد ما را خواهد برد»، از روش توصیفی - تحلیلی با رویکرد تحلیل انتقادی گفتمان فرکلاف استفاده شده است تا بتوان تأثیر تفاوت ساختاری فرافیلیم‌ها در نوع بازنمایی «دیگری» را در آثار این کارگردان نشان داد. نتیجه تحقیق حاکی از آن است که به‌رغم اشتراک خالق و پس‌زمینه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی خلق این آثار، برخلاف فیلم‌ها، در فرافیلیم‌های کیارستمی به سبب ویژگی‌های خود بازتابی و خود انتقادی، نسبت خود و دیگری، لویناسی و دیگر آئین است که این امر حاکی از ساختاربنندی مجدد نظم گفتمانی مستقر جامعه در نسبت با «دیگری» است.

واژه‌های کلیدی

فرافیلیم، دیگری، تحلیل انتقادی گفتمان، لویناس، عباس کیارستمی

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۰۷

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۰۶

۱. دانشجوی دکترای پژوهش هنر، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان

nasiryanis@yahoo.com

۲. دانشیار گروه پژوهش هنر، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان (نویسنده مسئول)

n.shayganfar@au.ac.ir

a.alasti@yahoo.com

۳. دانشیار گروه هنرهای نمایشی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران

مقدمه

سوزان هیوارد^۱ در کتاب مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی^۲ فیلم‌های سینمای رایج و رسمی^۳ را آن دسته از آثار سینمایی می‌داند که واقعیت فریبنده‌ای را خلق کرده و بینندگان خود را از طریق تکنیک‌های فنی و روایتی تحت تأثیر قرار می‌دهند (هیوارد، ۱۳۸۱: ۱۸۰). فرافیلیم^۴ برخلاف این‌گونه از آثار، اشاره به آن دسته از فیلم‌هایی است که به‌جای پنهان کردن ماهیت فیلمی خود، به شیوه‌های مختلف و به‌ویژه با پرداختن به مسائل فیلم‌سازی، تخیلی یا تصنعی بودن خود را برجسته می‌کنند (پاینده، ۱۳۹۰: ۲۳۱ و ۲۳۲). لازم به ذکر است که تقابل و کشمکش شخصیت‌ها در آثار سینمایی به‌عنوان یک اصل (فیلد، ۱۳۹۱: ۳۶) اهمیت مطالعه نسبت خود^۵ و دیگری^۶ را در آن‌ها به‌خوبی نمایان می‌کند. نسبت خود و دیگری در بخش زیادی از تاریخ فلسفه، رابطه‌ای کاملاً تقابلی بر اساس رابطه بین سوژه^۷ و اژه^۸ بوده است؛ بدین نحو که سوژه (خود) در جایگاه نگاه‌کننده و فهم‌کننده و اژه (دیگری) در جایگاه نگاه‌شونده و فهم‌شونده از یکدیگر کاملاً مجزا می‌باشند (نجومیان، ۱۳۸۵: ۲۱۷). از نظر سارتر^۹، به‌عنوان نمونه افراطی این دیدگاه، انسان تحت «نگاه»^{۱۰} دیگری تبدیل به شیء شده و آزادی خود را از دست می‌دهد (وارنوک، ۱۳۹۳: ۸۶). لویناس^{۱۱} اما فرض کردن دیگری را به‌عنوان یک اژه شناخت، خشونت علیه دیگری می‌داند (علیا، ۱۳۸۸: ۹۹). از این‌رو درحالی‌که به گفته مری وارنوک^{۱۲} در کتاب اگزیستانسیالیسم و اخلاق^{۱۳} نسبت خود و دیگری نزد سارتر از جنس هم‌ستیزی است (وارنوک، ۱۳۹۳: ۸۹)، لویناس از مسئولیت نامحدود و نامتناهی خود نسبت به دیگری سخن می‌گوید (علیا، ۱۳۸۸: ۲۰). عباس کیارستمی، از جمله کارگردانان نامدار سینمای هنری^{۱۴} ایران است که علاوه بر کارگردانی فیلم‌های داستان‌گو و واقع‌گرا، فرا

-
1. Susan Hayward
 2. Key Concepts in Cinema Studies
 3. Mainstream Cinema
 4. Meta-film
 5. Self
 6. The Other
 7. Subject
 8. Object
 9. Sartre
 10. Gaze
 11. Levinas
 12. Mary Warnock
 13. Existentialist Ethics
 14. Art Cinema

فیلم یا آثار خود بازتابانه^۱ نیز ساخته است. با توجه به کارکرد انتقادی موجود در خود بازتابندگی فرا فیلم‌ها که تلاش می‌کنند در حوزه‌هایی ارزش‌ها و هنجارهای تثبیت‌شده را زیر سؤال ببرند (Konrath, 2010: 55)، آیا فرافیلیم‌های کیارستمی توانسته‌اند تفاوت معناداری را نسبت به دیگری در مقایسه با فیلم‌های این کارگردان نشان دهند؟ تلاش برای پاسخ‌گویی به این سؤال ما را به تحلیل اجتماعی این آثار که همانا هدف این پژوهش است نیز می‌رساند: موضع این آثار در رابطه با گفتمان حاکم بر جامعه در مورد نسبت خود و دیگری چیست؟ آن را بازتولید می‌کنند یا آن را زیر سؤال برده و نقد می‌کنند؟ برای پاسخ به سؤالات فوق، کنش، کشمکش و روابط میان شخصیت اصلی و سایر شخصیت‌های موجود در فیلم‌های «خانه دوست کجاست» (۱۳۶۴) و «طعم گیلان» (۱۳۷۶) و فرا فیلم‌های «کلوزآپ» (۱۳۶۸)، «زیر درختان زیتون» (۱۳۷۳) و «باد ما را خواهد برد» (۱۳۷۸) براساس روش تحلیل انتقادی گفتمان^۲ فرکلاف^۳ بررسی و مقایسه می‌گردد.

پیشینه پژوهش

در رابطه با بازنمایی دیگری در سینمای کیارستمی تعدادی مقاله و پایان‌نامه کارشده است: فراستی (۱۳۸۴)، در مقاله‌ای تحت عنوان «ترس در کلوزآپ، گریز در لانگ‌شات» به نشانه‌های ترس از دیگران در فیلم‌های عباس کیارستمی اشاره کرده و نتیجه می‌گیرد که کیارستمی فقط ترس، آن‌هم ترس منفی و مخرب را می‌شناسد و بر این پندار است که در فیلم‌های کیارستمی انسان‌ها، چه کودک و چه بزرگسال، تنها براساس این انگیزه عمل می‌کنند. او این ترس را ناشی از عقده‌های عاطفی و روانی فیلم‌ساز دانسته و ریشه‌های آن را در تجربه‌های ناخوشایند و کابوس‌های هولناک دوران کودکی کیارستمی جستجو می‌کند. فراستی نگاهی روان‌شناختی به این مقوله داشته و بافت اجتماعی را در تحلیل خویش لحاظ نمی‌کند. توانای منافی (۱۳۹۱) نیز در مقاله‌ای برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد خویش با عنوان «بررسی امکان‌های بازتابندگی هنری به‌منظور بازنمایی اخلاقی دیگری فرودست مطالعه موردی کلوزآپ - نمای نزدیک عباس کیارستمی» بازتابندگی را در نسبت با مقولات فرودست بودگی و مزیت بازنمایی / روایت مدنظر داشته و معتقد است که می‌توان به نحو معناداری از امکان‌های خلاقانه «کلوزآپ - نمای نزدیک» در بهره‌گیری از بازتابندگی هنری و نیل به مواجهه‌ای اخلاقی با دیگری فرودست سخن گفت. گنجوی (۱۳۹۶) در مقاله «خشونت،

1. Self-Reflective

2. Critical Discourse Analyses

3. Fairclough

سینما و دیگری: خوانشی لویناسی از باد ما را خواهد برد» با بررسی فیلم از دیدگاه لویناسی از اهمیت دیگری در فیلم باد ما را خواهد برد سخن گفته و بر این باور است که روند سفر در فیلم، نگاه به جزئیات زندگی «دیگری» و استفاده از شیوه‌های گوناگون هنری، کمک کرده است «در رابطه با دیگران و معنای خشونت هرروزه ژرفاندیشی کنیم». لازم به ذکر است که فرا فیلم بودن اثر موردتوجه گنجوی نیست. مشکل تعدادی از تحقیق‌های ذکرشده، روش تحلیل و بررسی آثار است؛ آن‌ها سینما را به فیلم‌نامه تقلیل داده، به تحلیل متنی اکتفا نموده و ویژگی‌های سینمایی اثر را زیاد مدنظر قرار نداده‌اند. همچنین به‌رغم توجه به نوع بازنمایی «دیگری»، تحلیل اجتماعی فیلم‌های کیارستمی نیز مورد غفلت واقع شده است. لذا پژوهش پیش‌رو می‌کوشد ضمن توجه به تحلیل اجتماعی این آثار، با تحلیل عناصر سینمایی از قبیل اندازه نما، زاویه دوربین و ... نسبت خود و دیگری را در فیلم‌ها و فرا فیلم‌های این کارگردان واکاوی و مقایسه کرده و همچنین تأثیر ویژگی‌های خود بازتاباب را در بازنمایی دیگری در سینمای این کارگردان مورد بررسی قرار دهد.

نسبت خود و دیگری نزد سارتر و لویناس

ایرنا ریما مکاریک^۱ در کتاب دانشنامه نظریه‌های ادبی معاصر^۲، نسبت «خود» و «دیگری» را مبتنی بر این فرض می‌داند که در دل تجربه شخصی، خودی ذهنی وجود دارد که هر چیزی را به‌مثابه دیگری، از خود، بیگانه می‌سازد (مکاریک، ۱۳۹۰: ۱۱۲). این نسبت در بخش زیادی از تاریخ فلسفه طبق رابطه سوژه (خود) در جایگاه نگاه‌کننده و فهم‌کننده و ابژه (دیگری) در جایگاه نگاه شونده و فهم شونده صورت‌بندی شده است (نجومیان، ۱۳۸۵: ۲۱۷). اوج این نگاه از آن ژان پل سارتر است. دغدغه اصلی سارتر به‌خصوص در کتاب هستی و نیستی^۳ رابطه میان فاعل شناسا و متعلق شناسا است. از این‌رو او وجود را به دو دسته تقسیم می‌کند؛ هستی فی‌نفسه^۴ و هستی لِنفسه^۵. اولی به احوال اشیاء و دومی به احوال انسان می‌پردازد. در همین زمینه سارتر شق سومی برای وجود قائل می‌شود که نوعی هستی فی‌نفسه است با این تفاوت که خنثی نیست (شهر آئینی و زینلی، ۱۳۹۰: ۱۰۷). سارتر از نوع سوم وجود باعنوان هستی لغیره^۶ نام می‌برد. هم‌ستیزی معنای اصیل هستی لغیره است. (وارنوک، ۱۳۹۳: ۸۹). به‌زعم سارتر ما محکوم به دشمنی پایان‌ناپذیر با همدیگر هستیم و اختیار و آزادی ما اغلب باید

1. Irna Rima Makarik

2. The Contemporary Literary Theories

3. Being and Nothingness

4. Bing in itself

5. Being for itself

6. Bing for himself

به بهای قربانی کردن خواست دیگری که درصدد به دام انداختن ماست، حاصل شود (وارنوک، ۱۳۹۳: ۸۶). کلیدواژه مهم سارتر در هم‌ستیزی خود و دیگری «نگاه» است. از نظر سارتر دیگری کسی است که به من نگاه می‌کند (سارتر، ۱۳۴۹: ۲۴۱). نگاه دیگری ماسک چهره من را برداشته و با ربودن دنیای شخصی‌ام، من را تبدیل به شیء می‌کند. مراقبت از رفتار و حرکات خود در مقابل دیگران، نشان از ابژه شدن ما در نسبت با دیگری دارد (چوبدارزاده، ۱۳۹۰: ۳۱). سالمون نگاه را نزد سارتر این‌گونه تشریح می‌کند: من نگریسته شده‌ام، پس هستم. کسی که مرا می‌بیند باعث می‌شود که من باشم. درواقع من همان هستم که او می‌بیند (Solomon, 1970: 307). به اعتقاد سارتر تحت تأثیر نگاه دیگری دچار «شرم»^۱ می‌شویم. از نظر ورنو^۲ و وال^۳، شرم احساسی نیست که در آن، من تنها تصور کنم که شاید از من فلان خطا سرزده یا نزده، بلکه احساسی است که در آن انگار من در میان اشیاء افتاده‌ام (ورنو و وال، ۱۳۸۷: ۲۶۷). سارتر در بحث از مناسبات انسانی به این نتیجه رسیده است که در تمامی روابط، انسان محکوم به آن است که یا به ورطه آزارطلبی گرفتار آید یا به آزارگری دچار شود (وارنوک، ۱۳۹۳: ۹۷).

نقطه مقابل سارتر در نگاه به دیگری، امانوئل لویناس است. این متفکر فرانسوی لیتوانی تبار منتقد سرسخت سیر تاریخ فلسفه غرب در قبال دیگری است، او بر آن است که تاریخ فلسفه غرب از پارمنیدس^۴ تا هایدگر^۵، صرف‌نظر از چند استثنا، سرگذشت تحویل دیگری به خویش است. لویناس از این ادغام و انحلال باعنوان «تمامیت‌خواهی یا جهان‌گشایی همان»، سلطه‌جویی، خودشیفتگی و خودمحوری یاد می‌کند. در همین راستا کریچلی^۶ از قول لویناس می‌نویسد: «فلسفه آن‌قدر که فراموشی دیگری است، فراموشی هستی آن‌چنان‌که هایدگر باور داشت نیست.» (علیا، ۱۳۸۸: ۳۸)؛ اما سوژه لویناسی سوژه‌ای است آسیب‌پذیر، متجسّد، منفعل، دیگرآئین و پاسخگو در مقابل دیگری که مواجهه او با عالم نه در بستر اندیشه که در بستر احساس یا حساسیت شکل می‌گیرد. فلسفه اخلاق لویناس، سوژکتیویته را به صورت مسئولیت دیگرآئین در مقابل اختیار خودآئین از نو تعریف می‌کند (همان علیا، ۱۳۸۸: ۷۹-۷۴). ژاک دریدا در مقاله «خشونت و متافیزیک»^۷ از اخلاق لویناسی باعنوان «اخلاق اخلاق»^۸

1. Shame

2. Verno

3. Val

4. Parmenides

5. Heidegger

6. Critchley

7. Violence and Metaphysics

8. Ethics of Ethics

یاد کرده و معتقد است که لویناس بیش از آنکه به دنبال یک رشته اخلاقیات معین باشد، در جستجوی گوهر رابطه اخلاقی است (Derrida, 2007: 138). از نظر لویناس اخلاق عبارت است از رابطه عملی یکی با دیگری، رابطه‌ای که مقدم بر هستی‌شناسی است. جان لیچ^۱ معتقد است لویناس به خوبی نشان داده است که فلسفه را نمی‌توان تا حد هستی‌شناسی فروکاست (لیچ، ۱۳۸۳: ۱۸۳ و ۱۸۴). به اعتقاد لویناس اخلاق در بستر مواجهه خود و دیگری زاده می‌شود. او بر آن است که اساساً شرط سوژه بودن، قائم به غیر بودن و مواجهه با دیگری است. لویناس در پی شرط امکان اخلاق است و این شرط را به‌طور کلی در نسبت با دیگری پیدا می‌کند (Bernasconi and keltner, 2002: 250). لویناس معتقد است هنگامی که دیگری من را می‌خواند باید بگویم من اینجا هستم، مسئول و پاسخگو (Levinas, 1981: 114).

تحلیل انتقادی گفتمان فرکلاف

به‌زعم استوارت هال^۲ گفتمان شیوه خاص بازنمایی وقایع و پدیده‌ها و مناسبات میان آن‌ها است (هال، ۱۳۸۶: ۶۱). از لحاظ هستی‌شناسی نیز گفتمان‌ها تأکید دارند که هیچ حقیقت ثابتی وجود نداشته و واقعیت اجتماعی از طریق زبان ساخته و معنادار می‌شود (مقدمی، ۱۳۹۰: ۹۲). از دید یورگنسن^۳ و فیلیپس^۴ تحلیل انتقادی گفتمان به‌عنوان رویکردی نو در تحلیل گفتمان «در دهه‌های اخیر در طیف وسیعی از پژوهش‌ها بکار گرفته شده است. نکته محوری در این نوع تحلیل این است که گفتمان گونه مهمی از عملکرد اجتماعی است که دانش، هویت‌ها و روابط اجتماعی از جمله، مناسبات قدرت را بازتولید کرده و تغییر می‌دهد و هم‌زمان، سایر ساختارهای اجتماعی به آن شکل می‌بخشند» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۶: ۱۲۸). از نظر فرکلاف به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین نظریه‌پردازان این رویکرد، تحلیل انتقادی گفتمان رویکردی است که تلاش می‌کند، به نحوی نظام‌مند به تحقیق درباره متون، ساختارها، کردارهای گفتمانی، روابط و فرآیندهای گسترده‌تر اجتماعی و فرهنگی بپردازد (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۳۹۲). فرکلاف پیرو تحلیل زبانی نظام‌مند است و همواره می‌توان با استفاده از جعبه‌ابزار وی راهی برای شروع تحلیل پیدا کرد. همچنین با استفاده از این ابزارها می‌توان ویژگی‌هایی را در متن پیدا کرد که با قرائت‌های عادی نادیده می‌مانند. (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۶: ۲۳۷). روش فرکلاف در تحلیل انتقادی گفتمان تلفیقی است از سه جنبه تحلیل متن، تحلیل فرایندهای تولید، توزیع و مصرف متن و تحلیل شرایط اجتماعی و فرهنگی تولید متن.

1. John Lechte

2. Stuart Hall

3. Jorgensen

4. Phillips

فرکلاف متناظر با سه جنبه مذکور، سه مرحله توصیف^۱، تفسیر^۲ و تبیین^۳ متن را پیشنهاد می‌دهد (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۱۶۹-۱۶۸). مرحله توصیف را باید به تحلیل عناصر و نظام‌های نشانه‌شناختی متن اختصاص داد (سلطانی، ۱۳۹۳: ۵۲). فرکلاف در مرحله تفسیر به بافت موقعیتی، نظم گفتمانی^۴ و بینامتنیت اشاره می‌کند. (فرکلاف، ۲۰۲۲: ۱۳۷۹). از دید فرکلاف در تحلیل باید به رخدادهای ارتباطی^۵ و نظم گفتمانی توجه ویژه داشت. فرکلاف رخدادهای ارتباطی را نمونه‌ای از کاربرد زبان از قبیل مقاله، فیلم سینمایی مصاحبه یا سخنرانی سیاسی (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۶: ۱۱۹ و ۱۲۰) و نظم گفتمانی را نیز تحلیل گفتمان‌های متفاوت و رقیب درون یک قلمرو واحد می‌داند. از نظر فرکلاف زمانی که در یک تحقیق بر نظم گفتمانی واحد متمرکز می‌شویم، می‌توان فهمید که کجا کدام گفتمان حاکم است و کجا میان گفتمان‌های مختلف کشمکش وجود دارد؟ (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۶: ۲۳۶). برای فهم نظم گفتمانی در رخدادهای ارتباطی باید در رابطه با هر رخداد ارتباطی به چهار سؤال زیر پاسخ داد:

۱. ماجرا چیست؟
۲. چه کسانی درگیر ماجرا هستند؟
۳. روابط میان آن‌ها چیست؟
۴. نقش زبان در جهت تحقق بخشی یک هدف گفتمان یا نهادی و اداری گسترده چیست؟ (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۲۲۲). در مرحله تبیین نیز برای ارتباط میان متن و رویه گفتمانی باید از نظریه‌های کلان اجتماعی و فرهنگی کمک گرفت. چراکه در تحلیل رابطه میان کردار گفتمانی^۶ و کردار اجتماعی^۷ است که مطالعه به نتیجه‌گیری پایانی خود می‌رسد (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۶: ۱۴۸ و ۱۴۹).

فرافیلیم (Metafilm) و سینمای کیارستمی

پیشوند Meta از دید ریشه‌شناسی یک واژه یونانی به معنی «همراه با»، «فراتر از»، «در میان» یا «پشت» است ولی در عبارت Metafilm، بر خودآگاهی یا خود بازتابی دلالت دارد (Rubenstein, 2010). در فرافیلیم موضوع داستان و گفت‌وگوها در ماهیت سینما و امر فیلم‌سازی

-
1. Describe
 2. Interpret
 3. Explain
 4. Oder of discourse
 5. The communicative event
 6. Discourse practice
 7. Social practice

است. فرافیلیم‌ها را سینمای بازتابی^۱ نیز می‌نامند (Stam, 1992: 13). از دید رابرت استم^۲ این فیلم‌ها «با معطوف کردن توجهشان به تحریف‌های فیلمی، این فرض را که هنر می‌تواند رسانه شفاف ارتباطی و پنجره‌ای به جهان باشد واژگون می‌سازند» (استم، ۱۳۸۳: ۱۶۹ و ۱۷۰). هرچند فرافیلیم‌ها نه نشانه شکست خلاقیت در سینما و نه علامت پایان طبیعی زندگی سینما که روشی است که هنرمندان این آثار را قادر می‌سازد که قلمروهای قدیم و جدید را به شیوه معاصر و از زوایای گوناگون بررسی کنند (El Ghazouani, 2012: 25)

باوجود آنکه خود بازتابی در فرافیلیم‌ها می‌تواند حاوی یکی از سه کارکرد تصدیق‌آمیز، انتقادی و شوخ طبعانه باشد، مهم‌ترین کارکرد خود بازتابی در سینمای ایران کارکرد انتقادی است (فیروزی، ۱۳۹۴: ۳۷). کنرات از این کارکرد به‌عنوان ابزاری برای انتقاد و ایجاد تردید در هنجارها و ارزش‌های متعارف نام‌برده و از دید او جهت کارکرد انتقادی در فرافیلیم‌ها می‌تواند به سمت اجتماع، خود فیلم، صنعت سینما، تهیه‌کنندگان، بازیگرها یا حتی بیننده‌ها و عادت‌ها و روش‌های دریافت آن‌ها باشد (Konrath, 2010: 55). با توجه به آنکه در فرافیلیم‌های ایرانی، کارگردانان بیشتر به مشکلات خویش در پروسه تولید فیلم، کالبدشکافی فرایند خلق فیلم به‌عنوان یک اثر هنری و انتقاد از شرایط، مشکلات و موانع تولید فیلم توجه می‌کنند، آن‌ها تصویری انتقادی از مناسبات حاکم بر سینمای ایران نشان می‌دهند (ارمکی و خالقی‌پناه، ۱۳۹۰: ۷۹). علاوه بر این خودآگاهی^۳ مؤلف، در فرافیلیم‌های کیارستمی، خودآگاهی مخاطب نیز در رویارویی با اثر هنری حائز اهمیت است، چراکه فرافیلیم‌ها چون آینه‌ای عمل می‌کنند که تماشاگر می‌تواند خود را درون آن ببیند (Kiralay, 2010: 133)

تمهیدات خود بازتابانه در فرافیلیم‌ها شامل فاصله‌گذاری، بینامتنیت، حضور مؤلف، پارودی، فروپاشی روایت‌های اعظم و میزان ابیم^۴ است (فیروزی، ۱۳۹۴: ۶۳ - ۴۸). مهم‌ترین تمهید خود بازتابانه‌ای که در فرافیلیم‌های کیارستمی به چشم می‌آید حضور مؤلف و خود ارجاعی^۵ بیش‌ازحد است، ازاین‌رو سعید نفیسی اصطلاح خود جایگذاری را در مورد تمهید حضور کارگردان به‌مثابه بازیگر برای تعدادی از آثار این کارگردان چون زندگی و دیگر هیچ و زیر درختان زیتون به کار می‌برد (Naficy, 2012: 199). در کارنامه فیلم‌سازی عباس کیارستمی^۴ فرافیلیم کلوز آپ (۱۳۶۸)، زندگی و دیگر هیچ (۱۳۷۰)، زیر درختان زیتون (۱۳۷۳) و باد ما را خواهد برد (۱۳۷۸) دیده می‌شود. هرچند در تعداد زیادی از فیلم‌های او

1. Reflexive Cinema
2. Robert Stam
3. Self-Awareness
4. Mise – en – Abim
5. Self-Reflexivity

نیز نشانه‌هایی از ویژگی‌های خود بازتابانه دیده می‌شود اما با توجه به آنکه این نشانه‌ها محدود بوده و به‌صورت ویژه شیوه ساخت فیلم را بازنمایی نمی‌کند، در زمره آثار فرافیلیم قرار نمی‌گیرد.

نظم گفتمانی حاکم بر جامعه ایرانی در نسبت با «دیگری»

حسین بشیریه در کتاب دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، هویت و خود فهمی‌های فردی و شکل خاص زندگی اجتماعی افراد را ناشی از گفتمان سیاسی مسلط می‌داند. او گفتمان‌های سیاسی عمده در تاریخ معاصر ایران را سه گفتمان: پاتریمونیالیسم^۱ سنتی دوران قاجار، مدرنیسم مطلقه پهلوی و سنت‌گرایی ایدئولوژیک بعد از انقلاب اسلامی می‌داند (بشیریه، ۱۳۹۴: ۶۴). با توجه به آنکه ایدئولوژیک بودن ویژگی اصلی گفتمان سوم است و اینکه ایدئولوژی مدام در پی دیگری سازی است (هال، ۱۳۸۶: ۶۶)، ادبیات خودی و دیگری یکی از ستون‌های اصلی و دشمن‌شناسی از اولویت‌های اصلی گفتمان سیاسی بعد از انقلاب است. طبقه حاکم سیاسی ایران همیشه در صحبت از غرب از گفتمان خود و دیگری استفاده کرده است. براساس تئوری توطئه^۲، ایران همیشه غرب را به‌عنوان دیگری‌ای که هدفی جزء استیلاء بر آن و دشمنی با آن ندارد، می‌شناسد. در مقدمه کتاب جستارهایی درباره تئوری توطئه در ایران، تئوری توطئه این‌چنین تعریف شده است: نظریه توطئه با پیش‌فرض قرار دادن برخی اصول خاص خود، همه حکومت‌ها، گروه‌های مخالف داخلی و جوامع غیرخودی را دشمن تلقی می‌کند و حکم به محکومیت و اهریمن‌صفتی آنان می‌دهد (آبراهامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۲). آبراهامیان بحث‌های سیاسی در ایران را آکنده از اصطلاحاتی مانند توطئه، جاسوس، خیانت، وابسته، خطر خارجی، عمل خارجی، نفوذ بیگانه، اسرار، نقشه، عروسک، ستون پنجم، نوکران استعمار و ... می‌داند (آبراهامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۷). هرچند آبراهامیان با در نظر گرفتن تجربه نفوذ امپریالیستی، برخی از بدگمانی‌ها در زمینه توطئه‌های خارجی را کاملاً پذیرفتنی و توجیه‌پذیر می‌داند، اما معتقد است که در موارد بی‌شماری در تاریخ سیاسی معاصر ایران هراس‌های واقعی با نگرانی‌های غیرواقعی درهم آمیخته و راه را برای سرکوب گسترده مخالفان هموار کرده است (آبراهامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۶۷) به دلیل همین بی‌اعتمادی، در تمام نسبت‌هایی که به مخالفان داده شده است، تلاش برای تعریف و تحدید دیگری دیده می‌شود. این امر ضمن آنکه حامل خشونت ذاتی نسبت به دیگری است اجازه سرکوب و خشونت علیه دیگران به‌عنوان مخالف را نیز می‌دهد.

1. Patrimonialism

2. Conspiracy Theory

روش تحقیق

در این پژوهش برای فهم و دریافت نسبت خود و دیگری در فیلم‌های خانه دوست کجاست و طعم گیلان و فرافیلیم‌های کلوزآپ، زیر درختان زیتون و باد ما را خواهد برد از روش تحلیلی، توصیفی با رویکرد تحلیل انتقادی گفتمان فرکلاف استفاده شده است. با توجه به آنکه فرکلاف در مرحله تحلیل متنی (توصیف)، ابزارهایی را ارائه می‌کند که بیشتر مناسب متون نوشتاری است، در این تحقیق بر اساس مدل پیشنهادی فرقانی و اکبرزاده (۱۳۹۰) جهت توصیف نظام دیداری فیلم‌ها و فرافیلیم‌ها از روش پیشنهادی ایدما^۱، کرس^۲ و ون لیوون^۳ نیز به شرح زیر استفاده می‌شود: طبق مدل پیشنهادی ایدما از شش سطح تحلیل فیلم (ایدما به نقل از فرقانی و اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۰: ۱۴۶) روی نمائ^۴ متمرکز شده و چگونگی بازنمایی شخصیت‌ها در نماهای فیلم نیز بر اساس روش کرس و ون لیوون، از لحاظ فاصله اجتماعی، رابطه اجتماعی و تعامل اجتماعی (کرس و ون لیوون به نقل از مصلح زاده و آشوری، ۱۳۹۶: ۸۱ و ۸۲) بررسی می‌شود.

جدول ۱. نوع بازنمایی شخصیت‌ها به مثابه دیگری در آثار سینمایی

فاصله اجتماعی (اندازه نما)	رابطه اجتماعی (زاویه دوربین)	تعامل اجتماعی (نگاه خیره)
Long shot غریبه بودن/ غیر خودی	High angle اعمال نمادین قدرت	نگاه خیره به تماشاگر درخواست و تقاضا
Medium shot جزئی از ما / خودی	Low angle قدرت نمادین سوژه روی مخاطب	غیاب نگاه خیره به تماشاگر ارائه و در معرض قضاوت قرار گرفتن
Close up جزئی از ما / خودی	Eye level برابری	-

در ادامه، طبق مدل کرس و ون لیوون، با مطالعه کنش‌ها و کشمکش‌های شخصیت‌های فیلم‌ها و فرافیلیم‌های کیارستمی، سه نوع راهکار فاصله‌گذاری^۵، قدرت زدایی^۶ و ابژه سازی^۷ در بازنمایی دیگری (کرس و ون لیوون به نقل از فرقانی و اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۰: ۱۵۲-۱۵۱) به شرح جدول زیر مشخص می‌شود:

1. Ideama
2. Kress
3. Van Leeuwen
4. Shot
5. Distanciation
6. Disempowerment
7. Objectivation

جدول ۲. نوع راهکار بازنمایی دیگری بر اساس کنش‌ها و کشمکش‌های شخصیت‌های آثار سینمایی

راهکار فاصله‌گذاری	راهکار قدرت زدایی	راهکار ابژه سازی
دیگری به عنوان بیگانه	دیگری به صورت فرد تحت سلطه و انقیاد	دیگری به مثابه ابژه شناخت

با توجه به اینکه در هر سه مورد این راهکارها نسبت خود و دیگری نسبت سوژه - ابژه بوده و جنبه سلبی نگاه به دیگری مدنظر قرار گرفته است، جهت لحاظ نسبت سوژه - سوژه، با ارجاع به لویناس نسبت «مسئولیت‌پذیری»^۱ (لویناس به نقل از علیا، ۱۳۸۸: ۲۰) و با ارجاع به مارتین بوبر^۲، نسبت «هم‌سخنی»^۳ (بوبر به نقل از سیف، ۱۳۸۵: ۴۳) نیز در مطالعه آثار مدنظر قرار می‌گیرد.

در مرحله تفسیر نیز با استفاده از روش بینامتنیت^۴ (سلطانی، ۱۳۹۳: ۵۰)، هرکدام از فیلم‌ها و فرا فیلم‌های کیارستمی با سایر فیلم‌ها و فرا فیلم‌های او بررسی شده و با توجه به آنکه در موضوع نظم گفتمانی^۵، برخورد میان گفتمان‌های موجود اساس تحلیل است (یورگینسن و فلیپس، ۱۳۸۹: ۲۳۶)، جهت یافتن نظم گفتمانی حاکم بر هرکدام از فیلم‌ها، به بررسی ماجرا، روابط و کشمکش‌های موجود بین شخصیت‌ها پرداخته می‌شود. جهت انجام مرحله سوم از مدل فرکلاف یعنی تبیین نیز با توجه به اینکه آثار انتخاب شده همه مربوط به بعد از انقلاب اسلامی ایران هستند، برای تحلیل اجتماعی این آثار، باید به این سؤال جواب داد که آیا نظم گفتمانی فیلم‌ها و فرا فیلم‌های مذکور در تأیید و بازتولید گفتمان حاکم سیاسی و اجتماعی ایران در رابطه با دیگری است یا این آثار به ساختار بندی مجدد نظم گفتمانی موجود در جامعه می‌پردازد.

نسبت خود و دیگری در فیلم‌های کیارستمی

کیارستمی در طول سال ۱۳۴۹ تا ۱۳۹۵، ۱۰ فیلم بلند داستانی ساخته است. از میان فیلم‌های داستانی شاخص سینمای کیارستمی می‌توان از گزارش (۱۳۵۶)، خانه دوست کجاست (۱۳۶۵)، طعم گلاس (۱۳۷۵)، کپی برابر با اصل (۱۳۸۹) و مثل یک عاشق (۱۳۹۱) نام برد. ساختار فیلم‌های کیارستمی بیش از آنکه شبیه فیلم‌های متعارف سینمای هالیوود باشد، در زیرمجموعه فیلم‌های هنری سینمای اروپا قرار می‌گیرد (اسلامی و فرهادپور، ۱۳۸۷: ۱۱). در

1. Responsibility
2. Martin Buber
3. Dialogical
4. Intertextuality
5. Order of Discourse

این پژوهش از میان فیلم‌های عباس کیارستمی آثاری موردبررسی قرار می‌گیرند که مهم‌ترین نقطه تمرکز آن‌ها بر کشمکش شخصیت اصلی داستان (به‌مثابه خود) و سایر شخصیت‌های انسانی (به‌مثابه دیگری) است. از این رو ضمن بررسی فیلم خانه دوست کجاست، به‌صورت ویژه به توصیف، تفسیر و تبیین نسبت خود و دیگری در فیلم طعم گilas می‌پردازیم.

تحلیل متنی (توصیف) طعم گilas

طعم گilas در میان آثار کیارستمی فیلم حیرت‌آور و تکان‌دهنده‌ای است (چشایر، ۱۳۷۸: ۵۰). این فیلم تنها فیلم ایرانی برنده جایزه نخل طلای جشنواره معتبر کن فرانسه است. در فیلم طعم گilas آقای بدیعی سوار بر ماشین خویش در بیابان‌های اطراف تهران دنبال کسی می‌گردد که بعد از خودکشی‌اش چند بیل خاک روی او بریزد. بدیعی این پیشنهاد را به چند نفر از جمله یک سرباز کرد و یک طلبه افغانستانی می‌دهد که در ازای مبلغ قابل‌توجهی این کار را برای او انجام دهند. این دو نفر با ذکر دلایل خویش از کمک به او سر باز می‌زنند. سرانجام پیرمردی ترک‌زبان به نام باقری که در موزه حیات وحش کار می‌کند پیشنهاد او را می‌پذیرد. باقری خاطره‌ای را تعریف می‌کند که در آن قصد خودکشی داشته است. او توضیح می‌دهد که با خوردن چند توت شیرین از این امر منصرف شده است. بدیعی بعد از این رویارویی از باقری می‌خواهد قبل از ریختن خاک روی او، چند بار نامش را صدا بزند شاید هنوز زنده باشد. روز بعد، بدیعی داخل گوری که قبلاً زیر یک درخت کنده است دراز می‌کشد.

با توجه به این خلاصه می‌توان پرسید که موضوع داستان فیلم طعم گilas چیست؟ سید فیلد^۱ در کتاب چگونه فیلم‌نامه بنویسیم^۲، موضوع را شخصیت به‌اضافه ماجرا می‌داند؛ یعنی یک شخصیت که دست به انجام کاری می‌زند یا کاری بر او واقع می‌شود (فیلد، ۱۳۹۱: ۲۳). به‌زعم بیشتر نقدها و تحلیل‌هایی که درباره این فیلم نوشته شده است، موضوع طعم گilas عبارت است از مردی است که می‌خواهد خودکشی کند: غلام حیدری طعم گilas را وصف بیش و کم دقیقی از کوشش یک آدم تلخ اندیش و نومید برای خودکشی می‌داند که ظاهراً معتقد است زندگی چیز دل‌چسبی نیست (حیدری، ۱۳۷۹: ۱۰۲) و گادفری چشایر^۳ معتقد است که «فیلم در مورد مردی است که قصد خودکشی دارد» (چشایر، ۱۳۷۸: ۵۰)؛ اما به نظر می‌رسد بر اساس تعریفی که از موضوع به عمل آمد، خودکشی دغدغه اصلی آقای بدیعی در جستجوهایش نیست. طبق ساختار کلاسیک داستان‌گویی شخصیت تلاش می‌کند با عبور از

1. Syd Field

2. Screenplay: the foundations of screenwriters

3. Godfrey Cheshire

موانع و مشکلات به دغدغه، خواست و هدف خود برسد (فیلد، ۱۳۹۱: ۱۶). آقای بدیعی در تلاش‌های خویش در کار عبور از موانع خودکشی نیست. مانع او راضی کردن کسی است که مراسم ساده خاک‌سپاری را برای او به انجام رساند. حال با پذیرش این فرض، این سؤال پیش می‌آید که چرا آقای بدیعی این قدر جدی و پیگیر در تلاش است که جسدش در معرض دید نباشد؟ برای جواب این سؤال باید جواب سؤالات زیر را نیز مدنظر قرارداد: او که تصمیم گرفته است خودکشی کند چرا برای خود گور کنده است؟ چرا گور را خارج از شهر و دور از دسترس کنده است؟

فرضیه ما برای دلیل این افعال آقای بدیعی ترس او از نگاه دیگری است. به نظر می‌رسد برای آقای بدیعی نیز چون شخصیت‌های نمایشنامه در بسته^۱ سارتر، ترس از دیگران حتی بعد از مرگ هم تمامی ندارد. او می‌خواهد با گرفتن قول از دستیار احتمالی‌اش، از تبدیل شدن جسدش نیز به ابژه دیگری جلوگیری کند و بر ترس دیده شدن و مورد قضاوت قرار گرفتن غلبه کند. برای پذیرفتن این فرض باید بر یک تعارض بزرگ غلبه کرد: اگر ترس از دیگری به این اندازه در آقای بدیعی شدید است، چطور به سه نفر غریبه که در راه می‌یابد، اطمینان می‌کند که او را یاری دهند؟ برای جواب این شبهه باید نسبت آقای بدیعی به عنوان شخصیت اصلی را با سایر شخصیت‌ها در دوگانه خود و دیگری بررسی کرد. در فیلم آقای بدیعی که سخت‌گیرانه در پی انتخاب یک دستیار است. پس از جستجوی زیاد سه نفر را انتخاب می‌کند که با آن‌ها به مذاکره و معامله می‌نشیند: سرباز کرد، طلبه افغانی و پیرمرد ترک‌زبان. برای تحلیل و بررسی نسبت خود و دیگری در روابط بین آقای بدیعی و این سه نفر، دیالوگ‌های شخصیت‌ها و همچنین افعالی که طرفین ارتباط در حق هم انجام می‌دهند را مدنظر قرار می‌دهیم. سرباز کرد اولین کسی است که پیشنهاد همکاری را از آقای بدیعی دریافت می‌کند. جدول زیر روابط آن‌ها و نوع راهکار بازنمایی سرباز به مثابه دیگری را در این رابطه نشان می‌دهد:

جدول ۳. نوع راهکار بازنمایی سرباز به عنوان دیگری در نسبت با آقای بدیعی

دیاالوگها و افعال آقای بدیعی در رابطه با سرباز	راهکار بازنمایی
بدیعی پشت سر هم سؤالات خصوصی و خانوادگی از سرباز می پرسد. سرباز معذب است و نگرانی از صورت و حرکات او پیداست.	قدرت زدایی و ابژه سازی
بدیعی برای سرباز از خاطرات سربازی اش می گوید و او را تحقیر می کند که سرباز خوبی نیست.	قدرت زدایی
بدیعی از سرباز انتظار دارد، راجع به کاری که از او انتظار دارد، چیزی نپرسد، پولش را بگیرد و برود چراکه نیازمند است.	قدرت زدایی
بدیعی سر سرباز منت می گذارد که او با این درخواست دارد به سرباز کمک می کند: «چون تو محتاج این پول هستی»	قدرت زدایی
بدیعی دلایل سرباز را برای رد پیشنهاد خویش جدی نگرفته و به او طعنه می زند: «خدا من رو محتاج تو کرده»	ابژه سازی
بدیعی سرباز را تحریک کرده که چون کرد است و جنگ و تفنگ دیده، باید شجاع باشد. وقتی سرباز زیر بار نمی رود به او تهمت می زند: «حق تو کشاورز به جای بیل همون تفنگه»	قدرت زدایی

بعد از آنکه سرباز از پیشنهاد گنگ و مبهم آقای بدیعی شوکه شده و از ترس پا به فرار می گذارد، طلبه جوان افغانی دومین کسی است که سوار ماشین بدیعی شده و پیشنهاد همکاری در ازای پول را دریافت می کند.

جدول ۴. نوع راهکار بازنمایی طلبه جوان به عنوان دیگری در نسبت با آقای بدیعی

دیاالوگها و افعال آقای بدیعی در رابطه با طلبه جوان	راهکار بازنمایی
بدیعی با کنجکاوی در زندگی شخصی و خانوادگی طلبه تلاش می کند وضعیت مالی او را تشخیص دهد.	قدرت زدایی
بدیعی حاضر به شنیدن دلایل طلبه در رابطه با حرام بودن خودکشی نیست. از نظر بدیعی طلبه کم تجربه بوده و چون تحصیلاتش هم تمام نشده پس قابلیت نصیحت کردن او را ندارد.	قدرت زدایی
بدیعی چند بار صحبت های طلبه را قطع کرده و حاضر به شنیدن نظرات او نیست.	قدرت زدایی و ابژه سازی

دلایل بدیعی برای راضی کردن طلبه جوان نیز قانع کننده نیست. در ادامه او موفق می شود آقای باقری را راضی به همکاری کند. دلیل همکاری او نیاز مالی برای درمان کودک مریضش ذکر می شود.

جدول ۵. نوع راهکار بازنمایی آقای باقری به عنوان دیگری در نسبت با آقای بدیعی

دیاالوگ‌ها و افعال آقای بدیعی در رابطه با آقای باقری	راهکار بازنمایی
باقری از بدیعی می‌خواهد مشکل خودش را با او در میان بگذارد، شاید بتواند کمکش کند. بدیعی سکوت کرده است.	فاصله‌گذاری
باقری خاطره اقدام به خودکشی‌اش را برای بدیعی تعریف می‌کند: اینکه چگونه شیرینی یک توت او را نجات داده است. بدیعی طعنه می‌زند: «تو و خانم توت را خوردید و همه مشکلات حل شد!»	قدرت زدایی
باقری با نتیجه‌گیری از داستان یک لطیفه، حل مشکلات را درگرو عوض کردن نگاه و فکر می‌داند. بدیعی جدی نمی‌گیرد.	ابژه سازی
باقری تلاش می‌کند بابیان زیبایی‌های زندگی و طبیعت، بدیعی را به ادامه زندگی ترغیب کند. بدیعی عکس‌العملی ندارد.	ابژه سازی
بدیعی مدام به پولی که در مقابل کار گیر باقری می‌آید اشاره می‌کند.	قدرت زدایی و ابژه‌سازی
بدیعی بعد از خداحافظی از باقری پیش او برگشته و از او می‌خواهد قبل از آنکه روی او خاک بریزد، مطمئن شود که زنده نیست.	نسبت هم‌سخنی

با توجه در این روابط می‌توان گفت: نسبت آقای بدیعی در رابطه با این سه نفر که هر سه از شخصیت‌های به حاشیه رانده‌شده (آفرین و نجومیان، ۱۳۸۹: ۱۱۸) و از لحاظ مالی نیازمند (حیدری، ۱۳۷۹: ۱۰۶) هستند، بر اساس الگوی سوژه - ابژه است. از نظر آقای بدیعی موقعیت قومی، نژادی و نیاز مالی هر سه نفر جایگاه سوژه بودن را از آن‌ها سلب کرده است. او آن‌ها را چون یک ابژه تحت سلطه و انقیاد می‌بیند؛ به همین دلیل از آن‌ها و قضاوتشان نمی‌ترسد. هرچند در صحنه‌هایی نیز این دیگران ضعیف هم او را گرفتار نگاه خود می‌کنند: مرد ترک‌زبان با تعریف داستان خودکشی نافرجام خویش، به او تلنگر می‌زند که مسئولیت و امکانات زیبای زندگی را با خودکشی فرونگذارد.

در فیلم کسانی را که بر طبق فرض ما آقای بدیعی از نگاه ابژه ساز و فرو کاهنده آن‌ها می‌ترسد، نمی‌بینیم؛ اما طبق دیالوگ‌های او با طلبه جوان می‌توان این افراد را خانواده، دوستان و آشنایان او فرض کرد. با توجه به نحوه مرگ و مراسم خاک‌سپاری‌ای که بدیعی برای خویش برمی‌گزیند، به نظر می‌رسد بدیعی آن‌ها را نه دوست و آشنا بلکه غریبه‌هایی می‌داند که با آن‌ها احساس نزدیکی ندارد و «می‌خواهد با پوشانده شدنش با خاک طوری جلوه دهد که اطرافیانش فکر کنند او ناپدید شده است» (آفرین و نجومیان، ۱۳۸۹: ۱۰۶). باید اضافه کرد که ما چیز زیادی از گذشته بدیعی نمی‌دانیم، تمام چیزی هم که در حال او می‌بینیم، نگرانی از آینده است. در رابطه با توضیح ترس بدیعی از آینده نیز باید این نکته را مدنظر قرار داد که نزد لویناس

آینده به گذشته و حال ارجحیت دارد، از نظر او آینده را نه می‌توان در اختیار گرفت و نه می‌توان معادلی برای آن در حال پیدا کرد. در برخورد با آینده نیز سوژه با غیری مواجه است که در مدار متعلقات و سیطره او نیست (علیا، ۱۳۸۸: ۹۵). بدیعی برای مقابله با آینده بی‌شکل، تلاش می‌کند آن را رام کرده و خود محتوای آن را بسازد. او از آینده و دیگری‌ای که نمی‌تواند آن‌ها را کنترل کند می‌ترسد. مسعود فراستی معتقد است که دلیل استفاده همیشگی کیارستمی از عینک بزرگ دودی نیز غلبه بر ترس از نگاه دیگری است، چراکه «با آن می‌شود دید، اما نمی‌شود دیده شد» (فراستی، ۱۳۸۴: ۱۱۲). در نتیجه‌گیری تحلیلی متنی طعم گیللاس می‌توان گفت در این فیلم، نگاه دیگری قضاوت‌گر معرفی شده که توان ایجاد شرم و تبدیل وجود لnfسه را به وجود فی‌نفسه دارد. گفتمان حاکم در رابطه با دیگری در این فیلم سارتری بوده و هم‌سبزیی تنها رابطه ممکن بین خود و دیگری معرفی شده است.

تحلیل گفتمانی (تفسیر) طعم گیللاس

از لحاظ محتوا می‌توان خط سیر مشترکی را در میان آثار داستانی کیارستمی پیدا کرد. پرتوی (۱۳۷۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «نا همسرایان»، ناهمگونی و ستیز شخصیت‌های اصلی این فیلم‌ها با دیگران و اجتماع را ویژگی مشترک این آثار می‌داند: فیلم‌خانه دوست کجاست داستان پسر بچه‌ای است که برای کمک به دوستش باید با خانواده‌اش ناهمگون باشد (پرتوی به نقل از فوکاسیان، ۱۳۷۵: ۲۹-۲۷). شخصیت‌های اصلی این فیلم نسبت به آدم‌های اطراف خود بدرفتاری کرده و خودخواهی به خرج می‌دهد (چشایر، ۱۳۷۸: ۵۴). خانه دوست کجاست دومین فیلم داستانی بلند کیارستمی نیز داستان هم‌سبزی بزرگ‌ترها و کودکان است. بزرگ‌ترها بچه‌ها را چون دیگری‌های فرودستی نگاه می‌کنند که از آن‌ها فقط توقع انجام اوامرشان را دارند و به خود حق می‌دهند مدام آن‌ها را سرزنش کرده و جز مواخذه و بازخواست راه دیگری را در برخورد با بچه‌ها نمی‌شناسند. به زعم باربارا دوسک^۱ در فیلم خانه دوست کجاست، بزرگ‌ترها فقط برای خود و سنت‌های کهنه‌شان زندگی می‌کنند و کمترین تلاشی برای درک پسر بچه فیلم از خود نشان نمی‌دهند (دوسک به نقل از فوکاسیان، ۱۳۷۵: ۲۵۰). ترس از دیگران (معلم، پدر و ...) عامل اصلی و موتور محرک کنش‌های پسر بچه فیلم خانه دوست کجاست است (فراستی، ۱۳۸۴: ۱۰۹). با دقت در این مختصر می‌توان شباهت گفتمان خود و دیگری را میان فیلم طعم گیللاس و این دو فیلم کیارستمی مشاهده کرد. می‌توان

1. Barbara Doseck

گفت که نظم گفتمانی حاکم بر فیلم‌های کیارستمی در نسبت خود و دیگری، حاکی از ترس از دیگری و بی‌اعتمادی نسبت به اوست.

تحلیل اجتماعی (تبیین) طعم گیلان

با توجه به نظم گفتمانی مستقر جامعه ایرانی بعد از انقلاب اسلامی در نسبت خود و دیگری، می‌توان گفت که نظم گفتمانی فیلم طعم گیلان، در تائید و بازتولید گفتمان حاکم بر جامعه است.

نسبت خود و دیگری در فرا فیلم‌های کیارستمی

در کارنامه کیارستمی ۴ فرا فیلم شاخص کلوزآپ، زندگی و دیگر هیچ، زیر درختان زیتون و باد ما را خواهد برد دیده می‌شود. در بخش تحلیل متنی به‌صورت ویژه به فرافیلیم زیر درختان زیتون پرداخته و در بخش تحلیل گفتمانی یا تفسیر نیز با رویکرد بینامتنیت، کلوزآپ و باد ما را خواهد برد نیز بررسی می‌شود. در بخش تبیین نیز دنبال جواب این سؤال هستیم که آیا فرا فیلم‌های کیارستمی، گفتمان حاکم جامعه را در نسبت با دیگری، بازتولید کرده یا آن را زیر سؤال برده و نقد می‌کنند.

تحلیل متنی (توصیف) زیر درختان زیتون

فرافیلیم زیر درختان زیتون، ماجرای پشت‌صحنه فیلم زندگی و دیگر هیچ، یا درواقع حوادثی است که هنگام فیلم‌برداری یکی از صحنه‌های آن فیلم در پشت‌صحنه اتفاق می‌افتد. فیروزی ویژگی‌های فرافیلیمی زیر درختان زیتون را فیلم در فیلم بودن اثر و همچنین وجود میزان ابیم مثال‌زدنی فیلم می‌داند (فیروزی، ۱۳۹۴: ۷۴). این فیلم جوایز گوناگونی را از جشنواره‌های بین‌المللی دریافت کرده است (آفرین و نجومیان، ۱۳۸۹: ۱۰).

ماجرای این فیلم در روستای کوکر از استان گیلان چند روز بعد از حادثه زلزله رودبار و منجیل اتفاق می‌افتد. در آغاز فیلم بازیگر نقش کارگردان، رو به دوربین خود را این‌چنین معرفی می‌کند: «من محمدعلی کشاورز هستم، بازیگر که در این فیلم نقش کارگردان را بازی می‌کنم.» او به همراه منشی صحنه‌اش، خانم شیوا، در میان شاگردان دبیرستان دخترانه روستای کوکر در حال انتخاب بازیگر است. بعد از ظهر آن روز فیلم‌برداری شروع می‌شود، سکانسی از فیلم را چند بار تکرار می‌کنند. بازیگر مرد، عظیم، نمی‌تواند دیالوگ‌هایش را بگوید. سکانس موردنظر مجدد با حسین، یکی از اهالی روستا که در گروه تدارکات نیز به آن‌ها کمک می‌کند، ضبط می‌شود. بعد از دو برداشت که دیالوگ‌ها از جانب بازیگران کامل اداء نمی‌شود، فیلم‌برداری قطع می‌شود. حسین می‌گوید که بازیگر زن، طاهره، دیالوگ خود را نگفته و جواب سلام او را نمی‌دهد، کار تعطیل می‌شود. در مسیر برگشت به کمپ، کارگردان از حسین

می‌پرسد که چرا طاهره جواب سلام او را نداده است. حسین توضیح می‌دهد که قبل از زلزله خواستگار طاهره بوده و به دلیل نداشتن تحصیلات، شغل و خانه والدین طاهره به او جواب رد داده‌اند. صبح روز بعد فیلم‌برداری از سر گرفته می‌شود. درحالی‌که کارگردان به دلیل اشتباه حسین در گفتن یکی از دیالوگ‌ها آن‌گونه که او می‌خواهد نه آن‌گونه که درواقع هست برداشت‌ها را تکرار می‌کند، در طبقه دوم لوکیشن، حسین تلاش می‌کند طاهره را راضی به ازدواج کند. کارگردان از این ماجرا بی‌خبر نیست ولی دارد داستان دیگری را می‌سازد. سرانجام پس از کلی تکرار، فیلم‌برداری آن سکانس به اتمام می‌رسد. گروه فیلم‌برداری با گروه کارگردانی بر سر وسیله نقلیه بگومگو پیدا کرده و طاهره تصمیم می‌گیرد پیاده به خانه برگردد. کارگردان با تجربه حسین را تشویق می‌کند که دنبال دختر برود. حسین دوان‌دوان از میان درختان زیتون طاهره را دنبال می‌کند. آن دو چون دو لکه سفید در زیتون زارها گم می‌شوند.

در طول فیلم ما شاهد دو نسبت در رابطه با حسین به‌عنوان دیگری هستیم: حسین به‌مثابه دیگری کارگردان و حسین به‌مثابه دیگری عوامل فیلم‌سازی و اهالی روستا. در این قسمت ضمن معرفی شخصیت‌های فیلم به بررسی چگونگی روابط میان آن‌ها می‌پردازیم. میزان حضور هرکدام از این شخصیت‌ها در نسبت با کارگردان، مقدار اهمیت آن‌ها را می‌رساند. جدول زیر این امر را توضیح می‌دهد:

جدول ۶. فراوانی تعامل کارگردان با دیگران در صحنه‌های فیلم

شخصیت اصلی	شخصیت‌های فرعی	سمت	تعداد صحنه
کارگردان	حسین	نا بازیگر	۱۳
	گروه فیلم‌برداری	عوامل فنی	۵
	طاهره	نا بازیگر	۳
	منشی صحنه	گروه کارگردانی	۳
	آقای خردمند	نا بازیگر	۳
	آقای باقری	تدارکات	۲
	عظیم	نا بازیگر	۳
	بچه‌های حاضر در محل فیلم‌برداری	مردم بومی محل فیلم‌برداری	۲
	دختران دبیرستانی و زنان روستایی	مردم بومی محل فیلم‌برداری	۲

فیلم زیر درختان زیتون دارای ۳۶ صحنه تعامل دوطرفه است که ۲۲ مورد از آن مربوط به تعامل و برخورد کارگردان با نا بازیگران^۱ است. با توجه به آنکه بیشترین مقدار کش چه

۱. کسی که برای اجرای یک نقش در فیلم انتخاب می‌شود، بدون آن‌که حرفه او بازیگری باشد.

ازلحاظ تعداد صحنه و چه ازلحاظ مدت زمان به تعامل کارگردان و حسین، به عنوان نابازیگر، اختصاص دارد، شخصیت حسین به عنوان دیگری این دوگانه در نظر گرفته شده و به صورت ویژه به شیوه ارتباط کارگردان به مثابه خود با او به مثابه دیگری می پردازیم.

برای این امر به ترتیب فاصله اجتماعی، رابطه اجتماعی و تعامل اجتماعی بین این دو شخصیت مشخص می گردد: از مجموع ۵۲ نمای مربوط به حسین در کنش های دوطرفه او با کارگردان، حسین در ۳۹ مورد، در اندازه نمای نزدیک و متوسط نشان داده می شود، لذا با توجه به آنکه کارگردان نیز با همین اندازه نماها و تقریباً همین تعداد نما در تعامل با او بازنمایی می شود، کارگردان و حسین به مثابه خود و دیگری از جایگاه هم سطح و برابری برخوردار هستند.

از لحاظ رابطه اجتماعی نیز، در تمام ۵۲ مورد نمایی که حسین را بازنمایی می کند، نوع زاویه دوربین نسبت به حسین، زاویه دید هم سطح چشم است که با توجه به آنکه تصاویر کارگردان در این کنش ها نیز از زاویه دید هم سطح چشم فیلم برداری شده است، در این بازنمایی ها، برابری بین این دو به چشم می خورد. از این رو در بحث رابطه اجتماعی نیز بین دو شخصیت نسبت سوژه - سوژه یا من - تویی بویی حاکم است.

در رابطه با تعامل اجتماعی و بررسی نگاه خیره شخصیت به تماشاگر نیز، از ۵۲ نمای شخصیت حسین هیچ موردی که در آن حسین مخاطب را مورد خطاب قرار دهد وجود ندارد، به عبارتی او در معرض نگاه خیره و قضاوت مخاطب قرار دارد. در رابطه با شخصیت کارگردان نیز از مجموع نماهای او در کنش با حسین، حتی یک مورد نگاه خیره به مخاطب وجود ندارد که در این مورد نیز کارگردان و حسین به مثابه خود و دیگری سهم یکسانی از تعامل اجتماعی با مخاطب داشته و هر دوی یک اندازه در معرض قضاوت تماشاچی هستند. لازم به توضیح است که شخصیت کارگردان در شروع فیلم یکبار تماشاچی را مورد خطاب قرار می دهد؛ به این صورت که محمدعلی کشاورز خود را بازیگری معرفی می کند که در این فیلم نقش کارگردان را بازی می کند. این نگاه خیره به تماشاچی با توجه به آنکه قبل از کنش های مشترک او با حسین است، بیش از آنکه جانبداری از شخصیت کارگردان باشد به ویژگی ساختاری فرا فیلم بودن اثر برمی گردد.

در بررسی روابط میان کارگردان و حسین باید به کنش ها و واکنش های آنان نیز توجه داشت و میزان گویندگی و شنودگی آن ها را در دیالوگ ها بررسی نمود؛ که بتوان فعال یا منفعل بودن آن ها را نیز واکاوی کرد: تعداد نماهای کارگردان در کنش های دونفره او با حسین ۴۹ مورد است که این تعداد ۳ مورد کمتر از تعداد نماهای حسین، ۵۲ نما، در این رابطه دو نفره است. علاوه بر این، از ۹:۲۹ دقیقه گفت و گوی این دو نفر ۷:۱۲ دقیقه حسین گوینده است و تمام

این مدت کارگردان چون یک شنونده به حسین گوش داده و فقط ۱:۵۶ دقیقه در جایگاه متکلم قرار می‌گیرد. به نظر می‌رسد که حسین برای کارگردان تعیین تکلیف می‌کند و کارگردان اجازه می‌دهد در جایی حتی حسین داستان خود را بر او دیکته کند: جایی که حسین کارگردان را اصلاح کرده و به او گوشزد می‌کند که طبق سنت آن محل لازم نیست طاهره شوهر خود را آقا خطاب کند. (آزادی ور به نقل از فوکاسیان، ۱۳۷۵: ۳۲۵). از این لحاظ نیز در رابطه کارگردان و حسین این حسین است که نقش کنش گر فعال را دارد.

نوع راهکار بازنمایی حسین در رابطه با کارگردان و سایر شخصیت‌ها

حسین ابتدا فقط به عنوان یکی از اعضای تدارکات گروه تولید با کارگردان و گروهش همکاری می‌کند اما در ادامه حسین نقش اول مرد فیلمی که کارگردان در حال ساخت آن است را نیز به عهده می‌گیرد.

جدول ۷: نوع راهکار بازنمایی حسین به عنوان دیگری در روابط بین کارگردان و حسین

راهکار بازنمایی	دیالوگ‌ها و افعال کارگردان در رابطه با حسین
نسبت هم‌سخنی	علی‌رغم آن‌که حسین با اشتباهاتش در ادای دیالوگ‌ها سرعت فیلم‌برداری را کند کرده و کارگردان را مدام وادار به تکرار می‌کند، کارگردان بیش از آنکه او را امر و نهی کند او را می‌شنود.
نسبت احساس مسئولیت	ماجرای خواستگاری قبلی حسین از بازیگر نقش زن باعث عدم همکاری او در ادای دیالوگ‌هایش شده است. این امر پیشبرد فرایند تولید را تقریباً متوقف کرده است. کارگردان علی‌رغم پیشنهاد منشی صحنه برای کنار گذاشتن حسین، حاضر به این کار نمی‌شود و این فرصت را از او نمی‌گیرد.
نسبت احساس مسئولیت	کارگردان سه بار به حمایت از حسین در مقابل گروه کارگردانی و فنی پرداخته و آن‌ها را از دادن کار اضافی به حسین منع می‌کند به این بهانه که حسین در طول فیلم‌برداری خسته شده و باید استراحت کند
نسبت احساس مسئولیت	کارگردان این فرصت را به حسین می‌دهد که در پشت‌صحنه تلاش خود را برای به‌دست آوردن دل طاهره انجام دهد.
نسبت احساس مسئولیت	کارگردان هیچ‌وقت در طول فیلم در رابطه با راز حسین و نظریاتش در رابطه با خواستگاری او از طاهره، با گروه صحبت نکرده و در این مورد با سایر عوامل فیلم شوخی نمی‌کند.

حسین علاوه بر کارگردان در طول داستان با شخصیت‌های مختلفی از فیلم تعامل داشته و به عنوان دیگری، هرکدام از آن‌ها نسبت متفاوتی در ارتباط با او دارند. خانواده طاهره مشتمل بر پدر و مادر طاهره، مادر بزرگ طاهره و خود طاهره، گروه فیلم‌برداری مشتمل بر کارگردان، منشی صحنه، دستیار کارگردان و گروه فیلم‌برداری و همچنین اهالی روستای محل فیلم‌برداری از جمله آقای باقری آشپز، جوانان روستا و زنان روستایی درگیر ماجرای حسین هستند.

فیلم رابطه والدین طاهره را با حسین نشان نمی‌دهد و اطلاعات این کشمکش از زبان حسین برای کارگردان، گروه فیلم‌سازی و تماشاچی بیان می‌شود. شیوه ارتباط و کشمکش

مادر بزرگ طاهره و حسین را نیز به صورت فلاش بک در طول تعریف ماجرا توسط حسین برای کارگردان می بینیم. جدول زیر روابط مادر و مادر بزرگ طاهره با حسین و نوع راهکار بازنمایی حسین به مثابه دیگری را در این روابط نشان می دهد:

جدول ۸. نوع راهکار بازنمایی حسین به عنوان دیگری والدین و مادر بزرگ طاهره

دیاالوگ ها و افعال والدین و مادر بزرگ طاهره در رابطه با حسین	راهکار بازنمایی
مادر طاهره حاضر به شنیدن درخواست خواستگاری حسین نیست	فاصله گذاری
مادر طاهره سرکارگر حسین را متقاعد کرده است که او را اخراج کند تا حسین امکان دیدن طاهره را نداشته باشد	قدرت زدایی
والدین طاهره به خواستگاری حسین نه گفته اند، چون او خانه نداشته است.	قدرت زدایی
مادر طاهره در صحبت با سرکارگر حسین او را با ضمیر «این» خطاب می کند.	ابژه سازی
مادر بزرگ به خواستگاری مجدد حسین بعد از زلزله قاطعانه جواب رد می دهد.	فاصله گذاری
مادر بزرگ به دلیل بی سوادی و نداشتن خانه توسط حسین حاضر نیست نوه اش را به او بدهد.	قدرت زدایی
مادر بزرگ به هیچ وجه حاضر به شنیدن توضیحات و دلایل حسین نیست.	ابژه سازی
مادر بزرگ حسین را با ضمیر «تو» خطاب کرده و چون پافشاری او را می بیند می گوید که حسین عقل ندارد	ابژه سازی و قدرت زدایی

کشمکش حسین با شخصیت های دیگر شامل کشمکش او با گروه فیلم سازی (اعم از منشی صحنه، دستیار کارگردان و عوامل فنی) و اهالی روستا است. منشی صحنه، خانم شیوا، در طول فیلم چهار بار با حسین رودرو شده و سه بار نیز درباره او با کارگردان یا عوامل گروه صحبت می کند. دستیار کارگردان و گروه فیلم برداری نیز هنگام فیلم برداری با حسین در ارتباط هستند.

جدول ۹. نوع راهکار بازنمایی حسین به عنوان دیگری در روابط بین گروه فیلم سازی و حسین

دیا لوگ ها و افعال منشی صحنه در رابطه با حسین	راهکار بازنمایی
جملات منشی صحنه خطاب به حسین امری است؛ او مدام گفته های حسین را اصلاح می کند	قدرت زدایی
با وجود آنکه حسین تلاش می کند با منشی صحنه ارتباط بگیرد، منشی صحنه او را بی جواب گذاشته و سکوت می کند.	ابژه سازی
منشی صحنه دو بار به حسین طعنه می زند که چون بازیگر است دیگر کار بنایی و کار صحنه نمی کند. همچنین دلایل حسین را برای تأخیر در بیدار شدن جدی نگرفته و به او طعنه می زند.	ابژه سازی
منشی صحنه با بی اعتنایی به حسین، آدرس روستا را از سایر اهالی روستا می پرسد.	قدرت زدایی
منشی صحنه در دو صحنه هنگام صحبت با کارگردان راجع به حسین، او را با ضمیر «این» و «این پسر» خطاب می کند.	ابژه سازی
زمانی که حسین ناخواسته وارد لوکیشنی که گروه در حال ضبط است می شود، دستیار کارگردان او را عتاب آمیز مورد خطاب قرار داده و سرزنش می کند.	ابژه سازی
با وجود آنکه حسین هم به عنوان بازیگر و هم به عنوان تدارکات با گروه فیلم برداری همکاری می کند، آن ها او را که از مردم محلی روستاست از خود ندانسته و هر فرصتی که پیش می آید او را سرزنش کرده و به او امر و نهی می کنند.	فاصله گذاری و قدرت زدایی

درباره روابط و کشمکش اهالی روستا و حسین نیز می توان گفت بعد از انتخاب حسین به عنوان یکی از عوامل تولید و در ادامه به عنوان بازیگر توسط گروه فیلم سازی، اهالی روستا نسبت به او جبهه گرفته و دیگر او را یک غیر خودی می دانند.

جدول ۱۰. نوع راهکار بازنمایی حسین به عنوان دیگری در روابط بین اهالی روستا و حسین

دیا لوگ ها و افعال اهالی روستا در رابطه با حسین	راهکار بازنمایی
بنای روستا که در حال کار است، طعنه آمیز حسین را کارگر خطاب کرده و از منشی صحنه می خواهد از او بخواهد آجرهای وسط جاده را کنار بزند.	قدرت زدایی
یکی از جوانان روستا به حسین که همراه گروه زده که اگر وقت کردی زیر پایت را نیز نگاه کن.	فاصله گذاری
آقای باقری آشپز گروه فیلم سازی که از اهالی روستاست حسین را مقصر دیر بیدار شدنش می داند.	فاصله گذاری

پس از بررسی چگونگی این روابط می توان گفت: در نسبت کارگردان با حسین خبری از هیچ کدام از راهکارهای بازنمایی فاصله گذاری، ابژه سازی و قدرت زدایی نیست و نسبت سوژه - سوژه بر رابطه آن ها حاکم است. از این رو روابط کارگردان با حسین مسئولانه، پاسخگو و همدلانه بوده و از جنس رابطه لویناسی است، اما والدین طاهره، اهالی روستا، منشی صحنه و گروه فنی از جایگاه سوژه حسین را چون یک ابژه بیگانه، تحت سلطه و انقیاد می بینند و رابطه آن ها با حسین از جنس هم ستیزی و سارتری است.

تحلیل گفتمانی (تفسیر) زیر درختان زیتون

کیارستمی در طول دوران فیلم‌سازی‌اش ۴ فرافیلیم ساخته است. جدای از شخصیت اصلی کلوزآپ که خود را کارگردان جا می‌زند، شخصیت اصلی سه فیلم دیگر یک کارگردان است. کلوزآپ تنها فیلم ایرانی است که در لیست جهانی فیلم‌های خود بازتابانه و همین‌طور فرافیلیم‌ها جزء ۱۰ فیلم اول قرارگرفته است (فیروزی، ۱۳۹۴: ۸۸). در این فیلم نیز سبزیان، شخصیت اصلی فیلم به‌عنوان دیگری در تعامل با افراد و گروه‌های مختلفی است: اولین کسی که غیریت سبزیان را به‌عنوان یک سوژه انسانی مستقل قبول ندارد، خود سبزیان است: او خود را قبول نداشته و می‌خواهد کس دیگری باشد: تقابل خود - دیگری در این فیلم واژگون شده و هویت سبزیان در دیگر بودگی او در نقش مخملباف است که شکل می‌گیرد (آفرین و نجومیان، ۱۳۸۹: ۱۱۷). دوگانه بعدی‌ای که در آن سبزیان جایگاه دیگری را دارد خانواده آهن خواه - سبزیان است. سبزیان از ناآگاهی و جهل فرهیخته خانواده طبقه متوسط آهن‌خواه سوءاستفاده می‌کند (ارمکی و خالقی پناه، ۱۳۹۰: ۸۰) و همین قضیه دلیل خوبی است که آن‌ها سبزیان را چون یک مجرم تلقی و قضاوت کنند. آن‌ها به‌هیچ‌وجه حاضر به شنیدن و پذیرفتن دلایل سبزیان نبوده و آن را قابل دفاع نمی‌دانند. این امر خود منجر به اعمال خشونت در حق سبزیان به‌عنوان یک دیگریِ فرودست می‌شود و درنهایت در دوگانه کارگردان / سبزیان است که در آن کیارستمی با اختصاص یک دوربین خاص به سبزیان و فراهم نمودن شرایط لازم برای ارائه دفاعیات او، سبزیان از جایگاه ابژه خارج‌شده و موفق به بیان صدای خویش می‌شود. در کل تکنیک خود بازتابی موجود در فیلم که شامل حضور کارگردان به‌مثابه بازیگر در فیلم نیز می‌شود، به‌عنوان یک امکان در راستای بازنمایی اخلاقی دیگری فرودست عمل کرده است (توانای منافی، ۱۳۹۱: ۱۹۹).

در فیلم باد ما را خواهد برد نیز کارگردان جوان این فیلم به‌عنوان شخصیت اصلی در دوگانه خود و دیگری جایگاه خود را دارد. به اعتقاد گنجوی فیلم باد ما را خواهد برد فیلمی است که بر مسئله «دیگری» و خشونت تصویری علیه دیگری تأکید می‌کند. او به نگاه انتقادی کیارستمی به خشونت موجود در رفتار و نگاه کارگردان جوان در فیلم اشاره دارد (گنجوی، ۱۳۹۶). به عبارتی می‌توان داستان فیلم باد ما را خواهد برد را محاکمه یک کارگردان توسط کیارستمی دانست. به‌زعم گادفری چشایر اگر فیلم‌های کیارستمی قرار باشد کسی را به محاکمه بکشد، این محاکمه‌ها یک هدف بیشتر ندارد و آن خود اوست (چشایر، ۱۳۷۸: ۵۸). در فرافیلیم‌های کیارستمی هم‌زمان که تلاش‌های کارگردان در پروسه خلق اثر هنری دیده می‌شود، شیوه فعالیت او در رابطه با سایر عوامل فیلم و همچنین روش او در تولید معنا در بوته نقد قرار می‌گیرد. به عبارتی می‌توان گفت در این آثار ما هم‌زمان شاهد خلق و نقد اثر

هنری هستیم. با دقت در این مختصر می‌توان شباهت گفتمان خود و دیگری را میان فرا فیلم زیر درختان زیتون و این دو فرافilm دیگر کیارستمی مشاهده کرد. می‌توان گفت که نظم گفتمانی حاکم بر فرافilm های کیارستمی در نسبت خود و دیگری، هم‌سخنی با دیگری و احساس مسئولیت نسبت به اوست.

تحلیل اجتماعی (تبیین) زیر درختان زیتون

با توجه به نظم گفتمانی مستقر جامعه ایرانی بعد از انقلاب اسلامی در نسبت خود و دیگری، می‌توان گفت که نظم گفتمانی فرا فیلم زیر درختان زیتون در نسبت خود و دیگری، حاکی از تلاش برای ساختار بندی جدیدی از نظم گفتمانی حاکم بر جامعه ایرانی است.

بحث و نتیجه‌گیری

ضمن مطالعه تطبیقی فیلم طعم گیلان و فرافilm زیر درختان زیتون به نمایندگی از فیلم‌ها و فرافilm‌های عباس کیارستمی، می‌توان نتیجه گرفت که نسبت خود و دیگری در طعم گیلان نسبت سوژه - ابژه بوده و کاراکتر اصلی ترس شدید از آن را دارد که با راهکارهای قدرت زدایی و ابژه سازی در معرض نگاه و قضاوت دیگران قرار گیرد. به عبارتی نسبت خود و دیگری در این فیلم شدیداً سارتری است؛ اما این نسبت در فرافilm زیر درختان زیتون در مقایسه با طعم گیلان شباهت‌ها و تفاوت‌هایی را دارد. نسبت حسین به‌مثابه دیگری در رابطه با اهالی روستا و گروه فیلم‌سازی کماکان سارتری است؛ آن‌ها از راهکارهای فاصله‌گذاری، قدرت زدایی و ابژه سازی برای بازنمایی او استفاده می‌کنند، اما آنجا که به حکم فرا فیلم بودن اثر، کارگردان به‌مثابه یک بازیگر در جایگاه «خود»، در رابطه با حسین به‌مثابه «دیگری» قرار می‌گیرد نسبت آن‌ها سوژه - سوژه شده و کارگردان ضمن هم‌سخنی با حسین در قبال او احساس مسئولیت نیز می‌کند. در پایان می‌توان گفت به‌رغم اشتراک خالق و پس‌زمینه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی خلق آثار، ویژگی‌های خود بازتابانه و خود انتقادی فرافilm‌های کیارستمی باعث شده است که نسبت خود و دیگری در آن‌ها لویناسی و دیگر آئین بوده و در آن‌ها شاهد احساس مسئولیت نسبت به دیگری باشیم. در حالی که نسبت خود و دیگری در فیلم‌های کیارستمی بیشتر سارتری، خودآئین و حاوی خشونت علیه دیگری است. از این‌رو می‌توان نتیجه گرفت که نظم گفتمانی فیلم‌های کیارستمی در تائید و بازتولید گفتمان حاکم بر جامعه در نسبت خود و دیگری است؛ اما نظم گفتمانی فرافilm‌های این کارگردان در نسبت خود و دیگری، حاکی از تلاش برای ساختار بندی جدیدی از نظم گفتمانی حاکم بر جامعه ایرانی است.

منابع و مآخذ

- آبراهامیان، یرواند؛ اشرف، احمد و کاتوزیان، محمدعلی همایون (۱۳۹۷). *جستارهایی درباره تئوری توطئه در ایران*، ترجمه محمدابراهیم فتاحی، تهران: نی.
- آفرین، فریده و امیرعلی نجمیان (۱۳۸۹). *خوانشی پس‌ساختگرا از آثار عباس کیارستمی*، تهران: علم.
- استم، رابرت (۱۳۸۳). *مقدمه‌ای بر نظریه فیلم*، گروه مترجمان به کوشش احسان نوروزی، تهران: سوره مهر.
- اسلامی، مازیار و مراد فرهادپور (۱۳۸۷). *تهران: سینمای عباس کیارستمی*، تهران: فرهنگ صبا.
- بشیریه، حسین (۱۳۹۲). *دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، تهران: نگاه معاصر.
- پاینده، حسین (۱۳۹۰). *گفتمان نقد: مقالاتی در نقد ادبی*، تهران: نیلوفر.
- توانای منافی، کیوان (۱۳۹۱). «بررسی امکان‌های بازتابندگی هنری به‌منظور بازنمایی اخلاقی دیگری فرودست مطالعه موردی «کلوزآپ- نمای نزدیک» عباس کیارستمی»، *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲۸: ۱۹۹-۲۲۳.
- چشایر، گادفری (۱۳۷۸). *کیارستمی در جستجوی خانه*، ترجمه شاپور عظیمی، سینمایی فارابی، شماره ۳۴: ۵۹-۴۶.
- چوبدارزاده، سیمیا (۱۳۹۰). *دیگری از نظر سارتر*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و زبان‌های خارجی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- حیدری، غلام (۱۳۷۹). *عباس کیارستمی*، تهران: موسسه فرهنگی هنری نوروز هنر.
- خالق پناه، کمال و تقی آزاد ارمکی (۱۳۹۰). «سینما درباره سینما: متاسینما در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی و مجادله بر سر خود سینما»، *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲۵: ۹۵-۷۱.
- سارتر، ژان پل (۱۳۴۹). *هستی و نیستی*، ترجمه عنایت‌الله شکیباپور، تهران: امیرکبیر.
- سیف، سیدمسعود (۱۳۸۵). «تأملی در فلسفه هم‌سخنی مارتین بوبر»، *نامه فلسفی*، شماره ۲: ۵۸-۴۳.
- شهر آئینی، سیدمصطفی و راضیه زینلی (۱۳۹۰). «وجود برای دیگری از دیدگاه سارتر»، *پژوهش‌های فلسفی دانشگاه تبریز*، شماره ۹: ۱۲۸-۱۰۷.
- علیا، مسعود (۱۳۸۸). *کشف دیگری همراه با لویناس*، تهران: نی.
- فراستی، مسعود (۱۳۸۴). *سینما- قلم*، تهران: موسسه فرهنگی هنری سناء دل.
- فرقانی، محمدهدی و سیدجمال‌الدین اکبرزاده جهرمی (۱۳۹۰). «ارائه مدلی برای تحلیل گفتمان انتقادی فیلم»، *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، شماره ۱۶: ۱۵۷-۱۳۰.

فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). *تحلیل انتقادی گفتمان*. ترجمه گروه مترجمان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

فیروزی، مریم (۱۳۹۴). *خود بازتابی به مثابه تمهیدی دراماتیک در سینمای ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد سینما، دانشکده سینما تئاتر، دانشگاه هنر تهران.

فیلد، سید (۱۳۹۱). *چگونه فیلم‌نامه بنویسیم*، ترجمه عباس اکبری و مسعود مدنی، تهران: ساقی.

قوکاسیان، زاون (۱۳۷۵). *مجموعه مقالات در نقد و معرفی آثار عباس کیارستمی*، تهران: دیدار.

گنجوی، امیر (۱۳۹۶). «خشونت، سینما و دیگری: خوانشی لویناسی از باد ما را خواهد برد»، ترجمه آرش عزیزی، سایت نشریه فلسفی اجتماعی خرمگس، بازیابی شده در تاریخ ۱۴/۳/۱۳۹۸.

مصلح‌زاده، فاطمه و محمدتقی آشوری (۱۳۹۶). «بررسی تصاویر مرتبط با جنگ تحمیلی در کتاب‌های درسی از دیدگاه نشانه‌شناسی اجتماعی»، *مطالعات دفاع مقدس*، شماره ۴: ۹۸-۷۵.

مقدمی، محمدتقی (۱۳۹۰). «نظریه تحلیل گفتمان لاکلا و موف و نقد آن»، *معرفت فرهنگی اجتماعی*، شماره ۲: ۹۱-۱۲۴.

نجومیان، امیرعلی (۱۳۸۵). «مفهوم دیگری در اندیشه ژاک دریدا»، *چهارمین همایش ادبیات تطبیقی دانشگاه تهران*، ۲۲۶-۲۱۵.

وارنوک، مری (۱۳۸۶). *اگزیستانسیالیسم و اخلاق*، ترجمه مسعود علیا، تهران: ققنوس.

ورنو، روژه و ژان وال (۱۳۸۷). *نگاهی به پدیدارشناسی و فلسفه‌های هست بودن*، ترجمه یحیی مهدوی، تهران: خوارزمی.

وو، پاتریشیا (۱۳۹۱). *فرا داستان*، ترجمه شهریار وقفی‌پور، تهران: چشمه.

هال، استوارت (۱۳۸۶). *غرب و بقیه: گفتمان و قدرت*، ترجمه محمد متحد، تهران: آگه.

هیوارد، سوزان (۱۳۸۱). *مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی*، ترجمه فتح محمدی، زنجان: هزاره سوم.

یورگنسن، ماریا و لوئیز فیلیپس (۱۳۹۶). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.

- Bernasconi, Robert and keltner. (2002). *Levinas*. New York: Columbia university press.
- Derrida, Jacques. (2007). *Violence and Metaphysics in writing and Difference*, Trans: Alen Bass. London: Routledge.
- El Ghazouani, Anas. (2012). *How Meta-Films Can Serve Cinema*. (Bachelor Thesis B.A. in English and Digital Media). Balking Institute of Technology School of Planning and Media Design Department of Culture and Communication.
- Kiraly,Hajnal. (2010). "Abbas Kiarostami and a new wave of the Spectator". *Film and Media Studies*. Acta University, 133-142
- Konrat, Lisa. (2010). *Metafilm: Forms and functions of Self-Reflexivity in postmodern film*, vdm publishing.
- Levinas, Emmanuel. (1981). *Otherwise then Being or Beyond Essence*. Trans: Alphonso Lingis. Pittsburgh: Duquesne University press.
- Naficy, Hamid. (2012). *A Social History of Iranian Cinema: volume 4: The Globalizing Era, 1984 -2010*. Durham: Duke University Press.

فرافیلم و نسبت «خود» و «دیگری» در سینمای ... ❖ ۲۵۳

Solomon, Robert C. (1970). **From Rationalism to Existentialism**. London: Humanities press.

Stam, Robert. (1992). **Reflexivity in film and literature**, Columbia university press, New York.

Rubenstein, Kasey. (2010). **What the Heck is Meta-Cinema?**

<https://hubpages.com/entertainment/Meta-Cinema> (access date: 2017/02/09)

شناخت رابطه بین فردگرایی و محرومیت نسبی با بی تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: جوانان شهر کرمانشاه)

محسن صفاریان^۱، عبدالرضا ادهمی^۲، علی مرادی^۳

چکیده

هدف این پژوهش، شناخت رابطه بین فردگرایی و محرومیت نسبی با بی تفاوتی اجتماعی با تأکید خاص بر جوانان شهر کرمانشاه است. روش مورد استفاده پیمایشی و ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته است. جامعه مورد مطالعه جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله شهر کرمانشاه است که تعداد ۴۰۰ نفر از آنها با روش نمونه گیری لین و تصادفی خوشه ای مورد مطالعه قرار گرفت. داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار اسپاس و آموس مورد سنجش قرار گرفتند. نتایج حاصل نشان می دهد که میزان محرومیت نسبی با مقدار همبستگی ($r=0/134$) و فردگرایی با مقدار همبستگی ($r=0/202$) با بی تفاوتی اجتماعی جوانان ارتباط معناداری دارند. نتایج رگرسیون نشان می دهند مقدار T برای فردگرایی برابر ($T=3/76$) و برای میزان محرومیت نسبی برابر ($T=2/38$) است. این دو متغیر روی هم رفته توانستند مقدار $0/24$ از تغییرات درونی متغیر میزان بی تفاوتی اجتماعی را تبیین کنند. نتایج حاصل از مدل معادله ساختاری (آموس) نشان می دهد که مقدار P -value برای چهار متغیر (محرومیت نسبی با مقدار $0/949$ ، فردگرایی با مقدار $0/260$ ، میزان تحصیلات با مقدار $0/210$ و متغیر مدت زمان سکونت با مقدار ضریب رگرسیون استاندارد برابر $0/255$) در سطح خطای کوچکتر از $0/05$ است که نشان می دهد تأثیر متغیرهای مذکور بر متغیر وابسته معنادار هستند. نتایج مذکور براساس شاخص های برازش مدل برای RMR برابر $0/233$ ، شاخص RMSEA برابر $0/046$ ، شاخص CMIN/DF برابر $2/012$ و شاخص های CFI و PCFI با مقادیر $0/943$ و $0/767$ در حد قابل قبولی مدل را مورد تأیید قرار می دهند.

واژه های کلیدی

بی تفاوتی اجتماعی، محرومیت نسبی، فردگرایی، جوانان، کرمانشاه

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۸/۲۱

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۰۸

۱. دانشجوی دکتری جامعه شناسی واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
mfsafarian@gmail.com
۲. دانشیار گروه جامعه شناسی واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
adhamiab@yahoo.com
۳. دانشیار گروه جامعه شناسی واحد اسلام آبادغرب، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام آبادغرب، ایران
moradi.pop@gmail.com

مقدمه

یکی از مسائل و مشکلاتی که نشأت گرفته از صنعتی شدن جوامع و تغییرات سریع در روابط اجتماعی مردم به خصوص در محیط‌های شهری به وجود آمده و طیف وسیعی از افراد را درگیر کرده است، سرد شدن روابط اجتماعی و بی‌تفاوتی است. رفتار بی‌تفاوتی که در مفاهیم جامعه‌شناختی از آن به عنوان پیامد زندگی شهرنشینی و تبعات سیر صعودی نرخ جمعیت یاد می‌شود، نوعی بی‌اعتنایی به هیجانات درونی انسان گرایانه و بی‌علاقگی به مشکلات و درگیری‌های افراد دیگر محسوب می‌شود. بی‌تفاوتی اجتماعی^۱ به معنای بی‌علاقگی، دل‌مردگی، بی‌عاطفگی و بی‌احساسی، حالتی است که فرد به‌طور آگاهانه نسبت به مسائل محیطی، انسانی و هیجانی حیات اجتماعی خود، دچار بی‌علاقگی و بی‌اعتنایی می‌گردد. درواقع بی‌اعتنایی نوعی احساس انفصال، جدایی و عدم پیوند ذهنی (شناختی) و عینی (کنشی) میان فرد و جامعه (نهاده‌ها و ساختارهای اجتماعی نظیر سیاست، خانواده، مذهب و ...) است. بی‌تفاوتی اجتماعی به مثابه مفهومی اخلاقی و یک پدیده‌ای جامعه‌شناختی به معنای علاقه اندک یا عدم تعلق در حیات اجتماعی آدمیان نیز آمده است (Gans, 1999: 185). برخی بی‌تفاوتی را در مقابل مفهوم نوع‌دوستی قرار داده‌اند (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۸) و برخی دیگر آن را مقابل مفهوم مشارکت و درگیری قرار می‌دهند. مسعودنیا (۱۳۸۰) معتقد است شاید بهترین راه تعریف این مفهوم، استفاده از مفاهیم مقابل آن یعنی مشارکت و درگیری باشد. زندگی در شهرهای بزرگ خطر افزایش اختلالات ناشی از قرار گرفتن در محیط‌های اجتماعی استرس‌زا و اختلالات روحی را نیز افزایش می‌دهد، شاهد این مدعا هم نتایج مطالعاتی است که روی مغز افراد مختلف انجام شده و مشخص شده است که مغز افرادی که در شهرهای بزرگ زندگی می‌کنند نسبت به مغز افرادی که در مناطق روستایی زندگی می‌کنند عملکرد متفاوتی دارد. دو منطقه از مغز انسان که وظیفه تنظیم و متعادل‌سازی احساسات و اضطراب را دارند در شهرنشینی که تحت استرس روزانه قرار دارند بیش فعال می‌شود، رویدادی که می‌تواند به افزایش میزان ابتلا به مشکلات روحی و روانی و مغزی در افراد منجر شود. بی‌تفاوتی به معنی فقدان علاقه نسبت به انجام رفتار یا اقدامی است و سهیم نشدن در مسائل اجتماعی. بی‌تفاوتی اجتماعی دلسردی و بی‌علاقگی به مسائل جامعه، عدم درگیری مدنی به عنوان یک شهروند و بی‌اعتنایی نسبت به موضوع‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را به دنبال دارد (مسعودنیا، ۱۳۸۰: ۱۵۳).

یکی از متغیرهای اساسی بر بی تفاوتی فردگرایی است که زمینه‌های محرومیت نسبی را هم فراهم می‌سازد. با توجه به این که جمع‌گرایی در زندگی یک متغیر اجتماعی است که پیش‌بینی می‌کند مردم چگونه با گروه‌های اجتماعی ارتباط برقرار می‌کنند؛ از طرفی شهرها شامل گروه‌های اجتماعی هستند؛ از این رو، جمع‌گرایی باید پیش‌بینی کند که مردم چگونه به شهرها مرتبط هستند (Rubin et al, 2017: 9). شناسایی شهر به عنوان یک فرایند مداوم تعریف می‌شود که شناسایی مکان و پیوند مکان را ترکیب می‌کند. جنبه شناسایی مکان به «عضویت گروهی از افراد تعریف شده در مکان» مربوط می‌شود. این نشان می‌دهد که جمع‌گرایی مانع گسستگی و در نتیجه فردگرایی است؛ از طرفی هم پیوندهای اجتماعی و احساس تعلق را افزایش داده که بی تفاوتی را کاهش می‌دهد. شناخت جنبه جمع‌گرایی شهرها مستلزم الحاق شهر به عنوان یک گروه اجتماعی به یک هویت اجتماعی، پیوند مکانی است که به احساس پیوند دادن به یک مکان و مردمش اشاره دارد، به فرآیند وابستگی و پیوستگی که منجر به احساسات فعلی شناسایی می‌شود، اشاره دارد. در مقابل، فردگرایی در مورد یک شهر به نتیجه بلندمدت فرآیند شناسایی اشاره دارد. این پیامد زندگی شخصی یک جنبه نسبتاً پایدار و پیوسته از مفهوم خود است که در حافظه مربوط به شهر را دربر دارد. با توجه به نظریه هویت اجتماعی، افراد با نیاز به اعتماد به نفس برای دستیابی و حفظ هویت اجتماعی مثبت انگیزه می‌گیرند. یکی از راه‌های دستیابی به یک هویت اجتماعی مثبت، طرفداری از گروه‌های اجتماعی و افرادی که با گروه‌های اجتماعی خود ارتباط بالایی دارند، است. براساس این دیدگاه روانشناسی اجتماعی، باید رابطه‌ای مثبت بین شناسایی شهر و ارزیابی شهر وجود داشته باشد: افرادی که با شهر خود شناسایی می‌شوند، بیشتر احتمال دارد که این شهر را به طور مثبت ارزیابی کنند.

کرمانشاه به عنوان یکی از کلان‌شهرهای کشور، با توجه به دارا بودن تنوع فرهنگی بالا و قرار گرفتن در مسیر شاهراه اصلی چندین استان از یک طرف و فاصله نزدیک به مرز عراق، همیشه آستان بسیاری از مسائل و مشکلات بوده است و در این میان در مواجهه با مسائل شهری و زندگی ماشینی، مستعد بروز بی تفاوتی اجتماعی و گسترش فرهنگ فردگرایی است. چند فرهنگی بودن، مرزنشین، کاهش امکانات رفاهی نسبت به شهرهای نزدیک به پایتخت، بالا بودن میزان بیکاری، خودکشی، طلاق و سایر مسائل اجتماعی، نمونه‌های تأمل‌برانگیز از چگونگی بروز و گسترش یک مسئله اجتماعی در این کلان‌شهر است. از طرفی به دلیل افزایش جمعیت، افراد شناسایی کمتری نسبت به یکدیگر دارند و چه بسا اتفاق می‌افتد که ساکنان یک ساختمان به ندرت همدیگر را می‌بینند و شناختی نسبت به یکدیگر ندارند، همین گمنام بودن و ناشناخته بودن در برخی از افراد می‌تواند زمینه‌ساز بروز رفتارهای بی تفاوتانه که خودش در بسیاری موارد منجر خلافاکارانه و مجرمانه باشد و دست به دزدی، سرقت و جنایت بزنند.

امروزه بی تفاوتی بین جوانان با توجه به پتانسیل بالقوه آن‌ها ارتباط زیادی با محرومیت نسبی میان آن‌ها و فردگرا بودن شان با توجه به زمینه بالقوه چنین رفتارهایی، بیشتر از سایر گروه‌های سنی است. از طرفی جوانان به عنوان خلاق‌ترین گروه‌های سنی در جامعه هستند که در دامن زدن به تحولات اجتماعی و جهت دادن به این‌گونه تحولات قدرت و توانایی زیادی دارند؛ جوانان یکی از ارکان اصلی دستیابی به توسعه در جامعه هستند و با توجه به تأثیرگذاری جوانان در سطح دوستان و خانواده، مطالعه رفتارهای آن‌ها از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. بنابراین مطالعه حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که فردگرایی و محرومیت نسبی در بین جوانان چه ارتباطی با بی تفاوتی اجتماعی این قشر از جامعه در شهر کرمانشاه دارد؟ هدف کلی این پژوهش تعیین تأثیر فردگرایی و محرومیت نسبی بر میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله شهر کرمانشاه است. اهداف ویژه به شرح زیر است:

شناخت رابطه بین میزان فردگرایی و بی تفاوتی اجتماعی شهروندان؛

شناخت رابطه بین میزان محرومیت نسبی و بی تفاوتی اجتماعی شهروندان؛

شناخت تأثیر متغیرهای جمعیتی (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، میزان درآمد، وضعیت شغلی، میزان تحصیلات، قومیت، محل سکونت، محل تولد، مدت زمان سکونت و نوع منزل مسکونی) بر بی تفاوتی اجتماعی شهروندان.

پیشینه پژوهش

عنبری و غلامیان (۱۳۹۵) مطالعه‌ای تحت عنوان تبیین جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با بی تفاوتی اجتماعی انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بی‌اعتمادی بیش از آنکه به عوامل و متغیرهای فردی نسبت داده شود، تابعی از ادراکات و تفسیرهای اجتماعی افراد خاصه میزان اعتماد عمومی، رضایت اجتماعی، حس بی‌هنجاری در جامعه، تقدیرگرایی و احساس بی‌عدالتی بوده است.

نوابخش و میرزاپوری ولوکلا (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای با عنوان تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر بی‌هنجاری بر بی تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: شهر بابل) نشان دادند که بی تفاوتی اجتماعی در زنان بیشتر از مردان است، همچنین با افزایش سن و درآمد از میزان بی تفاوتی اجتماعی کاسته می‌شود.

ظهیری‌نیا و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای تحت عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر بی تفاوتی اجتماعی بین دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی نشان داد؛ میان متغیرهای سن، گروه تحصیلی و پایگاه اجتماعی اقتصادی با بی تفاوتی اجتماعی رابطه آماری معنی‌دار وجود دارد.

همچنین نتایج نشان داد متغیرهای؛ بیگانگی اجتماعی، اثربخشی اجتماعی، محرومیت نسبی، تحلیل هزینه پاداش و ادراک عدالت با بی تفاوتی اجتماعی رابطه آماری معنی دار دارند.

مجیدی (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با بی تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه کردستان و دانشگاه پیام نور مرکز سنندج به این نتیجه رسید که بین متغیرهای بیگانگی اجتماعی و میزان بی تفاوتی اجتماعی رابطه معنادار و مستقیم و بین متغیرهای اثربخشی، اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی و میزان بی تفاوتی اجتماعی دانشجویان رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد. میزان بی تفاوتی دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر است.

زارعی وند (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی میزان بی تفاوتی اجتماعی و عوامل اجتماعی مرتبط با آن؛ مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری به این نتایج دست یافت که بین آگاهی، احساس و رفتار افراد نسبت به مسائل اجتماعی نوعی انفصال و جدایی وجود دارد؛ بین وضعیت تأهل و سن با بی تفاوتی اجتماعی رابطه وجود دارد. به طوری که بی تفاوتی اجتماعی افراد متأهل بیشتر از افراد مجرد بود و همچنین با افزایش سن دانشجویان میزان بی تفاوتی آن‌ها کاهش پیدا می‌کرد. از بین متغیرهای اصلی تحقیق بین بی تفاوتی اجتماعی با احساس بی‌هنجاری اجتماعی، اثربخشی اجتماعی، امید به آینده، میزان استفاده از رسانه‌های گروهی رابطه دارد؛ اما بین بی تفاوتی اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه‌ای پیدا نشد.

کلانتری و همکاران (۱۳۸۶) در بررسی بی تفاوتی و نوع دوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن نشان دادند در مواجهه با حالت‌های اضطرابی ۷۵/۳ درصد از شهروندان شیرازی نوع دوست و ۲۴/۷ درصد بی تفاوت‌اند. به علاوه گروه نوع دوست در مقایسه با گروه بی تفاوت دارای همدلی بیشتر، مسئولیت پذیری بیشتر و تحلیل هزینه - پاداش مادی کمتر است.

نادری عباس‌آبادی (۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان سنجش میزان بی تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه تبریز و بررسی عوامل مرتبط با آن از وجود رابطه معنادار بین متغیرهای اصلی تحقیق یعنی بیگانگی، اثربخشی، اعتماد و رضایت اجتماعی به عنوان متغیرهای مستقل و بی تفاوتی اجتماعی به منزله متغیر وابسته تحقیق خبر دادند.

رابین و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای تحت عنوان پیش‌بینی تفاوت‌های فردی در سیستم اجتماعی، شناسایی شهر و ارزیابی در شهرهای استرالیا، فرانسه و ترکیه از سال ۱۶۶۰ نشان داد که گرایش کلی مردم به تفسیر گروه‌های اجتماعی به عنوان بخشی از خود آن‌ها، شناسایی آن‌ها را با شهر خود پیش‌بینی می‌کند که به نوبه خود به توضیح ارزیابی مثبت خود از

شهر کمک می‌کند. این نتایج از دیدگاه روان‌شناسی محیطی و روانشناسی اجتماعی مورد بحث قرار گرفته‌اند.

بوژن و مارلو^۱ (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با عنوان گفتمان پناهندگی در نیوزیلند: هراس اخلاقی و فرهنگ بی‌تفاوتی نشان دادند که قانون جدید تغییر در نیوزیلند اجازه بازداشت «ورود جمعی» پناهندگان را منعکس می‌کند در مورد لفاظی‌های بین‌المللی و خط‌مشی‌های مرتبط با آن در استرالیا و انگلیس نسبت به افرادی که به دنبال پناهندگی هستند. اگرچه نیوزیلند عمومی (هنوز) به یک «ترس اخلاقی» که بین زمینه‌ها متداول است، رسیده است، نگرانی‌ها در مورد «بی‌تفاوتی» در رابطه با پناهندگان وجود دارد.

رابینسون و همکاران^۲ (۲۰۱۵) مطالعه‌ای با عنوان همدلی برای گروه در برابر بی‌تفاوتی نسبت به قربانی: اثر دل‌بستگی اجتناب‌ناپذیر به داوری اخلاقی نشان دادند که اضطراب ضمیمه و اجتناب از دل‌بستگی، قضاوت‌های اخلاقی کاربردی را پیش‌بینی می‌کنند؛ افراد متعهد، قضاوت‌های سودآورانه را برای دلایل طرفداران بیشتری انجام می‌دهند و از نیاز به تعلق و تمرکز بر رفاه گروه به‌طور کلی عمل می‌کنند؛ افراد متخلف متعهد می‌توانند قضاوت‌های سودمندانه‌ای را اتخاذ کنند؛ زیرا آن‌ها برای قربانی همدردی ندارند که ناشی از ناراحتی در مراقبت از دیگران است؛ افراد متعهد، قضاوت‌های اخلاقی خود را اصلاح می‌کنند تا با خواسته‌های گروه مطابقت داشته باشند.

دوایت دین^۳ (۱۹۶۰) در پژوهشی به بررسی رابطه میان بیگانگی و بی‌تفاوتی جامعه می‌پردازد. فرضیه‌ها شامل روابط مثبت میان بی‌قدرتی، بی‌هنجاری و انزوای اجتماعی و بی‌تفاوتی سیاسی است که در پایان محقق به این نتیجه دست یافت که رابطه معنادار میان بی‌تفاوتی سیاسی و بیگانگی وجود دارد.

مبانی نظری پژوهش

در جامعه ایران با روند رو به رشد شهرنشینی، افزایش جمعیت، افزایش فردگرایی، گسترش محاسبه‌گری، ضعف نهادهای مدنی، ضعف ساختارهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی موجب بسط و گسترش بی‌تفاوتی اجتماعی شده است. بی‌توجهی و بی‌تفاوتی مردم ایران نسبت به برخی کنش‌های نوع‌دوستانه، بی‌عدالتی، نابرابری، زورگویی، گران‌فروشی، فساد اداری، منافع آیندگان، حقوق ضعیف و ... به دلیل مغایرت با تجربه تاریخی، روح جمعی، تأکیدات فرهنگی

1 . Bogen, & Marlowe

2 . Robinson

3 . Dwight Dean

و باورهای مذهبی جامعه ایران، قابل توجه و بررسی است. نتایج بررسی‌ها و پژوهش‌ها نشان از کاستی در کنش‌های فعالانه شهروندان در جامعه ایران دارد (نوروزی و بختیاری، ۱۳۸۸: ۲۵۰؛ ساروخانی و دودمان، ۱۳۸۹: ۱۰۶؛ سفیری و صادقی، ۱۳۸۸: ۲؛ عبداللهی، ۱۳۸۳: ۶۳؛ یزدان‌پناه، ۱۳۸۶: ۱۰۶)، به‌طوری‌که این مسئله در ارتباط با متغیرهای جنسیت و قومیت سطحی گسترده‌تر به خود می‌گیرد (شادی‌طلب، ۱۳۸۲: ۱۷۳؛ عبداللهی، ۱۳۸۳: ۹۶؛ توسلی و نجاتی حسینی، ۱۳۸۳: ۲۹).

بی‌تفاوتی اجتماعی در جامعه ایران، دست‌کم به سه دلیل مسئله اجتماعی به شمار می‌آید: اول اینکه فطرت اجتماعی انسان‌ها در همه جوامع مشترک بوده، بی‌تفاوتی اجتماعی در تعارض با فطرت انسانی است. دوم اینکه تجارب تاریخی جامعه ایران نشان از مغایرت این رفتار با روح مشارکت جویانه ایرانیان در زمینه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و نظامی مانند شکل‌گیری انقلاب اسلامی، انتخابات، دفاع مقدس، کمک‌رسانی به سیل‌زدگان، زلزله‌زدگان و... دارد. سوم اینکه توصیه‌های اسلام درباره ارزش و جایگاه تعاون و نوع‌دوستی، زمینه آموزش پذیری افراد را برای درونی سازی موضوع مشارکت فراهم می‌آورد. این روند موجب شده است مشارکت اجتماعی در ایران، ارزش محسوب شود و فشارهای بیرونی (ساختار فرهنگی) و درونی (وجدان عمومی) کافی برای ترغیب افراد به کنش‌های اجتماعی پدید آید. در چنین وضعیتی، بی‌توجهی افراد به هم‌نوعان و جهان پیرامونی، رفتار نابهنجار و مغایر با انتظارات عموم و در نهایت مسئله اجتماعی محسوب می‌گردد (میرزاپوری، ۱۳۹۵: ۳۵).

بی‌تفاوتی اجتماعی و مفاهیم مرتبط

بی‌تفاوتی اجتماعی گاهی در کنار مفاهیمی مانند بی‌تفاوتی سیاسی، بی‌تفاوتی اخلاقی و بی‌تفاوتی فرهنگی بکار می‌رود؛ با این وجود بی‌تفاوتی اجتماعی با زندگی مردم در کلان‌شهرها، تسلط روحیه فردگرایی، غلبه روح عینی بر روح ذهنی، انزوای اجتماعی و نهایتاً دل‌زدگی اجتماعی مورد ارزیابی قرار داده است. در بی‌تفاوتی اجتماعی؛ مردم در جوامع مدرن الگوی یکسانی را در وابستگی‌های گروهی خود ندارند. در این حالت ایجاد روابط اجتماعی، هم‌زمان با وابسته شدن فرد به گروه‌ها، چندانکه می‌شود. لذا زمینه برای ظهور فردگرایی نیز فراهم می‌شود، البته حین بروز فردگرایی نیز، بسیاری از وابستگی‌های گروهی با تضاد همراه می‌شود (Turner et al, 1989: 259-260). اما در بی‌تفاوتی سیاسی، نوعی بی‌میلی در رابطه با مشارکت و درگیری فعال در فرایندهای سیاسی به کار می‌رود. از جمله این فرایندهای سیاسی می‌توان به بی‌تمایلی شهروندان جهت شرکت در انتخابات، رأی دادن به کاندیدها، بی‌اعتنایی به جریانات و اتفاقات سیاسی روز، بی‌اعتنایی به آینده سیاسی کشور و عدم مشارکت در

تصمیم‌گیری‌های سیاسی یک جامعه اشاره کرد. بی‌تفاوتی سیاسی نوعی تنفر سیاسی و احساس بی‌قدرتی را برای شهروندان به ارمغان می‌آورد و از علت‌های آن می‌توان به قومیت و خرده‌گروه‌های موجود در یک جامعه نسبت داد (نادری و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۰). از طرفی بی‌تفاوتی فرهنگی و اخلاقی به عدم توجه به اصول اخلاقی و فرهنگی حاکم بر جامعه دانست که افراد در کنار رفتارهای غیراخلاقی و غیرهنجاری و غیرارزشی دیگران واکنشی نشان نمی‌دهند و به تعبیری نسبت به اوامر و نواهی بی‌احساس و بی‌اعتنا می‌شوند. بی‌تفاوتی فرهنگی که با عنوان تنفر فرهنگی هم از آن یاد می‌شود؛ احساسی است که در آن فرد نسبت به باورها و اهدافی که در یک جامعه خاص ارزشمند و دارای پاداش اجتماعی است، اعتقاد نازلی دارد (Seeman, 1966: 354). در بی‌تفاوتی فرهنگی نوعی رخوت علمی و بی‌انگیزگی در فعالیت‌های علمی دانشگاهی و آموزشی و هدفمند نبودن زندگی دانشگاهی به‌خصوص ایده بی‌معنایی و پوچی در بین قشر جوان به وجود می‌آید.

در راستای بی‌تفاوتی اجتماعی دیدگاه‌های نظری به بحث و بررسی این مفهوم پرداخته‌اند از جمله این افراد زیمل^۱ است. زیمل به خصلت زندگی شهری نوین در پدید آوردن بی‌تفاوتی توجه دارد (ممتاز، ۱۳۷۹: ۱۱۵). زیمل بر این باور است که شاید هیچ پدیده روانی به اندازه «نگرش از روی بی‌اعتنایی»^۲ این چنان بی‌قید و شرط، مختص شهر نباشد. درست همان‌طور که زندگی بیش از حد احساسی، شخص را بی‌اعتنا می‌کند زیرا اعصاب را تا نهایت واکنش‌پذیری‌شان تحریک می‌کند تا آن که سرانجام دیگر نتواند اصلاً هیچ واکنشی تولید کند؛ همان‌طور هم محرک‌هایی که کمتر مضّر هستند، به‌واسطه سرعت و در تضاد بودن انتقال‌شان، اعصاب را به واکنش‌هایی شدیداً خشونت‌بار مجبور می‌کنند و آن‌ها را آن چنان بی‌رحمانه ویران می‌کنند که آخرین ذخایر نیروی‌شان را تمام کنند و اگر در همان محیط باقی ماندند، برای ساختن ذخایر جدید، وقت نداشته باشند. این ناتوانی به واکنش نشان دادن به محرکات جدید، نگرش از روی بی‌اعتنایی را می‌سازد که هر کودک متعلق به شهر بزرگ، هنگامی که با تولیدات محیط صلح‌آمیزتر و با ثبات تر مقایسه شود، از خود بروز می‌دهد (زیمل، ۱۳۹۳: ۴۹۹).

وبر^۳ به گسترش کنش‌های مبتنی بر عقلانیت مدرن توجه دارد (وبر، ۱۳۷۴: ۴۸). وبر بروکراتیزه شدن فرایند امور و عقلانی شدن کنش‌ها را موجب تضعیف احساس مسئولیت

1. Simmel

2. Blasé Outlook

3. Weber

نسبت به دیگران تحلیل می‌کرد (کوزر^۱، ۱۳۸۳: ۳۱۸). وبر بی‌حسی و انفعال انسان‌ها را ذیل بررسی‌هایش در مورد نظام سرمایه‌داری و رواج عقلانیت در جامعه و ویژگی‌های بروکراسی، مورد توجه قرار داده است. علاوه بر این، وبر معتقد بود که (سلطه بروکراتیک از خصوصیات ذاتی جوامع نوین است و در هر نظامی از بخش‌های مهم محسوب می‌شود و ذیل این سلطه، کارمندان برای انضباط تربیت می‌شوند و نه ابتکار یا مبارزه) (علمدار و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۷۱).

به اعتقاد لاتانه و دارلی^۲ بی‌تفاوتی اجتماعی یا نوع‌دوستی، مستقیماً تابع پاسخ ناظران موقعیت اضطرابی در این پنج مرحله است. دادن پاسخ منفی فرد به هر یک از مراحل پنج‌گانه، نشان از بی‌تفاوتی اجتماعی است و دادن پاسخ مثبت در همه مراحل، موجب نوع‌دوستی و خروج از حوزه بی‌تفاوتی اجتماعی می‌شود؛ الف) درک موقعیت: به معنای توجه فرد به اتفاق اضطرابی؛ ب) تفسیر موقعیت: موقعیت را در قالب کمک خواهی دیگران درک کند؛ ج) بر عهده گرفتن مسئولیت: آگاهی از مسئولیت خود در قبال وضعیت اضطرابی؛ د) یافتن راه کمک‌رسانی: یافتن روشی برای یاری‌رساندن بر اساس تجربه یا مهارت لازم و ه) تصمیم‌گیری برای کمک‌رسانی: تحلیل و بررسی آثار و نتایج مداخله کردن یا نکردن وی در موقعیت اضطرابی (میرزاپوری، ۱۳۹۵: ۹۲).

مرتن^۳ بی‌تفاوتی اجتماعی را معادل با کناره‌گیری افراد دانسته و آن را به این صورت تعریف می‌کند که: بی‌تفاوتی اجتماعی یعنی نفی هر دو طرف طیف (اهداف و شیوه‌های نهادی شده) توسط افراد جامعه. زمانی که هم اهداف و هم شیوه‌های نهادی شده در جامعه مورد قبول افراد جامعه نباشد در این صورت بی‌تفاوتی اجتماعی رخ می‌دهد (نادری و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۷-۳۶). از آنجاکه وسایل مشروع به‌طور یکسان در اختیار همه نیست، موجب بروز ناکامی، احساس سرخوردگی و رفتار ناهنجار می‌شود. شکاف میان اهداف، ضوابط و امکانات، شکل‌گیری بی‌هنجاری را در پی دارد. وی خود بیگانگی را مبین گسیختگی و نبود تجانس بین اهداف و ابزار رسیدن به آن‌ها می‌داند؛ به‌طوری که میان ابزار (وسایل) و اهداف (رفع نیازها) تناسب وجود ندارد. این وضعیت، موجب گسیختگی فرد و اجتماع، دوری، بیگانگی و افراد از یکدیگر خواهد شد (میرزاپوری، ۱۳۹۵: ۱۰۶).

1 . Coser

2 . Latane & Darley

3 . Robert Merton

سی رایت میلز^۱ براین باور است که بی تفاوتی اجتماعی در جوامع توده‌ای ریشه بسیاری از مسائل معاصر است؛ چراکه عدم حساسیت اخلاقی و سکوت و خاموشی افراد در جامعه زمینه اعمال بی‌رحمی‌هایی از سوی رهبران می‌گردد. میلز معتقد است که انسان جهان امروز واجد احساسی است که قادر به فائق آمدن بر رفتاری‌ها و نابسامانی‌های زندگی خصوصی‌شان نیست (میلز، ۱۳۷۰: ۱۶۷). او بی‌احساسی اخلاقی را ناشی از گستره بوروکراسی، عقل‌گرایی مفرط و تضاد میان آزادی و عقل می‌داند. بی تفاوتی اجتماعی در جوامع توده‌ای، دلیل بسیاری از مسائل معاصر است؛ زیرا بی‌احساسی اخلاقی و سکوت افراد در جامعه، زمینه اعمال انواعی از بی‌رحمی‌های رهبران را فراهم می‌آورد (میرزاپوری، ۱۳۹۵: ۷۰).

دورکیم^۲ فردگرایی افراطی را به منزله محصول گسیختگی پیوند فرد و اجتماع، از فردگرایی ناشی از تقسیم کار تفکیک کرده بود (دورکیم، ۱۳۸۷: ۴۱۱). در فردگرایی افراطی که مذموم و موجبات شر در جامعه است، التزام فرد به هنجارهای اجتماعی - سیاسی تضعیف می‌شود و ترجیح منافع فردی بر جمعی به بی‌هنجاری می‌گراید. در وضعیت بی‌هنجار و تضعیف التزام فرد به هنجارهای اجتماعی - سیاسی، منافع فردی بر منافع جمعی ارجحیت داده خواهد شد و موجب جدایی فرد از اجتماع می‌شود. در چنین وضعیتی، فردگرایی محض به همراه گسیختگی اجتماعی به وقوع می‌پیوندد (میرزاپوری، ۱۳۹۵: ۸۳).

گار^۳ محرومیت نسبی را درك كنشگر از تفاوت میان توانایی‌های ارزشی^۴ و انتظارات ارزشی^۵ می‌داند. انتظارات ارزشی عبارت‌اند از منافع و شرایطی از زندگی، که مردم خود را در حصول آن‌ذی‌حق می‌دانند. اما توانایی‌های ارزشی بستگی به محیط اجتماعی و فیزیکی داشته و عبارت است از ظرفی که بحث مردم را برای تحصیل یا حفظ ارزش‌ها معین می‌کند (گار، ۱۳۷۷: ۵۴). گر برای محرومیت نسبی سه الگوی متمایز را معرفی می‌نماید. الف) محرومیت نزولی^۶ که در آن انتظارات ارزشی يك گروه، ثابت باقی می‌مانند اما این تصور وجود دارد که توانایی‌های ارزشی رو به کاهش‌اند. ب) محرومیت ناشی از بلندپروازی یا محرومیت آرزویی^۷ در این‌گونه محرومیت، توانایی‌های ارزشی به‌طور نسبی ایستا باقی مانده ولی انتظارات افزایش‌یافته و تشدید می‌شوند. ج) محرومیت پیش‌رونده^۸ این‌گونه محرومیت با افزایش شدید

1. C. Wright Mills

2. Durkhiem

3. Gurr

4. Value Capabittites

5. Value Expectations

6. Decremental Deprivation.

7. Aspirational Deprivation.

8. Progressive Deprivation.

انتظارات و کاهش هم زمان توانایی‌ها همراه است (گار، ۱۳۷۷: ۸۰). در هر جامعه و در هر دوره خاصی از زمان، احتمال دارد برخی از گروه‌ها انواع محرومیت نسبی را تجربه کنند. افزون بر این، برخی از گروه‌ها ممکن است با توجه به طبقات مختلفی از ارزش‌ها، الگوهای متفاوتی از محرومیت نسبی را تجربه کنند.

نظریه لئون فستینگر و بی تفاوتی اجتماعی: بنا به نظریه مقایسه اجتماعی لئون فستینگر هرگاه افراد به معیارها و استانداردهای عینی دست پیدا نکنند، عقاید و استعدادهاى خود را با عقاید و استعدادهاى دیگران مقایسه می‌کنند؛ در فرایند این مقایسه، افراد تمایل خواهند داشت که خود را با اشخاصی که عقاید و استعدادهاى آنان شبیه خود آنهاست، مقایسه کنند و نه با اشخاصی که عقاید و استعدادهاىشان با آنها تفاوت فاحش دارد (محسنی تبریزی و صداقتی فرد، ۱۳۹۰: ۸۳).

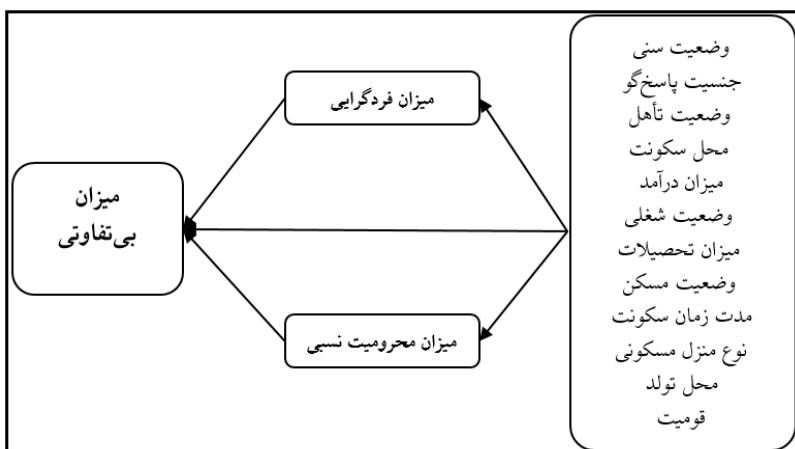
به منظور عملیاتی کردن متغیرها و تشکیل پل ارتباطی معقولی بین چارچوب نظری و فرضیه‌ها، الگویی نظری - تبیینی تدوین شد که با استعانت از اطلاعات تجربی اعتبار آن مورد آزمون قرار گیرد. این الگو، مؤید تأثیرهای متفاوتی است که متغیرهای زمینه‌ای و اجتماعی در قالب متغیرهای مستقل، بر بی تفاوتی اجتماعی می‌گذارند.

جدول ۱. ماتریس چارچوب نظری

نظریه	شرح نظریه	فرضیه مستخرج از نظریه
نظریه وبر	وی نادیده گرفتن و ایجاد بی‌هویتی و فاصله‌گیری انسان‌ها از همدیگر را از کارکردهای منفی روابط قانونی و بروکراتیک نظام دیوان‌سالاری بر می‌شمارد و بر پدیده بی‌تفاوتی اجتماعی انسان‌ها در جوامع جدید را منتج از روحیه سرمایه‌داری و گرایش انسان به تراکم ثروت با حاکمیت عقل‌گرایی ابزاری و لذت سودگرایانه می‌داند (آرون ^۱ ، ۱۳۸۲).	بین میزان فردگرایی و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.
نظریه زیمل	زیمل نمود و ظهور بی‌تفاوتی اجتماعی را با زندگی مردم در کلان‌شهرها، فردگرایی، غلبه رواج عینی بر روح ذهنی، انزوای اجتماعی و نهایتاً دل‌زدگی اجتماعی مورد ارزیابی قرار داده است. او معتقد است مردم در جوامع مدرن الگوی یکسانی را در وابستگی‌های گروهی خود ندارند. در این حالت ایجاد روابط اجتماعی، همزمان با وابسته شدن فرد به گروه‌ها، چندگانه می‌شود. لذا زمینه برای ظهور فردگرایی نیز فراهم می‌شود، البته حین بروز فردگرایی نیز، بسیاری از وابستگی‌های گروهی با تضاد همراه می‌شود و در نتیجه زمینه بی‌تفاوتی اجتماعی را فراهم می‌آورد.	بین میزان فردگرایی و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.
نظریه گار	محرومیت نسبی عبارت است از تفاوت میان انتظارات مشروع و برآورد مدعیان نسبت به احتمال دسترسی به هدف. به نظر تد رابرت گر محرومیت نسبی برداشت کنشگران از وجود اختلاف میان انتظارات ارزشی و توانایی‌های ارزشی آن‌ها است	بین میزان محرومیت نسبی و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.
نظریه دورکیم	دورکیم معتقد است در عصر حاضر رشد فعالیت‌های اقتصادی، شهر گرایی، فردگرایی، تخصص‌گرایی حرفه‌ای و رشد دولت بوروکراتیک تماماً کارکردهای خانواده، مذهب، منطقه و همسایگی را به‌عنوان روش‌هایی در مسیر ترفیع پیوند افراد به جمع اجتماعی تقلیل می‌دهد.	بین میزان فردگرایی و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.
لئون فستینگر	افراد سعی دارند دیدگاه و عقاید خود را با کسانی مقایسه کنند که شبیه به خودشان هستند. در غیر این صورت دچار محرومیت نسبی می‌شوند.	بین میزان محرومیت نسبی و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.

مدل تجربی پژوهش

بررسی نگرش‌های گوناگون در ارتباط با متغیر وابسته این امکان را به پژوهشگر می‌دهد تا چشم اندازهای تحلیلی خود را وسعت دهد و وجوه گوناگون مسأله پژوهش را آشکار سازد و در نهایت چارچوب مناسبی برای آن برگزیند. با توجه به این که متغیرهای زمینه‌ای در این پژوهش در کنار متغیرهای اصلی به صورت جانبی در نظر گرفته شده‌اند، بنابراین چارچوب نظری و مدل این پژوهش بر سه متغیر اصلی (فردگرایی، محرومیت نسبی و بی‌تفاوتی اجتماعی) متمرکز بوده و نقش متغیرهای جمعیتی بیشتر به عنوان عوامل فرعی و جانبی در نظر گرفته شده است.



مدل شماره ۱. مدل تجربی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

- بین میزان فردگرایی و بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان محرومیت نسبی و بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان درآمد و بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین میزان تحصیلات و بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.
- بین سن و بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان رابطه معناداری وجود دارد.
- جنسیت بر بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.
- وضعیت تأهل بر بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.
- وضعیت شغلی بر بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.
- قومیت بر بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.

محل سکونت بر بی تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.
 نوع منزل مسکونی بر بی تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.
 مدت زمان سکونت بر بی تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.
 محل تولد بر بی تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معنادار دارد.

روش پژوهش

در این مطالعه با توجه به این که سطح مطالعه وسیع بود و امکان مطالعه همه افراد جامعه آماری نبود و هم چنین قصد تعمیم یافته‌ها وجود دارد، لذا از روش پیمایشی استفاده گردید. با توجه به اینکه یکی از ابزارهای مرتبط با روش پیمایشی پرسشنامه و از طرفی با جوانان مورد مطالعه بودند، بنابراین از ابزار پرسشنامه محقق ساخته جهت گردآوری داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری در این پژوهش، جوانان ۲۰ تا ۳۰ ساله شهر کرمانشاه است. براساس آمار ارائه شده توسط سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، تعداد جوانان ۲۰ تا ۳۰ سال ۴۲۰۱۷ نفر است. نظر به اینکه حجم جامعه آماری زیاد و هزینه، نیروی متخصص و فرصت زمانی محقق برای گردآوری داده‌ها از کل آن‌ها محدود است و همچنین این مطالعه براساس نظر نمونه‌ای در مورد کل قضاوت و تصمیم‌گیری خواهد کرد، بنابراین از نمونه‌گیری استفاده می‌شود.

براساس جدول نمونه‌گیری لین^۱ با خطای ۴ درصد، تعداد ۴۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای برای انتخاب نمونه‌ها استفاده به عمل آمد. در پژوهش حاضر برای برآورد روایی ابزار پژوهش (پرسشنامه محقق ساخته) از متخصصان و استادان دانشگاه بهره گرفته شد و توافق جمعی آن‌ها بر روی تعداد گویه‌های هر متغیر منجر به روایی صوری گردید و برای پایایی از تکنیک آماری آلفای کرونباخ استفاده شد. پس از اینکه پرسشنامه نهایی شد، بر روی ۴۰ نفر جوان در گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ ساله شهر کرمانشاه به صورت تصادفی اجرا شد و پایایی آن به دست آمد. در این راستا تعدادی از گویه‌های پرسشنامه حذف گردید، تعدادی اصلاح و تعدادی هم ادغام شدند و در نهایت پایایی قابل قبول آن‌ها به دست آمد به نحوی که میزان آلفای کرونباخ برای فردگرایی با ۴ گویه برابر ۰/۷۵، میزان محرومیت نسبی با ۴ گویه برابر ۰/۷۹ و بی تفاوتی اجتماعی با ۱۹ گویه برابر ۰/۸۳ به دست آمد.

1. Lin

تعریف مفاهیم و متغیرها

بی تفاوتی اجتماعی: بی تفاوتی اجتماعی به وضعیتی گفته می شود که طی آن، افراد به واسطه عدم اتصال ذهنی (شناختی) و عینی (کنشی) با جامعه (همنوعان، نهادها و ساختارهای اجتماعی)، با بی علاقه‌گی و بی اعتنایی به واقعیت‌های پیرامون از انجام مشارکت اجتماعی - سیاسی، مسئولیت‌های اجتماعی، فعالیت‌های دگرخواهانه و درگیری فعال و مدنی در مسائل اجتماعی پرهیز می کنند (محسنی تبریزی و صداقتی فرد، ۱۳۹۰: ۸). بی تفاوتی اجتماعی در این پژوهش با استفاده از ۱۹ گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت سنجش گردید.

فردگرایی: عبارت از هر مجموعه از افکار که بر اهمیت فرد و منافع فردی تأکید می‌ورزد، این اصطلاح برای مشخص ساختن طیفی از افکار، فلسفه‌ها و آموزه‌ها بکار می‌رود. این متغیر با استفاده از ۴ گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت سنجش گردید.

محرومیت نسبی: محرومیت نسبی به عنوان تصور وجود تفاوت بین انتظارات ارزشی انسان‌ها و توانایی‌های ارزشی آن‌ها تعریف می‌شود. به عبارتی محرومیت نسبی به برداشت بازیگران از وجود اختلاف بین انتظارات ارزشی و توانایی‌های ارزشی تعریف می‌شود؛ انتظارات ارزشی، کالاها و شرایط زندگی می‌باشند که مردم خود را مستحق آن‌ها می‌دانند. توانایی‌های ارزشی، کالاها و شرایطی هستند که مردم فکر می‌کنند و در صورت داشتن ابزارهای اجتماعی می‌توانند آن‌ها را به دست آورند و حفظ کنند (گار، ۱۳۷۷: ۸۰). در این تحقیق احساس محرومیت نسبی بین جوانان با استفاده از ۴ گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت سنجش گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از پایان یافتن گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ها استخراج و آن گاه به کامپیوتر انتقال یافتند و سپس با استفاده از بسته نرم افزار آماری برای علوم اجتماعی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. تجزیه و تحلیل داده‌ها متناسب با سطوح سنجش متغیرها (اسمی، فاصله‌ای، ترتیبی و نسبی) و طیف‌ها و با استفاده از آزمون‌های آماری مرتبط انجام گرفت.

نتایج به دست آمده از ویژگی‌های پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۱۷ نفر از پاسخگویان مرد و ۱۷۲ نفر آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهند. به تعبیر دیگر (۵۴/۳ درصد) از کل پاسخگویان را مردان و (۴۳/۰ درصد) را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین ۲۲۰ نفر از پاسخگویان مجرد و ۱۶۲ نفر متأهل می‌باشند؛ به عبارت دیگر (۵۵/۰ درصد) از پاسخگویان مجرد و (۴۰/۵ درصد) از آن‌ها متأهل می‌باشند. در مورد وضعیت شغلی نتایج نشان می‌دهد که تعداد ۸۵ نفر دارای شغل دولتی و ۱۵۹ نفر شغل آزاد و ۱۲۸ نفر نیز بیکار هستند؛ به عبارت دیگر (۲۳/۳ درصد)

درصد) دارای شغل دولتی و (۳۹/۸ درصد) شغل آزاد و (۳۲ درصد) بیکار هستند. در مورد نوع منزل مسکونی نتایج نشان می‌دهد (۲۱/۸ درصد) پاسخگویان دارای منازل شخصی، (۳۷/۰ درصد) در منازل اجاره‌ای، (۷/۰ درصد) در منازل سازمانی، (۲۷/۸ درصد) در منازل آپارتمانی زندگی می‌کنند. همچنین نتایج حاصل نشان می‌دهد که (۷۹/۰ درصد) از پاسخگویان در شهر، (۱۲/۵ درصد) آن‌ها در روستا و (۱/۵ درصد) آن‌ها در مناطق عشایری متولد شده‌اند. در مورد قومیت نتایج نشان می‌دهد (۵۴/۰ درصد) پاسخگویان کرد، (۱۲/۰ درصد) لک، (۳/۸ درصد) لر، (۳/۳ درصد) ترک، (۲۶/۳ درصد) فارس، (۰/۳ درصد) نیز سایر قومیت‌ها بودند. نتایج نشان می‌دهد که میانگین سن پاسخگویان برابر ۲۴/۳۷ است. به این معنا که سن پاسخگویان حول و حوش ۲۴/۳۷ سال و میزان حقوق ماهیانه آن‌ها برابر ۱۷۹۱۲۴۴ تومان و انحراف معیار آن برابر ۹۲۱۲۰۷/۸۰ است.

جدول شماره ۲ توزیع متغیرهای اصلی پژوهش را برحسب شاخص‌های توصیفی نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که میانگین میزان بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان برابر ۵۱/۶۵ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار (برابر ۵۷) است. می‌توان چنین استنباط کرد که میانگین بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان پایین‌تر از میانگین مورد انتظار قرار دارند. متغیر بعدی در این جدول محرومیت نسبی است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که میانگین میزان محرومیت نسبی جوانان برابر ۱۴/۶۵ و این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار که (برابر ۱۲) بالاتر است. می‌توان چنین استنباط کرد که میانگین محرومیت نسبی جوانان بالاتر از میانگین مورد انتظار قرار دارند. می‌توان استنباط کرد که امروزه به خصوص در کلان‌شهرها جوانان به خاطر فضای حاکم بر بستر روانی این شهرها و عدم دسترسی به خیلی از خواسته‌ها و نیازهای خود، احساس محرومیت نسبی بیشتری دارند. متغیر بعدی در این جدول میزان فردگرایی است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که میانگین میزان فردگرایی جوانان برابر ۱۱/۴۰ است. این میانگین در مقایسه با میانگین مورد انتظار که (برابر ۱۲) نسبتاً برابر است. می‌توان چنین استنباط کرد که میانگین میزان فردگرایی جوانان در حد میانگین مورد انتظار قرار دارند.

جدول ۲. توزیع متغیرهای اصلی و هر یک از ابعاد آن برحسب شاخص توصیفی

نام متغیر	میانگین واقعی	انحراف معیار	میانگین مورد انتظار	کمترین	بیشترین
محرومیت نسبی	۱۴/۶۵	۳/۴۱۴۲۴	۱۲	۴/۰۰	۲۰/۰۰
میزان فردگرایی	۱۱/۴۰	۱۱/۵۶۴۵۹	۱۲	۴/۰۰	۲۰/۰۰
میزان بی‌تفاوتی اجتماعی	۵۱/۶۵	۶/۲۳۲۸۳	۵۷	۳۳/۰۰	۶۸/۰۰

جدول شماره ۳ ضریب همبستگی بین میزان محرومیت نسبی، فردگرایی و میزان تحصیلات با بی تفاوتی اجتماعی جوانان را نشان می دهد. براساس یافته های به دست آمده، محرومیت نسبی با بی تفاوتی اجتماعی جوانان دارای رابطه معناداری است. به این معنا که با افزایش محرومیت نسبی جوانان، میزان بی تفاوتی اجتماعی آن ها نیز افزایش خواهد یافت. نتایج نشان می دهد که متغیر میزان محرومیت نسبی با بی تفاوتی اجتماعی جوانان به عنوان یک سازه کلی ارتباط مستقیم و معناداری ($r=0/134$) دارد. براساس یافته های به دست آمده، فردگرایی با بی تفاوتی اجتماعی جوانان دارای رابطه معناداری است. به این معنا که با افزایش فردگرایی در میان جوانان، میزان بی تفاوتی اجتماعی آن ها نیز افزایش خواهد یافت. نتایج نشان می دهد که متغیر میزان فردگرایی با بی تفاوتی اجتماعی جوانان به عنوان یک سازه کلی ارتباط مستقیم و معناداری ($r=0/202$) دارد.

جدول ۳. همبستگی بین میزان محرومیت نسبی، فردگرایی و میزان تحصیلات با بی تفاوتی اجتماعی جوانان

نتیجه فرضیه	معناداری	ضریب همبستگی	انحراف معیار	میانگین	متغیر مستقل	متغیر وابسته
تأیید فرضیه	۰/۰۱۲	۰/۱۳۴	۳/۴۱	۱۴/۶۵	محرومیت نسبی	بی تفاوتی اجتماعی
تأیید فرضیه	۰/۰۰۰	۰/۲۰۲	۱۱/۵۶	۱۱/۴۰	فردگرایی	
تأیید فرضیه	۰/۰۰۳	-۰/۱۵	۲/۹۵۰۷۳	۱۴/۲۹۷۵	تحصیلات	

جدول شماره ۴ آزمون تفاوت میانگین میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان را برحسب نوع منزل مسکونی آن ها نشان می دهد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می دهد میانگین میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان برای افراد با نوع منزل ویلایی ($50/56$)، منزل اجاره ای ($52/23$)، منزل آپارتمانی ($50/50$) و منزل سازمانی ($55/36$) است. نتایج نشان می دهد که بین گروه های مختلف با هم تفاوت وجود دارد. این تفاوت براساس آزمون تحلیل واریانس با مقدار ($F=5/37$) و مقدار معناداری ($Sig=0/001$) در سطح حداقل $0/95$ قابل پذیرش و فرضیه مذکور مورد پذیرش است. به تعبیر دیگر فرضیه $H0$ رد و $H1$ مورد تأیید بوده و نتایج قابل تعمیم به کل جامعه آماری است.

جدول ۴. آزمون تفاوت میانگین میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان بر حسب نوع منزل مسکونی

متغیر وابسته	نوع منزل مسکونی	میانگین	انحراف معیار	میزان F	معناداری
میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان	ویلايي	۵۰/۵۶۷۶	۶/۹۵۰۰۸	۵/۳۷۷	۰/۰۰۱
	اجاره‌ای	۵۲/۲۳۶۶	۵/۳۰۸۶۸		
	سازمانی	۵۵/۳۶۰۰	۵/۹۹۲۲۲		
	آپارتمانی	۵۰/۵۰۵۰	۶/۵۰۹۴۱		

برای اینکه مشخص شود که در تفاوت نمره میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان بیشتر ناشی از کدام گروه نمونه است از آزمون LSD استفاده می‌شود. نتیجه نشان می‌دهد که جوانانی که منزل مسکونی آن‌ها سازمانی است، نسبت به سایر جوانان از میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان بیشتری برخوردار می‌باشند. از طرفی افرادی که نوع منزل آن‌ها ویلایی است نسبت به سایر انواع منازل مسکونی، میزان بی تفاوتی‌شان پایین‌تر است.

جدول ۵. آزمون تعقیبی LSD برای تحلیل واریانس مقایسه نظرات گروه‌ها پیرامون منزل مسکونی

آزمون LSD		تفاوت میانگین		خطا معناداری		آزمون LSD		تفاوت میانگین		خطا معناداری	
میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان	اجاره‌ای	۱/۶۶۹۰۷	۰/۸۹۱۴۷	۰/۰۶۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	ویلايي	۴/۷۹۲۴۳	۱/۴۱۸۱۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	سازمانی	۴/۷۹۲۴۳	۱/۴۱۸۱۲	۰/۰۰۱			اجاره‌ای	۳/۱۲۳۳۶	۱/۳۳۷۹۴	۰/۰۲۰	
	آپارتمان	۰/۰۶۲۶۲	۰/۹۳۸۰۵	۰/۹۴۷			آپارتمانی	۴/۸۵۵۰۵	۱/۳۶۹۴۲	۰/۰۰۰	
میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان	ویلايي	۱/۶۶۹۰۷	۰/۸۹۱۴۷	۰/۰۶۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	ویلايي	-۰/۰۶۲۶۲	۰/۹۳۸۰۵	۰/۹۴۷	۰/۰۰۰
	سازمانی	۳/۱۲۳۳۶	۱/۳۳۷۹۴	۰/۰۲۰			اجاره‌ای	-۱/۷۳۱۶۹	۰/۸۱۱۷۶	۰/۰۳۴	
	آپارتمان	۱/۷۳۱۶۹	۰/۸۱۱۷۶	۰/۰۳۴			سازمانی	-۴/۸۵۵۰۵	۱/۳۶۹۴۲	۰/۰۰۰	

با توجه به این که سایر متغیرهای مورد مطالعه مانند سن، جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت شغلی، قومیت، محل سکونت، محل تولد، مدت زمان سکونت بر بی تفاوتی اجتماعی شهروندان تأثیر معناداری نداشتند، بنابراین از ذکر نتایج آن‌ها در این قسمت صرف نظر گردید.

آزمون رگرسیون چندگانه

در پژوهش حاضر از آماره رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده به عمل آمد. از آن جا که همزمان از تحلیل مسیر برای سنجش مدل تجربی پژوهش نیز استفاده به عمل آمده، لازم بود با استفاده از معادلات رگرسیونی مرکب مدل مسیر نیز بررسی شد، به همین دلیل از سه مدل رگرسیونی استفاده گردید. نخستین معادله رگرسیونی مربوط به تحلیل چندگانه متغیرهای مستقل جهت پیش بینی متغیر واسطه ای میزان فردگرایی است. نتایج حاصل نشان می دهد که بین میزان تحصیلات و میزان فردگرایی همبستگی بالایی وجود دارد، به طوری که مقدار T برای این متغیر برابر $(T = ۳/۵۹)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T = ۰/۰۰۰)$ است. میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = ۰/۰۴$ به دست آمد. در مرحله دوم جنسیت وارد معادله شد، مقدار T برای این متغیر برابر $(T = ۲/۳۷)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T = ۰/۰۱)$ است. در اینجا با وارد شدن دومین متغیر میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = ۰/۰۵$ به دست آمد. این دو متغیر روی هم رفته توانستند مقدار $۰/۲۳$ از تغییرات درونی متغیر فردگرایی را تبیین کنند.

دومین معادله رگرسیونی مربوط به تحلیل چندگانه متغیرهای مستقل برای پیش بینی متغیر واسطه ای میزان محرومیت نسبی است. نتایج حاصل نشان می دهد که بین نوع منزل مسکونی و میزان محرومیت نسبی همبستگی بالایی وجود دارد، به طوری که مقدار T برای این متغیر برابر $(T = -۶/۸۸)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T = ۰/۰۰۰)$ است. میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = ۰/۱۴$ به دست آمد. در مرحله دوم وضعیت شغلی وارد معادله گردید، مقدار T برای این متغیر برابر $(T = -۲/۹۸)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T = ۰/۰۰۰)$ است. در اینجا با وارد شدن دومین متغیر میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = ۰/۱۶$ به دست آمد. این دو متغیر روی هم رفته توانستند مقدار $۰/۴۰$ از تغییرات درونی متغیر میزان محرومیت نسبی را تبیین کنند.

نتایج مندرج در جدول شماره ۹ پیش بینی متغیر وابسته را با توجه به تأثیرگذاری متغیرهای مستقل نشان می دهد. که در این معادله دو متغیر محرومیت نسبی و میزان فردگرایی وارد شدند. آزمون T نشان می دهد که ضریب بتا برای این دو متغیر در سطح معناداری قرار دارد. نخستین متغیری که در این معادله رگرسیونی وارد شد، میزان فردگرایی و مقدار T برای این متغیر برابر $(T = ۳/۷۶)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T = ۰/۰۰۰)$ است. میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = ۰/۰۴$ به دست آمد. در گام دوم با وارد شدن میزان محرومیت نسبی مقدار T برابر $(T = ۲/۳۸)$ و ضریب معنی داری $(Sig.T = ۰/۰۰۱)$ است. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با $R^2 = ۰/۰۶$ به دست آمد. این دو متغیر روی هم رفته توانستند مقدار $۰/۲۴$ از تغییرات درونی متغیر میزان بی تفاوتی اجتماعی را تبیین کنند.

جدول ۶. تحلیل چندگانه متغیرهای مستقل جهت پیش بینی متغیرهای پژوهش

مدل رگرسیون پیش بینی فردگرایی									
مرحله	نام متغیر	B	Beta	مقدار t	معناداری	مقدار R	R ²	آزمون فیشر	معناداری
۱	تحصیلات	۰/۰۷	۰/۱۹	۳/۵۹	۰/۰۰۰	۰/۱۹	۰/۰۴	۹/۴۷	۰/۰۰۰
۲	جنسیت	۰/۶۳۷	۰/۲۶۸	۲/۳۷۳	۰/۰۱۸	۰/۲۳	۰/۰۵		۶۴/۷
مدل رگرسیون پیش بینی محرومیت نسبی									
۱	منزل مسکونی	-۰/۲۶	-۰/۳۴	-۶/۸۸	۰/۰۰۰	۰/۳۷	۰/۱۴	۳۲/۸۸	۰/۰۰۰
۲	وضعیت شغلی	-۱/۲۶	-۰/۱۵	-۲/۹۸	۰/۰۰۳	۰/۴۰	۰/۱۶		۲۶/۲۱
مدل رگرسیون پیش بینی میزان بی تفاوتی اجتماعی									
۱	فردگرایی	۰/۴۷	۰/۲۰	۳/۷۶	۰/۰۰۰	۰/۲۰	۰/۰۴	۱۰/۲۸	۰/۰۰۰
۲	محرومیت نسبی	۰/۲۲	۰/۱۲	۲/۳۸	۰/۰۱۸	۰/۲۴	۰/۰۶		۹۲/۴۲

بر این اساس معادله رگرسیون چند متغیره در پژوهش حاضر به این صورت است:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + \dots + bx_n$$

میزان بی تفاوتی اجتماعی = ۰/۴۷ (میزان فردگرایی) + ۰/۲۲ (میزان محرومیت نسبی) + ei

مدل تحلیل مسیر در این پژوهش با استفاده از معادلات مرکب رگرسیونی به شیوه مرحله به مرحله جهت محاسبه ضرایب مسیر تنظیم گردیده است که اهمیت و تأثیر نسبی روابط مستقیم و غیرمستقیم متغیرها را ارزیابی کرده و به کشف دیاگرام مسیر نائل آمده است. برای رسم مدل مسیر از ضرایب بتای متغیرهایی استفاده شده است که مقدار T آن‌ها در سطح معناداری قرار دارد.

همان‌طور که در مدل مسیر مشاهده می‌شود، فردگرایی با ضریب مسیر ۰/۲۰ بیش‌ترین تأثیر مستقیم بر میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان در این مدل دارد که تأثیر آن بر میزان بی تفاوتی اجتماعی جوانان مستقیم است. با توجه به اثرات مستقیم حاصل شده برای متغیرهای مستقل روی متغیر وابسته می‌توان اذعان کرد که متغیر نوع منزل مسکونی دارای بیش‌ترین میزان جهت تبیین واریانس غیرمستقیم متغیر وابسته می‌باشند. جهت تعیین اثرات

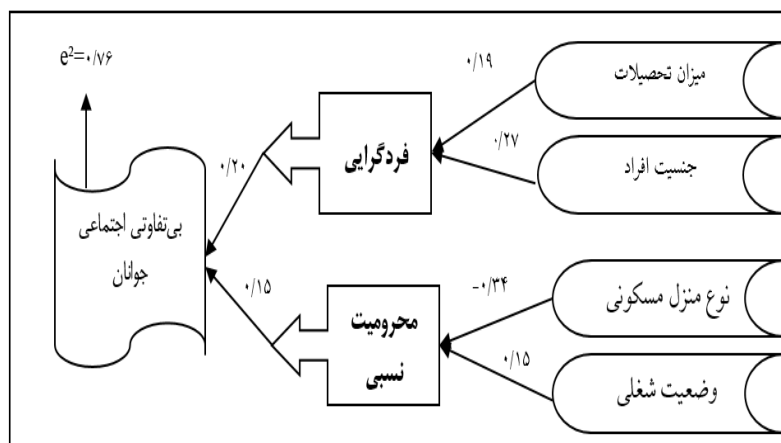
غیرمستقیم یا مسیر غیرمستقیم، ضرایبی که در امتداد آن مسیر قرار گرفته‌اند را در هم ضرب می‌کنیم. در زیر به محاسبه اثرات غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر میزان بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان پرداخته شده است.

$$\text{تحصیلات} = \{ (0/19) \times (0/20) \} = 0/04$$

$$\text{جنسیت} = \{ (0/27) \times (0/20) \} = 0/05$$

$$\text{نوع منزل مسکونی} = \{ (-0/34) \times (0/15) \} = -0/07$$

$$\text{وضعیت شغلی} = \{ (-0/15) \times (0/15) \} = -0/02$$



مدل شماره ۲. مدل تحلیل مسیر

مدل ساختاری پژوهش

برای بررسی متغیرهای مکنون و پنهان در پژوهش که به‌عنوان سازه‌های نظری مطرح هستند و محاسبه خطاهای اندازه‌گیری و ساختاری، از مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که می‌توان بی‌تفاوتی جوانان را با استفاده از یک مدل عاملی سنجش کرد. همزمان برآورد مدل عاملی حاضر، از مدل ساختاری نیز استفاده شده است. در این راستا تأثیر متغیرهای مستقل و وابسته؛ همراه با آیت‌های هر یک قابل بررسی هستند. معیارهای برازش مدل عاملی بی‌تفاوتی اجتماعی در زیر نشان می‌دهند که مدل ساختاری پژوهش از برازش نسبتاً مناسبی برخوردار است:

مقدار کای اسکوئر غیرمعنادار (CMIN) برابر با ۶۶۳/۸۴۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ نتیجه مطلوبی را نشان نمی‌دهد. اما از آن جایی که در مطالعات با حجم نمونه بالا، مقدار کای

اسکوئر غیرمعنادار تحت تأثیر حجم نمونه قرار می‌گیرد و قابل اطمینان نیست، لذا از دیگر شاخص‌های نیکویی برازش استفاده می‌شود. شاخص ریشه میانگین مجذور باقیمانده‌ها در مدل مذکور برابر $0/232$ است. که نسبتاً برازندگی مدل را تأیید می‌کند. شاخص برازش تطبیقی CFI برابر $0/943$ است که نتایج نسبتاً مطلوبی را نشان می‌دهد. اگر مقدار این شاخص از ۱ بزرگ‌تر شود آن را برابر ۱ قرار می‌دهیم. شاخص توکر لوئیس (شاخص برازش هنجار نشده یا TLI) در دامنه صفر و یک قرار دارد و مقدار $0/930$ یا بیشتر منعکس کننده یک مدل خوب است. کای اسکوئر نسبی در مدل برابر $2/012$ است که در مجموع وضعیت بهبودی را برای مدل نشان می‌دهد. شاخص جذر برآورد واریانس خطای تقریب که انتظار می‌رود این شاخص کوچک‌تر از $0/08$ باشد. لذا هر اندازه مقدار آن کوچک‌تر باشد، مدل تدوین شده قابل قبول تر است. در این پژوهش مقدار این شاخص برابر $0/046$ که نزدیک به صفر بوده و برازندگی مدل را تأیید می‌کند.

از دیگر شاخص‌ها شاخص برازش تطبیقی مقتصد است. برای شاخص برازش شده تطبیقی مقتصد PCFI مقادیر $0/50$ و بالاتر قابل قبول است. نتایج حاصل مقادیر این شاخص را در برابر $0/767$ نشان می‌دهد. یکی از شاخص‌های برازش مدل که مستقیم بر موضوع کافی بودن حجم نمونه تمرکز دارد، شاخص هلتر (Hoelter) است. این شاخص نشان می‌دهد که برای به دست آوردن کای اسکوئر در سطح معناداری $0/05$ حجم نمونه را برابر ۲۶۴ و در سطح معناداری $0/01$ حجم نمونه را برابر ۲۷۸ تأیید می‌کند که با توجه به این که مقدار بحرانی آن بیشتر از ۲۰۰ است و از طرفی حجم نمونه مورد مطالعه (۴۰۰) بیشتر از مقدار گزارش شده توسط هلتر است، مدل تدوین شده را تأیید می‌کند.

جدول ۷. شاخص‌های کلی برازش برای مدل عاملی رفتارهای بی تفاوتی

شاخص	مدل اصلی	مدل اصلاح شده		شاخص	مدل اصلی	مدل اصلاح شده	
		مرحله اول	مرحله دوم			مرحله اول	مرحله دوم
CMIN	۲۲۵۲/۶۸۹	۹۱۰/۱۶۲	۶۶۳/۸۴۶	PGFI	۰/۶۰۹	۰/۶۹۱	۰/۶۹۰
DF	۳۷۶	۳۴۳	۳۳۰	CFI	۰/۶۸۲	۰/۹۰۴	۰/۹۴۳
P	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	TLI	۰/۶۵۷	۰/۸۸۶	۰/۹۳۰
CMIN/DF	۵/۹۹۱	۲/۶۵۴	۲/۰۱۲	PCFI	۰/۶۳۲	۰/۷۶۴	۰/۷۶۷
RMR	۰/۲۵۳	۰/۲۳۱	۰/۲۳۲	RMSEA	۰/۱۰۳	۰/۰۵۹	۰/۰۴۶
GFI	۰/۷۰۵	۰/۸۷۶	۰/۹۰۹	AIC	۲۳۷۰/۶۸۹	۱۰۹۴/۱۶۲	۸۷۳/۸۶۴
AGFI	۰/۶۵۸	۰/۸۴۳	۰/۸۸۰	Hoelter	در سطح ۰/۰۵ برابر ۲۶۴ و ۰/۰۱ برابر ۲۷۸		

آزمون مدل رگرسیون

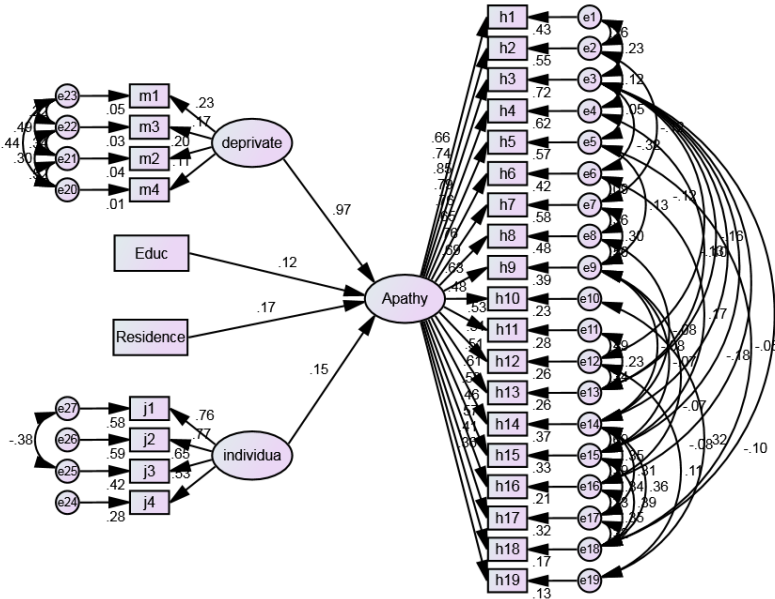
جدول شماره ۸ وزن‌های استاندارد و غیراستاندارد رگرسیونی هر یک از متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته را نشان می‌دهد. چنانچه مشاهده می‌شود؛ مقدار P-value برای چهار متغیر (محرومیت نسبی با مقدار ۰/۹۴۹، فردگرایی با مقدار ۰/۲۶۰، میزان تحصیلات با مقدار ۰/۲۱۰ و متغیر مدت زمان سکونت با مقدار ضریب رگرسیون استاندارد برابر ۰/۲۵۵) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تأثیر متغیرهای مذکور بر متغیر وابسته معنادار می‌باشند.

برای پاسخ به این سؤال که آیا مقادیر معنادار شده فوق با صفر تفاوت معنادار دارند و به عبارت دیگر قابلیت تعمیم به جامعه آماری دارد یا نه؟ از تکنیک خودگردان سازی (Bootstrapping) استفاده به عمل آمد. نسبت بحرانی (CR) نشان می‌دهد که مقدار برآورد شده استاندارد برای همه متغیرها معنادار است؛ به این معنا در مقایسه با مبنای استاندارد (۱/۹۶) بیشتر است و بنابراین این معناداری، قابل تعمیم به جامعه آماری است. از آن جا که صفر در حد فاصل بین کران پایین و کران بالای مقادیر ضریب استاندارد رگرسیونی قرار ندارد و از طرفی مقدار به‌دست آمده از نسبت بحرانی (CR) بزرگ‌تر بوده و در فاصله دو کران بالا و پایین قرار می‌گیرد، می‌توان نتیجه گرفت که مقدار مذکور با صفر دارای تفاوت معنادار بوده و نتایج معنادار به‌دست آمده از نمونه؛ قابلیت تعمیم به جامعه آماری است.

جدول ۸. برآورد استاندارد و غیراستاندارد پارامترهای اصلی (ضرایب گاما) و سطوح معناداری برای آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	پارامتر			برآورد رگرسیونی		سطح معناداری	Bootstrapping			
	متغیر مستقل	جهت	وابسته	غیراستاندارد	استاندارد		حداقل	حداکثر	بحرانی	P-value
اول	محرومیت نسبی	+	بی تفاوتی اجتماعی	۴/۶۹۷	۰/۹۴۹	۰/۰۰۴	۰/۹۳۷	۰/۹۸۷	۲/۸۸۵	۰/۰۰۰
دوم	میزان فردگرایی	+		۰/۳۰۷	۰/۲۱۷	۰/۰۰۰	۰/۰۴۱	۰/۲۶۰	۴/۲۲۵	۰/۰۰۸
سوم	میزان تحصیلات	-		۰/۰۲۶	۰/۱۰۴	۰/۰۱۵	۰/۰۳۸	۰/۲۱۰	۲/۴۲۹	۰/۰۰۵
چهارم	مدت زمان سکونت	+		۰/۰۱۳	۰/۲۰۵	۰/۰۰۰	۰/۰۸۷	۰/۲۵۵	۴/۷۱۳	۰/۰۰۰

مدل شماره ۲، مدل به دست آمده ساختاری پژوهش به صورت استاندارد را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که سه متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی روی هم رفته مقدار ۰/۳۷ از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نموده‌اند.



مدل ۲. مدل به دست آمده ساختاری پژوهش به صورت استاندارد

بحث و نتیجه‌گیری

بی‌تفاوتی اجتماعی در جامعه باسابقه فرهنگی کهن ایران که انسجام اجتماعی در آن پررنگ بود، می‌تواند عاملی برای گسیختگی اجتماعی باشد؛ براساس دیدگاه همبستگی اجتماعی دورکیم چنین استنباط می‌شود که بی‌تفاوتی اجتماعی نه ریشه در آموزه‌های دینی جوامع دارد نه ریشه در فرهنگ‌های ملی؛ چرا که آموزه‌های دینی و فرهنگ‌های سنتی عاملان وحدت و یکپارچگی اجتماعی هستند. صرف‌نظر از آنکه چه عاملی سبب ایجاد این بی‌تفاوتی اجتماعی در جامعه شده است؛ ناگفته پیداست فردی که احساس مسئولیتی در مقابل هم‌نوع غرق به خونس در خیابان (در تصادفات و ...) نمی‌کند، تعهد چندانی هم به رشد و پیشرفت جامعه خود و اعتلای فرهنگی، علمی و اقتصادی آن نخواهد داشت این در حالی است که احساس تعلق فرد به کلیت جامعه و تعهد نسبت به سرنوشت جمعی، عمل مهمی در حفظ انسجام ملی و اعتلای یک کشور است. در جامعه‌ای که تک‌تک افراد به جامعه احساس پیوستگی داشته و خود را در قبال سرنوشت هم مسئول می‌دانند ضمن آنکه جامعه‌ای شادتر، پرنرزی‌تر و اخلاق‌گراتر خواهیم داشت، رشد و پیشرفت همه جانبه آن با شتاب بیشتری رخ می‌دهد. بحث اساسی در این پژوهش بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان شهر کرمانشاه بود. بی‌تفاوتی اجتماعی دلسردی و بی‌علاقگی به مسائل جامعه، عدم درگیری مدنی به‌عنوان یک شهروند و بی‌اعتنایی نسبت به موضوع‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را به دنبال دارد.

فرضیه ۱: بین میزان محرومیت نسبی و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.

براساس یافته‌های به‌دست آمده، محرومیت نسبی با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان دارای رابطه معناداری است. به این معنا که با افزایش محرومیت نسبی جوانان، میزان بی‌تفاوتی اجتماعی آن‌ها نیز افزایش خواهد یافت. بی‌تفاوتی اجتماعی در معنای جامعه‌شناختی آن عزلت‌گزیدن و فقدان مشارکت اجتماعی مردم در حد انتظار است. بی‌تفاوتی می‌تواند تحت تأثیر رکود اقتصادی، یا تابعی از تغییرپذیری نسلی در زمینه بهزیستی و رفاه فردی با تمرکز بر اهداف فردی قرار گیرد. اگر بی‌تفاوتی را نتیجه رکود اقتصادی بدانیم، به محرومیت نسبی افراد می‌رسیم. محرومیت نسبی چنانچه در راه دستیابی به اهداف مانعی ایجاد کند؛ میان انتظارات و توانایی‌ها فاصله می‌افتد. هر اندازه این تفاوت بیشتر باشد، افراد یک جامعه نیز نسبت به محیط اجتماعی بی‌تفاوت، بی‌مسئولیت و از آن بیگانه می‌شوند. همچنین می‌توان استدلال کرد که محرومیت نسبی افراد چنانچه در نتیجه آگاهی آنان نسبت به موقعیت نامطلوب و نیز همسنجی موقعیت فرد با دیگران باشد، می‌تواند ریشه‌های بی‌تفاوتی را در جامعه تقویت و آبیاری نماید. احساس محرومیت نسبی ممکن است از بهبود شرایط زندگی یک گروه اجتماعی

ناشی شود و همین بهبود، انتظارات افراد دیگر را افزایش می‌دهد. بنابراین در جامعه‌ای که افراد آن مدام در حال مقایسه شرایط خود با شرایط ایده آل درگیر هستند، افزایش این مقایسه‌ها احساس سرخوردگی و پیامد آن بی‌تفاوتی را رقم می‌زند چرا که در این حالت آنان مدام در حال دیدن فاصله خود با دیگران هستند و نسبت به داشته‌های خود و مسئولیت در قبال جامعه بی‌تفاوت می‌شوند. در این راستا باور نکردن جوانان و بی‌توجهی به جایگاه آن‌ها و نادیده گرفتن خواسته‌های فطری و طبیعی آن‌ها در جامعه به یکی از معیارهای مقایسه برای جوانان است و ممکن است این عوامل باعث شود که جوان نیز تعهد و مسئولیتی را در قبال جامعه قبول نکنند. سهم نبودن جوانان در تصمیم‌سازی و عدم احترام به رأی و اعتقاد آن‌ها و دخالت ندادن آن‌ها در مشارکت‌های عمومی در جایی که اصل مشورت مورد توجه مکتب اسلام بوده است، شخصیت آن‌ها را ضعیف بار آورده و نسبت به اصول و عقاید بی‌مسئولیت کرده است. ایمان به جوان و کشف توانایی‌های او و واگذاری مسئولیت‌های اجتماعی به او از اصولی است که در زمان پیامبر خیلی مورد توجه بوده است. اما در جامعه ما هم پدر و مادرها اهمیت کمی برای دیدگاه و نظر جوانان قائل هستند و هم سازمان‌هایی که خود را حامی آن‌ها می‌دانند، کمتر می‌توانند عملاً در این زمینه کاری انجام دهند.

فرضیه ۲: بین میزان فردگرایی و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.

فردگرایی با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان دارای رابطه معناداری است. نتایج نشان می‌دهد که متغیر میزان فردگرایی با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان به‌عنوان یک سازه کلی ارتباط مستقیم و معناداری دارد. فردگرایی جوانان را باید در چارچوب باز تولید ارزش‌ها، سبک‌های زندگی، اخلاقیات و در کل بازآفرینی هویت‌های شخصی آن‌ها بررسی کرد که همگی جنبه اجتماعی و فرهنگی دارند. در نیمه دوم قرن بیستم فردگرایی افراطی و بی‌توجهی به تحقق منافع فردی از طریق منافع جمعی، به‌عنوان یک شاخص منفی مورد توجه قرار گرفت، این نشان با توجه به اینکه اگر فرد دچار فردگرایی افراطی باشد منجر به بی‌تفاوتی اجتماعی می‌شود، هر چه فرد به مسائل شخصی و خصوصی خود بپردازد نسبت به سایر افراد جامعه بی‌تفاوت‌تر می‌شود. می‌توان گفت با ورود به دوران مدرن و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند موبایل، اینترنت، ماهواره، بازی‌های رایانه‌ای و ... اوقات فراغت جوانان را به صورت کاملاً فردی و شخصی پر می‌کنند و عامل مهمی در ایجاد فردگرایی در جوانان و همچنین سایر افراد جامعه است که این امر بر میزان بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان خواهد افزود. از طرفی ویژگی‌های زندگی متمدن مانند تراکم جمعیت، تقسیم کار پیچیده، تضعیف هویت‌های محلی و نیز تضادهای

فرهنگی می‌تواند سبب ایجاد وضعیتی شود که در آن جامعه مدرن به سمت فردگرایی شدید و درگیر با پیامدهای آن مثل بی‌تفاوتی، افسردگی و سایر مسائل اجتماعی می‌گردد. بنابراین، سیطره اقتصاد پولی و روحیه زندگی شهری منجر به محرومیت نسبی و فردگرایی افراطی برای طیف زیادی از جامعه گردیده و روی هم رفته زمینه بی‌تفاوتی اجتماعی را در جامعه تقویت نموده‌اند. نکته دیگر در مورد فردگرایی در یک جامعه هدفمند شدن اصل حداکثر سود است؛ که این ایده سبب می‌گردد دیگر، کالاها و خدمات، فقط برای نیاز مردم ساخته نشود، بلکه کالاهایی تولید شود که بتواند حداکثر سود را برای تولیدکننده تأمین کند. بدین ترتیب، هدف عمل اجتماعی به معنای نوع دوستی تحقق نخواهد یافت. ضمن اینکه حداکثر کردن سود (یا حداقل کردن هزینه) گاهی موجب ضرر و زیان به جامعه از طریق آلوده کردن و تخریب محیط‌زیست می‌گردد و مطلوبیت کل جامعه از زندگی به‌شدت کاهش می‌یابد. چرا که فردگرایی می‌تواند مانعی برای مسئولیت اجتماعی از طریق عدم مشارکت و تعاون و همکاری و برعکس تقویت بی‌تفاوتی در جامعه گردد.

فرضیه ۳: بین میزان درآمد و بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد. براساس یافته‌های به‌دست آمده، میزان درآمد با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان دارای رابطه معناداری ($I = -/139$) است. نتایج نشان می‌دهد که متغیر میزان درآمد با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان به‌عنوان یک سازه کلی ارتباط معکوس و معناداری دارد. به این معنا که با افزایش یا کاهش درآمد، میزان بی‌تفاوتی اجتماعی کاهش، یا افزایش می‌یابد که با نتیجه پژوهش ما همسو است.

فرضیه ۴: نوع منزل مسکونی بر میزان بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان تأثیر دارد. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نشان می‌دهد میانگین میزان بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان برای افراد با نوع منزل مختلف با هم تفاوت وجود دارد. این تفاوت براساس آزمون تحلیل واریانس با مقدار ($F = 5/37$) و مقدار معناداری ($Sig = 0/001$) در سطح حداقل (۹۵ درصد) قابل پذیرش است و فرضیه مذکور مورد پذیرش است.

فرضیه ۵: بین میزان تحصیلات و بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که با افزایش میزان تحصیلات پاسخگویان، میزان بی‌تفاوتی آن‌ها کاهش پیدا می‌کند. ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که این معناداری در سطح (۹۵ درصد) قابل پذیرش است. لازم به ذکر است که متغیر تحصیلات در رگرسیون چندگانه به‌صورت مستقیم وارد معادله نشد ولی به صورت غیرمستقیم و از طریق فردگرایی بر

متغیر بی‌تفاوتی اجتماعی نیز تأثیرگذار است. به لحاظ تحصیلی، درجات پایین تحصیلی بالاترین حد بی‌تفاوتی اجتماعی و افزایش میزان تحصیلات با کمترین حد آن را نشان داده‌اند که می‌تواند ریشه در نقش مشهود سواد و معلومات عمومی و دانشگاهی در درک صحیح فرایندها و مسأله‌های اجتماعی جامعه داشته باشد.

به‌طور کلی می‌توان استدلال کرد که ساماندهی یک نظام اجتماعی به کارکردهایی است که بر عهده‌اش واگذار شده و در راستای رفع نیازهای اعضای خود گام برمی‌دارد و اگر این ساختار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه نتواند رفع نیاز کند و نسبت به اعضای خود بیگانه شود و درد و رنج اعضای جامعه را نادیده بگیرد و نسبت به موانع ایجاد شده اجتماعی در جامعه بی‌اهمیت باشد، دو حالت ممکن است در جامعه اتفاق بیفتد: اول این که در شرایط بی‌هنجار فرد ضعیف و بدون حامی و پشتیبان رسمی و غیررسمی می‌ماند و آسیب بیشتری می‌بیند. انفعال و بی‌تفاوتی زمینه‌ساز ظلم و زور و اجحاف به مردم فقیر می‌شود. از طرف دیگر برخی از افراد به دلیل احساس محرومیت نسبی یعنی درک انتظارات و توقعات برآورده نشده خود که نقض شده است و احساس بی‌انصافی و رنجش و نارضایتی از انتظارات برآورده نشده خود دارند، دچار بی‌تفاوتی اجتماعی در جامعه می‌شوند و هیچ اعتنایی به امور اجتماعی پیرامون خود ندارند. درواقع این افراد نسبت به پدیده‌ها، اتفاقات و مسائل موجود در جامعه جهت‌گیری خنثی پیدا کرده و حس مسئولیت‌پذیری خود را در برابر جامعه از دست می‌دهند؛ چون یا به نوعی جامعه و شرایط اقتصادی - اجتماعی را در نرسیدن به اهداف از پیش تعیین شده و تعمیق نابرابری‌های موجود سهمیم می‌دانند و اینکه احساس می‌کنند که طبقه آنان مورد تبعیض و بی‌مهری واقع شده است و اینکه شرایط لازم برای رسیدن به آرزوهایشان مهیا نبوده چرا که افراد وضعیت اقتصادی - اجتماعی خود را با وضعیت دیگران در همان مقطع زمانی یا وضعیت گذشته یا آینده خود مقایسه می‌کنند و می‌فهمند که دیگران دارای چیزی هستند که آن‌ها از آن محروم‌اند، لذا احساس ناخوشایندی شدیدی به آن‌ها دست می‌دهد. زیرا مردم تمایل دارند به سرعت با وضعیت رفاهی بالاتر تطبیق پیدا کرده و در زمان کمتری همان سطح رفاه را به‌دست آورند. بنابراین، افراد و کنشگران اجتماعی نیز بدون توجه به مسائل همدیگر سعی در تغییر وضعیت موجود به نفع خود خواهند داشت که این مسأله به نوبه خود زمینه فردگرایی را در جامعه فراهم می‌کند.

بروز فردگرایی در برخی جوامع می‌تواند شکلی از آسیب اجتماعی باشد چرا که در جامعه سنتی که تکیه بر مصالح جمعی است و فرد در خدمت تأمین کارکردهای جمعی قرار دارد با تغییر ارزش‌های جمعی به سمت فردگرایی، جامعه دچار تضاد ارزشی می‌شود و در این شرایط بروز بی‌تفاوتی اجتماعی تسهیل می‌گردد که نتیجه آن آسیب‌های اجتماعی است. از طرفی

فردگرایی فرار از مسئولیت‌پذیری؛ یعنی بی‌تفاوتی است. در یک کار جمعی هر کسی مسئولیت قسمتی از کار را بر عهده می‌گیرد تا کار به شکل مشارکتی انجام شود، بنابراین در درجه نخست مسئولیت‌پذیری و شناخت افراد از جمله عواملی محسوب می‌شود که آن‌ها را از فردگرایی جدا و به جمع‌گرایی تشویق می‌کند و این دو (فردگرایی و محرومیت نسبی) به نوبه خود بی‌تفاوتی اجتماعی را تقویت می‌نمایند. هر چند این مسائل از عوامل متعدد دیگری مانند وضعیت درآمدی افراد، وضعیت تحصیلی و وضعیت سکونت افراد تأثیر می‌پذیرد؛ اما سهم محرومیت نسبی و فردگرایی می‌تواند برجسته‌تر باشد. از آنجا که وضعیت اقتصادی - اجتماعی حاکم بر جامعه، ارتباط بین محرومیت نسبی و بی‌تفاوتی اجتماعی افراد را رقم می‌زند، بهبود این شرایط می‌تواند تا حدودی احساس محرومیت نسبی را کاهش دهد. خدمات روان‌شناختی و فعالیت‌های مبتنی بر جامعه می‌تواند برای ادغام افرادی که از محرومیت نسبی در جامعه رنج می‌برند، هدایت شود. برنامه‌های آموزشی در مدارس برای ترویج ادغام اجتماعی دانش‌آموزان کم بضاعت و خانواده‌های آن‌ها، تقویت حس مسئولیت‌پذیری دانش‌آموزان از کودکی، اجرای سیاست‌های درست و به هنگام برای جلب توجه بیشتر به وضعیت اقتصادی و اجتماعی افراد طبقات پایین، افزایش یارانه به دهک‌های پایین جامعه، تقویت جمع‌گرایی و منافع گروهی به جای فردگرایی و ترجیحات شخصی، کم کردن شکاف در درآمد، ثروت و فرصت، ترتیبات غیررسمی برای به اشتراک گذاشتن منافع اقتصادی با دوستان و همسایگان نیازمند، ترویج سبک زندگی اسلامی و الگوهای تربیتی جایگزین هم می‌تواند از جمله راهکارها برای کاهش محرومیت نسبی و در نتیجه بی‌تفاوتی اجتماعی افراد باشد. همچنین لازم است کار گروهی از مدارس شروع شود و این روحیه در افراد تقویت و پررنگ شود تا اعتماد به نفس برای افراد به وجود آمده و هر شخص حرف و اهداف خود را دنبال نکند. از طرفی افزایش مشارکت اجتماعی افراد به‌خصوص جوانان در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و تفویض مسئولیت‌های اجتماعی به آن‌ها می‌تواند در جهت کاهش بی‌تفاوتی در جامعه مؤثر باشد.

نتایج تحقیق نشان داد که رابطه معنی‌داری بین میزان محرومیت نسبی، با بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان وجود دارد. براساس یافته‌های تحقیق تأیید کننده نظریه محرومیت نسبی لئون فستینگر و گال استبه این معنا که با افزایش محرومیت نسبی جوانان، میزان بی‌تفاوتی اجتماعی آن‌ها نیز افزایش خواهد یافت. زیرا افراد سعی دارند دیدگاه و عقاید خود را با کسانی مقایسه کنند که شبیه به خودشان هستند. در غیر این صورت دچار محرومیت نسبی می‌شوند. همچنین این تحقیق، نظریه فردگرایی زیمل و ماکس وبر را در بی‌تفاوتی اجتماعی افراد تأیید می‌کند. همچنان که زیمل نمود و ظهور بی‌تفاوتی اجتماعی را با زندگی مردم در کلان‌شهرها، فردگرایی، غلبه رواج عینی بر روح ذهنی، انزوای اجتماعی و نهایتاً دل‌زدگی اجتماعی مورد

ارزیابی قرار داده است و دورکیم نیز معتقد است در عصر حاضر رشد فعالیت‌های اقتصادی، شهرگرایی، فردگرایی، تخصص‌گرایی حرفه‌ای و رشد دولت بوروکراتیک تماماً کارکردهای خانواده، مذهب، منطقه و همسایگی را به‌عنوان مکانیزم‌هایی در مسیر ترفیع پیوند افراد به جمع اجتماعی تقلیل می‌دهد. براین اساس این تحقیق برخلاف پژوهش عنبری و غلامیان (۱۳۹۵) که بی‌اعتمادی را به عوامل و متغیرهای فردی نسبت نمی‌دهد و معتقد است بی‌اعتمادی یا به نوعی بی‌تفاوتی افراد در جامعه تابعی از ادراکات و تفسیرهای اجتماعی افراد خاصه میزان اعتماد عمومی، رضایت اجتماعی، حس بی‌هنجاری در جامعه، تقدیرگرایی و احساس بی‌عدالتی بوده است. به این نتیجه رسیده است که بی‌تفاوتی افراد با عوامل فردی‌شان رابطه معنی‌داری دارد. برخلاف نتایج تحقیق ظهیری‌نیا و همکاران (۱۳۹۴) و زارعی‌وند (۱۳۸۶) که نشان داد میان متغیرهای سن، گروه تحصیلی و پایگاه اجتماعی اقتصادی با بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه معنی‌دار وجود دارد. این تحقیق به رد این فرضیه‌ها رسید. این تحقیق همچنین نتایج تحقیق رابین و همکاران (۲۰۱۷) را در تأثیر فردگرایی بر بی‌تفاوتی اجتماعی افراد را تأیید کرد، اما به نتایج مشابهی با دیگر نتایج تحقیقات پیشین دست نیافت.

منابع و مآخذ

- آرون، ریمون (۱۳۸۲). *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه باقر پرهام، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- توسلی غلامعباس و سیدمحمود نجاتی حسینی (۱۳۸۳). «واقعیت اجتماعی شهروندی در ایران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۲: ۶۲-۳۲.
- دورکیم، امیل (۱۳۸۷). *درباره تقسیم کار اجتماعی*. ترجمه باقر پرهام، چاپ سوم، تهران: نشر مرکز.
- زارعی وند، لیلا (۱۳۹۶). *بررسی میزان بی‌تفاوتی اجتماعی و عوامل اجتماعی مرتبط با آن؛ مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه حکیم سبزواری، استاد راهنما: شفیعه قدرتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- زیمِل، گئورگ (۱۳۹۳). *درباره فردیت و فرم‌های اجتماعی*، ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: نشر ثالث.
- ساروخانی، باقر و لیلا دودمان (۱۳۸۹). *ساختار قدرت در خانواده و تأثیر آن بر مشارکت اجتماعی، جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، شماره ۱: ۱۲۹-۱۰۵.
- سفیری خدیجه و مریم صادقی (۱۳۸۸). «مشارکت اجتماعی دانشجویان دختر دانشکده های علوم اجتماعی دانشگاه‌های شهر تهران و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، *جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)*، شماره ۲: ۳۴-۱.
- شادی طلب، ژاله (۱۳۸۲). «مشارکت اجتماعی زنان»، *مجله زن در توسعه و سیاست*، شماره ۷: ۱۴۱-۱۷۶.
- ظهیری‌نیا، مصطفی؛ فاطمه گلابی و رحیم هدایت ایورق (۱۳۹۴). «شناسایی عوامل مؤثر بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی»، *مجله مطالعات علوم اجتماعی ایران*، شماره ۴۵: ۸۶-۱۱۱.
- عبداللهی، محمد (۱۳۸۳). «زنان و نهادهای مدنی مسائل، موانع و راهبردهای مشارکت مدنی زنان در ایران». *مجله جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۲: ۹۹-۶۲.
- علمدار، فاطمه‌السادات، محمدرضا جوادی یگانه و جبار رحمانی (۱۳۹۷). «فرایند خلق بی‌تفاوتی اجتماعی در بافت تعاملی ایرانیان»، *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، شماره ۱: ۱۹۰-۱۶۵.
- عنبری، موسی و سارا غلامیان (۱۳۹۵). «تبیین جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با بی‌تفاوتی اجتماعی»، *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، شماره ۲: ۱۵۹-۱۳۳.
- کلانتری، صمد و مهدی ادیبی و همکاران (۱۳۸۶). «برسی بی‌تفاوتی و نوع‌دوستی در جامعه ایران و عوامل مؤثر بر آن»، *دوماهنامه علمی-پژوهشی دانشگاه شاهد*، شماره ۲۲: ۳۶-۲۷.
- کوزر، لوئیس (۱۳۸۳). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ اول، تهران: انتشارات علمی.

گار، تدرابرت (۱۳۷۷). چرا انسانها شورش می‌کنند؟ ترجمه علی مرشدی‌زاد، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

مجیدی، امیر (۱۳۹۰). بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه کردستان و دانشگاه پیام نور مرکز سنندج در سال ۱۳۹۰، دانشگاه پیام نور استان تهران، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی.

محسنی تبریزی، علیرضا و مجتبی صدراقتی‌فرد (۱۳۹۰). «بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران (مورد پژوهش: شهروندان تهرانی)»، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۳: ۲۲-۱.

مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۸۰). تبیین جامعه‌شناختی بی‌تفاوتی شهروندان در حیات اجتماعی و سیاسی، مجله سیاسی اقتصادی، شماره ۱۶۷ و ۱۶۸: ۱۶۵-۱۵۲.

ممتاز، فریده (۱۳۷۹). جامعه‌شناسی شهر، تهران: شرکت سهامی انتشار.

میرزاپوری، جابر (۱۳۹۵). بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی.

میلز، سی رایت (۱۳۷۰). بینش جامعه‌شناختی، ترجمه عبدالمعبود انصاری، تهران: شرکت سهامی انتشار.

نادری عباس‌آبادی، حمدالله (۱۳۸۳). سنجش میزان بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه تبریز و بررسی عوامل مرتبط با آن. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، گروه علوم اجتماعی.

نادری، حمدالله؛ حسین بنی‌فاطمه و محمد حریری اکبری (۱۳۸۸). «الگوسازی ساختاری رابطه بیگانگی و بی‌تفاوتی اجتماعی»، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد.

نوابخش، مهرداد و میرزاپوری ولوکلا (۱۳۹۴). «تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر بی‌هنجاری بر بی‌تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: شهر بابل)»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، شماره ۳: ۶۷-۵۳.

نوروزی فیض‌اله، مهناز بختیاری (۱۳۸۸). «مشارکت اجتماعی و عوامل اجتماعی موثر بر آن»، نشریه راهبرد، شماره ۵۳ (ویژه بررسی‌های فرهنگی و اجتماعی): ۲۴۹-۲۶۹.

وبر، ماکس (۱۳۷۴). اقتصاد و جامعه، ترجمه عباس منوچهری و دیگران، چاپ اول، تهران: انتشارات مولی.

یزدان‌پناه، لایلا (۱۳۸۶). موانع مشارکت اجتماعی شهروندان تهرانی: فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۱۰۵: ۱۳۰-۲۶.

Bogen, Rachel & Marlowe, Jay (2015). Asylum Discourse in New Zealand: Moral Panic and a Culture of Indifference, **Australian Association of Social Workers**, pp, 1-12.

Dean, Dwight G. (1960), "Alienation and Political Apathy, *Social Forces*, 38.3, 185-189, JSTOR.Web.

Gans, H. (1992) **Political Participation and Apathy**. Phylon. Vol. 13. No 2: 403-4.

Latane, B. & Darley, J. (1970) "The unresponsive bystander: Why does not he help?" New York. Appleton-Century-Crofts.

- Robinson, Jeffrey S. Joel S. Plaks, Jason E. (2015). Empathy for the group versus indifference toward the victim: Effects of anxious avoidant attachment on moral judgment, **Journal of Experimental Social Psychology**, Vol. 56, pp. 139-152.
- Rubin M.; Badea C.; Condie J.; Mahfud Y.; Morrison T.; Peker M. (2017). "Individual differences in collectivism predict city identification and city evaluation in Australian, French, and Turkish cities", **Journal of Environmental Psychology**, Vol. 50, pp. 9-16.
- Seeman, M. (1966). Alination, Membership and Political Knowledge: A comparative Study, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 30, No. 3, pp 353-367.
- Turner, C (1998). '**Social Identity, Organization and Leadersheep**'. in; E. Turner, *Group at work*, london; Lawernce, Erlbaum.
- Turner. J. H. and Etal. (1989). **The emergence of sociological theory**, Belmont, Thomson Press.

Recognition of the Relationship between Individualism and Relative Deprivation with Apathy (Case Study of Kermanshah Youth)

Mohsen Safarian, *Department of Sociology, Tehran North Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.*

Abdooulreza Adhami, *Department of Sociology, Tehran North Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author).*

Ali Moradi, *Department of Sociology, Eslam Abad-E-Gharb Branch, Islamic Azad University, Eslam Abad-E-Gharb, Kermanshah, Iran.*

Abstract

The purpose of this study was to identify the relationship between individualism and relative deprivation with indifference with special emphasis on youth in Kermanshah. The survey method and data gathering tool were a researcher-made questionnaire. The population of this study is young people aged 20-30 years old in Kermanshah. 400 of them were studied by cluster randomized cluster random sampling method. The collected data were analyzed using SPSS and AMOS softwares. Regression results show that two relative deprivation variables (Beta = 0.12) and individuality (Beta = 0.20) were introduced. The value of T for individuality is (T = 3/76) and for the relative deprivation rate (T = 2.38). Together, these two variables could explain the amount of 0.24 of the internal variation of the degree of apathy. The results of the structural equation model (AMOS) show that the value of P-value for the four variables (relative deprivation with the value of 0.949, individuality with the value of 0.260, the degree of education with the value of 0.210 and the variable duration of residence with the amount of standard regression coefficient is equal to 0.255 at the error level less than 0.05; which shows that the effect of these variables on the dependent variable is significant. The results are based on the model fit of the model for RMR of 0.233, the RMSEA index is 0.046, the CMIN / DF index is 2.012 and the CFI and PCFI indices with the values of 0.943 and 0.767 in acceptable model are approved.

Keywords

Social indifference, Relative deprivation, Individualism, youth, Kermanshah.

Metafilm and "Self" and "The other" Relation In Kiarostami's Cinema

Nasiri hanis Jalal, Ph.D. Student in Art Research, Faculty of Research Excellence in Art and Entrepreneurship, Isfahan Art University, Iran.

Nader Shayganfar, Associate Professor of Art Research, Faculty of Research Excellence in Art and Entrepreneurship, Isfahan Art University, Iran. (Corresponding Author).

Ahmad Alasti, Associate Professor, Faculty of Dramatic Arts and Music, College of Fine Arts, Tehran University, Tehran, Iran.

Abstract

Metafilms are kind of films which their subject matters are the nature of cinema and film-making. Film-makers of this Sub-Genre have a critical view to the production of meaning and highlight the fictional and artificiality of the film. They confront the current illusion in the conventional and realistic films. Conflict between characters in cinematic works, as a principle, reflects the importance of study, regarding "self" and "the other" in these works. The relationship between "self" and "the other" has been characterized as the "subject" and the "object" in most part of the philosophy's history. In Sartre's viewpoint, human turns into an "object" in the "gaze" of "the other" and loses his freedom. Unlike him, Levinas thinks that assuming "the other" as an "object" is applying violence against "the other. By analyzing characters' relationship in Kiarostami's works, we can answer the question that how is the relationship between "self" and "the other" in his films and metafilms? In considering the films of "Where is the friend's home", "Taste of Cherry" and meta-films of "Close-up", "The wind will carry us" and "Through the olive trees", descriptive-analytic with Critical discourse analysis of Fairclough were used. By doing so, we can represent structural differences of metafilms in "the other" reflectivity in the works of this director. The result of the study suggests that despite the same director, and the same social, political and cultural background of these works, due to the characteristics of self-reflectivity and self-criticism in Kiarostami's metafilms, unlike his films, the relationship between "self" and "the other" is based on Levinas and the other-oriented. This is a sign of the reorganization of the discursive order of society in the relationship between "self" and the other.

Keywords

Metafilm, The other, Abbas Kiarostami, Critical discourse analysis, Sartre and Levinas.

Hybridization, the counter culture and cultural values in Comedy genre (The Case of Comedy Best Selling Movies Between 1983-2013)

seyyed ali rouhani, Associate Prof., Faculty of Cinema and Theater, University of Art, Tehran, Iran. (Corresponding Author).

vahid mousavi, Assistant prof. IRIB University.

Abstract

The purpose of this study is to look at Iranian Comedy during the 1983-2013 from an aesthetic point of view. Using the analytical tools of the genre theory and considering the variables such as the generic crossroads (the counter culture vs. cultural values), and the hybridization status, analyzes the best-selling statistical samples of comedy in Iranian cinema. Data are collected through documentary, library and observational study and by a descriptive-analytical approach, the relationship the generic crossroads and the hybridization status in each sample is examined. On the one hand, the statistical samples examined indicate the ability to hybridize the comedy genre with various genres and endorse the process of comedy genre. On the other hand, the hybridized genres provide a platform for genre counter culture dimension. The more tension the counter culture and cultural values is, the greater the impact of the genre will be palpable.

Keywords

comedy genre, hybridization, the counter culture, cultural values, Iranian Cinema

Introducing Cherophobia Cultuling A Close Look into the Discursive Functions of Death-oriented Terms in Persian Language

Reza Pishghadam, Professor of Social Psychology in TEFL, Ferdowsi University of Mashhad.

Aida Firoozian Pour Esfahani, Assistant Professor of Linguistics, Imam Reza International University of Mashhad (Corresponding Author).

Ailin Firoozian Pour Esfahani, Assistant Professor of Linguistics, Damghan University.

Abstract

Considering the salient role of vocabularies in reflecting the cultural beliefs of a given society, the present study aims at examining the discursive functions of “death” and the related terms in the Persian language corpus, using Hymes's (1967) SPEAKING model. The reason we have chosen such concept is that not only can it vividly illustrate the existing cultural beliefs of a society, but also it can be examined from social and linguistic points of view. To this end, 673 contexts in which the death-related discourses have been used were recorded, and after analyzing the data based on the SPEAKING model, the social aspects of the discursive functions were extracted. The results revealed that the intention behind using death and its related terms among Persian speakers of Iran is rooted in the prevalence of morbid thoughts, death-seeking, necrolatry, love of sadness, and cherophobia.

Keywords

Culturology of language , Death, Speaking model, Hymes

Studying the Evolution of Iranian Youth Identity

Majid Fouladiyan, *Department of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad (Corresponding Author).*

Hasan Rezaeebahrad, *Ph.D. student of Ferdowsi University of Mashhad.*

Majid Sohanianhaghighi, *MSc student of Social Sciences Department of Ferdowsi University of Mashhad.*

Abstract

The main questions of this research are that what elements of this compound are in the young population of Iranian society? How has each of these elements evolved over the past decades, and what has been the ups and downs? What is the relationship between the components of the collective identity of Iranian youth? What kind of combination is this composition and how is it arranged, commented, traded, and how is the interaction between these elements? Research method of this study swa longitudinal and national study based on the secondary analysis of quantitative data of variables studied in the period of 1973-94. The results show that the religious identity with an average of 11/83 was on the scale of 100 most prevalent types of identity over the years in the Iranian youth community. After that, the national identity with the mean of 29/80 is the most widely spread among the youth. Ethnic identity with 53/46 and also modern identity with 03/52 are the next. In terms of correlation tests and according to the correlation chart, it can generally be concluded that there is a relationship between national identity and ethnic identity among young people in the year 86. Correlation coefficient of these two direct and significant variables is moderate. Also, the results of the Spearman correlation test between the national identity and religious identity among the youth in the years 79, 86, 84, 88 indicate the existence of a relationship between the two identities.

Keywords

National identity, Religious identity, Modern identity, Ethnic identity

Evaluation of Spending Leisure Time in Social Media

Marzieh Khelghati, Ph.D. Student of Communication, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

This study evaluates the conditions of prioritizing social media as a mean for spending leisure time, the way people use social media, and its negative and positive impacts from the viewpoint of users. It was carried out via grounded theory approach and qualitative interviews with 10 active users. According to the results of data analysis, four factors were pinpointed as the main underlies of using social media as a mean for spending leisure time, including communication needs, leisure needs, technological needs, and the need for various experiences. Three main positive impacts of social media are growth of communication abilities, psychological effects, and improvement of individual interests. On the other hand, it has negative impacts on family and social relations, physical and mental health and individual effects. Technological-technical effects and mental-psychological are activity continuity factors. The result of this research confirmed a process of replacing the virtual leisure with real leisure and Combining the concepts of work and leisure for users.

Keywords

Leisure time, Social media, Virtual leisure, Grounded theory

Representation of Family Discourses in Popular Iranian journals

Amir Rastegar Khaled, Assistant Professor, University of Shahed (Corresponding Author).

Abolfazl Eghbali, Ph.D Student of Women's study, kharazmi University.

Atefeh Khaleghi, Master of Sociology, University of shahed.

Abstract

The family is a sacred phenomenon and one of the most important pillars of the community in the Islamic view. Therefore, after the Islamic Revolution, the Islamic system ruling in Iran, reproduced the discourse of familialism in the cultural and social relations of the country. Although In the modern world, given the prevailing discourse of individualism and humanity, the rights and interests of individuals have been given priority to the interests of the family but in Iran, this discourse as the rival of family-oriented discourse is gradually emerging and expanding in the life of the Iranian society. The media, the press, ... as the cultural elements of the world's ecosystem of the Iranian society, are the battleground of these two discourses. The present research seeks to analyze the family discourses in Iran and evaluates them in popular magazines. The research method was discourse analysis. For research purposes, the method of Fairclough and Laclau & Mouffe was used in combination. The findings of this research indicate that the discourse of family-centeredness is rooted in the dialectic orientation and with the central sign of compromise, and the individualist discourse revolves around the individuality axis and with the central sign of rights. The review of the content of the yellow publications also suggests that the approach of Iranian family journals, the green family, successes, and the days of life is more closely related to family-oriented discourse, and the concepts and signs of this discourse are more represented in these journals.

Keywords

Discourse analysis, Family, Individuality, Popular magazines

Deessentialism: Reducing Religion into Neo-Emerging Theosophies (Erfans)
(A Critical Discourse Analysis on Pargar's BBC Persian T.V Programme)

Aref Danyali, Assistant Professor in Department of Islamic Philosophy and Theology, Faculty of Humanities and Physical Education, Gonbad Kavous University (Corresponding Author).

Khadijeh Aghaei, Assistant Professor in Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities and Physical Education, Gonbad Kavous University.

Abstract

The present study is a Critical Discourse Analysis on twenty four episodes of a BBC Persian T.V programme entitled “*Pargar*”. The main purpose of this study is to represent how the dominant hegemonic discourse in this special program i.e. secularism discourse wittingly manipulates audience minds so that they acknowledge religion's survival and existence only in the forms of neo-emerging theosophies (Erfans) or individual spiritualities. Indeed, religion is imagined as a missing one in public domain. Articulating discourse of religion in dichotomies such as modern expert/Marja sonati, Erfan/ Fiqh, Religion Essence /Religion rituals, individualism /Marjaism tends to deessentialize all essences presupposed among the traditional believers. Indeed, religious reformation and dereligionism are two strategic approaches which secularism applies to deessentialize religion. As a result of this deessentialism, religion has been transformed into something so-called shallow and neutral so that it cannot be easily recognized as a concrete phenomenon in social life.

Keywords

Secularism, Deessentialism, Religious Reformation, Dereligionism, Critical Discourse Analysis

The Study of Effective Factors on Psycho-Social Aspects of Facebook Usage in Iran

Hossein Kermani, Ph.D. in Social Communication Science, Tehran University

Abstract

This research investigates the relations between personality traits, narcissism and Psycho-Social aspects of Facebook (FB) usage in Iran. Social Networking Sites (SNSs) have attracted many users in the last two decades and become an unavoidably element of users' everyday life. Facebook, as a biggest and the most popular SNS in the world, has many users in Iran too. However, there is not much research about the effects of Iranian users' personality on their FB usage's patterns. Hence, this paper tries to answer this question that how users' personality traits shape their usage and affect the Psycho-Social aspects of that. I use the Big-Five trait taxonomy with NP-16 measure of narcissism as the theoretical framework. The Big-Five Inventory covers extraversion, neuroticism, openness, conscientiousness, and agreeableness dimensions of personality and these traits with narcissism can provide a comprehend illustration of one's personality. In order to measure the Psycho-Social aspects of FB usage, I have focused on the 5 facets: compensatory use of FB, self-presentation on FB, socializing and seeking sexual partners through FB, FB addiction and FB profile as the virtual self. The methodology of this research was online surveying. I designed and published the questionnaire by GoogleDrive.com and after 3 months, 354 answer sheets were gathered. Findings clarify the relations between each personality dimension with each aspect of psycho-social usage of FB. Moreover, the result provides an important set of information about the ways Iranians use FB.

Keywords

Facebook, FB addiction, Self-representation, Virtual identity, Big Five trait taxonomy.

Iranian Media System: Incomplete New Media Displacement and Dislocation of Media Network

Susan Bastani, Professor of Social Science, Alzahra University.

Hadi Khaniki, Perofessor of Social Communication Cscience, Allameh Tabatabaee University.

Saeed Arkanzadeh Yazdi, Ph.D. of Culture and Communication, Institute of Humanities and Social Studies (Corresponding Author).

Abstract

The Research Evaluates new media impacts on Iranian media system. It seems that new media in Iran these days deeply effect on mainstream media and even in some cases makes them to lose their functions. This research tries to evaluate new media impacts on Iranian mainstream media's internal mechanisms and also relations between them with the people and with the political and economic system. The new media impacts on mainstream media and their relations with system were evaluated by qualitative grounded theory methodology and new media impacts on their relations with the people were evaluated by qualitative survey methodology. Eventually researchers concluded that new media by themselves did not reduce the mainstream media consumption but the tough controls and lack of professionalism in mainstream media were the critical cause of consumption, trustfulness and influence decline so new media rise only has amplified these consequences. In fact, powers and the people have immigrated to new media because of weak mainstream media but they could not entirely alternate with mainstream media. In conclusion, Thesis found a kind of dislocation in Iranian media system in which both mainstream and new media as a kind of public eservice are not in their expected locations.

Keywords

Media system, New media, Mainstream media, Network journalism, Network society, Dislocation

Editorial Office
No.9, Dameshgh St. Valiasr Square,
Tehran, Islamic Republic of Iran
Tel: (021) 88919176-88902213-16
Fax: (021) 88893076
website: <http://jccs.ir>

Cultur-Communication Studies is published by Institute of Culture, Art and Communication (Ministry of Culture and Islamic Guidance).

The aim of this journal is to provide a forum for communication professionals to discuss about cultural issues. The statements and opinions expressed in this journal do not necessarily represent the views of the publisher.

In the Name of God

Journal of Culture-Communication Studies

Research Institute of Culture, Art and Communication

Ministry of Culture and Islamic Guidance

Vol .21, Series.81, No.49, Spring 2020

Managing Director: **Solgi, Mohammad (Ph.D)**

Editor in Chief: **Forghani, Mohammad Mahdi (Ph.D)**

Editorial Board: **Khaniki, Hadi (Ph.D)**

Dorakhshah, Jalal (Ph.D)

Dehghani Firuzabadi, Seyyed Jalal (Ph.D)

Zokaei, Mohammad Saeed(Ph.D)

Saroukhani, Bagher (Ph.D)

Abdollahian, Hamid (Ph.D)

Aghili, Seyyed Vahid (Ph.D)

Forghani, MohammadMahdi (Ph.D)

Ghobadi, HosseinAli (Ph.D)

Matlabi, Dariush (Ph.D)

Yasini, SeyedeRazieh (Ph.D)

Production Manager: **Mehri, Roghayeh**

Persian Editor: **Ahmadlou, Yaqub**

Latin Editor: **Shfiekhani, Shahnaz**

Layout: **Mousavi, Seyed Mohammad Amin**