

مطالعات فرهنگی ارتباطات

سال بیست و پنجم، شماره شصت و شش
شماره مسلسل ۹۸، تابستان ۱۴۰۳

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: قاسم زائری
سر دبیر: علی انتظاری



هیأت تحریریه:

- شهاب اسفندیاری
- دانشیار سینما و تئاتر دانشگاه هنر تهران
- علی انتظاری
- دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی
- هادی خانیکی
- استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
- حسن خجسته باقرزاده
- استاد رادیو و تلویزیون دانشگاه صداوسیما
- ابراهیم فیاض
- دانشیار انسان‌شناسی دانشگاه تهران
- محمد تقی کرمی قهپی
- دانشیار مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبائی
- یونس نوربخش
- دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران
- سیده راضیه یاسینی
- دانشیار پژوهش هنر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

مدیر داخلی: رقیه مهری
ویراستار: شهناز شفیق‌خانی
صفحه‌آرا: حامد خلیلی
چاپخانه: درپچه نو
بهاء: ۱۷۰۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، پایین تراز میدان ولیعصر،
خیابان دمشق، شماره ۹
صندوق پستی: ۶۴۷۴ ۱۴۱۵۵
تلفن: ۸۸۹۱۹۱۸۶ - ۰۲۱
نمابر: ۸۸۸۹۳۰۷۶ - ۰۲۱
وبگاه: www.jccs.ir

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.



اعضای بین‌المللی:

- مهدی سمیعی
- استاد دانشگاه لبنان
- یحیی کمالی پور
- استاد دانشگاه پوردو
- محمد محسن
- استاد دانشگاه نورسن البنیویز

فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگ ارتباطات»
بر اساس ارزیابی کمیسیون علمی
نشریات وزارت علوم تحقیقات و فناوری
و پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC
موفق به اخذ رتبه «الف» شده است.



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

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات

درباره مجله

مطالعات فرهنگ و ارتباطات مجله‌ای است که به منظور انعکاس مقالات برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات تجربی و نظری در حوزه فرهنگ و ارتباطات در نظر گرفته شده است. با توجه به اهمیت ارتباطات در جامعه‌ای که رسانه‌های اجتماعی نقش فعال در مناسبات اجتماعی دارند و تحولات پیش‌رو در جهان فرا ملی شده چند قطبی، اولویت انتشار، مقالاتی است که هم از بُعد نظری و هم از بُعد تجربی زوایای این تحولات را موشکافانه بررسی و به جامعه علمی منعکس نمایند. تلاش می‌شود از دیدگاه‌های متنوع به منظور فراهم کردن زمینه گفتگو و هم‌اندیشی میان اصحاب علوم اجتماعی استقبال و از طریق درج یادداشت‌ها و مقالات انتقادی به پویایی هر چه بیشتر این نهاد علمی مدد رسانده شود.

محورهای موضوعی فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» بدین قرار است:

- فرهنگ، ارتباطات و جامعه
- فرهنگ و ارتباطات در عصر تحولات فناورانه
- فرهنگ و ارتباطات در جهان فرا ملی شده و چند قطبی
- رسانه‌ها (سنتی و مجازی)، فرهنگ، ارتباطات و جامعه
- سیاستگذاری ملی ارتباطی، فرهنگی و رسانه‌ای
- فرهنگ، بازی‌های رایانه‌ای و زندگی روزمره
- رسانه‌های اجتماعی و تعامل یا تقابل با رسانه‌های مدرن و سنتی
- اخلاق حرفه‌ای در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات
- سواد رسانه‌ای، سواد فرهنگی و سواد اطلاعاتی در عصر رسانه‌های دیجیتال
- فرهنگ، ارتباطات، رسانه‌ها و سبک زندگی
- تحولات جهانی در حوزه فرهنگ، ارتباطات و رسانه

اشتراک

مبلغ اشتراک سالیانه در ایران ۲۸۰۰۰۰۰ ریال است. علاقه‌مندان به اشتراک، این مبلغ را به شماره حساب ۴۰۰۱۰۲۸۵۰۳۱۴۹۰۶ بانک مرکزی به نام انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات واریز و اصل فیش را به نشانی تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، طبقه اول دفتر فصلنامه ارسال کنند.

راهنمای تنظیم مقالات

- مقاله باید بین ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰ کلمه و در محیط ورد تنظیم شده باشد؛
- در ابتدای مقاله چکیده فارسی (بین ۲۵۰ تا ۱۰۰ کلمه) و انگلیسی (بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه) آورده شود که در آن خلاصه‌ای از بیان مسأله، پرسش اصلی، 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؛
- ترتیب مقاله در مباحث نظری متناسب با کنکاش نظری است؛
- تمرکز بر پرسش اصلی، نثر 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 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 مقاله دارد؛
- در صورتی که هر یک از نویسندگان علاوه بر این فصلنامه مقاله‌ای به نشریه‌ای دیگری به منظور انتشار بدهند پیگرد قانونی به دنبال خواهد داشت.
- مدیران فصلنامه حق دارند محتوا و عناوین مقالات را در فرایند انتشار ویرایش نمایند.
- فصلنامه «مطالعات فرهنگ ارتباطات» ترجیح می‌دهد مقاله‌هایی را چاپ کند که اولویت با مقالاتی است که برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات اصیل و گرایش بومی، منطقه‌ای و فرا ملی در زمینه فرهنگ، هنر و ارتباطات است نتیجه تحقیقات ایرانی در زمینه فرهنگ، هنر و ارتباطات است؛
- مسئولیت محتوای مقاله‌های مندرج در فصلنامه، بر عهده نویسندگان آن‌هاست.



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

- نقش رسانه‌های ورزشی در بروز فساد در صنعت فوتبال ایران
 علیرضا حسینی پاکدهی، محمدرضا زرگر..... ۷
- مقاومت فرهنگی (با نگاهی ویژه به رمان‌هایی منتخب از بومیان آمریکا)
 سجاد قیطاسی..... ۴۳
- واکاوی شیوه بازنمایی امر قدسی در سینمای داستانی بر اساس آرای سنت‌گرایان
 محمدمباقر صنیعی‌منش، مسعود نقاش‌زاده، مریم بختیاریان..... ۶۹
- شناخت مؤلفه‌های گفتمانی اخبار جعلی در حوادث پاییز ۱۴۰۱
 اسماعیل افقهی..... ۱۰۷
- تحلیل گفتمان بلبوردهای شهر تهران: «غیریت‌سازی» در پیام‌های فرهنگی و سیاسی
 محمدرضا آزادی‌نژاد، سروناز تربتی، لیلا نیرومند، امیدعلی مسعودی..... ۱۳۳
- مطالعه تأثیر عوامل رسانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی شهروندان
 طاها عشایری، طاهره جهان‌پرور..... ۱۶۷
- سبک زندگی نسل‌ها و همه‌گیری کرونا، تغییرات و پیامدها (تأکید بر گذران فراغت)
 فروزنده جعفرزاده‌پور، محمدجواد چیت‌ساز..... ۱۹۵
- فهم تجربه زیسته کیفیت ارتباطات میان فردی و اجتماعی خبرنگاران در عصر کرونا
 مجید تولایی، جواد علی‌پور، مهران صمدی و صمد عابدینی..... ۲۲۵



The role of sports media in the occurrence of corruption in Iran's football industry

Alireza Hosseini Pakdehi, Associate Professor of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: a.hosseini@atu.ac.ir

Mohammadreza Zargar, Master's in social communication sciences, Faculty of communications Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding Author). Email: rezazargar1375@gmail.com.

Abstract

This study explores the intricate relationship between official sports media and the prevalence of corruption within Iran's football industry. Despite football's immense popularity and the resulting extensive media coverage, the sport faces significant challenges. The intertwining of football with broader societal issues and managerial vulnerabilities creates loopholes that enable corruption. Reports from Iranian oversight bodies suggest the involvement of some official sports media outlets in perpetuating this corruption. This research investigates the mechanisms by which official sports media (encompassing newspapers, radio, television, news agencies, and news websites) contribute to corruption within the Iranian football industry. The primary objective is to elucidate the nature of media involvement in fostering corruption and identify the specific media outlets that act as facilitators. Employing a qualitative research approach, the study utilizes in-depth semi-structured interviews with 24 participants, including 12 from the football community and 12 from sports media professionals. Thematic analysis media outlets become tools for the football community of the data reveals three key avenues through which official sports media fosters corruption in Iranian football. First Sports media being guided by football people second remaining silent in the face of corruption. third, the media actively influences decision-making within clubs by interfering in transfers and overhyping players and coaches. Additionally, the research identified two themes regarding the media's role in facilitating corruption: 1) media-centric corruption, dominated by television and print media, and 2) individual-centric corruption, where sports media professionals exhibit low levels of direct involvement.

Key Words:

Football, corruption, sports media, sports reporters, media corruption.

نقش رسانه‌های ورزشی در بروز فساد در صنعت فوتبال ایران

علیرضا حسینی پاکدهی^۱، محمدرضا زرگر^۲

چکیده

محبوبیت مستطیل سبز در بین مردم ایران بر هیچ کس پوشیده نیست. پر تماشاگر بودن فوتبال در ایران موجب شده است تا این رشته سهم بالایی از پوشش خبری رسانه‌های جریان اصلی را از آن خود کند. پیوند مستطیل سبز با سایر ابعاد جامعه و شکاف‌های موجود در مدیریت آن، فوتبال را با پدیده‌های نامطلوبی همچون فساد مواجه کرده است. طبق گزارش نهادهای نظارتی در ایران، برخی از رسانه‌های ورزشی رسمی در فساد فوتبال دخالت می‌کنند. این تحقیق نیز باهدف شناخت نقش رسانه‌های ورزشی رسمی (روزنامه، رادیو، تلویزیون، خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری) در بروز فساد در صنعت فوتبال ایران انجام شد. مقصود از شناخت نقش رسانه‌های ورزشی در بروز فساد در فوتبال ایران، مشخص کردن چگونگی دخالت رسانه‌ها در فساد فوتبال و شناسایی رسانه‌های تسهیل‌کننده فساد در فوتبال بود. به‌منظور دستیابی به اهداف پژوهش از روش تحقیق کیفی استفاده شد. برای گردآوری داده‌ها ۲۴ نفر (۱۲ نفر اهالی فوتبال، ۱۲ نفر اصحاب رسانه‌های ورزشی) انتخاب شدند و سپس از طریق مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته، جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت. پس از گردآوری داده‌ها، به روش تحلیل مضمون بر روی داده‌ها تجزیه و تحلیل انجام شد. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد رسانه‌های ورزشی با تبدیل شدن به ابزار اهالی فوتبال به‌طور کلی به سه شکل در فساد فوتبال دخالت می‌کنند: ۱. هدایت‌شدن رسانه‌های ورزشی توسط اهالی فوتبال؛ ۲. سکوت در مقابل فساد؛ ۳. کنشگری در تصمیم‌گیری باشگاه‌های فوتبال (دخالت در بازار نقل و انتقالات فوتبال و بزرگ‌نمایی بازیکنان و مربیان). همچنین یافته‌های پژوهش در خصوص شناسایی رسانه‌های تسهیل‌کننده و تأثیرگذار در فساد فوتبال ایران به دو مضمون اصلی رسانه‌محور بودن فساد (تلویزیون و مطبوعات) و فردمحور بودن فساد (درگیری پایین اصحاب رسانه در فساد فوتبال) اشاره داشت.

واژگان کلیدی

فوتبال، فساد، رسانه‌های ورزشی، خبرنگاران ورزشی، فساد رسانه‌ها

مقدمه

از نقش حیاتی رسانه‌ها در دنیای مدرن نمی‌توان چشم‌پوشی کرد. امروزه تمامی ساحت‌های زندگی بشر اعم از اقتصاد، سیاست، فرهنگ و ورزش رسانه‌ای شده است. رسانه‌ها با توجه به کارکردهای خود در گسترش ورزش قهرمانی و همگانی، به‌عنوان بازیگران اصلی در این عرصه حضور دارند. پدیدآمدن رشته‌های مختلف ورزشی و گسترش فوتبال در سراسر جهان سبب توجه بسیاری از رسانه‌های دنیا به آن شده است. در تمامی رسانه‌های ایران و جهان اگر ورزش و به‌ویژه فوتبال در اولویت پوشش خبری رسانه نباشد، خود فوتبال با توجه به جنبه‌های مختلف آن وارد رسانه و رسانه ناگزیر می‌شود تا به آن بپردازد. حتی اگر بخشی از جامعه اخبار سیاسی یا اقتصادی را دنبال نکنند، خبرهای ورزشی با توجه به جنبه‌های ملی (در زمان قهرمانی یک تیم و بالا بردن پرچم کشور در مسابقات بزرگ) سرگرمی، دارا بودن ارزش‌های خبری شهرت و برخورد (که از جذاب‌ترین ارزش‌های خبری برای عامه مردم هستند) و حواشی فراوان، خواه‌وناخواه مخاطبان غیرورزشی را نیز به خود جلب می‌کند (سیفی ناجی، ۱۳۹۲: ۵).

در دنیای معاصر رسانه و فوتبال مکمل یکدیگر شده‌اند و همدیگر را تقویت می‌کنند. پخش زنده مسابقات فوتبال، حضور شرکت‌های بزرگ اقتصادی در میدان فوتبال و توجه دولتمردان و سیاستمداران دنیا به مستطیل سبز، روزبه‌روز بر اهمیت فوتبال افزوده است. اهمیت ورزش و به‌خصوص فوتبال در ایران سبب شده است تا انتخاب اعضای کادر فنی تیم ملی فوتبال به میزاهالی سیاست کشیده شود و بخش زیادی از بودجه عمومی دولت صرف هزینه‌های فوتبالی شود. امروزه در ایران و جهان اگر رسانه‌های جریان اصلی^۱ اخبار فوتبال را پوشش ندهند، بخش بزرگی از مخاطبان و البته درآمد خود را از دست می‌دهند. در جامعه امروز ایران، پخش زنده رقابت‌های فوتبال به یک ضرورت برای رسانه‌ها تبدیل شده است و رسانه‌های مختلف جریان اصلی با پرداختن به متن و حاشیه فوتبال، مستطیل سبز را زیر ذره‌بین خود قرار داده‌اند. این وضعیت موجب شکل‌گیری رسانه‌های متعدد و متکثر در حوزه تخصصی فوتبال شده است. نشریه‌های ورزشی ایران، امروز با وجود فضای تاریک مطبوعات در کشور همچنان به کار خود ادامه می‌دهند؛ به‌گونه‌ای که حتی برخی هفته‌نامه‌های ورزشی مانند کیهان ورزشی که قدمتی بیش از ۶۰ سال دارد هنوز منتشر می‌شود و مخاطبان خاص خود را دارد. از سوی دیگر مرسوم بودن رسانه‌های ورزشی با عنوان

رسانه‌های زرد، فضای نسبتاً آزادی را برای فعالیت خبرنگاران نشریه‌ها و به‌طور کلی رسانه‌های ورزشی جریان اصلی فراهم کرده است. این مسائل به حضور و ظهور هرچه بیشتر رسانه‌های مختلف در حوزه ورزش و به‌ویژه فوتبال منجر شده است. ایجاد شبکه تخصصی ورزش در تلویزیون ایران، فعالیت روزنامه‌ها و نشریه‌های گوناگون ورزشی در کشور، تأسیس رادیو تخصصی ورزش و غیره همگی حاکی از توجه زیاد اهالی رسانه به ورزش و به‌ویژه رشته فوتبال است. این مسئله به حدی است که تا پایان سال ۱۳۹۷ پربیننده‌ترین برنامه تلویزیون ایران، برنامه تخصصی فوتبال با نام برنامه ۹۰ بود.

اگر در فضای کنونی جامعه ایران، شهروندان اعتماد خود به رسانه‌های رسمی در حوزه اقتصاد، سیاست، فرهنگ و غیره را از دست داده‌اند، اما بخش زیادی از آن‌ها هنوز روزنامه‌های ورزشی را مطالعه، ویژه‌برنامه‌های فوتبالی تلویزیون را مشاهده، برنامه‌های تخصصی رادیو را گوش می‌کنند و در سایت‌های تخصصی فوتبال به دنبال محتوای مورد نظر خود هستند. همه این مسائل بیانگر علاقه مردم ایران به رشته فوتبال و البته اعتماد نسبی به رسانه‌های ورزشی جریان اصلی (رسمی) است. هنگامی که رسانه‌ها توجه خود را به فوتبال معطوف می‌کنند، اشتیاق مردم به تماشا و فعالیت در آن رشته ورزشی دوچندان می‌شود. اهمیت فوتبال و رابطه آن با سایر ابعاد زندگی بشر (سیاست، اقتصاد و فرهنگ) سبب شده است تا این پدیده در درون خود با مسائل نامطلوبی، همچون فساد روبرو شود.

مقوله فساد نیز به‌عنوان یک امر فراگیر در تمامی امور جوامع و به‌خصوص ورزش با توجه به اهمیت اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آن وجود دارد و نباید از آن غافل شد. در حال حاضر فساد اداری به‌عنوان دامی آشکار در برابر اقتدار نظام‌های اداری در سراسر جهان قرار گرفته و تمامی جوامع به‌مناسبت شرایط سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، قانونی و ساختاری خاصی که در آن واقع شده‌اند تا حدی در این دام گرفتارند و هر نظام به اقتضای شرایط و توانمندی‌های خود در تلاش است به‌نوعی از این دام رهایی یابد و یا حداقل از درجه آسیب‌های ناشی از آن بکاهد (خداداد حسینی و فرهادی نژاد، ۱۳۸۰: ۳۸). فساد مسئله‌ای است که در تمامی ادوار گریبانگیر دستگاه‌ها و سازمان‌ها بوده و هسته اندیشه بسیاری از دانشمندان و متفکران سیاسی است. در تاریخ بشر همان اندازه‌ای که تمدن، سابقه و قدمت دارد فساد و ارتشا وجود داشته و هم‌اکنون نیز یکی از مسائل مبتلا به بیشتر کشورهای جهان از جمله ایران است (حبیبی، ۱۳۷۵: ۴۵).

فساد در ورزش شامل هرگونه فعالیت غیرقانونی، غیراخلاقی یا معتبر است که به‌طور

عمد و به‌منظور تحریف نتیجه مسابقه در راستای منافع شخصی و یا منافع چندین شریک درگیر در آن فعالیت به‌کار می‌رود (Gorse and Chadwick, 2011: 5). اسلاتر (۲۰۱۲) عنوان می‌کند که موضوع فساد در ورزش یکی از مباحث مهم و چالش‌برانگیز برای سرمایه‌گذاری توسط حامیان مالی، سازمان‌های رسانه‌ای و مصرف‌کنندگان (مشتریان) است. وی همچنین بیان می‌کند که اگر فساد در ورزش کم باشد علاقه و رغبت این سه گروه (حامیان مالی، سازمان‌های رسانه‌ای و مصرف‌کنندگان) برای حضور و سرمایه‌گذاری در ورزش بی‌شمار است، در غیر این صورت تمایلی برای حضور در ورزش ندارند؛ چراکه در سال ۲۰۱۵ برآورد شده است کل درآمد حاصل از ورزش در دنیا ۱۴۵/۳ میلیارد دلار خواهد بود که حدود ۲۸/۸ درصد آن به دلیل مشارکت حامیان مالی در ورزش است (Slater, 2012). اندیشمندان معتقدند که وجود مبالغ هنگفتی از سرمایه در ورزش امروز جهت خرید و فروش بازیکنان، عقد قرارداد با حامیان مالی و خرید و فروش تیم و باشگاه‌های ورزشی و ساخت و ساز استادیوم‌ها، نه‌تنها فرصت زیادی را برای کسب سودآوری فراهم می‌کند، بلکه بروز فساد را نیز اجتناب‌ناپذیر می‌کند (Kochan and Goodyear, 2011: 128).

از دیدگاه سازمانی فساد موجب کاهش بهره‌وری سازمان شده و زمان و انرژی به‌جای صرف شدن برای دستیابی به اهداف، وقف ایجاد شکاف در سیستم می‌شود. ضمن اینکه فرایند توسعه منابع انسانی آسیب می‌بیند، فضائل اخلاقی کمرنگ و ارزش‌های منفی در سازمان ایجاد می‌شود. از سویی دیگر هزینه‌های اداری برای مصرف‌کنندگان به دلیل افزوده شدن هزینه‌های فساد به هزینه‌های اداری عادی، افزایش یافته و ضمن آلوده‌سازی کارکنان سالم و ایجاد جو دلسردی و بی‌اعتمادی در آن‌ها، صداقت و امانت آن را زیر سؤال می‌برد و کیفیت خدمات عمومی را کاهش می‌دهد (Luo, 2005: 138). بدیهی است در صورتی که از گسترش فساد در جامعه اداری و سازمان‌های ورزشی جلوگیری نشود، عواقبی در پی دارد که از جمله آن می‌توان به سلطه سرمایه‌داری در ورزش، نقض فلسفه ورزش یعنی رقابت سالم و جوانمردانه، لطمه به شهرت و آوازه سازمان‌های ورزشی، رشته‌های ورزشی و افراد درگیر در ورزش، نقض شایسته‌سالاری و کاهش انگیزه کارکنان و ورزشکاران، از دست رفتن هواداران، تماشاگران و بینندگان تلویزیونی و در نتیجه از دست رفتن حمایت مالی و مقامات شهری اشاره کرد (Maennig, 2002: 2).

گسترش فساد در فوتبال ایران نیز، این رشته را از مسیر اصلی خود خارج می‌کند و

به ابزاری برای سودجویی برخی افراد تبدیل می‌شود؛ بنابراین پدید آمدن فساد در فوتبال ممکن است این رشته پرطرفدار را از سکه بیندازد و پس از مدتی اقبال عمومی خود را از دست بدهد. علاوه بر این، این پدیده با هدر دادن منابع و از بین بردن لذت فوتبال، آن را از مسیر حرفه‌ای خود خارج می‌کند. همچنین بروز فساد در متن و حاشیه مستطیل سبز، رسانه‌ها را در انعکاس و بازنمایی رویدادهای فوتبالی با چالش مواجه می‌کند و حتی ممکن است این مهم به رسانه‌های فعال حوزه فوتبال سرایت کند. در ایران مسئولان ورزشی و غیرورزشی به شکل مکرر به وجود فساد در فوتبال اقرار کرده و بیان داشته‌اند که یکی از معضلات فعلی فوتبال ایران، مسئله فساد است. به همین دلیل در سال ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ هجری شمسی کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی با توجه به وظایف خود مطابق قانون اساسی، به تحقیق و تفحص در رابطه با این موضوع پرداخت و گزارشی را درباره فساد در فوتبال ایران تهیه کرد. در این گزارش که در چهارم بهمن ماه سال ۱۳۹۴ منتشر شد، یکی از مهم‌ترین دلایل بروز فساد در فوتبال ایران «عملکرد سوء بعضی از رسانه‌ها و آلودگی مدیران و دست‌اندرکاران آن‌ها به روابط مالی ناسالم» گزارش شد (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۴). بنابراین با توجه به گزارش فوق به نظر می‌رسد، دخالت رسانه‌های ورزشی در فساد و عملکرد سوء آن‌ها برای فوتبال، امری طبیعی و در این سال‌ها تداوم پیدا کرده است. در یک دهه اخیر، رسانه‌های ورزشی در این رشته پرطرفدار متکثر شده‌اند و با توجه به رشد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، این رسانه‌ها در بسترهای مختلف رسانه‌ای همچون شبکه‌های اجتماعی، تلاش زیادی را برای جذب کردن هواداران تیم‌ها انجام می‌دهند. طبق مطالعات انجام شده نیز اخبار مربوط به حوزه فوتبال بیشترین فراوانی را در بین اخبار منتشر شده در رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری دارد. بر اساس پژوهشی که در سال ۱۳۹۲ و با روش تحلیل محتوا بر روی اخبار ورزشی ساعت ۱۳:۱۵ شبکه سوم سیما انجام شد، اخبار رشته فوتبال با ۴/۴۵ درصد نزدیک به نیمی از محتوای اخبار ورزشی را به خود اختصاص داده بود. پژوهش مذکور نشان داد که ورزش همگانی سهم ۳/۲ درصدی این بخش از اخبار را به خود اختصاص داده است (امامی و مولایی، ۱۳۹۲: ۵).

همان‌طور که در منابع علمی متعددی بیان شده است، رسانه‌ها به‌مثابه ناظر در یک جامعه، نقش نگرهبانی منافع عمومی^۱ را بر عهده دارند و باید با نظارت دقیق بر فعالیت‌های حوزه خود از بروز هرگونه تخلف جلوگیری و به‌عنوان نماینده افکار عمومی آن

1. Watch dog

را گزارش کنند؛ اما در بسیاری از مواقع ممکن است این رسانه‌ها به دلایل مختلف نقش نظارتی خود را کنار بگذارند و با چشم‌پوشی بر تخلفات اجازه اشاعه آنرا دهند. رسانه‌های ورزشی نیز به‌عنوان یکی از بخش‌های سپهر رسانه‌ای کشور، وظیفه نظارت بر فضای ورزش و به‌ویژه رشته فوتبال را دارند و باید با نهایت دقت و تأمل در خصوص جنبه‌های مختلف فوتبال، نقش نظارتی خود را ایفا کنند؛ اما آن‌طور که در گزارش کمیسیون اصل ۹۰ مجلس اشاره شده است، برخی از رسانه‌های ورزشی جریان اصلی و به‌خصوص مطبوعات علاوه بر کنار گذاشتن وظیفه نظارتی خود، با فساد در فوتبال همراهی می‌کنند و حتی با درگیر شدن در آن از این ماجرا منتفع می‌شوند. بنابراین دخالت رسانه‌های ورزشی در فساد فوتبال موجب فاسدشدن سازمان رسانه‌ای نیز می‌شود. این اتفاق ممکن است در بلندمدت علاوه بر پیامدهایی که برای فوتبال دارد، موجب از بین رفتن مخاطبان و بی‌اعتمادی آن‌ها به سازمان رسانه‌ای شود. هم‌اکنون در فضای رایج فوتبال ایران، به برخی از رسانه‌ها در محافل عمومی فوتبال نظیر استادیوم‌ها و فضای مجازی، اتهام‌های مختلف نظیر دلال‌بودن، طرفداری از تیم‌های خاص و غیره زده می‌شود. این موضوع باعث شده است تا در طی پنج سال اخیر با رشد شبکه‌های اجتماعی در ایران، میزان اعتماد مردم به رسانه‌های ورزشی جریان اصلی کاهش یابد و بسیاری از آن‌ها با دنبال کردن صفحه‌های هواداری در پیام‌رسان تلگرام و شبکه اجتماعی اینستاگرام، اخبار موردعلاقه خود را جمع به باشگاه را کسب کنند. مسئله فساد در فوتبال گرچه مسئله جدیدی نیست، اما در چند سال اخیر فعالیت علمی اندکی در خصوص وضعیت عملکرد رسانه‌های ورزشی جریان اصلی و نقش آن در بروز فساد در فوتبال انجام شده و بیشتر پژوهش‌ها مبتنی بر نقش و کارکرد رسانه‌ها در کنترل فساد بوده است. بنابراین در این پژوهش با توجه به فضای نابسامان فوتبال ایران و همچنین فعالیت رسانه‌های ورزشی در این فضا به دنبال پاسخ به دو پرسش اصلی خواهیم بود: اولاً از دیدگاه اهالی فوتبال و اصحاب رسانه‌های ورزشی، رسانه‌های ورزشی رسمی چگونه در ایجاد بی‌نظمی و فساد در فضای فوتبال ایران دخالت می‌کنند؟ ثانیاً به باور آن‌ها، کدام‌گونه از رسانه‌ها، فساد در فوتبال ایران را تسهیل می‌کنند؟

پیشینه پژوهش

گسترش فساد در فوتبال ایران و جهان، توجه پژوهشگران را به خود معطوف کرده است و هر یک از محققان داخلی و خارجی تلاش کرده‌اند تا به پدیده فساد از مناظر مختلف بنگرند. برخی از پژوهشگران عوامل بروز فساد در فوتبال را به‌صورت کلی

بررسی کرده‌اند و برخی دیگر به متغیر رسانه و تأثیری که رسانه‌ها در کنترل فساد دارند توجه نشان داده‌اند. پژوهشی را زارع، حیدری‌نژاد و شیرالی در سال ۱۳۹۵ با عنوان «تأثیر رسانه‌های جمعی بر کنترل فساد در ورزش فوتبال» انجام داده‌اند. پژوهشگران برای دستیابی به اهداف تحقیق از روش کمی (پیمایشی) بهره بردند و با طراحی یک پرسش‌نامه محقق‌ساخته آنرا بین ۲۰۳ نفر تقسیم کردند. نتایج این پژوهش نشان داد به ترتیب بین رسانه جمعی با کنترل فساد، فرهنگ‌سازی و کنترل فساد، آموزش و کنترل فساد، اطلاع‌رسانی و کنترل فساد، مشارکت اجتماعی و کنترل فساد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین در بخش کنترل فساد نیز به ترتیب عوامل نظارتی، اثربخشی قوانین، فرهنگی، اقتصادی، معیشتی بیشترین نقش را دارند. بنابراین از آنجا که نقش رسانه شفاف‌سازی و نگهبانی از منافع عمومی جامعه است، این مقوله (رسانه) به عنوان مهم‌ترین ابزار مبارزه با فساد و ایجاد شفافیت در فوتبال ایران شناخته شده و عامل نظارتی در بین سایر عوامل به‌عنوان مهم‌ترین متغیر کنترل فساد در فوتبال ایران از دیدگاه نمونه آماری معرفی شده است.

علاوه بر پژوهش فوق، دو پژوهش دیگر در زمینه فساد در فوتبال ایران با تکیه بر مؤلفه‌ها و عوامل بروز و بازدارنده فساد در فوتبال ایران انجام شده است. نخستین پژوهش، مقاله‌ای است که شهرام شفیعی و حکیمه افروزه در سال ۱۳۹۵ با عنوان «شناسایی تبیین مؤلفه‌های مؤثر در بروز فساد در فوتبال ایران» نگارش کرده‌اند؛ پژوهشگران برای این کار از روش آمیخته (کمی- کیفی) استفاده کردند. در بخش کیفی پژوهش، پژوهشگران مصاحبه نیمه‌ساختار یافته‌ای با نخبگان انجام دادند و با استفاده از آن و ادبیات نظری، یک پرسش‌نامه محقق‌ساخته طراحی و آن را در بین نمونه آماری تحقیق (آکادمی فوتبال، اصحاب رسانه، کادر فنی و مدیریتی، داوران، مربیان و بازیکنان) تقسیم کردند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که بالاترین رتبه اشکال فساد از دیدگاه بازیکنان، مربیان، داوران، کادر فنی و مدیریتی و اصحاب رسانه، تباری و از دیدگاه اعضای آکادمی فوتبال تحصیل مال از طریق نامشروع (رشوه و شرط‌بندی) بوده است. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که اثرگذاری متغیرهای کلان مانند متغیرهای اقتصادی (عدم ثبات اقتصادی، تحریم‌های اقتصادی و وجود باندهای اقتصادی در کشور)، اجتماعی (تغییر هنجارهای فرهنگی در جامعه، ارجحیت رابطه بر ضابطه و تضعیف حرمت اجتماعی و بی‌اعتمادی در جامعه) سیاسی (نفوذ سیاسیون در ورزش، وجود ارتباطات سیاسی غیرمتعارف) فرهنگی (تغییر ارزش‌ها و تعهدات و ضعف وجدان

کاری، رواج فرهنگ قانون‌گریزی در جامعه) و بین‌المللی (وجود فساد در سازمان‌های ورزشی بین‌المللی، سوءاستفاده از سرمایه فدراسیون‌ها) بر فساد زیاد و تأثیر عوامل میانی (قانونی حقوقی، مدیریتی اداری، ساختاری سازمانی، رسانه‌ای ارتباطی) و عوامل خرد (رفتاری، اخلاقی، فردی و آموزشی تربیتی) بسیار ضعیف است. یکی از نکات جالب‌توجه در این مقاله ضعیف بودن دخالت رسانه‌ها به‌عنوان عوامل میانی در بروز فساد در فوتبال ایران بود.

پژوهش دیگری توسط احمد محمودی در سال ۱۳۹۶ با عنوان «تدوین الگوی عوامل بروز و بازدارنده فساد در صنعت فوتبال ایران با رویکرد نظریه داده بنیاد» صورت گرفت. این پژوهش به روش آمیخته (کمی - کیفی) انجام و برای ساخت مدل مفهومی آن از نظریه داده بنیاد استفاده شد. در بخش کیفی پژوهش که جامعه آماری آنرا کلیه افراد متخصص و آگاه در زمینه صنعت فوتبال تشکیل می‌داد با استفاده از مصاحبه حضوری عمیق و نیمه‌ساختاریافته با ۱۷ نفر از افراد مذکور، داده‌ها جمع‌آوری شد. نتایج بخش کیفی پژوهش بیانگر آن بود که انتصابی بودن مدیران، فقدان شایسته‌سالاری در انتخاب مدیران، فقدان ثبات کاری مدیران، عدم شفافیت و پاسخگویی، ناآشنایی و بی‌برنامگی مدیران، عدم استانداردسازی مشاغل فوتبال، عدم تخصص‌گرایی سبک مدیریتی، سوء تدبیر در تصمیم‌ها از جمله مهم‌ترین عوامل علی بروز فساد در فوتبال ایران است. همچنین شکاف قوانین، فساد مالی، رسانه‌ها، ضعف مجامع تصمیم‌گیری، وضعیت نقل و انتقالات، ضعف معیارهای رفتاری و فقدان شفافیت فرایندها از جمله عوامل زمینه‌ای بروز فساد در فوتبال ایران شناسایی شد. در بخش کمی نیز پژوهشگر با استفاده از داده‌های بخش کیفی، یک پرسش‌نامه محقق ساخته ۷۱ سؤالی طراحی و آن را به روش نمونه‌گیری در دسترس در بین نمونه آماری (صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه، اصحاب رسانه، مدیران عامل باشگاه‌های فوتبال، مربیان، بازیکنان و داوران) توزیع کرد. نتایج این بخش نشان داد که از بین عوامل شرایط علی بروز فساد، گزینش نادرست مدیران از بیشترین اهمیت برخوردار است و بعد از آن ضعف مدیریتی و درآمدزایی مدیران قرار می‌گیرد. در بین عوامل شرایط زمینه‌ای، نتایج بخش کمی بیانگر این بود که مؤلفه‌های سیاست‌زدگی فوتبال، فقدان برنامه محوری در استعدادیابی به ترتیب مهم‌ترین علل زمینه‌ای بروز فساد و همچنین در بین عوامل مداخله‌گر، ضعف حقوقی محیط ورزش، مجامع تصمیم‌گیری و قانون‌گذاری به ترتیب بیشترین اهمیت را دارا هستند. در مقوله راهبردها نیز برای جلوگیری از بروز فساد در فوتبال ایران تشکیل

نهادهای صنفی و شایسته‌گزینی مدیران به‌عنوان مهم‌ترین عوامل شناسایی شد و مؤلفه‌های آموزش و فرهنگ‌سازی در رده‌های بعدی قرار گرفتند. یکی از مهم‌ترین نکات این تحقیق که با پژوهش پیش‌رو مرتبط است، شناسایی رسانه‌ها به‌عنوان عوامل زمینه‌ای بروز فساد در فوتبال ایران است.

در میان پژوهش‌های خارجی نیز مسائل مرتبط با رسانه‌های ورزشی و فساد به چشم می‌خورد. پژوهشی را لیتون نکیوبا^۱ در سال ۲۰۱۸ با عنوان «روزنامه‌نگاران ورزشی و فساد در فوتبال زیمبابوه؛ انعکاس رسوایی آسیاگیت» انجام داد. در این مقاله روش کیفی انتخاب و برای گردآوری داده‌ها با استفاده از شیوه نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی با ۱۵ نفر از روزنامه‌نگاران ورزشی زیمبابوه مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته صورت گرفت. یافته‌ها نشان داد به دلیل بدتر شدن شرایط اقتصادی و اجتماعی در این کشور برخی از روزنامه‌نگاران با پاکت‌های قهوه‌ای اغوا می‌شدند. البته نتایج حاصل از مصاحبه نشان می‌دهد که حضور روزنامه‌نگاران در رسوایی بیشتر تصمیم فردی بوده است تا سازمانی؛ همچنین روزنامه‌نگارانی هم که قصد انعکاس جریان رسوایی و فساد را داشته‌اند، به دلیل حامیان قدرتمند فساد از انجام این کار ناتوان بوده و سکوت کرده‌اند.

پژوهش دیگری را لادا پرایس^۲ در سال ۲۰۱۹ با عنوان «فساد رسانه و موضوعات روزنامه‌نگاری و صداقت نهادی در کشورهای پسا کمونیست؛ مطالعه کشور بلغارستان» انجام داد. پژوهشگر برای انجام تحقیق از روش کیفی استفاده و برای گردآوری داده‌ها ۳۵ روزنامه‌نگار در بلغارستان (۲۹ روزنامه‌نگار در زمان رژیم کمونیستی در کشور بلغارستان بر سر کار بودند و تنها شش نفر از آن‌ها با آغاز نظام دموکراتیک در بلغارستان وارد این حرفه شده بودند) را جهت انجام مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته انتخاب کرد. نتایج تحقیق نشان داد بیشتر مصاحبه‌شوندگان با وجود اینکه پدیده فساد رسانه را به‌طور گسترده به‌عنوان مجموعه‌ای از اعمال غیراخلاقی که به‌منزله نقض هنجارهای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است توصیف کردند، اما آن‌ها معتقدند که در سطح فردی و سازمانی با فساد روبرو هستند. در سطح فردی، همدستی با روابط عمومی، نگارش مقاله، انجام مصاحبه و تهیه گزارش‌های ویژه در ازای دریافت پول و در مقیاس سازمانی پذیرش تبلیغات دولتی و دریافت حمایت مالی به‌منظور خودداری از انتقاد، انتشار تبلیغات به‌صورت مخفی (گزارش آگهی در قالب گزارش خبری) و تهدید از طرف بازیگران سیاسی و اقتصادی، از جمله مصادیق فساد در رسانه‌های بلغارستان است.

1. Lyton Ncube
2. Lada Trifonova Price

دینو نومراتو^۱ (۲۰۰۹) نیز پژوهشی را با عنوان «رسانه و فساد ورزش؛ درک جامعه‌شناختی از موضوع» انجام داد. وی با استفاده از روش اسنادی پس از بررسی اسناد مختلف (کتاب‌ها و مقاله‌های علمی)، نمونه‌های گوناگون رسانه‌ای و ارائه شواهدی از دست داشتن روزنامه‌نگاران در بروز و جلوگیری از فساد در فوتبال، نشان داد که رسانه‌ها می‌توانند فسادهای رخ داده در ورزش و فوتبال را فاش کنند و همچنین به دلایل گوناگون (اقتصادی، سیاسی و اجتماعی) از افشای فساد خودداری کنند و حتی در فساد مشارکت کنند. یافته‌ها پس از بررسی نمونه‌های گوناگون مواجهه روزنامه‌نگاران با فساد در ورزش بیانگر این بود که در این حوزه در بسیاری از مواقع روزنامه‌نگاران به دلیل از دست دادن منابع خبری، محرومیت از سفر به همراه تیم‌های ورزشی و غیره، فساد در ورزش را فاش نمی‌کنند و حتی ممکن است با گرفتن رشوه از مدیران باشگاه‌های ورزشی، گزارش‌های مغرضانه تهیه کنند.

با نگاه به پیشینه پژوهش داخلی می‌توان دریافت که در رابطه با موضوع فساد در فوتبال، بیشتر پژوهش‌ها به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر فساد فوتبال بوده‌اند و حضور رسانه‌ها را اغلب به عنوان یک عامل برای کنترل فساد در فوتبال در نظر گرفته‌اند و یا تنها به اثرگذاری آن‌ها در فساد فوتبال اشاره کرده و کنشگری رسانه‌ها در این عرصه را مطالعه نکرده‌اند. البته باید گفت که در پژوهش‌های خارجی نیز به صورت کم‌وبیش به نحوه دخالت رسانه‌ها در فساد اشاره شده، اما به‌طور مشخص به نقش رسانه‌ها در فساد فوتبال اشاره نشده است؛ بنابراین در پژوهش پیش رو به دنبال شناسایی نحوه و چگونگی دخالت رسانه‌های ورزشی رسمی در فساد فوتبال ایران خواهیم بود.

تعریف مفاهیم و ادبیات نظری

کلمه فساد واژه‌ای عربی و ریشه آن «فَسَدَ» است. این واژه در فرهنگ لغت عربی به معنای «تباهی»، «خشکسالی»، «گندیدگی»، «پوچی» و «پوسیدگی» است (المنجد، ۱۳۷۹: ۶۵۰). واژه فساد در زبان انگلیسی با عنوان (corruption) به کار برده می‌شود و در فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد به معنای «تقلب» و «بدسیرتی» است (Oxford Dictionary, 1997: 100). برای این واژه در زبان فارسی معانی «تباهی»، «خرابی»، «نابودی»، «فتنه»، «آشوب»، «زیان»، «گزند»، «ظلم»، «شرارت و بدکاری» بیان شده است (معین، ۱۳۹۱: ۸۵۱). بانک جهانی^۲ (۱۹۹۷) فساد را سوء استفاده از قدرت عمومی برای منافع خصوصی می‌داند

1. Dino Numerato
2. World Bank

(World Bank, 1997:8). سازمان شفافیت بین‌الملل^۱ نیز پدیده فساد را این‌گونه تشریح می‌کند: «سوءاستفاده از قدرت محول شده به افراد برای کسب منافع خصوصی»^۲.

اشکال فساد

فساد سیاسی: عبارت است از سوءاستفاده از قدرت سیاسی در جهت اهداف شخصی و نامشروع. اصولاً فساد سیاسی و قدرت همزاد یکدیگرند؛ یعنی تا زمانی که قدرت وجود نداشته باشد از فساد سیاسی هم اثری نخواهد بود. همان‌گونه که روسو^۳ می‌گوید: «فساد سیاسی نتیجه حتمی کشمکش و تلاش برای کسب قدرت است» (محمودی، ۱۳۹۶: ۳۰).
فساد قانونی: وضع تبعیض‌آمیز قوانین به نفع سیاستمداران قدرتمند و طبقات مورد لطف حکومت است. این نوع رفتار که در اصطلاح به آن فساد قانونی اطلاق می‌شود، این باور عمومی که فساد فقط شامل اعمالی می‌شود که مغایر با قانون باشد را رد می‌کند؛ برای مثال قوانینی که بدون دلیل هیچ‌گونه توجیه اقتصادی و اجتماعی انحصار خرید یا فروش یک محصول را به یک فرد یا گروه از افراد اختصاص می‌دهند، نمونه‌هایی از این نوع فساد هستند (محمودی، ۱۳۹۶: ۳۰).

فساد اداری: صاحب‌نظران به اقتضای زاویه‌ای که برای نگرستن به این پدیده انتخاب کرده، تعاریف مختلف و بعضاً مشابهی از فساد اداری ارائه کرده‌اند؛ هانتینگتون^۴ معتقد است که فساد اداری به مجموعه‌ی رفتارهای آن دسته از کارکنان بخش عمومی اطلاق می‌شود که در جهت منافع غیرسازمانی ضوابط و عرف پذیرفته‌شده را نادیده می‌گیرند. به عبارت دیگر فساد ابزاری نامشروع برای برآوردن تقاضاهای نامشروع از نظام اداری است. این شکل از فساد شامل انواع گوناگون فساد مالی، استفاده شخصی از اموال دولتی، اسراف، تبذیر و غیره می‌شود (Huntington, 1968:5).

انواع فساد مالی

۱. **رانت‌جویی:**^۵ گاهی در معنای فساد مالی نیز به کار می‌رود. رانت از نقطه نظر اقتصادی یعنی عواید افزون بر تمام هزینه‌های مربوط همان چیزی است که اکثر مردم آن را سودهای انحصاری می‌دانند. رانت به‌طور عمومی عامل ضد تولیدی، ضد

1. Transparency International
2. <https://www.transparency.org/en/what-is-corruption>
3. Rousseau
4. Huntington
5. privilege

بهره‌وری و عدم کارایی شمرده می‌شود (محمودی، ۱۳۹۶: ۵۷).

۲. رشوه: رایج‌ترین و گسترده‌ترین اشکال مالی است. رشوه عبارت است از وجه کالا یا امتیازی که معمولاً به افراد یا گروه‌هایی پرداخت می‌گردد تا امتیاز یا سودی به فرد رشوه دهنده داده شود. گاهی پرداخت رشوه برای عبور از خط قرمز اداری یا برای تسهیل و سرعت بخشیدن به امور به‌خصوص از جانب بخش خصوصی به بخش دولتی صورت می‌گیرد (محمودی، ۱۳۹۶: ۵۷).

۳. پارتی‌بازی یا تبعیض‌گری^۲: سوءاستفاده از قدرت و اعمال تبعیض به نفع خویشان و افراد خانواده و قوم تبار بوده که با فساد مالی همراه است؛ زیرا مستلزم توزیع غیرقانونی منابع است. از انواع دیگر تبعیض‌گرایی می‌توان به قوم‌گرایی، تبارگماری و غیره اشاره کرد (محمودی، ۱۳۹۶: ۵۸).

۴. اخاذی^۳: استفاده از زور و خشونت برای اخذ پول و منابع دیگر است. این شکل از فساد مالی تحت عناوینی همچون حق‌السکوت، تأمین امنیت و مخارج دفع شر نیز شناخته شده که در آن گروه‌های تشکل‌یافته و مجریان سازمان‌یافته مانند مافیا و افراد شبه‌نظامی به‌ظاهر برای منافع خود و در باطن برای جواب‌گویی به امیال رده‌های بالای حکومت به کمک ایجاد رعب و وحشت، منافع و امتیازاتی به‌دست می‌آورند (Johnston, 2005: 26).

در حال حاضر با توجه به فضای موجود فوتبال ایران و عدم نظارت صحیح بر درآمدها و هزینه‌های باشگاه‌ها، به‌نظر می‌آید که فساد مالی عمده‌ترین شکل فساد در فوتبال است. هنگامی که فساد در ورزش (فوتبال) نیز وارد شود معنای رقابت و انگیزه از بین می‌رود و بازیکنان و تیم‌های فوتبال به‌جای تلاش برای ارتقای عملکرد فنی خود، راه‌های نامشروع را برای کسب نتیجه، افزایش شهرت و محبوبیت خود در بین هواداران انتخاب می‌کنند.

مائینگ^۴ (۲۰۰۵) معتقد است: «فساد در ورزش چیز جدیدی نیست» و دانه‌های آن سال‌ها قبل کاشته شده است. وی سخن خود را با آوردن نمونه‌ای از فساد در ورزش که مربوط به بازی‌های المپیک باستان در سال ۳۸۸ قبل از میلاد (۳۸۸ سال پیش از آغاز تقویم میلادی) است، اثبات می‌کند. جایی که در آن بوکسوری به‌نام یوپولوس با رشوه

1. bribe
2. nepotism
3. extortion
4. Maennig

سه نفر از حریفان خود را پشت سر گذاشت. نمونه قدیمی دیگر شامل مواردی است که به ابتدای سده ۱۲ قبل از میلاد مربوط است؛ زمانی که پدر یک کشتی‌گیر یونانی تلاش کرد تا با دادن رشوه به حریفان پسر خود پیروزی را به وی واگذار کنند. از زمان این اتفاقات فساد در ورزش تکامل یافته و در ورزش بین‌المللی امروز خلاق‌تر و گسترده‌تر شده است (Maennig, 2005: 2). وی طی تحقیقی انواع فسادهای انجام گرفته در ورزش (سازمان، تیم‌ها، داوران و غیره) را بررسی و ذکر کرد. با مرور زمانی فسادهای انجام گرفته و به ثبت رسیده در ورزش، روند روبه‌رشدی را در فساد سازمان‌های ورزشی، به‌ویژه در سال‌های اخیر، در بین مدیران، کارکنان سازمان‌ها و فدراسیون‌های ورزشی می‌توان مشاهده کرد. به نظر او فسادهای انجام گرفته در ورزش را اغلب می‌توان به دودسته تقسیم کرد:

۱. تبانی و فساد در مورد نتیجه رقابت (فساد رقابتی)

۲. تصمیمات و اعمال غیرقانونی افراد و مسئولان ورزشی (فساد مدیریتی) (Maennig, 2005: 18).

در سال ۱۳۹۴ هجری شمسی نیز کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی گزارشی را درباره فساد در فوتبال ایران ارائه و در این گزارش به مصادیق فساد در فوتبال اشاره کرد؛ تبانی، ارتشاء، دوپینگ، شرط‌بندی غیرمجاز، جعل و استفاده از سند مجعول، تصدیق‌نامه‌های خلاف واقع، فرار مالیاتی، مصرف الکل و روابط نامشروع، مصرف مواد مخدر، رواج خرافه‌گرایی از جمله سحر و جادو، تحصیل مال از طریق نامشروع، نقض آشکار قوانین و مقررات و قراردادهای غیرواقعی جزء مصادیق شناسایی شده فساد در فوتبال ایران است (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۴).

فساد در رسانه‌ها

ارتباط مسئله فساد با نهادهای وسایل ارتباط جمعی فی‌نفسه دوگانه است. نخست یکی از مسئولیت‌های اصلی روزنامه‌نگاری گزارش دادن از موضوعات به نفع جامعه و از جمله روشنگری و گزارش‌دهی از فساد در جامعه است. در این حالت روزنامه‌نگاری یک رابطه به لحاظ اخلاقی مثبت با فساد دارد، به این معنا که اعمال خلاف پنهان مانده را به نفع جامعه برملا می‌سازد. دوم، همراه با تمرکز فزاینده و به لحاظ سیاسی ادغام شرکتی رسانه‌ها، مواردی از فساد بروز می‌کند که همان ارتباط دوم روزنامه‌نگاری با فساد یا از جنبه اخلاقی، منفی است. یکی از اهداف نخستین روزنامه‌نگاری، به خصوص

روزنامه‌نگاری تحقیقی نیز برملا کردن اعمال پنهان خلاف از جمله فساد درون نهادهای گوناگون اجتماعی است؛ اما روزنامه‌نگاری برای نیل به این هدف، یعنی افشای به بهترین وجه فساد نهادی خود باید از فساد رها باشد (اسپنس^۱، آکساندرا^۲، کوئین^۳ و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۱-۱۵۲).

تاکنون در طول تاریخ نمونه‌های زیادی از فساد توسط روزنامه‌نگاران گزارش شده است، مانند ماجرای واترگیت^۴. در مواردی نیز خود روزنامه‌نگاران در بروز فساد نقش داشته‌اند و تسهیل‌کننده فساد بوده‌اند. برای مثال جان لاز^۵ مجری رادیویی در استرالیا، مرتکب تخلفی شد که با قضیه «پول در ازای نظر» مشهور شد. وی از قدرت قلمش در ازای ۱/۲ میلیون دلار استرالیا به‌منظور اثرگذاری بر افکار دو میلیون مخاطب جدی خود و به نفع گروهی از بانک‌ها سوءاستفاده کرد (اسپنس، آکساندار، کوئین و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۵). در نمونه دیگر و در حوزه رسانه‌های ورزشی، در آلمان یک مجری برنامه تلویزیونی ورزشی در کانال عمومی هسیچرراند فانک^۶ به‌دلیل سوءاستفاده و گرفتن رشوه به ۳۲ ماه زندان محکوم شد. بر اساس حکم دادگاه فرانکفورت وی بیش از ۳۰ هزار یورو از حامیان مالی بین سال‌های ۲۰۰۱ و ۲۰۰۴ به ازای نشان دادن محصولات مشخص و تضمین پوشش ورزش‌های کوچک در رسانه‌ها، دریافت کرده بود (Numerato, 2009: 265).

شرایط فساد

از دیدگاه اسپنس و همکاران سه شرط «قدرت، فرصت و خلق و خو» موجب فساد می‌شود. بنابراین کسی شاید از قدرت برای فساد برخوردار شود اما بدون فرصت، چنین قدرتی برای دستیابی به عمل فاسد ناکافی است. حتی اگر کسی قدرت و فرصت داشته باشد اما از خلق و خوی عمل مفسدانه برخوردار نباشد، معمولاً فاقد توان فاسد کردن اشخاص و فرایندهای دیگر خواهد بود (اسپنس، آکساندرا، کوئین و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۶-۱۵۵). شرایط و خصوصیات مشابهی از فساد در روزنامه‌نگاری امکان ظهور دارد. این شرایط ممکن است به خود نهاد روزنامه‌نگاری مربوط شود یا اینکه در ارتباط نهاد روزنامه‌نگاری با سایر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی به وجود آید. در صورت اول

1. Spence
2. Alexandra
3. Quin
4. Watergate
5. John Laz
6. Hessischer Rundfunk (Hessian Broadcasting)

درون خود نهاد روزنامه‌نگاری شرایطی وجود دارد که سبب ساز فساد است. نخستین شرط آن است که روزنامه‌نگاری «قدرت» عظیمی در اختیار دارد. روزنامه‌نگاری به علت عواملی مانند نفوذ اجتماعی روزنامه‌نگاران و نیز به علت تأثیر نقش دروازه‌بانی خبر و دسترسی وسیع آن، از توانایی تجهیز به قدرت مالی چشمگیر و قدرت اقناع مردم برخوردار است. به همین قیاس روزنامه‌نگاران «فرصت» استفاده از قدرت خود را دارند. عموم به دلیل مراعات روابط مبتنی بر اعتماد خود با روزنامه‌نگاران، به آن‌ها متکی‌اند که این به روزنامه‌نگاران فرصت مکرر می‌دهد که بدون کیفر، مبادرت به دروغ‌گویی و گمراه ساختن عموم جهت خدمت به منافع خود کنند (اسپنس^۱، آکساندرا^۲، کوئین^۳ و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۷-۱۵۶).

در صورت دوم و در ارتباط نهاد روزنامه‌نگاری با سایر عوامل، بیشتر نارسایی روزنامه‌نگاری در مقام ناظر، از پیوند و اتحاد مالی و تجاری آن با آگهی‌دهندگان و سرمایه‌گذاران، از اتحاد و پیوند سیاسی با سیاست‌پیشگان فاسد و از گرایش فزاینده به سوی تمرکز مالکیت ناشی می‌شود (اسپنس، آکساندرا، کوئین و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۶).

رسانه‌های ورزشی و فساد

رسانه‌های ورزشی در دنیای تجاری‌شده امروز فعالیت می‌کنند. مطالعات انجام شده تأکید می‌کنند که رسانه‌ها به‌طور کلی فساد در ورزش مدرن را تسهیل می‌کنند. جولیانوتی^۴ اعتقاد دارد که صاحبان اصلی برخی از باشگاه‌های فوتبال نیز بازیگران اصلی صنعت سرگرمی رسانه‌ای هستند. در این سناریو، بازیکنان می‌توانند سرمایه‌گذاری‌های شغلی و تجاری را آغاز کنند یا مصاحبه‌های پولی ارائه دهند؛ از این راه کانال‌هایی را فراهم می‌کنند که از طریق آن‌ها می‌توان انتقال غیرمستقیم رشوه را انجام داد (Numerato, 2009: 263)؛ رسانه‌ها می‌توانند نقش‌های متفاوتی را در بروز و استمرار فساد بازی کنند. آن‌ها با داشتن یک نقش آگاهانه و فعال به‌عنوان یک همکار در رشوه دادن یا تبانی هستند. رسانه‌ها برای تحقق اهداف کسانی که رشوه می‌پردازند، عمده‌تصویری مغرضانه از واقعیت را می‌سازند. برای مثال در این سناریو نقش اولی را نشان می‌دهد که خبرنگاران ورزشی ممکن است با توجه به فساد ورزشی بازی کنند، یعنی فعالانه تسهیل‌کننده فساد هستند (Numerato, 2009: 265). در انگلستان

1. Spence
2. Alexandra
3. Quin
4. Giulianotti

صاحبان سود و سرمایه از شیوه‌های گوناگون برای فشار بر خبرنگاران استفاده می‌کنند. از جمله مدیران باشگاه‌های فوتبال در ایجاد مانع برای کارهای درست روزنامه‌نگاری در انگلستان معروف‌اند؛ به‌خصوص در برابر منتقدان جدی ورزشی (سندرز، ۱۳۸۶: ۶۸).

باین وجود دیگر اشکال دقیق‌تر از کمک رسانه‌ها به تسهیل رفتار فساد، انفعال رسانه‌ها یا نادیده گرفتن و طبیعی پنداشتن غفلت از فساد به دلیل قوانین روشن و واضح در عمل و توقعات ایجادشده در حوزه روزنامه‌نگاری ورزشی مربوط است. موضوع فساد اغلب علی‌رغم آشنایی روزنامه‌نگاران با موارد فساد، در حواشی منافع روزنامه‌نگاران باقی مانده است (Numerato, 2009: 265)؛ بنابراین رسانه‌ها با نادیده گرفتن فساد در حال وقوع در فوتبال، به گسترش آن کمک می‌کنند و همچنین از طریق مشارکت در چرخه فساد فوتبال، این امر را با ابزار رسانه تقویت می‌کنند. البته در برخی مواقع بازیگران رسانه‌ای می‌توانند در این چرخه نقش متفاوتی را از خود بروز دهند و با ایفای رسالت حرفه‌ای خود از استمرار فساد جلوگیری کنند که این کار توسط روزنامه‌نگاران تحقیقی انجام می‌شود؛ بنابراین با توجه به اینکه تاکنون پژوهشی در خصوص چگونگی دخالت رسانه‌ها در فساد فوتبال ایران انجام نشده است، در این پژوهش به دنبال پاسخ به این مسئله خواهیم بود.

اخلاق رسانه‌ای^۲

از دیدگاه مریل لی و فریدلندر^۳ اخلاق رسانه‌ای تا حد زیادی یک زمینه‌ی ارزش‌گذار است که به روزنامه‌نگاران و دیگر دست‌اندرکاران رسانه‌ها کمک می‌کند تا اصول و قواعدی کلی به وجود آورند که با اصول عملکرد اخلاقی مطابقت داشته باشد (فرونمن، ۱۳۷۵: ۱۴۶). به عبارت دیگر مقصود از اخلاق رسانه‌ها مجموعه قواعدی است که باید دست‌اندرکاران رسانه‌ها، داوطلبانه و براساس ندای وجدان و فطرت خویش در انجام کار حرفه‌ای رعایت کنند، بدون آنکه الزام خارجی داشته باشد یا در صورت تخلف دچار مجازات‌های قانونی شوند (اسماعیلی، ۱۳۸۵: ۱۰). اخلاق رسانه‌ای، دفاع از آزادی بیان، حق‌گرایی و حقیقت‌جویی، مسئولیت اجتماعی و حفظ حرمت شخصی افراد در فعالیتهای مطبوعاتی و رسانه‌ای را لازم، ضروری و از اصول قطعی و مسلم می‌داند و درعین حال بر رعایت عفت عمومی، نفی خشونت و پرهیز

1. Sanders

2. Media Ethics

3. Meryl lee and Fried lander

از زبان نامناسب و اجتناب از ناسزاگویی تأکید می‌کند (گرانپایه، ۱۳۷۷: ۷۳۴). توجه به اخلاق رسانه‌ها نسبت به اخلاق در دیگر حرفه‌ها اهمیت بیشتری دارد؛ رسانه از طریق آسیب‌هایی که به جامعه وارد می‌کند می‌تواند منشأ اختلاف و درگیری باشد. هنگامی که کارگزاران رسانه‌ای کارهای خود را به صورت غیرحرفه‌ای انجام دهند، محصولاتشان می‌تواند برای افراد، سازمان‌ها، جوامع و کل دنیا مضر باشد. تولیدات رسانه‌ای مضر می‌تواند باعث تشدید تنفر، خشونت و درگیری شود و به مردم و شهرت سازمان‌ها و تجارت آسیب وارد کند و به‌طور کلی زندگی اقتصادی و اجتماعی را مختل کند. البته نه به همین دلیل، بلکه به‌طور کلی دولت‌ها برای محافظت از مردم در برابر آثار رسانه‌های غیرمسئول قوانین مختلف وضع می‌کنند (Chiyamwaka, 2008: 4).

بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت که اخلاق رسانه‌ای، همان مجموعه اصول اخلاقی است که باید در رسانه‌ها همانند سایر حرفه‌ها وجود داشته باشد و کنشگران رسانه (سازمان‌های رسانه‌ای و افراد) خود را ملزم به رعایت آن بدانند. این اصول اخلاقی هم می‌تواند مجموعه‌ای از اصول ثابت و مطلق جهان‌شمول باشد و هم متناسب با فرهنگ و آداب و رسوم هر منطقه وضع شود. هم‌اکنون در کشورهای مختلف دنیا اصول اخلاقی برای حرفه روزنامه‌نگاری وضع شده است. برای مثال در ایران پیش‌نویس میثاق اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری تهیه و وظایف و مسئولیت‌های روزنامه‌نگار تشریح شده است. دو مورد از مهم‌ترین وظایف اخلاقی روزنامه‌نگاران به شرح ذیل است:

۱. شرافت حرفه‌ای روزنامه‌نگار ایجاب می‌کند که از پذیرش هرگونه پاداش مادی غیرقانونی و نامشروع برای پیشبرد مقاصد خصوصی مغایر با منافع و مصالح عمومی خودداری کند.

۲. احترام به حیثیت شخصی و حریم خصوصی افراد، خودداری از توهین، تهمت و افترا نسبت به اشخاص، حمایت خاص از حقوق زنان، کودکان و نوجوانان و جلب کمک به سالمندان، بیماران و نیازمندان از وظایف مهم روزنامه‌نگاران محسوب می‌شود (معمدنژاد، ۱۳۷۷: ۸۷).

علاوه بر این اندیشمندان مختلفی به مسئله اخلاق رسانه‌ای توجه نشان داده‌اند؛ برای مثال ملوین دفلور و اورت دنیس^۱ نیز معتقدند که به‌طور کلی اخلاقیات رسانه‌ها در سه نقطه متمرکز است:

۱. درستی، انصاف و زیبایی در تهیه گزارش و سایر فعالیت‌های جنبی آن؛

۲. رفتار گزارشگران مخصوصاً در ارتباط با منابع خبری؛

۳. خودداری از درگیر شدن در برخورد منافع گروه‌های مختلف. مورد سوم در حرفه روزنامه‌نگاری از اهمیت بالایی برخوردار است؛ این مسئله بدین معناست که شخصی به نحوی در فعالیت‌هایی درگیر شود که مجبور بشود که از انجام قسمت‌هایی از وظایف خود در شغل واقعی‌ش دست بکشد یا با صاحبان منافع خاصی مجبور به مصالح شود. به عنوان مثال شخصی که به نفع یک جناح سیاسی فعالیت می‌کند، بعید است بتواند به‌عنوان یک نویسنده سیاسی، مقاله بی‌طرفانه‌ای بنویسد. به همین دلیل دست‌اندرکاران رسانه‌ها از هرگونه پارتی‌بازی، رقیب‌بازی و سایر موضوعات موجود برخورد و دعوا که وحدت و یکپارچگی بی‌طرفانه شغلی آن‌ها را واقعاً نقض می‌کند یا ظاهراً چنین نشان داده شود که نقض شده است، جدا منع شده‌اند (دفلور و دنیس، ۱۳۸۳: ۶۹۲)؛ بنابراین با توجه به آنچه بیان شد، رعایت اخلاق در حرفه روزنامه‌نگاری از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و اصحاب رسانه باید خود را نسبت به رعایت این اصول موظف بدانند.

روش پژوهش

در این پژوهش از آنجاکه هدف پژوهش اکتشافی کشف ابعاد ناشناخته و پنهان درباره ارتباط رسانه‌ها و فساد در فوتبال ایران است، از روش تحقیق کیفی^۱ (از نوع مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته) استفاده شد. با توجه به اینکه در رابطه با موضوع پژوهش پیش رو نیز مبانی نظری چندانی وجود نداشت و در کشور تحقیقات بسیار اندکی در این حوزه انجام شده بود، شناخت و درک معنای ذهنی عوامل درگیر در مستطیل سبز (اهالی فوتبال و اصحاب رسانه) در خصوص نقشی که رسانه‌ها در بروز فساد در فوتبال ایران دارند، هدف انتخاب این روش بود تا درک عمیقی از چگونگی ارتباط رسانه‌ها با فساد در فوتبال ایران حاصل شود. جامعه مورد مطالعه این پژوهش را اهالی فوتبال (شامل مدیران اجرایی فدراسیون فوتبال و مدیران عامل باشگاه‌ها، مربیان و داوران سابق و فعلی فوتبال) و اصحاب رسانه (شامل سردبیران، دبیران، خبرنگاران خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها، سایت‌های ورزشی و مجریان تلویزیونی) تشکیل می‌دهند. از آنجاکه روش پژوهش حاضر روش کیفی است و باید به تفسیر و جست‌وجوی معانی داده‌ها پرداخت، از تعداد محدودی نمونه استفاده شد. در ابتدای پژوهش ۲۰

نفر به‌عنوان مصاحبه‌شونده انتخاب شدند، اما با توجه به گستردگی موضوع و وجود مضامین جدید در صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان، تعداد اعضای مورد مطالعه به ۲۴ نفر (۱۲ نفر اهالی فوتبال و ۱۲ نفر اصحاب رسانه) تا رسیدن به نقطه اشباع نظری افزایش پیدا کرد. به‌منظور انتخاب مصاحبه‌شوندگان از شیوه نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی به‌شکل تلفیقی بهره گرفته شد. در این پژوهش برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان اهالی فوتبال ابتدا از طریق جست‌وجو در منابع اینترنتی افراد با دانش و تجربه در حوزه رسانه و فساد فوتبال مورد شناسایی قرار گرفتند و سپس از طریق مشورت با چند نفر از خبرنگاران ورزشی (به این دلیل با خبرنگاران ورزشی مشورت صورت گرفت که این خبرنگاران در جریان میزان تمایل اهالی فوتبال به صحبت و مصاحبه در خصوص موضوع پژوهش بودند) اهالی فوتبال که از دانش و تجربه کافی در این زمینه برخوردار بودند، انتخاب شدند. پس از انتخاب مصاحبه‌شونده اول از اهالی فوتبال، به روش گلوله برفی مصاحبه‌شوندگان بعدی توسط خود مصاحبه‌شوندگان معرفی شدند. به‌منظور انتخاب مصاحبه‌شوندگان، اصحاب رسانه‌های ورزشی ابتدا از طریق پست الکترونیکی با یکی از انجمن‌های تخصصی حوزه رسانه و ورزش ارتباط برقرار و توسط این نهاد یکی از مصاحبه‌شوندگان اصحاب رسانه‌های ورزشی معرفی شد؛ پس از انجام مصاحبه با نفر اول سایر مصاحبه‌شوندگان توسط هر مصاحبه‌شونده معرفی شدند.

برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق^۱ با سؤالات نیمه‌ساختار یافته استفاده شد. پس از گردآوری داده‌ها، فرایند تجزیه و تحلیل آن با تکیه بر روش تحلیل مضمون و با منطق استقرایی صورت گرفت. با توجه به آنچه در منابع علمی بیان شده است، پایایی این پژوهش از دو طریق بیان گزاره‌های افراد مورد مطالعه و تشریح جزئیات گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش روایی^۲ پژوهش نیز از تکنیک اعتبارسنجی توسط مشارکت‌کنندگان استفاده شد. بدین منظور پس از پایان انجام تجزیه و تحلیل داده‌ها، یافته‌ها در اختیار سه نفر از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و پس از مطالعه و بررسی داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه، آنرا مطابق منطق زندگی روزمره رسانه‌های ورزشی دانستند و روایی داده‌ها را تأیید کردند.

یافته‌های پژوهش

مطابق آنچه در ابتدای پژوهش بیان شد، این تحقیق با هدف شناسایی «چگونگی» دخالت رسانه‌های ورزشی در فساد فوتبال ایران انجام گرفت. براساس داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌شوندگان و تحلیل مضامین آن، دخالت رسانه‌های ورزشی در فساد فوتبال ایران، به‌طور کلی در مضمون «تبدیل شدن رسانه به ابزار اهالی فوتبال» جای می‌گیرد. در جدول ذیل مضامین فرعی و مقوله‌های این شکل از دخالت رسانه‌های ورزشی بیان شده است.

یکی از گزاره‌هایی که از مصاحبه با اهالی فوتبال و اصحاب رسانه به دست آمد، موضوع تبدیل شدن رسانه‌های ورزشی به ابزار اهالی فوتبال است. این مسئله بدین معناست که رسانه‌های ورزشی همچون عروسک خیمه شب‌بازی به‌عنوان وسیله و ابزار اهالی فوتبال نقش بازی می‌کنند. به اعتقاد بسیاری از مصاحبه‌شوندگان برخی از رسانه‌های ورزشی رسمی در ایران، در جهت منافع افراد و گروه‌های خاص فعالیت می‌کنند. یعنی رسانه‌های ورزشی بدون هیچ‌گونه پایبندی به رعایت اخلاق و اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری مطابق با سلیقه و میل اهالی فوتبال عمل می‌کنند؛ زیرا باشگاه‌ها، مدیران و مربیان فوتبالی با نفوذ در رسانه‌های ورزشی و بده و بستان با آن‌ها تربیون رسانه‌ها را از آن خود (هدایت رسانه توسط اهالی فوتبال) و سپس از ابزار رسانه برای هر کاری که مطابق با میل خودشان است، استفاده می‌کنند.

برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۲۳ به خط گرفتن رسانه‌ها از اهالی فوتبال اشاره می‌کند: «به نظر من رسانه‌های ورزشی تو ایران اکثراً خطی عمل می‌کنن، خیلی کم می‌بینیم ما که به درستی بخوان فدراسیونی یا رییس و مربی‌ای رو نقدش کنن. رییس سابق فدراسیون فوتبال، همیشه رسانه‌ها حمایتش می‌کردن و وقتی که رفت، تازه یادشون افتاد ایشون رو نقد کنن. مشخص بود که وقتی ایشون در مسند کار بودن رابطه‌ها نمیداشت ایشون رو نقد کنن». مصاحبه‌شونده شماره ۷ نیز به رابطه بین خبرنگاران و اهالی فوتبال می‌پردازد: «برخی از سرمربیان درصدی از قرارداد خود را به خبرنگاران اختصاص می‌دهند و مدیران عامل هم با یک شرایط خاص همین اتفاق را رقم می‌زنند تا کسی مصاحبه انتقادی و بدی علیه آن‌ها کرد، آن خبرنگار و روزنامه‌نگار زهر مصاحبه را به‌خاطر ارتباط با مدیرعامل بگیرد تا خنثی منتشر شود».

هنگامی که در فوتبال ایران خط مشی رسانه‌های ورزشی توسط باشگاه‌ها، مدیران و مربیان فوتبال تعیین می‌شود، پیامدهایی را به همراه خود می‌آورد. این پیامدها به دو شکل

«هدایت رسانه‌های ورزشی توسط اهالی فوتبال» و همچنین «سکوت در مقابل اتفاقات و فساد در بین باشگاه‌ها و اهالی فوتبال» است. به عبارتی چون رسانه به افرادی خاص وابستگی پیدا می‌کند، آنگاه در مقابل اتفاقات و پشت پرده فوتبال ساکت می‌ماند. در خصوص مقوله هدایت رسانه‌های ورزشی توسط اهالی فوتبال باید گفت، زمانی که خطمشی رسانه‌های ورزشی توسط مدیران و مربیان تعیین شود، آنگاه شاهد موضع‌گیری و تخریب ناجوانمردانه اهالی فوتبال توسط رسانه‌ها خواهیم بود. این موضوع سبب می‌شود تا در رسانه‌های ورزشی هیچ‌گونه منطقی کاری وجود نداشته باشد و صرفاً رسانه افرادی را که از آن‌ها حمایت کنند ستایش و سایر افراد را تخریب می‌کنند. برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۲ تجربه خود درباره این موضوع را بیان می‌کند: «رسانه‌ها از عوامل باشگاه‌ها نقطه‌ضعف می‌گیرند؛ یعنی بر نقطه‌ضعف و پاشنه آشیل آن‌ها دست می‌ذارند و دائماً سعی می‌کنند تا آبروی فردی که مد نظر خودشونه و خط گرفتند رو ببرند تا به اهداف مدنظرشون دست پیدا کنن. برای مثال زمانی که مدیرعامل یکی از باشگاه‌ها بودم، دائماً یک سری افراد خاص به یک خیرگزاری خط می‌دادن تا خبر دروغ علیه من منتشر کنن». مصاحبه‌شونده شماره ۱۰ که یکی از داوران فوتبال ایران است، ماجرای تخریب داوران از طرف رسانه‌ها را بیان می‌کند: «مربیان فوتبال تیم خبری دارند تا بتوانند فضای رسانه‌ای را به نفع سرمربی و باشگاه هدایت کنند مثلاً بعد از شکست در یک بازی سرمربی به‌جای صحبت کردن از مسئله فنی و جواب به مسئله فنی تیم، تیم‌های خبری وی ماجرا را به داوری و دست‌های پشت پرده ربط و نسبت می‌دهند تا ضعف فنی مربی را بیوشانند. در این طیف هم مربی در بورس می‌ماند و هم اینکه جیب رسانه‌ها پرپول می‌شود»؛ بنابراین یکی از پیامدهای نفوذ اهالی فوتبال در رسانه‌های ورزشی سوگیری رسانه‌ها علیه اهالی فوتبال است.

دومین مسئله بسیار مهم در خصوص تبدیل شدن رسانه‌ها به ابزار اهالی فوتبال، سکوت رسانه‌ها در مقابل فساد است؛ مصاحبه‌شوندگان اعتقاد داشتند لزوماً کنش رسانه فساد را بازتولید نمی‌کند، بلکه گاهی اوقات سکوت رسانه در مقابل فساد نشان‌دهنده همراهی آن با فساد است. در واقع هنگامی که فساد و اتفاقی در فوتبال رخ می‌دهد رسانه‌ها می‌توانند با پرداختن به آن و جریان‌سازی از بروز فساد جلوگیری کنند و پیامدهای آن را گزارش دهند؛ اما تبدیل شدن رسانه به ابزار اهالی فوتبال موجب می‌شود تا رسانه با وجود داشتن اسناد و مدارک کافی برای افشاگری، در مقابل فساد و ناکارآمدی افراد موردحمایت خود ساکت بماند و این روند همچنان ادامه پیدا کند. برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۹ می‌گوید: «رسانه منفعل همدست فساد. رسانه کارش اینه که بنویسه. بعد مثلاً طرف

میگه آره ما که چیزی نوشتیم. در صورتی که رسانه کارش اینه که بنویسه و بپردازه. برای چی پس پول می گیری از مردم. برای چی اسم خودت رو میذاری نماینده افکار عمومی». مصاحبه‌شونده شماره ۱۷ سکوت مقابل فساد را معادل همراهی با فساد می‌داند: «من همیشه میگم وقتی که شما در یک رسانه هستید و فساد رو می‌دونید و می‌بینید و فشاری برای اینکه بهش بپردازید رو شما وجود نداره و دلیل محکم و مستدلی برای نپرداختن به فساد وجود نداره، فساد رو همراهی می‌کنید».

سومین بخش از دخالت رسانه‌ها در فساد فوتبال به «کنشگری رسانه‌های ورزشی در تصمیم‌گیری باشگاه‌های فوتبال مربوط می‌شود». منظور از کنشگری، «دخالت و حضور خبرنگاران و روزنامه‌نگاران ورزشی در تصمیم‌گیری باشگاه‌های فوتبال» است. بر اساس مضامین کشف شده اصلی‌ترین بخش دخالت و کنشگری رسانه‌های ورزشی که منجر به بازتولید فساد در فوتبال می‌شود، حضور مؤثر آن‌ها در بازار نقل و انتقالات فوتبال است. از آنجا که بازار نقل و انتقالات فوتبال از گردش مالی بسیار بالایی برخوردار است، به همین دلیل برخی از افراد فعال رسانه‌های ورزشی در این بازار نقش ایفا می‌کنند. به اعتقاد مصاحبه‌شوندگان در حال حاضر در فضای فوتبال ایران اصحاب رسانه‌های ورزشی به دو شکل متفاوت در بازار نقل و انتقالات نقش بازی می‌کنند. اول تبدیل شدن اصحاب رسانه‌های ورزشی به مدیران برنامه بازیکنان و مربیان و دوم ارتباط اصحاب رسانه‌های ورزشی با مدیران برنامه بازیکنان و مربیان همان‌طور که بیان شد، اولین شکل دخالت رسانه‌ها در بازار نقل و انتقالات فوتبال «تبدیل شدن اصحاب رسانه‌های ورزشی به مدیران برنامه (واسطه‌گران) بازیکنان و مربیان» است. مدیران برنامه به‌طور کلی وظیفه مذاکره با باشگاه‌ها جهت عقد قرارداد بازیکنان و مربیان را دارند. مضامین یافت شده نشان می‌دهد در فضای امروز رسانه‌های ورزشی ایران برخی از اصحاب رسانه‌های ورزشی، به‌عنوان مدیران برنامه بازیکنان و مربیان فعالیت می‌کنند و حتی در این فضا اصحاب رسانه به دلیل قدرت رسانه‌ای که در اختیار دارند، مدیران باشگاه‌ها را جهت گرفتن بازیکن مورد نظر خود تهدید می‌کنند. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد خود مدیران تمایل زیادی به اهدای سهمیه ورود بازیکن به خبرنگاران و روزنامه‌نگاران را دارند؛ زیرا دادن سهمیه به اصحاب رسانه موجب می‌شود تا آن مدیر باشگاه از حمایت آن رسانه و خبرنگار برخوردار شود. برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۱۴ به سهمیه‌داشتن خبرنگاران در انتقال بازیکنان اشاره می‌کند: «یک خبرنگار زنگ می‌زنه به مدیرعامل باشگاه و بهش

میگه این ۵ تا بازیکن رو بردار. اگر برداشتی یک فصل شما رو حمایت می‌کنم و گرنه پدر شمارو در میارم و شما رو کله‌پا می‌کنم». مصاحبه‌شونده شماره ۱۲ نیز ماجرای واسطه‌گری یکی از مجریان تلویزیونی را بیان می‌کند: «دو سال گذشته یکی از تیم‌های لیگ برتر اختیارش رو یک مدت داده بود به یک مجری که آن مجری همه کار برای آن تیم می‌کرد؛ مربی می‌آورد، بازیکن می‌آورد و اختیاراتی به وی داده شده بود که البته آن مجری اخراج شد».

علاوه بر مورد مذکور برخی از خبرنگاران با مدیران برنامه بازیکنان و مربیان ارتباط برقرار می‌کنند. در این رویه اصحاب رسانه‌ها خود به‌طور مستقیم وارد مذاکره با باشگاه‌ها نمی‌شوند، بلکه وارد مذاکره با مدیران برنامه بازیکنان و مربیان می‌شوند تا با گرفتن حمایت‌های مالی و معنوی، از بازیکن یا مربی مورد نظر خود حمایت کنند. برای نمونه مصاحبه‌شونده شماره ۱۱ می‌گوید: «شما نگاه کنید الان در رسانه‌های ورزشی اگر رسانه‌ها می‌خوان درباره بازیکنی بنویسند به مدیر برنامه او زنگ می‌زنن و از او پرسش می‌کنن و مزه دهانش رو می‌سنجن». مصاحبه‌شونده شماره ۲۳ نیز به ارتباط سایت‌های ورزشی با مدیران برنامه معروف کشور اشاره می‌کند: «یک سری از این سایت‌های پرتفردار به به دلال‌های معروف کشور وصل هستن»

جدول ۱. چگونگی دخالت رسانه‌های ورزشی در فساد فوتبال

مضمین اصلی	مضمین فرعی	مقوله‌ها
تبدیل شدن رسانه به ابزار اهالی فوتبال	هدایت رسانه‌های ورزشی توسط اهالی فوتبال	- تخریب و سوگیری رسانه‌ها علیه اهالی فوتبال - تدارک حجه رسانه‌ای علیه افراد مورد نظر اهالی فوتبال توسط رسانه‌های ورزشی - رعایت نکردن انصاف و عینیت در بازتاب رویدادهای فوتبال
	سکوت در مقابل فساد فوتبال	- بازتاب ندادن مسائل پشت پرده فوتبال
	کنشگری رسانه‌ها در تصمیم‌گیری باشگاه‌های فوتبال	- تبدیل شدن اصحاب رسانه به مدیران برنامه بازیکنان و مربیان - اعطای سهمیه جابه‌جایی بازیکن به خبرنگاران توسط مدیران باشگاه‌ها - ارتباط اصحاب رسانه‌های ورزشی با مدیران برنامه بازیکنان و مربیان

دخالت رسانه‌های ورزشی جریان اصلی در بازار نقل و انتقالات فوتبال، در رسانه‌های مختلف به اشکال گوناگون و با توجه به ویژگی‌ها و قابلیت‌هایی که از آن برخوردار هستند، اتفاق می‌افتد. مضامین به‌دست آمده نشان می‌دهد که دخالت در بازار نقل و انتقالات فوتبال توسط رسانه‌ها، با بزرگ‌نمایی اهالی فوتبال، بالابردن قیمت قرارداد آن‌ها و متعاقب آن سهم‌خواهی اصحاب رسانه همراه است. بنابراین اصحاب رسانه با استفاده از رسانه‌ای که در اختیار دارند دائماً بازیکن مورد نظر خود را تبلیغ و قیمت قرارداد و قدرت چانه‌زنی آن‌ها را بالا می‌برند. به‌عبارت‌دیگر بالا رفتن قیمت قرارداد علاوه بر آنکه به عملکرد فنی بازیکن و مربی برمی‌گردد به میزان تبلیغ آن بازیکن و مربی در رسانه مربوط می‌شود؛ یعنی رسانه‌ها با توجه به ویژگی‌های خود و ابزارهایی که در اختیار دارند، می‌توانند هواداران یک باشگاه را نسبت به یک بازیکن یا مربی علاقه‌مند کنند و مدیران باشگاه را برای به خدمت گرفتن آن بازیکن و مربی تحت فشار بگذارند. در این فضا هنگامی که این جابه‌جایی رخ می‌دهد، درصدی از قرارداد بازیکن و مربی به اصحاب رسانه‌های ورزشی اختصاص پیدا می‌کند. بنابراین «بزرگ‌نمایی بازیکنان و مربیان در رسانه‌ها و بالابردن قیمت قرارداد آن‌ها» یکی از مهم‌ترین نقش‌هایی است که رسانه‌های ورزشی در فساد فوتبال بازی می‌کنند. در ادامه به کنشگری‌هایی که هریک از رسانه‌های ورزشی رسمی در این زمینه انجام می‌دهند اشاره می‌شود.

روزنامه‌ها: براساس داده‌ها، یکی از اقداماتی که روزنامه‌ها براساس قابلیت رسانه‌ای خود انجام می‌دهند، برجسته‌سازی بازیکن و مربی مورد نظر بر روی صفحه نخست است. این موضوع سبب می‌شود تا قرارداد بازیکن و مربی بالا رود و روزنامه‌نگار هم سهمی از آن‌ها تقاضا کند. برای مثال مصاحبه‌شونده شماره یک به این موضوع اشاره می‌کند: «در مطبوعات ورزشی یک بازیکنی که ۲ میلیارد در فصل پیش بیشتر قیمت نداشته، از طریق مدیر برنامه غیررسمی خود و تبلیغ بیش‌ازحد آن در رسانه، هنگامی که به دفتر مدیرعامل باشگاه میره، ۶ میلیارد تومان قرارداد می‌بندد. درحالی که یک مطبوعاتی ارزش بازیکنان رو می‌دونه». مصاحبه‌شونده شماره ۱۲ نیز به بزرگ‌نمایی بازیکنان توسط مطبوعات اشاره می‌کند: «بازیکن برای اینکه دیده بشه، به تیم ملی دعوت بشه، قیمت قراردادش بالا بره؛ روزنامه ورزشی به بازیکن میگه ۳۰ درصد قرارداد رو به من بده تا قیمتت رو بالا ببرم یا مربیان هم همین‌طور مربیان در ایران هرچقدر نتیجه نمی‌گیرن به تیم‌های بالاتری میرن».

سایت‌های ورزشی: یکی دیگر از محافلی که رسانه‌های ورزشی در چرخه فساد نقش ایفا می‌کنند، سایت‌های ورزشی (رسانه‌های آنلاین) است. در رسانه‌های اینترنتی (سایت‌ها) بازیکنان به انحصار مختلف تبلیغ می‌شوند. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان علاوه بر آنکه بازیکنان و مربیان در سایت‌ها با مصاحبه‌کردن و تهیه گزارش از عملکردشان بزرگ‌نمایی می‌شوند، از تکنیک‌های دیگر نظیر انتخاب تیم هفته، نظرسنجی راجع به انتخاب بهترین مربی فصل، بهترین هافبک راست، بهترین مهاجم نیم فصل، بهترین دروازه‌بان هفته و غیره به‌منظور بزرگ‌نمایی آن‌ها استفاده می‌شود. درحالی‌که به اعتقاد مصاحبه‌شوندگان بازیکن منتخب مورد نظر برای قرار گرفتن در لیست نظرسنجی، عملکرد فنی مناسبی نداشته است، اما قرارداد آن وی در لیست بهترین مهاجمان، مدافعان، هافبک‌ها و دروازه‌بانان در سایت‌های رسانه‌ای، منجر به افزایش شهرت، بالا رفتن مبلغ قرارداد و حضور در یکی از تیم‌های پرطرفدار می‌شود. درباره موارد مذکور مصاحبه‌شونده شماره ۱۳ می‌گوید: «برای مثال سایت‌ها رو نگاه کنی می‌بینی یهویی سایت اومده با یک بازیکن ناشناس مصاحبه کرده، میگی این بازیکن مگه کجا بوده، چرا این بازیکن برجسته شده و داره یک روز در میان باهاش مصاحبه میشه. بازیکن به‌خاطر اینکه در سایت‌ها اومده بالا رقم قراردادش میره بالا و با یک رقم ماورایی به تیم‌ها منتقل میشه». مصاحبه‌شونده شماره ۲۱ به استفاده سایت‌های ورزشی از روش متفاوت برای بزرگ‌نمایی بازیکنان اشاره می‌کند: «شما مثلاً بازیکن می‌بینی در پست هافبک راست در کل لیگ خوب بازی نکرده، در یکی از این سایت‌ها کاندید میشه به عنوان یکی از برترین بازیکنان لیگ ایران در اون پست در فلان سال؛ یعنی من میارم ویدئو بازی‌های اون بازیکن رو روی ویدئو وال تا ببینم شما اون بازیکن رو به عنوان ده تا بازیکن اون پست می‌دونی یا نه». مصاحبه‌شونده شماره ۲۳ هم به این موضوع اشاره می‌کند: «یکی از سایت‌ها که مثلاً پرطرفدارترین سایت ورزشی هم هست، میاد مثلاً میزونه تیم هفته، بعد اسم پنج تا بازیکن رو میاره که هیچکس نمی‌شناسه بعد مشخصه که اون ۵ تا بازیکن قصد کردن بیان معروف بشن».

تلویزیون: مضامین پژوهش بیانگر این است که علاوه بر روزنامه‌ها و سایت‌های ورزشی، تلویزیون نیز با سبک و سیاقی متفاوت در فساد فوتبال درگیر است. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان برخی از کارشناسانی که دانش بالایی ندارند، به برنامه‌های فوتبالی جهت تحلیل و تفسیر بازی‌ها دعوت می‌شوند و این افراد پس از حضور در تلویزیون به نیمکت یکی از تیم‌ها می‌پیوندند. درواقع از تلویزیون به‌عنوان ابزاری جهت معرفی

و تبلیغ کارشناسانی که بیرون از گود باشگاه مانده‌اند، استفاده می‌شود. داده‌ها نشان می‌دهد در این رویه بین تهیه‌کنندگان، کارشناسان و مجریان روابط مالی نامشروع وجود دارد. بنابراین برنامه‌های زنده تلویزیونی به‌عنوان یکی ابزارهایی است که افراد ناشناس در آنجا مشهور می‌شوند. همچنین مصاحبه‌شوندگان باور داشتند که حضور بازیکنان در برنامه‌های زنده تلویزیونی منجر به افزایش شهرت و بالارفتن قیمت قرارداد آن‌ها می‌شود. علاوه بر این مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که برخی از گزارشگران بازی‌های زنده تلویزیونی در استان‌ها با دریافت پول از بازیکنان، در حین گزارش بازی‌های زنده دائماً عملکرد فنی بازیکن مدنظر خود را ستایش و توجه افکار عمومی را به‌منظور دعوت بازیکن به تیم ملی و باشگاه‌های پرتعدادار جلب می‌کنند. در خصوص موارد فوق مصاحبه‌شونده شماره ۲ می‌گوید: «در بعضی برنامه‌های تلویزیونی کسی را به‌عنوان کارشناس فنی برنامه دعوت می‌کنن که چندان اسم و رسم و دانش فنی چندانی نداره. نکته جالب اینجاست که این فرد به برنامه اومده تا سرمربی یک تیم باشگاهی و جای دیگر بشه و این اتفاق هم رخ میده؛ بنابراین این مسئله نشون میده که بده و بستانی بین تهیه‌کننده، کارشناس و گزارشگر وجود داره». مصاحبه‌شونده شماره ۲۱ نیز به دو مسئله مهم در تلویزیون اشاره می‌کند: «در رسانه ملی آدمی داریم که دلاله بازیکنه، از برنامه خودش استفاده می‌کنه برای برجسته کردن یک بازیکن، یک مدیر، یک مربی و یک تیم. حتی آدم‌های داخل رسانه هم می‌دونن و هیچ وقت با این آدم برخوردی نکردن، ولی حالا چند وقته که نیست». این مصاحبه‌شونده به دخالت گزارشگران بازی‌های زنده در مسئله بزرگ نمایی بازیکنان اشاره دارد: من اینو می‌دونم که یک گزارشگر در سازمان صداوسیما، در یکی از استان‌ها و در یکی از شهرستان‌ها به بازیکن پیامک میزنه میگه فلانی من امروز گزارشگر فلان بازی‌ام، می‌تونم از تو اون قدر تو بازی تعریف کنم که ۴ تا بازی دیگه دعوت بشی به تیم ملی. میگه خب چکار کنم میگه خب فلان قدر بزن به کارتم.

جدول ۲. نحوه دخالت رسانه‌های مختلف در فساد فوتبال

مضامین اصلی	مضامین فرعی	مقوله‌ها
بزرگ‌نمایی اهالی فوتبال (بازیکنان و مربیان)	روزنامه‌ها	- برجسته‌سازی بازیکنان در صفحه اول و اغراق در قیمت قرارداد بازیکنان
	تلویزیون	- دعوت از افراد ناشایست (کارشناسان سطح پایین) برای حضور در برنامه تلویزیونی به منظور مطرح کردن آن‌ها - رابطه مالی بین گزارشگران تلویزیون در استان‌ها و بازیکنان
	سایت‌های ورزشی	- بزرگ‌نمایی بازیکنان ناشناس در سایت‌ها از طریق مصاحبه و گزارش - اغراق در وضعیت فنی بازیکنان با انتخاب تیم هفته، بازیکن هفته و غیره.

پرسش و مسئله بعدی پژوهش در رابطه با «گونه‌شناسی رسانه‌ها به‌عنوان عواملان تسهیل‌کننده فساد در فوتبال» بود. مضامین یافت شده نشان می‌دهد که اهالی فوتبال و اصحاب رسانه به دو شکل کلی به این بخش پاسخ داده‌اند. در شکل اول آن‌ها فساد را رسانه محور می‌دانستند. منظور از گزاره مذکور این است که بعضی از رسانه‌ها به دلایل مختلف نقش پررنگ‌تری را در فساد فوتبال بازی می‌کنند و بیشتر تأثیر می‌گذارند، گرچه بیشتر اعضای جامعه مورد مطالعه معتقد بودند که بخشی از «افراد» فعال رسانه‌ها به نحوی درگیر این قضیه هستند، اما برخی رسانه‌ها با توجه به امکانات و ویژگی‌های خود نقش قدرتمندتری را بازی می‌کنند. نخستین رسانه‌ای که از حیث تأثیرگذاری به آن اشاره شد، تلویزیون بود. مضامین کشف‌شده نشان داد که برخی از اصحاب رسانه و اهالی فوتبال، تلویزیون را به دلیل عملکرد خود در فساد فوتبال مؤثر می‌دانستند. آن‌ها اعتقاد داشتند با توجه به اینکه برنامه‌های ورزشی تلویزیون ایران، پرمخاطب‌ترین برنامه‌های ورزشی است؛ به همین دلیل این برنامه‌ها نقش بسیار زیادی در فساد فوتبال بازی می‌کنند. برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۳ به این موضوع اشاره می‌کند: «به نظر من برنامه‌های سیما نقش بیشتری در فساد دارند. اگر به ۳۰ سال گذشته برگردید و رصد کنید می‌توانید به این موضوع پی ببرید». مصاحبه‌شونده شماره ۲۲ هم به مخاطبان بالای برنامه‌های فوتبالی سیما اشاره دارد: «هر رسانه‌ای که پرمخاطب‌تر باشد در وضعیت موجود بیشتر اثر دارد و در وضع کنونی ورزش ایران مسئول‌تر هست، الان تلویزیون پرمخاطب‌ترین رسانه در حوزه ورزش است دیگه».

از طرف دیگر به باور مصاحبه‌شوندگان، تلویزیون به‌عنوان یک رسانه از ویژگی‌هایی همچون پخش زنده صوت و تصویر، تغییر، تفسیر و تحریف تصاویر برخوردار است (ویژگی درونی تلویزیون) و همین ویژگی باعث می‌شود تا این رسانه نقش مهم‌تری را در فساد فوتبال بازی کند. برای مثال یکی از داوران فوتبال ایران (مصاحبه‌شونده شماره ۹) به ماجرای تأثیر بیشتر تلویزیون در فساد فوتبال اشاره می‌کند: «مثلاً این یک تجربه خودمه که مثلاً یک تیم خاص یک صحنه‌ای تو استادیوم براش پیش میاد. بعد این صحنه می‌بینی ناظر داوری تأییدش می‌کنه، کمیته داوران تأییدش می‌کنه، ولی تو تلویزیون با یک چرخش‌هایی این تصمیم داور رو تأیید نمی‌کنن یا عکسش. بعد این چی میشه؛ این یک موجی ایجاد می‌کنه که شاید تا سال‌ها گریبان شما رو می‌گیره؛ بنابراین تلویزیون خیلی ضریب تأثیرش در فساد بیشتره».

علاوه بر تلویزیون برخی از مصاحبه‌شوندگان باور داشتند که مطبوعات نقش بیشتری را در فساد فوتبال بازی می‌کنند. برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۷ می‌گوید: «من روزنامه‌ها را برداشتم این است زمانی که تیتراها قشنگ نیست و روزنامه‌ها محتوا ندارند یعنی همکاران آن روزنامه دارند با چالش خاصی دست و پنجه نرم می‌کنند». مضامین نشان می‌دهد که دلیل درگیری بیشتر مطبوعات در فساد، نظارت کمتر بر مطبوعات است. به‌عنوان نمونه مصاحبه‌شونده شماره ۵ این موضوع را بیان می‌کند: «معمولاً مطبوعات شاید افرادی در آن باشند که دخل و تصرفی در فساد فوتبال دارن، چون نظارت کمتری بر روی رسانه‌های نوشتاری صورت می‌گیره».

علاوه بر دخیل بودن رسانه‌های ورزشی در فساد فوتبال از منظری تأثیرگذاری و تسهیل‌گری، دومین مضمون به‌دست آمده از صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان مسئله فردمحور بودن فساد بود. منظور از فرد محور بودن این است که نهاد رسانه در فساد فوتبال تأثیر گذار نیست، بلکه این افراد فعال در رسانه هستند که در ماجرای فساد درگیر می‌شوند. بنابراین نمی‌توان دخالت رسانه‌های ورزشی در فساد فوتبال را به سازمان رسانه‌ای نسبت داد، بلکه باید افراد را مقصر دانست. این افراد ممکن است در چندین رسانه مختلف (خبرگزاری‌ها و سایت‌ها، روزنامه، رادیو و تلویزیون) فعالیت کنند. بنابراین از این حیث فساد به فرد مربوط می‌شود نه رسانه. برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۱۴ می‌گوید: «نمی‌تونیم بگیم رسانه، چون شخصه که داره این کار رو می‌کنه، ممکن هست این شخص تو تلویزیون باشه. ممکن هست تو رادیو و خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها باشه. پس باید بگید کدام شخص رفته. چون ممکن است از

یک رسانه دو نفر این کار رو انجام میدن و این رو همیشه به کل اون رسانه نسبت داد». همچنین مضامین یافت شده ذیل فردمحور بودن فساد، به «درگیری پایین اصحاب رسانه در فساد فوتبال» اشاره داشت. منظور از این گزاره در درجه اول «دخالت تعداد اندک خبرنگاران در فساد فوتبال» است. برای نمونه مصاحبه‌شونده شماره ۲۴ این موضوع را بیان می‌کند: «من خودم به شخصه این بحث دخالت رسانه‌ها در فساد فوتبال رو میگم زیاد فراگیر نیست و اصلاً نیست همچنین چیزی؛ ولی هستن کسانی که دارن از این آب گل آلود ماهی می‌گیرن و یک سری هاشون رو هم حتی می‌شناسن». علاوه بر دخالت تعداد اندک خبرنگاران، یافته‌ها بیانگر «پایین بودن میزان فساد خبرنگاران ورزشی» بود. برای نمونه مصاحبه‌شونده شماره ۲۰ به این موضوع اشاره می‌کند: «بذار این‌طور بهت بگم. اگر که بین هزاران شتر دزد می‌خواهیم بگردیم دنبال آفتابه دزد آره رسانه‌ها هم هستن. ولی حجم و میزان مالی اون فسادی که بهش میگن فساد. اگر همه رو باهم جمع کنی، به حدی ناچیز و خنده داره و اعدادی که رد و بدل میشه. چنان ناچیز و خنده داره که می‌تونم صفر در نظر بگیرم».

جدول ۳. رسانه‌های تأثیرگذار در فساد فوتبال ایران

مضامین اصلی	مضامین فرعی	مقوله‌ها
رسانه‌محور بودن فساد	تلویزیون	مخاطبان انبوه - افزایش میزان اثرگذاری برنامه‌های تلویزیونی به دلیل برخورداری از مخاطبان انبوه
		ویژگی درونی تلویزیون - قابلیت ذاتی تلویزیون به منظور تغییر، تفسیر و تحریف تصاویر
	مطبوعات	نظارت کمتر بر مطبوعات - درگیری بیشتر مطبوعات با فساد به دلیل نظارت کمتر بر آن‌ها
فردمحور بودن فساد	درگیری پایین اصحاب رسانه در فساد فوتبال	دخالت تعداد اندک خبرنگاران در فساد - درگیری تعداد محدودی از اصحاب رسانه‌های رسمی ورزشی در فساد فوتبال پایین بودن میزان فساد خبرنگاران ورزشی - مقدار اندک فساد اصحاب رسانه ورزشی در مقایسه با سایر ارکان جامعه و فوتبال

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف شناخت نقش رسانه‌های ورزشی در بروز فساد در صنعت فوتبال ایران (چگونگی دخالت رسانه‌ها در فساد فوتبال) انجام گرفت. مطابق آنچه در بخش یافته‌های پژوهش بیان شد، رسانه‌های ورزشی و افراد فعال در آن با توجه به فضای فعلی فوتبال ایران، با فساد در فوتبال درگیر هستند. براساس آنچه در بخش ادبیات نظری پژوهش شد، از بین اشکال فساد، برخی از اصحاب رسانه‌های ورزشی با فساد مالی درگیر هستند و با گرفتن رشوه و اخاذی از اهالی فوتبال، در فضای رسانه‌ای فوتبال ایران فعالیت می‌کنند. بنابراین خبرنگاران و روزنامه‌نگاران ورزشی با درگیر شدن در فساد فوتبال از رعایت اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری امتناع می‌ورزند. براساس نتایج پژوهش برخی از رسانه‌های ورزشی و افراد فعال در آن به ابزار اهالی فوتبال تبدیل شده‌اند و هر اقدامی را در جهت منافع افراد تحت حمایت خود انجام می‌دهند. این اقدام مطابق یافته‌های پژوهش، تخریب اهالی فوتبال و سکوت در مقابل فساد آن‌ها بود. با نگاه به‌مرور نظری پژوهش و دیدگاه دفلور و دنیس درباره «برخورد منافع» در حرفه روزنامه‌نگاری می‌توان دریافت که این موضوع هم‌اکنون در فضای رسانه‌های ورزشی ایران در جریان است. زمانی که افراد و رسانه‌ها تبدیل به ابزار اهالی فوتبال می‌شوند در مقابل خطاها و فسادهای افراد تحت حمایت خود سکوت می‌کنند و یا اینکه ماجرا را به شکل وارونه و در یک چارچوب بندی متفاوت بازنمایی می‌کنند. علاوه بر تبدیل شدن رسانه به ابزار اهالی فوتبال، تبدیل شدن خبرنگاران به مدیران برنامه بازیکنان و مربیان نیز چنین شرایطی را رقم می‌زند و مجدداً ماجرای «برخورد منافع» از حیث اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری به‌وجود می‌آید. همچنین بزرگ‌نمایی بازیکنان و مربیان و اغراق در وضعیت فنی موجود آن‌ها متضاد با اصول اولیه اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، یعنی عینیت^۱ و بی‌طرفی^۲ است؛ بنابراین می‌توان گفت که برخی از رسانه‌های ورزشی و افراد فعال در آن به اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری پایبند نیستند. علاوه بر نتایج فوق، دیگر نتایج پژوهش نشان داد که اولاً تعداد اندکی از خبرنگاران و رسانه‌ها در فساد فوتبال ایران دخالت می‌کنند و ثانیاً میزان فساد که آن‌ها رقم می‌زنند، نسبت به فساد که در فوتبال و سایر ارکان جامعه وجود دارد، بسیار پایین است. این بخش از نتایج پژوهش با پژوهش‌های داخلی که توسط محمودی (۱۳۹۶) و شفیع‌ی و افروزه (۱۳۹۵) انجام شده بود، مطابقت دارد. محمودی در بین مؤلفه‌های بروز فساد در فوتبال ایران، رسانه‌ها را به‌عنوان عوامل زمینه‌ای شناسایی و شفیع‌ی و

1. Objectivity

2. Neutrality

افروزه نیز نقش سازمان رسانه‌ای و ارتباطی را در بروز فساد در فوتبال ایران، به‌عنوان یک عامل میانی با شدت ضعیف توصیف کردند. همچنین در بین پژوهش‌های خارجی نیز نتایج این پژوهش با تحقیق نکیوب (۲۰۱۸)، پرایس (۲۰۱۹) و نومراتو (۲۰۰۹) مطابقت دارد. چون هرسه پژوهش با بیان مصادیق متعدد، دخالت رسانه‌ها را در فساد کشور مورد مطالعه بیان کرده بودند.

در نتیجه، در یک چشم‌انداز کلی باید گفت که طبق یافته‌ها و شواهد، فوتبال ایران از گردش مالی بسیار بالایی برخوردار است و با توجه به وابستگی باشگاه‌ها به منابع دولتی و خصولتی، امکان بروز فساد در آن مهیاست. از سوی دیگر سازمان‌های رسانه‌ای کشور در فضای حرفه‌ای خود با کمبودها و چالش‌های فراوانی مواجه‌اند و برخورد نیروی انسانی این سازمان‌ها با اهالی فوتبال، ممکن است برخی از اصحاب رسانه‌های ورزشی را به سمت و سوی دیگر هدایت کند. با توجه به اینکه میزان مخاطبان رسانه‌های ورزشی جریان اصلی در ایران بالاست، باید از سوی نهادهای متولی و مسئول، تلاش‌های فراوانی جهت بهبود فضای شغلی رسانه‌های ورزشی و تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص صورت گیرد تا اعتماد مردم به رسانه‌های ورزشی رسمی حفظ شود. نکته جالب توجه در فرایند این پژوهش این موضوع بود که هیچ‌کدام از مصاحبه‌شوندگان به نقش رسانه رادیو در فساد فوتبال اشاره‌ای نکردند و تقریباً آنرا عاری از هرگونه مشکل درباره موضوع پژوهش پیش رو دانستند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود تا در مطالعات آینده، پژوهشگران یک الگو و مدل مطلوب در جهت فعالیت رسانه‌های مختلف ورزشی (با تمرکز بر رشته فوتبال) طراحی کنند. همچنین پژوهش و بررسی عملکرد رسانه‌های تخصصی فوتبال که به‌تازگی در حوزه لیگ یک دو و سه فوتبال کشور ظهور و بروز پیدا کرده‌اند، ضروری است؛ زیرا امکان بروز فساد در لیگ‌های پایین‌تر به دلیل نظارت کمتر بیشتر است و این موضوع ممکن است رسانه‌های تخصصی آن‌ها را درگیر کند.

منابع و مأخذ

- اسپنس، ادوارد و آلکساندرا، آندرو و کوئین، آرون و دان، آن (۱۳۹۳). فساد در رسانه‌ها، ترجمه حبیب‌الله معظمی، چاپ اول، تهران: سروش.
- اسماعیلی، محسن (۱۳۸۵). تعامل حقوق و اخلاق در رسانه‌ها، فصلنامه رسانه، ۱۷ (۲)، ۹-۲۹.
- الابجدی، المنجد (۱۳۷۹). فرهنگ دانشگاهی عربی به فارسی، ترجمه احمد سیاح، چاپ اول. تهران: فرحان.
- امامی، مینا و مولایی، مینا (۱۳۹۲). تحلیل محتوای اخبار ورزشی (مطالعه موردی شبکه سوم سیما)، فصلنامه مدیریت ارتباطات در سازمان‌های ورزشی، ۱ (۳)، ۲۰-۲۸.
- حبیبی، نادر (۱۳۷۵). فساد اداری (عوامل مؤثر و روش‌های مبارزه)، چاپ اول، تهران: وثقی.
- خداداد حسینی، سید حمید و فرهادی‌نژاد، محسن (۱۳۸۰). بررسی فساد اداری و روش‌های کنترل آن، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۵ (۱)، ۳۷-۵۴.
- دفلور، ملوین و دنیس، اورتای (۱۳۸۳). شناخت ارتباطات جمعی، ترجمه سیروس مرادی، چاپ اول. تهران: دانشگاه صداوسیما.
- سندرز، کارن (۱۳۸۶). اخلاق روزنامه‌نگاری، ترجمه علی اکبر قاضی‌زاده، چاپ اول، تهران: موسسه ایران.
- سیفی‌ناجی، فرشته (۱۳۹۲). بررسی ساختار و محتوای مطبوعات ورزشی از حیث روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و جنجالی (پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری)، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، ایران.
- فرونمن، اس و دوویر، ج.د (۱۳۷۵). در جستجوی اصول اخلاقی رسانه‌ها، مجموعه مقالات نگاه‌های دیگر به اخلاق رسانه‌ای، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۴۶-۱۶۸.
- فلیک، اووه (۱۳۹۷). درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، چاپ دهم. تهران: نی.
- گرانپایه، بهروز (۱۳۷۷). لمپنیسم یا بداخلاق رسانه‌ای در مطبوعات ایران، مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. ۷۳۵-۷۳۴.
- محمودی، احمد (۱۳۹۶). تدوین الگوی عوامل بروز و بازدارنده فساد در صنعت فوتبال ایران با رویکرد نظریه داده بنیاد (رساله دکتری مدیریت ورزشی). دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبایی، ایران.
- معمد نژاد، کاظم (۱۳۷۷). اسناد: میثاق اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری. فصلنامه رسانه، ۳۴، ۸۶-۸۸.
- معین، محمد (۱۳۹۱). فرهنگ فارسی. چاپ بیست و هفتم. تهران: امیرکبیر.
- متن کامل گزارش اصل ۹۰ مجلس درباره فساد در فوتبال. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۳/۲۵. قابل دسترس در

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1394/11/04/980101>

- Alabjadi, A. (2000). *Arabic to Persian university culture*. Tehran: Farhan Pub. [In Persian]
- Chiyamwaka, B. (2008, July). Media Ethics: A Call to Responsible Journalism. *Paper Presented at the Malawi Electoral Commission*. [In Persian]
- Emami, M. & Molaei, M. (2012). Content analysis of sports news. *Quarterly Journal of Communication Management in Sports Media*, 1(3), 20-28. [In Persian]
- Esmaeili, M. (2006). The interaction of law and ethics in the media. *Quarterly Journal of Media*, 9(66), 9-29. [In Persian]
- Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research*. Tehran: Ney Pub. [In Persian]
- Fronman, S & Dubir, J.D. (1996). In search of ethical principles of the media. Another aspect at media ethics. *Tehran: Media Studies and Research Center*. [In Persian]
- Geranpaye, B. (1998). Lamponism or media immorality in the Iranian press. *Proceedings of the second seminar on Iranian press issues*. Conducted by Media Studies and Research Center. Tehran. [In Persian]
- Gorse, S., & Chadwick, S. (2011). *The prevalence of corruption in international sport: A statistical analysis*. <http://www.jogoremoto.pt/docs/extra/G3jsJk.pdf>
- Habibi, N. (1996). *Administrative corruption (effective factors and fighting methods)*. Tehran: Vosgha Pub. [In Persian]
- Huntington, S. (1968). *Political order in changing societies*. New Haven, USA: Yale University Press.
- Johnston, M. (2005). *Syndromes of corruption: wealth, power, and democracy*. Cambridge, UK: Cambridge University Press
- Khodadad Hosseini, S.H & Farhadinezhad, M. (2000). Investigation of administrative corruption and its control methods. *Quarterly Journal of Management Research in Iran*, 18, 38-54. [In Persian]
- Kochan, N., & Goodyear, R. (2011). *Corruption: The new corporate challenge*. London, UK: Palgrave Macmillan pub.
- L. DE Fleur, M & E. Dennis, E. (2004). *Understanding Mass Communication*. Tehran: Broadcasting Pub. [In Persian]
- Luo, Y. (2005). An organizational perspective of corruption. *Journal of Management and Organization Review*, Vol 1(1), 119-154. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2004.00006.x>
- Maennig, W. (2002). On the economics of doping and corruption in international sports. *Journal of Sports Economics*, Vol 3(1), 61-89. <https://doi.org/10.1177/1527002502003001005>
- Maennig, W. (2005). Corruption in International Sports and Sport Management: Forms, Tendencies, Extent and Countermeasures. *Journal of European Sport Management*, Vol 5(2), 187-225. <https://doi.org/10.1080/16184740500188821>
- Mahmoodi, A. (2017). *Formulating the model of the factors that cause and prevent corruption in Iran's football industry with the approach of Grounded Theory*. published PhD thesis, Allameh Tabatabaee University, Tehran, Iran. [In Persian]

- Moein, M. (2011). *Persian culture*. (2nd ed). Tehran: Amir Kabir Pub. **[In Persian]**
- Motamednezhad, k. (2007). Documents: *Charter of professional journalistic ethics*. **[In Persian]**
- Numerato, D. (2009). The Media and Sports Corruption: *An Outline of Sociological Understanding*. *International Journal of Sport Communication*, Vol 2(3), 261–273. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2.3.261>
- Nye, J. (1967). Corruption and political development: A cost-benefit analysis. *American political science review*, Vol 61(2), 417–427. <https://doi.org/10.2307/1953254>
- Oxford Learners Pocket Dictionary*. (1997). Oxford, UK: Oxford university press.
- Sanders, k. (2003). Ethics and Journalism. Tehran: Iran Institution. *Media Quarterly*, 34, 86-88. **[In Persian]**
- Seyfi Naji, F&. (2012). *Examining the structure and content of sports press in terms of professional and yellow journalism*. published master's thesis, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran. **[In Persian]**
- Slater, M. (2012).” *Team Sky strive for cycling’s moral high ground*”. Retrieved 29 June 2020 from: <http://www.bbc.co.uk/sport/0/cycling/20147726>
- Spence, E& Andro, A& Aron, Q &AN, D. (2013). *Corruption in Media*. Tehran: Soroush Pub. **[In Persian]**
- The World Bank. (1997). *Helping Countries Combat Corruption: The Role of the World Bank*. Retrieved from: <http://www1.worldbank.org/publicsector/anticorrupt/corruptn/corruptn.pdf>

Cultural Resistance: With Special References to Selected Native American Novels

Sajjad Gheytsi, Assistant Professor, English Literature Department, Payame Noor University, Ilam, Iran. Email: sajjadgheytsi2@pnu.ac.ir

Abstract

In the present article, cultural resistance signifies strategies that communities or individuals make in order to preserve and strengthen their culture in the face of hegemonic culture. In this regard, specific novels—Almanac of the Dead, The Round House, Ceremony, and Tracks—from Native American authors are selected and analyzed. The characters of these novels resist the dominant culture, using counter-discourses to dismantle the hegemonic discourse. Instead of simply accepting the dominant discourse, the inferior culture tries to articulate new meanings and stabilize them around the nodal point of their culture. The characters, analyzed in this study, remember the residual elements that question and negate the dominant discourse and use them to create faultlines that ultimately deconstruct the nodal points of the hegemonic discourse. Accordingly, the current research aims to develop and apply a specific strategy for resistance, using analytical-descriptive method and discourse construction theory. Moreover, the findings of the research indicate that the studied novels follow a specific pattern for resistance that can be used by other cultures under the pressure of the hegemonic discourse.

Key Words

Nodal Point, Cultural Resistance, Hegemonic Discourse, Native Americans.

مقاومت فرهنگی

(با نگاهی ویژه به رمان‌هایی منتخب از بومیان آمریکا)

سجاد قیطاسی^۱

چکیده

در این تحقیق، مقاومت فرهنگی نشان‌دهنده استراتژی است که جوامع یا افراد به منظور حفظ و تقویت فرهنگ خود در مواجهه با فرهنگ هژمون به کار می‌گیرند. در این راستا، رمان‌هایی منتخب از نویسندگان بومی آمریکا انتخاب و تحلیل می‌شوند. شخصیت‌های این رمان‌ها با استفاده از ضدگفتمان‌هایی که هدفشان نفی، مقاومت و تعلیق گفتمان هژمون است، در برابر گره‌گاه‌های (دال) مرکزی فرهنگ غالب مقاومت می‌کنند. فرهنگ فرودست به جای پذیرش ترانه‌های فولکلور، سعی در مفصل‌بندی معناهای جدید و تثبیت نسبی آن‌ها، حول دال مرکزی فرهنگ خود دارند. شخصیت‌هایی که در این مطالعه تحلیل شده، عناصر باقی‌مانده‌ای که گفتمان مسلط را زیر سؤال برده و نفی کرده‌اند، به یاد می‌آورند و از آن‌ها برای ایجاد گسست استفاده می‌کنند و در نهایت، گره‌گاه‌های گفتمان هژمون را واسازی می‌کنند. براساس این مهم، پژوهش حاضر با هدف برساخت استراتژی مقاومت فرهنگی، با روش تحلیلی توصیفی و تکیه بر رویکرد برساخت گفتمان، درصدد تحلیل عناصر فرهنگ بومیان آمریکا می‌باشد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که رمان‌های مورد بررسی از الگویی خاص برای مقاومت پیروی می‌کنند که می‌تواند مورد استفاده سایر فرهنگ‌های تحت فشار گفتمان هژمون قرار گیرد.

واژگان کلیدی

بومیان آمریکا، گفتمان هژمون، مقاومت فرهنگی.

«هرگز در هیچ کجای قاره‌ی آمریکا دولتی قانونی توسط اروپایی‌ها تشکیل نشده است. نه با هیچ تعریفی، حتی با تعاریف و قوانین خود اروپایی‌ها. زیرا هیچ حکومت قانونی نمی‌تواند در زمین‌های دزدیده شده ایجاد شود» (Silko, 1991: 128)

مقدمه

جامعه‌ی آمریکا به یک جامعه‌ی چند فرهنگی تبدیل شده است که در آن هر گروهی به حفظ ریشه‌های قومی خود در خاک آمریکا ادامه می‌دهد. هدف از این مطالعه (از طریق بررسی چهار نمونه از تولیدات ادبی نویسندگان بومی آمریکا) این است که فرهنگ‌ها، به‌ویژه فرهنگ بومیان آمریکا، علی‌رغم فشار شدید گفتمان هژمون سفیدپوستان، پابرجا و زنده مانده است. به‌علاوه، تلاش نویسنده بر آن خواهد بود تا نشان دهد چگونه این رمان‌ها از استراتژی واحدی برای مقاومت فرهنگی استفاده می‌کنند.

یکی از چالش‌های مهمی که فرهنگ‌های فرودست^۱ در سراسر جهان با آن مواجه هستند، اینکه چگونه نسل جوان با هویت اجدادی خود ارتباط برقرار کند و به هنجارهای فرهنگ غالب پاسخ دهد. مطالعه‌ی رمان‌های نوشته‌شده توسط نویسندگان بومی آمریکا به خوانندگان کمک می‌کند تا درک کنند، جست‌وجوی هویت و یافتن راهبردهای پاسخ به کدهای فرهنگی مختلف منحصر به فرهنگ آن‌ها نیست. از این رو، دانستن این نکته بسیار مهم است که آن‌ها چگونه به سیاست‌های یکسان‌سازی فرهنگی، سرکوب هژمونیک و انقیاد سیاسی، اجتماعی و اقتصادی پاسخ داده‌اند.

در طول چند دهه‌ی گذشته، منتقدانی که در مورد گروه‌های قومی یا اقلیت‌های خاص نوشته و سخن گفته‌اند، نظریه‌های مقاومت و بقا را در دوران (پسا) استعمار گسترش داده‌اند؛ برای مثال، جرال د ویزنور بر اهمیت «بقا» در فرهنگ بومیان آمریکا برای ترویج آشتی اضداد تأکید کرده است. از منظر ویزنور، علاقه‌ی او به آشتی دادن اضداد، مانند ترکیب طبیعی و فراطبیعی، همان‌طور که در رمان‌های «مراسم»^۲، «ردپاها»^۳، «سالنامه‌ی مردگان»^۴ و «خانه‌گرد»^۵ دیده می‌شود، از سیستم اعتقادی قبیله‌ای بومیان نشأت می‌گیرد. از نظر ایشان، تجربه‌ی بیان‌شده در فرهنگ قبیله‌ای حذف یا نابودی کامل چیزی

1. Subaltern Cultures
2. Ceremony
3. Tracks
4. Almanac of the Dead
5. The Round House

نیست؛ بلکه ایجاد یک نوع تعادل می‌باشد (Bowers et al. 1981: 43-44). از منظر «جیوتی میشر» رمان‌های سیلکو، ضدگفتمان‌هایی را ارائه می‌کنند که در برابر فرهنگ مسلط مقاومت و آن را نفی می‌کنند و سرانجام در تعلیق قرار می‌دهند (Mishra, 2013: 160). در همین راستا، بریندا بوز استراتژی‌های روایی استفاده‌شده توسط اردیچ را برای بازنمایی تجربه‌های زنان بومی آمریکا تحلیل می‌کند. (Bose, 2012: 275). به علاوه، استفانی ای. سلرز راه‌هایی را بررسی می‌کند که در آن نویسندگان زن بومی آمریکایی معاصر با موضوعات مقاومت، احیا و تعریف مجدد درگیر می‌شوند. او روش‌هایی را تحلیل می‌کند که این نویسندگان از انواع تکنیک‌های ادبی برای مقاومت در برابر هنجارهای فرهنگ مسلط و ایجاد گفتمان‌های ضدفرهنگ مسلط استفاده می‌کنند (Sellers, 2012: 366).

به این صورت در تحقیق حاضر، برای طرح‌ریزی استراتژی مقاومت فرهنگی، تجزیه و تحلیل زبان مورد استفاده فرهنگ مسلط در این رمان‌ها انجام خواهد شد. زبان را می‌توان به یک شبکه تشبیه کرد که در آن کلمات و معانی برای حفظ ایدئولوژی غالب در هم تنیده شده‌اند؛ در نتیجه به «تمام ساختار مادی نهاد، آیین و شیوه‌های گوناگونی که از طریق آن‌ها گفتمان برساخته می‌شود، نفوذ می‌کند» (Laclau and Mouffée, 2001: 109). محققان و متفکرین مختلف، از مارکس گرفته تا گرامشی و آلتوسر، ایدئولوژی را ابزاری برای کنترل توده‌ها می‌دانند. ماتریالیسم ساختارگرای آلتوسر، ایدئولوژی را به عنوان «دستگاه‌های دولتی ایدئولوژیک»^۱ بازتعریف کرد (Althusser, 2004: 701) که شامل سیستم نشانه‌ای زبان و کل محصول فرهنگی-اجتماعی است؛ بنابراین تثبیت نشانه‌ها عمیقاً در زبان مورد استفاده و فرهنگ پیرامون آن ریشه دوانده است.

هدف از تحقیق حاضر، برساخت استراتژی مقاومت فرهنگی بر مبنای نظریه تحلیل گفتمان «لاکلا و موفه» (۲۰۰۱) و همچنین با استفاده از دیدگاه‌های «ریموند ویلیامز» (۱۹۷۷) «آلن سینفیلد» (۱۹۹۲) از متفکران مادی‌گرایی فرهنگی، «آلتوسر» (۲۰۰۴) که به عنوان یک ماتریالیست ساختارگرا شناخته شده، همچنین «استفن گرینبلات» (۲۰۱۰) که اصلی‌ترین متفکر جریان نوتاریخی باوریست است. در این پژوهش، رمان‌های مذکور تجزیه و تحلیل می‌شوند و چگونگی مقاومت یا انقیاد شخصیت‌های هر رمان مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. در نهایت نقشه راه (استراتژی) مقاومت فرهنگی که می‌تواند مورد استفاده سایر جوامع نیز واقع شود، ترسیم خواهد شد. در ضمن، نشان

1. Ideological State Apparatus

داده خواهد شد که چگونه شخصیت‌ها با استفاده از عناصر باقی‌مانده^۱ و نوظهور^۲ فرهنگ (Williams, 1977: 121-126) خود، نه‌تنها فرهنگ مسلط را نفی و در بحران مشروعیت قرار می‌دهند (Sinfield, 1992: 47)؛ بلکه درصدد برساخت ضدگفتمان‌هایی هستند که می‌کوشند گره‌گاه‌های^۳ فرهنگ مسلط را نفی و در حالت تعلیق قرار دهند (Laclau and Mouffee, 2001: 111).

تحلیل این رمان‌ها نشان می‌دهد که چگونه گفتمان مسلط «سفید» می‌تواند به «محدودیت جزئی مازاد معنای تولیدشده» دست یابد (Laclau and Mouffee, 2001: 111). ولی در آخر، از نظر «لاکلا موفه» دال‌های تبعیدشده در حوزه گفتمان‌گونگی، شروع به واسازی^۴ گفتمان مسلط می‌کنند. نتیجه این امر، امکان تثبیت معانی و کنار گذاشتن دیگر دلالت‌ها منتفی است؛ زیرا «عدم حضور مدلول غایی، حوزه و بازی دلالت را تا بی‌نهایت گسترش می‌دهد» (Laclau, Mouffee, 2001: 111). به باور استفن گرینبلات، «زمانی که ساختار اجتماعی شدیدترین فشار را بر فرد اعمال می‌کند، ممکن است در واقع دقیقاً همان زمانی باشد که در آن، افراد سرسختانه‌ترین اراده را برای حرکت خودمختار اعمال می‌کنند» (Greenblatt, 2010: 252). این پاسخی به این سؤال است که نویسندگان بومی آمریکا چگونه می‌توانند گفتمان‌های ضدهژمون را براساس عناصر خاص فرهنگ خود بسازند. در یک گفتمان، احتمالات معنایی به‌منظور «تلاشی برای متوقف کردن لغزش نشانه‌های مرتبط و پیروی آن، ایجاد یک نظام معنایی واحد» محدود می‌شوند (Jorgenson and Phillips, 2002: 27).

در نتیجه فرایند یادشده، گفتمان مسلط فرهنگ «سفید» به‌عنوان دال مرکزی که فرهنگ‌های بومیان آمریکا حول آن تعریف می‌شوند، برساخته می‌شود. اساساً، معانی جدیدی بر دلالت‌ها تحمیل می‌شوند تا تسلط فرهنگ «سفید» را بر تمام قومیت‌های دیگر مشروع و طبیعی جلوه دهند. افراد فرودست در جامعه آمریکا تحت استانداردهای مسلطی هستند که توسط نهادهایی مانند رسانه‌های جمعی، مدارس، دانشگاه‌ها و کلیساها (Althusser, 2004: 701) اعمال می‌شوند. فرایندهای دلالت^۵ فرد را با رضایت‌مندی کامل و ادار به تسلیم می‌کنند. با این حال، راه‌هایی برای مقاومت در برابر چنین سیستم سفت و سختی وجود دارد. به عقیده لاکلا و موفه، «هیچ اصل زیربنایی واحدی وجود ندارد که کل حوزه تفاوت‌ها را تثبیت کند» (Laclau and Mouffee, 2001: 111). رمان‌هایی که در این

1. Residual
2. Emergent
3. Nodal Point
4. Deconstruction
5. Signification

مقاله مورد بحث قرار می‌گیرند، چگونگی مواجهه بومیان آمریکا با گفتمان هژمون فرهنگ «سفید» را نشان می‌دهند.

بحث و بررسی

حیات در حوزه گفتمان گونگی

مطالعات گسترده‌ای بر رمان‌های «مراسم» و «سالنامه مردگان» انجام شده است، درحالی‌که عمدتاً بر پیچیدگی‌های فرافرهنگی رمان تأکید می‌کنند، «سالنامه مردگان» رمانی است که مضامین همسان‌سازی و مقاومت فرهنگی را از دیدگاه تعدادی از بومیان آمریکا و دیگر شخصیت‌های به حاشیه رانده شده، بررسی می‌کند. سیلکو در «سالنامه مردگان» شخصیت‌های مختلفی را به تصویر می‌کشد که به روش‌های مختلف در برابر همسان‌سازی فرهنگی مقاومت می‌کنند. یکی از راه‌ها، استفاده از قصه‌گویی سنتی و شیوه‌های معنوی است. به‌عنوان مثال، شخصیت لچا، یک زن از قبیله پوئبلو، از روش‌های معنوی سنتی برای شفای خود و دیگران استفاده می‌کند. او توضیح می‌دهد: «اولین کاری که باید انجام دهم این است که دوباره رویاپردازی را شروع کنم. باید رویاهای آن‌ها را رویا نکنم و شروع به رویاپردازی رویاهای مردم کنم» (Silko, 1991: 211). شخصیت‌های دیگر از طریق فعالیت سیاسی و سازماندهی افراد قبیله مقاومت می‌کنند. به‌عنوان نمونه، «زتا» محور نافرمانی مدنی می‌شود: «زتا هر ساعت بیداری خود را صرف برنامه‌ریزی برای زیر پا گذاشتن بسیاری از قوانین آن‌ها می‌کرد» (Silko, 1991: 128) و «آنجلیتا اسکاپادا» از حقوق مردم بومی دفاع می‌کند. او می‌گوید: «ما باید زمین را پس بگیریم. ما باید زندگی خود را پس بگیریم و ما باید آن‌ها را مجبور به پاسخ‌گویی کنیم» (Silko, 1991: 338).

لویی اونز قهرمان داستان «مراسم» تایو را به‌عنوان «استعاره‌ای از ویژگی‌های پویا، هماهنگ و سازگار فرهنگ بومیان که بقا را تضمین می‌کند» معرفی کرده است (Owens, 1992: 27). در اینجا تأکید، عمدتاً بر بیگانگی فرهنگی تایو بوده است که با تجارب او به‌صورت کهنه سرباز جنگ جهانی دوم تشدید شده است. درضمن از خوانش رمان، این‌گونه می‌توان نتیجه گرفت که از خود بیگانگی او نتیجه ضربه روانی است که تایو در جنگ تجربه کرده که به زعم ساترلی، بازتابی جنگ‌های فاجعه‌بار پایان‌ناپذیر آمریکا در داخل و خارج از مرزهای ملی علیه جوامع دیگر می‌باشد (Satterlee, 2006: 69-70). یکی از

راه‌های «درمان» آسیب‌های روانی تحمیل‌شده بر فرهنگ‌های فرودست به‌روشنی در رمان «مراسم» بیان شده است: تایو باید سفری نمادین را آغاز کند که به باور تیوتون شامل گشودن قلبش به روی مراسمی است که هویت آمریکایی و لاگونایی (یکی از قبایل بومیان) تایو را در هم بیامیزد (Teuton, 2008: 150). به‌علاوه، از آنجاکه تایو آموزش مناسبی در مورد فرهنگ و سبک زندگی لاگونا ندیده است، آن‌طور که جامعه می‌خواهد، به‌طور کامل با آن ارتباط برقرار نکرده است (Gilderhus, 1994: 71). تایو، قهرمان «دوگانگی»، تلاش می‌کند تا از نظر وجودی و فرهنگی، خود را به جامعه مادری لاگونا که از آن جدا شده است، پیوند زند.

در رمان «سالنامه مردگان»، قدرت داستان‌سرایی این‌گونه تصور می‌شود: «آنجلیتا لا اسکاپیا مارکس را قصه‌گویی تصور می‌کرد که با تب‌وتاب تلاش می‌کرد تا مجموعه‌ای جادویی از داستان‌ها را گرد هم آورد تا رنج و بدی‌های جهان را با بازگویی داستان‌ها درمان کند» (Silko, 1991: 311). علاوه‌بر آن، لچا نماد قدرتمندی از مقاومت در برابر گفتمان مسلط است، پیوند او با فرهنگ و معنویت بومی خود منبع مهمی از قدرت و مقاومت اوست؛ به‌طور مثال، او داستان فتح قاره آمریکا توسط اسپانیایی‌ها را از نگاه مردم بومی و نه استعمارگران بیان می‌کند و بر مقاومت و استقامت آن‌ها در برابر ظلم تأکید می‌کند. در «سالنامه مردگان» می‌خوانیم: «آن‌ها داستان‌های اجداد خود را به یاد آوردند، داستان‌های زمان قبل از آمدن مهاجمان و می‌دانستند که آن‌ها بخشی از یک سنت طولانی مقاومت و پایداری هستند» (Silko, 1991: 696). آلن، در مقاله‌ای درباره رمان «مراسم»، اظهار می‌دارد که «بیماری تایو نتیجه جدایی از وحدت باستانی فرد با زمین است و شفای او نتیجه شناخت وی از این یگانگی است» (Allen, 1979: 7). در همین راستا، تلاش‌های تایو برای بازیابی هویتش به بهترین وجه در رابطه با ارتباطات قبیله‌ای با سرزمین قابل درک است. برای نمونه، سیاست‌های موجود در رمان‌های ذکرشده، تنها زمانی فهمیده می‌شوند که «داستان سرزمین» گفته شود. گارسیا توضیح می‌دهد: «در رمان مراسم، احساس در خانه بودن و تعلق به سرزمینی که توسط تایو درک می‌شود، ناشی از حس خاصی از مکان است که آن نیز ارتباطی است و وثیق با فرهنگ و اجتماع» (Garcia, 1983: 40).

ازسوی دیگر، پیوند مجدد شامل برخی پیچیدگی‌های زبانی است که با راهبردهای کلامی در ارتباط هستند، مثلاً درد از خودبیگانگی که تایو از آن رنج می‌برد، به بهترین وجه در کاستی‌های زبانی او به تصویر کشیده می‌شود؛ زیرا او نمی‌تواند آن‌ها را با

کلمات درست در چارچوب فرهنگ لاگونا پوئبلو بیان کند. گلوریا برد می‌نویسد: «تنها در لحظاتی که می‌توانیم ریشه‌های عمیق‌ترین درد خود را بیان کنیم، واقعاً می‌توان گفت از باری که آن‌ها دارند، رها شده‌ایم» (Bird, 1993: 94). روایت درد یک استراتژی برای بازیابی فرهنگ و هویت فرد است. در مطالعه‌ای از ناومی آر. رند، این‌گونه استدلال می‌شود که «بازخوانی تاریخ توسط تایو و اعتقاد او به اینکه اقدامات نسل‌کشی علیه بومیان آمریکا، آینده سفیدپوستان را مسموم می‌کند، قطعاً راهی برای تمایز و ارتقای فرهنگ بومیان آمریکا است؛ درحالی که فرهنگ، ظاهراً «دنیای جدید» را که تلاش می‌کرد آن را از بین ببرد محو می‌کند» (Rand, 1995: 28). تایو از طریق مقاومت در برابر گفتمان هژمون، موفق به برساخت خوانشی ناموافق از آن می‌شود. او از راه‌های مختلفی برای انتقاد و ایجاد تغییر در نگرش‌ها و ایدئولوژی‌های سیاسی استفاده می‌کند. با اعتقاد به اهمیت آگاهی و توانایی افراد در تحلیل واقعیت‌های اجتماعی، او تلاش می‌کند تا ذهنیت‌های سنتی را به چالش بکشد. با این رویکرد، تایو به‌عنوان یک صدای برجسته در جریان‌های فرهنگی و اجتماعی شناخته می‌شود که به دنبال تحول و بهبود در جامعه است. به‌همین ترتیب، مایکل هابز تایو را یک «خواننده رادیکال» می‌نامد که با «مقابله با گفتمان‌های قدرتمند و تهدیدآمیز قدرت مسلط و خوانش آن‌ها» پیروز می‌شود (Hobbs, 1994: 302).

خوانندگان رمان، تایو را در حالی دنبال می‌کنند که او به تنهایی در تکاپو برای بازیافتن سلامت روانی خود در جهانی پر از گفتمان‌های هژمون است. در اینجا، نثر و شعر در هم تنیده می‌شوند تا داستان تایو و مردمش نیز درهم آمیخته شود؛ بنابراین، همان‌طور که سفر تایو روایت می‌شود، خواننده با اشعاری از داستان‌های قدیمی قبیله‌ای مواجه می‌شود. سیلکو از همان ابتدای رمان تلاش می‌کند تا سنت شفاهی فولکلور کورسان^۱ را به نمایش بگذارد. راوی ادعا می‌کند که او یکی از آن داستان‌نویسان قدیمی است؛ زن متفکراً، یا مادر بزرگ عنکبوتی که نیروی اصلی حیات را در اختیار دارد. با توجه به اهمیت داستان‌سرایی به‌لحاظ نوعی مقاومت، نیتانی می‌گوید:

اهمیت داستان‌سرایی در زندگی شخصی و عمومی افراد و جوامع را نباید دست کم گرفت. می‌دانیم که سرگرمی، تنها یکی از اهداف آن است و اهداف مهم‌تری مانند آموزش، فرافکنی خود یا گروه، بازنمایی دیگران، مستندسازی و روایت تاریخ با آن در ارتباط هستند. فرهنگ‌ها در روند داستان‌سازی شکل می‌گیرند، اصلاح می‌شوند و از

1. Keresan

2. Ts'its' tsi' nako

بین می‌روند. قدرت‌های سیاسی نیز در روند اعلام تا استقرار خود با داستان‌گویی همراه می‌شوند (Naithani, 2010: ix).

قصه‌گویی یک تکنیک ادبی رایج، به‌ویژه در میان فرهنگ‌های غیرغربی، برای پیمایش مجدد فرهنگ و شکل‌گیری هویت بوده است. در رمان «سالنامهٔ مردگان» می‌خوانیم: «یک روز داستانی به شهر شما می‌رسد... اما پس از شنیدن داستان در ماه نو، شما و دیگران آماده می‌شوید تا علیه برده‌داران قیام کنید» (Silko, 1991: 583). سیوم و ریتسکس تأکید می‌کنند، داستان‌سرایی دارای قدرت استعمارزدایی است: «استعمارزدایی با خواسته‌ها و انتظارات اروپای غربی مطابقت ندارد. جوامع بومی در سراسر جهان از طریق شیوه‌هایی مانند داستان‌سرایی، اقدام به تجدید حیات، قیام و تولید دانش بومی و همچنین به‌عنوان برهم‌زننده هنجارهای اروپایی‌محور و استعماری عینیت و دانش نقش مهمی ایفا می‌کنند» (Ritskes and Sium, 2013: I)؛ بنابراین، هدف از داستان‌سرایی می‌تواند اقدامی برای شورش علیه هژمونی‌های استعماری باشد. عاملیت جمعیت‌های بومی و سرکوب‌شده در عمل داستان‌سرایی فعال می‌شود.

پروژهٔ سیلکو با به‌کارگیری خودانگیختگی^۱ در هنر داستان‌سرایی، در پی بازسازی آنچه که «ناگفتنی» تلقی می‌شود است: به‌عبارتی دیگر، عناصر فرهنگی-اجتماعی از دست‌رفتهٔ بومیان آمریکا و بیان آن‌ها در گفتمانی خاص برای بومیان، در رمان «مراسم» می‌خوانیم:

زن متفکر، در اتاقش نشسته است... او اکنون در اتاقش نشسته و به یک داستان فکر می‌کند؛ داستانی را که او فکر می‌کند را برای تعریف می‌کند؛ مراسم؛ در مورد داستان‌ها به تو می‌گویم. (او گفت) آن‌ها فقط سرگرم نیستند؛ گول نخورید؛ آن‌ها همه چیز ما هستند، می‌بینید و همهٔ چیزهایی که باید با آن مبارزه کنیم؛ بیماری و مرگ (Silko, 1977: 1).

در «مراسم» و «سالنامهٔ مردگان»، قدرت داستان‌ها برجسته می‌شود. آن‌ها برای مبارزه کردن با هرچیزی که از جانب خارجی‌ها می‌آید، استفاده می‌شوند. آن‌ها را باید به خاطر آورد و در یک گفتمان ضد هژمون مفصل‌بندی^۲ کرد؛ زیرا آن‌ها در درون خود معانی جایگزین را حمل می‌کنند. به‌علاوه، در رمان «مراسم»، داستان‌های «هاماها»^۳ که آمیخته است با روایتی دربارهٔ تایو (قهرمان قرن بیستم رمان) ارائه می‌شوند. معنایی که

1. Spontaneity

2. Articulation

3. Hama-ha

این داستان‌ها سعی می‌کنند به کلمات القا کنند، گفتمان مسلط را به چالش می‌کشد. در حوزه گفتمان‌گونگی، آنچه با عناصر باقی‌مانده پر شده، می‌تواند به توانمندسازی فرهنگ سرکوب‌شده کمک کند. داستان‌ها برای احیای فرهنگ متزلزلی که مدت‌ها توسط یک گفتمان مسلط سرکوب‌شده بود، به خاطر سپرده و بازتولید می‌شوند:

اگر داستان‌ها را نداشته باشید، چیزی ندارید. شر آن‌ها (سفیدپوستان) بزرگ است؛ اما نمی‌تواند در برابر داستان‌های ما ایستادگی کند؛ بنابراین آن‌ها سعی می‌کنند داستان‌ها را از بین ببرند تا داستان‌ها اشتباه فهمیده شوند یا فراموش شوند. آن‌ها آن را این‌گونه می‌خواهند و مسرور خواهند شد؛ زیرا ما در آن زمان بی دفاع خواهیم بود (Silko, 1977: 18).

سیلکو آگاهانه راهی عملی برای مقاومت در برابر گفتمان مسلط انتخاب کرده است؛ یعنی به یاد آوردن عناصر باقی‌مانده در گذشته که به واسطه آن گفتمان مسلط زیر سؤال رفته و نفی می‌شود (این همان چیزی است که سینفیلد از آن به گسست یاد می‌کند) (Sinfield, 1992: 47). به عبارت دیگر، داستان‌هایی از گذشته¹ که در تاروپود روایت تایو حول محور تقابل او با گفتمان مسلط بورژوازی «سفید» در هم تنیده شده‌اند، به کار گرفته می‌شوند.

بدین‌سان، روستای قدیمی لاگونا به یاد آورده می‌شود. تایو باید به این دهکده بازگردد و نوع جدیدی از مراسم را که مختص محیط و عصر اوست، برگزار کند، جایی که گفتمان هژمون سفید تنها مولد معنا در نظر گرفته شده است. عناصر باقی‌مانده و نوظهور باید پیوسته از نو، خلق شوند تا شکافی که گفتمان سفید ایجاد کرده است، پر شود. شکاف ایجادشده سیگنال‌های بی‌وقفه‌ای به سرکوب‌شدگان بومی می‌فرستد و فرودستی آن‌ها را یادآوری می‌کند. گفتمان هژمون را زبان منتقل می‌کند و به هیچ وجه نمی‌تواند منبع قابل اعتمادی برای مشروعیت باشد؛ چراکه معانی فرزندان نامشروع فرایند دلالت هستند. سیلکو به خوبی به این واقعیت آگاه است و به همین دلیل است که به‌طور استراتژیک از زبان برای ایجاد معانی جدیدی از دال‌های کهن استفاده می‌کند. «لری مک مورتی» در مقدمه‌ای بر رمان «مراسم» می‌نویسد:

تایو، مانند خردمندترین مردمش، برای در امان ماندن، به داستان‌های نجات قبیله روی می‌آورد. داستان‌ها به مردم کمک می‌کنند تا از عدم تعادل و بی‌نظمی به نوعی تعادل برگردند که از دقت و عمق و زیبایی داستان‌ها ناشی می‌شود. سیلکو می‌داند، داستان‌ها همه را نجات نمی‌دهند؛ اما اگر آن‌ها صادقانه حفظ و تکریم شوند، مردم زنده خواهند

1. i.e. Ck'o'yo, Pa'caya'nyi, Arrowboy, Kaup'a'ta, Hama-ha

ماند و شاید به مرور زمان قدرت اولیه خود را بازیابد (Silko, 1977: 17).

منبع اصلی قدرت داستان‌ها تا حدی از این واقعیت ناشی می‌شود که می‌توانند گفتمان هژمونی را که در آن متولد و تغذیه شده‌اند، نفی کنند. داستان‌ها هیچ‌کس را نجات نمی‌دهند؛ اما گسست‌هایی را ایجاد می‌کنند که به واسطه آن‌ها افراد تحت سلطه (انقیاد دیدگاه ظاهراً طبیعی رسمی؛ اما ایدئولوژیک) از جهان را زیر سؤال می‌برند. در رمان «سالنامه مردگان» می‌خوانیم: «یومی معتقد بود که قصه‌ها قدرتمندند. این قدرت، بازگویی داستان را تضمین می‌کند و با هر بازگویی یک تغییر جزئی اما دائمی رخ می‌دهد» (Silko, 1991: 585).

در رمان «مراسم»، مادر بزرگ به این نکته اشاره می‌کند که داستان‌ها همه‌جا هستند و افراد همیشه در معرض آن‌ها قرار می‌گیرند: مادر بزرگ می‌گوید: «به نظر می‌رسد قبلاً این داستان‌ها را شنیده‌ام، تنها چیزی که می‌توان گفت این است که اسم‌ها متفاوت به نظر می‌رسند» (Silko, 1977: 26). از این دیدگاه، سلیکو برای قرار دادن گفتمان مسلط در بحران، راهبردهای متفاوتی (گفتمانی و ساختاری) ارائه می‌دهد. از آنجاکه گفتمان مسلط قصد دارد بسته و محدود باشد، گسست‌ها یا حضور دال‌های شناور^۱ جدید در حوزه گفتمان‌گونگی را می‌توان در جایی که تایو با کوشش ملاقات می‌کند، جست‌وجو کرد؛ جایی که او اولین چیزی که متوجه می‌شود، گفتار پیرمرد و استفاده او از کلماتی است که در تضاد مستقیم با زبان گفتمان «سفید» هستند: «او به آرامی و با استفاده از گویش قدیمی صحبت می‌کرد؛ پر از جملاتی که با توضیحاتی در مورد ریشه‌های خود همراه بود. انگار همه چیز قبلاً گفته شده بود و او فقط برای تکرار آن حضور داشت» (Silko, 1977: 34). در این مرحله، این مسئله آشکار می‌شود که ماهیت مفصل‌بندی یک گفتمان فرایندی شکننده است؛ زیرا سایر احتمالات معنا را نادیده می‌گیرد و کنار می‌گذارد. وقتی کوشش به تایو می‌گوید: «این دنیا شکننده است»، تایو خاطر نشان می‌کند که «کلمه‌ای که او برای بیان شکننده بودن انتخاب کرد، مملو از پیچیدگی‌های یک فرایند مستمر بود». سپس نتیجه می‌گیرد «هیچ کلمه‌ای به تنهایی وجود ندارد» (Silko, 1977: 35). کلمات در ساختاری شبیه تار عنکبوت به هم متصل می‌شوند، همان‌طور که «لاکلاو و موفه» استدلال می‌کنند، بعد از اینکه به عناصر معانی خاصی داده می‌شود، آن‌ها تبدیل به وقته‌هایی^۲ می‌شوند که با دیگر

1. Faultline

2. Floating Signifier

3. Moment

وقته‌ها و دال مرکزی پیوند می‌یابند. در اینجا، بتونی پیر سعی می‌کند، کلمه «راحتی» را مفصل‌بندی کند:

ما این تپه‌ها را می‌شناسیم و اینجا راحت هستیم. چیزی در مورد نحوه گفتن کلمه «راحت» توسط پیرمرد وجود داشت. معنای دیگری داشت؛ نه آسایش خانه‌های بزرگ یا غذاهای مغزی یا حتی خیابان‌های تمیز؛ بلکه راحتی تعلق به زمین و آرامش با این تپه‌ها (Silko, 1977: 117).

وقتی یک عنصر را در دو گفتمان ضد، مفصل‌بندی می‌شود، معانی متناقضی پیدا می‌کند؛ بنابراین، از یک سو، «آرامش» با «تعلق به زمین» و از سوی دیگر، «دنیایی که او می‌دانست سفیدپوستان دارند» ارتباط پیدا می‌کند. بتونی معنای مدّ نظر خود را به کلمه «راحت» متصل می‌کند که در تضاد مستقیم است با آنچه مردم «سفیدپوست» در مورد این کلمه بر ساخته‌اند. تقابل گفتمان‌های ذکر شده برای ایجاد معنا در سراسر رمان مشهود است، به‌طور مثال کلمه «دزدیده‌شده» را در نظر بگیرید: می‌توان آن را به راحتی به آنچه یک سوژه بومی انجام می‌دهد متصل کرد؛ اما مدلول کلمه به سختی می‌تواند یک مرد «سفیدپوست» باشد؛ چرا که در گفتمان بورژوازی «سفید»، این داری‌های «سفیدپوستان» است که بومیان همیشه آن را می‌دزدند. فرضاً، زمانی که تایو گاوهای عمومی را در زمین یک مرد «سفید پوست» پیدا می‌کند:

او به گاوها فکر می‌کرد و اینکه چگونه آن‌ها به زمین فلویید لی رسیده‌اند. اگر او گاوها را در زمین‌های اعطایی یا در آغل آکوما دیده بود، از گفتن کلمه «دزدیده‌شده» تردید نمی‌کرد؛ اما چیزی در درون او باعث شد حالا که گاوها در مزرعه یک مرد سفیدپوست بودند از گفتن آن تردید کند... چرا او در متهم کردن یک مرد سفیدپوست به دزدی تردید داشت؛ اما نه یک مکزیکی یا یک بومی؟ [...] او می‌دانست که دروغ را از صمیم قلب یاد گرفته است: فقط افراد رنگین‌پوست دزد بودند. سفیدپوستان دزدی نمی‌کردند (Silko, 1977: 190).

«چیزی در درون» را می‌توان به‌عنوان قدرت مشروعیت‌بخش ایدئولوژی سفید در نظر گرفت. کلمه «چرا» گفتمان مسلط را در بحران قرار می‌دهد و سؤالاتی را در ذهن خواننده ایجاد می‌کند. کلمه «تردید» که ما را به یاد تردید هملت می‌اندازد نیز کارکرد مشابهی دارد. در برابر جهان محدودی که گفتمان مسلط به تصویر می‌کشد، سیلکو تلاش می‌کند خواننده را تشویق کند تا با مواضع سوژه در گفتمان بومی که باز، پویا و «شامل همه چیز» است، همذات‌پنداری کند. در رمان «سالنامه مردگان» می‌خوانیم: «دولت

1. Element
2. Subject Positions

ایالات متحده قصد داشت تمام زمین‌های دزدیده‌شده را حفظ کند. چه اتفاقی برای زمین افتاده بود؟ نابودکننده‌ها داشتند زمین را می‌کشند» (Silko, 1991: 710). اورتیز می‌نویسد: «با فهم مبدا و مکان و بازگشت معنوی است که مقاومت تحقق می‌یابد» (Ortiz, 2010: 12). او همچنین معتقد به نوعی مقاومت در ادبیات است که از عناصر باقی‌مانده و نوظهور استفاده می‌کند:

این یک مقاومت خلاقانه (سیاسی، مسلحانه و معنوی) بوده است که توسط سنت شفاهی انجام شده و امروزه استفاده مستمر از سنت شفاهی، گواه بر تداوم مقاومت است. استفاده از آن، در واقع همان چیزی است که باعث شکوفایی ادبیات معاصر بومیان شده است (Ortiz, 2010: 11).

به‌همین منظور، می‌توان به‌واسطه ادبیات، هژمونی را واسازی کرد و راه‌های مقاومت در برابر آن را بر ساخت. در نتیجه، ساختار شکنی به همه ابعاد گفتمان مسلط سرایت می‌کند. در رمان «مراسم»، خوانندگان با صحنه‌هایی مواجه می‌شوند که در آن‌ها فرهنگ بومیان آمریکا، فرایند بهبودی در بیمارستان را تخریب می‌کند. در گفتمان مسلط «سفید»، پزشک مرجع اصلی است و بیماران به‌طور منفعلانه به این دال مرکزی متصل می‌شوند؛ اما در گفتمان بومیان آمریکا، رابطه بین درمانگر و بیمار ساختار شکنی شده است: به‌واسطه نوعی بده‌بستان، درمانگر و بیمار تلاش می‌کنند تا هر دو سلامتی خود را به دست آورند؛ بنابراین گسست‌های رمان، گفتمان مسلط پزشکی را زیر سؤال می‌برند و به چالش می‌کشند.

هنگامی که خوانندگان متوجه عناصر باقی‌مانده و نوظهور فرهنگ خود می‌شوند، تضادهای نمایان می‌شوند. در رمان «سالنامه مردگان» می‌خوانیم: «ناآگاهی از تاریخ، خود بهترین سلاح مرد سفیدپوست بوده است» (Silko, 1991: 749). خوانندگان، آگاهانه سؤالاتی در مورد اعتبار گفتمان هژمون می‌پرسند و می‌بینند که آیا احتمالات دیگری در دسترس است یا خیر. در صحنه پایانی رمان «مراسم»، تایو زمانی که شیوه‌های مفصل‌بندی سفیدپوستان را «دروغ» می‌نامد، قادر به واسازی گفتمان مسلط می‌شود. در صحنه‌ای دیگر، موضوع به خوبی آشکار می‌شود:

پایان داستان... کشتار آن‌ها (سفیدپوستان) را آرام می‌کند. آن‌ها داستان‌های خود را در مورد ما دارند. مردم ما فقط روزها را می‌گذرانند و منتظر پایان هستند و آن‌ها این داستان را همین‌جا به پایان می‌رسانند، درحالی‌که شما به تنهایی دارید با مرگ می‌جنگید (Silko, 1977: 182).

در نهایت، نویسنده استراتژی خود را برای مقاومت در برابر گفتمان هژمون بیان می‌کند: «او گفت، به خاطر بسپار، همه چیز را به خاطر بسپار» (Silko, 1977: 184). از طریق به خاطر سپردن است که افراد می‌توانند عناصری را با لایه‌های معنایی کاملاً جدید مفصل‌بندی کنند. به همین دلیل زمانی که تایو شروع به یادآوری گذشته می‌کند، می‌تواند زیبایی‌های طبیعت و مناظر را ببیند و در نهایت از «دروغ» آگاه شود.

داستان‌سرایی برای بقا

«خانه‌گرد» داستان مبارزه مردم بومی آمریکا برای بقا که مقاومت فرهنگی را از طریق داستان‌گویی و یادآوری گذشته به نمایش می‌گذارد. «جو کوتس» یک شخصیت پیچیده در رمان خانه‌گرد فعالانه در برابر ایدئولوژی مسلط مقاومت می‌کند و به دنبال احیای هویت بومی آمریکایی خود است. یکی از راه‌هایی که جو در برابر ایدئولوژی غالب مقاومت می‌کند، به چالش کشیدن سیستم حقوقی است؛ زیرا نتوانسته کسی که به مادرش تجاوز کرده را به عدالت بسپارد. علاوه بر این، جو به عنوان فردی که به دنبال درک میراث فرهنگی خود و ارتباط با ریشه‌های خود است به تصویر کشیده می‌شود. او برای کسب راهنمایی و معرفت به پدربزرگش که یک طبیب سنتی است، مراجعه می‌کند. جو از طریق پدربزرگش به مقدس بودن زمین و اهمیت احترام به جهان طبیعی پی می‌برد.

اردریچ عناصر مختلفی را در حوزه گفتمان‌گونگی^۱ گفتمان «سفید» به خواننده نشان می‌دهد و سعی می‌کند آن‌ها را حول یک دال مرکزی خاص دوباره مفصل‌بندی کند. برای انجام این کار، استراتژی اردریچ استفاده از عناصری از زبان‌ها و فرهنگ‌های بومی است. عناصری مانند طبیعت، ماوراء الطبیعه، جادو و واقعیت در این رمان‌ها ترکیب شده‌اند تا نشان دهند، چگونه حوزه گفتمان‌گونگی دوباره قلمرو منازعه می‌شود. ناناپوش در رمان «خانه‌گرد» ترانه‌هایی از گذشته را به یاد می‌آورد: «ناناپوش آهنگ گاومیش را خواند؛ هرچند که او را به گریه انداخت. قلبش را شکست. او به یاد آورد که وقتی پسر بچه کوچکی بود، بوفالو جهان را پر کرده بود» (Erdrich, 2012: 200). همان‌گونه که جولیا کریستوا می‌گوید: «باید با این فرض شروع کرد که در زبان شاعرانه (هرچند کم‌تر، در هر زبانی) ناهمگونی معنا و دلالت وجود دارد» (Kristeva, 1980: 133). اردریچ از اصطلاحات (کلمات) انگلیسی که سرکوب مردم بومی را طبیعی جلوه می‌دهند، استفاده می‌کند تا

1. Field of discursivity

نسخه‌های متفاوت از واقعیت و طبیعی بودن ارائه دهد. راوی داستان «رد پاه‌ها» و «خانه‌گرد» به شدت بر عناصر باقی‌مانده در فرهنگ بومی کنترل دارد و به خوبی از گسست‌های فرهنگی زبان معیار آگاه است؛ بنابراین او قادر است، نظم موجود را برهم بزند تا فضایی را برای بازتعریف فرهنگی باز کند.

مشابه راهبردهای کلامی رمان «مراسم»، استفاده از زبان نیز می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای شفا و درمان در نظر گرفته شود. وردها و مناجات ممکن است پیوندهای جمعی را تقویت و به حفظ یکپارچگی اجتماعی کمک کنند. ناناپوش از سنت شفاهی اجیبوی، برای درمان و بیان معانی در حوزه‌گفتمان‌گونگی استفاده می‌کند. درواقع، معانی ساخته‌شده در تضاد کامل با معانی غالب هستند. به‌این‌معنا، گرچه پائولین از انگلیسی برای تخریب، تحقیر و تضعیف جامعه خود بهره می‌برد، ناناپوش هر دو زبان را می‌داند و از دال‌های شناور زبان مادری خود برای واسازی دال مرکزی گفتمان هژمون استفاده می‌کند. ناناپوش، با استفاده از زبان مادری خود، می‌تواند آشفتگی فرهنگی و تأثیرات ویرانگر ناشی از گفتمان هژمون سفید را نشان دهد. درضمن او می‌تواند به بازسازی عناصر باقی‌مانده فرهنگ خود کمک کند. از طریق آگاهی از نحوه دستکاری و تثبیت معانی به‌وسیله فرهنگ آنگلو ساکسون می‌توان به قدرت و سلامت عمومی دست یافت. در رمان «ردپاه‌ها» ناناپوش می‌گوید:

گذر روزهایی را دیده‌ام که هرگز نخواهی فهمید. من آخرین شکار بوفالو را هدایت کرده‌ام. من آخرین شلیک خرس را دیده‌ام، آخرین سگ آبی را به دام انداخته‌ام. من معاهده دولت را با صدای بلند خوانده‌ام و از امضای اسناد حل و فصل که جنگل‌ها و دریاچه ما را می‌برد، خودداری کرده‌ام. آخرین سپیدار را که از خودم بزرگتر بود تیشه زده‌ام و آخرین نفر از پیلگارها^۱ را نجات داده‌ام (Erdrich, 2004: 2).

توانایی ناناپوش برای نجات و مبارزه تا حدی ناشی از دانش او به زبان انگلیسی (زبان استعمارگر و مادری‌اش، اوجیبوا) است: «من یک راوی و یک شکارچی بودم که از مغزم به‌عنوان سلاح خود استفاده می‌کردم» (Erdrich, 2004: 118). ناناپوش که مانند سایر اعضای جامعه خود دارد در شبکه‌گفتمان هژمون هضم می‌شود، اهمیت استفاده از زبان را به‌همان‌صورتی که در سخنان مارگارت مشخص است، می‌داند که به پیرمرد می‌گوید: «تا زمانی که صدای تو کار می‌کند، دیگری هم از کار نخواهد افتاد» (Erdrich, 2004: 129). صدای او گویا مملو از دال‌های شناور و عناصر باقی‌مانده

1. Pillager

است و به‌عنوان دارویی قدرتمند استفاده می‌شود. داستان‌ها و آهنگ‌های شفابخش لولو را از خطر قریب الوقوع مرگ نجات می‌دهند: «من ترانه‌های شفابخش خاصی را بلدم، کلماتی که بیمار را به خواب می‌برد و غروب آرامی را در ذهن باعث می‌شوند. [...] سرانجام، آهنگ‌های من بر غم جانکاه غلبه کردند. [...] من از معنا گذشتم» (Erdrich, 2004: 167). در رمان «خانه‌گرد»، بومیان مراسم مذهبی خودشان را دور از چشم سفیدپوستان در خانه‌ای گرد اجرا می‌کنند: «در زمان‌های قدیم بومیان نمی‌توانستند به مناسک دینی خود عمل کنند، در واقع روزهایی نه چندان دور: (قبل از ۱۹۷۸) خانه‌گرد برای مراسم استفاده می‌شد. مردم وانمود می‌کردند، این یک سالن رقص اجتماعی است» (Erdrich, 2012: 68). این یک نمونه قدرتمند از مقاومت در برابر ایدئولوژی غالب در «خانه‌گرد» است که سیستم هژمون را به چالش می‌کشد. افراد به دنبال درک و ارتباط با میراث فرهنگی خود هستند و در برابر فشارهای همسان‌سازی فرهنگ غالب، مقاومت می‌کنند. آن‌ها حتی از کتاب مقدس برای واسازی وقته‌های گفتمان غالب استفاده می‌کنند که نمایانگر دیدگاهی امیدوارانه از مقاومت، انعطاف‌پذیری بومیان آمریکا و یادآوری اهمیت هویت و میراث فرهنگی است.

بدین‌سان، عناصر مفصل‌بندی‌شده، باید واسازی شوند. در رمان «ردپاها»، لولو با شنیدن صداهای بی‌معنی تولیدشده توسط ناناپوش درمان می‌شود. هنگامی که دیگر از زبان سرکوبگر استفاده نمی‌شود و گره‌گاه‌های آن به چالش کشیده می‌شوند، فرهنگ‌های به حاشیه رانده‌شده، عناصر باقی‌مانده را به یاد می‌آورند که می‌توانند به‌عنوان عوامل شفابخش عمل کنند. علاوه‌بر این، صحبت از گذشته و ساختن داستان، مردم بومی را قادر می‌سازد تا فرهنگ خود را حفظ کنند، از خود بیگانگی را کاهش دهند (متوقف کنند) و به زندگی معنوی سالم ادامه دهند. ناناپوش در رمان «ردپاها» سنت شفاهی اوجیبوا را به سنت مکتوب و استاندارد (گفتمان سفید) برتری می‌دهد:

ناناپوش نامی است که هر بار که در یک پرونده دولتی نوشته و ذخیره می‌شود، قدرتش را از دست می‌دهد. من هم مثل یکی از پیلگارها مقاومت می‌کنم، اگرچه به مأمور گفتم که به نوشته‌هایشان به زبان انگلیسی است فکر می‌کنم، می‌توانستم نامم را بنویسم و خیلی بیشتر از آن، من در تالارهای سینت جان تحصیلات مسیحی داشته‌ام، قبل از اینکه به جنگل برگردم و تمام آن را فراموش کنم (Erdrich, 2004: 32-33).

ناناپوش از واژه‌های خاص جامعه و قبیله خود استفاده می‌کند. به‌طور نمونه، او به‌جای آبله یا سرخک از «بیماری خالدار» و نام‌های محلی افراد و مکان‌ها استفاده

می‌کند (Erdrich, 2004: 1). در اینجا، زبان سرکوب انکار می‌شود و دال‌های شناور برای مفصل‌بندی عناصر باقی‌مانده به کار می‌روند. در نتیجه، کنترل‌گفتمان مسلط بر معانی، دلالت‌ها و تعاریف در بحران قرار می‌گیرد. یکی از راهکارهای ایجاد بحران پرسیدن سؤال است: جو کوتس در رمان «خانه‌گرد» می‌گوید «این همان درختی بود که اجداد ما را به آن، دار آویختند. هیچ‌یک از قاتلان هرگز محاکمه نشدند» (Erdrich, 2012: 153). رمان «ردپاها» و «خانه‌گرد» فرهنگ مسلط را به چالش می‌کشند، وقته‌های گفتمان هژمون سفید را به حالت تعلیق درمی‌آورند و عناصری را در گفتمان بومی مفصل‌بندی می‌کنند. استراتژی‌های مقاومت در این رمان‌ها، همان مسیر رمان «مراسم» را دنبال می‌کنند: واسازی گفتمان غالب، ساختن روایت‌ها و مفصل‌بندی دال‌های شناور. در رمان «ردپاها»، ناناپوش که روایت‌ها را از حوزه گفتمان‌گونی خارج می‌کند، می‌خواهد لولو را (می‌توان او را نمادی از کل جامعه آئیشینابه در نظر گرفت)، در مرکز قرار دهد. در نهایت، لولو می‌تواند بین گذشته رهاشده و اکنون ازدست‌رفته، ارتباط برقرار کند.

در سرتاسر این رمان‌ها، تقابل دوتایی^۱ بین دنیای بورژوازی مردم «سفیدپوست» و مردم بومی به حالت تعلیق درآمده است. همان‌طور که قبلاً توسط گفتمان غالب مفصل‌بندی شده است، پائولین شهرهای «سفیدپوستان» را با آرامش و فرهنگ مرتبط می‌داند، درحالی‌که وقتی به آنجا می‌رسد، با ظلم عریان روبرو می‌شود. به این معنا، تقابل دوتایی بین «سفید» متمدن و سرخ‌پوست وحشی به چالش کشیده می‌شود. گرچه گاه‌ها متزلزل می‌شوند و تعاریف جدید در حوزه گفتمانی به سطح می‌آیند. تأکید ناناپوش بر قدرت‌ها و دانش قدیمی برای شناخت خود و جامعه، یک تکنیک کلامی استراتژیک برای براندازی گفتمان غالب است؛ به‌طور مثال، مسیحیت به‌عنوان یک نهاد مشروعیت‌بخش، توسط «سفیدپوستان» برای تزییق طبیعی بودن حقارت و وحشی‌گری مردم بومی استفاده شده است. این یک دال مرکزی است که به‌طور کامل در شبکه تعاریف گفتمان «سفید» مفصل‌بندی شده است. روایت پائولین از رویارویی تخیلی خود با خدای مسیحی به شرح زیر است:

پائولین گفت که من آن چیزی نیستم که تصور می‌کردم... من یک ذره هم سرخ‌پوست نبودم؛ بلکه کاملاً سفید بودم. او خودش موهای تیره داشت، اگرچه چشمانش مانند شیشه بتری آبی بود... من باید بین آن‌ها (بومیان) بروم. شیطانی در زمین بود... اکنون می‌گویم:

«بومیان»، «آنها». ولی هرگز نمی‌گویم «ما». (Erdrich, 2004: 137-138).

هنگامی که خدای مسیحی به پائولین ظاهر می‌شود، چشمانی آبی دارد و «کاملاً سفید» است. خدا در گفتمان «سفیدپوستان» تحت ارادهٔ هژمون گفتمان به‌عنوان یک مرد سفیدپوست متعلق به سفیدپوستان مفصل‌بندی شده است. بدین ترتیب، خدای برساختهٔ مسیحیت با انسداد روبه‌رو و هژمون می‌شود. در چنین شبکهٔ پیچیده‌ای از معانی و نشانه‌ها، گفتمان مسلط حتی مذهب را به نفع فرهنگ «سفید» هژمون کرده است؛ اما آنچه رها و سرکوب شده است، حتی به قول آسیب‌پذیرترین عضو جامعه (پائولین) باز می‌گردد. وقتی ناگفتنی، ذکر می‌شود، هیچ تضمینی وجود ندارد که درون دلالتی که گفتمان مسلط برساخته است، قرار گیرد.

برخلاف پائولین، ناناپوش گفتمان بومی خود را دارد و سایر احتمالات معنا را آشکار می‌کند. ناناپوش وقایعی را روایت می‌کند که پائولین، آن‌ها را نشانه‌های انقراض فرهنگ بومی می‌داند؛ اما استفادهٔ ناناپوش از کلمات، دارای اهمیت بسیار زیادی است؛ به‌عنوان مثال، استفادهٔ او از اصطلاحات و کلماتی مانند «بیماری خالدار» (Erdrich, 2004: 1) و «زوال» (Erdrich, 2004: 2). در مورد دومی، ناناپوش می‌گوید: «بیماری جدیدی همه‌جا را فراگرفت. پدر دیمین جوان آن را زوال می‌نامید» (Erdrich, 2004: 2). کلمهٔ زوال اکنون به‌عنوان بیماری شناخته می‌شود که خانواده‌های بومی را «یک‌به‌یک» از بین برد. یادآوری این نکته ضروری است که استفاده از کلمهٔ زوال به‌جای سل به زوال فرهنگ چیپوا به‌واسطهٔ بیماری (سفید)، از دست دادن زمین و همگون‌سازی اشاره دارد. پائولین معتقد است، نابودی قبایل بومی طبیعی است؛ اما ناناپوش اشاره می‌کند، این پیامد نیروهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سفیدپوستان است؛ بنابراین، اردریچ از طریق ناناپوش، گفتمان هژمون فرهنگ غالب را زیر سؤال می‌برد. برای نمونه، وقتی ناناپوش فریادهای فلور را به مانیتوها (موجودات روحانی اوجیبوا) مرتبط می‌داند:

تا بعدازظهر همان روز دوم بود که سکون به پایان رسید و بعد، گویی مانیتوها در سراسر جنگل از طریق فلور صحبت می‌کردند. من آن‌ها را شناختم... شاید خرس صدای فلور را شنید و پاسخ داد (Erdrich, 2004: 59).

موجودات غیرمادی مانند روح آب، خرس و سایر مانیتوها با کمک ناناپوش در خاطر افراد زنده می‌شوند. مانیتوها از آرشو ذهن خارج می‌شوند و فعالانه بر عرصهٔ اجتماعی- فرهنگی تأثیر می‌گذارند. چنین عناصر شناوری، پتانسیل ایجاد یک سیستم

1. Closure
2. Misshepesu

شبکه‌مانند را دارند که در آن همه عناصر از هم جدا شده (انسان، موجودات غیر مادی و زمین)، به هم متصل شده‌اند و به وحدت می‌رسند. در رمان «خانه‌گرد»، جو کوتس می‌گوید: «بیدار، دراز کشیده بودم و به مکان روی تپه و باد مقدس در علفزار فکر می‌کردم و اینکه چگونه خانه‌گرد مرا فراخوانده بود؛ می‌توانستم بخشی از چیزی بزرگتر را ببینم» (Erdrich, 2012: 232). در رمان «ردپاها»، هویت‌های سنتی و کدهای فرهنگی آئین‌سنا به در شخصیت فلور وجود دارند؛ چراکه او یکی از پیلاگرها (یکی از قبایل سنتی آئین‌سنا) است. به واسطه پیلاگرها است که خدایان آجیووا، زمین و همه موجودات غیرمادی به هم وصل می‌شوند و وحدت می‌یابند؛ بنابراین از طریق شخصیت فلور پیلاگر، همه عناصر باقی‌مانده که فرهنگ «سفید» سرکوب کرده، به سطح می‌آیند. ناناپوش او را «قیف» تاریخ می‌نامد (Erdrich, 2004: 178). صحنه پایانی رمان که بقای لولو را به تصویر می‌کشد، مملو از امید و خوش بینی است. فرهنگ و زبان بومی، مهم‌ترین عامل در بقای جامعه است. تمام فرایند مفصل‌بندی از طریق زبان انجام می‌شود: «زبان به معنا هستی می‌بخشد. همه موانع در برابر زبان تسلیم می‌شوند: فاصله، تاریکی اقیانوس، حتی زمان و خود مرگ به راحتی توسط زبان از میان می‌روند» (Owens, 1992: 3). یادآوری و بازگشت به فرهنگ خود می‌تواند ناگفتنی را آشکار کند و همچنین می‌تواند به فرهنگ‌های خرد کمک کند تا یک ضدگفتمان را برای مقاومت در برابر استیلا مفصل‌بندی کنند. جو کوتس در رمان «خانه‌گرد» می‌گوید:

به والدینم نگاه می‌کردم... به کتاب‌ها نگاه کردم که انگار می‌توانند به ما کمک کنند؛ اما ما از کتاب‌ها عبور کرده بودیم و خودمان را به داستان‌هایی سپردیم که موشوم در خواب تعریف می‌کرد. هیچ نقل قولی در مجموعه پدرم برای جایی که ما بودیم وجود نداشت (Erdrich, 2012: 330-331).

ناناپوش ترانه‌های بومی را با تمام وجود خود می‌داند؛ عاشق داستان‌گویی است و قدرت شفا بخشی قبیله‌ای دارد. به نظر می‌رسد بین آنچه ناناپوش به آن اعتقاد دارد و بقای او، رابطه‌ای دوطرفه وجود دارد. در پایان رمان، ناناپوش تلاش می‌کند لولو را از مدرسه دولتی بیرون بیاورد، او موفق می‌شود و لولو را به فرزندی قبول می‌کند. ناناپوش داستان مادرش را به لولو می‌گوید تا گذشته‌اش را به او یادآوری کند؛ اما حتی برای ناناپوش، راهی برای رها شدن وجود ندارد، او به لولو می‌گوید که «جایی برای

تو وجود نخواهد داشت، هیچ ایمنی حتی در منطقه اختصاصی خودمان وجود نخواهد داشت، هیچ رهایی از اسناد دولتی وجود ندارد» (Erdrich, 2004: 219). واکنش ناناپوش به هژمونی حاکم، استفاده از همان ابزارهایی است که بومیان را سرکوب کرده است. او تلاش می‌کند تا یک بوروکرات شود؛ بنابراین از سیستم حقوقی سفیدپوستان استفاده می‌کند تا ثابت کند که پدر لولو است: «بوروکرات شدن خودم تنها راهی بود که می‌توانستم نامه و گزارش‌ها را مطالعه کنم... از اسناد کلیسا سندی تهیه کردم تا ثابت کنم که پدر تو هستم. کسی که حق داشت بگوید کجا به مدرسه بروی و باید به خانه برگردی» (Erdrich, 2004: 225).

وقتی سرزمینی برای بقا وجود ندارد، داستان‌های گذشته به یک فرهنگ کمک می‌کنند تا زنده بماند: «در طول سال بیماری به اوج رسید، زمانی که من آخرین نفر باقی‌مانده بودم، با داستان‌سرایی خودم را نجات دادم [...] اما من ادامه دادم و بهبود یافتم. با صحبت کردن خوب شدم» (Erdrich, 2004: 46). اردریچ از توانایی صحبت کردن ناناپوش استفاده می‌کند تا به دو خط داستانی اجازه دهد به‌طور موازی حرکت کنند. اول، تاریخچه کوچک برخی از خانواده‌های بومی آمریکاکه در منطقه‌ای در اطراف ماچمانیتوا زندگی می‌کنند؛ دوم، تاریخ کلان‌کیهانی همه آن فرهنگ‌های سرکوب‌شده که در تلاش برای به دست آوردن صدایی هستند: «خانه‌گرد، بدن من خواهد بود؛ میله‌ها، دنده‌های من؛ آتش، قلب من خواهد بود. این بدن مادر شما خواهد بود و باید به آن احترام گذاشت» (Erdrich, 2012: 332).

حافظه جایی است که عناصر باقی‌مانده در آن زندگی می‌کنند: آنجاست که مردگان زنده می‌شوند. فرهنگ مسلط سعی می‌کند، آن‌ها را از هر آنچه دارند: سرزمین، هویت و وحدت خالی کند و به آن‌ها گرسنگی می‌دهد که حافظه را می‌بلعد، «گرسنگی حافظه را می‌دزدد» (Erdrich, 2012: 127-128). به باور ریمنوند ویلیامز «هیچ شیوه تولید و نظم اجتماعی مسلطی و بنابراین هیچ فرهنگی در واقعیت هرگز نمی‌تواند تمام اعمال انسانی، انرژی انسانی و نیت انسانی را در برگیرد» (Williams, 1977: 125). حافظه و داستان‌سرایی کلیدواژه‌هایی هستند که شکافی را در متن باز می‌کنند که در سرتاسر گفتمان «سفید» یک گسست ایجاد می‌کند.

نتیجه‌گیری

درحالی‌که گفتمان مسلط سعی می‌کند نظم اجتماعی هژمون را ثابت نگه دارد، نویسندگان فرهنگ‌های فرودست تلاش می‌کنند، راه‌هایی برای از بین بردن بازنمایی‌های هژمون بیابند. بسیاری از شخصیت‌های بومی آمریکا، همان‌طور که در رمان‌ها نشان داده شده است، هنجارهای مسلط را درونی کرده‌اند. حقارت تحمیل‌شده بر فرهنگ‌های بومی (خرد) از نگاهی بیرونی سرچشمه گرفته است. وقتی افراد سرکوب‌شده در شبکه‌ای از نشانه‌های مفصل‌بندی‌شده گرفتار می‌شوند، فکر می‌کنند که این خط سیر طبیعی جهان است. شخصیت‌هایی که به مکانی برای چنین بازنمایی‌های هژمون تبدیل می‌شوند، وقته‌ها و گره‌گاه‌های گفتمان مسلط را درونی خواهند کرد؛ اما از آنجاکه هژمونی چیزی است که در روبنا ایجاد می‌شود و نشانه‌ها، دارای احتمالات معنایی دیگری هم هستند (دال‌های شناور)؛ ما به‌عنوان خواننده، به‌طور قطع، شاهد شخصیت‌هایی هستیم که سعی می‌کنند ذهن مخاطب را به حوزه گفتمان‌گونگی برده و با سایر احتمالات معنا آشنا کنند. شخصیت‌های دگراندیش (مقاوم)، طبیعی بودن استیلا را زیر سؤال می‌برند. پرسش آن‌ها از نظم اجتماعی رایج دو شکل دارد: بازگشت به آنچه درگذشته مدفون شده و عناصر باقی‌مانده تلقی می‌شوند یا ایجاد عناصر فرهنگی نوظهور (جدید). عناصر یادشده در حوزه گفتمان‌گونگی زندگی می‌کنند و شخصیت‌های مقاوم (دگراندیش) از آن‌ها برای مفصل‌بندی یک ضدگفتمان استفاده می‌کنند.

قصه‌گویی یکی از راهبردهای اصلی است که با آن می‌توان به عناصر باقی‌مانده و نوظهور جان بخشید. شخصیت‌های مقاوم و مطیع، حوادث مشابهی را از منظرهایی متفاوت روایت می‌کنند. آن‌ها از طریق روایات خود، گسست‌هایی در متن ایجاد می‌کنند، خوانندگان مکث می‌کنند، سؤال می‌پرسند و در نتیجه، مشروعیت گفتمان غالب به چالش کشیده می‌شود. پس علی‌رغم ماهیت تأییدی روایت‌های شخصیت‌های مطیع، روایت‌های متضاد شخصیت‌های دگراندیش، خوانندگان را قادر می‌سازند تا شبکه هژمونیک معانی را بازبینی کنند.

براین‌اساس، شخصیت‌های دگراندیش تلاش می‌کنند تا گفتمان هژمونیک را واسازی و صحت و انسداد روایت شخصیت‌های سرکوب‌شده را بررسی کنند. شخصیت‌های سرکوب‌شده که به دنبال همگون‌سازی هستند، نوعی نفرت از خود و از خودبیگانگی را روایت می‌کنند: از یک‌سو خود را فاقد معیارهای گفتمان مسلط می‌دانند و از سوی دیگر، به‌عنوان اعضای اجتماع خود نگریسته نمی‌شوند؛ بنابراین

نفرت از خود اولین و مخرب‌ترین اثر همگون‌سازی است. «اردریچ» و «سیلکو» عناصر باقی‌مانده و نوظهور را برای ایجاد گسست در متون خود به کار می‌برند. در این شکاف‌ها، تخریب گره‌گاه‌ها صورت می‌گیرد و شخصیت‌ها می‌توانند گفتمان غالب را دچار بحران کنند. در نتیجه، معانی جایگزین نمایان می‌شوند و به پایه‌های ثابت و قته‌ها حمله می‌کنند. به علاوه، انسداد دلالت هژمون، قدرت خود را در اختصاص معنای مطلوب به عناصر از دست می‌دهد.

به همین ترتیب، دگراندیشی صرفاً «امتناع جنبه‌ای از سلطه» نیست؛ بلکه مکانیسمی ویرانگر است که هدف آن احیای ضدگفتمان‌ها است.

همان‌طور که در مقدمه تحقیق آمد، رمان‌های مورد بررسی از الگویی خاص برای مقاومت پیروی می‌کنند و همین موضوع نگارنده را بر آن داشت تا استراتژی مقاومت فرهنگی را به تصویر بکشد. پس می‌توان گفت، فرهنگ‌های تحت فشار گفتمان برتر (هژمون)، می‌توانند به‌عنوان اولین گام بر عناصر باقی‌مانده و نوظهور فرهنگ خود چنگ زنند و از آن‌ها برای ایجاد گسست در گفتمان برتر استفاده کنند. در مرحله بعد گره‌گاه‌های گفتمان مسلط نفی می‌شوند و به حالت تعلیق درخواهند آمد. مهم‌ترین پیامد نفی و تعلیق گره‌گاه‌های گفتمان مسلط و اساسی این گره‌گاه‌ها خواهد بود که این خود به‌واسطه آگاهی افراد از سایر احتمالات معنایی در حوزه گفتمان‌گویی می‌باشد. پس‌از آن، افراد شروع به مفصل‌بندی عناصر و برساخت وقفه می‌کنند. در نهایت، این فرایند منجر به برساخت گفتمان ضد هژمون خواهد شد.

Works Cited

- Allen, P. G. (1979). The psychological landscape of ceremony. *American Indian Quarterly*, 5(1), 7-12. Doi:10.2307/1184719.
- Althusser, L. (2004). Ideological state apparatus. In J. Rivkin & M. Ryan (Eds.), *Literary theory: An anthology* (pp. 693-702). Oxford Blackwell Publishers.
- Bird, G. (1993). Towards a decolonization of the mind and text 1: Leslie Marmon Silko's Ceremony. *Wicazo Sa Review*, 9(2), 1-8.
- Bose, B. (2012). Narrative strategies and the politics of representation in Louise Erdrich's Tracks. *Journal of Postcolonial Writing*, 48(3), 267-280. Doi:10.1080/17449855.2012.678709
- Bowers, N., Silet, C. L. P., & Vizenor, G. (1981). An interview with Gerald Vizenor. *Melus*, 12(2), 41-49.
- Erdrich, L. (2004). *Tracks*. USA: Harper Collins Publishers.
- Erdrich, L. (2012). *The Round House*. USA: Harper Collins Publishers.
- Evers, L. (1985). Words and place. In A. Wiget (Ed.), *Critical essays on Native American literature*. Boston: GK Hall3-17 ..
- Garcia, R. (1983). Senses of place in Ceremony. *MELUS*, 10(4), 5-11.
- Gilderhus, N. (1994). The art of storytelling in Leslie Marmon Silko's 'Ceremony'. *The English Journal*, 83(2), 70-74.
- Greenblatt, S. (2010). *Cultural mobility: A manifesto*. UK: Cambridge University Press.
- Hobbs, M. (1994). Living in-between: Tayo as radical reader in Leslie Marmon Silko's "Ceremony". *Western American Literature*, 28(4), 301-312.
- Jorgenson, M., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. CA: SAGE Publications Ltd.
- Kristeva, J. (1980). *Desire in language: A semiotic approach to literature and art*. USA: Columbia UP.
- Laclau, E., & Mouffee (2001). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. London: Verso.
- Mishra, J. (2013). Resisting colonialism: Strategies of subversion in Leslie Marmon Silko's Ceremony. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 39(1), 157-165.
- Naithani, S. (2010). *The story-time of the British Empire: Colonial and postcolonia folkloristics* (1st Ed.). USA: University Press of Mississippi.
- Rand, N.R. (1995). Surviving what haunts you: The art of invisibility in Ceremony, The Ghost Writer and Beloved. *MELUS*, 20(3), 21-32
- Ortiz, S.J. (2010). Towards a national Indian literature: Cultural authenticity in nationalism. In H. Bloom et al. (Eds.), *Exploration and colonization* (pp7-15) Infobase Publishing.

- Owens, L. (1992). *Other destinies: Understanding the American Indian novel*. US: University of Oklahoma Press.
- Ritskes, Sium, A. & Eric. (2013). Speaking truth to power: Indigenous storytelling as an act of living resistance. *Decolonization: Indigeneity, Education and Society*, 2(1), I-X
- Satterlee, M. (2006). Landscape imagery and memory in the narrative of trauma: A closer look at Leslie Marmon Silko's "Ceremony". *Interdisciplinary Studies in Literature and Environment*, 13(2), 73-92
- Sellers, S.A. (2012). Resistance, reclamation, and redefinition in contemporary Native American women's writing. *American Indian Quarterly*, 36(3), 355-378
- Silko, L.M. (1977). *Ceremony*. USA: Penguin Books.
- Silko, L.M. (1991). *Almanac of the dead*. USA: Simon and Schuster.
- Sinfield, A. (1992). *Faultlines: Cultural materialism and the politics of dissidence reading*. USA: University of California Press.
- Teuton, S.K. (2008). *Red land, Red Power: Grounding knowledge in the American Indian novel*. USA: Duke University Press.
- Vizenor, G. (2009). *Native liberty: Natural reason and cultural survivance*. New York and London: University of Nebraska Press.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. London: Oxford.

A Study on Representation of the Sacred in Fiction Film According to Traditionalists

Mohammad Bagher Sanieimaneh, PHD student of Philosophy OF Art, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran. Email: Hmdsaniei@gmail.com

Masoud Naghashzade, Assistant Professor, TV Production Department, IRIB University, Tehran, Iran (Corresponding Author). Email: Naghasham@gmail.com

Maryam Bakhtiarian, Assistant Professor, Department of Philosophy, Faculty of Law, Theology and Political Sciences, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Email: Maryam.bakhtiarian@yahoo.com

Abstract

The Sacred is defined in the tradition world, and examining its representation in narrative cinema as a modern phenomenon is a significant issue. Traditionalists believe that sacred matters can take on a form of art known as sacred art; however, they lack a clear and comprehensive perspective regarding its representation in cinema as a modern phenomenon, with which they are in conflict. The importance of this research lies in finding a mode of representing sacred matters in cinema based on the views of traditionalists. Therefore, the aim of this research is to explore and elucidate how sacred matters are represented in cinema from the perspective of traditionalism. This research employs qualitative and library-based research methods to investigate and examine the views of traditionalists on this matter. To achieve this, the foundational concepts of traditionalist thought related to this research, such as the concepts of tradition, sacred matters, and sacred art, as well as the allegorical style as a style close to sacred art in cinema, have been explicated. The findings of this research indicate that, just as traditionalists seek sacred art in a specific form characterized by qualities and characteristics corresponding to the divine world, these features can be found in the allegorical style. The allegorical style, in terms of representing sacred matters, functions similarly to sacred art, using specific elements to portray sacred matters. Thus, the use of the allegorical style in representing sacred matters in cinema, based on the views of traditionalists, holds promise and borders on something called sacred cinema. In the current research, 6 films, The Emigrant, Faraway so Close, The Song of Sparrows, The Foothold, A Piece of Bread, and Paradise, have been examined, and the results indicate the function of transcendental style in the representation of the sacred.

Keywords

Fiction Film, Spirituality, The Sacred, Sacred Art, Traditionalism, Transcendental Style

واکاوی شیوه بازنمایی امر قدسی در سینمای داستانی بر اساس آرای سنت گرایان

محمدباقر صنیعی منش^۱، مسعود نقاش زاده^۲، مریم بختیاریان^۳

چکیده

امر قدسی در جهان مفهومی سنت‌گرایی سنت تعریف می‌شود و مطالعه بازنمایی آن در سینمای داستانی به عنوان یک پدیده مدرن، مسئله‌ای مهم است؛ زیرا سنت‌گرایان بر این باورند که امر قدسی در هنر قدسی می‌تواند نمود یابد؛ اما در خصوص بازنمایی آن در سینما به عنوان یک پدیده مدرن که با آرای آنان در تعارض است، دیدگاه روشن و مبسوطی ندارند؛ بنابراین هدف این پژوهش، واکاوی امکان و نحوه بازنمایی امر قدسی در سینما از منظر سنت‌گرایی است. این جستار با رویکرد کیفی، به شیوه توصیفی تحلیلی و روش کتابخانه‌ای اسنادی به این مسئله پرداخته است. برای این منظور، مبانی فکری سنت‌گرایی مانند مفاهیم سنت، امر قدسی و هنر قدسی و نیز سبک استعلایی در سینما به عنوان سبکی نزدیک به هنر قدسی تبیین شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، همانگونه که سنت‌گرایان هنر قدسی را در شکل و سبکی خاص جستجو می‌کنند که دارای کیفیات و خصوصیات معنوی و متعالی متناظر با جهان الوهی و متعالی است، می‌توان همین ویژگی را در سبک استعلایی در سینما به نحوی که در بازنمایی امر قدسی کارکرد داشته باشد، ردیابی کرد. سبک استعلایی در سینما، از منظر بازنمایی امر قدسی، کارکردی شبیه هنر قدسی دارد که با استفاده از عناصر خاصی که در هنر بدوی نیز وجود دارد، می‌تواند امر مقدس را بازنمایی کند. به این ترتیب، به واسطه استخدام سبک استعلایی یا ویژگی‌های عمده آن، می‌توان به بازنمایی امر قدسی در سینما، بر پایه مفاهیم مورد توجه سنت‌گرایان، امیدوار بود. در پژوهش حاضر ۶ فیلم مهاجر، خیلی دور خیلی نزدیک، آواز گنجشک‌ها، قدمگاه، یک تکه نان و به رنگ خدا مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج آن دال بر کارکرد سبک استعلایی در بازنمایی امر قدسی است.

واژگان کلیدی

امر قدسی، سبک استعلایی، سنت‌گرایی، سینمای داستانی، معنویت، هنر قدسی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۱۷

۱. دانشجوی دکتری فلسفه هنر علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

۲. استادیار گروه تلویزیون دانشگاه صداوسیما (نویسنده مسئول).

۳. استادیار گروه فلسفه دانشگاه علوم و تحقیقات آزاد اسلامی.

Hmdsaniei@gmail.com

Naghsham@gmail.com

Maryam.bakhtiarian@yahoo.com

مقدمه

مطالعه تاریخی سینما از منظر رویکرد معنایی فیلم‌ها نشان می‌دهد، در میان فیلم‌های تاریخ سینما، آثاری به چشم می‌خورند که در تلاش‌اند تا مفاهیم معنوی، دینی و الهی را به نمایش درآورند. این فیلم‌ها از رویکرد، روایت، سبک و شکلی تبعیت می‌کنند که در آن جهت‌گیری معنوی و متعالی در همه ابعاد مضمون، شکل و اجرا دیده می‌شود. در این فیلم‌ها، مانند هنرهای مقدس و سنتی، مضمون و هدف نهایی اثر هنری چیزی فراتر از هنر بشری است و نوعی مضامین متعالی و الوهی برای مخاطب جلوه‌گر می‌شود (دیوتش، ۱۳۸۱) در واقع، هدف این فیلم‌ها در نهایت بیان مفهومی معنوی و مقدس است. مفهومی که فراتر از امر مادی است و انسان را در جهان متافیزیکی رها نمی‌کند بلکه به سوی الهی و آسمانی شدن می‌کشاند.

گروهی از متفکرین به نام سنت‌گرایان^۱ این مفهوم را امر قدسی^۲ می‌نامند و ریشه آن را در عالم ملکوت الهی می‌دانند که انسان را به سوی خود دعوت می‌کند. این دعوت و کشش منجر به برانگیختگی روحی در انسان می‌شود و او را به تعبیری مقدس یا متعالی می‌کند. چیزی که دارای جاذبه اما در عین حال دارای ابهت و شکوه بی‌مثال است (اوتو به نقل از علمی، ۱۳۷۷: ۸۹)؛ اما سؤال این است که آیا این رویکرد با این خصوصیات و ویژگی‌ها، در سینمای داستانی به عنوان شکل رایج سینما، آیا امکان بازنمایی دارد و اگر ممکن است، چگونه بازنمایی می‌شود و نظر سنت‌گرایان در این خصوص چیست.

سنت‌گرایان در خصوص سینما و ارتباط آن با امر قدسی آرای روشن و مشروحی ندارند. از این رو تبیین و واکاوی امکان و شیوه بازنمایی امر قدسی در سینما بر اساس آرا و دیدگاه آنان - خصوصاً به دلیل تعارضی که با زیست معنایی جهان مدرن دارند و سینما نیز یکی از مصادیق بارز آن محسوب است - کمتر مورد توجه و پژوهش قرار گرفته و به همین دلیل اهمیت و تازگی دارد. بررسی و تحلیل این مسئله، می‌تواند گامی نو در حوزه بین‌رشته‌ای سینما، فلسفه و دین باشد و به رفع ابهام موجود در این زمینه کمک کند.

به‌طور کلی و اجمالی، سنت‌گرایان امر قدسی را در سبک خاصی به نام هنر قدسی قابل اجرا می‌دانند که ریشه در سنت دارد و اصولاً خالقان آن شخصیت‌های مقدس دینی مانند انبیا هستند (نصر، ۱۳۸۸: ۲۰۹). خصوصاً آنکه سنت‌گرایان هنر حقیقی و مطلوب را هنرهای سنتی می‌دانند و ضمن آنکه از اعراض مدرنیته از سنت

1. Traditionalism

2. The Sacred

خبر می‌دهند، هنرهای مدرن را نفسانی و بی‌نسبت با امر قدسی و الوهیت می‌دانند (جهانبگلو، ۱۳۸۹: ۴۸)؛ اما برخی نظریه‌پردازان سینما، سبکی معنوی تحت عنوان سبک استعلایی^۱ در سینما را تشریح و توصیف کرده‌اند که در بیان امر متعالی در سینما کارکرد دارد و در عین حال برخی فیلمسازان صاحب‌نام، در این سبک آثاری ساخته‌اند که در بازنمایی امر مقدس مورد توجه و به زعم برخی صاحب‌نظران موفق بوده است. از این رو، باید اندیشید که آیا این سبک سینمایی می‌تواند در سینما کاری را انجام دهد که هنر قدسی در هنرهای سنتی انجام می‌دهد و امر مقدس را در فیلم بازنمایی کند؟ در این صورت، ویژگی‌ها و شیوه بازنمایی در این سبک چگونه است؟

حوزه مورد پژوهش در این تحقیق سینمای داستانی انتخاب شده است که نسبت به سینمای مستند، از حیث خلق و کاربست تمهیدات هنری در چارچوب‌های فرم، کاملاً آزاد است؛ بنابراین هدف این جستار، شناخت امکان و نحوه بازنمایی امر قدسی در سینمای داستانی و بررسی نسبت میان هنر قدسی و سبک استعلایی در سینماست.

پیشینه پژوهش

در باب بازنمایی امر قدسی در سینما، مهم‌ترین پژوهشی که این موضوع را به مثابه یک سبک مستقل و به صورت تحلیلی مورد مطالعه قرار داده، کتاب «سبک استعلایی در سینما»^۲ نوشته پل شریدر است. شریدر در این کتاب، سبک و مفهوم امر متعالی و مقدس و نحوه نمایش آن در سینما را تعریف و تبیین می‌کند؛ اما او به تبیین دیدگاه سنت‌گرایان درباره هنر و اندیشه آنان درباره هنر مقدس (هنری که امر قدسی در آن حضور دارد) نمی‌پردازد و اساساً مبنای نظری آنان را در پژوهش خود جست‌وجو نمی‌کند؛ بنابراین برای واکاوی بازنمایی امر قدسی در هنر باید به سراغ آثار مرتبط با سنت‌گرایان رفت تا اندیشه آنان را در باب هنر فهمید. در این زمینه اصلی‌ترین کتاب، «هنر و معنویت» نوشته سید حسین نصر (۱۳۸۹ نصر) است که مجموعه مقالات و سخنرانی‌های او است که هنر مطلوب و مورد نظر سنت‌گرایی را به تفصیل شرح و توضیح داده است؛ اما در خصوص دیدگاه سنت‌گرایان درباره بازنمایی امر قدسی در سینما، مطالعه‌ی مستقل و مشخصی وجود ندارد و تنها می‌توان از طریق بررسی دیدگاه آنان در خصوص ارتباط معنویت و هنر، به فهم کیفیت و چگونگی انتقال مفاهیم متعالی در قالب هنر رسید.

1. Transcendental

2. Transcendental Style in Cinema

اما فارغ از دیدگاه سنت گرایان، کتب و مقالات دیگری نیز وجود دارند که به تبیین و توضیح اشکال بازنمایی امر قدسی و متعالی در هنر و سینما پرداخته است که برخی از مهم‌ترین آن‌ها از این قرار است:

«معنویت در فیلم»^۱ نوشته رابرت جانستن که در آن با تبیین اهمیت وجوه معنوی در فیلم، فیلم‌هایی که امر متعالی را در سینما بازنمایی می‌کنند، دسته‌بندی و آن‌ها را به دو وضعیت امر متعالی قدسی و امر متعالی بشری تقسیم می‌کند اما شیوه این بازنمایی را مورد مطالعه قرار نمی‌دهد. البته او پیش‌تر از آن به بررسی کلیاتی درباره رابطه میان سینما و دین، مذهب و معنویت پرداخته از ویژگی‌های منحصر به فرد سینما و اثرگذاری آن در جامعه و فرهنگ سخن می‌گوید.

کتاب «نمایش امر قدسی در سینما» که در واقع رساله دکتری علی اصغر غلامرضایی است، با هدف بررسی چهره و نمایش شخصیت‌های مقدس مانند انبیا در سینمای جهان، به بررسی شکل بازنمایی مفاهیمی مانند امر قدسی و دین در سینما پرداخته است و سپس به نقد و بررسی وجوه تصویر شده حضرت مسیح (ع) در سینما پرداخته است. توجه به امر واقع و انکشاف معنویت از درون واقعیت و از خلال آن، چیزی است که کتاب «نمایش امر قدسی در سینما» مانند پژوهش حاضر به آن توجه دارد.

مقاله «فیلم به مثابه تجلی امر قدسی»^۲ نوشته مایکل برد یکی از مقالات مهمی است که به بررسی فیلم به عنوان یک مقوله فرهنگی پرداخته که مفاهیم مقدس و معنوی فراسوی زندگی عادی و زیست مادی انسان را نشان می‌دهد و این قابلیت را دارد که محلی برای ظهور امر قدسی باشد. نویسنده بر آن است که ما با نوعی از واقع‌گرایی با نام واقع‌گرایی معنوی روبرو هستیم که در آن واقعیت به واسطه خودش متعالی می‌شود.

همچنین «بررسی ابعاد و قابلیت‌های سبک استعلایی در فیلم جستار» عنوان مقاله‌ای است که پیرامون بررسی سبک استعلایی به تحلیل‌ها و نکات دیگری درباره سبک مورد نظر شریدر برای بازنمایی امر قدسی پرداخته است و توسط فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری به چاپ رسیده است.

مقاله «مطالعه‌ای انتقادی بر کتاب سبک استعلایی در سینما، اوزو، برسون، درایر» نیز با بازخوانی و نقد کتاب شریدر و همچنین نگاهی به مقدمه جدید او بر کتابش، پیرامون کارکرد سبک استعلایی، تحلیل‌هایی ارائه کرده است و توسط پژوهش‌نامه

1. Reel Spirituality

2. Film as Hierophany

انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی به چاپ رسیده است. به‌طور مشخص، هیچ‌یک از آثار فوق به بررسی مسئله بازنمایی امر قدسی در سینما از منظر سنت‌گرایان نمی‌پردازد؛ اما این پژوهش، مبانی نظری بررسی خود را بر اساس آرای سنت‌گرایی قرار داده است.

روش پژوهش

ماهیت داده‌ها در این تحقیق کیفی است و روش مورد استفاده برای مطالعه موضوع، توصیفی تحلیلی و شیوه گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای و اسنادی است. در گام نخست مبانی نظری سنت‌گرایان در خصوص تبیین مفهوم امر قدسی معرفی و سپس شیوه بازنمایی و تجلی امر قدسی در هنر قدسی از نظر آن‌ها بیان می‌شود. سپس به شیوه‌های رایج بازنمایی امر قدسی اشاره می‌شود و بعدازآن به رابطه و نسبت میان شیوه‌های مورد اشاره با هنر قدسی پرداخته می‌شود. بعدازاین با تحلیل چند فیلم به‌عنوان نمونه و مصداق، یافته‌های خود را در زمینه بازنمایی امر قدسی در سینما بیان می‌کنیم که به پاسخ عینی‌تری برای پرسش مقاله برسیم. درنهایت با بررسی ویژگی‌های سبک استعلایی و نسبت آن با هنر قدسی به این مسئله می‌پردازیم که آیا این سبک می‌تواند در سینما مانند هنر قدسی، امر قدسی را بازنمایی کند.

مبانی نظری پژوهش

سنت‌گرایی نحل‌های فکری است که در قرن بیستم در جهان ظهور کرد و با طرح نظامی فکری که درصدد بازگرداندن مبانی معرفت و تفکر انسان به جایگاه معنوی و حقیقی ابتدایی او و احیای سنتی که توسط بشر مدرن به فراموشی سپرده‌شده، به تبیین آرا و نظرات خود پرداخت. (مازیار، ۱۳۹۱: ۸) به تعبیر نصر، سنت‌گرایان کسانی هستند که «همگی سعی می‌کنند در جهانی که تسلیم مادیات شده است، پیام جاودان حکمت و عرفان را با اتکا بر ادیان زنده مشرق‌زمین احیا کنند.» (نصر، ۱۳۸۴: ۳۱۹). مهم‌ترین مفاهیم سنت‌گرایی عبارت‌اند از: سنت، حکمت خالده، امر قدسی، معرفت قدسی، وحدت متعالی ادیان، نقد تمدن غرب و مدرنیته، هنر سنتی و هنر قدسی. نزد سنت‌گرایان، امر قدسی در هنر می‌تواند نمودی داشته باشد که به آن هنر قدسی می‌گویند که هنر حقیقی است و شکل و سبکی متمایز از دیگر اقسام هنر، خصوصاً هنر مدرن دارد (عباسی، ۱۳۸۹: ۲۸). در این‌گونه هنر، سبک اثر هنری متکی

و برآمده از مضامین متعالی و مقدس است که از عالم ملکوتی نزول اجلال کرده و در قالب اشکال، نمادها و صورتی که دیده می‌شود، بیان شده است. سنت‌گرایان با مدرنیته و مظاهر آن مانند سینما نیز در تعارضند و در نقد خود بر مدرنیته، هنر متجدد و مدرن را خالی از ساحت معنوی و مقدس می‌دانند (Coomaraswamy, 2004: 153)؛ اما دیدگاه آنان درباره ماهیت هنر و نمود امر قدسی نشان می‌دهد که ویژگی‌ها و عناصری در اجرا و شکل اثر هنری وجود دارد که ناظر بر اصول معنوی و متعالی جهان است که ریشه در دین و سنت‌ها دارد. (جهانپنگلو، ۱۳۸۹: ۴۸) از این رو، با تکیه بر دیدگاه آنان درباره هنر قدسی، باید به بررسی امکان، شکل و سبک بازنمایی امر قدسی در سینما پرداخت. منظور از بازنمایی، مفهومی است که ریشه در اندیشه زیبایی‌شناسی در یونان باستان دارد و معنای آن نحوه حکایت‌گری عالم واقع است. چیزی که در جهان خارج، توسط انسان احساس و درک شده و حالا به وسیله ابزار هنری از قبیل تصویر، کلمات یا صوت و صدا و... بازآفرینی می‌شود. (الیاسی، ۱۳۸۲: ۸۸) اما پیش از تشریح بنیان‌های نظری، لازم است به تعریف مهم‌ترین مفاهیم سنت‌گرایی که برای فهم مسئله و نتیجه این پژوهش ضروری است، بپردازیم.

- سنت

واژه Tradition (= سنت)، گرفته شده از واژه لاتینی Traditio به معنای واگذاری است. در سنت مسیحی، این اصطلاح برای نام‌گذاری مجموعه تعالیمی که به واسطه کلیسا منتقل می‌شود، به کار رفته است. این اصطلاح عموماً به معنای امری ایستا است که تحت فشار ابداع و نوآوری، از گذشته بر جای مانده است؛ ولی در نهایت به معنای روند واگذاری یا انتقال به کار می‌رود. (اصلان به نقل از عطوفی کاشانی ۱۳۸۹: ۱۴۸) بنابراین در سنت‌گرایی به باور گنون، تعالیم و آداب و رسوم می‌که مبدأ و ریشه الهی دارد و سینه به سینه از نسلی به نسل دیگر منتقل شده است (خندق آبادی، ۱۳۸۰: ۱۹۵). او به صورت روشنی از منبع الهی سنت و ارسال آن توسط پیامبران سخن می‌گوید: «حقایق یا اصولی دارای منشأیی الهی است که از راه شخصیت‌های مختلفی، معروف به رسولان، اوتاره‌ها، لوگوس یا دیگر عوامل انتقال، برای ابنای بشر آشکار شده است» (نصر، ۱۳۸۵: ۵۸).

سنت در معنای کامل، هم شامل مبدأ آن یعنی دین و همین‌طور اصول و حقایقی است که از طریق وحی ارسال شده است. «سنت، آن حقیقت واحدی است که قلب و سرچشمه تمام حقایق است» (نصر، ۱۳۸۵: ۶۴). به باور شوان سنت برای افرادی که انگیزش‌های عرفانی فردی دارند، می‌تواند بستر و چارچوب مطمئنی را فراهم کند تا

منجر به ایجاد پیامدهای نامعقول در سطح جامعه نشوند (شوان، ۱۳۶۳: ۲۰۳)؛ بنابراین باید گفت که منبع الهی و وحیانی، سرچشمه و آغازگر سنت است و این وضعیت الهی با برکتی وصف‌ناپذیر در آن جریان دارد (یوسفی فر، ۱۳۸۲: ۱۲-۱۳).

– حکمت خالده

حکمت خالده از مهم‌ترین مؤلفه‌ها و مفاهیم سنت‌گرایی است و نمی‌توان آن را از سنت تفکیک کرد. سنت‌گرایان باور دارند که انسان همواره دارای علمی ازلی بوده که به واسطه آن مبادی جهان را شناخته است که از آن به علم حقیقت یاد می‌کنند. «صدرالدین شیرازی معرفت حقیقی را عین حکمتی ازلی دانست که از آغاز تاریخ بشر موجود بوده است (نصر، ۱۳۸۵: ۱۶۳).

سنت‌گرایان فلسفه جدید را بی‌نسبت با حکمت خالده می‌دانند؛ زیرا حکمت خالده مانند «فلسفه ساخته و پرداخته ذهن بشر نیست حال آن که فلسفه جدید غالباً از این سنخ است» (شوان، ۱۳۸۳: ۲۲۳) علم حقیقی در حکمت‌هایی چون حکمت متعالیه یا فلسفه اشراقی نیز ظهور دارد اما خود این فلسفه‌ها همان فلسفه جاویدان نیستند بلکه در آن‌ها تجلی دارند (old meadow, 2000: 151)

حکمت خالده علم «اصول هستی‌شناسی و تغییرناپذیر است. همان‌گونه که این اصول ثابت است و به خاطر کلیت و خطاناپذیری‌اش است که ما آن را به همین نام می‌نامیم» (بینای مطلق به نقل از عباسی ۱۳۸۹: ۱۵۱)، بنابراین می‌توان حکمت خالده را علم هستی‌شناسی دانست که از طریق آن انسان به حقیقت الحقایق معرفت پیدا می‌کند. (عالیخانی به نقل از یوسفی فر ۱۳۸۱: ۸۳)

– امر قدسی

سرچشمه آنچه را «سنت» نامیده می‌شود، باید در «امر قدسی» یافت که خود حقیقتی است ماندگار. اوتو ذات و موضوع دین را امر قدسی می‌داند که دارای اوصافی چون هیبت، رازآلودگی و جاذبه است (اوتو به نقل از علمی، ۱۳۷۷: ۹۴)؛ بنابراین، سنت‌گرایان، امر قدسی را در ادیان متجلی می‌دانند. آنان امر قدسی را «حقیقتی که در اسلام، با شهادت به وحدانیت خدا، در اوپانیشادها، با عنوان «نه این نه آن» در تائوئیسم با «حقیقت بی‌نام» و در عهد عتیق، با عنوان «من آنم که هستم»، بیان شده است» می‌دانند (نصر، ۱۳۸۴: ۳۱)، حتی «سنت حضور ذات قدسی را به درون همه عالم گسترش می‌دهد و تمدنی می‌آفریند که درک ذات قدسی حضوری فراگیر

در آن دارد» (قائمی نیک، ۱۳۹۱: ۱۶۹) در بسیاری از موارد سنت‌گرایان حتی به‌جای امر قدسی از ذات قدسی استفاده می‌کنند تا مفهوم رساتر و ملموس‌تری داشته باشد که از این منظر می‌توان این شیوه تبیین را وجودشناسی امر قدسی تلقی کرد «پیوند ذات قدسی با سنت چنان است که نصر می‌گوید امر قدسی، سرچشمه سنت است» (اطه‌ری و منشادی، ۱۳۹۱: ۳۱). امر قدسی می‌تواند در نشانه‌ها و مظاهری تجلیات دارد. «شی قدسی، شیئی است که دربردارنده نشان ذات سرمدی و لایتغیر در آن واقعیت مادی است» (اطه‌ری و منشادی، ۱۳۹۱: ۳۳). در این حالت «آنچه انسان را به عالم روحانی بازمی‌گرداند نیز نشان از تقدس دارد، بنابراین، امر قدسی از تجلی اعجازگونه امر روحانی در امر مادی حکایت می‌کند؛ طنینی غیبی است که انسان خاکی را به منشأ الهی خود متذکر می‌سازد» (نصر، ۱۳۸۰: ۱۳۳)؛ بنابراین اگر هنری بتواند امر قدسی را بازنمایی کند، مقدس است و نسبت به دیگر اشکال هنر جایگاه متعالی دارد.

- هنر قدسی

سنت‌گرایان با تمسک به انواع هنر کهن و سنتی در اقوام و ادیان شرقی، نشانه‌های تمدن سنتی را در آن‌ها اشاره می‌کنند و از این نظر هنر سنتی را مکمل تمدن بشریت می‌دانند (نصر، ۱۳۸۹: ۸۸). از این رو هنر بدوی که در عالم سنت زیست کرده است و یکی از مصادیق هنر سنتی است، دارای نشانه‌ها و ویژگی‌های مشترکی با هنر سنتی است. از مشخصه‌های کلی هنر بدوی می‌توان به‌نوعی تجرید و فاصله از طبیعت و جهان مادی اشاره کرد؛ تلاشی که برای رسیدن به الوهیت و معنویت و برآورده کردن نیازهای معنوی که در فرهنگ و هنر سنتی و بدوی قابل مشاهده است.

سنت‌گرایان، هنر حقیقی را هنر سنتی و قدسی می‌دانند. روش هنر سنتی پیروی از قواعد طبیعت هنر است. در این‌گونه از هنر الهام روحانی با نبوغ قومی مطابق با قواعد طبیعت هنر آمیخته شده است (عباسی، ۱۳۸۹: ۲۸). در واقع سنت‌گرایان هنری که در پی تقلید از الگوی آفرینش یعنی تقلید از خلاقیت الهی باشد را هنر مقدس می‌دانند (نصر، ۱۳۸۸: ۲۱۳). سنت‌گرایان هنر قدسی را هنری می‌دانند که در پی بیان یک حقیقت معنوی و برای همین به سمت نوعی رمز و راز و جنبه‌های تمثیلی می‌رود. چیزی که در نهایت در پی نوعی مشاهده عرفانی است (شوان، ۱۳۷۶: ۹۷). این نمادها و نشانه‌ها در هنر سنتی جایگاه بسیار ویژه‌ای دارند زیرا سرچشمه آنان ذهنیات و درونیات شخصی هنرمند نیست بلکه عالم معنوی و ملکوتی است که در

قلب نشانه‌های هنری نقش بسته است (نصر، ۱۳۸۵: ۳۳۵)؛ بنابراین جنبه‌های حسی هنری و زیبایی‌شناسانه هنر در نظر آنان امری فرعی قلمداد می‌شود و همه زیبایی آن ناظر بر جنبه‌های باطنی آن است. (Guenon, 2001: 3-5)

در نگاه سنت‌گرایی هنر چیزی جز صورت نیست و هر هنری که صورت آن با موضوع و محتوای متعالی‌اش مغایر باشد هنر مقدس خوانده نمی‌شود (Schuon, 1993: 61). بنابراین اگرچه در نگاه سنت‌گرایی ظاهر اثر هنری امری فرعی است، اما از نظر هنری در درجه اول این صورت است که اهمیت دارد و هنری که با موضوع دینی‌اش، مقدس خوانده شود از نگاه آنان مردود است.

در هنر قدسی شاهد این هستیم که انتقال مضامین معنوی و دینی به صورت مستقیم ایجاد می‌شود، این در حالی است که در هنر سنتی این انتقال با واسطه صورت می‌گیرد. «هنر مقدس بنا به نظر آفرینندگانش و کسانی که با آن زندگی می‌کنند، ریشه در خود خدا دارد و یا با فرشته‌ای یا کسی همچون حضرت علی (ع) و مانند او همراه است؛ درحالی‌که هنر دینی سرچشمه‌ای منحصراً انسانی دارد» (جهانبگلو، ۱۳۸۹: ۳۴۸). نصر در خصوص ویژگی‌های هنر قدسی و تفاوتش با هنر سنتی با مثال‌هایی این نگاه را شفاف می‌کند. او هنر تذهیب قرآن کریم را نمونه‌ای از هنر قدسی معرفی می‌کند که در آن اصول و حیاتی بی‌واسطه به مخاطب بیان می‌شود اما خود هنر خوشنویسی را یک هنر سنتی قلمداد می‌کند. او معماری ایرانی را یک معماری سنتی می‌داند اما معماری مسجدی مانند مسجد شیخ لطف الله را یک نمونه از هنر قدسی می‌داند (نصر ۱۳۸۰: ۵۱) و (پریشان، ۱۳۹۱: ۱۱۰).

بنابراین منشأ و مبدأ هنر قدسی در نگاه سنت‌گرایان و حیانی و اثری که آن را بتوان هنر قدسی نامید بازتابی مستقیم از وحی و عالم ملکوت است و میان این دو رابطه علی برقرار است و اگر این رابطه بلافصل برقرار نبود این هنر از عهده این وظیفه معنوی برنمی‌آمد (نصر، ۱۳۷۵: ۱۰). جاکیوس ماریتن سنت‌گرای کاتولیکی، نیز به همین وجهه فرابشری بودن هنر مقدس اشاره می‌کند و می‌گوید که «در صورتی که هنر مقدس در برابر چشمان ما می‌نهد امری فراتر از آنچه در هنر بشری است بر ما جلوه‌گر می‌شود. خود حقیقت الوهی در اثر هنر مقدس برای مخاطب جلوه‌گر می‌شود.» (دیوتش، ۱۳۸۱: ۴۹). این گفته ماریتن به خوبی ماهیت هنر قدسی را نشان می‌دهد: نشان دادن امری فراتر و متعالی در نسبت با هنر رایج بشری. او در واقع میان هنر الوهی و بشری تفاوت قائل شده و هنر قدسی را هنر الهی می‌داند (بورکهارت، ۱۳۷۶: ۷). ماریتن هنر قدسی را متأثر از هنر بدوی می‌داند چنانکه در مورد هنر سنتی

نیز اینگونه بود «هنر قدسی، غالباً با تکنیک های بدوی، دو بعدی بودن تصویر، مقابل نگری، خطوط انتزاعی و شخصیت های متعالی است که درصدد بیان مفاهیم قدسی بر می آید» (ماریتن به نقل از نوروزی، ۱۳۹۷: وبسایت حوزه هنری قم) در حقیقت توجه به امر قدسی و الوهیت به عنوان مفاهیم معنوی و مجرد که در حالت سکون اند باعث شده تا هنر بدوی، سنتی و قدسی نیز دارای سکون و خالی از حرکت باشد و این به عنوان یکی از ویژگی های بارز آن‌ها لحاظ شود.



نمودار ۰۱. ویژگی های هنر قدسی

– سبک استعلایی در سینما

در میان سبک های سینمایی، نزدیک ترین و رایج ترین سبکی که برای بیان مفاهیم معنوی و متعالی مطرح است، سبک استعلایی است. سبک استعلایی در سینما را به طور مشخص، پل شریدر فیلمنامه نویس و کارگردان سینما مطرح کرد. شریدر معتقد بود که در سینما سبکی را می توان مشاهده کرد که توسط برخی کارگردانان سینما مورد استفاده قرار گرفته است و حتی با وجود فرهنگ های گوناگون از خصیصه ها و ویژگی های مشترکی برای نمایش و بیان امر متعال برخوردار است. او کارگردانی چون برسون، اوزو و درایر را نام می برد (شریدر، ۱۳۸۳: ۷). سبک استعلایی در بیان و نمایش امور معنوی می کوشد «بشر را تا آنجا که از عهده کلمات و تصاویر و مفاهیم برمی آید به امور توضیح ناپذیر و نادیدنی و غیر قابل شناخت نزدیک کند» (شریدر، ۱۳۸۳: ۱۰).

این سبک بعدتر توسط دیگر نویسندگانی چون رابرت جانستن در کتاب «معنویت و فیلم» (جانستن، ۱۳۸۳: ۲۵۵)، یا مایکل برد در مقاله «فیلم به مثابه تجلی امر مقدس» (برد ۱۳۷۲: ۹۴) از زوایای دیگری تبیین و تشریح شد. در سبک استعلایی، فیلم رفته رفته از جنبه‌های واقع‌گرایانه‌ی مادی و طبیعی رها می‌شود و کم‌کم سمت و سوی معنوی پیدا می‌کند. این فرارفتن و کنده شدن از ساحت زمینی و مادی و رفتن به سوی امر متعالی، جوهره سبک استعلایی است که به نظر می‌رسد می‌تواند در محدوده‌ای مشخص منجر به تجلی امر قدسی در سینما نیز بشود. «تجلی امر قدسی» یعنی تجلی چیزی از مرتبه‌ای کاملاً متفاوت و فراتر از واقعیت عالم مادی که جزء جدایی‌ناپذیر و مکمل دنیای طبیعی و خالی از قداست ما است (می و برد، ۱۳۷۵: ۱۳). این فرارفتن و تعالی پیدا کردن و تلاش برای انتقال معنویت، به واسطه عناصری که در سبک فیلم وجود دارد صورت می‌گیرد. تلاشی که از طریق فرم معنوی فیلم ایجاد می‌شود. این ویژگی به باور شریدر توسط ابزار خاصی صورت می‌گیرد که وی به نقل از ژان ماریتن فیلسوف فرانسوی آن را ابزار کمیاب نام می‌نهد (شریدر، ۱۳۸۳: ۱۷۶).

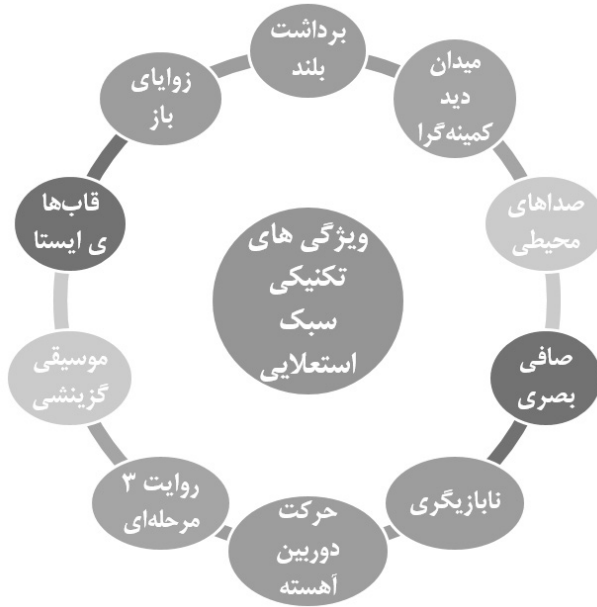
ماریتن از دو نوع ابزارهای در بند زمان نام می‌برد: ابزار کثیر و ابزار کمیاب. ابزار کثیر ابزاری است که در خدمت حس مادی قرار دارد؛ اما ابزار کمیاب در خدمت روح و جنبه‌های روحی و معنوی قرار دارد. اگرچه هر دو این ابزارها می‌توانند در هنر و سینما به کار گرفته شوند اما در سبک استعلایی ابزار کمیاب است که مورد توجه و استفاده قرار دارد و منجر به خلق هنر مقدس می‌شود. ابزاری که از بار ماده فارغ‌تر، نادیدنی‌تر و موثرتر برای بازنمایی امر مقدس؛ چراکه آنها ابزارهایی ناب و خالص برای تعالی روح و معنویت انسان هستند. لذا ابزار شاعران و هنرمندان به حساب می‌آیند. این ابزارها در خدمت حس نیستند بلکه در خدمت تعالی روح و برای به فضیلت رساندن آن است. ابزارهای کمیاب (خاص) در واقع با تجرید و دوری‌گزیدن از مادیت، جنبه‌های معنوی و امر قدسی را برای بیننده نمایش می‌دهند (Martain, 1962).

ماریتن می‌نویسد که ابزارهای کمیاب والاتر از ابزارهای کثیر است. هرچند که هر دو سنخ مادی دارند اما ابزارهای کمیاب ابزاری برای نزدیکی به هدف است: هرچقدر به امر مقدس نزدیک می‌شویم نیاز ما به استفاده از ابزار مادی که در این راه استفاده می‌کنیم کمتر می‌شود. «یک اثر هنری هرچقدر بتواند با ابزارهای کمیاب، امر مقدس را نمایش دهد به مقصود استعلایی خود نزدیکتر شده است.» (ماریتن به نقل از درخشان و حسینی، ۱۴۰۲: ۷۸ و ۷۹).

سبک استعلایی با هنر بدوی هم نزدیکی و قرابت دارد. دلیل این قرابت نیز آشکار است: هر دو جهان‌بینی، «نوع بشر و جهان را در وحدتی عمیق که اساس نگرش دینی آنها را تشکیل می‌دهد محصور می‌سازند. وحدتی که بیش از هر چیز خود را در شکل نشان می‌دهد» (ماریتن به نقل از درخشان و حسینی، ۱۴۰۲: ۷۶). این وحدت، در تکنیک‌های مورد استفاده در سبک نیز خود را نشان می‌دهد.

تعبیر دیگر برای این ابزارها «قلّت» یا «تقلیل عناصر» است. در سبک استعلایی تلاش می‌شود تا جایی که ممکن است موانع و حجاب‌های مادی و تکنیکی کنار رود تا مواجهه مستقیم با امر مقدس صورت بگیرد. در این نگاه تلاش می‌شود تا همه چیز به خود واقعیت نزدیک باشد تا بتواند با حالتی زلال و شفاف امر مقدس را در آن دید. این روند یا کاوش در فیلم که با کاوش درونی تماشاگر همراه است قدم به قدم از ماده به معنا می‌رود و همزمان با حرکت از سوی تکنیک و ابزار جلوه‌گر و کثیر صنعتی به سوی ابزار کمیاب، به شیوه‌ها و روش‌های شاعرانه و عارفانه نزدیک می‌شود. «بنابراین یکی از راه‌های تعیین کیفیت معنوی یک سبک سینمایی، آزمودن طریق خلاص شدن آن سبک از ابزارهای کثیر ذاتی خود و جایگزین کردن ابزارهای کمیاب است. فیلم کمیاب استعلایی، کاملاً و تنها از ابزار کمیاب استفاده کرده و هرچه غیر از آن را حذف و پالایش می‌کند یعنی ناب‌گرایی در دل ناب‌گرایی» (درخشان و حسینی، ۱۴۰۲: ۷۹). فیلمساز نمی‌تواند ابزارهای کثیر را نادیده بگیرد یا از آنها غافل شود بلکه باید آنها را به نفع خود دگرگون سازد. فرم و سبک شاعرانه همان تکنیک و ابزاری است که به واسطه آن هنرمند، مخاطب را به سفری درونی می‌برد و ابعاد مهم ایمان در مواجهه با هستی را به نمایش می‌گذارد.

شریدر به صورت جزئی، مصداقی و دسته بندی شده ابزارهای کمیاب را نام نمی‌برد؛ اما در ویرایش دوم کتابش که ۴۵ سال بعد منتشر شده است، در مورد ژانر جدیدی در سینما به نام سینمای آهسته صحبت می‌کند (۶) که گرچه مساوی با سبک استعلایی نیست، اما یکی از منادیان آن است. او این گونه را انتزاعی، ساکن، ذاتی، بنیانی و استعلایی می‌داند (Schrader 2018: 10) شریدر برای این گونه ویژگی‌هایی را برمی‌شمارد که می‌توان آن‌ها را در سبک استعلایی نیز دید و در نمودار ۲ دیده می‌شود.



نمودار ۲. ویژگی‌های تکنیکی سبک استعلایی

سوزان سانتاگ منتقد سینما استفاده از نابازیگران را برای بیان بهتر سبک استعلایی و معنوی یکی از خصوصیات مهم می‌داند. این شگرد باعث می‌شود تا مخاطب کمتر درگیر بازیگر شود و با او همذات‌پنداری نکند تا مضمون مقدس و معنوی بهتر در وجود او اثر بگذارد. سانتاگ حتی معتقد است که کارگردانی مانند برسون (که شریدر در کتابش نیز او را یکی از سه کارگردان موفق در سبک استعلایی معرفی می‌کند) این رویکرد را به خود بازیگران هم می‌گفت تا از همذات‌پنداری با نقش دست بردارند؛ حتی «خواست او از بازیگران این بود که جملات خود را بیان نکنند، بلکه صرفاً آنها را بر زبان بیاورند و تا حد امکان بدون کمترین بارقه‌ای از بیانگری. در این صورت غلیان‌های عاطفی به صورت فرعی به ظهور می‌رسند» (سانتاگ، ۱۳۷۸: ۱۹۵) باور سانتاگ این است که برسون و دیگر فیلمسازان سبک استعلایی سینما را فی حد ذاته واجد نوعی خلوص و زلالی می‌دانند که می‌تواند در بیان امر مقدس و متعال موفق باشد به شرط آنکه عوامل بازدارنده و مزاحم چون بازیگران مشهور یا دیگر ابزارها و مصالح مادی و رایج در فیلم به کار گرفته نشود (Sontag, 1997).

نکته دیگر حرکت دوربین است که عموماً به صورت آهسته و حتی ثابت تصویر

را روایت می‌کند. تا به نوعی از هیجان به عنوان ابزاری مادی کاسته و با استفاده از نمای ایستا زمینه را برای برانگیختگی معنوی ایجاد کند (سیتنی به نقل از درخشان و حسینی، ۱۴۰۲: ۸۳). در کنار این واقع‌گرایی جنبه‌های شاعرانه در فیلم‌ها با نمایش صحنه‌هایی از طبیعت و نمادهای نورانی و هرآنچه که بتواند مفهومی معنوی را به مخاطب منتقل کند، به‌سان ابزاری کمیاب استفاده می‌شود (آژل و آيفره، ۱۳۸۰: ۵۱). مقایسه سه فیلم درباره ژان دارک، این موضوع را بهتر نشان می‌دهد. فیلم اول ساخته فلمینگ در سال ۱۹۴۸ و دیگری ساخته پره مینجر در سال ۱۹۵۷ و فیلم سوم به عنوان فیلمی استعلاایی و قدیمی‌تر از این دو، فیلم مصائب ژان دارک، ساخته کارل درایر در سال ۱۹۲۸ است که سرشار از ابزارهای خاص (کمیاب) است ولی دو فیلم اولی با ابزارهای کثیر ساخته شده است:

فلمینگ صحنه تاج‌گذاری را با هزاران سیاهی لشگر اجرا می‌کند که متناسب با بودجه کلانش است در حالی که پره مینجر صحنه محاکمه را سرشار از حرکات و مکالمات فرعی جالب، تکه‌های سرگرم‌کننده و دراماتیزاسیون حاشیه‌ای کرده است. با این حال، درایر است که با فیلم‌های کم‌هزینه‌اش که یک‌سره عاری از صحنه‌پردازی و طراحی لباس و سیاهی لشگر است بیش‌تر از همه به ترسیم حقیقت تاریخی نزدیک می‌شود: دختری روستایی و باکره، لباس مردان را می‌پوشد، سپاهی را به پیروزی می‌رساند، باعث تاج‌گذاری ولیعهد ضعیف و قانونی فرانسه می‌شود و سپس عده‌ای از هم‌وطنان و نیز خود ولیعهد به او خیانت می‌کنند و در نهایت او به مرگی شهادت‌گونه می‌میرد. به بیان مشخص‌تر، دو فیلم اول معادل فیلم‌های جنجالی و پر هزینه امروزی است که در آن لباس‌های پر جزئیات، انبوه سیاهی لشگرها و تکنیک‌های پیچیده فیلمبرداری، نمایندگان فیلم‌های حادثه‌محور و کثرت مداری بودند که قرار است تماشاگر را خیره کنند. در عوض فیلم درایر کاملاً از عنصر قَلت و ابزار خاص بهره‌مند است که با استفاده از آن قادر شد تجربه استعلاایی برای تماشاگر خلق کند (الیوت، ۱۳۸۷: ۹۹). این مثال نشان می‌دهد که منظور از ابزار کمیاب یا قَلت نوعی فاصله از شلوغی‌ها، تکلفات و تصنع‌های رایج سینمایی و به تعبیر دیگر به کارگیری سادگی و پیراستگی در صحنه‌پردازی و ساخت فیلم است.

البته میان ابزارهای خاص و عام در این سبک یک تناسبی باید وجود داشته باشد تا ضمن جذابیت از واقعیت روزمره زندگی به سطحی معنادار برسیم (راووداد، ۱۳۹۶: ۵۰). اتفاقی که در واقع با کمک عامل کمیابی و قَلت به عنوان بخش فرمی سبک

استعلایی رخ می‌دهد یعنی بازنمایی امر مقدس چیزی جز تجلی امر قدسی از میان و خلل واقعیت مادی نیست و گاهی خود واقعیت تعالی پیدا می‌کند (برد، ۱۳۷۲: ۹۶). سبک و شکل استعلایی و واقع‌گرایی معنوی روشی است که در آن مخاطب به کشف بعد معنوی واقعیت می‌پردازد. چیزی که به رویکرد دینی نیز نزدیک است. در رویکرد دینی نیز ما به دنبال کشف حقیقت و وجهه متعالی و الهی جهان هستیم (آژل به نقل از برد: ۱۱۰). ما وجهه متعالی هستی را به صورت عینی و فیزیکی نمی‌بینیم بلکه آن را درون هستی و واقعیت جهان کشف و مشاهده می‌کنیم. فیلم‌های مورد بحث نیز با استفاده از روش و ویژگی‌های فرمیک خود تلاش می‌کنند تا با برداشتن موانع و تلخیص ظواهر، راه آشکارگی امر متعالی را نمایان کنند؛ آشکار شدن رازی متعالی و مقدس که تنها هدف فیلم است. آمده آيفره در مورد آثار برسون به عنوان فیلم‌هایی با سبک معنوی معتقد است که آنها به نوعی آشکارگی مقدس مشغولند (آيفره، ۱۹۶۱). شریدر این کشف امر متعالی و تجربه رستگاری را از میان واقعیت با یک روایت ۳ مرحله‌ای تبیین می‌کند که در نمودار ۲ نیز به آن اشاره شد: فیلم با نمایشی از زندگی روزمره و عادی که پیش درآمدی بر رستگاری و مواجهه با امر مقدس است، تشتتی برای شخص اول فیلم میان او و پیرامونش رخ می‌دهد که منجر به کنشی تعیین کننده می‌شود. در اینجا هنوز استعلایی رخ نداده است و صرفاً تجربیات انسانی نمایان می‌شود. آنجایی استعلا رخ می‌دهد که فیلم در پایان منظری ایستا را به نمایش می‌گذارد که در آن تشتت حل نمی‌شود بلکه استعلا می‌یابد و امکان تجلی امر متعالی ایجاد می‌شود. مرحله ایستایی از دوره ناهمگونی آغاز می‌شود و در مهم ترین بخش مرحله ناهمگونی، یعنی کنش تعیین کننده و مرحله نهایی قرار می‌گیرد و تجلی متعال را ممکن می‌سازد (گهربخش، اسفندیاری و رستمی، ۱۴۰۱: ۴۴۹-۵۰).

بیان استعلایی در مذهب و هنر می‌کوشد انسان را به امر وصف ناشدنی، نامرئی و ناشناختنی نزدیک کند؛ تا آنجایی که کلمات، تصاویر و ایده‌ها بتوانند چنین کاری کنند (شریدر به نقل از البوت، ۱۳۸۷: ۹۸). شریدر همچنین مدعی است که نشانه‌ها و مضامین دینی و مذهبی فرهنگ بومی هر کارگردان در مرحله پایانی و ایستایی شکل مشابهی را از امر متعالی به نمایش می‌گذارد (شریدر به نقل از البوت، ۱۳۸۷: ۹۸). به بیان دیگر سبک استعلایی می‌تواند ما را به آن سکوت و تصویر ناپیدایی نزدیک‌تر کند که در آن خطوط موازی مذهب و هنر با یکدیگر تلاقی می‌کنند و در هم می‌آمیزند (شریدر، ۱۳۸۳: ۱۷۰).

یافته‌های پژوهش

از منظر ویژگی کلی و تحلیل روش و شکل، سبک استعلایی با سبک هنر قدسی قرابت روشنی از نظر ماهیت دارد: نه در هنر قدسی و نه در سبک استعلایی به خاطر موضوع مذهبی، اثر هنری، متعالی نیست بلکه به خاطر صورت (فرم) شیوه ساخت و پرداخت است که یک اثر هنری در اتحاد با ماده و محتوای مقدس، متعالی یا دینی خواننده می‌شود (شریدر، ۱۳۸۴: ۲). در این سینما، فرم و ماده خام هر دو از منشأ امر قدسی می‌آیند. همانطور که موضوع و محتوای آن رو به سمت معنویت دارد، تلاش دارد تا فرم خود را نیز معنوی و دینی بسازد، چرا که اشراقات متعالی، معنوی یا دینی در قالب‌های منفک از خود تزییق نمی‌شوند. (آوینی، ۱۳۷۴: ۵۳). سنت‌گرایی نیز هنر مقدس و متعالی را هنری می‌داند که فرم آن نیز مانند موضوع و محتوایش از دین گرفته شده باشد (اسماعیلی، ۱۳۹۵: ۱۲۸): بنابراین اگرچه ماده و محتوا اهمیت دارد اما سبک و شکل متعالی و مقدس اثر هنری اصالت و اهمیت ویژه‌ای دارد. باید موضوع مقدس با صورت مقدس و متناسب با خود آن بیان شود (پازوکی، ۱۳۸۹: خبرگزاری شبستان) پس شباهت اول آنکه هم سبک استعلایی و هم هنر قدسی ضمن توجه به موضوع متعالی، قائل به تناسب فرم متناسب و مخصوص با موضوع در اثر هستند. نکته بعد آنکه، در هنر قدسی سبک اثر هنری مبتنی بر اصول معنوی و الهی است که در نتیجه مواجهه مستقیم مخاطب با امر قدسی است.

بنابراین می‌توان گفت که در هنر قدسی، صورت نزول مضامین و مفاهیم مقدس و قالب آن است. در واقع میان آن مضامین متعالی و مقدس با صورت هنری تناظر وجود دارد. «هنر مقدس هنری است که زبان صوری آن هنر نیز بر وجود همان منبع روحانی گواهی دهد. تنها هنری که قالب و صورتش نیز بینش روحانی خاص مذهب مشخصی را منعکس کند، مقدس است» (بورکهارت، ۱۳۷۶: ۷) هر دو آنها در سبک خود متأثر از هنر بدوی و سنتی هستند که جهان بینی دینی پشتوانه کار آنان است و در شکل کار هنری کاملاً خود را نشان می‌دهد. سبک استعلایی نیز مانند هنر قدسی و با بهره‌مندی از ویژگی‌های هنر بدوی تلاش می‌کند تا واسطه‌های مادی را تا جایی که ممکن است حذف کرده تا امر مقدس در فیلم تجلی پیدا کند. در واقع هنر بدوی مانند تقاطعی است که در آن سبک استعلایی و هنر قدسی با یکدیگر ملاقات می‌کنند.

با این همه نمی‌توان گفت که سبک استعلایی در سینما مانند هنر قدسی در عالم سنت، مضامین مقدس و متعالی را عیناً چنانکه اشاره شد به تصویر درآورده باشد یا

لااقل چنین ادعایی از سوی سنت‌گرایان مطرح نشده است اما به خاطر به‌کارگیری ابزار کمیاب و رویکرد تعالی‌جویانه‌اش و ویژگی‌های مشترکی که با هنر قدسی در بدویت دارد، سبکی معنوی است که به امری فرابشری اشاره می‌کند. شریدر خود در بخش مقدمه کتاب خود، بعد از تعریف امر استعلایی در بخشی به تعاریف هنر قدسی می‌پردازد که در واقع در حالت اول به هنر قدسی مورد نظر سنت‌گرایان اشاره می‌کند. «آثاری که بیننده را از امر متعال آگاه می‌سازند که مانند وحی باید از ماورا نازل شده باشد»؛ اما در حالت دوم «آثاری که بازتاب امر متعال در آئینه ذهن بشر را بیان می‌کنند یعنی آثاری که بشر ساخته و گویای امر مطلقاً غیر هستند تا خالقان فردی خویش مانند باغ‌های ذن یا شمایل بیزانسی». (شریدر، ۱۳۸۴: ۸) می‌توان گفت این همان سبک استعلایی مورد نظر شریدر است که به عنوان یکی از اقسام هنر قدسی معرفی می‌شود البته او فیلم‌هایی که تجربه بشر از امر متعالی را بیان می‌کنند را هم نوع دیگری از فیلم‌های استعلایی می‌داند.

در سبک استعلایی، روایت فیلم در یک سیروسلوک و یک مسیر معنوی قرار دارد. فیلم از مسیر ابتدایی آغاز می‌شود و رفته رفته لایه‌های ظاهری و سطحی به کنار می‌رود و بیننده در فیلم تعمق پیدا می‌کند. تا جایی که بیننده زمانی که تصویر متوقف می‌شود، به لحظه‌ای خواهد رسید که دیگر تصویر فیلم را مشاهده نمی‌کند بلکه در ورای آن امر مقدس برای بیننده احساس می‌شود. این مراحل خود را از طریق کیفیات سینمایی شبیه به هم نمایش می‌دهند و در نهایت به منطقه‌ای قدم می‌گذارند که در آنجا اشیا در ذات خویش حضور دارند (شریدر، ۱۳۸۴: ۱۶۲-۱۶۳). در هنرهای قدسی که بیشتر شامل مواردی چون نقاشی و هنرهای تجسمی چون خوشنویسی است نیز مانند سبک استعلایی امر مقدس به شیوه‌ای که در آن با پیراستگی و قَلت همراه است، نمایان می‌شود؛ بنابراین زبان صوری سبک استعلایی مانند زبان هنر قدسی تلاشی برای نزدیک شدن به روش معنوی برای نمایش امر قدسی در هنر است. زیرا اساساً در هنر قدسی باید میان موضوع متعالی و صورت آن پیوند وجود داشته باشد.

فیلم‌های برسون، درایر، اوزو و برخی فیلم‌سازان ایرانی مانند مجیدی، میرکریمی، تبریزی و حاتمی‌کیا به وضوح نوعی سادگی، قَلت و معنویت‌گرایی را نشان می‌دهد که مخاطب را به تجربه معنوی در حین تماشای فیلم نزدیک می‌کند.

بنابراین شباهت دوم اینکه سبک استعلایی و هنر قدسی از نظر شیوه اجرای کار، رویکرد معنوی را در عملکرد خود اتخاذ می‌کنند. شریدر تأکید دارد که نشانه‌ها و محتوای

مذهبی فرهنگ هر کارگردان در سبک استعلایی وجود دارد. چنانکه در آثار اوزو فیلمساز ژاپنی فرهنگ مذهبی ذن را تشریح می‌کند (گهربخش و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۵۰). یا در سینمای تارکوفسکی که سینمای او را نیز یکی از اشکال سینمای استعلایی می‌دانند براساس رهیافت‌های مسیحی ساخته شده است (فیاض و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۸).

در هنر قدسی نیز محتوای دینی و روح الهی وجود دارد. هم ناظر بر انواع آثار مانند معماری مساجد و کلیسا، خوشنویسی قرآن، باغ‌های ذن بودیسم و... هم ناظر به اینکه عملاً هنر قدسی در ساحت سنت‌گرایی تعریف می‌شود که همه چیز در آن با دین و معنویت دینی گره خورده است و از سرچشمه غیردینی بهره‌مند نمی‌شود. پس نکته دوم اینکه سبک استعلایی و هنر قدسی از حیث ماده و محتوا نیز رویکرد متعالی و معنوی دارند. پس شباهت و قرابت سوم نیز ناظر بر اهمیت محتوا و موضوعات مرتبط با دین و معنویت است که در سبک استعلایی و هنر قدسی دیده می‌شود. شباهت دیگر مربوط به موضوع سمبل و نشانه است. نشانه‌ها و سمبل‌ها نیز می‌توانند در انتقال امر مقدسی موفق باشند. این مظاهر می‌توانند گاه پدیده‌ای کاملاً دینی و مذهبی مانند مسجد، کلیسا، روحانی یا کشیش، یک شخصیت دینی مانند انبیا یا امامان شیعه باشند. در این صورت ما با سینمای پدیدار دینی مواجه هستیم که در آن عنصر دین و مذهب به صورت ملموس، شفاف و عینی خود را نشان می‌دهند (آرامی، ۱۳۸۰: ۵۵). مظاهر و نمادهایی نیز در هنر وجود دارند که بیشتر رمزگونه‌اند و الزاماً به عنوان نشان دینی شناخته نمی‌شوند. به عقیده سنت‌گرایان مفاهیم و مضامین مقدس و متعالی زمانی که در زبان و صورت هنر وارد می‌شوند، اینچنین هستند؛ یعنی به مثابه رمز و راز شکل می‌گیرند (نصر، ۱۳۸۵: ۴۲۴)؛ بنابراین می‌توان نشانه‌های مقدس که شاید معنای کاملاً روشن آنان بیان نشده را نیز در قالب‌های هنری دید که حامل امر قدسی‌اند.

در سبک استعلایی نیز نشانه‌ها و نمادهای دینی بی‌جا و مکان نیستند و کمابیش می‌توان آنها را در فیلم‌های این سبک مشاهده کرد. ترقی‌جاء در مقدمه کتاب سبک استعلایی شریدر می‌نویسد: «نشانه‌های دینی در هنر باعث می‌شود تا سیر استعلایی از عالم محسوس به عالم معقول یا حرکت در قوس صعود به واسطه فهم نمادها و نشانه‌های دینی انجام می‌گیرد» (شریدر، ۱۳۸۴: ۱)؛ بنابراین شباهت چهارم نیز به کارکرد سمبل و نشانه‌ها در سبک استعلایی و هنر قدسی برمی‌گردد که در هر دو حامل پیامی دینی و الهی هستند و در تقویت جنبه معنوی و متعالی سبک هنری خود کمک می‌کنند.



نمودار ۳. ویژگی‌های مشترک و شباهت‌های میان سبک استعلایی و هنر قدسی

بنابراین آنچه که سبک استعلایی نامیده می‌شود، در واقع تلاش برای به کارگیری فرم سینمایی برای بیان امر مقدس است.

معرفی و تحلیل نمونه‌ها

در سینمای ایران فیلم‌های فراوانی با موضوعات مرتبط با مفاهیم معنوی ساخته شده که به آن‌ها بیشتر در ادبیات نقد سینمایی، سینمای دینی اطلاق می‌شود. در این فیلم‌ها شاهد بازنمایی مفاهیم متعالی و معنوی هستیم که عموماً از نظر سبک ساخت دارای عناصر سبک استعلایی است. از این میان می‌توان به فیلم‌های مهاجر، دیده‌بان، بلمی به سوی ساحل، لیلی و مجنون، هور در آتش، کودک و فرشته، آواز گنجشک‌ها، به رنگ خدا، خیلی دور خیلی نزدیک، طلا و مس، زیر نور ماه، بچه‌های آسمان، یک تکه نان، قدمگاه، اینجا چراغی روشن است و... اشاره کرد. در ادامه به تحلیل ۶ فیلم می‌پردازیم که از نظر سبک استعلایی دارای ویژگی‌های آشکارتری هستند و از اصلی‌ترین عناصر سبک یعنی قَلت و کم‌یابی بهتر استفاده کردند.

– مهاجر ساخته ابراهیم حاتمی کیا ۱۳۶۸

خلاصه داستان: این فیلم درباره چند رزمنده است که در دوران جنگ در تلاشند تا یک

پهباد را در شرایط دشواری که دارند به پرواز درآرند تا از مناطق جنگی دشمن تصویر برداری کند. آنها به خاطر سختی کار و برای آنکه به نتیجه برسند به اهل بیت (ع) خاصه حضرت زهرا (س) متوسل می‌شوند. البته آنان آرزوی بزرگتری یعنی شهادت دارند. در نهایت ضمن جنگ و مقابله با دشمن پهباد به پرواز در می‌آید اما با شهادت رزمنده‌ها پهباد در آسمان پرواز بی‌نهایت می‌کند و گویی دیگر برای تصویربرداری پرواز نمی‌کند. در انتهای فیلم پرواز پرنده هوایی به صورت پیروزمندانه‌ای در اوج و بر فراز ابرها تصویر شده. در ذهن شهید ایرانی تصاویر کربلا تداعی می‌شود و با صدای زنگ پلاک‌های رزمندگان و شهدا و اوج‌گیری مهاجر، فیلم به پایان می‌رسد.

تحلیل: در مهاجر تکثر حوادث آرام آرام از فیلم حذف می‌شود و ایده پرواز در آسمان به مثابه ابزاری شاعرانه و کمیاب که ارجاع به پرواز ارواح شهدا در سماوات دارد، جایگزین ابزارهای کثیر و متنوع می‌شود. در نهایت کارگردان با تجسم بخشیدن به ابزار کمیابی همچون پلاک‌ها که در خدمت تعالی روحی است با در میان گذاشتن ابزار کثیر، توانسته بهره‌گیری از نماد را نیز در نقطه اوج فیلم با این سبک تلفیق کرده و با حرکت هواپیما در آسمان که پلاک‌های رزمندگان در سر نوک آن است، پرواز روح رزمندگان از دنیای مادی و ملاقات با خدا در عالم غیب را در قالب نماد این پرواز به نمایش درآورد. رفته رفته این واقعیت زمینی و کاملاً مادی، تبدیل به واقعیتی دیگر، فرامادی و متعالی می‌شود تا جایی که مانند یک فرشته حامل ارواح طیبه و آسمانی شهیدایی است که به سوی معبود می‌روند. حاتمی‌کیا توانسته بر تکنیک پیچیده سینما غلبه کند، حجاب‌های تصنع و تکلف و صورت‌گرایی را بدرد، از سطح عبور کند و به عمق برسد و با سینما حرفی را بزند که جامعه متدین و معنوی می‌خواهد (آوینی، ۱۳۹۰: ۷۶). آوینی معتقد است مهاجر ساختاری دارد که آن را از فیلم‌های واقع‌گرا به معنای حیات روزمره و مادی و عادی بشر جدا کرده و اتفاقاً زندگی را در سطح معنوی و «با عنایت به حقایق ازلی» تفسیر می‌کند (آوینی، ۱۳۹۰: ۲۰۷). در مهاجر صحنه‌های زنده خون‌ریزی دشمنان که جنبه خشن و صنعتی و هالیوودی دارد وجود ندارد که نشانه دیگری بر حذف وجوه نفسانی و مادی برای نزدیک شدن به ساحت معنوی و مقدس است. فیلم مهاجر در واقع چهار ویژگی مشترک سبک استعلایی و هنر قدسی را حتی المقدور شامل شده است؛ به طوری که ضمن اتخاذ ابزارهای خاص، معنوی و کمیاب در بازنمایی امر مقدس، هم از نماد و نشانه بهره‌مند است، هم محتوا و روح دینی در آن حاکم است و در نهایت شکلی نزدیک و متناسب برای بیان امر مقدس دارد.



نمودار ۰۴. ویژگی‌های مشترک سبک استعلایی و هنر مقدس در فیلم «مهاجر»

– خیلی دور، خیلی نزدیک ساخته رضا میرکریمی ۱۳۸۳

خلاصه داستان: دکتر محمود عالم، جراح برجسته مغز و اعصاب چنان غرق در کار و روابط کاری و دلمشغولی‌هایش است که پسر نوجوانش سامان را فراموش کرده است. در شب تولد پسرش – که دانشجوی نجوم است – طبق قولی که به او داده یک تلسکوپ برایش می‌خرد اما زمانی به خانه می‌رسد که جشن تولد به پایان رسیده و پسرش همراه دوستانش در آستانه سال نو برای رصد کردن ستاره‌ها به کویر رفته‌اند. ساعتی پیش از آن، دکتر عالم پی‌برده که فرزندش دچار تومور مغزی است و پس از رفتن همسر دوم و پسر کوچک‌ترش به سفر اصفهان و کیش، دکتر عالم سوار بر بنزش به کویر می‌نزد تا فرزندش را بیابد، تلسکوپ را به او برساند و در واقع به او نزدیک شود؛ اما این سفر به تدریج باعث تغییراتی در نگاه دکتر نسبت به جایگاه خودش و شرایط پیرامون می‌شود. او در طی این سفر با افراد ساده و باخدایی در کویر آشنا می‌شود که روحیه و فضای شخصی او را کم‌کم تغییر می‌دهند تا جایی که احساس می‌کند رویه‌ای که تا قبل از این در زندگی طی می‌کرده اشتباه بوده است. آن افراد او را با ابعاد معنوی جهان‌آشتی می‌دهند و تلاش می‌کنند تا بگویند که این خدا است که در زندگی و جهان‌گرداننده امور است و باید در سختی‌ها به او پناه برد. بعد از این او در جست‌وجوی پسرش در کویر گرفتار طوفان شن می‌شود. او راهی برای نجات پیدا نمی‌کند تا اینکه یکباره شیشه سقف ماشینش باز می‌شود، نوری از بالا به داخل ماشین تاریک می‌تابد و دست پسرش به داخل می‌آید و او را نجات می‌دهد.

تحلیل: این فیلم رضا میرکریمی هم یکی از آثاری است که در آن می‌توان تجلی امر قدسی را شاهد بود، بلکه باید گفت فیلم در جست‌وجوی امر قدسی است که آن را نه از عالم بالا، بلکه با منطق فطری انسان و از میان همین جهان به ما نشان می‌دهد. روایت زندگی دکتر مانند همان روایت استعلایی در ابتدا در حالت عادی و در زندگی روزمره خود است بعد از آن برای پیدا کردن سامان به کویر می‌رود. او اما بیشتر از آنکه باید سامان فرزندش را پیدا کند لازم است که خود حقیقی و متعالی‌اش را پیدا

کند. او در کویر تلاش می‌کند تا حتی در مقابل باورهای دینی بایستد و به لجاجت نیز می‌افتد و در این میان به دام بلا گرفتار می‌شود. چیزی که برای رسیدن نقش اصلی به گرفتاری و تشتت و فروپاشی لازم است. دکتر در سکانس‌های پایانی تمام راه‌هایش به جهان بیرون قطع شده و موبایل و ماشین و نمادهای مدرنیته دیگر نمی‌توانند او را نجات دهند. او که می‌گفت کجا خدا وجود دارد من خودم با دست‌انم بیماران را نجات می‌هم حالا گرفتار شده و خودش هم نمی‌تواند خود را نجات دهد. در این شرایط نوری که در نمای آخر از بالا به سوی او می‌تابد و نجاتش می‌دهد، نمایش و نماد امر متعالی است. دست غیبی که در دست‌ان فرزندش دیده می‌شود و او را از دام دنیا نجات می‌دهد. فیلم از نیمه که به کویر وارد می‌شود از طبیعت برای ایجاد بستری معنوی به عنوان ابزار کمیاب بهره‌مند می‌شود اما از دیگر تکنیک‌های مندرج در نمودار شماره ۲ کمتر استفاده کرده است بنابراین تقریباً کمتر از این جهت موفق است؛ اما نشانه‌هایی مانند نوری که در تاریکی از بالا به داخل خودرو می‌تابد مشخصاً نمادی از امر قدسی است که به دنیای تاریک مادی و نفسانی پزشک تابیده است. البته فیلم به خاطر روایت زندگی مدرن شخص اول از فضای مادی نتوانسته فاصله زیادی بگیرد و برای همین شکل فیلم تناسب کاملی با هنر مقدس ندارد اما روایت و موضوع دینی و معنوی آن در کنار ابزارها و نشانه‌ها آن را به بیان امر مقدس نزدیک کرده است.



نمودار ۵. ویژگی‌های سبک استعلایی و هنر مقدس در فیلم «خیلی دور خیلی نزدیک»

– آواز گنجشک‌ها ساخته مجید مجیدی ۱۳۸۶

خلاصه داستان: این فیلم به داستان مرد ساده، میان‌سالی به نام کریم می‌پردازد. وی در یک مزرعه پرورش حیوانات کار می‌کند و شیفته شتر مرغ‌هاست. برحسب اتفاق یکی از شتر مرغ‌ها از مزرعه فرار می‌کند. کریم چند روزی جستجو می‌کند، اما موفق به یافتنش نمی‌شود و در نتیجه از کار اخراج می‌شود. این بهانه‌ای می‌شود که برای اولین بار به شهر برود. در شهر از طریق مسافرخشی با موتورسیکلت امرار معاش می‌کند. بعد از آن کریم مدام به شهر می‌رود و به روستا بازمی‌گردد. کار روزانه برای او دردسرهایی در

شهر دارد به گونه‌ای که موتوری‌ها اجازه کار به او نمی‌دهند و دست به هر کاری که می‌زند با مشقات فراوان روبرو می‌شود. او در شهر اعتقادات دینی‌اش را حفظ می‌کند و حتی نمازش را در وسط پیاده‌رو می‌خواند؛ اما در هر حال زرق و برق زندگی شهری کریم را هم تا حدودی اسیر می‌کند. او یک درب آبی از شهر به روستا می‌آورد و آن را به گوشه‌ای می‌گذارد اما یکی از اهالی روستا آن را می‌برد. او که از این موضوع ناراحت شده می‌گوید که برای چی درب را برده است؟ او به سراغ در می‌رود و همسایه نیز از پس گرفتن در ناراحت می‌شود. سپس او درحالی که درب آبی را روی کمر گذاشته و خم شده در صحرای خشک و سوخته نفس زنان به راه می‌افتد و در را به خانه برمی‌گرداند. دیگر مال اندوزی که حاصل حضور او در شهر بود در او اثر کرده است. در کل دیگر آدمی حسابگر و تا حدی خودخواه شده است و کمتر اخلاق رحمانی دارد. آخر سر کریم خود زیر وسایلی که جمع کرده است می‌ماند و آسیب جدی می‌بیند. هرکدام از همسایه‌ها که به خانه برای عیادت او می‌آیند وسایل را می‌برند. در این مدت بچه‌های او نان آور خانه می‌شوند. کم کم این دوران تمام می‌شود و مزرعه‌ای که کریم در آن برای پرورش شتر مرغ کار می‌کرد، با بازگشت شتر مرغ آباد می‌شود. کریم گنجشکی که در خانه محبوس شده را آزاد و رها می‌کند. حال او بهتر شده و به کار بازمی‌گردد. شتر مرغ‌ها با دیدن او خوشحال می‌شوند و می‌رقصند و همه چیز نوید تغییر و بهبود اوضاع جهان را می‌دهد.

تحلیل: فیلم آواز گنجشک‌ها ساخته مجید مجیدی اصلی‌ترین مؤلفه‌های روایی برای بازنمایی امر مقدس در فیلم‌های استعلایی را رعایت کرده است. زندگی روزمره و عادی، تشنگی و گره‌هایی که برای شخصیت رخ می‌دهد و در نهایت تعالی یافتن واقعیت ابتدایی فیلم یعنی زندگی عادی و روزمره کریم به یک واقعیت برین و متعالی. در این فیلم کریم در ابتدا در زندگی عادی و روزمره خود مشغول کار است و در یک کلام زندگی ساده‌ای دارد. او از زمانی که با محدودیت روبرو می‌شود دچار نفسانیت و نیازدگی می‌شود. حالا او از نظر معنوی، دیگر آدم خوب قبلی نیست؛ اما قلب و ذات او هنوز سلامت است و برای همین دست امر غیبی و متعالی او را در ادامه به سمت دیگری هدایت می‌کند که با آوار شدن وسایل روی سر او و خانه نشین شدنش آن را می‌بینیم. گویا انگار تقدیر الهی اینگونه رقم خورده تا او که در مسیر دین و ایمان بوده دیگر این روش اشتباه را طی نکند.

در سکانسی که او درب را روی کمر گذاشته و می‌رود، رنگ آبی در به سمت بالا و

آسمان است در حالی که پایین روی سطح زمین همه چیز سوخته و خشک و لم یزرع است. کریم در حال به دوش کشیدن بار دنیا به سختی است در حالی که روزی و آسایش و گشایش در عالم ملکوت و دست خداوند است. این سکانس به خوبی مخاطب را متذکر امر متعالی در خلال زندگی دنیوی و مادی می‌کند. در این سکانس نماد و نشانه مظهري برای نمایش امر متعالی است؛ اما جدای این تعالی یافتن شخصیت کریم و زندگی عادی او اصلی‌ترین مؤلفه برای نشان دادن تعالی‌گونگی است. در حقیقت امر واقع در فیلم خودتعالی پیدا می‌کند.



نمودار ۶. ویژگی‌های سبک استعلایی و هنر مقدس در فیلم «آواز گنجشک‌ها»

– به رنگ خدا ساخته مجید مجیدی ۱۳۷۶

خلاصه داستان: فیلم با مدرسه نابینایان آغاز می‌شود. معلم یعنی آقای رحمانی به محمد می‌گوید که پدرش به کمپ و مدرسه آمده است تا محمد را ببیند. محمد تنها پسر باقی مانده در حیاط وسیع مدرسه و مجتمع آموزشی است. همه دانش آموزان نابینا به همراه خانواده شان محل را ترک کرده اند. پدر محمد می‌گوید به علت فوت مادر نمی‌تواند محمد را با خود ببرد. آقای رحمانی هم می‌گوید که مجتمع آموزشی به دلیل تعطیلی سه ماهه نمی‌تواند او را نگهداری کند. با بازگشت به لوکیشن روستایی محمد سرمستانه در طبیعت می‌چرخد و بازی می‌کند. صداهای محیط در باغستان پیچیده است. او در پی رسیدن به حقیقتی است که در دل، حضور آن را حس کرده است. صداهای محیطی فضای فیلم را سرشار کرده است. عزیز، مادر آقای رضانی تنها زن حمایتگر محمد است. محمد بیشتر اوقاتش را در طبیعت می‌گذراند. او در پی فهم رموز طبیعت است. محمد به رغم نابینایی به مدرسه می‌رود و در امر تحصیل پیشرفت محسوسی دارد. محمد که با ازدواج پدر موافق نیست توسط پدر به شهر و کارگاه نجاری فرستاده می‌شود. محمد فرار می‌کند و باز می‌گردد. او از نابینایی گلایه دارد اما معلم در پاسخ به او می‌گوید که خدا شما نابینایان را بیشتر دوست دارد. صدای رعدوبرق هشداردهنده است و آسمان آبی جای خود را به آسمان ابری و تیره

داده است. پدر به خاطر گرفتارهای متعدد روزمره و رسیدگی به وضعیت محمد شروع به شکوه از خدا می‌کند و می‌گوید که خدایی که میگی بزرگه چرا دستمو نمی‌گیره؟ به بچه کورم و زنی که از دستم رفت چرا رحم نمی‌کنه؟ رابطه عزیز و پسرش سرد می‌شود. صداها‌ی محیطی اکنون هراس آورند. عزیز در اثر شدت بیماری فوت می‌کند. وصلت تازه آقای رضانی به هم می‌خورد. نورها محدود و تیره‌اند. پلی که آقای رضانی و محمد در حال عبور از آن هستند به خاطر سیل خراب می‌شود. آنان به رودخانه خروشان سقوط می‌کنند. آقای رضانی با مشقت خود را نجات می‌دهد؛ اما تنها کفش‌های محمد را پیدا می‌کند. او کنار رودخانه می‌دود و زمین می‌خورد. یکباره نوری از دستان محمد ساطع می‌شود که با انگشتش بالا را اشاره می‌کند.

تحلیل: به‌طور کلی فیلم به دلیل فیلمبرداری در طبیعت زیبا و آرام جنگل‌های شمال ایران و همچنین در کنار رودخانه و دریا و لحظات بارانی و جبه شاعرانه، احساسی و عاطفی برجسته‌ای دارد. استفاده از این عناصر به تعبیری که در این تحقیق بیان شد، ابزار خاص و معنوی برای بیان و نشان دادن وجه متعالی هستی است. فضای روستایی و غیرشهری در فیلم، جغرافیای فرهنگی به شدت آرام، سکونت بخش و آکنده از معنا است. لوکیشن روستایی در واقع بخش جدایی ناپذیر جهان فیلم محسوب می‌شود و طبیعت جلوه دیگری از حضور خداوند است (حسن‌پور، ۱۳۹۶: ۴۲۵).

از آنجا که امر متعالی خود مفهومی ناپیدا و نادیدنی است این موضوع در فیلم به رنگ خدا که شخصیت اصلی آن ناپیوست و قرار است با حس درونی آن را ببیند و با احساساتش بیان کند، تجربه و شکل تازه‌ای از سینمای تعالی‌گونه است. چیزی که مهم است رازورانگی فیلم به خاطر مکتوم بودن دیدن محمد با وجه متعالی هستی است که جنبه استعلایی فیلم که رمز و رازآلود بودن آن است را تقویت می‌کند. مهم‌ترین وجه زیبایی‌شناسی امر قدسی که در فیلم می‌توان دریافت، انتقال آن از طریق طبیعت خدادادی به عنوان واسطه‌ای غیرمصنوعی و مدرن است که فاصله میان انسان با امر قدسی را کم می‌کند و به نوعی یادآور همان عنصر قَلْتی است که در سبک استعلایی یادآور شدیم؛ اما یکی از نکات مهم فیلم که کمتر در دیگر آثار سینمایی مشاهده می‌شود، بازنمایی امر قدسی با هردو وجهه قهری و لطفی آن است. ویژگی که رودلف اوتو آن را در وصف امر قدسی (علمی ۱۳۷۷: ۹۵) بیان می‌کند و به نوعی ما آن را در فیلم مشاهده می‌کنیم: در فیلم طبیعت زیبا یا باران نم‌نم و جنگل سبز بازنمایی آن وجهه جذبه و مهربان خداوند است که در ادبیات عرفانی ما جمال خداوند نامیده

می‌شود اما در جای خود وجهه جلالی و قهری خداوند نیز از دل خشم طبیعت مانند سیلاب و رعد و برق نیز دیده و شنیده می‌شود. در پایان نوری که از دستان محمد که بی‌جان کنار آب افتاده است به صورت نمادین امر قدسی را نشان می‌دهد که در جان و روح او حلول کرده است و به او جان دوباره می‌دهد.



نمودار ۷. ویژگی‌های سبک استعلایی و هنر مقدس در فیلم «به رنگ خدا»

– قدمگاه ساخته محمد مهدی عسگرپور ۱۳۸۲

داستان: این فیلم در کاشان - به عنوان نمادی از یک شهر سنتی ایرانی - می‌گذرد. محور قصه به زندگی و سرنوشت پسری جوان می‌پردازد که یتیم و بی‌کس است. حالا پسر در عین بی‌کسی و نداشتن پدر و مادر، به‌نوعی انگار همه‌ا اهالی محل را پدر و مادر خود و همه‌خانه‌ها را خانه خود می‌داند. او پسری ساده و پاک دل است که سال‌ها پیش نذر کرده ده سال پیاپی، شب و روز نیمه شعبان در امامزاده‌ای خارج از شهر به سر برد و معتکف باشد. امسال نیز دهمین و آخرین سال ادای نذر اوست؛ اما در میان حیرت اهالی، پیش از شب نیمه شعبان به شهر بازمی‌گردد و مدعی می‌شود که آقا را در بیداری مشاهده کرده که به او فرمان داده به شهر بازگردد و عیدی خود را از آقا در شهر بگیرد. در طول داستان به تدریج مشخص می‌شود که در گذشته‌های دور، پدر این جوان پیش از تولد فرزند در سانحه‌ای کشته شده و مادرش آثار و علائم حاملگی بروز داده. اهالی و خصوصاً زن‌های محل که باور نمی‌کردند نطفه از شوهر مرحوم آن زن باشد، هرکدام به توهم اینکه شوهر خودش پدر این کودک (به زعم آنان) نامشروع است، به بهانه تنبیه او را با سنگ و چوب و کتک زده و از پای درمی‌آورند. این واقعه در نیمه شعبان رخ داده است! یکی از پیرزنان، بچه را نجات می‌دهد؛ اما مادر می‌میرد. تمامی اهل محل این راز تلخ را در دل خود نگاه می‌دارند و شاید به جبران این گناه جمعی، کودک را بزرگ می‌کنند؛ اما پس از بزرگ شدن کودک، هر سال او را به بهانه نذر، در جشن‌های نیمه شعبان از جلوی چشم خود دور می‌کنند تا عذاب وجدان کمتری داشته باشند. با کنجکاوی و کمک یکی از نوجوانان محل، این جوان تدریجاً به حقیقت دست می‌یابد و راز تولد دردناکش روشن می‌شود. این در حالی است که اهالی نیز دریافته‌اند تنبیه و مجازات زن، ناشی از اشتباه و کینه شخصی و توهم محض بوده است. در پایان، فردای نیمه شعبان، جوان بی‌خبر و ناگهانی، اهالی را ترک می‌کند و آن‌ها را با

کوله باری سنگین از بهت و پشیمانی باقی می‌گذارد (مجله امان، ۱۳۸۶: ۱۴).
تحلیل: قدمگاه در بازنمایی امر قدسی از سویی به فضا، نماد و آیین‌های سنتی و مذهبی چنگ می‌زند که برای بازنمایی این مفهوم کارکرد و بستر مناسبی است و از سوی دیگر با نمایش فضای طبیعی و سنتی و به‌دوراز هیاهو و تصنعات مدرنیسم و با بهره‌مندی از حس و حال طبیعی لوکیشن فیلمبرداری، تلاش می‌کند تا فضای زیبایی‌شناسی بصری فیلم را به سمت پیراستگی و خلوص ببرد تا زمینه برای بازنمایی امر قدسی بهتر مهیا شود. البته قدمگاه برای این بازنمایی بیشتر از هر عنصری در سبک استعلایی به نماد وابسته است، نمادهای آیینی که به‌نوعی تجسم امر قدسی در قوس نزول بر روی زمین‌اند. از چلچراغ گرفته تا مراسم‌های مذهبی؛ اما یکی از شگردهای فیلم برای بازنمایی نزدیک‌تر به امر قدسی، انتخاب شخصیت رحمان به‌عنوان نقش اصلی فیلم است که بسیار ساده و تا حدی ناقص العقل است که همین باعث شده تا بار گناهی بر دوش نداشته باشد و برای همین دارای صفا و خلوص باطنی خاصی است که منتج به دیدن امام زمان (عج) در عالم رؤیا می‌شود. در سبک استعلایی تمام رویکرد سبکی فیلم بر کم کردن فاصله و برداشتن موانع برای بازنمایی امر قدسی و متعالی است. در نماهای پایان فیلم نیز رحمان با چرخشی مستانه همراه با نمادی دینی که بر دوش دارد دیده می‌شود که انگار امر متعالی در او احساس می‌شود گویی که کائنات دور او می‌چرخند. بعدازاین نیز رحمان دیگر بسان یک انسان زمینی نیست و در روستا دیده نمی‌شود؛ اما در آخرین نما او را می‌بینیم که در حال حرکت به سمت نوری در افق است. در اینجا نیز با برداشته شدن مصنوعات زمینی و بهره‌گیری از فضای طبیعت و نور و بهره‌مندی از سادگی تلاش شده تا سبک استعلایی در فیلم منعکس شود.



نمودار ۸. ویژگی‌های سبک استعلایی و هنر مقدس در فیلم «قدمگاه»

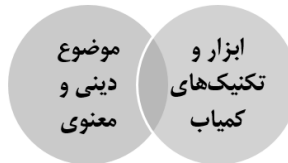
یک تکه نان ساخته کمال تبریزی ۱۳۸۳

داستان جوان ساده‌ای به نام قیس است که در لباس سربازی همراه پیرمردی معتمد به نام کربلایی که مغرور و بداخلاق است، برای دیدن پیر زنی که به صورت معجزه آسایی توسط جوانی، قرآن را حفظ شده به روستایی می‌روند. کربلایی از طرف ژاندارمری روستا مأمور می‌شود مردم را آرام کند. او باید برای رسیدن به این روستا از یک جنگل رد شود. در این راه با سرباز جوان همسفر می‌شود و درمی‌یابد که سرباز مورد عنایت خداوند است. سرباز یک روستایی ساده‌دل و کم‌حرف است و حتی آن قدر مهجور که خیلی چیزها برایش تازگی دارند. در طول مسیر اتفاقاتی می‌افتد. سرباز، با سه پیرمرد روستایی روبرو می‌شود و از آن‌ها حرف‌هایی ساده ولی عمیق می‌شنود. کم‌کم هم‌زمان با سلوک سرباز به پیرزن شفا پیدا کرده نزدیک می‌شویم. وارد امامزاده که می‌شویم پیرزن ماجرا را با گریه بازگویی می‌کند و ما متوجه می‌شویم به واسطه حضور یک جوان، سوره مریم قرآن را حفظ شده است. مشخصات آن جوان نشانه‌های همان سرباز ساده‌دل است.

تحلیل: در یک تکه نان نیز مانند قدمگاه شخصیت اصلی با مشخصات انسانی بسیار ساده‌دل، پاک و روحانی قدم اول را برای سبک استعلایی برمی‌دارد. واسطه‌ای ناب و زلال برای انتقال و بازنمایی امر قدسی به جهت تجربه برای تماشاگر فیلم. انسانی پاک و مقدس که با دادن تکه نانی به دختری معلول وی را شفا می‌دهد و زن بی‌سوادی را قادر به خواندن قرآن می‌کند. شخصیتی که با امر قدسی در ارتباط تنگاتنگ است و در حقیقت مقرب الهی است. در کنار این شگرد، بار دیگر شاهد فضای بسیار سبز و زیبای طبیعت هستیم که در واقع مسیر قیس و پیرمرد است که مانند بهشت است. دوربین نیز این مسیر را از زاویه دید بالا (فرشته) نشان می‌دهد. محیط در اوج سکون و آرامش و درخشش است. نور خورشید میانه درختان انبوه ساطع شده است، پرندگان نغمه‌سرای می‌کنند، قیس در آب رودخانه وضو می‌گیرد و بی‌آلایش به نماز می‌ایستد. تابش نور در این نما شدید است که به نوعی شاهد حضور امر قدسی همراه شخصیت مقدس فیلم هستیم. به این ترتیب با بهره‌مندی از سکون در طبیعت و فضای نورانی و روحانی تلاش شده تا بستری مناسب برای احساس شدن امر قدسی را درک کنیم.

در کنار وجوه بصری فیلم که جنبه‌های زیبایی‌شناسی فیلم را برای بازنمایی امر قدسی می‌توان بررسی کرد، یکی دیگر از ویژگی‌های فیلم در سبک استعلایی، اشاره به شخصیت اصلی فیلم در مسیر است که مدام در حال کم کردن وسایل همراه خود و

بخشیدن آنان به اهالی روستا است. او با این کار مدام علقه‌های دنیوی خود را از میان برمی‌دارد تا موانع میان او و امر قدسی کاهش یابد. چیزی که دقیقاً در سبک استعلایی از آن به‌عنوان عنصر کمیابی برای بیان امر قدسی صورت می‌گیرد. شخصیت اصلی به حدی تقدس می‌یابد که دیگر مسیر را بدون نشانه و راهنما طی می‌کند و به‌نوعی سلوک مقدس خود را طی می‌کند. او اکنون چیزهایی را رؤیت می‌کند که دیگران هرگز ندیده‌اند. فیلم بیشتر از آنکه از نظر فیلمنامه و روایت بخواهد به امر قدسی نزدیک شود از طریق وجوه بصری و زیبایی‌شناسانه به این هدف نزدیک می‌شود.



نمودار ۹. ویژگی‌های سبک استعلایی و هنر مقدس در فیلم «یک تکه نان»

نتیجه‌گیری

سنت‌گرایان هنر را اصولاً چیزی جز صورت نمی‌دانند و در هنر مقدس میان امر قدسی یا مضامین متعالی با صوری که در هنر متجلی می‌شود، تناظری کامل برقرار می‌دانند. در واقع از نظر ایشان، امر مقدس در هنر با زبان و شکل و سبکی خاص بیان می‌شود که می‌توان آن را نزول حقیقت متعالی در زبان و بیان هنر دانست. پس هنر قدسی شکل و صورتی متعالی و البته نمادین و رمزگونه و از عالم بالا دارد؛ اما از آنجاکه سینما، بیرون از جهان سنت است، امر قدسی را باید در سبک و با بهره‌مندی از ابزار و ویژگی‌های خاصی بازنمایی کند که به کیفیات هنر قدسی نزدیک باشد؛ زیرا در نگاه سنت‌گرایی امر قدسی در صورت و سبک نمایان می‌شود؛ بنابراین باید به جست‌وجوی ویژگی‌های هنر قدسی در سینما پرداخت. در این جستار نشان دادیم که این موضوع در سبک استعلایی در سینما، یافت می‌شود؛ زیرا امر مقدس در سینما از طریق قالب و شکلی متعالی و متفاوت که آن را سبک استعلایی می‌نامیم، نمایش داده می‌شود. فیلم‌های رایج که اغلب صرفاً سرگرم‌کننده‌اند، مخاطب را از توجه به مضامین معنوی و متعالی باز می‌دارند و بیشتر به بیان مضامین بشری دعوت می‌کنند. مهم‌ترین و اصلی‌ترین ویژگی سبک استعلایی، تمرکز بر فاصله و گریز از تصنعات، تکفلات، مادی‌گری،

هیجانان، واقع‌گرایی صرف، روزمرگی و حرکت به سوی بازنمایی معنویت از خلال واقعیت مادی است. واقعیت مادی رفته‌رفته جنبه‌های روزمره و عادی و زمینی‌اش را فرومی‌ریزد و سمت و سوی معنوی مستتر در ورای خود را نشان می‌دهد. در واقع آرام‌آرام دچار پیراستگی و زلالی می‌شود.

تمهید این امر، با کاربست تکنیک‌هایی چون ابزار کمیاب و قلّت بیان می‌شود که به واسطه آن امر مقدس در زمان خود ظهور پیدا می‌کند و با کم‌رنگ شدن جنبه‌های مادی به تدریج، وجوه معنوی آشکارتر شده تا جایی که در پایان فیلم بیننده با یک برانگیختگی روحی امر مقدس را مشاهده و یا حس می‌کند. تکنیک‌هایی چون فیلمبرداری با وضوح عمیق در نماهای ایستا، نورپردازی درخشان و منبع نور از بالا که اشاره‌ای به امر الهی است، استفاده از نابازیگران برای طبیعی جلوه دادن و همدل شدن مخاطب با فیلم، استفاده از صحنه‌پردازی در طبیعت که نشانه‌هایی از آفرینش ناب و الوهی است، صداها و موسیقی آرام و طبیعت‌گرا، برخی از تکنیک‌ها و فنون معنوی و قلّت‌زا هستند. این ویژگی در هنر قدسی نیز دیده می‌شود که ضمن توجه به مضمون و محتوای امر معنوی، مذهبی یا دینی این زبان صوری معنوی است که امکان انتقال امر قدسی را در هنر ممکن می‌کند و اصالت می‌یابد. همان‌طور که در هنر قدسی به واسطه عناصر سبکی و فرمی، فضایی کاملاً معنوی حاکم است، در سبک استعلایی نیز عوامل فرمیک و سبک باعث می‌شود تا فضا و رویکرد معنوی حاکم شود و شیوه کار و ساخت فیلم نیز حالتی معنوی و مقدس به خود بگیرد. در کنار ابزار کمیابی و شاعرانگی، نمادهای مذهبی نیز در بازنمایی امر قدسی نقش آفرینند و می‌توانند از امر مقدس حکایت کنند. به این ترتیب نمادگرایی نیز می‌تواند وجهی از سبک استعلایی در سینما باشد.

در بررسی ۶ فیلم مورد مطالعه در این پژوهش نیز این یافته به دست آمد که مهم‌ترین ویژگی مورد استفاده در این فیلم‌ها برای بازنمایی امر قدسی، اصلی‌ترین خصوصیت آن، یعنی بهره‌مندی از تکنیک و ابزارهای خاص، کمیاب و معنوی است که در وجوه گوناگون سینمایی به کار گرفته می‌شود. موضوع دینی و معنوی نیز در کنار آن به عنوان مشخصه رایج بعدی حضور دارد. بعد از آن نمادگرایی است که گاهی روشی برای نشان دادن امر قدسی است و در آخر روایت ۳ مرحله‌ای که در بیشتر فیلم‌ها با نمای ایستایی در پایان تمام می‌شود؛ اما به‌طور کلی شیوه روایتگری در کنار وجه شکلی و زیبایی‌شناسانه نقش فعالی را ایفا می‌کند.

سرانجام می‌توان گفت، زبان صوری و اجرایی هنر قدسی مبتنی بر نگرش کلی

در جهان هستی است که در آن عالم بر اصل و اساس روحانیات ساخته و بنا شده و تقلیدی از آن است. این ویژگی در سبک استعلایی نیز دیده می‌شود که می‌توان ریشه آن‌ها را در هنر بدوی دانست که هر دو در آن مشترک‌اند. هنر بدوی متأثر از جهان‌بینی دینی است و فرم هنری خود را بر این اساس شکل داده است و به وحدتی در تفکر، سبک و فرم هنری رسیده است که به مذهب توجه ویژه دارد. این ویژگی در هنر قدسی و سبک استعلایی نیز وجود دارد.

در فیلم‌های مورد مطالعه نیز، مشاهده شد که ویژگی‌های سبک استعلایی در اتحاد با موضوع و ماده دینی و معنوی به بازنمایی امر قدسی در فیلم دست یافته‌اند. در نهایت بازنمایی امر قدسی در سینما، از خلال واقعیت مادی و جلوه‌گاه معنوی واقعیت و از طریق اتخاذ «رویکردها» و «کارکردها»ی مناسب در طراحی، ساخت روایت و فرم سینمایی، امکان نمایش می‌یابد.

منابع و مأخذ

- آژل، هانره و آيفر، آمده (۱۳۸۰). سینما و امر قدسی، کتاب ماه هنر، ۴۱ و ۴۲ (۴)، ۴۸-۵۳.
- اسماعیلی، رفیع الدین (۱۳۹۵). بررسی رابطه هنر و دین از منظر سیدحسین نصر و سیدمرتضی آوینی، معرفت فرهنگی اجتماعی، ۲۶ (۷)، ۱۰۹-۱۳۲.
- اطهری، سید حسین و منشادی، مرتضی (۱۳۹۲). چیستی فلسفه سنت‌گرایی با تکیه بر آرای دکتر سیدحسین نصر: مضامین، دلالت‌ها و بنیان‌ها، فصلنامه آینه معرفت، ۳ (۱۳)، ۲۵-۵۱.
- آوینی، سید مرتضی (۱۳۹۰). آینه جادو، جلد دو، تهران: واحه.
- آوینی، سیدمرتضی (۱۳۷۴). مبانی نظری هنر، قم: نبوی.
- برد، مایکل (۱۳۷۲). فیلم در مقام تجلی قدسی، فصلنامه فارابی، ۱۰ (۶)، ۹۱-۱۱۳.
- بررسی و نقد قدمگاه (بی‌تا). تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۰۲/۰۴، قابل دسترس در: <https://Noo.Rs/Dnjko>
- بورکهارت، تیتوس (۱۳۷۶). هنر مقدس اصول و روش‌ها، ترجمه جلال ستاری، تهران: سروش.
- پازوکی، شهرام (۱۳۸۹). پازوکی: مفاهیم مجرد باید صورت متناسب خود را در هنرهای مختلف بیابد، تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۰۱/۱۴، قابل دسترس در: Shabestan.News/x4Fw.
- پریشان، ریحانه (۱۳۹۲). بازشناسی مفهوم هنر قدسی و اصول ارزش‌گذاری آثار هنری در این حوزه، همایش بین‌المللی فلسفه دین معاصر.
- جان آر، می (۱۳۸۵). نظریات معاصر درباره تفسیر فیلم دینی، ترجمه فرهاد ساسانی، تهران: سوره مهر.
- جانستن، رابرت (۱۳۸۳). معنویت و فیلم، ترجمه فتاح محمدی، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- جهان بگلو، رامین (۱۳۸۹). در جست‌وجوی امر قدسی، تهران: نشر نی.
- خندق‌آبادی، حسین (۱۳۸۰). حکمت جاویدان: نگاهی به زندگی و آثار سنت‌گرایان معاصر، تهران: مؤسسه توسعه دانش‌پژوهش ایران.
- درخشان، محمدرضا و حسینی، عماد (۱۴۰۲). بررسی ابعاد و قابلیت‌های سبک استعلایی در فیلم جستار، فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۴۷ (۱۷)، ۷۸-۸۳.

<https://doi.org/10.22085/javm.2023.386188.2049>

دیوتش، الیوت (۱۳۸۱). فلسفه هنر سیدحسین نصر، سروش اندیشه، ۲ (۲)، ۴۶-۵۷.

راوودراد، اعظم و نعمتی، بشیر (۱۳۹۶). بررسی امکان بازنمایی امر قدسی در قالب تصویر متحرک، دین و ارتباطات، ۱ (۲۲)، (پیاپی ۵۱)، ۳۷-۶۵.

<https://doi.org/10.30497/RC.2017.1995>

واکاوی شیوه بازنمایی امر قدسی در [...]

- رودگر، محمد (۱۴۰۱). معرفی نظریه رئالیزم عرفانی در گفت‌وگو با محمد رودگر، تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۰۱/۱۰، قابل دسترس در: <https://Tn.Ai/2848953>.
- سانتاگ، سوزان (۱۳۷۶). سبک معنوی در فیلم‌های برسون، ترجمه فتح محمدی، فصلنامه سینمایی فارابی، ۳۵ (۱۱)، ۱۹۰-۲۰۱.
- شریدر، پل (۱۳۸۴). سبک استعلایی در سینما، ترجمه محمد گذرآبادی، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- شوان، فریتھیوف (۱۳۶۳). شناخت اسلام، ترجمه ضیال‌الدین دهشیری، تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- شوان، فریتھیوف (۱۳۷۶). اصول و معیارهای هنر جهانی، ترجمه سیدحسین نصر، تهران: دفتر مطالعات هنر دینی.
- شوان، فریتھیوف (۱۳۸۳). اسلام و حکمت خالده، ترجمه فروزان راسخی، تهران: هرمس.
- عباسی، ولی‌الله (۱۳۸۹). معنویت و هنر از دیدگاه سنت‌گرایان، مطالعات اخلاق کاربردی، ۲۰ (۶)، ۴۲-۶. <https://doi.org/10.22081/JARE.2010.21140>
- عطوفی کاشانی، طاهره (۱۳۸۹). سنت‌گرایان، فرهنگ پژوهش، ۶ (۲)، ۱۴۵-۱۶۸.
- علمی، قربان (۱۳۸۹)، مدخلی بر نظریه دینی رودلف اوتو بر اساس کتاب مفهوم امر قدسی، مقالات و بررسی‌ها، ۷۷ (۲۳)، ۸۹-۱۰۱.
- علیزاده، بیوک و قائمی نیک، محمد (۱۳۹۱). در جست و جوی امر قدسی، فصلنامه اندیشه دینی دانشگاه شیراز، ۴ (۱۱)، ۳۹-۶۴. <https://doi.org/10.22099/JRT.2013.2385>
- فیاض، ابراهیم، بیچرانلو، عبدالله و ساعی، محمدحسین (۱۳۹۷). سینمای ملی ایران رویکردی مردم‌شناختی ارتباطی، تهران: شرکت انتشارات سوره مهر.
- گهرخش، محمدجواد، اسفندیاری، شهاب و رستمی، پدram (۱۴۰۱). مطالعه‌ای انتقادی بر کتاب سبک استعلایی در سینما، آوزو، برسون، درایر، پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، ۳ (۲۲)، ۴۴۳-۴۶۵. <https://doi.org/10.30465/crtls.2022.38782.2408>
- مازیار، امیر (۱۳۹۱). نسبت هنر اسلامی و اندیشه اسلامی از منظر سنت‌گرایان، کیمیای هنر، ۳ (۱)، ۷-۱۲.
- نصر، سید حسین (۱۳۷۵). هنر و معنویت اسلامی، تهران: حکمت.
- نصر، سید حسین (۱۳۸۴). دین و نظام طبیعت، تهران: حکمت.
- نصر، سید حسین (۱۳۸۵). در جست‌وجوی امر قدسی، ترجمه سید مصطفی شهرآیینی، تهران: نشر نی.
- نصر، سید حسین (۱۳۸۵). معرفت و معنویت، ترجمه انشاء‌الله رحمتی، تهران: سهروردی.
- نصر، سید حسین (۱۳۸۹). هنر و معنویت اسلامی، تهران: حکمت.
- نوروزی، مصطفی (۱۳۹۷). سبک در هنر قدسی، تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳، قابل دسترس در:

<https://www.artqom.ir/fa/pages/news-detail/29777>.

هنر بدوی، (بی.تا) تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۰۲/۰۴، قابل دسترس در: <https://painterinterest.ir> سبک‌های تاریخ هنر جهان/هنر-بدوی.

وارن، باکلند (۱۴۰۰). مبانی مطالعات سینمایی و نقد فیلم، ترجمه پژمان طهرانیان، تهران: نشر نی.

الیاسی، عباس (۱۳۹۰). بازنمایی در فلسفه هنر، تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۰۱/۱۲، قابل دسترس در:

<https://noo.rs/abl6p>.

الیوت، لیزا (۱۳۸۷). تلویزیون/استعلایی، رواق هنر و اندیشه، ۲۸ (۴)، ۹۵-۱۱۰.

یوسفی‌فر، شهرام (۱۳۹۰). سنت، سنت‌گرایی و سنت‌گرایان معاصر، تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۰۳/۲۷، قابل دسترس در: <https://noo.rs/B058Y>

Abbasi, W. (2009). Spirituality and Art from the Perspective of Traditionalists, Applied Ethics Studies, 20 (6), 6-42. <https://doi.org/10.22081/JARE.2010.21140> [In Persian].

Alizadeh, B & Ghaemi Nik, M. (2011). In Search Of the Holy Matter, Shiraz University Of Religious Thought Quarterly, 4 (11), 39-64. <https://doi.org/10.22099/JRT.2013.2385> [In Persian].

Athari, H & Manshadi, M (2012). What is the Philosophy of Traditionalism based on the Opinions of Dr. Seyed Hossein Nasr: Themes, Implications and Foundations, The Mirror of Knowledge Quarterly, 3 (13), 25-51 [In Persian].

Atoufi Kashani, T. (2009). Traditionalists, Research Culture, 6 (2), 145-168 [In Persian].

Avini, M. (1995). Theoretical Foundations of Art. Qom: Nabavi [In Persian].

Avini, M. (2011). The Magic Mirror, vol.2. Tehran: Vahe [In Persian].

Azhel, H. & Aifer, V. (2001). Cinema and Sacred Affairs, Book of the Art Month, 41 and 42 (4), 48-53 [In Persian]

Bird, M. (1993). Film as Heirophany, Farabi Quarterly, 10 (6), 91-113 [In Persian].

Burkhart, T. (1997). The Sacred Art Principles and Methods, (Translated from English to Persian By Jalal Sattari), Tehran: Soroush [In Persian].

Coomaraswamy, A. (2004) *The Essential (Perennial Philosophy Series)*, World Wisdom.

Derakhshan, M & Hosseini, E. (2023). Investigating the Dimensions and Capabilities of the Transcendental Style in the Film Jestar, Scientific Quarterly of Visual and Audio Media, 47 (17), 78-83. <https://doi.org/10.22081/javm.2023.386188/2049>. [In Persian]

Deutsh, E. (2001). Seyyed Hossein Nasr's Philosophy of Art, Soroush Thought, 2 (2), 46-57 [In Persian].

Eliasi, A. (2013). Representation in the Philosophy of Art, Retrieved March 31, 2024, from <https://noo.rs/abl6p> [In Persian].

Elliott, L. (2007). Transcendental Television, Portico of Art and Thought, 28 (4), 95-110 [In Persian].

- Elmi, G. (2009), An Entry On Rudolf Otto's Religious Theory Based On The Book The Concept Of The Holy, *Essays And Reviews*, 77 (23), 101-89 [In Persian].
- Esmaili, R. (2015). Investigating the Relationship between Art and Religion from the Perspective of Seyyed Hossein Nasr and Seyed Morteza Avini, *Cultural and Social Knowledge*, 26 (7), 109-132 [In Persian].
- Fayaz, E, Bichranlou, A & Sa'i, M. (2017). *Iran's National Cinema an Anthropological-Communicative Approach*, Tehran: Sore Mehr Publishing Company [In Persian].
- Gohbarakhsh, M, Esfandiari, S & Rostami, P. (2022). A Critical Study on the Book Transcendental Style in Cinema, Ouzo, Bresson, Dreyer, *Critical Research of Humanities Texts and Programs*, 3 (22), 443-465. <https://doi.org/10.30465/crts.2022.38782.2408> [In Persian].
- Guenon, R. (2001). *The Crisis of the Modern World*, Translated by Marco Pallis & Arthur Osborne & Richard Nicholson, New York, SOPHIA PERENNIS.
- Jahanbaglou, R. (2009). *In Search of the Sacred*, Tehran: Ney Publishing [In Persian].
- John R, M. (2006). *Contemporary Ideas about Religious Film Interpretation*, (Translated from English to Persian by Farhad Sassani), Tehran: Sooreh Mehr [In Persian].
- Johnston, R. (2013). *Spirituality And Film*, (Translated from English to Persian By Fatah Mohammadi), Tehran: Farabi Cinema Foundation [In Persian].
- Khandaghabadi, H. (2001). *Immortal Wisdom: A Look At the Life and Works of Contemporary Traditionalists*, Tehran: Iran Research Development Institute [In Persian].
- Martain, J. (1962). *Art Scholasticism and the Frontiers of Poetry*, New York: CHARLES Scribners SCRIBNERS SONS.
- Maziari, A. (2012). The Relationship between Islamic Art and Islamic Thought from the Perspective of Traditionalists, *Kimyai Honar*, 3(1), 7-12 [In Persian].
- Nasr, H. (1996). *Islamic Art and Spirituality*, Tehran: Hekmat [In Persian].
- Nasr, H. (2005). *Religion and Natural System*, Tehran: Hekmat [In Persian].
- Nasr, H. (2006). *In Search Of The Holy Matter*, Translated By Seyyed Mostafa Shahr Ayeni, Tehran: Ney Publication [In Persian].
- Nasr, H. (2006). *Knowledge And Spirituality*, (Translated from English to Persian By inshallah Rahmati), Tehran: Sohrvardi [In Persian].
- Nasr, H. (2010). *Islamic Art and Spirituality*, Tehran: Hekmat [In Persian].
- Nowrozi, M. (2017). *Style in Qudsi Art*, Retrieved April 22, 2024. From <https://www.artqom.ir/Fa/Pages/News-Detail/29777> [In Persian].
- Old meadow, k2000). *Traditionalism, religion in the light of the perennial Philosophy*, Colombo COLIMBO: SRI LANKA INSTITUTE OF TRADITIONAL STUDIES.
- Parishan, R. (2012). *Recognizing the Concept of Sacred Art and the Principles of Valuing Works of Art*

- in this Field, International Conference on Philosophy of Contemporary Religion [In Persian].
- Pazouki, S. (2009). Pazuki: The Transcendental Concepts Should Find Their Appropriate Form In Different Arts, Retrieved April 2, 2014. From <https://Shabestan.News/x4Fw> [In Persian].
- Primitive Art. (N.D.). Retrieved April 23, 2024, from <https://Painterest.Ir-Styles-Of-World-Art-History/Primitive-Art> [In Persian].
- Rawdrad, A & Nemati, B. (2016). Investigating The Possibility Of Representing The Sacred Matter In The Form Of A Moving Image, Religion And Communication, 1 (22), (51 Series), 37-65 [In Persian].
- Review and Criticism of the Foothold. (N.D.). Retrieved April 23, 2024. From <https://Noo.Rs/Dnjko> [In Persian].
- Rodger, M. (2022). Introducing The Theory Of Mystical Realism In A Conversation With Mohammad Rudgar, Retrieved: March 29, 2024. From <https://Tn.Ai/2848953> [In Persian].
- Schrader, P. (2004). Transcendental Style in Cinema, (Translated from English to Persian by Mohammad Ghazrabadi), Tehran: Farabi Cinema Foundation [In Persian].
- Schrader, P. (2018), *Transcendental Style in Film*, UNIVERSITY OF CALIFORNIA PRESS.
- Schuon, f. (1993). *The Transcendental unity of religions*. Quest Books.
- Schwan, F. (1984). Understanding Islam, (Translated from English to Persian by Ziauddin Deshiri), Tehran: Institute of Cultural Studies and Research [In Persian].
- Schwan, F. (1997). Principles And Criteria Of World Art, (Translated from English to Persian By Seyyed Hossein Nasr), Tehran: Office Of Religious Art Studies [In Persian].
- Schwan, F. (2003). Islam And The Eternal Philosophy, (Translated from English to Persian By Forozan Rasekhi), Tehran: Hermes [In Persian].
- Sontag, S. (1966). *Spiritual Style in the Films of Robert Bresson*, new york: charles scribner's sons.
- Sontag, S. (1997). Spiritual Style In Bresson's Films, (Translated from English to Persian by Fattah Mohammadi), Farabi Cinema Quarterly, 35 (11), 190-201 [In Persian].
- Warren, B. (2021). Fundamentals Of Cinema Studies And Film Criticism, (Translated from English to Persian By Pejman Tehranian), Tehran: Ney Publication [In Persian].
- Yousefifar, S. (2011). Tradition, Traditionalism And Contemporary Traditionalists, Retrieved June 16, 2024. From <https://Noo.Rs/B058Y> [In Persian].

Understanding the discursive components of fake news in the events of the fall of 1401

Esmail, Afghahi, Assistant professor/ Research Institute for Culture, Arts and Communication.
Email: eafghahi@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research is to know the discursive components of fake news in the events of the fall of 1401. For this purpose, the fake news published through X accounts of BBC Persian and Iran International were analyzed using the discourse analysis method with Norman Fairclough's approach, based on the investigated indicators, the findings showed that both X-accounts, ten actions "drawing a negative atmosphere for the audience", "increasing the gap between the government and the protesters with the authority of international institutions", "bipolarization of society", "creating semantic rationality", "inducing conspiracy theories", "prominent Creating dimensions of human rights and western democracy", "Using methods of rhetoric", "Production of pseudo-science", "Repetition of ideological words" and "Trying to create belief in the audience to pass through the Islamic Republic" have been used in fake news. Also, Both of the investigated news channels do not have an action for the metaphor index. The sameness of the discourse components in the two investigated media shows that they follow somewhat similar ideologies.

Keywords

X social media; fake news; Fairclough's discourse analysis; BBC Persian; Iran International news network

شناخت مؤلفه‌های گفتمانی اخبار جعلی در حوادث پاییز ۱۴۰۱

اسماعیل افقهی^۱

چکیده

هدف از این پژوهش شناخت مؤلفه‌های گفتمانی اخبار جعلی در حوادث پاییز ۱۴۰۱ است. بدین منظور اخبار جعلی منتشرشده از طریق اکانت‌های ایکس بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال به روش تحلیل گفتمان با رویکرد نورمن فرکلاف مورد تحلیل قرار گرفت. براساس شاخص‌های مورد بررسی یافته‌ها نشان دادند که هر دو اکانت ایکس، ده کنش «ترسیم فضای منفی برای مخاطب»، «افزایش شکاف بین حاکمیت و معترضان با مرجعیت نهادهای بین‌المللی»، «دوقطبی‌سازی جامعه»، «ایجاد عقلانیت معنایی»، «القای تئوری‌های توطئه»، «برجسته‌سازی ابعاد حقوق بشری و دموکراسی غربی»، «استفاده از شیوه‌های بیان»، «تولید شبه علم»، «تکرار واژگان ایدئولوژیک» و «تلاش برای ایجاد باور در مخاطب برای عبور از جمهوری اسلامی» را در اخبار جعلی بکار گرفته‌اند. همچنین، هر دو شبکه‌های خبری مورد بررسی، برای شاخص استعاره، فاقد رویکرد یا کنش هستند. یکسان بودن مؤلفه‌های گفتمانی در دو رسانه مورد بررسی، نشان می‌دهد که از ایدئولوژی تاحدودی مشابه پیروی می‌کنند.

واژگان کلیدی

رسانه اجتماعی ایکس؛ اخبار جعلی؛ تحلیل گفتمان فرکلاف؛ بی‌بی‌سی فارسی؛ ایران اینترنشنال.

مقدمه

کوک^۱ (۲۰۱۸) عنوان می‌کند که مهم‌ترین چالشی که نشر خبر در حال حاضر با آن روبه‌روست، شکل جدید حقیقت است. واقعیت آن است که امروزه حقیقت دیگر از سمت سیاستمداران و مسئولان ابلاغ نمی‌شود، بلکه توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی شبکه‌بندی شده و انتشار می‌یابد. به ازای هر واقعیتی یک ضدواقعیت وجود دارد و تمام این واقعیت‌ها و ضدواقعیت‌ها در فضای مجازی و به شکل آنلاین یکسان و مشابه به نظر می‌رسند و این برای اکثر مردم گیج‌کننده است.

این فضای رسانه‌ای و اطلاعاتی حاکم بر جوامع انسانی منجر به شکل‌گیری دورانی شده است که در جوامع علمی از آن به عصر پساحقیقت تعبیر می‌شود. در تعریف آن، رزمونت^۲ (۲۰۱۴) عنوان می‌کند که «پساحقیقت^۳ مربوط به شرایطی است که در آن حقایق عینی نسبت به احساسات و باورهای شخصی تأثیر کمتری در شکل‌گیری افکار عمومی دارند (ص ۵)». پساحقیقت مبتنی بر ایجاد جامعه‌ای شبکه‌ای با فناوری‌های ارتباطاتی سطح بالاست که همراه با جامعه و نسلی که به انواع ارتباطات جدید قرن ۲۱ عادت کرده و به نسلی شکاک، ناشی از فلسفه و ایده‌های اندیشه‌پست‌مدرن، تبدیل شده، شرایطی را ایجاد می‌کند که طی آن، شناخت امر حقیقی و غیرحقیقی تا حد زیادی ناممکن می‌شود (ساعی و آزادی، ۱۴۰۰: ۳۷). در این فضا اخبار جعلی^۴ مفهوم حقیقت را در معنای پیشین آن، با چالش جدی مواجه کرده است. اصطلاح «فیک‌نیوز» تبدیل به یکی از واژه‌های پرسامد در محافل اعم از علمی و عمومی شده است و افراد مختلف بنا به رویکردهای خود سعی در استفاده از این واژه برای به کرسی نشاندن دیدگاه‌های خود را دارند.

لازارو^۵ (۲۰۱۲) و سیار اندیشمندان ژورنالیسم بر این باور هستند که در عصر ژورنالیسم (قرن بیستم)، عرصه خبررسانی چندان با اخبار جعلی مواجه نبود؛ اگر هم در آن دوره اخبار جعلی حضور داشتند تأثیرات چندان زیادی در ممانعت از خبررسانی صحیح به جوامع نداشتند. برای مثال، استوارت آلن^۶ در سال ۲۰۰۷ نقل از لازارو (۲۰۱۲)، عنوان کرد که «آنچه به‌عنوان ژورنالیسم قلمداد می‌شود در یک زمینه ارتباطی

1. Cooke
2. Rosemont
3. Post Truth
4. Fake News
5. Lazarou
6. Stuart Allan

نوظهور که توسط پلتفرم‌های دیجیتال پشتیبانی می‌شود در حال پیکربندی مجدد است. انتقال قدرت ارتباطی از سازمان خبری به شهروند در حال تثبیت است.» اما امروز ژورنالیسم دیجیتال با بحران اخبار جعلی مواجه شده است. به گفته اکستروم، لويس^۱ و وستلوند (۲۰۲۰) و سایر اندیشمندان ژورنالیسم، واقعیت آن است که اخبار جعلی در سال‌های اخیر نقش برجسته اجتماعی و اقتدار ژورنالیسم را به چالش کشیده است. سؤال اینجاست که چه مؤلفه‌های گفتمانی در اخبار جعلی وجود دارد که این خلأ را به وجود آورده است.

از طرف دیگر، اخبار جعلی، فرایند آگاه‌سازی و اعتماد عمومی را به شدت تحت الشعاع قرار داده است و آسیب‌های فراوانی را به پایه‌های حکمرانی و دموکراسی وارد کرده است. از آن جمله اخلاص در همه فرایندهای دموکراتیک، برگزاری انتخابات سالم، اعمال هر گونه سیاست‌ورزی، ایجاد اختلال در هرگونه تحولات سیاسی و اجتماعی و حتی مدیریت بحران‌های طبیعی و اجتماعی، تضعیف ژورنالیسم حرفه‌ای، تخریب نظام ارتباطات اجتماعی جوامع انسانی، تزریق بحران‌های ساختگی به اقتصاد و تضعیف امنیت عینی و روانی جوامع انسانی است. شکل‌گیری این نگرانی‌ها باعث گشودن مسیر جدیدی از تحقیق‌ها برای مهار به‌هنگام و کاهش اثرهای مخرب اخبار جعلی بر افکار عمومی شده است. یکی از این موارد حوادثی است که در پاییز ۱۴۰۱ در کشور رخ داد و اکانت‌های رسانه‌های جریان اصلی همچون بی‌بی‌سی فارسی و ایران‌اینترنشنال در لابه‌لای انعکاس رویدادها، اخبار جعلی را نیز چاشنی کار خبررسانی می‌کردند که حوادث رخ داده و بازخوردهای کاربران نشان می‌دهد که دروغ بودن این اخبار توسط آنها تشخیص داده نشده است.

برای شناخت بیشتر این جریان، هدف اصلی از این تحقیق، شناسایی مؤلفه‌های گفتمانی اخبار جعلی در حوادث پاییز ۱۴۰۱ است. این امر از طریق تحلیل گفتمان اخبار جعلی منتشر شده در ایکس انجام می‌شود تا به این سؤال جواب دهیم که در این حوادث اکانت‌های ایکس شبکه‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی و ایران‌اینترنشنال به عنوان جریان‌های اصلی خبری در خارج از کشور برای ایرانیان (با مخاطبان و دنبال‌کنندگان به نسبت بیشتر در ایکس) در ارائه اخبار جعلی از چه مؤلفه‌های گفتمانی بهره برده‌اند تا افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند. رسانه اجتماعی ایکس بدین دلیل انتخاب شد که بیشتر از سایر رسانه‌های اجتماعی مطرح در ایران مانند اینستاگرام

یا تلگرام، رویکرد خبری و خبررسانی دارد و به عنوان یک میکرو بلاگ سهم بیشتری از فضای تعاملات مجازی کاربران را با خبررسانی به اشتراک می‌گذارد.

پیشینه پژوهش

تاکنون تحقیقات زیادی در داخل و خارج از کشور به موضوع اخبار جعلی پرداخته‌اند؛ از جمله می‌توان به تحقیق آزادی (۱۳۹۹) اشاره کرد که ارائه اخبار صحیح، دقیق و قابل اعتماد و رد اخبار جعلی و آگاه‌سازی جامعه را به عنوان راهکار ارائه می‌کند؛ تحقیقاتی که درباره معنا و مفهوم و چیستی اخبار جعلی هستند (کرمانی، ۱۳۹۸؛ مجد زاده و موسوی، ۱۳۹۹) و یا تحقیقات دیگری که اقدامات پیشگیرانه و واکنشی را بررسی کرده‌اند (ساعی و آزادی، ۱۴۰۰) و یا پژوهش‌هایی که روش‌های زبانی و فنی تشخیص و شناسایی خبر جعلی را مطرح کرده‌اند (متقی، اسماعیلی، بازایی و افشار، ۱۴۰۰؛ شعبانی و همکاران، ۱۴۰۰؛ دستلان، ده بزرگی، مریدی و امامی، ۱۴۰۰) و تحقیقات دیگر که در این راستاها انجام شده‌اند؛ این حوزه پژوهشی می‌تواند بخش پنهان و چه بسا مهمی را در نحوه شکل‌گیری و حتی نحوه مقابله با اخبار جعلی را در خود جای داده باشد.

از جمله تحقیقاتی که ارتباط محتوایی و مفهومی نزدیکی با این پژوهش دارند می‌توان به سه تحقیق زیر اشاره کرد. تورس^۱، گرهارت^۲ و نگهبان^۳ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با استفاده از نظریه معرفت‌شناسی تصدیق، به بررسی رفتار کاربران شبکه‌های اجتماعی در مواجهه با اخبار جعلی پرداختند. یافته‌های آنها حاکی از آن است که عواملی مانند اعتماد به شبکه اجتماعی، آگاهی از اخبار جعلی، اعتبار رسانه‌ها و قصد اشتراک‌گذاری مطالب بر رفتار تأیید اخبار از سوی کاربران اثرگذار است. باپتیستا و گرادیم (۲۰۲۰) در مطالعه مروری که داشتند عنوان می‌کنند که مبارزه با انتشار اخبار جعلی همچنان یک مشکلی است که حل آن بسیار دشوار است. هدف این تحقیق تبیین این موضوع است که چرا اخبار جعلی به طور گسترده در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شوند و چرا برخی افراد آنها را باور می‌کنند. در این مطالعه آنها ادعا می‌کنند که اخبار جعلی همه جنبه‌های ممکن را برای جلب توجه خواننده، از تیتیری که زده می‌شود تا از زبانی که در متن استفاده می‌شود، بهره لازم را می‌برند. تکثیر و موفقیت

1. Torres
2. Gerhart
3. Negahban

اخبار جعلی با ویژگی‌های آن (سوررئال‌تر، اغراق‌آمیزتر، تأثیرگذارتر، احساسی‌تر، متقاعدکننده‌تر و دارای تصاویر تکان‌دهنده) مرتبط است که به نظر می‌رسد توسط سازندگان اخبار جعلی از نظر استراتژیک اندیشیده شده و از آن بهره‌برداری شده است. یکی از مهم‌ترین اندک تحقیقات تحلیل گفتمان اخبار جعلی در سال ۲۰۲۱ توسط ایگوبوئیکه^۱ و شیموآنیا^۲ با عنوان «مشروعیت بخشیدن به دروغ در رسانه‌های اجتماعی: تحلیل گفتمانی اخبار جعلی سیاسی» انجام شد. این مطالعه با استفاده از رویکرد گفتمانی ون‌لیوون و بینش‌های حاصل از تحلیل گفتمان، ۱۲۰ پست خبری جعلی در واتساپ، فیس‌بوک و توئیتر را تجزیه و تحلیل کرد. یافته‌ها نشان دادند که واتساپ امکان اشتراک‌گذاری آسان و سریع اخبار جعلی را فراهم می‌کند، زیرا بیشترین وقوع استراتژی‌های مشروعیت‌سازی را در اختیار دارد. این مطالعه استدلال می‌کند که این استراتژی‌ها به دلیل استفاده از نشانگرهای گفتمانی مانند تصاویر ساختگی، زبان احساسی، توسل به احساسات، نتیجه‌گیری‌های منطقی، نظرات نفرت‌آمیز، اتهام‌زنی کلامی و افعال اجباری، ابزارهای متقاعدکننده‌ای هستند.

در مقاله‌ای که با عنوان «مقابله با جنگ شناختی؛ آگاهی و تاب‌آوری» در پروژه مشترک دانشگاه‌های جان هاپکینز و امپریال کالج لندن در سال ۲۰۲۱ در نشریه ناتو ریویو^۳ منتشر شد. اخبار جعلی به عنوان یکی از شیوه‌های عملیات در جنگ شناختی معرفی شدند. یازده روش جنگ شناختی که در این تحقیق به دست آمدند عبارت است از ایجاد شک و تردید درباره حکومت، ترسیم روایت‌های متضاد از روایت رسمی حاکمیت، دوقطبی کردن افکار و عقاید، رادیکال کردن گروه‌ها، انگیزه دادن به گروه‌ها برای اختلال و اختلاف، براندازی فرایندهای دموکراتیک، ایجاد ناآرامی و اغتشاش در جامعه، تحریک جنبش‌های تجزیه‌طلبانه، هک کردن، پیوست اینفلوئنسرها به کمپین‌ها و پویش‌های مجازی و حساب‌های جعلی شبکه‌های اجتماعی و ربات‌های پیام‌رسان.

چارچوب نظری

در این تحقیق، چارچوب نظری در دو بخش ارائه می‌شود. بخش اول، مربوط به اخبار جعلی و نظرات پیرامون آن است و در بخش دوم به تحلیل گفتمان رویکرد فرکلاف می‌پردازیم.

1. Igwebuike
2. Chimunya
3. NATO Review

اخبار جعلی

به گفته مک‌نیر^۱ در کتاب «جامعه‌شناسی روزنامه‌نگاری»، روزنامه‌نگاران مدعی هستند که مطرح‌کننده واقعات جهان هستند. تحولات اخیر رسانه‌ای نقش اجتماعی و اقتدار ژورنالیسم را به چالش می‌کشاند. در حال حاضر، شاهد یک جابجایی از رسانه سنتی به رسانه دیجیتال هستیم. بدین صورت که مسیرهای جدیدی برای دسترسی و توزیع خبر از طریق پلتفرم‌های مختلف گشوده شده است. بنا به اظهار نظر وولی^۲ و هوارد^۳ (۲۰۱۶) این فضا باعث شده است تا مدل‌های تجاری نهادهای رسانه خبری به تدریج تضعیف شوند و در نتیجه شاهد نزول و تضعیف اتاق‌های خبری هستیم که برای مخاطبان کثیری با دائقه‌های مختلف خبر تولید و عرضه می‌کردند. این تغییرات به سرعت در حال گسترش توانایی‌های طیف گسترده‌ای از کنشگرانی است که از طریق اخبار جعلی، اطلاعات نادرست، انتشار تئوری‌های توطئه، ارائه حقایق جایگزین یا زیر سؤال بردن گزارش‌های رسانه‌های خبری باعث ایجاد شک و تردید در بین مخاطبان می‌شوند. به‌ویژه قابل توجه است که این اتفاقات زمانی می‌افتند که مخاطبان به نهادهای رسانه‌ای چندان اعتمادی هم ندارند. این اتفاقات بدنبال هم شرایطی را فراهم می‌کنند که باعث می‌شوند پژوهش‌گرانی چون مک‌ایننتیر^۴ (۲۰۱۸) این دوران را به عصر پس‌حقیقت^۵ تعبیر کنند.

در کنار «جامعه شبکه‌ای» که یک مفهوم کلی است و علاوه بر مفهوم «عصر پس‌حقیقت»، امروزه با پدیده دیگری مواجه هستیم که از آن به ان‌افام یا «اخبار مرا می‌یابد»^۶ نام می‌برند. «حس اخبار مرا می‌یابد» حدی است که افراد معتقدند درباره وقایع روزانه مطلع باقی می‌مانند بدون اینکه هدفمند بدنبال کسب خبر از منابع مختلف باشند چرا که خبر از طریق استفاده عمومی از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در اختیار او قرار می‌گیرند. بنابراین، این تصورات مردم را در بر می‌گیرند که اخبار بدون اینکه جستجو شوند آنها را «می‌یابد». به عنوان مثال، بسیاری از کاربران رسانه‌های اجتماعی از این پلتفرم‌ها برای انتشار و گفتگو با دیگران در شبکه اجتماعی خود استفاده می‌کنند. به ناچار، سایر کاربران در این شبکه‌های اجتماعی بدون هیچ تلاش

1. McNair

2. Woolly

3. Howard

4. McIntyre

5. Post-truth

6. News Finds Me (NFM)

آشکاری خود را در معرض این محتوای خبری می‌بینند (Weeks & Zúñiga, 2021). بنظر می‌رسد ان‌افام دریچه‌های ورود اخبار جعلی را به فکر و ذهن انسان‌ها به راحتی باز کرده است.

صفحه اینترنتی دیکشنری آکسفورد در سال ۲۰۱۶ ذیل مدخل «fakenews»، گزارش‌های نادرست وب‌سایت‌ها از رویدادها را خبر جعلی می‌نامد. همچنین توضیح می‌دهد که اخبار جعلی باعث ایجاد سردرگمی عمومی در مورد رویدادهای جاری می‌شود. در واقع، اخبار جعلی، اخباری هستند که از روی عمد و به صورت قانع‌کننده‌ای نادرست و دروغ هستند و قادر هستند خوانندگان را گمراه کنند. این تعریف از ال‌کوت^۱ و گنتزکف^۲ در سال ۲۰۱۷ شاید خلاصه‌ترین و کامل‌ترین تعریفی باشد که از اخبار جعلی ارائه شده است. ال‌کوت^۳ و گنتزکف^۴ در مقاله‌شان که در سال ۲۰۱۷ منتشر شد اخبار جعلی را به شش دسته اشتباهات غیرعمدی گزارش^۵، شایعاتی که منبع خبری خاصی ندارند^۶، تئوری‌های توطئه^۷، طنزی که بعید به نظر می‌رسد به اشتباه به عنوان واقعی تعبیر شود^۸، اظهارات نادرست سیاستمداران^۹ و گزارش‌های کج یا گمراه‌کننده که کاملاً نادرست نیستند^{۱۰} تقسیم کردند. بارسلی^{۱۱} (۲۰۱۸) نیز دسته‌بندی سه‌گانه اخبار جعلی قابل فروش^{۱۲}، اخبار جعلی دارای دستورکار^{۱۳} و اخبار جعلی هجویه^{۱۴} ارائه کرده است.

دایس^{۱۵} (۲۰۱۷) و شاکموت^{۱۶} (۲۰۱۸) به دو نوع خبر جعلی متفاوت از منظر تولید اشاره کرده‌اند: تولید خبر جعلی هدفمند و خبر جعلی ناخواسته. دایس، تولید برخی از مصادیق اخبار جعلی را ناشی از اهداف استراتژیک و تولید برخی دیگر را نتیجه ظهور رسانه‌های اجتماعی و جایگزینی سرعت و کمیت به جای دقت و کیفیت دانسته است.

1. Allcott
2. Gentzkow
3. Allcot
4. Gentzkow
5. Unintentional reporting mistakes
6. rumors that do not originate from a particular news article
7. Conspiracy theories
8. satire that is unlikely to be misconstrued as factual
9. false statements by politicians
10. reports that are slanted or misleading but not outright false
11. Barclay
12. Mercenary Fake News
13. Fake News with an Agenda
14. Satirical Fake News
15. Dice
16. Schackmuth

لارکین (۲۰۱۷) معتقد است واقعیت اخبار جعلی در وبسایت رسانه‌های اجتماعی، دارای قدرت بی‌سابقه‌ای است که به‌طور مداوم، اطلاعات غلط و جعلی را برای پول، قدرت یا هر دوی آنها منتشر می‌کند. این در حالی است که لیناندر (۲۰۱۸) تنها به انتشار اخبار جعلی ناخواسته اشاره کرده و تأثیر کاهش بودجه و کارکنان را که منجر به کم کردن منابع برای تولید هر مقاله خبری می‌شود، عامل تأثیرگذار در تولید و انتشار اخبار جعلی برشمرده؛ چرا که این امر منجر به انتشار اخبار دریافت‌شده از منابع دیگر بدون ارزیابی دقیق آنها خواهد شد (مجددی‌زاده و موسوی، ۱۳۹۹: ۱۰۸).

مسئله اطلاعات نادرست فقط مربوط به ادعاهای «اخبار جعلی» و «حقایق جایگزین» نیست که توسط سیاستمداران و سایرین در قدرت مطرح شده است. همچنین به پیشرفت‌های خاصی در فناوری دستکاری رسانه‌ها مربوط می‌شود که تصورات قبلی را از چستی یک منبع قابل اعتماد تغییر می‌دهد (Diakopoulos, 2018). این تحولات سلسله مراتب سنتی منابع را بی‌ثبات می‌کند که در آن رکوردهای صوتی و تصویری به‌عنوان منابع اطلاعاتی قابل اعتماد به‌طور برجسته در بالاترین سطح قرار گرفته بودند؛ بنابراین، این فناوری‌های جدید، آنچه را که «پزشکی قانونی دیجیتال» نامیده می‌شود (Garfinkel, 2010) برای ژورنالیسم دشوارتر و قابل بحث‌تر می‌کند. در نتیجه، روزنامه‌نگاران باید با احتیاط بیشتری نسبت به ادعاهای دانش بر اساس چنین منابع اطلاعاتی قابل اعتماد قبلی عمل کنند و آنها به آموزش برای مواجهه با چنین تکنیک‌های پزشکی قانونی دیجیتال نیاز دارند (Steensen, 2018: 3). رویکردهای مختلف مربوط به داده‌سازی‌ها و مسئله الگوریتم‌ها و نقد منبع مواردی هستند که در کنار نظریات پساحقیقت و انافام مورد توجه اندیشمندان رسانه در حوزه اخبار جعلی قرار گرفته‌اند که در تحلیل و نتایج این تحقیق مورد نظر قرار می‌گیرند.

تحلیل گفتمان انتقادی رویکرد فرکلاف

بنظر فرکلاف (۱۳۹۳)، در تحلیل گفتمان انتقادی، زبان فرصتی برای طرح ظریف و غیرمستقیم ایدئولوژی‌ها فراهم می‌کند. لذا، در این میان، رسانه‌ها با استفاده از ضریب نفوذ در افکار عمومی، جدای از انتقال گفتمان‌های رایج در فضای مناسبات سیاسی، به شکل بینامتنی و غیرصریح به نهادهایی گفتمان‌ساز تبدیل می‌شوند که اینگونه گفتمان در عملیات روانی کارکرد فراوانی دارد. شبکه‌های تلویزیونی همچون بی‌بی‌سی

فارسی و ایران اینترنت‌نشال که متعلق به جریان اصلی رسانه‌های مربوط به ایران در خارج از کشور هستند با بکارگیری شیوه‌های متنوع انتقال پیام، جدای از انعکاس ظاهر وقایع در بسیاری از موارد، به صورت آشکار و غیرآشکار ضمن عبور از چارچوب‌های سنتی رسانه، خود نقش گفتمان‌ساز را ایفا می‌کنند. در اینجا نقش ایدئولوژی در گفتمان‌سازی اهمیت بسیار پیدا می‌کند که تحلیل گفتمان انتقادی نگاهی خاص به این قضیه دارد. در تحلیل انتقادی گفتمان فرض بر این است که فقط یک معنا در متن وجود ندارد، بلکه بطور بالقوه هر متن معنای متنوعی دارد که بعضی از آنها به دلایل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... در مواقع مختلف بر بقیه الویت دارند. در تحقیق حاضر نیز، تلاش می‌شود تا معناهای غیرآشکار متن در کنار معانی واضح و عیان بررسی و در جهت تحلیل متن رسانه‌ای بررسی شوند.

برای انجام تحلیل گفتمان در تحلیل متن یا مرحله توصیف^۱ براساس الگوی فرکلاف (نمونه فرهنگی و اجتماعی) یازده مقوله واژگان (مثبت و منفی)، مشارکت، قطب‌بندی، استناد، استنباط (پیش‌فرض، تلقین و تداعی)، مؤلفه‌های اجماع و توافق، سبک بیان، انسجام موضعی، استعاره، واژگان ایدئولوژیک و گزاره‌های اساسی به‌عنوان شاخص‌های ارزیابی انتخاب می‌شوند.

در تحلیل فرایند یا مرحله تفسیر^۲، به تفسیر بافت موقعیتی و بافت بینامتنی و پیش‌فرض‌ها پرداخته می‌شود. تفسیرها ترکیبی از محتویات خود متن و ذهن مفسر هستند. از منظر مفسر، ویژگی‌های صوری متن در حقیقت سرنخ‌هایی هستند که عناصر دانش زمینه‌ای ذهن مفسر را فعال می‌سازند و تفسیر محصول ارتباط دیالکتیکی این سرنخ‌ها و دانش زمینه‌ای ذهن مفسر خواهد بود. (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۲۱۵). در تحلیل اجتماعی یا مرحله تبیین^۳، توصیف گفتمان بخشی از یک فرایند اجتماعی محسوب می‌شود. در تبیین به تأیید دوسویه ساختارها بر گفتمان و گفتمان بر ساختارها پرداخته می‌شود. در اینجا باید از نقش گفتمانی که متن را تولید کرده، سخن گفت. مرحله تبیین نشان می‌دهد که گفتمان‌ها چه تأثیر بازتولیدی می‌توانند بر ساختارها بگذارند. تأثیری که منجر به حفظ یا تغییر آن ساختار بشود.

روش پژوهش

تحلیل گفتمان انتقادی اغلب در اشاره به رویکرد نورمن فرکلاف مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ چراکه رویکرد وی در مقایسه با سایرین، مدون‌ترین روش برای پژوهش در حوزه ارتباطات، فرهنگ و جامعه است. این رویکرد به بررسی روابط میان رویدادهای کلامی و عوامل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی می‌پردازد، البته بصورت اختصاصی، به نحوه تأثیرپذیری ایدئولوژی گفتمان و نحوه تأثیرگذاری گفتمان بر روابط قدرت در جامعه تأکید دارد (Crystal, 2008: 123).

در این تحقیق رسانه اجتماعی ایکس به‌خاطر خاصیت خبری بیشتری که نسبت به سایر رسانه‌های اجتماعی دارد به عنوان بستر پژوهش انتخاب می‌شود. همچنین، چون بخش اعظم اخبار جعلی از منابع رسانه‌ای تأمین می‌شوند (که یا دقیق نیستند و یا سوگیری دارند) (مک‌برایر، ۱۴۰۲: ۲۰۹)؛ در این تحقیق اخبار جعلی منتشر شده از اکانت‌های ایکس رسانه‌های ایران اینترنشنال و بی‌بی‌سی فارسی تحلیل گفتمان می‌شوند تا مؤلفه‌های گفتمانی آنها شناسایی شوند. دو شبکه خبری به‌خاطر اینکه برای جامعه ایرانی مطرح هستند و از تعداد قابل توجهی مخاطب برخوردار هستند انتخاب شدند. اکانت‌های ایکس آنها نیز نسبت به سایر اکانت‌های خبری فارسی از تعداد دنبال‌کنندگان بیشتری برخوردار است و محتوای آنها بیشتر از سایرین بازنشر می‌شود. جامعه مورد بررسی در این تحقیق، اخبار جعلی است که از اکانت‌های رسانه‌های بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال در رسانه اجتماعی ایکس در اتفاقات موسوم به حوادث پاییز ۱۴۰۱ منتشر شدند. ابتدا ۲۶۹ خبر از بی‌بی‌سی فارسی و ۴۶۸ خبر از ایران اینترنشنال از اکانت ایکس آنها مربوط به اتفاقات مذکور شناسایی شدند که مشکوک به اخبار جعلی بودند. پس از بررسی اخبار با استفاده از سایت‌های حقیقت‌یابی چون فکت‌یار، رسانه‌های داخلی مانند صدا و سیما، یا خبرگزاری‌های فارس، مهر، عصر ایران، خبرآنلاین، تسنیم، ایسنا، ایرنا و ...، تطبیق آن‌ها با فایل‌های ویدیویی و متنی که رسانه‌های داخل و خارج کشور اقدام به انتشار آن‌ها کرده‌اند، تطبیق با مطالب سایر شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی و همچنین دانش و تجربه محقق در نهایت، ۱۱۲ خبر جعلی شناسایی شدند که بر اساس فیلتر موضوع (عدم تکرار موضوع خبر، شباهت موضوعی و محتوایی خبر با این تحقیق)، به ۵۲ خبر کاهش یافت. از این ۵۲ خبر جعلی، ۲۰ خبر جعلی به بی‌بی‌سی فارسی و ۳۲ خبر جعلی به ایران اینترنشنال اختصاص می‌یابد. در نتیجه، این ۵۲ خبر جعلی را مورد تحلیل گفتمان انتقادی به

روش فرکلاف قرار می‌دهیم تا مؤلفه‌های گفتمانی موجود را شناسایی کنیم.

یافته‌های پژوهش

برای تحلیل ۵۲ خبر جعلی اکانت‌های ایکس بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال و همچنین برای سیر منطقی یافته‌ها و وارد شدن به سطوح مختلف گفتمانی فرکلاف، ابتدا سطح توصیف که متشکل از یازده شاخص واژگان (مثبت و منفی)، مشارکت، قطب‌بندی، استناد، استنباط (پیش‌فرض، تلقین و تداعی)، مؤلفه‌های اجماع و توافق، سبک بیان، انسجام موضوعی، استعاره، واژگان ایدئولوژیک و گزاره‌های اساسی است، ارائه می‌شوند. این شاخص‌ها مبنای تحلیل گفتمانی پژوهش در سطوح تفسیر و تبیین هستند. بر مبنای سطح توصیف، سطوح تفسیر و تبیین که لایه‌های عمقی تحلیل را تشکیل می‌دهند، مورد بحث قرار می‌گیرند. برای تفسیر و تبیین شاخص‌ها از رویکرد و کنش بهره می‌بریم.

جدول ۱. تفسیر و تبیین اخبار جعلی بی‌بی‌سی فارسی با استفاده از رویکرد و کنش

شاخص	رویکرد	کنش
واژگان	از نظر کمیت واژگانی، واژگان منفی بسیار بیشتر از واژگان مثبت استفاده شده‌اند که این میزان استفاده در فضای کلی خبری بی‌بی‌سی و استیلا فضای منفی بر آن به شدت تأثیرگذار است.	ترسیم فضای منفی برای مخاطب
مشارکین	در بررسی مشارکین و نهادها مشخص می‌شود که نهادهای حاکمیتی و دولتی نهادهای منفی هستند و در عوض نهادهای مردمی و نهادهای بین‌المللی نهادهای مثبت هستند. از لحاظ کمیت، تعداد مشارکین منفی به مراتب بیشتر از تعداد مشارکین مثبت است.	افزایش شکاف بین حاکمیت و معترضان با مرجعیت نهادهای بین‌المللی
قطب‌بندی	تمام معترضان، فعالیتهای به اصطلاح اپوزسیون در خارج از کشور، رسانه‌های فارسی زبان خارج از کشور، نهادهای سیاسی و حقوقی و فرهنگی وابسته به سازمان ملل و کشورهای اروپایی همگی در قطب بندی «ما» قرار گرفته‌اند. مسئولان دولتی و حکومتی، نیروهای نظامی و امنیتی، بسیج و سپاه، طرفداران نظام جمهوری اسلامی و طرفداران حجاب در ردیف قطب بندی «دیگری» قرار گرفته‌اند.	دوقطبی‌سازی جامعه
ذکر شواهد	استفاده از استناد و ذکر شواهد برای ترسیم و تصور فضای تأثیرگذار حسی و عاطفی است ولی سعی می‌شود با استدلال و استنتاج منطقی توجیه شود و البته در برخی موارد قابل توجیه هم هست.	ایجاد عقلانیت معنایی

کنش	رویکرد	شاخص
القای تئوری‌های توطئه	از هر سه عنصر پیش فرض، تلقین و تداعی استفاده شده است؛ البته نقش تداعی پررنگ تر است و سعی شده است مطالب جدید و زوایای جدیدی که تاکنون عنوان نشده بود به کاربران توئیت تداعی شود. یکی از این واژه‌ها «تظاهرات سراسری» است که یکی از کلیدواژه‌هایی است که در صدا و سیما برای تظاهرات‌هایی که در کل کشور برای مثال در روز ۲۲ بهمن انجام می شد مورد استفاده قرار می گرفت.	استنباط
برجسته‌سازی ابعاد حقوق بشری و دموکراسی غربی بجای نگاه اسلامی	مؤلفه های اجماعی همچون ارزشهای انسانی حقوق بشر و دموکراسی غربی و نیاز به داشتن زندگی راحت که زبانی بین‌المللی هم به کار می‌بخشد. حضور تمام اقشار در صف معترضان یکی از مولفه‌های اصلی اجماع تلقی می شد.	مؤلفه های اجماع
استفاده از شیوه‌های بیان برای تعمیم	واژگان خاص، تأکید مانند برخورد جدی، کلی‌گویی، ابهام و نامگذاری به وفور مورد استفاده قرار گرفته است. تخریب شخصیتی و ترسیم فضای حسّی بین واحدهای انتخاب شده وجود دارد. تعمیم جزء به کل نیز وجود دارد.	سبک بیان
تولید شبه علم	اطلاع رسانی این گونه حوادث بیشتر از نوع زمانی، متوالی و موقعیتی است؛ اما بی‌بی‌سی فارسی عجیب است که اصرار دارد که از طریق روش‌های علی و استدلالی می‌خواهد نحوه وقوع این حوادث و رویدادها را بازنمایی کند مانند توئیتی که در زمان حوادث به بی‌طرفی، شفافیت و صحت مطالب‌اش تأکید می‌کند. در صورتی که اخبار توئیتی آن نشان می‌دهد که این رسانه نیز مانند سایر رسانه‌ها بر موج سوار شده است و پیش می‌رود. در سایر موارد نیز بی‌بی‌سی ادعای تولید دانش عمومی بر پایه حقیقت و فکت‌ها را دارد.	انسجام موضعی
بدون کنش	برخی مواقع از مفاهیم ساده ولی با ارجاعات و تأثیرات عمیق در ذهن مخاطب استفاده شده است ولی در ارائه اخبار جعلی در اکانت ایکس استفاده نشده است.	استعاره
تکرار واژه‌های ایدئولوژیک همچون سرکوب، سقوط و خیانت برای مخاطب	دو واژه اصلی ایدئولوژیک که بی بی سی به نهایت مورد استفاده قرار داده است واژه‌های سرکوب و سقوط و خیانت است که به شکل هنرمندانه‌ای این سه واژه را جاهای مختلف و با توالی منظمی به مخاطب القاء کرده است.	واژگان ایدئولوژیک
تلاش برای ایجاد باور در مخاطب برای عبور از جمهوری اسلامی	گزاره‌های اصلی درباره اعتراضات و وضعیت نامساعد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است. نسل جدید که قرار است آینده ایران را در دست بگیرد خواهان شکل‌گیری وضعیت جدیدی است.	گزاره‌های اساسی

جدول ۲. تفسیر و تبیین اخبار جعلی ایران اینترنشنال با استفاده از رویکرد و کنش

شاخص	رویکرد	کنش
واژگان	تعداد واژگان منفی خیلی بیشتر از واژگان مثبت مورد استفاده قرار گرفته است. لذا، فضای کلی حاکم بر اخبار نیز بشدت تحت تأثیر همین واژگان منفی است که فضای منفی را ترسیم می‌کند.	ترسیم فضای منفی برای مخاطب
مشارکین	تعداد نهادهای منفی بیشتر از نهادهای مثبت است در نتیجه سپهر رسانه ای ایجاد شده، منفی خواهد بود. نهادهای حاکمیتی و دولتی در لیست نهادهای منفی هستند و نهادهای مردمی و نهادهای بین المللی نهادهای مثبت قلمداد شده اند.	افزایش شکاف بین حاکمیت و معترضان با مرجعیت نهادهای بین‌المللی
قطب‌بندی	بجز نهادها و اشخاص دولتی و حکومتی که در دسته «دیگری» هستند بقیه از جمله نهادهای رسانه ای مانند نیویورک تایمز، فاکس نیوز، موسسات حقوق بشری، نوجوانان و جوانان و دختران و تمام معترضان و هنرمندان و اپوزسیون ها در دست بندی «ما» قرار گرفتند. قهرمانهای روایت ها و اخبار در دسته بندی «ما» قرار گرفتند حتی اگر تاحدودی به نهادها و اشخاص دولتی یا حکومتی ارتباطی داشته باشند.	دوقطبی سازی جامعه
ذکر شواهد	استفاده از اسناد و ذکر شواهد برای ترسیم و تصور فضای تأثیرگذار حسی است و استنتاج منطقی مدنظر نیست و فضا سازی معناشناختی را مدنظر قرار داده اند.	ایجاد عقلانیت معنایی
استنباط	از هر سه عنصر پیش فرض، تلقین و تداعی در موارد متعددی استفاده شده است. نکاتی که در پیش فرض و تلقین مدنظر قرار گرفته است نسبت به تداعی اثرگذاری بیشتری بنظر می‌رسد که داشته باشد. بیشتر از اینکه گذشته نگر باشد یا ابعاد مختلفی را ارائه کند به پیش فرضها و تلقین های مختلف بصورت مستقیم اشاره می‌کند.	القای تئوری‌های توطئه
مؤلفه های اجماع	حمایت از اعتراضات اقوام در ایران تأکید شده است که مبنای بسیاری از اخبار را تشکیل می‌دهند؛ اطلاع‌رسانی وسیع نوجوانان یا جوانانی که کشته شده‌اند. ارزش‌های انسانی، حقوق بشری و دموکراسی غربی جزو مؤلفه‌های اجماع محسوب می‌شوند.	برجسته‌سازی ابعاد حقوق بشری و دموکراسی غربی بجای نگاه اسلامی
سبک بیان	تعمیم جزء به کل و تأکید در این رسانه زیاد استفاده شده است. از خبر فرار مسئولان با هواپیماهای ویژه تا درخواست ویزا توسط وابستگان آنها از لندن. تأکید بر بیماری رهبر جمهوری اسلامی ایران در جاهای مختلف دیده می‌شود. سبک بیان با گونه تأثیر فضای حس و عاطفی نمود بیشتری نیز دارد.	استفاده از شیوه‌های بیانی برای تأثیرگذاری عاطفی در مخاطب

کنش	رویکرد	شاخص
تولید شبه علم	بیشتر از نوع زمانی، متوالی، موقعیتی و انگیزه‌ای است. برخورد و تنش‌ها هر روز در محافل عمومی و دانشگاهی رخ می‌دهد و به مدت چند ماه، یک روز بدون اعتراض تصور نمی‌شود. یکی از شگردهای هر رسانه‌ای انگیزه دادن به مخاطبان است و هر رسانه‌ای در این مورد به مهارت حرفه‌ای مسلماً دست یافته است. همانطوری که در این حوادث ایران اینترنت‌نشال بخوبی از عهده این امر برآمد.	انسجام موضعی
بدون کنش	بصورت مستقیم به رویدادها می‌پردازد؛ در این اخبار جعلی استعاره استفاده نشده است.	استعاره
تکرار واژگان ایدئولوژیک همچون سرکوب و براندازی برای مخاطب	می‌توان گفت که براندازی واژه ایدئولوژیک این رسانه است که بقیه مفاهیم از قبیل انقلاب و مقاومت در سایه آن شکل می‌گیرند و مورد استفاده قرار می‌گیرند.	واژگان ایدئولوژیک
تلاش برای ایجاد باور در مخاطب برای عبور از جمهوری اسلامی	گزاره‌های اصلی درباره اقوام و دختران جوان و نوجوان است. نسل جدید که قرار است آینده ایران را در دست بگیرد و اقوام ایرانی خواهان عبور از جمهوری اسلامی است. این گزاره اصلی است که ایران اینترنت‌نشال چندین بار با بازنمایی‌های مختلف تکرار کرده است.	گزاره‌های اساسی

با توجه به جداول ۱ و ۲، رویکردهای هر دو شبکه خبری در ایکس مشابه یکدیگر بودند لذا، کنش‌های بدست آمده نیز یکسان هستند.

کنش اول: ترسیم فضای منفی برای مخاطب

این کنش در هر دو رسانه بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنت‌نشال می‌توان گفت که جزو گفتمان اصلی است. هر رویدادی از زاویه منفی از طریق این رسانه‌ها انعکاس می‌یابد. خیلی از مواقع، مقابله با این فضا از طریق راستی‌آزمایی و یا گزارش‌های حقیقت‌یابی امکان‌پذیر نیست. بلکه، تنها به اتکای رسانه‌ای با مخاطبان بیشتر در کشور است که می‌توان بصورت عملی مانع این تأثیرگذاری شد. اکانت‌های ایکس بی‌بی‌سی فارسی ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر و ایران اینترنت‌نشال ۱ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر دنبال‌کننده دارند. بصورت میانگین، تعداد دنبال‌کنندگان خبرگزاری‌های داخلی فقط ۱۰ درصد رقبای خارجی است. لذا، طبیعی است که ترسیم فضای منفی و تأثیرش بر مخاطب اتفاق می‌افتد. این اتفاق درباره سایر قالب‌های رسانه‌ای مانند شبکه تلویزیونی و وب سایت خبری نیز می‌تواند صادق باشد. براساس داده‌های خبرگزاری ایرنا، اکانت ایکس ایران اینترنت‌نشال در سال ۱۴۰۱ حدود ۳۰ میلیون لایک گرفته است که برای یک اکانت ایکس رقم فوق‌العاده زیادی است. هشتگ مهسا امینی که دو

رسانه فوق تأثیر زیادی در گسترش آن داشتند حدود ۲۶۴ میلیون بار تکرار شده است که نشان می‌دهد این هشتگ در همه طیف‌های داخل و خارج متأثر از رخدادها و اعتراض‌ها گسترش یافته است. در حوادث ۱۴۰۱ و حتی اکنون، اکانت ایکسی وجود ندارد که بتواند در مقابل هجمه محتوای ایکس که توسط این دو رسانه تولید و منتشر می‌شود، حتی بصورت محدودی مقابله کند چه برسد به اینکه به عنوان رقیبی جدی برای آنها مطرح شود. داشتن رسانه برند، پرمخاطب، با فالوورهای زیاد که مورد اعتماد مخاطبان باشد و از اعتبار خبری قابل قبولی برخوردار باشد، در فضای ایکس نیاز هست و بدون آن امکان مقابله با ترسیم فضای منفی توسط رسانه‌های خارج از کشور در حیطه ایکس بعید بنظر می‌رسد.

کنش دوم: افزایش شکاف بین حاکمیت و معترضان با مرجعیت نهادهای بین‌المللی در این کنش نیز هر دو اکانت ایکس رسانه‌های مورد بررسی یکسان عمل کرده‌اند. بدین صورت که این رسانه‌ها با مرجع قرار دادن بیانیه‌های نهادهای حقوق بشری، بین‌المللی، مردمی و ... به شکاف بین معترضان و حاکمیت بیش از پیش دامن می‌زنند. برای رفع این شکاف حاکمیت و دولت در زمینه اطلاع‌رسانی باید تقویت شوند و نهادهای ذیربط سعی در جذب مردم به سمت پایگاه‌های اطلاع‌رسانی دولتی داشته باشند. تغییر سیاست‌های خبری و اطلاع‌رسانی، بهبود و اصلاح نحوه خبررسانی و ارزش‌های خبری خبرگزاری‌های رسمی و دولتی با محوریت نیازها و ذائقه‌های خبری مردم می‌تواند به‌عنوان یک الگوی مناسبی برای جذب و حفظ مخاطبان و در نهایت کسب اعتماد آنها مطرح شود. راه‌کار اساسی برای از بین بردن این شکاف یا کاهش آن، بازگرداندن حوزه عمومی مدنظر هابرماس به جامعه است. حوزه عمومی عرصه‌ای است که بین فضای خصوصی و فضای دولتی و حاکمیتی قرار گرفته است. در حال حاضر، شکاف حوزه عمومی بین مردم و دولت افزایش یافته است و یا در مدار حداقلی خود قرار دارد همین عامل باعث ایجاد تنش‌ها و کشمکش‌ها در جامعه می‌شود و این فضای خالی نیز در اختیار رسانه‌های خارج از کشور قرار می‌گیرد. در کل، تمام رسانه‌ها تخصص خاصی در اختیار گرفتن حوزه عمومی دارند؛ البته اگر این حوزه با مشارکت مردم و دولت اشغال نشود.

کنش سوم: دوقطبی‌سازی جامعه

این کنش نیز در هر دو رسانه مورد بررسی رخ داد. یکی از پیامدهای استفاده از رسانه‌های اجتماعی دوقطبی شدن جامعه است. این پیامد در اکثر جوامع رخ داده

است؛ اما مسئله اصلی این است که در چه موضوعات و مسائلی این دوقطبی شدن پدید می‌آید؛ در مسائل کلان اجتماعی و سیاسی و یا در موضوعات خرد؟ یکی از خطرات دوقطبی‌سازی جامعه، شکل‌گیری تئوری‌های توطئه در شبکه‌های اجتماعی است که خود مقوله جدایی است. بررسی نظرات و کامنت‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی و به‌ویژه در کامنت‌های اکانت‌های بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال نشان از جامعه دوقطبی‌شده ایران است. راه‌حل آن فعال شدن جو رسانه‌ای در داخل کشور در شبکه اجتماعی ایکس است. فیلتر شدن ایکس راه را نه تنها برای دوقطبی‌شدن رسانه‌ای باز کرده است بلکه کفه ترازو نیز به سمت مخالف گرایش پیدا کرده است. در صورتی که ایکس رفع فیلتر شود حوزه عمل و فعالیت روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای داخل کشور در توئیتر گسترده می‌شود و امکان دارد که دوقطبی‌سازی جامعه از مسائل کلان به مشکلات روزمره و جبهه‌های سیاسی داخلی کشور تغییر جهت دهد. واقعیت آن است که اگر فقط و فقط یک حقیقت اساسی درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی وجود داشته باشد، این است که فکر و نیت انسان را اعم از اینکه خوب باشد یا بد، تقویت می‌کند. در بهترین حالت این امکان را به ما می‌دهد تا حرفمان را بزنی‌م و وارد عمل شویم و در بدترین حالت، به انسان‌ها اجازه می‌دهد تا اخبار جعلی و اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده را منتشر کنند و یا به اشتراک بگذارند و لذا، دموکراسی را تخریب نمایند.

کنش چهارم: ایجاد عقلانیت معنایی و رسول‌سازی مخاطب

در بحث اقناع مخاطب یا کاربر، عقلانیت معنایی آخرین مرحله و به اصطلاح «رسول‌سازی» است. بدین صورت که رسانه از عقل و منطق مخاطب گذر می‌کند و بر احساسات و عاطفه او غلبه می‌کند و مغز و قلب مخاطب را در سیطره می‌گیرد و علاوه بر اینکه بر مخاطب اثر می‌گذارد مخاطب تبدیل به رسول می‌شود و پیام یا محتوای مورد نظر را به نیابت از رسانه مورد نظر به دیگران معرفی، تبلیغ و القاء می‌کند. اگر اخبار جعلی بتوانند به عقلانیت معنایی دست یابند بدین معنی است که پا را فراتر گذاشته‌اند و عصر پساحقیقت استقرار کامل یافته است. اگر کار به اینجا برسد نقش رهبران افکار برجسته می‌شود. رهبران افکار می‌توانند در برابر به اصطلاح رسولان مقابله کنند. در نظریه دومرحله‌ای ارتباطات از پاول لازارسفلد و الیهو کاتز نقش رهبران افکار مشخص بود. آنها پیام‌ها را از منابع یا رسانه‌ها دریافت می‌کردند و برای پیروان تحلیل و ارائه می‌کردند. اینجا نیاز به الگوی جریان دومرحله‌ای به تدریج

به الگوی جریان چندمرحله‌ای که اغلب در پژوهش اشاعه مورد استفاده است متحول شده است. بهر حال، در حال حاضر، نیاز به رهبران افکار در شبکه‌های اجتماعی است. بلاگرها، فریلنسرها، اینفلوئنسرها و کنشگران فعال فضای مجازی از جمله رهبران افکار در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند قلمداد شوند. بهتر آن است رهبران افکار یا نخبگان سیاسی توثیقی از دسته دوم باشند.

کنش پنجم: القای تئوری‌های توطئه

بستر روانی برای شکل‌گیری و گسترش تئوری‌های توطئه در شبکه‌های اجتماعی و حتی محافل عمومی افزایش یافته است. یکی از آنها در حوادث ۱۴۰۱ مسمومیت‌های دانش‌آموزان بود که بر اساس آن تئوری‌های توطئه مختلفی شکل گرفت و یا این توثیق که «حمله به شاه‌چراغ توسط نیروهای امنیتی ایران انجام شده است». اهمیت تئوری توطئه نشان‌دهنده آن است که اخبار جعلی از یک طرف نیازمند فراهم شدن بسترهای روانی است و از طرف دیگر بر روان مخاطبان نیز اثر می‌گذارد. علاوه بر آن، جستجوی مطالبی که تأییدکننده افکار و گرایش‌های کاربران است نشان می‌دهد که اخبار جعلی لزوماً تأثیر مشابهی بر مخاطبان ندارد. باورها، ارزش‌ها و علایق آنها در قبول و بازنشر یک خبر جعلی متغیر تأثیرگذار است. برای کاهش تئوری‌های توطئه، بسترهای روانی برای شکل‌گیری آنها باید از میان برداشته شود. بسترهای روانی، یک موضوع روان‌شناسی اجتماعی است و زادگاه آن در نهادهای اجتماعی مانند خانواده، مدرسه، گروه همسالان و دوستان و ... قرار دارد. این مسئله از دید رسانه، در رویکرد سواد رسانه‌ای قابل بررسی است. اگر می‌خواهیم دوقطبی شدگی و تئوری‌های توطئه کاهش یابد، آموزش سواد و آگاهی رسانه‌ای و تفکر انتقادی درباره محتوا راه‌حل ممکن خواهد بود.

کنش ششم: برجسته‌سازی ابعاد حقوق بشری و دموکراسی غربی

این کنش که بین هر دو رسانه مورد بررسی با اندک تفاوت‌هایی مشترک است سعی دارد اصول نظریه برجسته‌سازی رسانه‌ای را در پیش‌گیرد تا به مقصود خود برسد. نظریه برجسته‌سازی عنوان می‌کند که رسانه شاید نتواند به مخاطب القا کند که چگونه بیاندیشد اما می‌تواند با برجسته کردن موضوعاتی یا رویکردهایی به مخاطب القا کند که به چه چیزهایی یا موضوعاتی بیاندیشد؛ به عبارت دیگر، الویت مخاطب را درباره سوژه یا تیترا تعیین می‌کند. به همین منوال، با برجسته کردن خبرهای حقوق بشری و دموکراسی غربی مانند بیانیه‌های سازمان‌های بین‌المللی یا رویکردهای

تجربی و زیستی جوامع دموکراتیک برای مثال در موضوع حجاب را در مقابل دیدگان کاربر قرار می‌دهد و ارزش‌ها و کرامت انسانی به آنها می‌بخشد و در مقابل نگاه‌های دینی و اسلامی را پنهان یا کتمان می‌کند و از دیدگان مخاطب مخفی نگه می‌دارد و یا کم‌اهمیت، نادرست و همراه با افراطی‌گرایی جلوه می‌دهد. برجسته‌سازی نگاه‌های دینی و اسلامی در رسانه اجتماعی ایکس بندرت در سطح وسیعی منتشر می‌شود. به اصطلاح هشتک‌ها و ترندها مربوط به این موارد بندرت یافت می‌شود. شاید در این زمینه تمسک به حقوق بشر اسلامی و اشتراکات آن با حقوق بشر سازمان ملل تأثیرگذار باشد. استخراج نکات مشترک حقوق بشر اسلامی و سازمان ملل و تبیین نقاط افتراق آنها از لحاظ فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی بخشی از مقابله با این کنش را می‌تواند پوشش دهد.

کنش هفتم: استفاده از شیوه‌های بیانی

هر دو رسانه در ارائه اخبار جعلی از شیوه‌های بیانی و بلاغت برای تأثیرگذاری بر کاربر استفاده می‌کنند. بدین صورت که بی‌بی‌سی فارسی از شیوه‌های بیانی برای تعمیم جزء به کل بهره می‌برد و ایران اینترنشنال برای تأثیرگذاری عاطفی بر مخاطب به این شیوه متوسل می‌شود. شیوه‌های بیانی یا بلاغت یکی از هفت سنت نظریه ارتباطات است و اولین بار در نوشته‌های سوفسطاییان، افلاطون و ارسطو به شکل نظریه درآمد. مفهوم بلاغت، یا به گونه‌ای عام‌تر، ارتباطات، به عنوان هنر عملی گفتمان تعبیر می‌شود. در این سنت ارتباطات عملی است که به مهارت و قضاوت خوب در تصمیم‌گیری در مورد آنچه در موقعیت‌های چالش‌برانگیز گفته می‌شود احتیاج دارد. برای مثال، استفاده از اصطلاح «تظاهرات سراسری» در بی‌بی‌سی فارسی و یا «فرار مسئولان رژیم با هواپیمای چارتر» در ایران اینترنشنال شیوه‌های بیانی است که هر دو بگونه‌ای با تظاهرات‌های سراسری ایران مانند راهپیمایی ۲۲ بهمن و یا دومی با فرار شاه در ۲۶ دی‌ماه ۱۳۵۷ همزادپنداری می‌کنند و سبک روایتی آشنا و قابل دسترس برای مخاطب به تصویر می‌کشند. این شیوه بیانی یک سبک بیانی آشنا درباره انقلاب است. برای مقابله با حربه شیوه‌های بیان اخبار جعلی، بهترین راه حل راستی‌آزمایی چنین اخباری در کمترین زمان ممکن است. خبر جعلی که امروز در شبکه ایکس ترند می‌شود اگر خبر درست بعد از راستی‌آزمایی فردای آن روز منتشر شود و حتی ترند شود چندان تأثیرگذار نخواهد بود. بهتر آن است که تا چند ساعت بعد از ایرال شدن خبر جعلی نتیجه راستی‌آزمایی آن در فضای مجازی و ایرال شود.

کش هشتم: تولید شبه علم

شبه علم به ادعا، باور یا عملی گفته می‌شود که به عنوان علم ارائه می‌شود اما روش‌شناسی معتبر علمی را رعایت نمی‌کند. شبه علم بر پایه غیرآزمون بودن و ابطال ناپذیری فرضیه شکل می‌گیرد. لذا، رد آن دشوار می‌نماید. طرفداران زیاد شبه علم به دلیل ناکافی بودن واقع‌گرایی آموزش علم و رسانه‌های احساسات‌گراست. امروزه بسیاری از رسانه‌ها بدون اینکه از معتربودن مطلبی مطمئن شوند، نسبت به پخش و اشاعه آن اقدام می‌کنند. یکی از خصوصیات مهم شبه علم این است که «ادعاهای شبه علم مستقیماً به رسانه‌ها می‌روند». در حوادث مورد بررسی بی‌بی‌سی فارسی در اکانت ایکس چنین ادعایی را مطرح کرد:

«در دورانی که رسانه‌هایی در دو سوی وقایع، دو دنیای موازی اما بعضاً به دور از حقیقت را ترسیم می‌کنند و در دورانی که شفافیت، صحت و دقت در خبررسانی، جای خود را به «تعهد» به ایدئولوژی حاکمان یا تأمین انتظارات «سرمایه‌گذار» می‌دهد، ضرورت وجود رسانه‌هایی که به بی‌طرفی پایبند باشند و با شفافیت، واقعیت‌ها را بیان کنند، بیش از هر زمان دیگری است.»

چند روز بعد توئیت زد که «شهر اشنویه در آذربایجان غربی سقوط کرد».

در یک بررسی بیست و دو ساله که یازده هزار دانش‌آموز آمریکایی شرکت کرده بودند، نشان داده شده است که راه‌های تفکر غیرعلمی در مقابل راه‌های تفکر علمی مقاومت می‌کند و تنها کاهش خیلی کمی در باورهای شبه علمی آنها دیده شده است. تفکر انتقادی به عنوان یک ارزیابی متعهدانه، مهارتی و قضاوتی از باورهای فرد یا باورهای دیگران است. یکی از جنبه‌های مهم تفکر انتقادی، بازتابی ارزیابی ادعاها یا بحث‌هایی است که به نتایج منطقی کشیده می‌شود. علم واقعی همیشه از ناحیه شبه علم در معرض آسیب و آفت بوده، اما در حال حاضر این آسیب به مرحله‌ای افزایش یافته است که به یک تهدید واقعی تبدیل شده است چرا که گاهی شبه علم توسط مدیران به عنوان یک ابزار برای تصمیم‌گیری در بقای علمی دانشمندان اعمال می‌شود.

کش نهم: تکرار واژگان ایدئولوژیک

اکانت ایکس بی‌بی‌سی فارسی مکرر از واژگانی همچون سرکوب، سقوط و خیانت استفاده می‌کند. برای مثال، در یکی از توئیت‌ها عنوان می‌شود که آیت‌الله خامنه‌ای معترضان را به خیانت متهم کرد؛ در صورتی که در جمله درست ایشان اغتشاش‌گران بودند که به خیانت متهم شدند نه معترضان؛ و یا ایران اینترنشنال بجای واژه «سقوط»

که معنای ایدئولوژیک کمتری دارد از واژه «براندازی» استفاده می‌کند که کاملاً یک واژه ایدئولوژیک است. براساس چارچوب نظری تحقیق، برای مقابله با تأثیرگذاری واژگان ایدئولوژیک می‌توان از نظریه ان‌اف‌ام استفاده کرد. براساس این نظریه، افراد با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، حس نیاز به جستجوی خبر را از دست می‌دهند و بر این باور هستند که با حضور در رسانه‌ها شبکه‌های اجتماعی خودبه‌خود اخبار مورد نیاز و حتی مورد علاقه خود را دریافت می‌کنند. با شناسایی و مسیردهی به ذائقه‌ها، نیازها و تمایلات کاربران می‌توان آنها را از تأثیرگذاری واژگان ایدئولوژیک حفظ کرد.

کنش دهم: تلاش برای ایجاد باور در مخاطب به عبور از جمهوری اسلامی

هر دو رسانه در جاهای مختلف با اشاره به نسل جدید (نسل زد)، حجاب اختیاری و اینکه حجاب خط قرمز نظام جمهوری اسلامی است، سعی در باورسازی این گزاره دارند که عمر جمهوری اسلامی رو به پایان است. تکیه بر سرمایه اجتماعی و تلاش برای کسب اعتماد عمومی بهترین واکنش و راه‌حل رودرویی می‌تواند باشد. سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی عاملانی هستند که دارای ابعاد گوناگون فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی هستند و لذا، کسب توفیق در این حوزه‌ها نیازمند اراده دولتی و حکومتی است و صرفاً با واکنش رسانه‌ای و ارتباطی قابل حل نمی‌باشد؛ البته در رسانه‌های نوین برای ایجاد باور و تقویت آن، از ابزارهای تحت عنوان اتاق‌های پژواک در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود.

نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف شناخت مؤلفه‌های گفتمانی اخبار جعلی در حوادث پاییز ۱۴۰۱ از طریق اکانت‌های ایکس شبکه خبری بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال انجام شد. از طریق تحلیل گفتمان به روش فرکلاف به ده کنش اصلی دست یافتیم که این شبکه‌های خبری با استفاده از این کنش‌ها اقدام به تأثیرگذاری بر کاربران و مخاطبان می‌کنند. برای هر دو شبکه خبری مؤلفه‌های گفتمانی در قالب کنش‌های «ترسیم فضای منفی برای مخاطب»، «افزایش شکاف بین حاکمیت و معترضان با مرجعیت نهادهای بین‌المللی»، «دوقطبی‌سازی جامعه»، «ایجاد عقلانیت معنایی»، «القای تئوری‌های توطئه»، «برجسته‌سازی ابعاد حقوق بشری و دموکراسی غربی»، «استفاده از شیوه‌های بیان»، «تولید شبهه علم»، «تکرار واژگان ایدئولوژیک» و «تلاش برای ایجاد باور در مخاطب برای عبور از جمهوری اسلامی» شناسایی شدند. هر کدام از این کنش‌ها ابزار

کارآمد اخبار جعلی در عصر پساحقیقت است که نیازمند اتخاذ واکنش و یا پیشگیری مناسب از طرف نهادهای رسانه‌ای و سایر ارگان‌های با مأموریت مقابله با اخبار جعلی می‌باشند؛ لذا، واکنش به هر کدام از این کنش‌ها، نیازمند تحقیقات رسانه‌ای مستقل و میدانی است؛ اما تحلیل گفتمان فرکلاف در این تحقیق نشان داد که شبکه‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال از مؤلفه‌های گفتمانی یکسانی بهره می‌برند که با توجه به محتوای ظاهری اخبار و کلیدواژه‌های مورد استفاده در بی‌بی‌سی این مؤلفه‌ها مستتر و در ایران اینترنشنال آشکار است. مؤلفه‌های گفتمانی یکسان در دو رسانه مورد بررسی نشان می‌دهد که آن‌ها ایدئولوژی‌های مشابهی را دنبال می‌کنند.

نتایج این تحقیق مانند تحقیق ایگوبوئیکه و شیموآیا نشان داد که مؤلفه‌های گفتمانی اخبار جعلی از استراتژی‌های مشروعیت‌سازی مانند عقلانیت معنایی یا شیوه‌های بیان به تکرار استفاده می‌کنند. همچنین، نسبت بین ده کنشی که در این تحقیق به دست آمد با یازده روش جنگ شناختی که در پروژه مشترک دانشگاه‌های جان هاپکینز و امپریال کالج لندن در سال ۲۰۲۱ معرفی شد، قابل توجه است. دوقطبی شدن حیطه مشترک هر دوی آن‌هاست. کنش القای تئوری‌های توطئه با روش ایجاد شک و تردید درباره حکومت؛ کنش تکرار واژگان ایدئولوژیک با روش رادیکال کردن گروه‌ها؛ کنش ایجاد باور در مخاطب برای عبور از جمهوری اسلامی با روش ایجاد ناآرامی و اغتشاش در جامعه؛ و سایر موارد از نظر مفهومی تا حدودی با یکدیگر مرتبط و قابل مقایسه هستند. نتیجه اینکه، مؤلفه‌های گفتمانی که توسط رسانه‌های بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال به عنوان کنش بهره‌برداری شدند، جزو شیوه‌های عملیات در جنگ شناختی نیز محسوب می‌شوند؛ به عبارت دیگر، مؤلفه‌های گفتمانی اخبار جعلی با هدف به چالش کشاندن در سطح کلان حاکمیت‌ها و حکومت‌ها در قلمرو جنگ شناختی قرار می‌گیرد.

منابع و مأخذ

- آزادی، محمدحسین (۱۳۹۹). رویکردها و چالش‌های مقابله با اخبار جعلی در جهان. *آینده‌پژوهی رسانه*، ۱(۱): ۶۴-۳۳.
- دستلان، مرتضی؛ ده بزرگی، مهشید؛ مریدی، بهزاد، امامی، محسن (۱۴۰۰). تشخیص اخبار جعلی منتشرشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام براساس تارنمای خبری ایسنا مبتنی بر الگوریتم متن‌کاوی و معنی‌شناسی در زبان فارسی. *زبان‌شناسی اجتماعی*، ۴(۳): ۹۱-۱۰۴.
- ساعی، حسین و آزادی، محمدحسین (۱۴۰۰). راهکارهای مقابله با اخبار جعلی در سازمان‌های خبری و رسانه‌های ایران. *رسانه*، ۳۲(۲): ۳۵-۷۸.
- شعبانی، کریم؛ گرانمایه‌پور، علی؛ هاشمی، شهناز (۱۴۰۱). عوامل تشخیص اخبار جعلی در رسانه‌های نوین به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۸(۳۰): ۲۰۷-۲۳۳.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). *تحلیل انتقادی گفتمان*. ترجمه پیران و دیگران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- کرمانی، حسین. (۱۳۹۸). رویکرد آئینی به «مسئله» اخبار جعلی در ایران و چیرگی عقلانیت ابزاری با تقلیل‌کنش به کار. *جامعه فرهنگ رسانه*، ۸(۳۳): ۲۴-۳۵.
- متقی، وحید؛ اسماعیلی، مهدی؛ بازایی، قاسمعلی؛ افشار، محمدعلی (۱۴۰۰). ارائه رویکرد تنسور سه بعدی برای طبقه‌بندی و تشخیص اخبار جعلی: مطالعه موردی اخبار فارسی در حوزه کرونا و ویروس. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۷(۴): ۲۲۱-۲۵۰.
- مجددی‌زاده، زهرا؛ موسوی حق‌شناس، میلاد (۱۳۹۹). چپستی و چرایی اخبار جعلی در عصر دیجیتال: فراتحلیل کیفی. *مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۳(۱): ۹۳-۱۲۴.
- مک‌برایر، جاستین (۱۴۰۲). *فراتر از اخبار جعلی: کشف حقیقت در جهان اشتباه‌پراکنی*. ترجمه عاطفه رضوان‌نیا. تهران: همشهری.
- مکنیر، برایان (۱۳۸۸). *جامعه‌شناسی روزنامه‌نگاری*. ترجمه علی اصغر کیا و محمد رسولی. تهران: جامعه‌شناسان.
- Allcott, H & Gentzkow, M (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*. 31(2). 211-36.
- Azadi, M. H. (2019). Approaches and challenges of dealing with fake news in the world. *Future Media Research*, 1(1): 33-64. [In Persian]
- Barclay, D. A (2018). *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Cooke, N. A. (2018). *Fake news and alternative facts: information literacy in a post-truth era*. Chicago: ALA.
- Crystal, D. (2008). *A dictionary of linguistics and phonetics*. Oxford: Blackwell.

- Dastlan, M. Deh Bozorgi, M. Moridi, B. Emami, M. (2021). Detection of fake news published on Instagram social network based on ISNA news website based on text mining algorithm and semantics in Persian language. *Sociolinguistics*, 4(3): 91-104. [In Persian] Dice, M (2017). *The True Story of Fake News: How Mainstream Media Manipulates Millions*. Mark Dice.
- Diakopoulos N (2018). Reporting in a machine reality: Deepfakes, misinformation, and what journalists can do about them. Available at: https://www.cjr.org/tow_center/reporting-machine-reality-deep-fakes-diakopoulos-journalism.php (accessed 5 June 2018).
- Fairclough, N. (2001). *Critical analysis of discourse*. Translation of Piran and others. Tehran: Media Studies and Research Center. [In Persian]
- Garfinkel SL (2010) Digital forensics research: The next 10 years. *Digital Investigation* 7: S64–S73.
- Igwebuike, E. E. & Chimuanya, L. (2021). Legitimizing falsehood in social media: A discourse analysis of political fake news. *Discourse & Communication*, 15(1), 42–58. doi:10.1177/1750481320961659
- Johns Hopkins University & Imperial College London (2021). Countering cognitive warfare: awareness and resilience. *Nato Review*. <https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/05/20/countering-cognitive-warfare-awareness-and-resilience/index.html>
- Kermani, H. (2018). The ritualistic approach to the “problem” of “fake news” in Iran and the dominance of instrumental rationality by reducing action to action. *Media Culture Society*, 8(33): 24-35. [In Persian]
- Lazarou, G. (2012). *Challenges to the Epistemology of Journalism: The Architecture of the Contemporary Mediascape*. New York: Addleton Academic Publishers.
- Majdzadeh, Z. Mousavi Haq-Shanas, M. (2019). What and why is fake news in the digital age: a qualitative meta-analysis. *Interdisciplinary studies of communication and media*, 3(1): 93-124. [In Persian]
- McBrayer, J. (2023). *Beyond fake news: Discovering the truth in a world of misinformation*. Translated by Atefeh Rezvannia. Tehran: Hamshahri. [In Persian]
- McNair, B. (2008). *Sociology of journalism*. Translated by Ali Asghar Kia and Mohammad Rasouli. Tehran: Sociologists. [In Persian]
- Motaghi, V. Esmaeili, M. Bazayi, G. Afshar, M. (2021). Presenting a three-dimensional Tensor approach for classifying and detecting fake news: a case study of Persian news in the field of coronavirus. *Information Management Sciences and Techniques*, 7(4): 221-250. [In Persian]
- Oxford Learner’s Dictionaries (2020). Fake news. *Oxford University Press*. Retrieved by <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news>. October 23th 2023.
- Sae, H. Azadi, M. H. (2021). Strategies to deal with fake news in Iranian news organizations and media. *Media Studies*, 32(2): 35-78. [In Persian]
- Schackmuth, A (2018). *Extremism, fake news and hate: effects of social media in the post-truth era*. College of Liberal Arts & Social Sciences. Theses and Dissertations. <https://via.library.depaul.edu/etd/245>

- Shabani, K. Granmayehpour, A. Hashemi, S. (2022). Factors for detecting fake news in new media, especially social networks. *New Media Studies*, 8(30): 207-233. **[In Persian]**
- Steensen, Steen (2019). Journalism's epistemic crisis and its solution: Disinformation, datafication and source criticism. *Journalism*, 20(1), 185-189. doi:10.1177/1464884918809271
- Torres, R. Gerhart, N. & Negahban, A. (2018). Epistemology in the Era of Fake News. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 49, 78 - 97.
- Weeks, B. E. & Gil de Zúñiga, H. (2021). What's Next? Six Observations for the Future of Political Misinformation Research. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 277-289. <https://doi.org/10.1177/0002764219878236>

Discourse Analysis of Tehran's Billboards: Antagonism in Cultural and Political Messages

Mohammad Reza Azadinejad, Ph.D. in Communication Science, Department of Social Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author).
Email: mrzadi91@hotmail.com

Sarvenaz Torbati, Assistant Professor, Faculty Member of Department of Social Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: sarvenaz.torbati@gmail.com

Leyla Niroomand, Assistant Professor, Faculty Member of Department of Social Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: ln_niroomand@yahoo.com

Omid Ali Masoodi, Professor of Advertising and Media Department, Suresh University.
Email: oamasoodi@yahoo.com

Abstract

The purpose of this paper is “Discourse Analysis of Cultural and Political Messages of Tehran Municipality” based on Laclau and Mouffe’s discourse theory, published on the billboards of Tehran from 2006 to 2016, in order to answer these questions: How the Tehran municipality articulates discourse due to its nodal points and floating signifiers? Has it considered antagonizing and rejection of rival discourse components? The researcher achieved a theoretical saturation by the targeted selection of 25 graphic designs and exploring the semantic implications and discourse structure of each according to the concepts and components of discourse theory. The findings of the research show: The nodal point and the “guardianship-centeredness (velayatmadari) “is on the focus of the municipality, the “jihadi management”, “clericalism”, “cultural invasion” are articulated around this focal point which has conformity with the discourse of “principals”. The chain of equivalence with the critical political and social activists of the government was not formed.

Keywords

Discourse Analysis, E. Laclau & S. Muffe, Reformist, Principalism, Antagonism.

تحلیل گفتمان بیلبردهای شهر تهران: «غیریت‌سازی» در پیام‌های فرهنگی و سیاسی

محمد رضا آزادی‌نژاد^۱، سروناز تربتی^۲، لیلا نیرومند^۳، امیدعلی مسعودی^۴

چکیده

این نوشتار درصدد «تحلیل گفتمان پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران» بر اساس نظریه گفتمان لاکلا و موفه است که از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ بر روی بیلبردهای شهر تهران انتشار یافته‌اند، تا از این طریق بتوان به این پرسش‌ها پاسخ داد که این نهاد دال‌های مرکزی و شناور گفتمان خود را چگونه مفصل‌بندی کرده است؟ و آیا غیریت‌سازی و طرد گفتمان رقیب را مدنظر داشته است؟ محقق با انتخاب هدفمند ۲۵ نمونه طرح گرافیکی و بررسی دلالت‌های معنایی و ساختار گفتمانی هریک از آن‌ها، منطبق بر مفاهیم و مؤلفه‌های نظریه گفتمان، به اشباع نظری رسید. نتایج و برون‌داد این پژوهش بیانگر آن است که دال مرکزی «ولایت‌مداری» در محور و کانون گفتمان این نهاد قرار گرفته است. دال‌های شناور «مدیریت جهادی»، «روحانیت» و «تهاجم فرهنگی»، با پیوند به پیرامون و حول کانون مرکزی، مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران با خاستگاه گفتمان «اصول‌گرایی» را تشکیل داده‌اند. زنجیره هم‌ارزی با کنشگران سیاسی و اجتماعی منتقد دولت شکل نگرفت و اما نهایتاً غیریت‌سازی و به هم ریختن مفصل‌بندی گفتمان رقیب بر اساس منطق تفاوت حاصل نشد که آن را می‌توان در عدم موفقیت در کارزار انتخاباتی ۱۳۹۶ مشاهده کرد.

واژگان کلیدی

تحلیل گفتمان، لاکلا و موفه، اصلاح‌طلبی، اصول‌گرایی، غیریت‌سازی، شهرداری تهران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۲۶

۱. دانش‌آموخته دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی.

mrzadi91@hotmail.com

۲. استادیار، گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی (نویسنده مسئول).

sarvenaz.torbati@gmail.com

ln_niroomand@yahoo.com

۳. استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی.

oamasoodi@yahoo.com

۴. استاد گروه تبلیغ و رسانه، دانشگاه سوره.

مقدمه

هر دیدگاهی پیرامون گفتمان و تحلیل گفتمان پیشنهادهای خود را عرضه می‌کند و بر سر مبانی و تعاریف آن با یکدیگر رقابت دارند، اما می‌توان با اشاره به تعریفی عام از گفتمان، آن را «شیوه‌ای خاص برای سخن گفتن درباره جهان و فهم آن (یا فهم یکی از وجوه آن)» (یورگنسن و فیلیپس^۱، ۱۳۸۹: ۱۸) دانست و با تعریفی خاص، گفتمان را کلیتی دانست که با هویت بخشی به نظام زبانی خود خلق معنا می‌کند و نظام اجتماعی را در یک قلمرو خاص برای مخاطبان خود تعریف کرده و معنادار می‌سازد. بدین ترتیب، زبان و سوژه‌هایی که حاصل گفتمان هستند در نظریه گفتمان حائز اهمیت‌اند. زبان، به مثابه نظام معنایی و شبکه‌ای از دلالت‌های ناپایدار، اهمیتی انکارناپذیر در بستر گفتمان‌ها دارد. «زبان هم در ایجاد واقعیت و هم در بازنمایی آن نقش اساسی دارد، از این رو، نزاع گفتمانی به ایجاد، تغییر و بازتولید واقعیت اجتماعی منجر می‌شود» (حسینی‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۸۲). نظریه گفتمان، با عاریت از تفکر فوکو، سوژه را حاصل فراخوان متشنج گفتمان‌ها می‌داند و آن را در برابر سوژه‌ای مدرن که می‌اندیشد و جهان بیرون را پی‌ریزی می‌کند به چالش می‌کشد.

تحلیل گفتمان به عنوان نظریه و روش با رویکردهای متفاوتی نسبت به برساخت‌گرایی اجتماعی مطرح شده که در این مقاله به بهره‌گیری از نظریه گفتمانی لاکلا و موفه اکتفا شده است. رویکردهای گفتمانی «نظریه‌ها و روش‌های بسیار سودمندی را برای تحقیق در عرصه ارتباطات، فرهنگ و جامعه ارائه می‌کنند. آن‌ها را می‌توان در تحلیل بسیاری از قلمروهای اجتماعی، از جمله سازمان‌ها و نهادها، و نیز تشریح نقش زبان در تحولات گسترده اجتماعی و فرهنگی، از قبیل جهانی شدن و گسترش ارتباطات جمعی متکی بر رسانه‌ها، به کار گرفت» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۱۸). «برساخت گفتمانی^۲» در شکل بخشیدن به هویت ملی، ارزش‌ها، باورها، کنش‌های اجتماعی و روش‌های تثبیت دلالت‌های معنایی توسط رسانه‌های جمعی و پیامدهای آن، همچون هژمونی و قدرت، بسیار تأثیرگذار است. با بررسی چگونگی برساخته شدن دانش تخصصی رسانه‌ها و نیز تعارض موجود در محتوایی که مورد استفاده مخاطبان رسانه‌ها قرار می‌گیرد، می‌توان به کشمکش میان گفتمان‌های گوناگون پی برد. کنش یا پراکتیس گفتمانی کنشی اجتماعی محسوب می‌شود که جهان اجتماعی را شکل می‌دهد؛ در تولید معنای واقعیت‌ها و جهان

1. Jurgensen Marianne & Philips Louis

2. Discursive Construction

بیرونی از قبیل دانش، هویت‌ها، روابط و الگوهای اجتماعی نقش دارد؛ و بر ناتمام بودن پدیده‌های اجتماعی و عدم تثبیت همیشگی معنا تأکید دارد. از نظر لاکلا و موفه «تمامی کنش‌ها گفتمانی‌اند» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۴۵). از این رو، هدف نظریه گفتمان «فهم امر اجتماعی به مثابه برساختی اجتماعی است و می‌توان با استفاده از ابزارهای گفتمانی، هر پدیده اجتماعی‌ای را تحلیل کرد» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۵۳).

بیلبردهای شهری نیز به عنوان یکی از رسانه‌های در اختیار شهرداری تهران، با توجه به موقعیت‌های مکانی و پراکندگی آن‌ها در گستره کلان‌شهر تهران، می‌توانند رسانه‌ای پرمخاطب و مؤثر تلقی شوند. همچنین مطابق نظر هارتلی، «مردم امروری ضرورتاً مردمی هستند که توسط رسانه‌ها ساخته شده‌اند. زمانی که نسبت هم‌ارزی میان اجتماع گسترده مخاطبان مفصل‌بندی شود، این روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها هستند که به‌طور عام به این مفصل‌بندی سامان می‌دهند» (Hartley, 1996: 109). لذا از این منظر، تبلیغات و انتشار پیام‌های فرهنگی و سیاسی بر روی این رسانه، در مجموع، به‌مثابه ابزاری برای گفتمان‌سازی این نهاد است که برای گسترش دلالت‌های موردنظر و تقویت و هژمونیک‌ساختن نظام معنایی و همچنین برساخت سوژه‌های گفتمانی، که مقید به این نظام معنایی هستند، به کار می‌رود. همچنین مستدل بر نظریه گفتمان لاکلا و موفه و نگاه آن‌ها به تمامیت‌یابی پوپولیستی و تقسیم‌بندی جامعه به دو اردوگاه که معتقدند «در این حالت «مردم» چیزی کمتر از کل اعضای جامعه است و می‌توان مردم را مجموعه همه شهروندان دانست یا محرومان^۱» (لاکلا و ژریژک، ۱۳۸۸: ۱۶) با این پیش‌فرض روبه‌رو هستیم که شهرداری تهران با دو طبقه اجتماعی و دو دسته مطالبات دموکراتیک و پوپولیستی آن‌ها روبه‌روست. از سوی دیگر، در جهان انتظام‌یافته با پدیده صوری‌سازی، به‌طور معمول تفاوت‌ها نادیده گرفته می‌شوند تا نظم حاکم تداوم یابد، اما مجموعه‌ای از استثناها و مفاهیم متناظر یا متضاد با آن بازنمایی می‌شوند و در قالب گفتمان، مرزبندی‌های جدیدی را شکل می‌دهند که تخصیص‌های غیرثابت محصول این فرایند هستند.

درواقع مسئله این است که شهرداری تهران برای هژمونیک کردن گفتمان خود از طریق انتشار پیام‌های فرهنگی و سیاسی بر روی بیلبردهای شهری در بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ از غیریت‌سازی استفاده کرده است که به نظر می‌رسد در این اقدام و چگونگی به‌حاشیه‌راندن گفتمان رقیب ناموفق بوده است. این نهاد، با خاستگاه

1. Populus
2. Plebs

اصول‌گرایی برای تحقق این اراده، تلاش می‌کند تا از طریق منطق زنجیره هم‌ارزی و با هویت‌بخشی به مفصل‌بندی گفتمان خود، به طرد گفتمان رقیب بپردازد. از این رو، با منطق تفاوت نیز مواجه هستیم که ایجادکننده تخاصم است. به سخن دیگر، برای تبیین مسئله تحقیق توجه به دو مقوله حائز اهمیت است: یکی آنکه، تحلیل نمونه‌های آماری و منتخب مبتنی بر مفاهیم اصلی گفتمان از جمله «دال مرکزی»، «دال‌های شناور»، «غیریت‌سازی»، «طرد»، «برجسته‌سازی» و «مفصل‌بندی» است که بر اساس دو منطق «زنجیره هم‌ارزی» و «تفاوت» انجام می‌شود. دوم، با توجه به اینکه مبحث غیریت‌سازی و تخاصم گفتمانی در امر قدرت و برساخت اجتماعی منطبق بر رویکرد پساساختارگرایانه لاکلا و موفه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، پرسش‌های تحقیق این‌گونه مطرح می‌شود: آیا غیریت‌سازی و طرد گفتمان رقیب مدنظر گفتمان شهرداری تهران بوده است؟ دال‌های مرکزی و شناور گفتمان چگونه مفصل‌بندی شده و کدام دال از محوریت اصلی برای برساخت و انسجام گفتمانی برخوردار است؟ و آیا این گفتمان، در تشکیل زنجیره هم‌ارزی با کنشگران سیاسی و اجتماعی و نیز به هم‌ریختن مؤلفه‌های گفتمانی رقیب بر اساس منطق تفاوت، موفق بوده است؟ بنابراین نکته حائز اهمیت این تحقیق معطوف به اهمیت گفتمان و نظام زبانی برای برساخت سوژه‌ها در جهان امروز است، و برای ضرورت آن نیز می‌توان به فهم قدرت و کنکاش در عناصر آن، از جمله شیوه‌های غیریت‌سازی در گفتمان، اشاره کرد.

پیشینه پژوهش

از پژوهش‌هایی متنوع و متناسب با روش و رویکردهای تحلیل گفتمان به‌عنوان پیشینه مطالعات داخلی و خارجی بهره بردیم، از جمله:

«تحلیل تقابل گفتمانی اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی از دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری» که علی ربانی خوراسگانی و محمد میرزایی (۱۳۹۴) با استفاده از روش تحلیل گفتمان لاکلا و موفه و چارچوب نظری تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف انجام دادند و چنین نتیجه گرفتند: در انتخابات دهم ریاست جمهوری میان «دقایق» گفتمان اصلاحات با «نظم صدقی» حاکم بر جامعه شکافی وجود داشت. اما گفتمان اصول‌گرایی، که نماینده «سنت‌گرایی» است، هرچند مردم را که نماد جمهوریت‌اند در قلب خود آراسته بود، اما طبق مضامین و وقفه‌های گفتمانش، به‌ویژه دال‌های «عدالت» و «دولت اسلامی» در کشاکش «سنت» و «تجدد»، از سنت‌گرایی سخن گفت و با تصویرسازی ذهنی القا

کرد که سوزدهای اجتماعی خواسته‌ها و حل مشکلات خویش را در آینه آن جست‌وجو می‌کردند (ربانی خوراسگانی و میرزایی، ۱۳۹۴). همچنین بشیر و طاهری (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸)»، با استفاده از الگوی عملیاتی تحلیل گفتمان فرکلاف، به بررسی متن فیلم‌های تبلیغاتی پرداختند و به محورهای مهم گفتمانی چهار نامزد حاضر در دهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری ایران دست یافتند. نتایج پژوهش ایشان حاکی از آن است که دال‌های مرکزی گفتمان فیلم‌های احمدی‌نژاد «عدالت محوری» و «خدمت‌گزاری»؛ فیلم‌های انتخاباتی موسوی «بی‌کفایتی احمدی‌نژاد» و «کارآمدی و اعتدال سیاسی و فرهنگی موسوی»؛ فیلم‌های انتخاباتی کروبی «نخبه‌گرایی» و «ناکارآمدی سیستم مدیریتی موجود»؛ و فیلم‌های انتخاباتی رضایی «توانمندی و برنامه‌ریزی رضایی» و «نا توانی دولت احمدی‌نژاد» است (بشیر و طاهری، ۱۳۹۴). همچنین کاوایی‌راد (۱۳۹۲) در چکیده مقاله پژوهشی خود با عنوان «پراکنش فضایی مشارکت در یازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری» می‌نویسد: داده‌ها و یافته‌های برآمده از انتخابات مختلف در کشور گویای آن است که برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری در بازنمایی جنبش‌های اجتماعی، «گفتمان‌سازی» و جناح‌بندی‌های سیاسی ظرفیت زیادی دارد. اما چون نهادهای هم‌پسته‌ساز (سازمان‌ها، نهادها، سمن‌ها و احزاب)، به هر دلیل، کارایی لازم را ندارند، در هر دوره جریان سیاسی و گفتمان خاصی مسلط می‌شود. کیفیت دستیابی جریان نقاد به قدرت تابعی از ماهیت و کارکرد جریان و گفتمان قدرت حاکم است. پس از گفتمان مسلط، گفتمان جریان نقاد حاکم می‌شود و این روند تداوم خواهد یافت. به بیان دیگر، هر چهار سال رأی به «تداوم» و هر هشت سال رأی به «تغییر» گفتمان حاکم ویژگی اثرگذار فرهنگ سیاسی رأی‌دهندگان ایرانی شده است (همان).

همچنین جسوس و سانز^۱ (۲۰۱۳) هدف مقاله‌شان، با عنوان «مطالعه موردی نظریه ارتباط و تبلیغات سیاسی»^۲، را چگونگی تولید متون طنز منتشرشده در مجموعه‌ای از بیلبردها و تبلیغات سیاسی حزب کارگر در کارزار انتخاباتی سال‌های ۱۹۹۷، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۵ بریتانیا بیان می‌کنند. ایشان، با استفاده از نظریه ارتباط «اسپریر و ویلسون»^۳ (۱۹۸۶، ۱۹۸۷ و ۱۹۹۵) و نظریه «تجانس وضوح»^۴ هومر^۵، چگونگی تولید طنز را تفسیر

1. Jesús & Sanz
2. Relevance Theory And Political Advertising, A Case Study
3. Sperber & Wilson
4. Incongruity-Resolution
5. Humour

کرده و با تحلیل بینامتنی و رمزگشایی معنایی ارتباطات غیرکلامی و تصویری تبلیغات سیاسی، نتیجه گرفته‌اند که استعاره‌های بصری و غیرکلامی موجود در بلبوردها، به سبب امکانات در اختیار رهبران سیاسی و مقایسه غیرمنتظره آن‌ها، به‌طور برابر قابل توصیف نیستند و از سوی دیگر، ماهیت چندوجهی بلبوردها منبعی مهم برای ایجاد معناست. همچنین متغیرهای سن، پیشینه اجتماعی، ایدئولوژی و ملی بودن افراد مؤثرند (María & Sanz, 2013: 10). در مقاله دیگری با عنوان «نظریه گفتمان و بررسی دگرسازی ایدئولوژیک: تحلیل تجدیدنظرگرایی جامعه دموکراتیک^۱»، پاتریک دووس^۲ (۲۰۰۳)، با تبیین و ارائه الگویی از کشمکش گفتمان، مطالعه خود را در بخش‌های مجزایی چون: در مجاورت با «دیگر» (غیریت‌سازی)، چگونگی تسلط بر عرصه سیاسی، دال تهی، بحران دموکراسی اجتماعی و دولت رفاه مدرن، مذاکرات اقتصادی، جهانی‌سازی و منتقدان انجام می‌دهد و از تحلیل خود نتیجه می‌گیرد که موضوع تجدیدنظرگرایی جامعه دموکراتیک به‌وضوح نشان می‌دهد که چگونه انواع حالت‌های تنظیم اجتماعی با تغییر گفتمانی همراه می‌شوند و این دگرگونی را ناشی از ورود کنشگران اجتماعی به یک بحران و مبارزه هژمونیک با یکدیگر می‌داند که خود زمینه کشمکش و راهبردهای گفتمانی مختلف و جدیدی را فراهم می‌کند. به بیان دیگر، یک مبارزه هژمونیک در سطح گفتمان سیاسی آغاز می‌شود و تحول و دگرگونی اجتماعی را موجب می‌شود (Devos, 2003: 13). اگرچه وجه تشابه و اشتراک پیشینه‌های این تحقیق برخوردار از نظریه‌های رایج گفتمان و بهره‌برداری یکسان از روش تحلیل گفتمان است، اما نتایج و برون‌داد تحلیل گفتمان پیام‌های بلبوردهای شهرداری تهران گواهی صریح و مستدل بر روزآمدی و نوآوری است که به‌عنوان وجه تمایز این پژوهش، می‌توان بر آن تأکید ورزید.

مبانی نظری پژوهش

«نظریه گفتمان پسا‌ساختارگرایانه لاکلا و موفه ریشه در دو سنت مارکسیسم در امر اجتماعی و زبان‌شناسی ساختارگرای سوسوری دارد که به‌ترتیب زمینه طرح نظریه اجتماعی و نظریه معنایی را فراهم می‌سازند» (کسرای و پوزش شیرازی، ۱۳۸۸: ۳۴۱). مفهوم رایج از زبان در زبان‌شناسی ساختارگرای سوسور، منطبق بر این نظر است که، «نشانه‌ها متشکل از دو بخش دال (فرم) و مدلول (محتوا) است» (Saussure, 1960: 86)؛ اما در رویکرد پسا‌ساختارگرا،

1. Analysing Social Democratic Revisionism

2. Patrick Devo

گفتمان صرفاً مقید به زنجیره دال‌هایش است و این ایده از نشانه‌شناسی را مسلم و پایدار نمی‌پندارد که هر نشانه‌ای به‌طور کامل به مدلولش دلالت کند. به معنای دیگر، «مدلول» تنزل می‌یابد و این «دال» است که در جایگاه و منزلتی برتر قرار می‌گیرد و «معنا» از نسبت و ارتباط واژگان با یکدیگر حاصل می‌شود» (رحمانی فیروزه‌جاه، ۱۳۸۴: ۱۰۲). تمامی رویکردهای موجود در تحلیل گفتمان در این نکته اتفاق نظر دارند که «زبان بازتابی از واقعیت از پیش موجود نیست، بلکه در قالب الگوها یا گفتمان‌ها ساختار پیدا کرده است. الگوهای گفتمانی به‌وسیله پراکتیس‌های گفتمانی حفظ و دگرگون می‌شوند. این حفظ و دگرگونی الگوها را باید از طریق تحلیل خاصی که زبان در آن‌ها عمل می‌کند بررسی و مطالعه کرد» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۳۴). کشمکش‌های همیشگی گفتمان‌ها برای برساخت دلالت‌های معنایی و سوژه‌های گفتمانی تلاشی است بی‌پایان برای به‌کارگیری ابزارهایی که به کمکشان می‌توان به هم‌مونیک کردن و طبیعی جلوه‌دادن گفتمان مبادرت کرد. رسانه‌های جمعی یکی از ابزارهای اصلی در یاری‌رساندن به توافق و باورپذیری امر گفتمانی محسوب می‌شوند. اگرچه ون‌دایک، فرکلاف و فوکو از بنیان‌گذاران تحلیل گفتمان انتقادی بودند، اما لاکلا و موفه تحلیل گفتمان را از حوزه زبان‌شناسی به عرصه سیاست و اجتماع کشیدند و از این ابزار نیرومند برای تحلیل‌های اجتماعی بهره بردند. نقطه اشتراک تحلیل گفتمان فوکو و لاکلا «عمومیت گفتمان نسبت به زبان است؛ به‌طوری‌که گفتمان تمام عرصه‌های حیات اجتماعی را درمی‌نوردد و ذهن‌ها و رفتار کارگزاران فردی و اجتماعی را شکل می‌دهد. در این رویکرد، گفتمان وسعتی به‌گسترده‌گی تمام نظام اجتماعی دارد» (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۵۲). از آنجاکه، «بازنمایی تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است» و به گفته هال، «هیچ‌چیز معناداری خارج از گفتمان وجود ندارد» (ربیعی و احمدزاده نامور، ۱۳۸۷: ۴۵)، تحلیل گفتمان، برخلاف تحلیل‌های سنتی زبان‌شناسانه، فراتر از متن یعنی بافت، موقعیت فرهنگی و اجتماعی و سیاسی و... را بررسی و مطالعه می‌کند و به‌منزله نظریه و روشی راهگشا برای درک پدیده‌هاست و همانند سایر روش‌های کیفی و نظریه‌های انتقادی در رهیافت انتقادی می‌گنجد. به سخن دیگر، هدف تحلیل گفتمان یافتن راه‌حل مسئله نیست، بلکه در مرحله نخست تلاش می‌کند تا درکی روشن از شرایط و چگونگی شکل‌گیری گفتمان به دست دهد و در مراحل بعدی، زمینه شناخت رابطه آن گفتمان با عناصر و نیروهای اجتماعی را فراهم کند.

مطابق نظریه لاکلا و موفه، پوپولیسیم یکی از منطق‌های اجتماعی است که «بر سه مقوله بنیادین «گفتمان»، «دال‌های تهی و هرژمونی» و «سخن‌وری» استوار است» (لاکلاو و ژیزک، ۱۳۸۸: ۱۱-۱۴). و بر این اساس، او نتیجه می‌گیرد که «پوپولیسیم

بهترین راه برای فهم چگونگی ساختار یافتن امر سیاسی است» (لاکلاو و ژبیژک، ۱۳۸۸: ۱۵). بدیهی است «از آنجا که زنجیره هم‌ارزی مرز درونی اجتماع را تولید می‌کند، باید به نحوی سوی دیگر مرز نیز بازنمایی شود. هیچ پوپولیسمی بدون ساختن دشمنی فرضی وجود ندارد» (لاکلاو و ژبیژک، ۱۳۸۸: ۳۸). از این منظر، شرایط ناپایدار میان دو قطب «قدرت» و «مردم» نیازمند بازتعریف هویت و تعیین هم‌ارزی و مفصل‌بندی جدید گفتمان است. در واقع، رابطه میان گفتمان‌ها یک رابطه تخصصی مداوم است تا بتوانند انسجام معنایی خود را به دست آورند، چرا که «هویت یک گفتمان هویتی ارتباطی، پویا و فعال است و آن را به واسطه نوع ارتباطی که با سایر گفتمان‌ها دارد بازتعریف می‌کنند. زمانی که یک گفتمان نشاط خویش را از دست دهد و منطبق بر زیست‌بوم اجتماعی خود نباشد، دچار زوال و افول می‌شود. برعکس، چیرگی بر مشکلات آن را در جلب اجماع و اقباع عمومی و پذیرش آن از سوی کارگزاران و سوژه‌ها یاری می‌رساند. به این ترتیب است که یک گفتمان خود را هژمونیک می‌کند» (مقدمی، ۱۳۹۰: ۹۴). پیامد هژمونی شدن یک گفتمان به معنای برجسته شدن نظام معنایی خود و به حاشیه راندن نظام‌های معنایی سایر رقباست. از طرفی، رسانه‌ها ابزارهای کارآمدی هستند که در فراگرد ارتباطی یک گفتمان و هژمونی شدن آن نقشی راهبردی و مؤثر دارند. به‌ویژه آنکه، خود رسانه نیز بر اساس نظریه «برجسته‌سازی»^۱، با کارکرد ایجاد نظم فکری برای مخاطبان و انتظام بخشی به دنیای پیرامون، از قدرت هژمونی کردن برخوردار است. بازنمایی یک گفتمان به منظور ساختار بخشیدن به معنا در درون یک قلمرو خاص لاکلا و موفه را به مفهوم هژمونی رهنمون می‌کند؛ مفهومی که گرامشی معرفی‌اش کرد. گرامشی هژمونی را اتفاق نظری می‌داند که بدون مراجع زور و سلطه و از طریق مفصل‌بندی به دست می‌آید. البته لاکلا و موفه از هژمونی گرامشی فاصله می‌گیرند، «با وجود آنکه سوژه گرامشی یک سوژه سیاسی تلقی می‌شود، اما سوژه‌های گرامشی، برخلاف لاکلا و موفه، هم به طبقه خاص و از پیش تعیین شده تعلق دارند و هم خصلت هژمونی در لاکلا و موفه یک خصلت ریتوریکال (خطابه‌ای) و کاتاکرتیکال^۲ (سخنورانه) است؛ همان چیزی که کارکرد رسانه و نسبت رسانه را به‌عنوان یک نسبت گفتمانی ضروری می‌سازد» (تربتی، ۱۳۹۵).

بنابراین از آنجا که «هویت گفتمان‌ها به کمک عمل هویت‌یابی سوژه‌ها تقویت می‌شود و هویت سوژه‌ها نیز تحت تأثیر موقعیت‌های سوژگی‌ای است که از طریق گفتمان‌ها

1. Agenda-Setting Theory

2. Catachertical

به آن‌ها تحمیل می‌شود» (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۱۲)، این پدیده زمینه‌ساز مناسبات قدرت و هژمونی ایدئولوژی میان گفتمان‌هاست، که پیامدش کشمکش گفتمانی و تخاصم آن‌ها با یکدیگر خواهد بود.

به دلیل آنکه گاهی مرزهای آنتاگونیستی ثابت و معین نیستند، مفهوم دال شناور به تحلیل لاکلا و موفه وارد می‌شود که معتقدند: «دال شناور حاصل جابه‌جایی و تغییر شکل مرزهای آنتاگونیستی است و امر سیاسی دربردارنده بازی پیش‌بینی‌ناپذیر میان عملکرد دال‌های تهی و دال‌های شناور است» و از آنجا که همه ستیزها سیاسی‌اند یا «به بیان لاکلا، ترکیب «ستیز سیاسی» یک همان‌گویی است»، لذا این نتیجه حاصل می‌شود که «شرط بنیادین امر سیاسی ایجاد مرزهای آنتاگونیستی و ظهور عاملان جدید برای تغییرات اجتماعی است» (لاکلا و ژیرک، ۱۳۸۸: ۲۱).

منطق پارادکس گفتمان: نظام گفتمانی لاکلا و موفه از منطق پارادکسیکال پیروی می‌کند، بدین معنا که طبق نظر راسل، «مجموعه‌ای از مجموعه‌هایی که عضو خود نیستند پارادکسیکال است». بر همین اساس، «در قلمرو زبان نیز، هر مفهوم کلی، آن‌گاه که به‌عنوان یک خصوصیت بخواهد مجموعه‌ای را تعریف کند، با پارادکس مواجه است» (آگامبن، ۱۳۸۹: ۱۰). در واقع، نظام پارادکسیکال از اصولی بدیهی (آکسیوم‌ها) پیروی می‌کند که رویکردی قیاسی به شمار می‌آید. مجموعه‌ها شامل اعضایی هستند که توسط قواعدی تعریف شده‌اند، اما همواره از درون این قواعد و مفهوم‌سازی‌ها، تعدادی از اعضای مجموعه، به‌سبب خروج از نظم حاکم، به‌عنوان یک استثنا از مجموعه طرد می‌شوند. نظام گفتمانی نیز، که از نظام مجموعه‌ها پیروی می‌کند، با این پارادکس و طردشدگی عناصر همراه است. بدین ترتیب، گفتمان‌ها درصدد هم‌ارز کردن مطالبات مردمی توسط یک دال تهی هستند، اما همواره، برخی از مطالبات و عناصر از مجموعه گفتمانی طرد و منفک می‌شوند و سپس با تبدیل به دال‌های شناور، مجموعه‌ای از مؤلفه‌های گفتمانی جدید را شکل می‌دهند. «یکی از اصول این نظریه اصل «جداسازی یا تصریح»^۱ است که نشان می‌دهد چگونه توسط یک گزاره‌نما، می‌توان از یک مجموعه مجموعه جدیدی را جدا کرد» (آگامبن، ۱۳۸۹: ۱۱). بنابراین در این تحقیق، طرح مسئله از قلمرو پروبلماتیک بودن خارج می‌شود و از منطق پارادکس پیروی می‌کند. همچنین مطابق این اصل، در تعریف و معنای «گفتمان»،

دو مفهوم مهم و اساسی طرد^۲ و حکم^۱ وجود دارد. نقطه عطف مباحث فوکو در باب روابط دانش و قدرت در همین مفهوم طرد نهفته است که روال‌های حاکم و برتری دادن گفتمان غالب، از طریق پیوند خوردن آن‌ها با روابط قدرت و ترجیح آن گفتمان، صورت می‌پذیرند. همچنین از دیدگاه او، «یک گزاره زمانی به یک حکم تبدیل می‌شود که چند ویژگی داشته باشد: ۱. در کنار احکام دیگر، در یک صورت‌بندی گفتمانی معنا یافته باشد و معیارهای صدق و کذب خود را با خود داشته باشد؛ ۲. تکرارپذیر و دامنه گسترش آن در سطح جامعه گسترده باشد؛ ۳. تأیید یا انکار آن دارای پیامدهای اجتماعی جدی باشد» (صالحی‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۲۰). بر این اساس، لاکلا و موفه، که وام‌دار نظریه فوکو هستند، «قدرت» را مفهومی اساسی در نظریه خود می‌دانند و پیروزی در منازعات سیاسی و اجتماعی را به قدرت گفتمانی وابسته می‌دانند. به بیان دیگر، گفتمان‌سازی روشی است برای تثبیت و هژمونیک کردن یک نظام معنایی که از طریق مفصل‌بندی و چپ‌نشانی حول یک نشانه و دال شکل می‌گیرد.

مفاهیم و مؤلفه‌های گفتمانی لاکلا و موفه

مفاهیم محوری نظریه لاکلا و موفه ابزارهای اساسی و مهمی برای تحلیل محسوب می‌شوند. لذا برای آنکه بتوان این نظریه و روش را در سطح تجربی و تحلیل داده‌ها به کار گرفت، تبیین آن‌ها به شرح ذیل ضروری به نظر می‌رسد:

مفصل‌بندی^۳: «به هر عملی اطلاق می‌شود که میان عناصر مختلف رابطه‌ای ایجاد می‌کند که طی آن، هویت آن‌ها در نتیجه این عمل در معرض تغییر قرار می‌گیرد» (Laclau & Mouffe, 1985: 171). بنا بر تعریف دیگر، «مفصل‌بندی عبارت است از تلفیقی از عناصری که با قرارگرفتن در مجموعه جدید هویتی تازه می‌یابند» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۵۶).

دال مرکزی^۴: «نشانه متمایز است و سایر دال‌ها و نشانه‌ها حول آن نظم می‌یابند و دال‌های دیگر معنای خودشان را از دال مرکزی اخذ می‌کنند» (دهقانی و عطایی، ۱۳۹۳: ۹۱). دال مرکزی نقطه ثقل و انسجام‌بخش همه دال‌هاست و به‌طور کلی، «گره‌گاه‌ها و دال‌های اصلی گفتمان و هویت را سازمان‌دهی می‌کنند» (دهقانی و عطایی، ۱۳۹۳: ۹۴).

1. Exclusion
2. Statement
3. Articulation
4. Nodal Point

دال شناور: عدم قطعیت معنا به منزله شناور بودن دال هاست. در واقع، «گفتمان‌های رقیب تلاش می‌کنند در کشمکشی دنباله‌دار، معنای دال‌های شناور را حول دال مرکزی گفتمان‌شان ثبت کنند» (دهقانی و عطایی، ۱۳۹۳: ۹۱). مدلول این دال ثابت نیست و گفتمان‌ها می‌کوشند «مبتنی بر نظام معنایی خود و با الحاق مدلول خویش به آن، دلالت‌های معنایی دیگر (رقیب) را به حاشیه برانند» (مقدمی، ۱۳۹۰: ۹۹).

دال تهی: لاکلا و موفه مفهوم ساختاربندی گفتمانی را با معرفی مفهوم دال تهی بسط داده‌اند. «درحالی‌که دال‌های تهی معلول یک مرز درونی تام و تمام و منتج از زنجیره هم‌ارزی‌اند، دال‌های شناور نشان‌دهنده یک چندپهلویی یا ایهام نهفته در تمامی مرزها و نیز بیانگر ناممکن بودن این مرزها در کسب پایداری کامل هستند» (لاکلا، ۱۳۸۸: ۴۶). **عناصر، وقته‌ها یا لحظه‌ها:** «دال‌ها و نشانه‌ها را تا زمانی که هنوز معنایشان در درون گفتمان تثبیت نشده و دارای معنای چندگانه هستند «عنصر^۳» می‌خوانند. عناصری که معنایشان در درون گفتمان و توسط عمل مفصل‌بندی تثبیت شده باشد به «دقیقه^۴» تبدیل می‌شوند. بر این اساس، گفتمان تلاش می‌کند، با کاهش چندمعنایی دال‌ها به یک معنای تثبیت‌شده، عناصر را به دقایق تبدیل کند. تبدیل آن‌ها به دقایق از طریق تثبیت نسبی معنا حول دال مرکزی میسر می‌شود» (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۱۸۳).

حوزه گفتمان‌گونگی: تمامی «حالت‌های ممکن و اضافه معنایی را که گفتمان طرد می‌کند «گفتمان‌گونگی^۵» می‌نامند. گفتمان همواره از مفصل‌بندی اضافه معنای موجود در حوزه گفتمان‌گونگی توسط گفتمان‌های رقیب احساس تهدید می‌کند، چرا که امکان تثبیت همیشگی معنا وجود ندارد و انتقال از عناصر به دقایق هیچ‌گاه کامل نیست» (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۸۱). بنابراین، سرریز معانی یک دال یا نشانه به حوزه گفتمان‌گونگی با هدف ایجاد همسان‌سازی معنایی در یک گفتمان انجام می‌شود (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۱).

هویت: «همانند موارد دیگر در درون گفتمان معنا می‌شود، البته به علت تنازع و تخصم دائم میان گفتمان‌ها، امر هویت‌بخشی موقت، نسبی و ناپایدار است» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۸۵). هویت‌ها «برساخته مفصل‌بندی‌های هرژمونیک

1. Floating Signifier
2. Empty Signifier
3. Element
4. Moment
5. Surplus of Meaning
6. The Field of Discursivity

هستند، لذا در درون گفتمان ماهیتی ارتباطی دارند. این هویت بخشی گفتمان با سازوکار (زنجیره هم‌ارزی و تفاوت) اعمال می‌شود» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۱۰۲).

زنجیره هم‌ارزی و تفاوت^۱: «هویت‌های فردی و جمعی و فضای اجتماعی را می‌توان با دنبال کردن ترکیب‌های معنایی در زنجیره هم‌ارزی بررسی کرد» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۹۴). منطق هم‌ارزی منطق ساده‌سازی فضای سیاسی است. در مقابل، «منطق تفاوت به خصلت تکثر در جامعه اشاره دارد و می‌کوشد از طریق تأکید بر تفاوت‌ها، نوع جدیدی از مفصل‌بندی را ایجاد کند. با این همه، تفاوت‌ها هیچ‌گاه به‌طور کامل از بین نمی‌روند و راه برای تکثر و غیریت‌سازی همواره باز است» (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۲).

تنازع و تخصم: مفهوم «خصومت^۲» دارای جایگاه محوری در نظریه لاکلا و موفه است که به «موقتی بودن و تصادفی بودن نهایی پدیده‌ها اشاره دارد. حضور «دیگری» مانع از آن می‌شود که من کاملاً خودم باشم. رابطه محصول کلیت‌های تمام و کمال نیست، بلکه حاصل عدم امکان کامل آن‌هاست» (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۲۰۳). بنابراین «خصومت و غیریت‌سازی امری بیرونی است که موجب قوام و انسجام گفتمان، در عین حال زوال و فروپاشی، است» (دهقانی و عطایی، ۱۳۹۳: ۹۱).

برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی: «شیوه‌ای برای حفظ و استمرار قدرت و دوام هژمونیک گفتمان است و با مفهوم تخصم و غیریت‌سازی ارتباط دارد» (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۴)، لذا هر گفتمانی در پی آن است که از این طریق به هژمونی و قدرت دست یابد.

زمینه‌های گفتمانی در بستر جمهوری اسلامی ایران

گفتمان غالب در اوایل انقلاب مبتنی بر «نه شرقی، نه غربی، جمهوری اسلامی» با محوریت امام خمینی (ره) شکل گرفت که دال‌ها با محوریت امام به وقته‌های جمهوری تبدیل شدند. بنا بر نظر سلطانی، رهبری انقلاب دو گفتمان متعارض را در کنار هم قرار داد: «گفتمان تجددگرایی جمهوری با دال‌های شناور مردم، آزادی، قانون؛ و گفتمان سنت‌گرایی اسلام با دال‌های شناور روحانیت، ولایت و فقه» (سلطانی، ۱۳۸۷: ۱۴۰). پس از ارتحال امام (ره)، تضاد و شکاف میان این دو گفتمان آشکار شد و به تدریج چرخش‌های گفتمانی رخ داد و هریک از گفتمان‌های سنت‌گرا و تجددگرا در غیریت‌سازی و تقابل با یکدیگر، مفصل‌بندی‌های جدیدی پیدا کردند تا در این تخصم، یکدیگر را به حاشیه برانند. می‌توان به گفتمان سازندگی اشاره کرد که با رویکرد آرمان‌گرایانه و تجددگرایانه خود در

1. Chain of Equivalence And Difference

2. Antagonism

غیریت‌سازی با گفتمان سنت گرا، توانست گفتمان خود را با محوریت «توسعه اقتصادی و وقته‌های عمل‌گرایی، منافع ملی، سازش‌پذیری، واقع‌گرایی» (حسین‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۷۵) مفصل‌بندی کند. اما به سبب ناکارآمدی آن، گفتمان اصلاحات با محوریت توسعه سیاسی شکل گرفت و جایگزین دال توسعه اقتصادی شد (تاجیک و قبادزاده، ۱۳۸۱: ۱۲۹). بی‌توجهی به آرمان‌هایی مانند مردم، عدالت اجتماعی و... (ربانی خوراسگانی و میرزایی، ۱۳۹۴: ۵۹-۵۸) بستر مناسبی شد برای شکل‌گیری گفتمان اصلاح‌طلب دوم خرداد با محوریت دال مردم و وقته‌های قانون، آزادی، جامعه مدنی و توسعه سیاسی در تقابل با گفتمان اصول‌گرا با محوریت دال ولایت و وقته‌های روحانیت، عدالت، توسعه اقتصادی، ارزش‌ها و تهاجم فرهنگی (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۵۵). لذا مطابق منطق تفاوت که با هدف به‌هم‌ریختن گفتمان رقیب بر اختلافات و تمایزات تأکید می‌ورزد، گفتمان اصول‌گرا با محوریت دال عدالت در دوره نهم ریاست‌جمهوری مفصل‌بندی جدیدی پیدا کرد و از این طریق بر آرمان‌های اولیه انقلاب و اهداف بنیان‌گذار جمهوری اسلامی ایران صحنه گذاشت. بنابراین، گفتمان اصول‌گرای عدالت‌خواه در دوره نهم ریاست‌جمهوری با «محوریت ولایت فقیه و وقته‌های توسعه اقتصاد اسلامی، تهاجم فرهنگی، عدالت اجتماعی، رشد سیاسی» (تاجیک و روزخوش، ۱۳۸۷: ۸۴) مفصل‌بندی جدیدی پیدا کرد. همچنین در دوره دهم ریاست‌جمهوری، گفتمان اصول‌گرای محمود احمدی‌نژاد، که برای هم‌ارز ساختن مطالبات توده مردم، قشر محروم و سنتی جامعه تلاش می‌کرد، با تغییراتی در مفصل‌بندی گفتمانی اصول‌گرا، دال «ملت» را که دلالت بر «امت» در معنای اسلامی و سنتی دارد در نقطه کانونی مفصل‌بندی گفتمان خود قرار داد و این دال به دال‌های شناور دیگری چون «مدیریت صالح در دو فرم مدیریت مردمی و مدیریت جهان، دولت اسلامی، عدالت و دیپلماسی شالوده‌شکن عدم تعهد معنا بخشید» (تاجیک و روزخوش، ۱۳۸۷: ۱۱۲) تا در تخصم با گفتمان اصلاح‌طلب که با محوریت دال مردم با وقته‌هایی مانند آزادی، قانون‌مداری، جامعه مدنی، حقوق شهروندی (ربانی خوراسگانی و میرزایی، ۱۳۹۴: ۶۳) مفصل‌بندی شده بود قرار گیرد و به غیریت‌سازی و به حاشیه راندن گفتمان رقیب بپردازد. سپس در کارزار انتخاباتی دوره یازدهم ریاست‌جمهوری در سال ۱۳۹۲، حسن روحانی توانست با «محوریت اعتدال به‌جای عدالت و وقته‌های قانون‌گرایی، حقوق شهروندی، اخلاق‌مداری، امنیت و آزادی» (مجیدی و رحیمی‌نیا، ۱۳۹۷: ۱۳۸) بر گفتمان عدالت‌گرای اصول‌گرایی پیروز شود و رقیب خود را به حاشیه براند. بنابراین، تأکید بر دو نکته ضروری به نظر می‌رسد. نخست آنکه، پیشینه پژوهش و منابع مطالعاتی یادشده که

بیانگر معرفی دال‌ها و مؤلفه‌های گفتمانی دو گروه سیاسی مورد مطالعه در این تحقیق اند مورد استناد قرار گرفته‌اند و از نتایج به دست آمده استدراک می‌شود: «در دومین دوره از غیریت‌سازی‌ها، این بار به صورت درون‌حزبی رخ داد و انشقاق میان دو گروه اسلام‌گرایان بنیادگرا و رادیکال ایجاد شد؛ در نتیجه، راست سنتی با دال مرکزی «ولایت» به گفتمان محافظه‌کار، و چپ سنتی نیز حول دال مرکزی «مردم» به گفتمان اصلاح طلب تغییر شکل دادند» (سلطانی، ۱۳۹۴: ۲۴۱). لذا آنچه به عنوان دال‌ها و مؤلفه‌های گفتمانی در تحلیل و مدل پژوهش تشریح شده از منابع یادشده اقتباس شده است. دوم آنکه، مفصل‌بندی گفتمان اصول‌گرا در دوره نهم ریاست‌جمهوری با مرکزیت ولایت‌مداری و دوره دهم با محوریت ملت و تأکید بر دال تهی عدالت و مهرورزی، که توانایی هم‌ارز کردن مطالبات مردمی را داشت، و نیز مفصل‌بندی وقته‌هایی چون مهاجم فرهنگی، توسعه اقتصاد اسلامی، عدالت اجتماعی، رشد سیاسی، ساده‌زیستی، مدیریت جهادی، استکبارستیزی، «روحانیت و غرب‌ستیزی» در تقابل با گفتمان رقیب با محوریت دال مردم در دوره نهم و دهم و محوریت اعتدال در دوره یازدهم با وقته‌هایی چون آزادی، قانون‌مداری، جامعه مدنی، حقوق شهروندی و تبادل فرهنگی، «روابط بین‌الملل و مدیریت دولتی» قرار گرفتند (سلطانی، ۱۳۹۴: ۱۴۰).

روش پژوهش

«در تحلیل گفتمان، نظریه و روش در هم تنیده شده‌اند و محققان برای استفاده از تحلیل گفتمان به عنوان روش تحقیق باید مفروضات فلسفی اصلی را بپذیرند» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۴). و نیز از آنجا که در روش کیفی، پژوهشگر واحدهای نمونه‌گیری را به صورت ذهنی انتخاب می‌کند، بنابراین جامعه مورد تحلیل در این تحقیق شامل تعداد ۲۵ عدد از طرح‌های گرافیکی حاوی پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران است که در بازه زمانی مورد مطالعه بر روی بیلبوردهای شهری انتشار یافته‌اند. به این دلیل بیلبوردهای شهرداری تهران مورد تحلیل قرار گرفتند که با تمرکز بر رویکردهای لاکلا و موفه، که در طرح مسئله و چارچوب نظری تشریح شدند، مفصل‌بندی گفتمان این نهاد به دست آید. به بیان دیگر، چگونگی عملکرد این نهاد در تخاصم و غیریت‌سازی، که به شکل‌گیری هم‌ارزی و منطق تفاوت با آن‌ها یا با گفتمان رقیب منجر می‌شود، مورد توجه قرار گرفت. لذا بر اساس این دیدگاه، نمونه‌های یادشده از میان تعدادی بالغ بر یکصد طرح، که در تناسب با موضوع این تحقیق قرار داشتند (و همگی در آرشیو

سازمان زیباسازی وابسته به نهاد یادشده در دسترس اند)، طی چند مرحله دسته‌بندی دوره‌ای، مناسبی، موضوعی و محتوایی که به تفکیک ذیل دو دسته‌بندی کلی پیام‌های فرهنگی و سیاسی قرار می‌گرفتند، به‌طور هدفمند و با شناخت و ذهنیت تحلیلگر گزینش شدند تا مورد بررسی کیفی قرار گیرند. بنابراین، از همین تعداد، محقق به اشباع نظری رسید، چرا که محتوای هریک از پیام‌های موجود در این نمونه‌ها قابلیت تحلیل و نتیجه‌گیری منطبق بر رویکردها، مفاهیم و مؤلفه‌های گفتمانی لاکلا و موفه را داشت. قلمرو زمانی این پژوهش از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ است و قلمرو مکانی آن نیز شهر تهران است. وجه تمایز این دوره ده‌ساله حضور محمدباقر قالیباف در جایگاه رسمی مدیریت کلان‌شهری است.

«در روش تحلیل گفتمان، واحد تحلیل از کلمه فراتر است و می‌تواند بر اساس موضوع، شاخص‌ها، اهداف، متغیرها و مؤلفه‌های تحقیق شامل یک جمله، عبارت، بند، صفحه، تصویر یا متن کامل باشد» (ون‌دایک، ۱۳۸۷)؛ لذا واحد تحلیل عبارت است از متن پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران که با نصب بر روی بیلبردهای شهر تهران جلوه یافته‌اند. افزون بر آنچه پیرامون روش تحلیل گفتمان لاکلا و موفه و همچنین انواع رویکردها و چارچوب نظری و مفهومی آن تبیین شدند، دال‌های شناور یا وقته‌ها و عنصرهایی که حول دال مرکزی مفصل‌بندی گفتمان این نهاد را تشکیل داده‌اند و نیز مؤلفه‌های غیریت‌ساز به کاررفته برای طرد گفتمان رقیب به دست آمدند.

یافته‌های پژوهش

صرف‌نظر از مباحث و تحلیل نشانه‌شناسی تصاویر که در جای خود تحقیقی جداگانه می‌طلبد، صرفاً متن پیام‌ها تحلیل می‌شوند. همچنین به دلیل ضرورت رعایت محدودیت صفحه‌های مبتنی بر ساختار استاندارد مقاله، تأکید می‌شود که از میان نمونه جامع‌آماری این پژوهش و تعداد ۲۵ پیام (که بنا بر اشباع نظری محقق مورد تحلیل او واقع شدند)، در این مقاله صرفاً به نگارش تحلیل هشت نمونه از آن‌ها به شرح ذیل بسنده می‌شود:



تصویر ۱. بانوی نمونه

عنوان طرح گرافیکی: بانوی نمونه

متن پیام: حضرت زهرا (س)؛ الگوی دفاع عالمانه از ولایت

تحلیل پیام تصویر ۱. گفتمان اصول‌گرا، که آرمان‌هایش را بر اساس بازگشت به اصول اولیه انقلاب و اهداف امام خمینی (ره) می‌داند، این شعار و پیام را بر مبنای اعتقاد و باور شیعه طراحی کرده است که معرفی‌کننده شخصیتی اسوه و الگویی برای مسلمانان ایرانی است. شهرداری تهران با آگاهی از مسائل جامعه‌شناختی عمومی درصدد است در مناسبت‌های مختلف مذهبی، با تولید و انتشار پیام‌هایی از این دست، همسو با «روحانیت» خود را در مسیر مبارزه با «تهاجم فرهنگی» قرار داده و با کاربری این دال‌های شناور حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری» در مفصل‌بندی گفتمان خود، استحکام و قدرت ایجاد کند و اعتبار گفتمانی‌اش را فزونی بخشد. به‌ویژه آنکه، گفتمان رقیب معمولاً به دال «ولایت‌پذیری» کمتر توجه داشته و این نهاد می‌خواهد از این فرصت برای غیریت‌سازی و تشکیل زنجیره هم‌ارزی با هدف ایجاد هم‌گرایی با مؤمنان و معتقدان به رعایت مناسک و حافظان شعائر مذهبی، و نیز معنابخشی به سبک ساده‌زیستی به‌عنوان الگویی برای دفاع عالمانه از ولایت در تقابل و تخاصم با گفتمان رقیب، که تبادل فرهنگی از عناصر گفتمانش است، استفاده کند و بر اساس منطق تفاوت، مفصل‌بندی گفتمان اصلاح‌طلب را در هم بریزد. بی‌شک می‌داند چنانچه بتواند این هدف را محقق کند، فرصت بهره‌مندی از حمایت‌های «روحانیت» و نیز جذب آرای گروه‌های اجتماعی «ولایت‌مدار» در بزنگاه کارزارهای انتخاباتی فراهم خواهد شد. در واقع، این نهاد در پی آن است که با برجسته‌سازی این دال‌ها، هم غیریت‌سازی کند و دال «مدیریت

دولتی» گفتمان رقیب را به حاشیه براند و هم با برخی کنشگران سیاسی و اجتماعی (از قبیل: روحانیان، خانواده شهدا، رزمندگان و جانبازان، بسیجیان و...) که منتقد سیاست‌های فرهنگی دولت‌اند زنجیره هم‌ارزی تشکیل دهد. به بیان دیگر، سبک زندگی اسلامی را، که بر مبنای ساده‌زیستی و تقواست، به‌عنوان دال تهی، جایگزین مطالبه محرومیت‌زدایی و رفاه‌کند تا بتواند نظر و آرای آن‌ها را کسب کند.



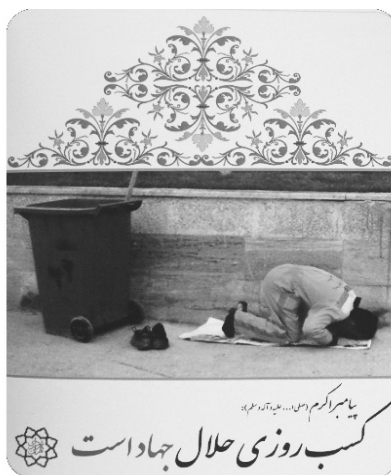
تصویر ۲. دانشجو

عنوان طرح گرافیکی: دانشجو

متن پیام: شهید بهشتی: «دانشجو مؤذن جامعه است، اگر خواب بماند نماز امت قضا می‌شود.»

تحلیل پیام تصویر ۲: در جمله شهید بهشتی با تأکید بر دال مرکزی امت و دال‌های مؤذن، نماز و جامعه که حول محوریت امت مفصل‌بندی و تثبیت می‌شوند، در تخصص با دال مردم در معنای دمکراتیک و مدرن خود در گفتمان اصلاح‌طلبی قرار می‌گیرد و در این غیریت‌سازی، با گفتمان اصول‌گرا هم‌ارز می‌شود. این جمله به‌طور مستقیم دانشجو را مخاطب قرار می‌دهد، افزون بر آنکه نماد «مناره» و «قلم» را بر قامت «الف» واژه دانشجو می‌نشانند، از کلمه‌های «مؤذن»، «امت» و «قضا شدن نماز»، که برآمده از تفکرات یک روحانی‌اند و همگی یک مفهوم دینی را انتقال می‌دهند، گویای آن است که در لایه‌های پنهان این پیام با قرار گرفتن وقته «روحانیت» حول دال مرکزی «ولایت‌مداری»، مفصل‌بندی گفتمانی ایجاد شده است. اگر پیام‌های جناح رقیب

و اصلاح‌طلبی به جامعه دانشگاهی، هم‌راستا با مطالبات جهانی و دموکراتیک، در مفاهیمی چون «آزادی بیان» و «توسعه سیاسی» در دانشگاه تجلی می‌یابد و این دال‌ها را در مفصل‌بندی خود قرار می‌دهد، اما این جناح، که خود را حامی رویکرد سنت‌گرایی جامعه می‌داند، دال «امت» در معنای تثبیت‌شده دینی را کانون‌گفتمان خود قرار داده و وقته‌های «روحانیت»، «ارزش‌های دینی»، «دانشگاه اسلامی» و «دانشجوی مسلمان» را پیرامون خود مفصل‌بندی می‌کند. این نهاد با برجسته‌سازی مؤلفه‌های گفتمانی‌اش در پی غیریت‌سازی گفتمان رقیب است و می‌خواهد القا کند که «ما» به اسلامی شدن دانشگاه توجه داریم و می‌خواهیم با ترویج تفکرات دال «روحانیت»، از طریق انتشار پیام‌های حاوی «ارزش‌های دینی»، زمینه مناسبی برای اسلامی شدن محیط دانشگاه فراهم کنیم و حضور روحانیت را برای پیشگیری از گمراهی و آمادگی برای مقابله با «تهاجم فرهنگی» لازم می‌دانیم، اما «آن‌ها» مخالفانند. همچنین دال محوری «امت»، که در معنای اسلامی خود تثبیت‌شده و پیوندخورده با دال «ولایت‌مداری» در کانون مرکزی گفتمان اصول‌گرایی است، با هدف غیریت‌سازی در برابر دال مرکزی «مردم» در گفتمان اصلاح‌طلبی قرار گرفته و در پی به‌حاشیه‌راندن آن است. به سخن دیگر، این گفتمان مترصد آن است که با جذب گروه‌های بسیج دانشجویی و دانشجویان منتقد تجددگرایی، زنجیره هم‌ارزی تشکیل دهد و بتواند بر اساس منطق تفاوت، مفصل‌بندی گفتمان رقیب را در هم بریزد و با جذب آرای این گروه اجتماعی، شرایط دستیابی به هژمونی و قدرت سیاسی برای شهردار تهران تسهیل شود.



تصویر ۳. روزی حلال

عنوان طرح گرافیکی: روزی حلال.

متن پیام: پیامبر اکرم (ص): «کسب روزی حلال جهاد است.»

تحلیل پیام تصویر ۳: این روایت از پیامبر گرامی اسلام (ص) حاوی دو کلیدواژه «روزی حلال» و «جهاد» است. از تصویرسازی به عمل آمده در این طرح گرافیکی که متناسب با متن پیام است و هدفمند اجرا شده، افزون بر استنباط حلال بودن روزی کارکنان شهرداری تهران، به طور غیرمستقیم به اطاعت از نبوت، امامت و ولایت نیز اشاره دارد که در قالب وقته‌هایی حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی می‌شوند. همچنین واژه جهاد، که با هدف تأکید بیشتر به رنگ قرمز به کار رفته، به صورت مستقیم به دال شناور «مدیریت جهادی» اشاره دارد که حول دال مرکزی «ولایت‌مداری»، مفصل‌بندی گفتمان این نهاد را شکل داده و می‌خواهد با الگوبرداری از روش‌های سنتی و روایتگری «روحانیت»، میان سبک «مدیریت جهادی» و کلامی از حضرت رسول (ص)، که کسب روزی حلال را معادل جهاد تعریف کرده‌اند، پیوند معنایی و مفهومی برقرار کند. این پیام‌گویای سیاست‌های فرهنگی و برنامه‌های اجرایی نهاد شهرداری تهران است که برای ترویج سبک زندگی اسلامی با هدف مقابله با «تهاجم فرهنگی» دشمن فعالیت می‌کند. همچنین، به طور تلویحی با انجام غیرت‌سازی گفتمان رقیب، می‌خواهد القا کند که گفتمان این نهاد در راستای «ولایت فقیه» و در ادامه امامت و نبوت قرار گرفته و «روزی کسب‌شده» از تلاش و «مدیریت جهادی» «ما» حلال است. «ما»، به صراحت و آشکارا از طریق تبلیغ آن در سطح شهر، در پی فرهنگ‌سازی هستیم و ترویج آن را برای اسلامی کردن جامعه و افزایش سطح آمادگی عمومی برای مقابله و ستیز با «تهاجم فرهنگی» دنبال می‌کنیم؛ حال آنکه «آنها» نه تنها برنامه‌ای برای ترویج سبک زندگی اسلامی مورد نظر ولایت فقیه ندارند، بلکه با شیوه تساهل و تسامح، تهاجم فرهنگی غرب را جدی نمی‌گیرند. در واقع، تصویرسازی این پیام (از توصیه‌های پیامبر اکرم (ص)) با تصویری از کارگر نمازخوان و تأکید بر حلال بودن روزی او معطوف به طبقه‌ای از کارکنان زحمت‌کش این نهاد است و در پی آن است که عنصر «روزی حلال» را به وقته‌ای برای قراردادن در مفصل‌بندی گفتمان خود تبدیل کند. به سخن دیگر، این نهاد تلاش می‌کند برای ترویج کسب روزی حلال که از مصادیق سبک زندگی اسلامی است و همسو با نگاه خاص مراجع و نهادهای دینی، مانند حوزه‌های علمیه که به منزله خاستگاه سنت‌گرایی گفتمان اصول‌گرایی‌اند، زنجیره هم‌ارزی مطلوب را شکل دهد و بر اساس منطق تفاوت، مؤلفه‌های گفتمان

رقیب را به حاشیه براند و از طریق این غیریت‌سازی، علاوه بر برخورداری از تأیید و حمایت مراجع دینی، بر هویت و اعتبار گفتمان خودی بیفزاید و شرایط هژمونی فرهنگی و قدرت سیاسی برای گفتمان خودی فراهم شود.



تصویر ۴. با یک گل بهار نمی‌شه

عنوان طرح گرافیکی: با یک گل بهار نمی‌شه!

متن پیام: با یک گل بهار نمی‌شه! فرزند بیشتر، زندگی شادتر.

تحلیل پیام تصویر ۴: این طرح گرافیکی حاوی پیامی است که به‌وضوح بر ضرورت وجود خانواده‌های پرجمعیت تأکید دارد؛ موضوعی که در تقابل با تدوین و اجرای سیاست‌های پیشین دو دولت سازندگی و اصلاحات قرار می‌گیرد که منجر به کاهش نرخ رشد جمعیت شد. ضرورت وجود خانواده‌های پرجمعیت در سخنان رهبری نیز نمود پیدا کرد که به‌طور صریح و آشکار، حکم بر ضرورت بازنگری و تغییر این سیاست دادند. بنابراین شهرداری تهران، به‌منظور استفاده بهینه از این فرصت که گفتمان رقیب در نقد آشکار مقام رهبری قرار گرفته بود، خود را ملزم به اطاعت از «ولایت فقیه» دانست و با تولید چنین پیام‌هایی در صدد غیریت‌سازی با گفتمان رقیب برآمد. «فرزند بیشتر، زندگی شادتر» به‌عنوان بخش دوم متن پیام، به‌طور هدفمند و آشکارا، در تقابل با شعار نظام قبلی انتخاب شده است. زیرا آنچه در ذهن و یاد مردم ایران مانده شعار تبلیغاتی رژیم شاهنشاهی تحت عنوان «فرزند کمتر، زندگی بهتر» است. به سخن دیگر، این نهاد در پی آن است که با برجسته‌سازی شعار خود و تضاد معنایی آن با شعار و رویکرد نظام قبلی و به‌صورت نهان با به چالش کشیدن گفتمان رقیب، همسویی و قرابت گفتمان رقیب با نظام پیشین را به تصویر بکشد و به غیریت‌سازی آن مبادرت ورزد. آنچه از لایه‌های پنهان این پیام استنباط می‌شود، بیش از

هر چیز، دال مرکزی «ولایت‌مداری» است که همچنان بر مفصل‌بندی این نهاد تأکید دارد. این نهاد درصدد برآمد تا با ترویج فرهنگ افزایش جمعیت و نشان‌دادن همسویی کامل با ولایت فقیه، وقته یا دال شناور «مدیریت جهادی» خود را حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی کند.



تصاویر ۵ و ۶. اقتصاد و فرهنگ

عنوان طرح‌های گرافیکی: اقتصاد و فرهنگ.

متن پیام‌ها: «مقام معظم رهبری: در عرصه اقتصاد و فرهنگ، علاوه بر مدیریت جهادی، حضور مردم لازم و ضروری است» و «اقتصاد و فرهنگ، با عزم ملی و مدیریت جهادی». تحلیل پیام‌های تصاویر ۵ و ۶: کلیدواژه‌های «اقتصاد»، «فرهنگ»، «عزم ملی»، «مردم» و «مدیریت جهادی» که در این طرح‌های گرافیکی به کار رفته‌اند از سخنان مقام رهبری اقتباس شده‌اند. اقتصاد و فرهنگ به عنوان دو عرصه مهم و راهبردی در ارکان حاکمیت‌اند. «مدیریت جهادی» همان سبک مدیریتی شهرداری تهران است که در جایگاه دال شناور و حول دال مرکزی «ولایت‌مداری»، مفصل‌بندی این نهاد را شکل داده و شهرداری تهران، همواره بر کارآمد بودن سبک مدیریت خود در این دو عرصه تأکید می‌ورزید. لذا از آنجاکه این نهاد نیز همانند دولت دارای برنامه‌ریزی‌های راهبردی و فعالیت‌های اجرایی در دو عرصه اقتصاد و فرهنگ است، همواره در تلاش بوده تا با پیوند زدن آن‌ها به دال شناور «مدیریت جهادی»، هم مفصل‌بندی خود را تقویت کند و به موفقیت‌های اقتصادی و فرهنگی دست یابد و هم با شعارهایی که معطوف به خدمت‌گزاری به مردم است، ضرورت حضور آن‌ها را گرد مدیریت

جهادی عینی تر سازد. به بیان دیگر، این نهاد هم بر «جهاد فرهنگی» و «جهاد اقتصادی» تأکید دارد و تلاش می‌کند مالکیت معنوی‌شان را به گفتمان خود مرتبط سازد و هم، با تأکید بر مشکلات اقتصادی و فرهنگی جامعه، به حاشیه‌راندن مؤلفه‌های گفتمان اصلاح‌طلبی را دنبال می‌کند همچنین با هم‌نشین کردن اقتصاد و فرهنگ، می‌خواهد اهمیت پیوند این دو دال شناور را افزایش دهد و توجه ملت به مطالبه‌های اقتصادی را در گستره عزم ملی قرار دهد و از این طریق، دال «عزم ملی» را منطبق بر گفتمان اصول‌گرایی، حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری»، مفصل‌بندی کند و در معنای «امت» واحد تثبیت کند تا بتواند مطالباتشان را توسط عزم ملی و مدیریت جهادی هم‌ارز کند. در واقع، این نهاد درصدد است با آن دسته از کنشگران سیاسی و اقتصادی «ولایت‌مدار» و منتقد همیشگی سیاست‌های فرهنگی و اقتصادی اصلاح‌طلبان زنجیره هم‌ارزی تشکیل دهد و با ایجاد چالشی اقتصادی بر اساس منطق تفاوت، مفصل‌بندی گفتمان رقیب را به هم بریزد تا بتواند از طریق هم‌گرایی و جلب نظر و آرای این قبیل گروه‌های اجتماعی، شرایط دستیابی به قدرت سیاسی را فراهم کند.



تصویر ۷. یاد خوبان

عنوان طرح گرافیکی: یاد خوبان

متن پیام: و این نبرد ادامه دارد...

تحلیل پیام تصویر ۷: «جان‌باختگی»، «از خودگذشتگی» و «ایشان» هریک مفاهیمی هستند که از واژه جانباز ادراک می‌شوند و به‌عنوان ارزش‌های دفاع مقدس از بار ارزشی و مفهومی والایی برخوردارند. جانبازان، شهدا و خانواده‌های آن‌ها و واژگانی از این دست ارزش‌های دین و انقلاب‌اند و خط قرمز نظام اسلامی منطبق بر آن‌ها قرار می‌گیرد

و به همین دلیل، برای اعتباربخشی به مفصل‌بندی گفتمان اصول‌گرایی، از کارکرد ویژه‌ای برخوردارند. نهاد شهرداری تهران در راستای همین رویکرد سعی کرده است در مناسبت‌های مختلف، با انتشار پیام‌ها و طرح‌هایی بر روی بیلبردهای شهری، از این کارکرد ویژه استفاده کند. به بیان دیگر، این مفاهیم عناصری هستند که خارج از حوزه گفتمان‌گونه رقیب قرار دارند و این نهاد درصدد است با تبدیل این عناصر به وقته‌های ارزشی و پیوند آن‌ها به دال سیال «مدیریت جهادی» به مفصل‌بندی گفتمان خود معنا و هویت بخشد. متن پیام بر تداوم «نبرد» تأکید دارد و با اشاره به نبرد هشت‌ساله، دفاع از ارزش‌های دینی و انقلابی را به‌عنوان خط قرمز هر مذاکره‌ای تعیین می‌کند و به‌نوعی روابط بین‌الملل دولت را به چالش می‌کشد. به‌ویژه آنکه، وقتی گفتمان اصلاح‌طلبی حاکم بر دولت و سیاست خارجی آن برای پیشبرد مذاکرات با آمریکا و کشورهای غربی برنامه‌ریزی کرده است، قابلیت کارکرد آن افزون‌تر خواهد بود. این پیام اگرچه به‌ظاهر برای ترویج فرهنگ ایشار و گرامی‌داشت مقام جانباز منتشر شده است، اما، در لایه‌های زیرین آن برجسته‌سازی و به حاشیه راندن مؤلفه‌های گفتمان رقیب نهفته است. شعارِ یادِ خوبان یادآور رزمندگانی است که به‌طور عمده در طبقه اجتماعی ارزش‌محور قرار می‌گیرند. بنابراین شهرداری تهران می‌خواهد با این طبقه و همچنین طیفی از گروه‌های اجتماعی ولایت‌مدار، که با انتقاد و اعتراض عملی به سیاست‌های دولت از ارزش‌های انقلاب و دفاع مقدس صیانت می‌کنند، زنجیره هم‌ارزی تشکیل دهد و بر اساس منطق تفاوت مفصل‌بندی گفتمان رقیب را به هم بریزد. این هم‌ارزی می‌تواند زمینه جذب حمایت و آرای آن‌ها را برای تحقق قدرت سیاسی گفتمان خودی فراهم کند.



در این جنگ نرم، شما جوان‌های دانشجو افسران جوان این جبهه‌اید

مقام معظم رهبری (مد ظله العالی)



تصویر ۸. جنگ نرم

عنوان طرح گرافیکی: جنگ نرم.

متن پیام: در این جنگ نرم، شما جوان‌های دانشجو افسران جوان این جبهه‌اید (مقام معظم رهبری).

تحلیل پیام تصویر ۸: «جنگ نرم»، «جوان‌های دانشجو»، «افسران جوان»، «جبهه» کلیدواژه‌های مهمی در ادبیات سیاسی ایران هستند. متن این پیام از سخنان «مقام رهبری» اقتباس شده و تأکید دوباره‌ای است بر اینکه شهرداری تهران «ولایت‌مداری» را در محور و کانون مرکزی مفصل‌بندی‌اش قرار داده و اذعان دارد که «مدیریت جهادی»‌اش همواره در راستای اطاعت محض از ولایت فقیه تعریف شده و صیانت از ارزش‌های نظام اسلامی را یک تکلیف حکومتی برای خود می‌داند. این‌گفتمان «جنگ نرم» را پدیده‌ای نوظهور برای مسخ فرهنگ، ایمان و اندیشه‌های جامعه و مصداق «تهاجم فرهنگی» دشمن می‌داند و به کاربرد آن در بُعد جهانی نیز توجه دارد و می‌خواهد با پیوند مطالبات دانشجویی حول دال‌های شناور «افسران جوان» و «جنگ نرم»، مفصل‌بندی‌گفتمان خود را همسو با بیداری امت «ولایت‌مدار» در گفتمان اسلامی قرار دهد و بر همین اساس از پیوند این دال شناور حول کانون مرکزی، تلاش می‌کند به مفصل‌بندی‌گفتمان خود هویت و اعتبار بخشد. این نهاد، با برجسته‌سازی مؤلفه‌های گفتمانی خود، می‌خواهد دال‌های «توسعه روابط بین‌الملل»، «مدیریت دولت» گفتمان اصلاح‌طلبی را که «توسعه روابط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی» با کشورهای غربی را دنبال می‌کند به حاشیه براند و به مدد غیریت‌سازی القا کند که مدیریت جهادی «ما» توجه ویژه‌ای به اوامر ولایت فقیه دارد، «ما» آگاهی و درک درستی از دسیسه‌های تازه دشمن مثل جنگ نرم داریم. اما «آنها»، که درک درستی از هشدارهای ولایت فقیه ندارند، مقابله با تهاجم فرهنگی دشمن را جدی نمی‌گیرند و ناخواسته زمینه‌ساز بروز آسیب‌های اعتقادی و فرهنگی به جامعه ایران خواهند بود. به سخن دیگر، تشکیل زنجیره هم‌ارزی با بسیج دانشجویی و روحانیت و گروه‌های اجتماعی مذهبی و ولایت‌مداری، که دغدغه‌های جدی در عرصه فرهنگ و اعتقادات جامعه دارند، هدف دیگر این نهاد است تا بتواند بر اساس منطق تفاوت، مفصل‌بندی‌گفتمان اصلاح‌طلبی دولت را به هم بریزد.

جدول ۱. گزیده نتایج و برون داد تحلیل گفتمان پیام‌ها

ردیف	گویه‌ها (متن پیام‌ها)	شماره تصویر	برون داد تحلیل
۱	بانوی نمونه/ حضرت زهرا (س) الگوی دفاع عالمانه از ولایت	۱	دال «ولایت‌مداری» در کانون مرکزی و دال‌های شناور «روحانیت» و «تهاجم فرهنگی» حول آن مفصل‌بندی گفتمان این نهاد را تشکیل داده‌اند. این نهاد در پی غیریت‌سازی و همچنین ایجاد هم‌گرایی با مؤمنان و تشکیل زنجیره هم‌ارزی با کنشگران ولایت‌مدار برای به هم ریختن مفصل‌بندی گفتمان رقیب بر اساس منطق تفاوت است تا هم‌زمنی فرهنگی و کسب قدرت سیاسی، محقق شود.
۲	شهید بهشتی: «دانشجو مؤذن جامعه است، اگر خواب بماند نماز امت قضا می‌شود».	۲	وقته‌های «روحانیت»، «ارزش‌های دینی»، «دانشگاه اسلامی» و «دانشجوی مسلمان» و نیز دال‌های شناور «مدیریت جهادی» و «تهاجم فرهنگی» حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران را تشکیل داده‌اند. این نهاد در پی به حاشیه‌راندن مؤلفه‌های گفتمانی اصلاح‌طلبی است تا با غیریت‌سازی و تشکیل زنجیره هم‌ارزی با منتقدان، گفتمان رقیب را بر اساس منطق تفاوت به هم بریزد.
۳	پیامبر اکرم (ص): کسب روزی حلال جهاد است.	۳	دال‌های شناور «روحانیت»، «تهاجم فرهنگی» و «مدیریت جهادی» حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی شده‌اند. این نهاد درصدد است میان مفصل‌بندی خود و کلامی از حضرت رسول (ص)، که کسب روزی حلال را معادل جهاد توصیف کرده‌اند، پیوند معنایی و مفهومی برقرار کند تا به گفتمان خود اعتبار بخشد. همچنین با برجسته‌سازی در پی غیریت‌سازی و به حاشیه‌راندن مؤلفه‌های گفتمانی اصلاح‌طلبی است تا سلطه گفتمان خودی حاصل شود.
۴	با یک گل بهار نمی‌شه، فرزند بیشتر زندگی شادتر	۴	دال‌های شناور «مدیریت جهادی»، «تهاجم فرهنگی» را حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی کرده تا وجه تمایز را با گفتمان اصلاح‌طلبی نشان دهد. برجسته‌سازی دال «مدیریت جهادی» برای به حاشیه‌راندن «مدیریت دولت» و نیز غیریت‌سازی سیاست کنترل جمعیت گفتمان اصلاح‌طلبان هدف پنهان این پیام است تا با هم‌ارز ساختن منتقدان دولت، سلطه گفتمانی و دستیابی به قدرت سیاسی تحقق یابد.

ردیف	گویه‌ها (متن پیام‌ها)	شماره تصویر	برون‌داد تحلیل
۵	مقام معظم رهبری: در عرصه اقتصاد و فرهنگ، علاوه بر مدیریت جهادی، حضور مردم لازم و ضروری است. اقتصاد و فرهنگ، با عزم ملی و مدیریت جهادی	۵ و ۶	این نهاد، با برجسته‌سازی سبک «مدیریت جهادی»، هم در جایگاه دال شناور و حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی کرده و هم با برجسته‌سازی آن در پی به حاشیه‌راندن دال «مدیریت دولت» گفتمان اصلاح‌طلبی است. برای جذب و ورود عناصر گفتمانی مثل عزم ملی به حوزه گفتمان‌گونگی خود، این نهاد تلاش می‌کند هم به گفتمانش هویت و اعتبار بخشد و هم با کنشگران اقتصادی، فرهنگی و سیاسی منتقد «مدیریت دولت» زنجیره هم‌ارزی تشکیل دهد تا بتواند مفصل‌بندی گفتمان اصلاح‌طلبی را بر اساس منطق تفاوت به هم بریزد و با غیریت‌سازی زمینه کسب قدرت سیاسی را مهیا کند.
۶	یاد خوبان/ و این نبرد ادامه دارد...	۷	دال‌های شناور «مدیریت جهادی» و «تهاجم فرهنگی» با محوریت دال مرکزی «ولایت‌مداری» منطبق بر مفصل‌بندی گفتمان اصول‌گرایی‌اند و این نهاد صیانت از «ارزش‌های دفاع مقدس» را وظیفه خود می‌داند. این نهاد با برجسته‌سازی مؤلفه‌های گفتمانی خود می‌خواهد دال‌های شناور «مدیریت دولت»، «توسعه روابط بین‌الملل» و گسترش «روابط سیاسی و اقتصادی با غرب» گفتمان اصلاح‌طلبی را در تقابل و تضاد با ارزش‌های دین و انقلاب معرفی کند و با به حاشیه‌راندن آن‌ها و غیریت‌سازی، زمینه هژمونی و دستیابی به قدرت سیاسی را فراهم کند.
۷	در این جنگ نرم، شما جوان‌های دانشجو افسران جوان این جبهه‌اید (مقام معظم رهبری).	۸	با اتکا به «ولایت‌مداری» و «مدیریت جهادی» و مقابله با «تهاجم فرهنگی»، که همگی را به‌عنوان دال‌های مرکزی و شناور مفصل‌بندی شده در برابر مؤلفه‌های گفتمان رقیب قرار داده، و به مدد غیریت‌سازی می‌خواهد دال‌های گفتمان رقیب را به حاشیه براند. این نهاد تشکیل زنجیره هم‌ارزی با «روحانیت» و گروه‌های اجتماعی ولایت‌مدار و مذهبی را دنبال می‌کند تا بتواند مفصل‌بندی گفتمان اصلاح‌طلبی دولت را بر اساس منطق تفاوت به هم بریزد و دستیابی به هژمونی و قدرت سیاسی را تحقق بخشد.

بحث و نتیجه‌گیری

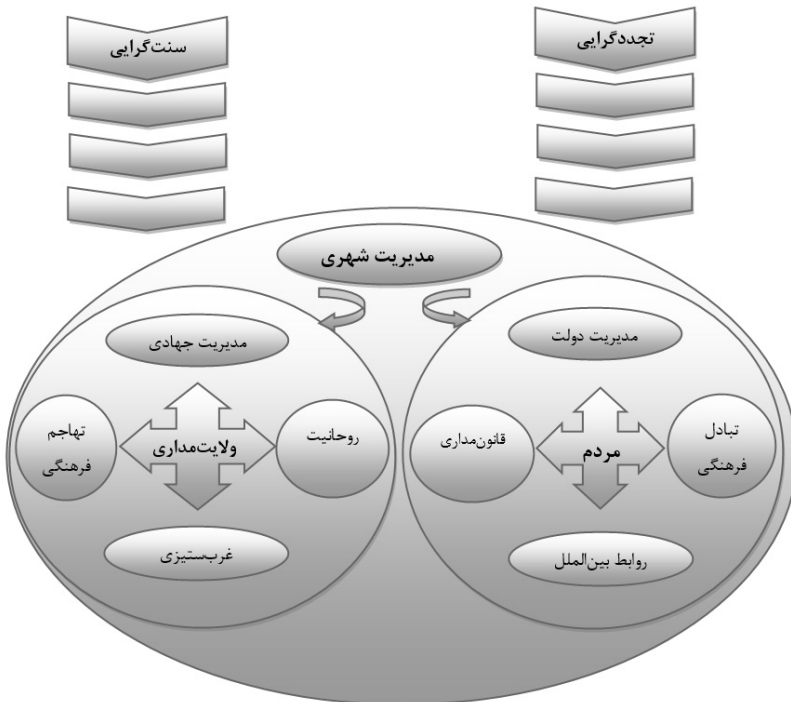
دیدگاه بنیادین این پژوهش شناخت لایه‌های پنهان و مهم‌ترین محورهای گفتمانی پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران بود که در بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ بر

روی بیلبردهای شهر تهران انتشار یافتند. بنیان نظری و فلسفی نظریه گفتمان لاکلا و موفه و رویکرد پساساختارگرایانه آن و استفاده از روش تحلیل گفتمان نقطه عطف و محور اصلی بررسی کیفی موضوع تحقیق قرار گرفت. به سخن دیگر، با تولید معنا و مفهوم و انتشار و نسوج آن میان کنشگران اجتماعی و سیاسی و عموم شهروندان، غیریت‌سازی کند و با جذب «وقته‌ها» و مفصل‌بندی «دال»‌های مرکزی و شناور، گفتمان جدیدی ایجاد کند؛ گفتمانی که به تعبیر فوکو، «یک سرمایه به نظر می‌رسد که قواعد پدیداری و نیز شرایط تخصیص و کاربست خود را دارد؛ سرمایه‌ای که از همان ابتدا پرسش قدرت را پیش می‌کشد و سرمایه‌ای که ماهیتاً موضوع یک نبرد سیاسی است» (فوکو، ۱۳۹۲: ۱۷۷). از سوی دیگر، رفتار سازمانی و چگونگی ارتباط، تعامل و تقابل این نهاد در جناح‌بندی‌های سیاسی کشور متغیر و مؤلفه مهم و باارزشی است که در تبیین و تشریح مسئله این پژوهش به آن پرداخته شد. از این منظر قابل بیان است که تقسیم‌بندی قدرت سیاسی و رقابت میان گروه‌ها و شبه‌حزب‌های سیاسی در قلمرو زمانی این تحقیق مبین آن است که به‌طور کلی رقابت اصلی میان دو گفتمان «اصول‌گرایی» و «اصلاح‌طلبی» در جریان بوده است و شکل‌های سیاسی و اجتماعی منتسب به هریک از این دو رویکرد، چه در هنگام کارزارهای انتخاباتی و چه پس از پیروزی یا شکست، همواره در صدد حفظ قدرت در شرایط پیروزی یا جبران آسیب‌های اعتباری ناشی از شکست برآمدند. لذا در این دوره ده‌ساله، عملکرد مدیریت شهری معطوف به گفتمان «اصول‌گرایی» بود و از این منظر شرایط ویژه و منحصربه‌فردی در مدیریت شهری پدید آمد، چرا که برون‌داد و نتایج حاصل از تحلیل پیام‌ها بیانگر آن است که:

دال مرکزی «ولایت‌مداری» از تمام پیام‌های فرهنگی و سیاسی و همچنین فرم و محتوای طرح‌های گرافیکی که هدفمند و هنرمندانه تصویرسازی شده‌اند، به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم، استدراک می‌شود. «روحانیت»، «مدیریت جهادی» و «تهاجم فرهنگی» نیز هریک دال‌های شناوری هستند که حول کانون مرکزی قرار گرفته و به مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران معنا و هویت بخشیده‌اند، به گونه‌ای که در انجام هرگونه تبلیغات محیطی برای هر رویداد عمرانی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی آن غلبه و چیرگی داشته و در صدد بوده با برجسته‌سازی مؤلفه‌های گفتمانی خود، دال‌های شناور «مدیریت دولتی»، «توسعه روابط بین‌الملل»، «قانون‌مداری» رقیب را که حول دال مرکزی «مردم» و منطبق با گفتمان اصلاح‌طلبی مفصل‌بندی شده‌اند به حاشیه براند.

به‌طور کلی، تلاش این نهاد برای استفاده از ظرفیت رسانه‌ای و تبلیغات محیطی، تحقق تشکیل زنجیره هم‌ارزی با آن دسته از کنشگران سیاسی و اجتماعی و فرهنگی ولایت‌مدار و مدافعان ارزش‌های دین و انقلاب، همچنین غیریت‌سازی و به‌هم‌ریختن مفصل‌بندی گفتمان رقیب بر اساس منطق تفاوت ناموفق بود، چرا که با استناد به نتایج تحقیق و نیز شرایط سیاسی و اجتماعی و فرهنگی جامعه، به‌ویژه کلان‌شهر تهران که به‌طور مستقیم مخاطب هدف پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهروندان بودند، براساس نتایج انتخابات شورای شهر و ریاست‌جمهوری در سال ۱۳۹۶ در تهران می‌توان گفت که این نهاد در ایجاد تفاوت و به‌هم‌ریختن مفصل‌بندی گفتمان اصلاح‌طلبی از طریق هم‌ارزساختن کنشگران سیاسی و اجتماعی ناموفق بوده است.

مدل پژوهش



شکل ۱. مدل مفصل‌بندی گفتمان اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی
برگرفته از فضای استعاری از گفتمان انقلاب اسلامی در سال ۵۷ (سلطانی، ۱۳۹۴: ۱۴۰)

پیشنهادها

محقق در سیر مطالعاتی خود در فرایند اجرایی این پژوهش به مواردی دست یافت که به محققان و پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود: تحلیل کردار اجتماعی و کردار گفتمانی تبلیغات انتخاباتی شهردار تهران به روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف، تحلیل گفتمان رقابت‌های درون‌حزبی نامزدهای اصول‌گرا در انتخابات نهم تا یازدهم ریاست‌جمهوری، بررسی تأثیر بر افکار عمومی منطبق بر نظریه‌های ارتباطی در فیلم‌های تبلیغاتی شهردار تهران در دوره‌های انتخابات ریاست‌جمهوری، تحلیل محتوای نشریه‌ها و خبرنامه‌های داخلی شهرداری تهران در دوره‌های نهم تا دوازدهم انتخابات ریاست‌جمهوری، تحلیل گفتمان مدیریت جهادی در فعالیتهای فرهنگی سیاسی، خبرهای انتخاباتی و گزارش‌های تحلیلی روزنامه هم‌شهری برخی از موضوعات پیشنهادی محقق‌اند.

منابع و مأخذ

- آگامبن، جورجو (۱۳۸۹). *اجتماع آینده*، ترجمه محمدرضا قربانی، تهران: نشر خردادنو.
- بشیر، حسن و حمیدرضا حاتمی (۱۳۹۲). «تحلیل گفتمان سرمقاله‌های کیهان، اطلاعات و جمهوری اسلامی، درباره حوادث پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران (از ۲۳ خرداد تا ۳۱ تیر ۱۳۸۸)»، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، شماره ۳۶: ۸۸-۶۱.
- بشیر، حسن و سید حمید طاهری (۱۳۹۴). «تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران (سال ۱۳۸۸)»، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، شماره ۴۳: ۶۳-۳۵.
- تاجیک، محمدرضا و محمد روزخوش (۱۳۸۷). «بررسی نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از منظر تحلیل گفتمان»، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی*، شماره ۶۱: ۱۲۷-۸۳.
- تاجیک، محمدرضا و ناصر قبادزاده (۱۳۸۱). *روایتی آسیب‌شناختی از گسست نظام و مردم در دهه دوم انقلاب*، تهران: انتشارات مرکز.
- تربتی، سروناز (۱۳۹۵). «رسانه‌های هژمونیک و برساخت سوژه شهروندی»، *مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی توسعه شهری شهید بهشتی*.
- حسین زاده، محمدعلی (۱۳۸۶). *گفتمان‌های حاکم بر دولت اسلامی بعد از انقلاب در جمهوری اسلامی*، تهران: انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- حسینی زاده، محمدعلی (۱۳۸۳). «نظریه گفتمان و تحلیل سیاسی»، *مجله علوم سیاسی دانشگاه باقرالعلوم (ع)*، شماره ۲۸: ۲۱۲-۱۸۱.
- دهقانی فیروزآبادی، جلال و مهدی عطایی (۱۳۹۳). «گفتمان هسته‌ای دولت یازدهم»، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، شماره ۶۳: ۱۲۰-۸۷.
- ربانی خوراسگانی، علی و محمد میرزایی (۱۳۹۴). «تحلیل تقابلی گفتمانی اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره ۶۰: ۶۸-۴۵.
- ربیعی، علی و فرناز احمدزاده نامور (۱۳۸۷). «نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل آمریکایی‌ها و ایرانی‌ها»، *فصلنامه علمی پژوهشی دانش سیاسی*، شماره ۸: ۶۲-۳۷.
- رحمانی فیروزه‌جاه، علی (۱۳۸۴). «پساساختارگرایی»، *نشریه‌نامه فرهنگ*، شماره ۵۴: ۱۰۵-۹۸.
- سلطانی، علی اصغر (۱۳۸۳). «تحلیل گفتمان به مثابه نظریه و روش»، *مجله علوم سیاسی*، شماره ۲۸: ۱۸۰-۱۵۳.
- سلطانی، علی اصغر (۱۳۸۴). *قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی*، تهران: نشر نی.
- صالحی زاده، عبدالهادی (۱۳۹۰). «درآمدی بر تحلیل گفتمان میشل فوکو روش‌های تحقیق کیفی»، *مجله معرفت فرهنگی اجتماعی*، شماره ۷: ۱۴۲-۱۱۳.

تحلیل گفتمان بلبوردهای شهر تهران [...] ۱

- فوکو، میشل (۱۳۹۲). *دیرینه‌شناسی دانش، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نشر نی.*
- کاویانی‌راد، مراد (۱۳۹۳). «پراکنش فضایی مشارکت در یازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری»، *فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۶۳: ۶۱-۳۷.*
- کسرابی، محمدسالار و علی پوزش شیرازی (۱۳۸۸). «نظریه گفتمان لاکلا و موفه ابزاری کارآمد در فهم و تبیین پدیده‌های سیاسی»، *فصلنامه سیاست (مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی)، شماره ۳۹: ۳۶۰-۳۳۹.*
- لاکلاو، ارنستو و اسلاوی ژیتک (۱۳۸۸). *در ستایش پوپولیسم/ دیالوگ ارنستو لاکلاو و اسلاوی ژیتک، ترجمه محمد ایزدی و عباس ارض‌پیما، تهران: نشر رخداد نو.*
- مجیدی، حسن و محسن رحیمی‌نیا (۱۳۹۷). «تحلیل گفتمان اعتدال در انتخابات ریاست‌جمهوری یازدهم»، *پژوهش‌های راهبردی سیاست، شماره ۲۵: ۱۵۵-۱۲۶.*
- مقدمی، محمدتقی (۱۳۹۰). «نظریه تحلیل گفتمان لاکلا و موفه و نقد آن»، *نشریه معرفت فرهنگی اجتماعی، شماره ۶: ۱۲۴-۹۱.*
- ون‌دایک، تئون ای. (۱۳۸۷). *مطالعات در تحلیل گفتمان (از دستور متن تا گفتمان‌کاوی انتقادی)، گروه مترجمان، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.*
- یورگنسن، ماریان و لوئیز فیلیپس (۱۳۸۹). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.*
- Bashir, H. & Hatami, H. R. (2014). 'Editorial Analysis of Three Iranian Newspapers (Keyhan, Ettela'at, and Jomhori-e-Eslami) About the 10th Presidential Election in Iran (13 Jun-22 July, 2009)', *Political Strategic Studies, 06 (2): 61-88. [In Persia].*
- Bashir, H. & Taheri, H. (2015). 'Discourse Analysis of the Campaign Teasers of the 10th Iranian Presidential Election in (2009)', *Political Strategic Studies, 13 (04): 35-63. [In Persia].*
- Dehghani Firoozabadi, J. & Atayie, M. (2014). 'The Nuclear Discourse of the 11th. Government, Strategic Studies Quarterly, 63 (17): 87-120, DOR: 20.1001.1.17350727.1393.17.63.4.1, [In Persia].
- Devos, P. (2003). 'Discourse Theory and the Study of Ideological Trans-formations: Analyzing Social Democratic Revisionism', *Journal of Pragmatics Association, 13(1): 163-180.*
- Hartley, J. (1996). *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular, Culture.* London: Bloomsbury Academic.
- Hoseinizadeh, M. A. (2004). 'Discourse Theory and Political Analysis, *Political Science Journal of Bahgheral Uloom University, 28 (28): 181-212. [In Persia].*
- Kaviani Rad, M. (2014). 'Spatial Distribution of Public Presence in the Eleventh Presidential Election, Strategic Studies Quarterly, 63 (17): 37-62, DOR: 20.1001.1.17350727.1393.17.63.2.9, [In Persia].
- Kasraie, M. S. & Pozesh Shirazi, A. (2009). 'Discourse Theory of Laclau and Mouffe: Elaborate and Efficient tool in Understanding the Political Phenomenons, *Politics Quarterly, 39 (03): 339-360, [In Persia].*
- Laclau, E. & Mouffe (1985). *Heqemony and socialist stratege: Towards a Radical Democratic Politics.*

- Verso: London.
- Majidi, H. & Rahiminia, M. (2018). 'Moderation Discourse Analysis in the eleventh presidential election, *Political Strategic Studies*, 25 (07): 125-155. DOI: 10.22054/qps.2018.23133.1666, [In Persia].
- María, J. & Sanz, P. (2013). 'Relevance Theory and political advertising: A case study', *European Journal of Humour Research*, 1(2): 10-23.
- Saussure, F. de (1960). *Course in General Linguistics*. London: Peter Owen.
- Mirzaie, M. & Rabbani Khorasani, A. (2016). 'Analysis of Contrast between Perincipalism and Reformism Discourses in the 10th Presidential Election in Iran, *Journal of Applied Sociology*, 26 (04): 45-68, DOR: 20.1001.1.20085745.1394.26.4.3.3, [In Persia].
- Moghaddami, M. T. (2011). 'The Theory of Discourse Analysis of Laclau and Mouffe and its Criticism, *Social Cultural Knowledge Quarterly* (The Imam Khomeini Education & Research Institute), 06 (02): 91-124, [In Persia].
- Rabeci, A. & Ahmadzadeh Namvar, F. (2008). 'Media Representation Theory and the Analysis of the Public Opinion of Americans and Iranians about each other, *Bi-Quarterly Political Knowledge*, 08 (04): 37-62, DOI: 10.30497/pk.2009.30, [In Persia].
- Salehizadeh, A. (2011). 'An introduction to Michel Foucault's Discourse Analysis; Qualitative Research Methods, *Social Cultural Knowledge Quarterly* (The Imam Khomeini Education & Research Institute), 03 (02): 113-141, [In Persia].
- Soltani, A. A. (2005). 'Discourse Analysis as a Theory and Method, *Scientific Research quarterly of Political Sciences*, 28 (04): 153-180, [In Persia].
- Tajik, M. & Rouzkhosh, M. (2008). 'Discourse Analysis of the 9th Iranian presidential Election, *Journal of Faculty of Literature and Human Sciences of Kharazmi University*, 61 (16): 83-127. [In Persia].

Studying the effect of media factors on the level of political participation of citizens

Taha Ashayeri, Assistant Professor and Faculty Member, Department of History and Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran, and (Correspondence author).
Email: T.ashayeri@uma.ac.ir

Tahereh Jahanparvar, PhD student in Cultural Sociology, Department of Social sciences, Faculty of Social Sciences and Media, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran,
Email: Jparvar@yahoo.com

Abstract

The proper politicization of mass media leads to the increase of political participation by creating competition between classes, parties and groups. In today's world, the motivation, interest and intensity of citizens' desire for political activity (election participation) is influenced by media policy, the type and method of using media agents. The main purpose of this research is to study the effect of media factors on the level of political participation. The research method is quantitative meta-analysis (CMA2), the unit of analysis is articles from the scientific sources of Normagz and Mag Iran in the period 2005-2023. 40 scientific documents were collected as a statistical population and 26 scientific documents (sample size) were collected by deliberate-non-probability method according to the evaluation of the article according to the inclusion and exclusion criteria and the results were analyzed with Cohen's *d* and Fisher's *f* tests. The results show that media factors have a significant effect on the political participation of citizens and the value of its influence coefficient is equal to 0.220 (positive and direct relationship). Also, the amount of use of domestic media (0.234), consumption of mass media (0.167) and media literacy (0.211) have a positive effect, and the amount of use of foreign media (-0.258), membership in virtual space (215/ -0) and membership in social networks (-0.147) had a negative effect on political participation.

Keywords

Mass media, virtual space and social network, media literacy, political participation

مطالعه تأثیر عوامل رسانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی شهروندان

طاها عشایری^۱، طاهره جهان پرور^۲

چکیده

سیاست‌گذاری مناسب رسانه‌های جمعی با ایجاد رقابت میان طبقات، احزاب و گروه‌ها منجر به افزایش مشارکت سیاسی می‌گردد. در دنیای امروزی انگیزه، علاقه و شدت تمایل شهروندان به فعالیت سیاسی (مشارکت انتخاباتی) تحت تأثیر سیاست رسانه‌ای، نوع و نحوه استفاده از عوامل رسانه‌ای است. هدف اصلی این پژوهش مطالعه تأثیر عوامل رسانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی است. روش پژوهش از نوع فراتحلیل کمی (CMA2) است، واحد تحلیل آن، مقاله‌ها از منابع علمی نورمگز و مگ ایران در بازه زمانی ۱۳۸۴ الی ۱۴۰۲ است. ۴۰ سند علمی به‌عنوان جامعه آماری گردآوری و به روش عمدی-غیراحتمالی ۲۶ سند علمی (حجم نمونه) طبق ارزیابی مقاله برحسب ملاک ورود و خروج انتخاب و نتایج با ابزار آزمون d کوهن و f فیشر تحلیل شده است. نتایج نشان می‌دهد که عوامل رسانه‌ای تأثیری معنی‌داری بر مشارکت سیاسی شهروندان داشته و مقدار ضریب تأثیر آن در کل برابر ۰/۲۲۰ (رابطه مثبت و مستقیم) است. همچنین میزان استفاده از رسانه‌های داخلی (۰/۲۳۴)، مصرف رسانه‌های جمعی (۰/۱۶۷) و سواد رسانه‌ای (۰/۲۱۱) اثری مثبت و میزان استفاده از رسانه‌های خارجی (۰/۲۵۸)، عضویت در فضای مجازی (۰/۲۱۵) و عضویت در شبکه‌های اجتماعی (۰/۱۴۷) اثر منفی بر میزان مشارکت سیاسی داشته است.

واژگان کلیدی

رسانه‌های جمعی، فضای مجازی و شبکه اجتماعی، سواد رسانه‌ای، مشارکت سیاسی

۱. تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۲۶

عضو هیئت علمی گروه تاریخ و جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران و (نویسنده مسئول)
T.ashayeri@uma.ac.ir

۲. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی فرهنگی گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
Jparvar@yahoo.com

مقدمه

در عصر کنونی، رفتار و کش سیاسی شهروندان تحت تأثیر رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی است. به طوری که مشارکت سیاسی و رفتار رأی‌دهی شهروندان و طبقات اجتماعی، بیش از هر چیز دیگری، در محدوده عمل و تأثیر وسایل ارتباط جمعی و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی نوپدید قرار گرفته (عبداللهی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۳) و این عنصر نقش مهمی در میزان مشارکت سیاسی شهروندان داشته است (ساعی و نظری مقدم، ۱۳۹۲). رسانه‌های نوین یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر تمایل شهروندان به شرکت در انتخابات و همچنین گرایش هر یک از گروه‌های سیاسی مشروع در کشور به فعالیت سیاسی است (رهبرقاضی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۵). به لحاظ تاریخی، رسانه اولین بار در ایران سال ۱۳۷۳ در قالب اینترنت و دنیای مجازی مورداستفاده قرار گرفت و به مرور رسانه‌های جمعی و فضای مجازی در ایران توسعه یافته و به‌طور کلی ۸۲/۱۲ درصد از ایرانیان، جزئی از کاربران فضای مجازی هستند (عاملی، ۱۳۸۷: ۴۳). اقبال ایرانیان به شبکه‌های اجتماعی از پایگاه اورکارت شروع و با توسعه یاهو، تعداد کاربران ایرانی به این شبکه بیشتر شد. به مرور در سال ۱۳۸۳، شبکه اجتماعی کلوب در ایران راه‌اندازی شد تا وسیله برای ارتباط ایرانیان و فارسی‌زبانان جهان جهت تبادل آراء و افکار اجتماعی-سیاسی قرار گیرد (قلی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۸). نقش رسانه‌های جمعی در ظهور دموکراسی، تحولات سیاسی و اجتماعی جوامع آن قدر مهم است که از آن‌ها به‌منزله قوه چهارم یاد شده است. دموکراسی و تحکیم آن از طریق بسترسازی‌های مدنی، مشارکتی، نهادسازی، اراده‌گرایی جمعی تحت تأثیر رسانه‌ها شکل می‌گیرد (سردارآبادی، ۱۳۸۳: ۱). از دهه ۱۹۶۰، مشارکت سیاسی و عملکرد دموکراسی محدود به تعدادی از فعالیت‌های مبتنی بر مبارزات انتخاباتی احزاب بود. نامزدها تنها ابزار ارتباطی بین شهروندان و نمایندگان منتخب محسوب می‌شدند. با وجود این، استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی به‌ویژه اینترنت توسط شهروندان موجب حذف سانسور و کاهش انزوای مردم نسبت با جهان سیاسی شد و فرصت برای انتشار اطلاعات و بیان انتقاد و اعتراض‌های آن‌ها درباره موضوعات مختلف سیاسی-اجتماعی فراهم گردید (Anouar, 2014). به‌مرور اینترنت پایه تحولات رسانه‌ای شده و رسانه از سطح نظام سیاسی و حاکمیتی به سمت مدیریت مردم‌محور، سازمان‌های مدنی و سمن حرکت کرد و در نتیجه تبلیغات تک‌ساحتی، تک‌حزبی و ایدئولوژیک به‌مرور کارایی و موقعیت خود را از دست داده و امکان کنش سیاسی از طریق نفوذ رسانه‌های اجتماعی در نقد سیاسی، مشارکت سیاسی و امکان و امتناع از مشارکت در انتخابات پررنگ‌تر گردید. به طوری کلی مطالعات مشارکت سیاسی و اینترنت (Eva Anduiza & Cantij, 2009) شبکه‌های

اجتماعی و مشارکت سیاسی (Macclurg, 2003)، تأثیر استفاده از اینترنت بر مشارکت سیاسی (Quintelier&Vissers, 2008)، رسانه اجتماعی اینترنتی (بیسواجیت، ۱۳۹۱)، نقش رسانه اجتماعی در انقلاب تونس (کیا، ۱۳۹۰)، بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی (ضیایی‌پرور و همکاران، ۱۳۸۹) و اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش (منتظر قائم، ۱۳۸۴) نشان‌دهنده اهمیت رسانه اجتماعی در بازتاب کنش سیاسی شهروندان بوده است. یکی از کارکردهای اولیه و مهم رسانه‌های جدید، اطلاع‌رسانی به شهروندان است (Dimitrova, Shehata, Strömbäck, and Lars, 2011). رسانه‌های اجتماعی، نقش مهم و فعالی در قرن ۲۱ و ۲۲ در شکل‌دهی افکار عمومی و کنش سیاسی شهروندان بر عهده داشته و به‌عنوان ابزار قدرتمند و همه‌جهانی، با ایجاد مطالبه‌گری سیاسی اجتماعی، شفاف‌سازی و اصلاح افکار اجتماعی، به کنش انتخاباتی و سیاسی کمک شایانی کرده است. در ایران انتخابات و مشارکت سیاسی، نمونه و مدلی از مردم‌سالاری دینی و جوهره حکمرانی سیاسی مطلوب است که در قالب مشارکت حداکثری آزادانه در صندوق رأی در ریاست جمهوری و شورای اسلامی شهری و روستا، مشاهده می‌شود، در این میان رسانه‌های اجتماعی فعال در داخلی و خارجی، جریان‌های انتخاباتی را جهت‌دهی کرده و با بازنمایی مناظره‌های انتخاباتی و نقدها، باعث هیجان عمومی و تشویق طبقات اجتماعی ضمن ارزیابی، تحلیل و نقد آن به مشارکت سیاسی می‌شوند. به‌طوری‌که احزاب، نامزدهای سیاسی و ارگان‌ها و فعالان سیاسی با ایجاد شناسه در اینستاگرام، توییتر، تلگرام و سایر رسانه اجتماعی حامیان خود را جذب کرده و برنامه و سیاست‌های انتخاباتی خود را دنبال می‌کند. این رسانه‌ها هزینه‌های انتخاباتی از جمله سفرهای استانی را کاسته و باعث صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌های مالی شده و در کمترین زمان ممکن می‌توان پیام انتخاباتی را به دورترین نقاط کشور از جمله دهکده، قشلاق، بیلاق، ده و روستاهای محروم و دور از مراکز شهری نیز انتقال داد و می‌توان از مرکز با دورترین نقاط جغرافیایی کشور، با مخاطبان رابطه سیاسی صمیمانه و همدلانه برقرار کرد. در اثر همین تحولات رسانه‌ای، نابرابری مشارکت سیاسی کاهش یافته و عدالت سیاسی، قومی طایفه‌ای، امکان کنشگری سیاسی همه طبقات اجتماعی از رسانه‌های اجتماعی ممکن شده است. این رسانه‌ها، بازنمایی‌کننده تمایل و مطالبه اجتماعی جوامع امروزی هستند، واکنش به‌موقع به رفتارهای نامزدها، اخبار و اتفاقات روز، از نتایج این رسانه‌هاست. افکار عمومی را شکل داده و بهتر از گذشته، به محروم‌ترین مناطق کشور، می‌توان پیام عمومی انتخاباتی را انتقال داده و آن‌ها را آگاهانه و با ارزیابی دقیق، به سمت مشارکت سیاسی سوق داد. به‌این‌ترتیب، میزان آرای خاموش و سفید در جامعه کاهش یافته و انتخابات از حالت توده‌ای-طایفه‌ای و

هیجانی خارج، به سمت منافع ملی، اکتسابی، جامعه‌محوری و عقلانیت سیاسی- اجتماعی بیشتر نزدیک می‌شود. بر این اساس هدف اصلی پژوهش تأثیر عوامل رسانه‌ای بر مشارکت سیاسی به روش فراتحلیل پژوهش‌ها در بازه زمانی ۱۴۰۲-۱۳۸۴ است.

پیشینه پژوهش

عربی و همکاران (۱۴۰۲) در مطالعات خود بر این تأکید دارند که رسانه مشارکت در انتخابات به‌عنوان یکی از ارکان اصلی مردم‌سالاری، سرمایه اجتماعی دولت‌ها را افزایش داده و بنیان‌های قانون‌مداری در جامعه را استوار می‌سازد. در این پژوهش با حجم نمونه ۶۰۰ نفر (شهرودان ۱۸ سال به بالا استان فارس)، نشان می‌دهند که مشارکت سیاسی در هر دو شکل آفلاین و آنلاین (فضای مجازی) پایین اما معنی‌دار بوده است. نتایج پژوهش خفری و یحیایی (۱۴۰۰) با جامعه آماری ۳۸۰ نفر دانشجویان نشان می‌دهد که بین واقعی تلقی کردن محتوای رسانه داخلی، استفاده هدفمند از رسانه داخلی و میزان استفاده از رسانه داخلی، استفاده هدفمند از رسانه خارجی، استفاده غیر هدفمند از رسانه خارجی و میزان استفاده از رسانه خارجی بسترهای افزایش مشارکت سیاسی را فراهم ساخته است. مطالعات دولت‌آبادی فراهانی و محمدپور (۱۳۹۹) با جامعه آماری ۳۲۰ نفری در شهر تهران نشان می‌دهد که میزان استفاده از توییتر بر مشارکت سیاسی کاربران فضای مجازی مؤثر بوده است. احمدی و علی‌پور (۱۳۹۷) در مطالعات خود با نمونه ۳۸۴ نفر از دانشجویان نشان داد که میان سرمایه اجتماعی آنلاین و مشارکت سیاسی در ابعاد سه‌گانه و به‌ویژه نوع متوسط آن (۵۶۴/۰) بوده و اثر متغیرگزینش عقلانی (کاهش هزینه مشارکت، زمان و افزایش فرصت‌ها) به‌عنوان متغیری میانجی در حد واسط حضور در فضای مجازی و مشارکت سیاسی است. مجموع این دو متغیر حدود ۴۵ درصد از تغییرات متغیر مشارکت سیاسی را تبیین کرده است. الهی منش و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعات خود با ۳۸۶ نفر از شهروندان نشان داد که میزان استفاده از فضای مجازی و نوع استفاده از فضای مجازی با متغیر شرکت در انتخابات رابطه معنی‌داری دارد. امید و مرادی‌فر (۱۳۹۷) در پژوهش خود با حجم نمونه ۳۸۴ نفر از شهروندان استان مازندران نشان داد که بین استفاده خبری کاربران با میزان مشارکت سیاسی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. نتایج مطالعاتی مرادی‌فر و همکاران (۱۳۹۷) با حجم نمونه ۳۷۵ نفر از دانشجویان به این نتیجه رسیدند که مدت‌زمان استفاده و فعالیت کاربر در شبکه اجتماعی تلگرام با مشارکت سیاسی رابطه معناداری دارد. شهرام‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) به این نتیجه رسید که بین شبکه‌بندی اجتماعی و

مشارکت سیاسی وجود داشته و بعد ساختی شبکه‌های اجتماعی بیشترین تأثیر را بر رفتار انتخاباتی دانشجویان داشته‌اند. خوش‌فر و جندقی (میرمحلله ۱۳۹۶) با حجم نمونه ۴۰۷ نفری (شهروندان گرگانی) نشان داد که با افزایش مصرف رسانه‌ای، میزان استفاده از تلویزیون ایران، مطبوعات و کتاب‌های غیردرسی میزان مشارکت سیاسی افزایش می‌یابد. نتایج مطالعاتی رضوانی (۱۳۹۵)، با ۳۸۱ نفر دانشجویان نشان داد که ابعاد شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی تأثیر داشته و بیش‌ترین تأثیر مربوط به بعد افقی و کمترین تأثیر مربوط به بعد کیفیات می‌باشد. درنهایت افزایش منابع اطلاعاتی بر مشارکت سیاسی مؤثر است. رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۵) با ۳۰۶ نفر دانشجویان نشان داد که شبکه‌های اجتماعی حتی بر گرایش‌های سیاسی افراد تأثیر می‌گذارند. عبداللهی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵) با حجم نمونه ۳۷۰ نفری دانشجویان به این نتایج دست یافتند که میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و میزان اعتماد به رسانه‌های اجتماعی، میزان اثربخشی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی با مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد. اشتریان‌زاده و امیرزاده (۱۳۹۴) در پژوهش خود نشان دادند که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت رابطه منفی و معناداری وجود دارد. عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۴) در مطالعات با ۶۷۴ نفر کاربران فضای مجازی نشان دادند که افزایش سرمایه اجتماعی کاربران در فیس‌بوک، موجب افزایش مشارکت سیاسی آن‌ها در جهان واقعی می‌شود. همچنین از میان شاخص‌های سرمایه اجتماعی، باز یا بسته بودن شبکه دوستان، باز یا بسته بودن شبکه‌های گروه‌ها و صفحه‌ها، تراکم شبکه و شرایط دستیابی به منابع، چهار شاخص تبیین‌کننده مشارکت سیاسی کاربران هستند. مونا و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند که نقش و آثار رسانه مجازی، میزان دسترسی به اینترنت، میزان کامل‌تر بودن اخبار سیاسی در وبلاگ‌ها و یا سایت‌های خبری، میزان استفاده از رسانه مجازی برای کسب اخبار سیاسی نقش مهمی در مشارکت سیاسی دارد. عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) با جامعه آماری ۶۰۰ نفری شهروندان تبریز نشان دادند که بین مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و نوع استفاده از فیس‌بوک با اعتماد و مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد. استفاده از فیس‌بوک برای کسب اخبار و اطلاعات به تقویت اعتماد سیاسی و مشارکت سیاسی متعارف در بین شهروندان منجر می‌شود، اما استفاده از آن برای سرگرمی و تفریح، دوست‌یابی، تشکیل گروه و شرکت در بحث‌های گروهی، مشارکت سیاسی غیرمتعارف را تقویت می‌کند. ملک‌ان و همکاران (۱۳۹۲)، نشان دادند که میان کاربری علمی و خبری با ابعاد آگاهی سیاسی، بحث سیاسی و اثربخشی سیاسی درونی و بیرونی رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد، اما رابطه کاربری

تفریحی با آگاهی سیاسی و بحث سیاسی رابطه‌ای منفی و معنادار و با ابعاد اثربخشی سیاسی درونی و بیرونی منفی و غیر معنادار بود. هرسین و همکاران (۱۳۹۱) با ۱۸۸ نفر از دانشجویان نشان دادند که همبستگی معنی‌داری میان ابعاد مصرف رسانه‌های جمعی با میزان مشارکت سیاسی وجود دارد. در تمام ابعاد مشارکت سیاسی، بعد رسانه‌های دیداری شنیداری، پیش‌بینی‌کننده مهم‌تری است و ارتباط بیشتری با مؤلفه‌های مشارکت سیاسی دارد. مشارکت سیاسی، کمترین تأثیر را از مصرف رسانه‌های الکترونیک می‌پذیرد و این رسانه‌ها بیشترین تأثیر را بر مشارکت سیاسی اعتراضی و پست‌مدرن داشته‌اند. عبداللهیان و حقیگویی (۱۳۸۸)، با جامعه آماری ۷۳۰ نفری دانشجویان نشان داد که هر چه میزان و کیفیت استفاده از اینترنت بیشتر و بالاتر باشد، سطح مشارکت سیاسی کاربران اینترنت (دانشجویان) نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۱. پیشینه پژوهش

نویسنده	محل مطالعه	حجم نمونه	شیوه نمونه‌گیری	رشته تحصیلی	هویت قومی	نوع رسانه	جامعه هدف
عربی و همکاران (۱۴۰۲)	فارس	۶۰۰۰	تصادفی	علوم اجتماعی	فارس	رسانه داخلی و خارجی و شبکه اجتماعی	شهروندان
عباس‌نیا و همکاران (۱۴۰۱)	تهران	۱۲۵	تصادفی	علوم سیاسی	فارس	تلگرام	شهروندان
خفری و یحیایی (۱۴۰۰)	تهران	۳۸۴	طبقه‌ای	علوم ارتباطات	فارس	رسانه داخلی و خارجی	دانشجویان
محمدی‌کاکرودی و همکاران (۱۳۹۹)	گیلان	۱۰	هدفمند	جغرافیایی سیاسی	فارس	رسانه‌های اجتماعی	خبرگان
دولت‌آبادی فراهانی و محمدپور (۱۳۹۹)	تهران	۳۲۰	هدفمند	علوم ارتباطات	فارس	توییتر	کاربران اینترنت
سردارنیا و همکاران (۱۳۹۸)	شیراز	۳۸۰	طبقه‌ای	علوم سیاسی	فارس	شبکه‌های اجتماعی	دانشجویان
خواجه سروی و نوربخش (۱۳۹۷)	تهران	۶۰۰	خوشه‌ای	علوم سیاسی	فارس	رسانه‌های جمعی	شهروندان

مطالعه تأثیر عوامل رسانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی شهروندان

جامعه هدف	نوع رسانه	هویت قومی	رشته تحصیلی	شبهه نمونه‌گیری	حجم نمونه	محل مطالعه	نویسنده
شهروندان	شبکه‌های اجتماعی	کرد	علوم اجتماعی	خوشه چندمرحله‌ای	۳۸۴	سندج	احمدی و علی پور (۱۳۹۷)
شهروندان	اینترنت	فارس	علوم سیاسی	خوشه‌ای چند مرحله‌ای	۳۶۸	تهران	الهی منش و همکاران (۱۳۹۷)
شهروندان	رسانه‌های اجتماعی	مازنی	علوم سیاسی	هدفمند	۳۸۴	مازندران	امیدی و مرادی فر (۱۳۹۷)
دانشجویان	تلگرام	فارس	علوم سیاسی	هدفمند	۳۷۵	اصفهان	مرادی فر و همکاران (۱۳۹۷)
شهروندان تهرانی	شبکه اجتماعی	فارس	علوم اجتماعی	خوشه‌ای طبقه‌ای	۴۶۰	تهران	نورانی آسیابرو و همکاران (۱۳۹۶)
شهروندان منطقه یک	رسانه جمعی	فارس	علوم ارتباطات	تصادفی	۳۸۳	تهران	موسوی خامنه و همکاران (۱۳۹۶)
دانشجویان	شبکه‌های اجتماعی	مازنی	علوم سیاسی	تصادفی	۳۴۵	مازندران	شهرام نیا و همکاران (۱۳۹۶)
شهروندان	رسانه جمعی	ترکمن	علوم اجتماعی	تصادفی طبقه‌ای	۴۰۷	گرگان	خوش فر و جندقی میرمحله (۱۳۹۶)
دانشجویان	شبکه‌های اجتماعی	فارس	علوم سیاسی	هدفمند	۳۸۱	تهران	رضوانی (۱۳۹۵)
دانشجویان	شبکه‌های اجتماعی	فارس	علوم سیاسی	خوشه‌ای	۳۰۶	اصفهان	رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۵)
دانشجویان	شبکه‌های اجتماعی	فارس	علوم ارتباطات	تصادفی ساده	۳۷۰	تهران	عبداللهی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)
شهروندان	شبکه‌های اجتماعی	فارس	علوم سیاسی	طبقه‌ای	۳۸۴	تهران	اشتریان زاده و امیرزاده (۱۳۹۴)
دانشجویان	فیس‌بوک	فارس	علوم اجتماعی	تصادفی	۶۷۹	ایران	عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۴)
شهروندان	رسانه مجازی	فارس	علوم اجتماعی	تصادفی	۵۰۰	تهران	مونا و دانش (۱۳۹۳)
جوانان	فیس‌بوک	آذری	علوم اجتماعی	خوشه‌ای چندمرحله‌ای	۶۰۰	تبریز	عدلی پورو همکاران (۱۳۹۳)

جامعه هدف	نوع رسانه	هویت قومی	رشته تحصیلی	شیوه نمونه‌گیری	حجم نمونه	محل مطالعه	نویسنده
دانشجویان	اینترنت	فارس	علوم سیاسی	خوشه‌ای	۱۸۵	اصفهان	ملکان و همکاران (۱۳۹۲)
دانشجویان	رسانه‌های جمعی	فارس	علوم سیاسی	تصادفی طبقه‌ای	۱۸۸	اصفهان	هرسیج و همکاران (۱۳۹۱)
دانشجویان	شبکه‌های اجتماعی	فارس	علوم سیاسی	خوشه‌ای	۱۸۰	اصفهان	ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۱)
دانشجویان	اینترنت	فارس	علوم اجتماعی	طبقه‌ای	۷۳۰	تهران	عبداللهیان و حقگوئی (۱۳۸۸)
دانشجویان	رسانه (تلویزیون، رادیو، روزنامه)	فارس	علوم اجتماعی	تصادفی	۴۳۰	تهران	پناهی و عالی‌زاد (۱۳۸۴)

چارچوب مفهومی

رویکرد رسانه‌ای شدن سیاست در ایران

انقلاب اطلاعات و ارتباطات، زندگی سیاسی و اجتماعی را عمیقاً رسانه‌ای کرده که بودریار به آن واقعیت مجازی یا ابر واقعیت اطلاق نموده است. در یک معنا رسانه‌ای شدن سیاست، به معنای آگاهی بخشی سیاسی به مردم و متأثرسازی آن‌هاست که به تسریع و تسهیل مشارکت سیاسی مردم کمک شایانی می‌کند (حداد، ۱۳۹۷: ۶۷). تحولات اینترنتی و ظهور بسترهای رسانه‌ای جدید، روش‌های مختلفی را برای انعکاس آراء و اندیشه‌ها و تقاضا برای مشارکت عمومی در رویه‌های سیاسی و تصمیم‌گیری فراهم کرده است. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در ایران، ابزاری برای طرح مطالبات عمومی شده و سیاست رسمی را تحت تأثیر قرار داده است (قلی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۷). در جهان رسانه‌ای، سیاست ارتباطی، جایگاه و نقش تعیین‌کننده‌ای در برنامه‌های توسعه داشته (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱) و سیاست‌گذاری رسانه‌ای همبسته و همراه با برنامه‌های توسعه‌ای است. دانیل لرنر، نقش رسانه‌های اجتماعی را در مشارکت سیاسی مهم می‌داند. وی با تأکید بر عوامل نوسازکننده (رسانه‌های جمعی، سواد، شهرنشینی، نوگرایی) از طریق همدلی اجتماعی (سؤال‌های فرافکن شخصیتی)، سه‌گونه انسان سنتی، میانی-درحال‌گذار و انسان مدرن را شناسایی کرده است، نقش انسان‌های نوگرا در مشارکت سیاسی را مدیون رسانه‌های ارتباطی دانسته است (ذوالفقاری و عشایری، ۱۴۰۱: ۸۷). فضای مجازی در

رابطه با استحکام روابط ملل و اشاعه فرهنگ و آگاهی سیاسی جامعه، پاسخگویی مجریان سیاسی به مردم و حل نیازهای اجتماع سیاسی نقش مهمی دارد (خالصی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۸۳). رسانه‌های اجتماعی، عقاید و نگرش نوینی را در میان افراد جامعه پخش کرده و منجر به تحولات سیاسی در جامعه می‌شود. در ایام انتخابات با ایجاد رقابت گروه و احزاب رقیب، توجه افکار عمومی را به مشارکت سیاسی جلب می‌کند (چگینی، ۱۳۸۷). سیاست رسانه‌ای به مطالعه رابطه بین رسانه با حکومت‌ها، دولت و نهادهای قدرت در جوامع محلی، ملی و جهانی می‌پردازد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳). به این ترتیب سیاست رسانه‌ای ایران، در عرصه داخلی تجلی ساختاری است که متأثر از مبانی دینی و اندیشه امام خمینی (ره)، نهادهای کلان سیاست‌گذاری، عرصه قانون‌گذاری، آراء مردمی و دولت است. بر همین مبنا، مؤلفه‌های کلیدی در نظام سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران شامل سیاسی (تأمین و تضمین دموکراسی و آزاداندیشی، بهره‌گیری از فضای مجازی، ضرورت تعمیق فرهنگ انقلاب): اجتماعی (تقویت انسجام اجتماعی و هویت ملی، پیشگیری از آسیب‌های فضای مجازی، ضرورت تقویت مجامع صنفی و کیفیت رسانه); فناوری (ضرورت تولید محتوا، تسهیل دسترسی به اطلاعات، مواجهه فعال و خردمندانه کشور با رسانه‌های نوین) و محیطی-اخلاقی (مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی، حاکمیت دین، فضیلت و اخلاق و ضرورت تنویر افکار عمومی و جلوگیری از تهاجم فرهنگی) است (قلی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۸). به این ترتیب رسانه‌های گروهی از طریق آگاهی سیاسی و ارتقای دانش سیاسی، تعامل مردم با نظام سیاسی را فراهم کرده و تعاملی دوسویه بین مردم و حکمرانی برقرار می‌کند.

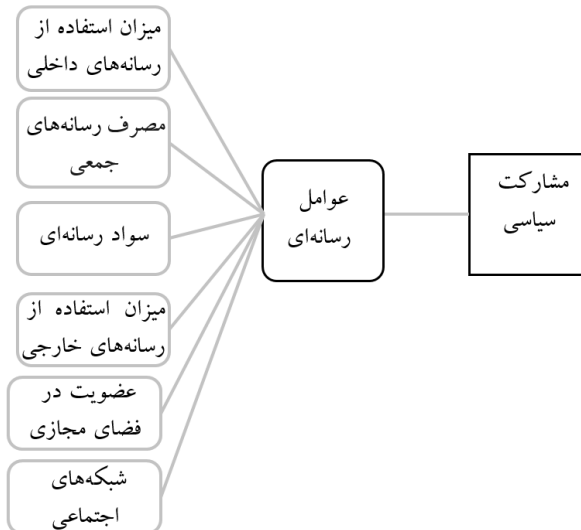
تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر روند مشارکت سیاسی

رسانه‌های اجتماعی عنوانی است که در سال‌های اخیر به مجموعه سایت‌ها و ابزارهایی اطلاق می‌شود که در فضای ایجادشده به وسیله رسانه‌های نوین از قبیل شبکه‌های ارتباطی، اینترنت و تلفن‌های همراه متولد و رشد پیدا کرده‌اند (Bell, Graham, Jarvis, & White, 2017) رسانه اجتماعی یک نوع انجمن شتاب‌دهنده رسانه آنلاین مانند گفت‌وگو است، برخلاف رسانه متعارف که به خواننده‌ها اجازه مشارکت در ایجاد محتوا را نمی‌دهد. رسانه‌های اجتماعی به فعالیت‌ها، اقدامات و رفتارهایی که از طریق برخط، بین اجتماعاتی از مردم شکل می‌گیرد، اشاره دارد که می‌توانند دانش، اطلاعات و عقاید خود را با استفاده از رسانه‌های ارتباطی به اشتراک گذارند (Yang, 2011) انقلاب ارتباطات و محصول آن، رسانه‌های مجازی در حال ایجاد تغییرات وسیعی در ماهیت، اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع مختلف هستند. امروزه، رسانه اجتماعی رکن

چهارم دموکراسی در قرن بیست و یکم محسوب می‌شود که از سویی با مردم و از طرفی دیگر با حکمرانی سیاسی در ارتباط بوده و نقش مهمی در میزان مشارکت، همبستگی و کنش سیاسی بین عاملیت و ساختار ایفا می‌کند (الهی منش و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۴۹). بحث مشارکت سیاسی، تأثیر رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی در ترغیب شهروندان به مشارکت در فرایندهای سیاسی جامعه، همواره مورد توجه اندیشمندان بوده است. مطالعات دانیل لرنر درباره مشارکت سیاسی است. لرنر در اثر کلاسیک خود، با عنوان گذر جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه (۱۹۵۸) که حاصل مطالعه در شش کشور در حال توسعه (ایران، ترکیه، لبنان، مصر، سوریه و اردن) است، استدلال می‌کند که مطالعه مشارکت و توسعه در هر جامعه‌ای مستلزم عواملی از جمله سواد، شهرنشینی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی است. وی با تأکید بر نقش ارتباطات، آن را زمینه‌ساز بسیج سیاسی می‌داند که ارتباطات، مشارکت و توسعه سیاسی را سامان می‌بخشد (پناهی و عالیزاد، ۱۳۸۴: ۹۶). هرچه نظام سیاسی به‌طور عادلانه از رسانه‌های اجتماعی در ارتباط با آگاهی بخشی و ایجاد سرمایه سیاسی بهره بگیرد، به همان میزان زمینه‌های تقویت حکمرانی سیاسی رسانه‌ای را فراهم کرده و باعث اعتماد بیشتر شهروندان به نظام سیاسی خواهد شد. به عقیده کلاپر، رسانه‌ها از جمله وسایل ارتباط جمعی با تغییر دادن عقیده، تقویت کردن یک وضعیت مشخص و دگرگون‌سازی وضعیت موجود، می‌تواند ذهنیت مخاطبان را نسبت به دنیای سیاست تغییر دهند. ایجاد فضای نشاط سیاسی و تبادل نظری و چالشی از طریق رسانه، به افزایش مشارکت سیاسی در انتخابات منجر می‌شود. مک لوهان، نقش رسانه‌های اجتماعی در زندگی شهروندان را مرحله سومی از تحولات مدنی می‌داند که به شکل گرفتن یک دهکده جهانی منجر شده است (دباغ و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۶۲). به طوری که رسانه‌های جمعی و ارتباط رسانه‌ای، پایه اصلی زندگی سیاسی در دنیای امروز شده و بدون بهره‌گیری از آن، نظام سیاسی قادر به نظم بخشیدن به جامعه و شریک ساختن مردم در زندگی سیاسی نیست (هرسیج و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۶). وسایل ارتباط جمعی به‌عنوان مهم‌ترین مجرای ارتباط سیاسی، نقش مهمی در مشارکت سیاسی دارد (خوش‌فر و جندقی میرمحله، ۱۳۹۶: ۱۰۵). مشارکت سیاسی و حضور مردم در فرایند سیاسی جامعه، از شاخص مهم توسعه سیاسی بوده و نشان‌دهنده اهمیت تلاش شهروندان در رأی دادن، انتخاب شدن و انتخاب کردن یک فرد برای رسیدن به یک قدرت است (امینی و همکاران، ۱۳۹۹). این امر تحت تأثیر فضای رسانه‌ای شدت بیشتری به خود گرفته است. رسانه‌های ارتباط جمعی با در دست گرفتن افکار عمومی، نظارت و هدایت آن و همچنین به‌کارگیری‌اش، نقش جدی را در عرصه قدرت بازی می‌کند. به‌ویژه امروزه که رسانه‌ها از نظر تعداد و کیفیت تنوع بسیاری پیدا کرده و طیف گسترده‌ای از رسانه‌های دیداری، شنیداری،

مکتوب و الکترونیکی را دربر می‌گیرند (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۲). و هرکدام، مخاطبان عام و خاصی را به خود اختصاص می‌دهند. رسانه اجتماعی از بانفوذترین فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی؛ همه ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر قرار داده‌اند و به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و باگستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، به ابزاری بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده و زمینه‌های تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده است (امام‌جمعه‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۴). رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی، ضمن مدیریت افکار عمومی؛ آن‌ها را به سوی مشارکت سوق می‌دهد (هرسیچ و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۱۲). این رسانه‌های ارتباطی مبتنی بر کاربردهای وب؛ این امکان را فراهم می‌کنند تا افراد، اطلاعات، تصاویر و ویدیوها و کلمات و پیام را با سهولت به همدیگر منتقل کنند (Simon, & Tossan, 2018) و درباره زمان، مکان و نحوه مشارکت سیاسی خود به اجماع برسند (Nazeer, 2017: 2). در صورتی که رسانه‌های اجتماعی بخشی از رقابت‌های تبلیغاتی باشند، آن‌ها می‌توانند آگاهی از رفتار یک نامزدها انتخاباتی را تقویت کنند و منجر به بهبود تصویر و شهرت آن در بین شهروندان شوند امروزه در سطح جهان، همه در هنگام انتخابات سیاست‌های سیاسی خود را در سایت‌های رسانه اجتماعی تبلیغ می‌کنند (Bagozzi & Dholakia, 2002).

الگوی نظری پژوهش



شکل ۱. الگوی نظری پژوهش

فرضیه پژوهش

- به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از رسانه‌های داخلی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین مصرف رسانه‌های جمعی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین سواد رسانه‌ای و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از رسانه‌های خارجی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین عضویت در فضای مجازی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش پژوهش

روش انجام تحقیق از نوع فراتحلیل کمی است که محقق با استفاده از مرور ادبیات و تحقیقات صورت گرفته در بازه زمانی ۱۳۸۴ الی ۱۴۰۲، با محوریت مصرف رسانه، شبکه، فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی و میزان مشارکت سیاسی و انتخاباتی، از بین ۴۰ پژوهش حجم نمونه ۲۶ تحقیق را شناسایی و بعد از کنترل از حیث روشی، اعتبار، روایی و یافته‌های علمی، آن‌ها را برحسب روش، حجم نمونه، ضرایب همبستگی و سطح معنی‌داری، جامعه آماری، سال و غیره دسته‌بندی و سازمان‌دهی کرده است. بعد از شناسایی ضرایب همبستگی و حجم نمونه و سطح معنی‌داری تحقیقات، آن‌ها وارد نرم‌افزار شده و اندازه اثر نهایی هر پژوهش و اثر نهایی کل به‌وسیله فرمول فیشر و کوهن برآورد شده و همچنین مطالعات از متغیر تعدیلگر (زمینه‌ای) برای سنجش میزان اثر عوامل رسانه‌ای مشارکت سیاسی استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق در دودسته توصیفی و تحلیلی ارزیابی شده‌اند.

۱. توصیفی

- رشته تخصصی نویسندگان مسئول در ۳۵ درصد علوم اجتماعی؛ ۴۶ درصد علوم

سیاسی؛ علوم ارتباطات ۱۵ درصد و جغرافیای سیاسی ۴ درصد بوده است.
 - شیوه نمونه‌گیری مطالعات در ۳۱ درصد تصادفی ساده؛ ۱۹ درصد تصادفی طبقه‌ای؛ ۳۱ درصد خوشه‌ای و ۱۹ درصد هدفمند بوده است.
 - جامعه آماری مورد بررسی در ۴۶ درصد دانشجویان؛ ۴۲ درصد شهروندان عمومی؛ ۵ درصد خبرگان و کارشناسان؛ ۴ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی و ۳ درصد جوانان بوده است.
 - به لحاظ هویت قومی مورد بررسی ۸۱ درصد فارس؛ ۸ درصد مازنی؛ ۴ درصد آذری؛ ۳ درصد کرد و ۴ درصد ترکمن بوده است.

۲. تحلیلی

تأثیر عوامل رسانه‌ای بر مشارکت سیاسی

جدول ۲. تأثیر عوامل رسانه‌ای بر مشارکت سیاسی

گزارش آماری					متغیرهای رسانه‌ای	
	sig	Z	upper	lower	Effect size	
۰/۰۰۰	۱۰/۸۹۲	۰/۳۵۴	۰/۱۱۶	۰/۲۳۴	میزان استفاده از رسانه‌های داخلی	عوامل افزایش‌دهنده
۰/۰۰۰	۸/۴۰۸	۰/۲۶۴	۰/۱۲۳	۰/۱۶۷	مصرف رسانه‌های جمعی	
۰/۰۰۰	۳/۱۱۲	۰/۱۷۸	۰/۲۰۲	۰/۲۱۱	سواد رسانه‌ای	
۰/۰۰۰	-۳/۶۱۰	۰/۲۷۱	۰/۱۹۸	-۰/۲۵۸	میزان استفاده از رسانه‌های خارجی	عوامل کاهش‌دهنده
۰/۰۰۲	-۴/۰۳۴	۰/۱۲۸	۰/۰۷۶	-۰/۲۱۵	عضویت در فضای مجازی	
۰/۰۰۰	-۱۴/۱۹۸	۰/-۴۸۲	۰/-۲۰۱	-۰/۱۴۷	شبکه‌های اجتماعی	
۰/۰۰۰	۰/۳۴۱	۰/۷۶۱	۰/۵۲۳	۰/۲۲۰	اثر کل	

نتایج نشان می‌دهد که بین عوامل رسانه و گرایش به مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود داشته و مقدار این اثر برابر با ۰/۲۲۰ است. بر این اساس:

الف) تأثیر مستقیم و معنی‌دار

- هرچه از میزان استفاده از رسانه‌های داخلی افزایش یابد به همان میزان تمایل به مشارکت سیاسی بیشتر خواهد شد. مقدار اندازه اثر آن برابر با ۰/۲۳۴ است.
 - هرچه میزان مصرف رسانه‌های جمعی افزایش یابد به همان میزان تمایل به

مشارکت سیاسی بیشتر خواهد شد. مقدار اندازه اثر آن برابر با $0/167$ است.
 - هرچه سطح سواد رسانه‌ای افزایش یابد به همان میزان تمایل به مشارکت سیاسی بیشتر خواهد شد. مقدار اندازه اثر آن برابر با $0/211$ است.

ب) تأثیر معکوس و معنی دار

- هرچه میزان استفاده از رسانه‌های خارجی افزایش یابد به همان میزان تمایل به مشارکت سیاسی کاهش خواهد یافت. مقدار اندازه اثر آن برابر با $0/258$ است.
 - با افزایش عضویت در فضای مجازی و استفاده از آن به همان میزان تمایل به مشارکت سیاسی کاهش خواهد یافت. مقدار اندازه اثر آن برابر با $0/215$ است.
 - با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی به همان میزان از تمایل به مشارکت سیاسی کاسته می‌شود. مقدار اندازه اثر آن برابر با $0/147$ است.

تأثیر نوع عوامل رسانه‌ای بر مشارکت سیاسی

جدول ۳. تأثیر نوع عوامل رسانه‌ای بر مشارکت سیاسی

گزارش آماری					نوع اثر
sig	Z	upper	lower	Effect size	
0/000	-22/389	-0/117	-0/089	0-/298	توئیتر
0/000	13/271	0/242	0/151	0/334	رادیو
0/000	-9/378	-0/369	-0/271	-0/361	فیس‌بوک
0/000	-3/001	-0/375	-0/234	-0/201	اینترنت
0/000	-15/771	-0/209	-0/109	-0/281	اینستاگرام
0/000	11/567	0/615	0/502	0/267	تلویزیون
0/000	-4/476	-0/221	-0/103	-0/114	ماهواره
0/000	-3/182	-0/876	-0/561	-0/302	واتساپ
0/000	8/370	0/251	0/102	0/189	اثر کل گونه رسانه

نتایج نشان می‌دهد که بین نوع عوامل رسانه و گرایش به مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود داشته و مقدار این اثر برابر با $0/189$ است. بر این اساس:
 - میزان استفاده از توئیتر ($0-/298$) تأثیر منفی بر مشارکت سیاسی داشته است.
 - میزان استفاده از رادیو ($0/334$) تأثیر مثبتی بر مشارکت سیاسی داشته است.
 - میزان استفاده از فیس‌بوک ($0/361$) تأثیر منفی بر مشارکت سیاسی داشته است.

مطالعه تأثیر عوامل رسانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی شهروندان

- میزان استفاده از اینترنت (۰/۲۰۱-) تأثیر منفی بر مشارکت سیاسی داشته است.
- میزان استفاده از اینستاگرام (۰/۲۸۱-) تأثیر منفی بر مشارکت سیاسی داشته است.
- میزان استفاده از تلویزیون (۰/۲۶۷) تأثیر مثبتی بر مشارکت سیاسی داشته است.
- میزان استفاده از ماهواره (۰/۱۱۴-) تأثیر منفی بر مشارکت سیاسی داشته است.
- میزان استفاده از واتساپ (۰/۳۰۲-) تأثیر منفی بر مشارکت سیاسی داشته است.

تأثیر جنسیت بر مشارکت سیاسی

جدول ۴. تأثیر جنسیت بر مشارکت سیاسی

گزارش آماری					جنسیت
sig	Z	upper	lower	Effect size	
۰/۰۰۰	۰/۲۲۳	۰/۴۲۱	۰/۳۷۱	۰/۲۴۵	مرد
۰/۰۰۱	۳/۹۰۱	۰/۳۸۱	۰/۲۰۱	۰/۱۷۴	زن
۰/۰۰۱	۵/۳۷۷	۰/۴۲۰	۰/۲۱۶	۰/۲۸۹	اثر کل

نتایج فوق نشان می‌دهد که جنسیت و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود داشته و اثر کلی آن برابر با ۰/۲۸۹ است. عوامل رسانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی مردان (۰/۲۴۵) نسبت به زنان (۰/۱۷۴) تأثیر بیشتری داشته است.

تأثیر گروه موردبررسی بر میزان مشارکت سیاسی

جدول ۵. تأثیر نوع گروه بر مشارکت سیاسی

تصادفی			گروه موردبررسی
sig	z-value	اندازه ترکیبی	
۰/۰۰۰	۵/۳۳۲	۰/۲۰۰	جوانان
۰/۰۰۰	۲/۷۰۰	۰/۱۱۴	دانشجویان
۰/۰۰۰	۶/۸۶۲	۰/۲۶۸	کاربران شبکه‌های اجتماعی
۰/۰۰۲	۱۱/۱۷۱	۰/۱۰۳	خبرگان
۰/۰۰۰	۳/۵۸۱	۰/۱۶۴	شهروندان عمومی
۰/۰۰۱	۱۰/۰۳۲	۰/۱۹۷	اثر کل

نتایج نشان می‌دهد که بین نوع گروه مورد مطالعه و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اثر آن برابر با ۰/۱۹۷ است. به این ترتیب عوامل رسانه در گروه کاربران شبکه‌های اجتماعی (۰/۲۶۸) و جوانان (۰/۲۰۰) بیشترین و در میان خبرگان (۰/۱۰۳)، دانشجویان (۰/۱۱۴) و شهروندان عمومی (۰/۱۶۴) کمترین تأثیر را در مشارکت سیاسی داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

مصرف رسانه‌ای به میزان استفاده و مدت‌زمان بهره‌مندی و عضویت در فضای مجازی، شبکه‌ها اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی اطلاق می‌شود که در نگرش، آگاهی، رویکردها، جهان‌بینی و رفتارهای سیاسی شهروندان تأثیر بسزایی دارد. با ظهور رسانه‌های اجتماعی (سواد رسانه‌ای، رسانه‌های نوین و شبکه اجتماعی)، فرهنگ سیاسی جوامع سنتی مانند جوامع مدرن دچار تغییرات اساسی شده است. بر این مبنای بعد از انقلاب اسلامی ایران (۱۳۵۷)؛ رسانه و توسعه آن از جدی‌ترین برنامه‌های نظام اسلامی بوده و به‌طوری‌که امروز در ابعاد وسیع رسانه و شبکه‌های اجتماعی در خانواده‌های ایرانی حضور یافته است. این پژوهش باهدف ارزیابی تأثیر عوامل رسانه‌ای بر مشارکت سیاسی شهروندان در بازه زمانی ۱۳۸۴ الی ۱۴۰۲ است، نتایج کلی پژوهش حاکی از این است که بین عوامل رسانه‌ای و میزان مشارکت سیاسی شهروندان رابطه معنی‌داری وجود دارد. بر این اساس:

الف) تأثیر مثبت عوامل رسانه‌ای بر میان مشارکت سیاسی

– بین رسانه‌های داخلی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اندازه آن برابر با ۰/۲۳۴ است. به این معنی که با افزایش استفاده از رسانه‌های داخلی (تلویزیون، رادیو و غیره)، گرایش به مشارکت سیاسی در انتخابات نیز افزایش می‌یابد. – بین مصرف رسانه‌های جمعی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اندازه آن برابر با ۰/۱۶۷ است. به این معنی که با افزایش مصرف رسانه‌های جمعی، گرایش به مشارکت سیاسی در انتخابات نیز افزایش می‌یابد.

– بین سواد رسانه‌ای و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اندازه آن برابر با ۰/۲۱۱ است. به این معنی که با افزایش میزان سواد رسانه‌ای، گرایش به مشارکت سیاسی در انتخابات نیز افزایش می‌یابد.

ب) تأثیر منفی عوامل رسانه‌ای بر میان مشارکت سیاسی

– بین استفاده از رسانه‌های خارجی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اندازه آن برابر با ۰/۲۵۸ – است. به این معنی که با افزایش استفاده از رسانه‌های خارجی (ماهواره و غیره) گرایش به مشارکت سیاسی در انتخابات نیز کاهش می‌یابد و تأثیر منفی بر انگیزه سیاسی مردم دارد.

– بین شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اندازه آن برابر با ۰/۱۴۷ – است. به این معنی که با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، گرایش به مشارکت سیاسی در انتخابات نیز کاهش می‌یابد.

– بین عضویت در فضای مجازی و مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اندازه آن برابر با ۰/۲۱۵ – است. به این معنی که با حضور در فضای مجازی، گرایش به مشارکت سیاسی در انتخابات نیز کاهش می‌یابد و تأثیر منفی بر انگیزه سیاسی مردم دارد.

رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان رکن مهم تحولات اجتماعی-سیاسی در قرن جدید محسوب می‌شود. از مشارکت انتخاباتی تا رفتارهای سیاسی در ایران، امروز تابع تبلیغات و بازنمایی رسانه‌های اجتماعی است. اخبار، اتفاقات، سخنرانی، نقد و بررسی، به سهولت و بدون موانع در فضای عمومی مورد استقبال، مباحثه و نقد و ارزیابی کنشگران رسانه‌های جمعی قرار گرفته و در نتیجه تأثیرات خود را در تمایل به مشارکت انتخاباتی نشان می‌دهد. بر این اساس نتایج فراتحلیل حاضر با یافته‌های پژوهشی عربی و همکاران (۱۴۰۲)، عباس‌نیا و همکاران (۱۴۰۱)، خفیری و یحیایی (۱۴۰۰)، محمدی‌کاکرودی و همکاران (۱۳۹۹)، دولت‌آبادی‌فراهانی و محمدپور (۱۳۹۹)، سردارنیا و همکاران (۱۳۹۸)، خواجه‌سروی و نوربخش (۱۳۹۷)، احمدی و علی‌پور (۱۳۹۷)، الهی‌منش و همکاران (۱۳۹۷)، امید و مرادی‌فر (۱۳۹۷)، مرادی‌فر و همکاران (۱۳۹۷)، نورانی‌آسیاب‌ر و همکاران (۱۳۹۶)، موسوی‌خامنه و همکاران (۱۳۹۶)، شهرام‌نیا و همکاران (۱۳۹۶)، خوش‌فر و جندقی‌میرمحلّه (۱۳۹۶)، رضوانی (۱۳۹۵)، رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۵)، عبداللهی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)، اشتریان زاده و امیرزاده (۱۳۹۴)، عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۴)، مونا و دانش (۱۳۹۳)، عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، ملکان و همکاران (۱۳۹۲)، هرسیج و همکاران (۱۳۹۱)، ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۱)، عبداللهیان و حق‌گویی (۱۳۸۸) و پناهی و عالی‌زاد (۱۳۸۴) همسو بوده و آن‌ها را تأیید می‌نماید. در نتیجه بازنمایی کنش‌های سیاسی در

رسانه‌های اجتماعی، افکار عمومی را نسبت به روند مشارکت سیاسی تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر این اساس نوع رسانه بر تمایل و علاقه سیاسی شهروندان به میزان و انگیزه مشارکت سیاسی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی رسانه‌های خارجی و فضای مجازی به دلیل عدم کنترل محتوای رسانه، تبلیغ علیه ارزش‌های ملی و ارائه دانش سیاسی ناقص و مخرب منجر به بی‌تفاوتی و دل‌زدگی سیاسی شده و میزان مشارکت سیاسی را کاهش می‌دهد. از طرفی رسانه‌های داخلی به دلیل جهت‌گیری و سیاست‌گذاری مناسب رسانه‌ای از جمله ایجاد رغبت، برگزاری مناظره‌های انتخاباتی، ایجاد تبیین سیاسی و آگاهی سیاسی (سواد سیاسی- اجتماعی- رسانه‌ای)، هیجان و شور سیاسی را برای حضور و مشارکت سیاسی ایجاد می‌کند.

منابع و مأخذ

ابراهیمی، شهروز، نجفی، داود، محموداوغلی، رضا و صادقی نقدعلی، زهرا (۱۳۹۱). رابطه شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان، *مجله راهبر، ۶۶*(۲۲)، ۲۶۳-۲۸۴.

DOI: <https://www.sid.ir/paper/89278/fa>

احمدی، یعقوب و علی پور، پروین (۱۳۹۷). شبکه‌های مجازی، گزینش عقلانی و مشارکت سیاسی آنلاین، *مجله مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱*(۸)، ۳۳-۵۷. DOI:10.22059/JISR.2019.272182.793

اشتریزاده، کیومرث و امیرزاده، محمدرضا (۱۳۹۴). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران)، *مجله سیاست، ۴*(۴۵)، ۸۴۱-۸۵۲.

DOI:10.22059/JPQ.2015.55946

الهی‌منش، محمدحسین، قدیری، طاهره و فرجامی کیا، هادی (۱۳۹۷). تأثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی شهر تهران)، *مجله علوم اجتماعی شوشتار، ۴*(۱۲)، ۲۴۷-۲۷۲. DOI: https://jss.shoushtar.iau.ir/article_545843.html

امیدی، علی و مرادی فر، سعیده (۱۳۹۷). تبیین تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی استان مازندران)، *مجله جهانی رسانه، ۲۶*(۳)، ۱۱-۳۱. DOI:10.22059/GMJ.2019.70870

امینی، سلام، کواکبیان، مصطفی و شیرینی، طهمورث (۱۳۹۹). مطالعه عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی مردم استان ایلام، *مجله جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۱۳*(۳)، ۲۱۵-۲۴۳.

DOI: 10.30510/PSI.2020.200627.1054

بیسواجیت، داس (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی اینترنت، تحلیل انتقادی آثار آن‌ها بر زندگی فردی و اجتماعی، ترجمه: منا نادعلی، *فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، ۵*(۱)، ۲-۱۰.

DOI:<https://www.noormags.ir/view/ar/articlepage/900539>

پناهی، محمدحسین و عالی‌زاد، اسماعیل (۱۳۸۴). تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی، *فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۹*(۲۸)، ۸۹-۱۳۲. DOI:20.1001.1.17351162.1384.12.28.29.4.5.58

چگینی، سهیلا (۱۳۸۷). راهکارهای تبلیغات سیاسی در انتخابات، *نشریه رسانه، شماره ۷۶، ۱-۱۲*.

DOI:20.1001.1.10227180.1387.19.4.1.7

حداد، غلامرضا (۱۳۹۷). سیاست رسانه‌ای شده (نمونه پژوهشی مقایسه‌ای جو لوله‌کش و میرزاآقا)، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال ۴، شماره ۱۳، ۶۳-۱۰۵*. DOI:10.22054/cs.2018.30638.437

حیدری، علی، شرف‌الدین، سیدحسین و هاشمی، مهدی (۱۳۹۸). سیاست‌گذاری رسانه‌ای در سیاست‌گذاری عمومی با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۶*(۴)، ۹-۲۶.

DOI:10.22082/cr.2020.112779.1905

خالصی، پروین؛ بابایی، محمدباقر و مظاهری، محمدمهدی (۱۳۹۸). چالش‌ها، فرصت‌ها و اثرات سیاسی فضای مجازی در نظام جمهوری اسلامی ایران. پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، سال ۹(۴)، ۱۶۵-۱۸۸.

DOI: <http://priw.ir/article-1-938-fa.pdf>

خفری، ندا و یحیایی، سبجان (۱۴۰۰). مطالعه تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات ریاست جمهوری (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی)، فصلنامه راهبرد، ۱(۱۰۰)، ۶۲۱-۶۵۲.

DOI: 20.1001.1.10283102.1400.30.3.7.6

خواجه سروری، غلامرضا و نوربخش، سید مسعود (۱۳۹۷). نحوه تأثیر رسانه‌های جمعی در مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی، جستارهای سیاسی معاصر، ۲(۹)، ۵۵-۸۱.

DOI: 10.30465/CPS.2018.3406

خوش‌فر، غلامرضا و جندقی میرمحل، فاطمه (۱۳۹۶). مصرف رسانه‌ای و مشارکت سیاسی (مورد مطالعه: شهروندان شهر گرگان)، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، ۴، ۱۰۵-۱۲۸.

DOI: <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-407-fa.html>

دولت‌آبادی فراهانی، میثم و محمدپور، سارا (۱۳۹۹). تأثیر شبکه اجتماعی توئیتر بر مشارکت سیاسی کاربران شهر تهران، مجله نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۲(۴)، ۴۲۵-۴۵۱.

DOI: 20.1001.1.66972251.1399.12.4.20.8

ذوالفقاری، اکبر و عشایری، طاهرا (۱۴۰۱). چرا نظام‌های سیاسی فرومی‌باشند، تهران: نشر جامعه‌شناسان رضوانی، عباس (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گسترش شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در انتخابات دوره‌های ۹۲ و ۹۴ در ایران، تحقیقات جدید در علوم انسانی، ۲(۵۳)، ۱۵۷-۱۶۹.

DOI: <http://jnrihs.ir/article-1-421-fa.html>

رهبر قاضی، محمدرضا، مسعودنیا، حسین، صادقی، نقدعلی و حسین پور، امیر (۱۳۹۵). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تمایل به مشارکت انتخاباتی و جهت‌گیری‌های سیاسی، مجله پژوهش‌های ارتباطی، ۲(۲۳)، ۱۲۵-۱۴۵.

DOI: 10.22082/cr.2016.21016

سردارآبادی، خلیل‌الله (۱۳۸۳). بررسی مقایسه‌ای تأثیر رسانه‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی و ارتباط‌های میان فردی بر اطلاعات سیاسی دانشجویان، پایان‌نامه دکترای علوم سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس.

سردارنیا، خلیل‌الله، امینی‌زاده، سینا و حسونند، مظفر (۱۳۹۸). تأثیر رسانه‌های جدید با واسطه‌گری متغیرهای اجتماعی بر مشارکت سیاسی دانشجویان مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، ۲(۳۰)، ۸۵-۱۰۰.

DOI: 10.22108/JAS.2018.109527.1307

شهرام‌نیا، امیر مسعود، ابراهیم‌پور، حوا، محمد اوایی، رضا و ملکان، مجید (۱۳۹۶). سنجش تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران، نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، ۱(۲۸)، ۱۲-۱.

DOI: 10.22108/JAS.2017.21248

عاملی، سعید رضا (۱۳۸۷). مطالعات شهر مجازی تهران، تهران: انتشارات قلم.

مطالعه تأثیر عوامل رسانه‌ای بر میزان مشارکت سیاسی شهروندان

عباس‌نیا، اکرم، پاک‌نیا، محبوبه و مرتضویان، سید علی (۱۴۰۱). تأثیر تلگرام بر مشارکت سیاسی زنان (بررسی نگرش کاربران زن تهرانی در خصوص تأثیر تلگرام بر مشارکت سیاسی زنان در سطح میانه)، فصلنامه مطالعات سیاسی، ۵۶(۱۴)، ۶۸-۴۵. DOI: https://journ.azadshahr.iau.ir/article_698707.html

عبداللهیان، حمید و حق‌گویی، احسن (۱۳۸۸). تبیین رابطه کاربری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران، مجله جامعه‌شناسی ایران، ۴(۱۰)، ۱۳۰-۱۵۹. DOI: 20.1001.1.17351901.1388.10.4.1.9

عبداللهیان، حمید و کرمانی، حسین (۱۳۹۴). تبیین رابطه سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و مشارکت سیاسی در دنیای واقعی، مجله مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۴(۴)، ۶۱۵-۶۳۵. DOI: 10.22059/JISR.2015.57070

عبداللهی‌نژاد، علیرضا، قاسمی‌نژاد، ابوذر و صادقی، جواد (۱۳۹۵). رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در انتخابات: رابطه استفاده از فیس‌بوک و تلگرام و اینستاگرام و مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۲(۵)، ۳۳-۷۳. DOI: 10.22054/cs.2016.7004

عدلی‌پور، صمد، قاسمی، وحید، قصابی، رضوان و طاهری، نفی (۱۳۹۳). تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر اعتماد و مشارکت سیاسی جوانان، مجله مطالعات و فرهنگ، ۲۸(۱۵)، ۱۹۱-۲۱۲. DOI: <https://ensani.ir/fa/article/344412>

عربی، علی، حدادی، علیرضا و کرمی، فرشاد (۱۴۰۲). مشارکت سیاسی، قومیت و فضای رسانه‌ای: نگاهی به مشارکت آنلاین و آفلاین در استان فارس، فصلنامه توسعه اجتماعی، ۳(۱۷)، ۲۰۳-۲۲۶. DOI: <https://www.magiran.com/paper/2573771/>

قلی‌زاده، محمدعلی، خانیکی، هادی، راد، فیروز و محمدزاده، مرتضی (۱۴۰۰). روندها و بایسته‌های سیاست رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در حوزه فضای مجازی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، ۳۴(۱)، ۲۱-۵. DOI: 10.22034/bmsp.2022.325941.1679

کلانتری، عبدالحسین، روشنفکر، پیام و حسنی، حسین (۱۳۹۲). تحلیل سیاست‌های رسانه‌ای در ایران، فصلنامه رسانه، ۳(۹۱)، ۲۳-۱. DOI: 20.1001.1.10227180.1392.24.2.1.8

کیا، علی‌اصغر و محمودی، عبدالصمد (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در انقلاب تونس، مجله سیاسی - اقتصادی، ۳(۱۲)، ۱-۱۰. DOI: <https://www.sid.ir/paper/469943/fa>

محمدی کاکرودی، نسیم، مسکونی، حجت و زین‌العابدین عموقین، یوسف (۱۳۹۹). بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (مطالعه انتخابات استان گیلان)، مقاله علمی رهیافت انقلاب اسلامی، ۵۱(۱۴)، ۲۷۹-۳۰۴. DOI: https://www.rahyafjournal.ir/article_118326.html

مرادی‌فر، سعیده، امید، علی و بصیری، محمدعلی (۱۳۹۷). تبیین تأثیر تلگرام بر رویکرد مشارکت سیاسی (مطالعه موردی دانشگاه اصفهان)، مجله رسانه، ۲(۲۰)، ۱۲۶-۱۰۵. DOI: 20.1001.1.10227180.1397.29.2.5.7

ملکان، مجید، رهبر قاضی، محمد، ابراهیمی پور، حوا و هرسبیج، حسین (۱۳۹۲). بررسی رابطه فضای مجازی با مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۴(۲۴)، ۲۶۶-۲۱۱.

DOI: 20.1001.1.20085745.1392.24.4.11.7

منتظر قائم، مهدی و تاتار، عبدالعزیز (۱۳۸۴). اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۴(۱)، ۲۴۵-۲۲۳.

DOI: https://www.sid.ir/paper/118065/fa

موسوی خامنه، مریم؛ علی‌آبادی، گیتا و جهان‌شاهی، امید (۱۳۹۶). رابطه میان مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای و مشارکت سیاسی در بین شهروندان منطقه یک تهران، *فصلنامه مدیریت رسانه*، ۱(۳۹)، ۳۳-۴۵.

DOI: https://www.mediamgt.ir/article_165629.html

نورانی آسیابیر، زهرا؛ شیری، طهمورث و محسنی، رضاعلی (۱۳۹۶). بررسی آثار شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت شهروندان تهرانی با مداخله سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی، *فصلنامه مطالعات میان فرهنگی*، ۱۲(۳۲)، ۸۵-۶۱.

DOI: https://icsq.journals.iau.ir/article_538527.html

هرسبیج، حسین، محمود اوغلی، رضا، رهبر قاضی، محمود رضا و عباس‌زاده باقی، هادی (۱۳۹۱). بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای با مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان، *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۹(۷۰)، ۵۹-۴۵.

DOI: https://doi.org/10.22082/cr.2012.23363

Abbasnia, A. Paknia, M. and Mortazavian, Se. A. (2021). The effect of Telegram on women's political participation (investigating the attitude of Tehrani female users regarding the effect of Telegram on women's political participation at the middle level), *Political Studies Quarterly*, 56(14), 45-68. [In Persian] DOI: https://jourm.azadshahr.iau.ir/article_698707.html

Abdullahian, H. and Kermani, H. (2014). Explaining the relationship between social capital of Iranian users in the Facebook social network and political participation in the real world, *Journal of Social Studies and Research in Iran*, 4(4), 615-635. [In Persian] DOI: 10.22059/JISR.2015.57070

Abdullahi-Nejad, A. Ghasemi-Nejad, A. and Sadeghi, J. (2015). Social media and political participation in elections: the relationship between the use of Facebook, Telegram and Instagram and the political participation of students in the 7th March 2014 elections, *Modern Media Studies Quarterly*, 2(5), 33-73. [In Persian] DOI: 10.22054/cs.2016.7004

Abdullahiyan, H. and Haqqoui, E. (2006). Explaining the relationship between internet users and political participation in Iran, *Iranian Journal of Sociology*, 4(10), 159-130. [In Persian] DOI: 20.1001.1.17351901.1388.10.4.1.9

Adlipour, S. Ghasemi, V. Kasabi, R. and Taheri, N. (2013). The effect of using Facebook social network on trust and political participation of youth, *Journal of Studies and Culture*, 28(15), 191-212. [In Persian] DOI: https://ensani.ir/fa/article/344412

Ahmadi, Y. and Alipour, P. (2017). Virtual networks, rational choice and online political participation, *Journal of Social Studies and Research in Iran*, 1(8), 33-57. [In Persian] DOI: 10.22059/JISR.2019.272182.793

- Ameli, S. R. (2009). Tehran Virtual City Studies, Tehran: Qalam Publications.
- Amini, S.; Kovakbian, M., and Shiri, T. (2019). The study of social factors affecting the political participation of the people of Ilam province, *Iranian Journal of Political Sociology*, 13(3), 243-215. [In Persian] DOI: 10.30510/PSI.2020. 200627.1054
- Anouar, L. M. (2014). On-line Political Participation: Fractures and Inequality Between the Citizens, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 163. DOI: <https://core.ac.uk/download/pdf/81943907.pdf>
- Arabi, A.; Haddadi, A., and Karmi, F. (2023). Political participation, ethnicity and media space: A look at online and offline participation in Fars province, *Social Development Quarterly*, 3(17), 226-203. [In Persian] DOI: <https://www.magiran.com/paper/2573771/>
- Ashtarianzadeh, K., and Amirzadeh, M. (2014). Investigating the effects of virtual social networks on political participation (case study: Tehran), *Politics Journal*, 4(45), 841-852. [In Persian] DOI: 10.22059/JPQ.2015.55946
- Bagozzi, R. P. & Dholakia, U. M. (2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of interactive marketing*, 16(2), 2-21. DOI: <https://doi.org/10.1002/dir.10006>
- Bell, S., Graham, H., Jarvis, S & White, P. (2017). The importance of nature in mediating social and psychological benefits associated with visits to freshwater blue space. *Landscape and Urban Planning*, 167, 118-127. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2017.06.003>
- Biswajit, D. (2011). Internet social networks, critical analysis of their effects on individual and social life, translation: Mena Nadali, *Youth and Media Studies Quarterly*, 5(1), 2-10. [In Persian] DOI: <https://www.noormags.ir/view/ar/articlepage/900539>
- Chegini, S. (2007). The strategies of political advertising in elections, *Medea Journal*, No. 76, 1-12. [In Persian] DOI: 20.1001.1.10227180.1387.19.4.1.7
- Dimitrova, D.V., Shehata, A., Strömbäck, J. and Lars W. N. (2011). The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data, *Communication Research*, 41(1), 1-12. DOI: 10.1177/0093650211426004
- Dolatabadi Farahani, M. and Mohammadpour, S. (2019). The effect of Twitter social network on the political participation of users in Tehran, *Journal of New Perspectives in Human Geography*, 12(4), 451-425. [In Persian] DOI: 20.1001.1.66972251.1399.12.4.20.8
- Ebrahimi, Sh.; Najafi, D., Mahmoud Oghli, R., and Sadeghi Naqdali, Z. (2011). The relationship between social networks and political participation among Isfahan University students, *Strategy Magazine*, 66(22), 284-263. [In Persian] DOI: <https://www.sid.ir/paper/89278/fa>
- Elahi Manesh, M. H., Qadiri, T. and Farjami Kia, H. (2017). The effect of virtual space on the political participation of the citizens of the Islamic Republic of Iran (a case study of the city of Tehran), *Shushhtar Journal of Social Sciences*, 4(12), pp. 247-272. [In Persian] DOI: https://jss.shoushtar.iau.ir/article_545843.html
- Eva Anduiza, M. & Cantij, A. G. (2009). *Political Participation And The Internet*, Universitat Autònoma

- De Barcelona, volume 12, 860 – 878. DOI: 10.1080/13691180802282720
- Haddad, Gh. (2017). Mediated politics (comparative research sample of Jo Lulekesh and Mirza Agha), *Modern Media Studies Quarterly*, Year 4, Number 13, 63-105. **[In Persian]**
DOI:10.22054/cs.2018.30638.437
- Hersij, H.I Mahmoud Oghli, R., Rehbargazi, M., and Abbaszadeh Baghi, H.(2011). Investigating the relationship between media consumption and political participation of Isfahan University students, *Communication Research*, 19(70), 45-59. **[In Persian]** DOI: <https://doi.org/10.22082/cr.2012.23363>
- Heydari, A., Sharafuddin, S. H. and Hashemi, M.(2018). Media policy in public policy making using interpretive structural modeling technique, *Communication Research Quarterly*, 26(4), 9-26. **[In Persian]** DOI:10.22082/cr.2020. 1127 79. 1905
- Kalantari, A. H.; Roshanfekr, P.and Hosni, H. (2012). Analysis of media policies in Iran, *Media Quarterly*, 3(91), 1-23. **[In Persian]** DOI: 20.1001 .1. 10227180. 1392.24.2.1.8
- Khalsi, P.; Babaei, M. B. and Mazaheri, M. M. (2018). Challenges, opportunities and political effects of virtual space in the system of the Islamic Republic of Iran, *Islamic World Political Research*, year 9(4), 188-165. **[In Persian]** DOI: [http:// priw.ir/article-1-938-fa.pdf](http://priw.ir/article-1-938-fa.pdf)
- Khawaja Sarvari, Gh. and Nurbakhsh, S. M. (2017). The effect of mass media on the political participation of Tehrani citizens, *Contemporary Political Studies*, 2(9), 55-81. **[In Persian]**
DOI:10.30465/CPS.2018.3406
- Khofri, N. and Yahyai, S. (2021). Studying the effect of domestic and foreign media on students' political participation in the presidential elections (case study: Allameh Tabatabai University students), *Strategy Quarterly*, (100), 621-652. **[In Persian]** DOI: 20.1001.1.10283102.1400.30.3.7.6
- Khoshfar, Gholamreza, and Jandaghi Mirmohalleh, Fatemeh (2016). Media consumption and political participation (case study: citizens of Gorgan), *Socio-Cultural Development Studies Quarterly*, 4, 105-128. **[In Persian]** DOI: [http:// journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-407-fa.html](http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-407-fa.html)
- Kia, A. A. and Mahmoudi, A.S. (2019). The role of social networks in the Tunisian revolution, *political-economic magazine*, 3(12), 1-10. **[In Persian]**
- Macclurg, S. D. (2003). Social Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation, *Political Research Quarterly*, 56(4).100-130.
DOI:10.1177/106591290305600407
- Malekan, M., Rahbar Ghazi, M.; Ebrahimipour, H. and Hersij, Hossein (2012). Investigating the relationship between virtual space and political participation: a case study of Isfahan University students, *Applied Sociology*, 4(24), 211-266. **[In Persian]** DOI: 20.1001.1.20085745.1392.24.4.11.7
- Mohammadi Kakroudi, N.; Hasanhan, H. and Zainul Abdin Amuqin, Youssef (2019). Investigating the effect of social media on political participation (the study of the elections of Gilan province), *Islamic Revolution Approach scientific article*, 51(14), 279-304. **[In Persian]**
DOI: https://www.rahyaftjournal. ir/ article_ 118326.html

Montazer Qaim, M. and Tatar, A. A. (2004). Internet, social capital and silent groups, *Iranian Association for Cultural Studies and Communication Quarterly*, 4(1), 223-245. **[In Persian]**

DOI: <https://www.sid.ir/paper/118065/fa>

Moradifar, S.; Omid, A. and Basiri, M. A. (2017). Explaining the effect of Telegram on the approach of political participation (case study of Isfahan University), *Media Magazine*, 2(20), 105-126. **[In Persian]** DOI:20.1001.1. 10227180.1397.29.2.5.7

Mousavi Khamene, M.; Aliabadi, G. and Jahanshahi, O. (2016). The relationship between media consumption, media literacy and political participation among citizens of the first district of Tehran, *Media Management Quarterly*, 1(39), 33-45. **[In Persian]** DOI: https://www.mediamgt.ir/article_165629.html

Nazeer, J. (2017). Impact of Social Media Advertisements on University Students. *Arts Social Science Journal*, 8(29), 78-81. DOI: 10.4172/2151-6200.1000290.

Noorani Asyabar, Z.; Shiri, T. and Mohseni, R. A. (2016). Investigating the effects of social networks on the participation of Tehrani citizens with the intervention of cultural capital and social trust, *Intercultural Studies Quarterly*, 12(32), 61-85. **[In Persian]** DOI: https://icsq.journals.iau.ir/article_538527.html

Omid, A. and Moradifar, S. (2017). Explaining the effect of social media on political participation (a case study of Mazandaran province), *World Media Journal*, 26(3), 11-31. **[In Persian]**

DOI: 10.22059/GMJ.2019.70870

Panahi, M.H. and Alizad, I.(2004). The effect of mass communication tools on the political participation of Tehrani citizens, *Social Sciences Quarterly*, 29(28), 89-132. **[In Persian]**

DOI: 20.1001.1.17351162.1384.12.28.29.4.5.58

Qolizadeh, M.A.; Khaniki, H., Rad, F. and Mohammadzadeh, M.(2021). The trends and requirements of the media policy of the Islamic Republic of Iran in the field of virtual space, *Journal of Mass Communication Studies and Research*, 34(1), 5-21. **[In Persian]** DOI:10.22034/bmsp.2022.325941.1679

Quintelier, E. Vissers, S. (2008). The Effect of Internet Use on Political Participation An Analysis of Survey Results for 16-Year-Olds in Belgium, *Social Science Computer Review Online First*. 1(3), 34-45.

DOI: 10.1177/0894439307312631

Rahbar Ghazi, Mohammad Reza, Massoudnia, Hossein, Sadeghi, Naqad Ali, and Hosseinpour, A.(2015). The role of virtual social networks in the desire to participate in elections and political orientations, *Journal of Communication Research*, 2(23), 125-145. **[In Persian]** DOI:10.22082/cr.2016.21016

Rizvani, A. (2015). Investigating the effect of the expansion of social networks on political participation in the 1992 and 1994 elections in Iran, *New Research in Human Sciences*, 2(53), 157-169. **[In Persian]**

DOI: <http://jnrihs.ir/article-1-421-fa.html>

Sardarabadi, Kh. (2004). A comparative study of the effect of modern communication media - information and interpersonal relations on students' political information, *political science doctoral thesis*, Tarbiat Modares University. [In Persian]rdarnia, Kh.; Aminizadeh, S. and Hassanvand, M. (2018). The effect of new media through the mediation of social variables on students' political participation, a case study: students of Shiraz University, *Journal of Applied Sociology*, 2(30), 85-100. [In Persian]

DOI: 10.22108/JAS.2018. 109527.1307

Shahram-nia, A. M., Ebrahim-pour, H., Mohammad Avili, R. and Malekan, M. (2016). Measuring the impact of social networks on political participation: a case study of Mazandaran University students, *Applied Sociology Journal*, 1(28), 1-12. [In Persian] DOI:10.22108/JAS.2017.21248

Simon, F. & Tossan, V. (2018). Does brand-consumer social sharing matter? A relational framework of customer engagement to brand-hosted social media. *Journal of Business Research*, 85(3), 175-184. DOI: 10.1016/j.jbusres. 2017.12.050

Yang, G.(2011). *The power of the Internet in China*. New York, NY: Columbia University Press.

Zulfiqari, A. and Ashairi, T.(2022). *Why political systems collapse*, Tehran: Sociologists Publishing. [In Persian]

Generations' Lifestyle and The Corona Pandemic, Changes and Consequences with an Emphasis on Leisure Time

Forouzandeh Jafarzadehpour, Associate Prof. Dept. of Youths and Inter-Generational Relationships, Institute for Humanities and Social Sciences in ACECR, Tehran, Iran (Corresponding Author).

Email: fjafarzadehpour77@gmail.com

Mohammad Javad Chitsaz, Assistant Prof. Dept. of Sociology, Institute for Humanities and Social Sciences in ACECR Tehran, Iran. Email: j.chitsaz@gami.com

Abstract:

The “selectiveness” and “being free” characteristic of leisure makes it the most important platform for the manifestation of lifestyle. Different generational group have different leisure patterns. Due to various reasons, there was a variation among “generations” in the confronting with the Corona epidemic and the extent of lifestyle changes its consequences. The main objective of present article is to investigate the changes before and during pandemic in leisure activities as an indicator of lifestyle among 3 generation of youth, middle age, and elderly. Survey method applied in this study. Tehran citizen were the sample for the survey and 390 people contain the universe according to Cochran formula. Three leisure patterns among the youth, middle age and aged generation identified, which are traditional, religion and modern leisure patterns. The traditional leisure pattern has decreased in all the generations with different intensity and the modern leisure pattern has increase in all the generations with different density. Among aged generation, the most decreased were occur in the traditional leisure during the pandemic and in young generation, we see an increase in the modern leisure pattern at this time. The religion leisure pattern has a limited increased among young and middle-age generations but among the elderly, this leisure has decreased to a limited extent. Corona pandemic increased the intensity of the existing process of individualization and facilitated it. Consequences related to leisure changes affected by Corona pandemic, are the habit of being alone and the loneliness of the Iranian family and individual, especially the aged, weakening the platforms for transferring and internalizing intergenerational values, and more desire for individual and screen leisure.

Keywords

Generation, Leisure activity Patterns, Consequences of Corona, Intergenerational Leisure Changes

سبک زندگی نسل‌ها و همه‌گیری کرونا، تغییرات و پیامدها (تأکید بر گذران فراغت)^۱

فروزنده جعفرزاده‌پور^۲، محمدجواد چیت‌ساز^۳

چکیده

فراغت با ویژگی‌های انتخابی و آزادانه بودن مهم‌ترین بستر تجلی سبک زندگی است. گروه‌های مختلف نسلی دارای الگوهای متفاوتی از گذران فراغت هستند. مواجهه «نسل‌ها» با همه‌گیری ویروس کرونا و شدت تغییرات سبک زندگی و پیامدهای منتج از آن به دلایل مختلف، متفاوت است. هدف اصلی مقاله حاضر بررسی تغییرات گذران فراغت به‌عنوان شاخص سبک زندگی در سه نسل جوان، میانسال و سالمند قبل و در حین همه‌گیری ویروس و احصای پیامدهای آن است. روش کمی در این مطالعه استفاده شد. جامعه آماری، کلیه شهروندان شهر تهران هستند که براساس فرمول کوکران تعداد ۳۹۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری تعیین و با ابزار پرسشنامه محقق ساخته مصاحبه شدند. سه الگوی فراغتی سنتی، مذهبی و مدرن در نسل‌های جوان، میانسال و سالمند احصا گردید. الگوی فراغت سنتی در همه نسل‌ها با شدت متفاوت کاهش داشته و الگوی فراغت مدرن با شدت متفاوت در همه نسل‌ها افزایش داشته است. در نسل سالمند بیشترین کاهش الگوی فراغت سنتی در حین پاندمی رخ داده و در نسل جوان شاهد افزایش الگوی فراغت مدرن در این زمان هستیم. الگوی فراغت مذهبی نیز در دوران کرونا افزایش محدودی در جوانان و میانسالان داشته ولی در بین سالمندان در حد محدودی با کاهش مواجه شده است. ویروس کرونا روند موجود فردی‌شدن را افزایش و تسهیل نموده است. پیامدهای مرتبط با تغییرات فراغت متأثر از این ویروس، عادت به تنهایی و تهاتر شدن خانواده و فرد ایرانی بالأخص سالمندان، تضعیف بسترهای انتقال و درونی‌سازی ارزش‌های بین نسلی و درون نسلی و تمایل بیشتر به فراغت‌های فردی و رسانه‌محور است.

واژگان کلیدی

الگوهای فراغت، پیامدهای کرونا، تغییرات فراغت نسلی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۳۱

۱. این مقاله مستخرج طرح پژوهشی با عنوان «شناسایی سبک‌های زندگی در بین نسل‌های مختلف در دوران پاندمی کرونا و پیامدهای آن» است که با حمایت مالی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور و پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی به شماره طرح ۴۰۰۳۲۷۲ در پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی توسط نویسنده اول و دوم انجام شده است.

۲. دانشیار گروه جوانان و مناسبات نسلی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
fjafarzadehpour77@gmail.com

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاددانشگاهی، تهران، ایران.
j.chitsaz@gami.com

مقدمه

گذران فراغت و رفتارهای فراغتی وجه مهمی از سبک زندگی را تشکیل می‌دهند. این شاخص سبک زندگی، به میزان قابل توجهی معرف خصوصیات فرهنگی یک جامعه بوده، به طوری که برخی از محققان گذران فراغت را مهم‌ترین بستر تجلی سبک زندگی دانسته‌اند. تعاریف مختلفی از اوقات فراغت ارائه شده، روجک اعتقاد دارد «انتخاب، آزادی و داوطلبانه بودن، مؤلفه‌های پایه‌ای روایت فراغت را تشکیل می‌دهند» (روجک، ۱۳۹۵: ۳۸). خود ابرازی و خودآگاهی مبتنی بر سبک، الگوهای کنش تمیزدهنده اعضای جامعه، الگوهایی از مصرف که دربرگیرنده ارجحیت‌ها، سلیقه و ارزش‌ها است، شیوه‌های خاصی که افراد همانند آن زندگی روزمره خود را ساماندهی می‌کنند و دیگر مؤلفه‌های مشابهی که اغلب در تعریف سبک زندگی استفاده می‌شوند، بیشترین تجلی خود را کنش‌های فراغتی می‌یابند و گزاف نخواهد بود اگر فراغت را هسته اصلی سبک زندگی بدانیم (ذکایی، ۱۳۹۳: ۹۰). «تجربه فراغت از نظر مفهومی، بیان انتخاب فردی از میان الگوهای رفتاری و گزینه‌هایی است که عوامل مکان و بستر در برابر فرد قرار می‌دهند» (روجک، ۱۳۹۵: ۱۲۸). بدین ترتیب مهم‌ترین ویژگی‌های فراغت به‌عنوان شاخص سبک زندگی، «انتخاب»، «آزادی» و «الگومندی» و ارتباط با عواملی چون «بستر» و «مکان» است که بررسی تطبیقی، شناسایی روند تغییرات گذران فراغت در یک جامعه را امکان‌پذیر می‌سازد.

در کنار الگو، کارکردهایی چون تقویت انسجام اجتماعی، انتقال و نهادینه کردن ارزش‌ها و نیز کشف و تقویت استعدادها، برای گذران فراغت مطرح شده است. از سوی دیگر، چگونگی گذران فراغت، بازتابی از شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هر جامعه است که با توجه به تجربه جهانی اخیر پاندمی ویروس کرونا می‌توان شرایط بهداشت و سلامت را نیز به شرایط مذکور افزود. تأثیر کارکردهای پنهان در صورتی نمایان می‌شود که فعالیت‌های دنبال‌شده فراغتی، در نهادینه ساختن ریشه‌ها و ارزش‌های عمیق فرهنگی موفق عمل کنند (هریس، ۱۳۹۱: ۳۷۰). از نگاه جامعه‌شناختی فعالیت‌های فراغتی در عین تنوع دارای الگو و سبک هستند. سبک‌های فراغتی همانند سازه سبک زندگی، می‌توانند دربرگیرنده ترکیب متفاوتی از مؤلفه‌ها، سلیقه‌ها و رفتارهایی باشند که یا به یکدیگر مرتبط بوده یا اصلاً ارتباطی با یکدیگر ندارند (ذکایی، ۱۳۹۳: ۹۱). بر طبق مطالعات انجام‌شده (رحمتی و بخشی، ۱۳۹۴؛

ساروخانی و دیگران، ۱۳۹۲؛ پورمحمدی ۱۳۹۱؛ رفعت جاه، ۱۳۹۰؛ کاظمی و آهوپی، ۱۳۸۷، ذکایی، ۱۳۸۶؛ غفاری، ۱۳۸۷، آزاد ارمکی، ۱۳۸۳؛ فکوهی، ۱۳۸۲)، تغییر اشکال فراغت و تحولات الگوهای گذران فراغت بر اساس سبک زندگی و تحولات آن در جامعه قابل تفسیر است. همچنین این تغییرات بر جامعه‌پذیری، انتقال ارزش‌ها و تعاملات جامعه مؤثر است. دسته‌بندی‌های مختلفی از فراغت مطرح شده که به‌طور کلی می‌توان به دو شیوه فردی و جمعی آن اشاره نمود و بر مبنای انتخاب‌های افراد از ترکیب این شیوه‌ها، الگوهای متنوع فراغتی قابل احصا است.

بیماری کووید ۱۹، دسامبر ۲۰۱۹ در یوهان چین شناسایی و مناطق زیادی از جهان را آلوده نمود، در مارس ۲۰۲۰ سازمان جهانی بهداشت وضعیت بیماری را یک پاندمی اعلام نمود که در نتیجه محدودیت‌های ناشی از ویروس کرونا بالأخص در فضاهای عمومی، به‌سرعت زندگی روزمره انسان‌ها در جوامع مختلف تغییر نمود (Ratten, 2021: 747). مردم کشور ایران نیز از همانند اقصی نقاط جهان تحت تأثیر بیماری و محدودیت‌های ناشی از آن قرار گرفتند. در حین پاندمی ابعاد زندگی انسان با تحولات عظیم مواجه شد، یکی از زمینه‌های قابل مشاهده و سنجش این تغییرات، چگونگی گذران اوقات فراغت است. قرنطینه‌ها و رعایت فاصله اجتماعی در کنار واژه از انتقال بیماری و سرایت آن بسیاری از فراغت‌های جمعی را تحت الشعاع قرار داد؛ به‌طوری‌که در دوران پاندمی بعضی از انواع فراغت به‌طور کلی متوقف و بعضی با کاهش شدید مواجه گردید. به نظر می‌رسد تغییرات سبک زندگی و بالأخص گذران فراغت در دوران پاندمی تأثیراتی در سطح کنش ایجاد نمود و محتمل است که پیامدهای آن در سطح نگرش، در آینده تغییر در الگوهای رفتار جمعی بالأخص الگوهای گذران فراغت ایجاد نماید.

تأثیرات پاندمی بر سبک زندگی و فراغت آحاد جامعه و نسل‌های مختلف حاضر در آن یکسان نبود. به نظر می‌رسد پاندمی ویروس کرونا بر الگوی گذران فراغت نسل‌ها تأثیرات متفاوتی را بر جای گذاشته باشد. این مقاله تلاش دارد تغییرات الگوی گذران فراغت را قبل و حین پاندمی کووید-۱۹ در بین نسل‌های مختلف مورد بررسی قرار داده و پیامدهای آن را احصا نماید. شناخت الگوهای گذران فراغت نسل‌ها و تغییرات آن در دوران پاندمی ویروس کرونا نه تنها الگوی رفتار اجتماعی فراغتی جامعه و نیازهای مرتبط با آن را به تفکیک نسل در جامعه ترسیم می‌کند، بلکه با توجه به اهمیت فراغت در ساخت سبک زندگی از یک سو و انتقال ارزش‌ها و هنجارها به نسل آینده از سوی دیگر، این تحولات می‌تواند به شناخت الگوهای آتی فراغت نسل‌ها

و تغییر بسترهای انتقال ارزش‌ها و در نتیجه انتقال فرهنگ و تمدن به نسل‌های آتی کمک نماید؛ بنابراین مسئله اصلی این مقاله شناخت الگوهای گذران فراغت نسل‌ها و تغییرات آن قبل و در حین دوران پاندمی ویروس کرونا و تبیین پیامدهای این تغییرات به تفکیک نسل‌هاست. با بررسی ۱۹ شیوه فراغتی (۱۰ شیوه جمعی و ۹ شیوه فردی) سه الگوی فراغت «سنتی»، «مذهبی» و «مدرن» احصا شد که تغییرات آن در نسل‌های مختلف قبل و حین ویروس کرونا برای بررسی اهداف زیر مورد مطالعه قرار گرفت:

– شناسایی تفاوت الگوی گذران فراغت در بین نسل‌ها؛

– تبیین تغییرات الگوی گذران فراغت درون و بین نسل‌ها قبل و حین دوران پاندمی؛

– احصا پیامدهای حاصل از تغییر الگوی گذران فراغت به تفکیک نسل‌ها.

پیشینه پژوهش

مطالعات درباره سبک زندگی در دوران پاندمی ویروس کووید-۱۹ در سه شاخه مختلف علم شامل پزشکی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی انجام شده‌اند. بسیاری از مطالعات مرتبط با سبک زندگی و ویروس کووید-۱۹ در دو شاخه علمی نخست (پزشکی (با تأکید بر سلامت) و روان‌شناختی (توجه به استرس و...)) منتشر و بررسی‌های جامعه‌شناختی کمترین درصد مطالعات در این موضوع را شامل می‌شوند. تغییرات سبک زندگی در زمینه‌هایی چون سلامت و بهداشت، فراغت با تأکید بر سلامت و چاقی، فعالیت‌های فیزیکی خارج از خانه و کاهش آن‌ها، تغییر در الگوی تغذیه و پرخوری، در کنار کاهش رفتارهای ناسالم غذایی، افزایش وزن و کم‌تحركی، افزایش مصرف تنباکو و الکل (Baceviciene & Jankauskiene, 2021; Xiang & Others, 2021; Lange & Nakamura, 2020) مسائل و مشکلات روان‌شناختی شامل کاهش خود مراقبتی فردی، اختلال در خواب، افزایش استرس (Rawat & Others, 2021, Balanza-Martinez & others, 2020)؛ مطالعه شده‌اند.

ارزیابی تغییرات سبک زندگی در دوران پاندمی با تأکید بر مباحث جامعه‌شناختی نشان می‌دهد که قرنطینه‌های امواج نخست ویروس کرونا در کشورها به سبب فاصله اجتماعی پیامدهایی چون از دست رفتن ناگهانی لذت روانی ارتباطات چهره به چهره اجتماعی با اقوام و بالأخص با پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها، محدود شدن تعاملات بین نسلی و انتقال تجربیات به‌مثابه بنیاد مهم انتقال فرهنگ، در نتیجه تأخیر در ساخت سرمایه اجتماعی روی داد که در آینده ابعاد آن روشن‌تر می‌گردد (Fitzgerald & others, 2020; Bentlage & others, 2020).

بعضی از مطالعات محدود به بررسی فراغت یک گروه نسلی در دوران پاندمی بود. پژوهش‌های مربوط به فراغت نسل جوان در دوران ویروس کرونا تغییرات مشابهی در الگوی سبک زندگی این نسل گزارش کرده‌اند. افزایش زمان جست‌وجوی اینترنتی، افزایش اسکرین تایم^۱، (Baceviciene & 2021; Lange & Nakamura, Jankauskiene, 2020; Xiang & others, 2020)، تغییر الگوی تغذیه و ورزش، کاهش روابط بین فردی (کلانتری و دیگران، ۱۴۰۱: ۳۲۱)، تغییر الگوی گذران فراغت (ابراهیمی و سخایی، ۱۴۰۱) از مهم‌ترین تغییرات فراغتی در این نسل بوده است. مطالعات تغییر سبک زندگی سالمندان در دوران پاندمی ویروس کرونا نشان می‌دهد که کاهش بیش از پیش فعالیت‌های فیزیکی، اختلال خواب، افزایش وزن (Galle & others, 2021)، آشفتگی روحی، آشفتگی خانوادگی (Caroppo & others, 2021)، قطع ارتباط با دنیای بیرون، محبوس شدن در فضای کوچک اشتراکی (Chi, 2020) به نقل از پرتوی و شایان مهر، ۱۴۰۱)، استفاده از رسانه برای فعالیت‌های محدود ورزشی (Hunt-ley & Bratt, 2020) از جمله تغییرات در سبک زندگی سالمندان بوده است. همچنین تفاوت در فشار فعالیت‌های خانگی برحسب جنسیت (پرتوی و شایان مهر، ۱۴۰۱) نیز در این گروه نسلی گزارش شده است. بررسی‌های تغییر سبک زندگی میانسالان به دلیل نقش‌های متکثر این نسل از رویکردهای مختلفی انجام شده است. افزایش تعارضات زناشویی (حیدری و مداحی، ۱۴۰۱)، تغییر وضعیت حمایت‌های اجتماعی و خانوادگی، کاهش فراغت‌های جمعی از تغییرات این شاخص سبک زندگی در بین نسل میانسال بوده است. همچنین تفاوت سبک زندگی میانسالان به دلیل تفاوت وضعیت اقتصادی آنان (Liu & others, 2021) به عنوان یک عامل تأثیرگذار در میزان تغییرات فراغتی میانسالان در دوران پاندمی است. مدبر و همکاران (۱۳۹۹) با هدف تعیین نحوه گذران فراغت در شرایط قرنطینه شیوه‌های مختلف فراغت‌های فردی را در این دوران بدون توجه به نسل احصا کردند. برخی از این تغییرات ناشی از ویروس کرونا نبوده بلکه پاندمی ویروس کووید-۱۹ موجب تسهیل ظهور آنها شده است. به طوری که محققین براین باورند که افزایش تعارضات زناشویی در دوران ویروس کرونا به دلیل قرنطینه‌ها در این دوران نبوده، بلکه محدودیت‌ها و قرنطینه‌های ویروس کووید-۱۹ و اجبار در اقامت در منزل به عنوان متغیر میانجی و تسهیلگر عمل کرده است (حیدری و مداحی، ۱۴۰۱: ۱۸۲). به جز مطالعاتی که به بررسی فراغت در دوران پاندمی ویروس کرونا پرداختند، برخی از بررسی‌ها، اهمیت فراغت در خانواده مورد مذاقه قرار داده‌اند. این مطالعات نشان می‌دهند که بین رفتارهای فراغتی و عوامل خانوادگی رابطه متقابلی وجود دارد

به طوری که رفتارهای فراغتی هم از عوامل خانوادگی تأثیر می‌پذیرند و هم بر آن تأثیر می‌گذارد (Holman & Epperson, 1994). همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که در ایران الگوی غالب فراغت جمعی، گذران فراغت با خانواده است که بستری برای انتقال ارزش‌ها محسوب می‌شود و فراغت مجازی حتی اگر با خانواده انجام شود چنین کارکردی نداشته و به تقویت تعاملات نسلی منجر نمی‌گردد (جعفرزاده‌پور و دیگران، ۱۳۹۶، عباس‌زاده و دیگران، ۱۳۹۹). بدین ترتیب مطالعات از رویکردهای مختلف به مسئله پرداخته‌اند؛ ولی مطالعه‌ای که الگوهای گذران فراغت و تغییرات آن را در بین نسل‌ها را قبل و حین پاندمی بررسی و مقایسه کند، یافت نشد و این مقاله به این مهم پرداخته است.

مبانی نظری پژوهش

زیمل سبک زندگی را شیوه‌های خاص مصرف کردن با هدف و دنبال کردن نمادهای منزلت می‌داند. او به جنبه‌های مهم و فراگیر زندگی مدرن توجه داشته و براین باور است که این جنبه‌ها در صورتی درک خواهد شد که رابطه دیالکتیکی «کار» با «بازی»، قلمرو «ضرورت» با قلمرو «فراغت» ادراک گردد. بدین صورت در نظریه زیمل، اوقات فراغت به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر سبک زندگی مورد توجه قرار گرفته است. اوقات فراغت به همراه امکانات در دسترس به عنوان بخشی از سبک زندگی می‌تواند ایجاد فرهنگ نموده و هویت فرد را آشکار سازد. بر پایه دیدگاه دورکیم، تجربه مذهبی مبذول داشتن توجه به بخشی از زندگی است که قلمرو تقدس را در برمی‌گیرد و در آن فرد دغدغه‌ها و نگرانی‌های بیهوده روزمره‌اش را کنار می‌زند و مرزها و محدودیت‌هایش را پشت سر می‌گذارد تا ارزش‌های جمعی عمیقی را در وجودش به کار گیرد (ذکایی و چاوشیان، ۱۳۹۳).

باکاک معتقد است که فراغت را می‌توان در ارتباط با مصرف تحلیل کرد (باکاک، ۱۳۸۱: ۵۲). روجک^۴ کارکرد اصلی «بازنمایی»، «هویت»، «کنترل» و «مقاومت» را برای گذران فراغت مطرح کرد (روجک، ۱۳۹۵: ۱۲۷). به جز کارکردهای آشکار، فراغت دارای کارکردهای پنهان نیز هست؛ پارسونز شیوه‌هایی را که براساس آن ارزش‌های اجتماعی در نظام فرهنگی جای می‌گیرد را کارکرد پنهان فراغت می‌داند. بوردیو با تأکید بر رابطه بین طبقه اجتماعی و گذران اوقات فراغت براین باور است که سبک زندگی منشأ طبقاتی دارد، به بیان دیگر، هر طبقه لباس خاصی می‌پوشد، نوشیدنی خاص می‌خورد، اوقات فراغت و ورزش متفاوتی دارد. وی تأکید می‌کند

که سلیقه مشخصه پایگاه اجتماعی است. بورديو سرمايه فرهنگي را به‌مثابه گذرنامه پذيرش در شبکه‌هاي اجتماعي مي‌دانست که در آموزش، کار، ازدواج، فراغت، مزایا و انسجام زندگي را توليد مي‌کنند. وی به بررسی رابطه سرمايه اقتصادي و فرهنگي بر ارتباطات اجتماعي پرداخته است. از دیدگاه بورديو، «سرمايه اقتصادي و فرهنگي از اهميت ويژه‌اي برخوردار است. بورديو معتقد است که عاملان اجتماعي تا آنجا با يکديگر مشترکات دارند که در اين دستگاه دوعدي (سرمايه اقتصادي - سرمايه فرهنگي) به يکديگر نزديک باشند و ميزان تفاوت‌هايشان بستگي به اين دارد که در اين دستگاه چقدر از هم فاصله داشته باشند» (احمدی و احيایي، ۱۳۹۲: ۱۰).

به نظر بورديو، انتخاب‌هايي که افراد در مورد گزینه‌هاي فراغت انجام مي‌دهند، اساساً اجتماعي است و مردم سبک‌هاي زندگي و فعاليت‌هاي فراغتي را مي‌آموزند و با توجه به سرمايه‌هاي اجتماعي، اقتصادي و فرهنگي، نحوه گذران اوقات فراغت متفاوت است (ابراهيمي و ديگران، ۱۳۹۰: ۷۸). کروک و همکارانش (۱۹۹۲) فروريختن ناگهاني و شکننده شدن اصول فرهنگي را با در نظر گرفتن احتمالات نظري انواع فرايندهاي اجتماعي مؤثر شامل فرايندهاي «تمايزگذار» و «فراتمايزگذار» و «تمايززدا» بررسی کرده و معتقد است که طی مدرنيسم، فرهنگ دست‌خوش فرايندهاي تمايزگذار بسياري شد. فرهنگ به خودی خود از ديگر حوزه‌هاي زندگي اجتماعي متمايز و به زيگره‌هايي تقسيم گرديد و زيگره‌هاي تخصصي پيشين، چندين و چندباره تقسيم شده و در نهايت تخصصي و پيشرفته شده‌اند. اين وضعيت به گونه‌اي متناقض به ضد خود پيشرفته شده‌اند. اين وضعيت به «ضد خود» يعني تمايززدايي مي‌انجامد؛ زيرا پاره‌هاي جديد خيلي ساده‌تر از گروه‌هاي تخصصي پيشين گرد هم جمع مي‌شوند و مجموعه‌هاي جديدي را تشکيل مي‌دهند (ذکايي و چاوشيان، ۱۳۹۳: ۹۳). در رهيافت کنش، رابطه بين نظم و دگرگوني همواره مانند دو کفه ترازوست. در دوره‌هاي خاصي از تاريخ، کفه ترازو به نفع بازتوليد نظم و در دوره‌هايي نيز به‌سوي دگرگوني متمايل است. در ضمن از لحاظ نظري کارکردها خواص انتزاعي نظام اجتماعي نيستند؛ بلکه ويژگي‌هاي گروه‌هاي اجتماعي‌اند و به‌عنوان شرايط عضويت در جمع و کنش اجتماعي پديد مي‌آيند (روجک، ۱۳۹۵: ۱۲۸). محققان براي باورند که مطالعه سبک‌هاي فراغتي بر پايه اين اندیشه نظري استوار هستند که فعاليت‌هاي فراغتي کمتر جنبه اتفاقي و گسسته از هم را داشته و عناصر و مؤلفه‌هاي تشکيل دهنده آن‌ها نسبت نظري و مفهومي با يکديگر برقرار مي‌سازند (ذکايي، ۱۳۹۳: ۹۲). به اين صورت، نظريه‌پردازان

چندین ویژگی را برای فراغت برشمردند: ارتباط بین فراغت و انواع سرمایه‌ها، تمایز بین کار و فراغت، رابطه بین نظم و دگرگونی در فراغت طبق دوره‌های مختلف، وجود سبک و الگوهای در گذران فراغت از جمله این ویژگی‌هاست.

نظریه‌پردازان کارکردگرا برای تحلیل‌های خود مفاهیم بیشتری را تولید کردند. مرتن به‌طور مشخص به پیامدهای ناخواسته و سوء کارکردهایی آگاهی دارد که برخاسته از تنگناها و تنش‌های ساختاری در خود جامعه است (روجک، ۱۳۹۵). روجک به نقش دوره زندگی و سن در گذران فراغت تأکید دارد. طبق سنتی دیرین در بررسی رفتار فراغتی و علائق، گرایش‌ها، پسندها و رویکردهای سیاسی با افزایش سن تغییر می‌کند. این سنت از استعاره‌های ویژه نگرش چرخه باز زاینده تولد، کودکی، بلوغ، تولیدمثل، کهن‌سالی و مرگ ریشه دارد. مثلاً راپورتز استدلال می‌کند که فراغت پایه‌ای زیست‌شناختی دارد که با رویکردهای عاملیت تعارض‌هایی دارد (روجک، ۱۳۹۵: ۱۸۵).

تعریف مفاهیم

الف) شیوه‌های گذران فراغت: شامل دو شیوه گذران فراغت فردی و گذران فراغت جمعی شیوه گذران فراغت فردی: شیوه‌هایی از گذران فراغت که فرد به‌تنهایی در فضای واقعی یا مجازی انجام می‌دهد؛ مانند گوش دادن به موسیقی، گوش دادن به رادیو، جست‌وجوی اینترنتی، انجام خریدهای اینترنتی، قرائت قرآن و ادعیه و... شیوه گذران فراغت جمعی: شیوه‌هایی از گذران فراغت که فرد به‌صورت جمعی در فضای واقعی یا مجازی انجام می‌دهد؛ مانند شرکت در مهمانی‌های خانوادگی و دوستانه، انواع سفر، شرکت در جشن‌ها یا عزاداری‌های مذهبی، رفتن به کافی‌شاپ و...

ب) الگوهای گذران فراغت: الگوها یا سبک‌های گذران فراغت (برای نمایش گونه‌ای از سبک زندگی) از ترکیب منسجم و هدفمند شیوه‌های گذران فراغت فردی و جمعی حاصل می‌گردند. در این مطالعه سه الگو گذران فراغت شامل الگوی مدرن گذران فراغت، الگوی سنتی گذران فراغت و الگوی مذهبی گذران فراغت احصا شده است.

الگوی مدرن گذران فراغت: شامل مجموعه‌ای از شیوه‌های فراغت فردی و جمعی که ماهیت مدرن دارند، مانند انجام خریدهای اینترنتی، گوش دادن به موسیقی، رفتن به کافی‌شاپ، سفرهای سیاحتی و...

الگوی سنتی گذران فراغت: شامل مجموعه‌ای از شیوه‌های فراغت فردی و جمعی که ماهیت سنتی دارند، مانند شرکت در مهمانی‌های خانوادگی، رفتن به سفرهای

زیارتی، سیاحتی و تفریحی، استفاده و جست‌وجو در اینترنت، استفاده از شبکه‌های مجازی، دانلود فیلم و موسیقی.

الگوی مذهبی گذران فراغت: شامل مجموعه‌ای از شیوه‌های فراغت فردی و جمعی که ماهیت مذهبی دارند، مانند شرکت در جشن‌ها و عزاداری‌های مذهبی، سفرهای زیارتی، شرکت در مهمانی‌های خانوادگی، سفرهای زیارتی، قرائت قرآن، استفاده از اینترنت و جست‌وجو در فضای مجازی، ...

روش پژوهش

در مطالعه حاضر از روش کمی استفاده گردید. در روش پیمایش از ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. از آنجاکه شهر تهران به دلیل ویژگی‌های جمعیت شناختی می‌تواند نمونه مناسبی برای ارائه تصویری از تغییرات سبک زندگی در نسل‌ها باشد، مطالعه در شهر تهران انجام شد. حجم نمونه طبق فرمول کوکران تعداد ۳۹۰ تعیین و نمونه به سه خوشه جوانان (گروه سنی ۱۸-۳۵ سال)، میانسالان (گروه سنی ۳۶-۵۵) و سالمندان (گروه سنی ۵۶ سال و بیشتر) دسته‌بندی شد. تعداد ۲ پرسشنامه ناقص از روند تحلیل حذف و تعداد نهایی نمونه ۳۸۸ نفر است. شایان ذکر است، گرچه شرایط بحرانی کرونا در مرداد ۱۴۰۱ با افزایش واکسیناسیون و شناسایی روش‌های درمانی کاهش یافته بود؛ ولی اکثریت مردم حاضر به مصاحبه حضوری و تعامل با پرسشگر نبودند. بنابراین روش مصاحبه تلفنی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده و در ساعات مختلف روز با توجه به توزیع نمونه در مناطق مختلف شهر تهران انجام شد. پرسشنامه محقق‌ساخته دارای روایی صوری تأیید اساتید ابزار جمع‌آوری داده بود که در دو قسمت بررسی بیماری کرونا (تجربه ابتلا، شدت بیماری، نوع مواجهه) و در بررسی تغییرات گذران فراغت با ۱۹ گویه (۹ گویه فراغت فردی و ۱۰ گویه فراغت جمعی) با استفاده از طیف لیکرت سامان یافته بود. پایایی پرسشنامه توسط آزمون آلفای کرونباخ بررسی و در جدول ۱ گزارش شده است. سه الگوی گذران فراغت براساس داده‌ها شناسایی و تغییرات آن‌ها مورد سنجش قرار گرفت. در جدول ۱ مقدار آلفای کرونباخ را در سه الگوی گذران فراغت قبل و حین کرونا نشان می‌دهد.

جدول ۱. مقدار آلفای کروناخ

انواع الگوهای گذران فراغت	تعداد گویه ها	قبل از پاندمی کووید-۱۹	حین پاندمی کووید-۱۹
الگوی گذران فراغت سنتی	۱۱	۰/۷۱۶	۰/۷۱۳
الگوی گذران فراغت مذهبی	۱۳	۰/۶۸۱	۰/۷۲۱
الگوی گذران فراغت مدرن	۱۳	۰/۸۳۰	۰/۸۱۹

با توجه به اهمیت الگوی گذران فراغت در انتقال ارزش‌ها شناسایی تغییرات الگوهای گذران فراغت درون نسلی و بین نسلی قبل و حین کرونا بسیار مهم است. به‌همین دلیل برای شناخت تغییرات درون گروه‌های نسلی از آزمون تی زوجی و برای شناخت تفاوت‌های بین گروه‌های نسلی از رگرسیون استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

نمونه آماری به تفکیک سه نسل جوان، میانسال و سالمند بررسی شدند. همان‌گونه که در جدول ۲ ویژگی‌های جامعه‌شناختی نمونه مورد مطالعه به تفکیک نسل مشاهده می‌شود، میانگین سن در نسل جوان ۲۷/۳۵ در نسل میانسال ۴۷/۳۶ و در نسل سالمند ۶۸/۸۵ است. چهار متغیر تحصیلات، اشتغال، مسکن و طبقه اقتصادی نمونه آماری در جدول شماره ۲ گزارش شده است. تفاوت قابل ملاحظه‌ای در سرمایه اقتصادی و فرهنگی به تفکیک نسل در نمونه آماری وجود دارد. به‌طوری‌که در سرمایه فرهنگی، بیشترین درصد بی‌سواد و ابتدایی در بین سالمندان وجود داشته (۴۹/۳ درصد) در مقابل نسل جوان بیشترین درصد تحصیلات عالی را گزارش کرده‌اند (۵۳/۳ درصد). بررسی وضعیت مسکن نمونه آماری (به‌عنوان سرمایه اقتصادی) نشان می‌دهد که ۷۸/۱ درصد از سالمندان مالک منزل شخصی بوده و این درصد در بین جوانان نزدیک به ۴۷ درصد است بدین‌گونه نسل سالمند دارای سرمایه اقتصادی بالا و سرمایه فرهنگی پایین است، در حالی که نسل جوان برعکس دارای سرمایه فرهنگی بالا و سرمایه اقتصادی پایین گزارش شده‌اند. گرچه در خود اظهاری دسته‌بندی طبقه اقتصادی، وضعیت تقریباً مشابهی در همه نسل‌ها دیده می‌شود. به‌گونه‌ای که اعظم پاسخگویان خود را متعلق به طبقات پایین یا متوسط جامعه گزارش کرده‌اند.

جدول ۲. ویژگی‌های جامعه‌شناختی نمونه مورد مطالعه به تفکیک نسل

متغیر	طیف		جوانان		میانسالان		سالمنان	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
تحصیلات	بی‌سواد و ابتدایی	۱	۱/۱	۱۱	۱۴/۷	۳۶	۴۹/۳	
	راهنمایی	۶	۶/۵	۲۲	۹/۰	۹	۱۲/۳	
	دبیرستان و دیپلم	۳۶	۳۹/۱	۲۰	۳۹/۵	۱۷	۲۳/۳	
	فوق‌دیپلم و کارشناسی	۳۸	۴۱/۳	۸۸	۲۹/۶	۸	۱۱/۰	
	ارشد و بالاتر	۱۱	۱۲	۷۸	۷/۲	۳	۴/۱	
اشتغال	دانشجو	۲۱	۲۲/۸	-	-	-	-	
	خانه‌دار	۲۹	۳۱/۵	۱۲۴	۵۵/۶	۴۵	۶۱/۶	
	بیکار	۵	۵/۴	۳	۱/۳	۲	۲/۷	
	شاغل	۳۷	۴۰/۳	۷۹	۳۵/۴	۳	۴/۱	
	بازنشسته	-	-	۱۷	۷/۷	۲۳	۳۱/۶	
مسکن	شخصی	۴۴	۴۷/۸	۱۳۱	۵۸/۷	۵۷	۷۸/۱	
	اجاره‌ای	۳۰	۳۲/۶	۶۹	۳۰/۹	۱۴	۱۹/۲	
	سازمانی	۱	۱/۱	۳	۱/۳	۱	۱/۴	
	منزل پدري	۱۷	۱۸/۵	۱۴	۶/۴	-	-	
	سایر	-	-	۶	۲/۷	۱	۱/۴	
طبقه اقتصادی	پایین/ متوسط پایین	۳۷	۴۰/۲	۹۵	۴۲/۶	۳۲	۴۳/۸	
	متوسط	۵۲	۵۶/۵	۱۱۷	۵۲/۵	۳۶	۴۹/۳	
	متوسط بالا/ بالا	۳	۳/۳	۱۱	۴/۹	۵	۶/۹	
میانگین سن			۲۷/۳۵		۴۷/۶۳		۶۸/۸۵	

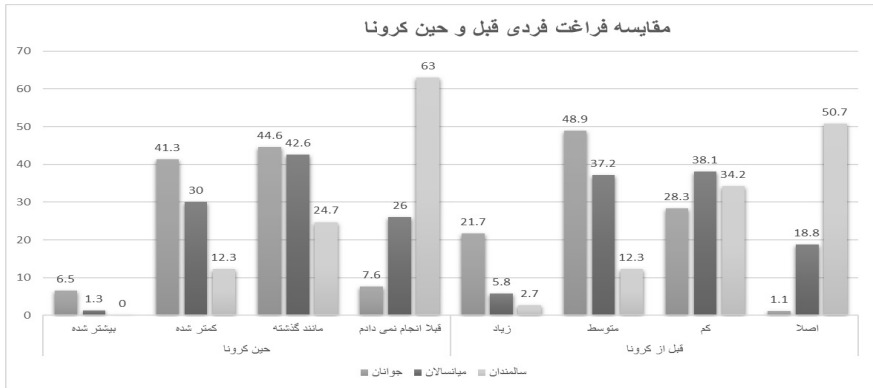
فراغت فردی در نسل‌های مختلف با ۹ گویه مورد سنجش قرار گرفته است که طیف مختلفی را از فراغت‌های فردی مدرن، سنتی و مذهبی را سنجیده‌اند. تفاوت‌ها و شباهت‌های نسلی در شاخص فراغت مشاهده می‌شود. بررسی تغییرات فراغت فردی در بین پاسخگویان قبل و حین پاندمی به تفکیک نسل به طوری که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود، حکایت از آن دارد که برخی از فراغت‌های فردی، کاهش و بعضی با فزونی و افزایش مواجه بوده‌اند. الگوی فراغت فردی در بین نسل‌های مختلف، متفاوت است.

۱. به منظور رعایت حجم مقاله نمودار کلی فراغت فردی و فراغت جمعی و نیز بعضی از گویه‌ها در متن گزارش شده است.

و جوان فراغت فردی بیشتری را نسبت به سایر گروه‌های نسلی پیش از ویروس کرونا داشته‌اند. به‌عنوان نمونه تماشای تلویزیون/ ماهواره در همه گروه‌های نسلی با میزان متفاوتی در دوران پاندمی بیشتر شد (بین ۱۳ تا ۲۱/۱ درصد). این وضعیت در مورد خواندن قرآن و ادعیه (بین ۱۰ تا ۱۷ درصد) نیز صادق است.

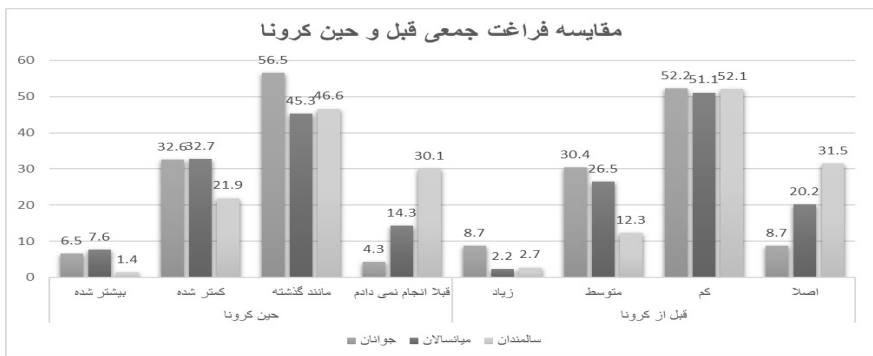
درحالت کلی انواع فراغت فردی در بین دو نسل جوان و میانسال به میزان متفاوتی افزایش یافته است؛ ولی در نسل سالمندان تغییرات فراغت فردی در دوران پاندمی بسیار محدود بوده است. فراغت‌های فردی مجازی در دوران پاندمی افزایش قابل توجهی بالأخص در بین گروه نسلی جوانان داشته است. از دیگر فراغت‌های فردی که در بین جوانان در دوران پاندمی افزایش یافته، گوش دادن به موسیقی است که نزدیک به یک‌پنجم از پاسخگویان جوان این وضعیت را گزارش کرده‌اند. بررسی دقیق‌تر نشان می‌دهد که تنها ۵/۴ درصد از جوانان موسیقی گوش نمی‌دهند. همچنین مطالعه داده‌های گوش دادن به موسیقی قبل از ویروس کووید-۱۹ نشان از آن دارد که بیش از ۸۰ درصد جوانان «متوسط» و «زیاد» موسیقی گوش می‌دادند و در دوران کرونا این وضعیت تشدید شده است. یافته حاضر بر ضرورت توجه متولیان فرهنگی برای تولید موسیقی مناسب و باکیفیت در راستای پاسخگویی به تقاضای نسل جوان تأکید دارد. بیش از نیمی از پاسخگویان بدون توجه به دوره نسلی هم در دوران قبل همه‌گیری ویروس کرونا و هم در حین آن به رادیو گوش نمی‌دادند (بیش از ۶۰ درصد در همه نسل‌ها) و بیش از یک‌پنجم از پاسخگویان در همه نسل‌ها «کم» از این رسانه استفاده می‌کنند؛ بنابراین می‌توان اظهار داشت که به‌صورت کلی گوش دادن به رادیو به‌عنوان یک فراغت فردی در جامعه ایران با کاهش شدید مواجه شده و شیوه‌های دیگری از فراغت فردی مورد اقبال شهروندان قرار گرفته‌اند. تغییرات فراغت فردی در نسل‌های مختلف با شدت‌های متفاوت است. به‌طوری‌که فراغت فردی نسل جوان در برخی از موضوعات بیشتر شده ولی در بین سالمندان تغییرات فراغت فردی محدود بوده است. تغییرات فراغت فردی نسل میانسال به نسل جوان شباهت بیشتری دارد تا به نسل سالمند. داده‌ها تصویر واضحی از مصرف فرهنگی و فراغتی جامعه نمونه ارائه می‌دهد که با بسیاری از آمارهای موجود همخوان است.

سبک زندگی نسل‌ها و همه‌گیری کرونا [...]



نمودار ۱. مقایسه شیوه‌گذران فراغت فردی قبل و حین پاندمی کرونا به تفکیک نسل (درصد)

گذران فراغت به شیوه‌جمعی بیشترین تغییرات را به دلیل محدودیت‌ها و قرنطینه‌های ویروس کرونا داشت. یافته‌ها حکایت از تنوع بیشتر فراغت جمعی (درصد و میزان) در جوانان در مقایسه با سایر گروه‌های نسلی دارد (نمودار ۲). فراغت‌های جمعی سالمنان اغلب خانواده محور است. درحالی‌که جوانان و میانسالان با سایر گروه‌های اجتماعی نیز به گذران فراغت می‌پردازند. ازسوی‌دیگر نوع فراغت نیز وابسته به نسل (و دوره زندگی) است و گذران جمعی پیش از پاندمی کووید-۱۹ در بین نسل‌های مختلف با میزان یکسانی انجام نمی‌شده است. براساس داده‌های حاضر می‌توان تغییرات فراغتی را قبل و حین ویروس کرونا در بین نسل‌های مختلف در سپهر اجتماعی مشاهده نمود.



نمودار ۲. مقایسه شیوه‌گذران فراغت جمعی قبل و حین پاندمی کرونا به تفکیک نسل (درصد)

بی‌تردید افراد طبق انتخاب و ذائقه خویش به گذران فراغت می‌پردازند. در نتیجه می‌توان طبق مجموعه‌ای از انواع فراغت افراد، «الگو یا سبک» مشخصی برای

دسته‌بندی آن به کاربرد. با توجه به داده‌های موجود و انواع فراغت (فردی- جمعی) سه الگوی فراغتی مدرن، سنتی و مذهبی قابل‌احصا هستند.

میزان تغییرات درون نسلی الگوهای گذران فراغت، همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود یکسان نیست. مطالعه دقیق‌تر مقایسه تفاوت میانگین الگوهای گذران فراغت به تفکیک نسل‌ها (جدول ۳) حکایت از آن دارد که در نسل جوان محدودیت‌های پاندمی، سبب افزایش میانگین در الگوهای مذهبی و مدرن گذران فراغت شده و در مقابل میانگین الگوی سنتی فراغت با کاهش مواجه شده است. به‌طوری‌که میانگین فراغت مذهبی با کمی افزایش از ۱/۵۷۶۱ قبل از کرونا به ۱/۶۳۰۴ در حین ویروس کرونا رسیده است. بیشترین تغییر در فراغت نسل جوان را می‌توان در الگوی مدرن فراغت مشاهده نمود که میانگین فراغت مدرن در جوانان از ۱/۵۸۷۰ قبل از کرونا به ۱/۷۰۶۵ در حین همه‌گیری ویروس کرونا افزایش یافته است. فراغت سنتی الگویی است که حین پاندمی در بین جوانان کاهش یافته است. به‌گونه‌ای که از ۱/۸۲۶۱ قبل از پاندمی به ۱/۷۰۶۵ در حین پاندمی کاهش یافته است.

تغییرات الگوهای گذران فراغت در بین نسل میانسال قبل و حین پاندمی ویروس کرونا تا حدودی شبیه به تغییرات الگوی گذران فراغت جوانان بوده است که الگوهای فراغت مذهبی و مدرن با افزایش و الگوی فراغت سنتی تغییر قابل‌توجهی نداشته است. میانگین فراغت مذهبی میانسالان قبل از پاندمی ویروس کرونا ۱/۲۸۷۰ بوده که در حین پاندمی ویروس کرونا به ۱/۴۳۵۰ رسیده است. همچنین میانگین فراغت مدرن این گروه نسلی قبل از پاندمی ویروس کرونا ۰/۹۹۵۵ بوده است که در حین پاندمی ویروس کرونا با افزایش چشمگیر به ۱/۲۷۳۵ رسیده است. در مقابل الگوی فراغت سنتی این نسل قبل از پاندمی ویروس کرونا ۱/۴۷۰۹ بوده که در دوران پاندمی ویروس کرونا با کمی کاهش به ۱/۴۸۸۸ رسیده است؛ بنابراین در نسل میانسال بیشترین تغییر در الگوی فراغت مدرن به وقوع پیوسته است.

جدول ۳ تغییرات الگوی گذران فراغت در دوران قبل و حین پاندمی کرونا را درون هر نسل و بین نسل‌ها نشان می‌دهد. نسل سالمند به دلیل ویژگی‌های این دوره زندگی، دارای فراغت قلیل و محدود قبل از همه‌گیری ویروس کرونا بوده است و در حین این بیماری الگوهای گذران فراغت این نسل با تغییرات محدودی مواجه شده، این در حالی است که فراغت مذهبی در حد محدود، فراغت سنتی با شدت قابل توجه کاهش یافته ولی الگوی فراغت مدرن در حد کمی افزایش داشته است. میانگین

سبک زندگی نسل‌ها و همه‌گیری کرونا [...] ۱

فراغت مذهبی نسل سالمند قبل از ویروس کرونا ۰/۸۶۳۰ بوده که در دوران پاندمی ویروس کرونا به ۰/۸۲۱۹ کاهش محدودی داشته است. بیشترین تغییر در الگوی گذران فراغت سنتی نسل سالمند رخ داده است. درحالی‌که قبل از پاندمی ویروس کرونا میانگین فراغت سنتی سالمندان ۱/۱۰۹۶ بوده که در دوران ویروس کرونا به ۰/۹۰۴۱ کاهش یافته است. به عبارتی محدودیت‌های پاندمی ویروس کرونا سبب تنهاتر شدن سالمندان و کاهش شدید فراغت سنتی آنان شد. الگوی فراغت مدرن سالمندان قبل و حین ویروس کرونا تغییر کمی را نشان می‌دهد. بدین‌صورت که از ۰/۴۶۵۸ قبل از همه‌گیری ویروس کرونا به ۰۵۶۱۶ در حین ویروس کرونا رسیده است؛ بنابراین الگوی فراغت سنتی در همه نسل‌ها با شدت متفاوت کاهش داشته و الگوی فراغت مدرن با شدت متفاوت در همه نسل‌ها افزایش داشته است. الگوی فراغت مذهبی نیز در دوران پاندمی ویروس کرونا افزایش محدودی در جوانان و میانسالان داشته ولی در بین سالمندان این فراغت در حد محدودی با کاهش مواجه شده است.

جدول ۳. مقایسه میانگین تغییرات الگوی گذران فراغت بین و درون نسلی قبل و حین پاندمی ویروس کرونا

نسل مذهبی		الگوی گذران فراغت قبل از ویروس کرونا			الگوی گذران فراغت حین ویروس کرونا		
		سنتی	مدرن	مذهبی	سنتی	مدرن	مذهبی
جوانان	Mean	۰/۵۷۶۱	۱/۸۲۶۱	۱/۵۸۷۰	۱/۶۳۰۴	۱/۷۰۶۵	۱/۷۰۶۵
	N	۹۲	۹۲	۹۲	۹۲	۹۲	۹۲
	Std. Deviation	۰/۶۵۰۱۷	۰/۵۶۶۶۳	۰/۶۶۵۵۱	۰/۶۲۴۰۱	۰/۶۰۲۸۹	۰/۷۳۴۳۷
میانسالان	Mean	۱/۲۸۷۰	۱/۴۷۰۹	۰/۹۹۵۵	۱/۴۳۵۰	۱/۴۸۸۸	۱/۲۷۳۵
	N	۲۲۳	۲۲۳	۲۲۳	۲۲۳	۲۲۳	۲۲۳
	Std. Deviation	۰/۶۹۶۳۰	۰/۷۲۷۷۰	۰/۷۳۸۲۶	۰/۷۶۷۶۱	۷۵۲۵۴	۰/۸۴۹۷۹
سالمندان	Mean	۰/۸۶۳۰	۱/۱۰۹۶	۰/۴۶۵۸	۰/۸۲۱۹	۰/۹۰۴۱	۰/۵۶۱۶
	N	۷۳	۷۳	۷۳	۷۳	۷۳	۷۳
	Std. Deviation	۰/۷۵۱۲۰	۰/۷۹۱۶۵	۰/۶۲۵۴۴	۰/۷۳۳۰۰	۰/۸۱۹۲۹	۰/۷۶۳۵۱

مطالعه میانگین سبک فراغت مدرن در نسل‌های مختلف قبل و حین ویروس کرونا نشان از آن دارد که پاندمی ویروس کرونا سبب تغییر سبک فراغت مدرن نسل‌های

حاضر در سپهر اجتماع شده است جوانان بیشترین فراغت مدرن را در مقایسه با سایر گروه‌ها تجربه می‌کردند، این گروه به همراه میانسالان بیشترین تغییر را در این سبک فراغتی تجربه کرده‌اند. کمترین میزان فراغت مدرن توسط سالمندان انجام می‌شده که شاهد کمترین تغییرات نیز بوده‌اند. به منظور بررسی معناداری تغییرات گذران فراغت مدرن درون گروهی از آزمون تی زوجی استفاده شده است. در جدول ۴ مشاهده می‌شود، آزمون آماری تی زوجی نشان از معنادار بودن تغییرات فراغت مدرن در درون گروه‌های نسلی دارد. به عبارت دیگر فراغت مدرن در تمام گروه‌های نسلی قبل و حین پاندمی ویروس کرونا با تغییرات معناداری همراه بوده است.

جدول ۴. آزمون تی زوجی مقایسه درون نسلی تغییرات الگوی مدرن گذران فراغت قبل و حین پاندمی ویروس کرونا

Paired Samples Correlations					
Sig.	Correlation	N	نسل		
۰/۰۰۰	۰/۴۰۱	۹۲	الگوی مدرن گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	جوانان
۰/۰۰۰	۰/۶۹۱	۲۲۳	الگوی مدرن گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	میانسالان
۰/۰۰۰	۰/۸۴۱	۷۳	الگوی مدرن گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	سالمندان

در جدول ۵ آمده، بررسی حاضر نشان می‌دهد که نه تنها در درون گروه‌های نسلی تغییرات الگوی فراغت مدرن معنادار است؛ بلکه آزمون آماری نشان از معنادار بودن تغییرات این الگوی فراغتی در بین گروه‌های نسلی دارد.

جدول ۵. مقایسه بین نسلی تغییرات الگوی مدرن گذران فراغت پیش و حین پاندمی ویروس کرونا

ANOVA						
معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات		
۰/۰۰۰	۵۲/۸۶۴	۲۶/۰۱۵	۲	۵۲/۰۳۱	بین گروهی	الگوی مدرن گذران فراغت قبل از ویروس کرونا
		۰/۴۹۲	۳۸۵	۱۸۹/۴۶۴	درون گروهی	
			۳۸۷	۲۴۱/۴۹۵	مجموع	
۰/۰۰۰	۴۱/۲۵۱	۲۶/۹۳۲	۲	۵۳/۸۶۴	بین گروهی	الگوی مدرن گذران فراغت حین ویروس کرونا
		۰/۶۵۳	۳۸۵	۲۵۱/۳۶۳	درون گروهی	
			۳۸۷	۳۰۵/۲۲۷	مجموع	

سبک زندگی نسل‌ها و همه‌گیری کرونا [...] ۱

از دیگر الگوهایی که برای گذران فراغت شناسایی شد، الگوی سنتی فراغت است. جوانان به دلیل ویژگی‌های دوره زندگی و سن نسبت به سایر گروه‌های نسلی دارای سبب فراغتی متنوعی بوده و بیش از دیگر نسل‌ها به انواع فراغت می‌پردازند. مقایسه میانگین گذران الگوی سنتی فراغت در نسل‌های مختلف نشان می‌دهد که این الگوی فراغتی حین کرونا در همه نسل‌ها با کاهش مواجه شده؛ گرچه شدت تغییرات در همه نسل‌های مورد بررسی یکسان نبوده است. جدول ۶ حکایت از آن دارد که آزمون آماری تی زوجی این تغییرات در تمامی گروه‌های نسلی مورد بررسی داده که نشان می‌دهد تغییرات (درون‌گروهی) درون نسلی الگوی سنتی فراغت قبل و حین پاندمی معنادار بوده است.

جدول ۶. آزمون تی زوجی مقایسه درون نسلی تغییرات الگوی سنتی گذران فراغت قبل و حین پاندمی ویروس کرونا

Paired Samples Correlations					
Sig.	Correlation	N	نسل		
۰/۰۰۱	۰/۳۳۱	۹۲	الگوی سنتی گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	جوانان
۰/۰۰۰	۰/۶۳۱	۲۲۳	الگوی سنتی گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	میانسالان
۰/۰۰۰	۰/۷۰۲	۷۳	الگوی سنتی گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	سالمنان

برای مقایسه بین نسلی از آزمون آنوا استفاده شده است. در جدول ۷ مشاهده می‌شود سبک سنتی فراغت نه تنها درون نسل‌ها با تغییرات معناداری همراه بوده؛ بلکه این تغییرات در بین گروه‌های نسلی نیز براساس آزمون‌های آماری معنادار بوده است.

جدول ۷. مقایسه بین نسلی تغییرات الگوی سنتی گذران فراغت پیش و حین پاندمی ویروس کرونا

ANOVA						
معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات		
۰/۰۰۰	۲۱/۱۰۰	۱۰/۵۱۷	۲	۲۱/۰۳۴	بین‌گروهی	الگوی سنتی گذران فراغت قبل از ویروس کرونا
		۰/۴۹۸	۳۸۵	۱۹۱/۹۰۱	درون‌گروهی	
			۳۸۷	۲۱۲/۹۳۶	مجموع	
۰/۰۰۰	۲۶/۰۱۷	۱۳/۹۹۷	۲	۲۷/۹۹۴	بین‌گروهی	الگوی سنتی گذران فراغت حین پاندمی ویروس کرونا
		۰/۵۳۸	۳۸۵	۲۰۷/۱۲۷	درون‌گروهی	
			۳۸۷	۲۳۵/۱۲۱	مجموع	

در گذران الگوی مذهبی فراغت در نسل‌های مختلف الگوی مشابهی را نشان نمی‌دهد. در جدول ۳ آمده، در نسل جوان و نسل میانسال شاهد تغییرات محدودی در این الگوی فراغتی هستیم در حالی که در نسل سالمند الگوی فراغت مذهبی با روند کاهشی محدودی در حین پاندمی ویروس کرونا همراه بوده است. آزمون آماری تی زوجی (جدول ۸) برای بررسی معناداری تغییرات سبک مذهبی فراغت در درون گروه‌های نسلی قبل و حین پاندمی ویروس کرونا نشان می‌دهد که در همه نسل‌های مطالعه‌شده، این تغییرات معنادار بوده است.

جدول ۸. آزمون تی زوجی مقایسه درون نسلی تغییرات الگوی مذهبی گذران فراغت قبل و حین پاندمی ویروس کرونا

Paired Samples Correlations					
Sig.	Correlation	N	نسل		
۰/۰۰۲	۰/۳۱۴	۹۲	الگوی مذهبی گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	جوانان
۰/۰۰۰	۰/۶۰۸	۲۲۳	الگوی مذهبی گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	میانسالان
۰/۰۰۰	۰/۷۱۲	۷۳	الگوی مذهبی گذران فراغت قبل و حین ویروس کرونا	Pair 1	سالمندان

جدول ۹ نشان می‌دهد که در بین نسل‌های سه‌گانه مورد بررسی تغییرات الگوی مذهبی فراغت پیش و حین پاندمی ویروس کرونا نیز طبق آزمون آماری معنادار بوده است؛ بنابراین می‌توان اظهار داشت که نه تنها تغییرات سبک مذهبی گذران فراغت در درون نسل‌ها معنادار است؛ بلکه این تغییرات در دو دوره زمانی بررسی شده در بین نسل‌ها تغییر گذران فراغت مذهبی نیز معنادار است.

جدول ۹. مقایسه بین نسلی تغییرات الگوی مذهبی گذران فراغت پیش و حین پاندمی ویروس کرونا

ANOVA						
معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات		
۰/۰۰۰	۲۱/۴۰۴	۱۰/۳۸۱	۲	۲۰/۷۶۲	بین گروهی	الگوی مذهبی گذران فراغت قبل از پاندمی ویروس کرونا
		۰/۴۸۵	۳۸۵	۱۸۶/۷۳۰	درون گروهی	
			۳۸۷	۲۰۷/۴۹۲	مجموع	
۰/۰۰۰	۲۷/۳۳۹	۱۴/۵۵۲	۲	۲۹/۱۰۴	بین گروهی	الگوی مذهبی گذران فراغت حین ویروس کرونا
		۰/۵۳۲	۳۸۵	۲۰۴/۹۲۷	درون گروهی	
			۳۸۷	۲۳۴/۰۳۱	مجموع	

این مطالعه نشان می‌دهد که پاندمی ویروس کرونا به‌صورت یک متغیر مستقل بر تغییر الگوهای فراغتی تأثیرگذار بوده و تفاوت‌هایی را در الگوی فراغتی نسل‌ها به‌عنوان یکی از شاخص‌های سبک زندگی ایجاد نموده است. در انواع‌گذران فراغت جمعی و فردی، پاندمی ویروس کرونا تغییراتی ایجاد کرد که استفاده از فراغت‌های فردی دیداری شنیداری (رسانه محور) نسبت به دوران پیش از آن در گروه‌های نسلی جوان و میانسال فزونی یافته است. در فراغت‌های جمعی نیز تأکید بیشتر به فراغت‌های خانواده محور بالأخص در گروه نسلی سالمندان بوده است. در نهایت فراغت فردی به دلیل شرایط پاندمی ویروس کرونا نسبت به گذشته بیشتر شد؛ ولی این تغییرات درون و بین نسل‌ها یکسان نبود. تعطیلی فیزیکی دانشگاه‌ها و برخی مشاغل و تبدیل آن به فعالیت‌های برخط و نوحواهی و مهارت استفاده از اینترنت و نیز فضای مجازی سبب شد که جوانان به‌عنوان گروهی که بیشترین زمان‌گذران فراغت را دارند به‌گذران فراغت فردی اهتمام بیشتری داشته باشند. درحالی‌که سالمندان دارای تغییرات فراغت فردی کمتری بودند، زیرا پیش از کرونا نیز آنان از این شیوه فراغتی کمتر استفاده می‌کردند. در گروه میانسالان تغییرات فراغت فردی بیشتر شبیه به الگوی فراغت جوانان بود. در نوع فراغت جمعی نیز تغییراتی مشاهده شده است. مقایسه درون نسلی نشان می‌دهد که فراغت جمعی سالمندان کم بوده ولی نسبت به سایر نسل‌ها کاهش کمتری در حین کرونا داشته است. فراغت جمعی نسل جوان کاهش داشته و میانسالان تقریباً الگوی نزدیک به جوانان را در فراغت جمعی تجربه و گزارش کرده‌اند.

نتیجه‌گیری

فراغت را می‌توان هسته اصلی سبک زندگی (ذکایی، ۱۳۹۳) و مهم‌ترین بستر برای انتقال ارزش‌ها (هریس، ۱۳۹۱؛ آزاد ارمکی، ۱۳۸۳) دانست. زیمیل فراغت را بستری برای ایجاد فرهنگ و آشکار نمودن هویت دانسته، دورکیم تقویت ارزش‌های جمعی (به‌ویژه ارزش‌های مذهبی) را به‌عنوان مهم‌ترین کارکرد‌گذران فراغت برشمرد (ذکایی و چاوشیان، ۱۳۹۳). به باور بوردیو «سلیقه» از مشخصات طبقه اجتماعی است. وی به ارتباط بین سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی تأکید دارد. او معتقد است که عاملان اجتماعی تا آنجا با یکدیگر مشترکات دارند که در این دستگاه دو بعدی باهم نزدیک باشند (احمدی و احیایی، ۱۳۹۲)؛ بنابراین چگونگی‌گذران فراغت نه‌تنها یکی از بسترهای نمایش سبک زندگی است بلکه تغییرات آن بر انتقال ارزش‌های درون نسلی

و بین نسلی مؤثر است. یافته‌های مطالعه حاضر حکایت از تفاوت قابل توجه نسل سالمند و جوان در دو سرمایه اقتصادی و فرهنگی دارد که به نظر می‌رسد یکی از علل تفاوت نسل‌ها، تفاوت مشترکات ارزشی و کنشی نسل‌ها بوده که متأثر از وضعیت سرمایه‌های آنان است.

«ایران همچون سایر کشورهای در حال توسعه، چند دهه ای است که گام‌هایی در جهت مدرن شدن و نوسازی برداشته است و در سایه این امر، تغییر و تحولات چشمگیری را در بسیاری از زمینه‌ها و نهادهای اجتماعی تجربه می‌کند» (عباس زاده و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۶۲). رخداد همه‌گیری ویروس کرونا به تغییر سبک زندگی بشر منجر شد (گالی و دیگران، ۲۰۲۱؛ شایان مهر و پرتوی، ۱۴۰۱) و ابعاد مختلف زندگی انسان فردگرا در دنیای مدرن تحت تأثیر محدودیت‌های حاصل از پاندمی ویروس کرونا قرار گرفت. درحالی‌که کنش انسان‌ها به دلیل استفاده بیشتر از فناوری و فضای مجازی به‌سوی فردگرایی و کاهش تعاملات چهره به چهره پیش می‌رفت، پاندمی ویروس کرونا نیز شرایط موصوف را تشدید کرده و به تنهایی بیش از پیش بشر بالأخص در جوامع شهری و کلان‌شهرها انجامید. شدت تأثیر چنین وضعیتی برای برخی گروه‌های نسلی بیش از دیگران بود. از آنجاکه محدودیت‌های پاندمی ویروس کرونا برگردان فراغت بشدت تأثیر گذاشت، بنابراین برای مطالعه تغییرات سبک زندگی نسل‌ها در دوران کرونا، بررسی تغییرات الگوی گذران فراغت آنان ضروری است. الگوی گذران فراغت به‌عنوان یک شاخص سبک زندگی، تقویت‌کننده سبک زندگی مشخصی در بین نسل‌ها بوده و گذران فراغت بستری برای انتقال ارزش‌هاست. تغییرات آن سبب تقلیل/افزایش انتقال بین نسلی ارزش‌ها می‌گردد و پاندمی ویروس کرونا سرعت این تغییر را افزایش داده و تقویت کرده است، با توجه به اهمیت این تحولات، مطالعه و بررسی تغییرات به تفکیک نسل‌ها به‌منظور احصا پیامدها ضروری می‌نمود.

بوردیو معتقد است که فراغت کمتر جنبه اتفاقی و گسسته داشته و عناصر آن با یکدیگر رابطه مفهومی و نظری دارند. او معتقد به وجود سبک و الگوهایی در گذران اوقات فراغت است. داده‌های این مطالعه در تأیید نظر بوردیو سه الگوی فراغت مدرن، سنتی و مذهبی قبل و حین ویروس کرونا را نشان می‌داد که بدین‌اساس دسته‌بندی و به تفکیک نسل‌ها بررسی شدند. بررسی حاضر نشان می‌دهد که تغییرات معنادار درون نسلی و تفاوت‌های بین نسلی در الگوهای گذران فراغت وجود داشته که ویروس کرونا به‌عنوان عامل بیرونی سبب ایجاد آن شده است. پاندمی ویروس کرونا سبب شدت تا

تقریباً در همه نسل‌ها الگوهای گذران فراغت به سمت فردی و مجازی شدن تمایل پیدا کند، وضعیتی که پیش‌از پاندمی ویروس کرونا، در جامعه ایران در جریان بود و همه‌گیری به آن سرعت بخشید. به عبارت دیگر ویروس کرونا عامل تغییرات نبوده؛ بلکه به تسهیل‌کننده و عامل افزایش ظهور و بروز این تغییرات در جامعه بوده است. این یافته تأییدکننده پژوهش حیدری و مداحی (۱۴۰۱) است.

یافته‌های پژوهش پیش‌رو در تأیید نظرسنجی‌ها، دلالت بر تغییر الگوی فراغت درون و بین نسلی ولی با شدت کمتری دارد. همچنین شباهت‌های قابل توجهی بین نسل جوان و میانسال در این زمینه مشاهده شد که با نسل سالمند تفاوت داشت. چنین تفاوت‌های نسلی در مطالعات قبل از شروع پاندمی (نازارت، ۲۰۰۷) نیز گزارش شده است. در تحلیل تغییرات الگوی گذران فراغت نسل سالمند قبل و حین می‌توان اظهار داشت که در نسل سالمند الگوی فراغت سنتی بسیار کاهش داشته، الگوی فراغت مذهبی با تغییرات محدودی مواجه بوده و در مقابل الگوی فراغت مدرن آنان کمی افزایش داشته است. تغییرات الگوی گذران فراغت میانسالان شباهت‌هایی با نسل جوان داشت به طوری که در هر دو نسل الگوی فراغت مدرن افزایش و فراغت سنتی کاهش یافته است. افزایش الگوی فراغت مدرن با استفاده بیشتر از فضای مجازی و کاهش تعاملات چهره به چهره در تمامی نسل‌ها، در مقابل کاهش الگوی سنتی گذران فراغت و کاهش تعامل با اعضای خانواده و اقوام در زمان فراغت پیامدهایی را در آینده در جامعه ایرانی به دنبال خواهد داشت که در ادامه به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

۱. عادت به تنهایی و تنهاتر شدن خانواده و فرد ایرانی

روند جهانی فردگرایی و گذران فراغت مدرن که الگوهای مرجع جدیدی را به جامعه معرفی می‌کند قادر به ایجاد تغییر در الگوهای ارزشی افراد است. افزایش فراغت رسانه‌ای و اسکرین تایم، قبل از پاندمی ویروس کرونا شروع شده بود و با قرنطینه‌های طولانی تشدید شد. گرچه در بین نسل‌های مختلف میزان این شیوه از گذران فراغت متفاوت بود. ولی در همه نسل‌های سه‌گانه پاندمی کرونا به افزایش الگوی فراغت مدرن انجامید. عادت به کاهش تعاملات چهره به چهره و جمعی بالأخص در بین جوانان که تعامل با خانواده (و اقوام) را موجب تلاش برای نظارت بر رفتار آنان می‌دانستند، افزون‌تر شد. این وضعیت در نمونه بررسی شده و بین نسل جوان که دارای فراغت فردی رسانه‌محور بیشتر، فراغت جمعی کمتر و فراغت مذهبی کمتر هستند، عمیق‌تر و در میانسالان با شدت متوسطی به وقوع پیوسته است. در مقابل، سالمندان

تمایل به فراغت‌های جمع‌گرایانه داشته و از فراغت مذهبی بیشتر بهره می‌برند، نسبت به سایر نسل‌ها فراغت رسانه‌ای کمتری داشتند؛ ولی پاندمی ویروس کرونا آنان را مجبور به افزایش الگوی فراغت مدرن و کاهش الگوی فراغت سنتی نمود که موجب اجبار به فردگرایی در این نسل شد. در وضعیت موصوف فردگرایی در سالمندان نسبت به سایر گروه‌های نسلی کمتر است. گرچه محتمل است کاهش تمایل به تعاملات چهره به چهره در نسل‌های جوان و میانسال، تقاضای فراغت جمعی نسل سالمند را با چالش مواجه کند.

تغییرات گذران فراغت به افزایش تنهایی فرد و خانواده ایرانی خواهد انجامید. افزایش فردگرایی و کاهش فراغت‌های جمعی و تعاملات خانوادگی منجر به عدم کاهش بسترهای درونی شدن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در افراد شده و تداوم فرهنگی را در آینده با چالش روبه‌رو خواهد نمود که لازم است به این مهم توجه خاص گردد. کاهش تعاملات چهره به چهره انسانی بحران جدیدی به نام «تنهایی مفرط» را به دنبال خواهد داشت که حاصل و پیامد شرایط پاندمی است. این پدیده با توجه به ابعاد تأثیر روانی حضور در جامعه برای انسان و همچنین زندگی جمعی انسان، می‌تواند به شکل‌گیری موج عظیمی از پیامدهای منفی روانی، دامن بزند. وضعیت موصوف بالأخص در مورد «سالمندان تنها» با محدودیت‌های توانایی استفاده از فضای مجازی بیشتر قابل مشاهده است. براساس داده‌های مطالعه حاضر محدودیت‌های ناشی از پاندمی ویروس کرونا پیامدی به نام «عادت به تنهایی» و «کاهش تمایل به رفت‌وآمد» را در بین افراد ایجاد نمود که محتمل است برای برخی به معنی «افزایش حریم خصوصی»، «کنترل و کاهش نظارت خانواده (و دیگران)» باشد. در این صورت می‌توان «تمایل به تنهایی» را از پیامدهای پاندمی ویروس کرونا دانست.

۲. تضعیف بسترهای انتقال و درونی سازی ارزش‌ها (بین نسلی و درون نسلی)

در تحلیل جامعه‌شناسی، نخستین بار دورکیم و تحلیل‌های کارکردگرایانه او نقش فراغت را به عنوان نهادهای اجتماعی در انتقال ارزش‌های جامعه و حفظ انسجام جامعه آشکارتر ساخت. بسیاری از فراغت‌های جمعی (سوگواری/ اعیاد) برآمده از نوعی وجدان جمعی است (ذکایی، ۱۳۹۳: ۱۵۱). فراغت یکی از مهم‌ترین بسترهای غیررسمی انتقال ارزش‌ها و هنجارها به نسل بعدی و درونی سازی درون نسلی محسوب می‌شود، کاهش چنین ارتباطاتی سبب تغییراتی در انتقال و تثبیت ارزش‌های بین نسلی شد. در نتیجه این مهم یکی از پیامدهای بلندمدت پاندمی در حوزه «انتقال ارزش‌ها

و هنجارهای بین نسلی» بوده که محدودیت تعاملات انتقال بین نسلی این ارزش‌ها را دشوار کرد. مشکلات محدود شدن انتقال بین نسلی هنجارها، به تفاوت هر چه بیشتر نسلی و در شرایط بحرانی به تعارض نسلی خواهد انجامید. بالأخص کاهش فراغت‌های جمعی که بستری برای انتقال ارزش‌هاست به افزایش تفاوت‌های نسلی در بین جوانان و به‌ویژه سالمندان منجر شده است. همچنین در نسل میانسال که گذران فراغت در آن‌ها شباهت بیشتری به نسل جوانان دارد، تفاوت نسلی با نسل سالمندان افزایش یافته است.

۳. تمایل بیشتر به فراغت‌های فردی و رسانه‌محور

درحالی‌که کنش انسان‌ها به دلیل استفاده بیشتر از فناوری و فضای مجازی به‌سوی فردگرایی و کاهش تعاملات چهره به چهره پیش می‌رفت، پاندمی کرونا نیز شرایط موصوف را تشدید کرده و به افزایش فردگرایی و تنهایی بیش از پیش انسان‌ها بالأخص در جوامع شهری و کلان‌شهرها انجامید. شدت تأثیر چنین وضعیتی برای برخی افراد با تأکید بر گروه‌های نسلی بیش از دیگران بود. محققین چنین شرایطی را از مواردی که می‌تواند بر سلامت روانی و بهزیستی افراد جامعه تأثیر بگذارد، دانسته‌اند.

ازسوی دیگر فراغت‌های فردی از فراغت‌هایی بود که در دوران پاندمی و ویروس کرونا بیشتر از دوران قبل از آن استفاده می‌شد. از آنجاکه مدت زمان استفاده/انجام یک فعالیت باعث تمایل به ادامه آن خواهد شد، تغییر در میزان فراغت رسانه‌محور بالأخص در نسل‌های جوان و میانسال، افزایش فراغت فردی به‌ویژه در بین نسل‌های جوان، کاهش فراغت جمعی در نسل‌های میانسال و جوان، کاهش در فراغت مدرن جوانان (فراغت مدرن میانسالان و سالمندان قبل از کرونا کم بود)، تداوم میزان فراغت مذهبی در سالمندان، کاهش فراغت مذهبی در میانسالان و جوانان را متأثر از شرایط پاندمی دانست. از آنجاکه فراغت‌های جمعی که بستری برای انتقال ارزش‌ها هستند در دوران پاندمی کاهش یافتند، تغییر در ارزش‌های نسل‌ها از دیگر پیامدهای پاندمی کرونا است.

رفتارهای اجتماعی از جمله سبک زندگی تحت تأثیر و پیامد متغیرها و عوامل متکثری بوده که پاندمی یکی از آن‌هاست. به نظر می‌رسد عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی متنوعی در ایجاد و تداوم تحولات اجتماعی ایفای نقش می‌کنند که برخی از آن‌ها با شرایط پاندمی تقویت یا تضعیف شدند. براساس مطالعات پیشین تغییراتی در جامعه ایران در حال رخ دادن بوده است که پاندمی آن‌ها را تقویت یا تسهیل کرد. به برخی از این تغییرات شامل تغییر ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و دینی، افزایش

سطح تحصیلات، تغییر در میزان و نوع تعاملات در خانواده، اهمیت یافتن مدیریت بدن و استفاده از شبکه‌های اجتماعی هستند. به نظر می‌رسد افزایش فردگرایی و کاهش تعاملات در فضای واقعی تغییر نقش و جایگاه خانواده و تحولات کلان فناورانه به همراه مشکلات و بحران‌های اقتصادی، پیامدهایی چون تغییر در نگرش، ارزش و هنجارهای جامعه بدون توجه به نسل، تنهایی مفرط، تمایل به تنهایی و کاهش کنترل (و کاهش) نظارت (خانواده و دیگران) بالأخص در بین جوانان و تا حدی میانسالان داشته است. پاندمی به‌عنوان یک کاتالیزور، ایجاد زمینه برای ظهور و بروز مواجهه با این تغییرات است. در بین نسل‌های جوان پاندمی زمانی را برای بازاندیشی و تعدیل ارزش‌ها در حوزه‌های مختلف، تمایل به تنهایی را فراهم آورد. نسل جوان به‌عنوان نسل نوحه‌خواه و نوجو به همراه نسل میانسال تلاش کردند با تعدیل برخی از ارزش‌ها و عناصر فرهنگی، انتخاب‌های متنوعی را برای کنش‌ها و سبک زندگی بیابند که به نظر می‌رسد این وضعیت تا مدت‌های طولانی تداوم داشته باشد. طبق یافته‌ها و نتایج پیشنهاد می‌شود:

- برای کاهش تنهایی نسل سالمند با توجه به شرایط آنان زمینه‌های فراغت‌های جمعی از طریق ایجاد مراکز فرهنگی (و مذهبی) در سطح محله برنامه‌ریزی، اطلاع‌رسانی و اجرا شود.

- به دلیل افزایش فراغت مدرن بالأخص در جوانان و به منظور انتقال ارزش‌ها به نسل بعد، پیشنهاد می‌شود محتوای فرهنگی فاخر در زمینه‌های پرمصرف جوانان (مانند موسیقی) تولید و در دسترس قرار گیرد.

منابع و مأخذ

ابراهیمی، مرضیه؛ سخائی، الهام (۱۴۰۱). واکاوی تجربه زیسته گذران اوقات فراغت جوانان پیش و پس از شیوع کرونا. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۹(۴)، ۲۲۲-۱۹۳.

Doi: <https://www.doi.org/10.22059/jisr.2022.309104.1114>

آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۳). جوانان و دگرگونی فرهنگی ارزش‌ها. *مجموعه مقالات دومین همایش انجمن جمعیت‌شناسی با تأکید بر جوانان*، دانشگاه شیراز.

جعفرزاده پور، فروزنده و دیگران (۱۳۹۶). بررسی رابطه مناسبات نسلی و چگونگی گذران اوقات فراغت. *گزارش نهایی طرح پژوهشی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی*.

جعفرزاده پور، فروزنده و دیگران (۱۳۹۹). اوقات فراغت ایرانیان تحولات و روندهای آینده. *گزارش نهایی طرح پژوهشی منتشر نشده، سازمان برنامه و بودجه*.

حیدری، حسین، مداحی، جواد (۱۴۰۱). تأثیر پاندمی کووید ۱۹ بر روابط خانوادگی مطالعه‌ای مبتنی بر روش کیفی، *مجموعه مطالعات کیفی کرونا. پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، وزارت ارشاد*.

ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۳). فراغت، مصرف و جامعه گفتارهایی انتقادی. *انتشارات تیسرا: تهران*

ذکایی، محمد سعید، داد‌هیر، ابوعلی و خاشعی، رضا (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر انتخاب سبک زندگی سلامت‌محور شهروندان شهر تهران با تأکید بر مصرف رسانه‌ای. *مجله جهانی رسانه*، ۱۱(۱)، ۴۷-۶۵.

رحمتی، محمدمهدی، بخشی، سعادت (۱۳۹۴). سبک زندگی و الگوی مصرف (مورد مطالعه: تلفن همراه). *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۸(۴)، ۱۱۹-۱۴۲.

رفعت‌جاء، مریم (۱۳۹۰). فراغت و ارزش‌های فرهنگی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۴(۱)، ۱۵۱-۱۹۰.

روجک، کریس (۱۳۹۵). نظریه فراغت اصول و تجربه‌ها، ترجمه عباس مخبر، *انتشارات تیسرا: تهران*

ساروخانی، باقر، میرزایی ملکیان، محمد و توکلی، زهره (۱۳۹۲). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر گذران اوقات فراغت در تکوین هویت ملی جوانان. *فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۴(۳)، ۵۵-۸۱.

شایان‌مهر، محمد، پرتوی، لطیف (۱۴۰۱). تفاوت جنسیتی تجارب زیسته سالمندان جوان (۷۴-۶۰ ساله) در دوران همه‌گیری کووید-۱۹. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۹(۹۷)، ۱۶۷-۲۰۳.

Doi: <https://doi.org/10.22054/qjss.2023.73174.2632>

عباس زاده، محمد، عدلی‌پور، صمد، آقایی‌هیر، توکل و علیزاده اقدم، محمدباقر (۱۳۹۹). تحولات نهاد خانواده در فرایند نوسازی و تأثیر آن بر سیاست‌گذاری ایران در حوزه خانواده. *مطالعات فرهنگ- ارتباطات*، ۲۱(۵۱).

Doi: <https://doi.org/10.22083/jccs.2020.153452.2599> . ۱۶۱-۱۹۲

غفاری، غلامرضا (۱۳۸۷). پیوند و تعامل اوقات فراغت و سرمایه اجتماعی در میان جوانان ایرانی. *فصلنامه مطالعات جوانان*، ۱۳(۱۳).

فکوهی، انصاری مهابادی، فکوهی، ناصر و انصاری مهابادی، فرشته (۱۳۸۲). اوقات فراغت و شکل‌گیری شخصیت فرهنگی نمونه موردی دو دبیرستان دخترانه شهر تهران. *نامه انسان‌شناسی*، ۱(۴)، ۶۱-۸۹.

کاظمی، عباس، محسنی آهویی، ابراهیم (۱۳۸۷). تبعیض سنی: ارزیابی گفتمان سیاست فرهنگی در هویت‌بخشی به جوانان ایرانی، *نامه علوم اجتماعی*، ۱۶(۳۳)، ۲۴-۵۳.

کلانتری، اسماعیل، زارعی، مریم و عبدالهی، فاطمه (۱۴۰۱). آسیب‌های زندگی دانشجویان در دوران کرونا، *رفاه اجتماعی*، ۲۲(۸۷)، ۳۲۱-۳۵۵.
Doi: 10.32598/refahj.22.87.4082.1

مدیر، محمدحسین و دیگران (۱۳۹۹). نحوه گذران اوقات فراغت در شرایط قرنطینه خانگی برای جلوگیری از ابتلا به کرونا و ویروس جدید یک مطالعه توصیفی تحلیل در ارتباط با ساکنین شهرستان جهرم. *فصلنامه کمیته تحقیقات دانشجویی*، ۲۳(۷۵)، ۸۳-۹۸.
Doi: 10.22038/NNJ.2020.52257.1233

هریس، دیوید (۱۳۹۳). مفاهیم کلیدی در مطالعات فراغت. ترجمه محمد سعید ذکایی و سنا چاوشیان، انتشارات تیتسا.

Abbaszadeh, M; Adlipour, S; Aghayari Hir, T; Alizadeh Aghdam, M.B. (2020). Transformations of the Family Institution in Modernization Process and its Impact on Iran's policy-making in the Field of Family, *Culture- Communication Studies*, 21(51), 161-192, Doi 10.22083/jccs.2020.153452.2599 [In Persian]

Ahmadi, A., & Ehyayi, P. (2014). Generation Gap and its Influencing Factors (Case Study of Sarab Town's Highschool Students). *Sociological Cultural Studies*, 4(4), 1-27 [In Persian]

Anderson, N. (2007). *Work and Leisure*, Routledge.

Azadarmaki, T. (2004). Youths and Cultural Value Changes, the second conference of the population association of Iran: population issues with emphasis on youth in Iran: proceedings, Center for Community Studies and Research of Asia and the Pacific [In Persian]

Baceviciene, M.; Jankauskiene, R. (2021). Changes in Sociocultural attitudes towards appearance, Body image, eating attitudes and behaviors, Physical activity, and quality of life in students before and during COVID-19 lockdown, *Appetite*, 166(1), 105452, doi.10.1016/j.appet.2021.105452.

Balanza-Martinez, V. and Others. (2021). The assessment of Lifestyle changes During the COVID-19 Pandemic using a Multidimensional Scle, *Rwvista Psiquiatria y Salud Mental (Barcelona)*, 14 (1): 16-26, doi.org/10.1016/j.rpsm.2020.07.003

Bentlage, E. & Others. (2020). Practical Recommendations for Maintaining Active Lifestyle During the COVID-19 Pandemic A Systematic Literature Review, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6265, doi.org/10.3390/ijerph17176265

Caroppo, E. and others. (2021). Will Nothing Be the Same Again? Changes in Lifestyle During COVID-19 Pandemic and Consequences on Mental Health, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16), 8433, doi.org/10.3390/ijerph18168433

Ebrahimi, M; Sakhaei, E. (2022). Examine Young People's Live Experiences of Their Leisure Activities Before and After the Corona Virus, *Quarterly of Social Studies Research in Iran*, 11(1), 193-220, Doi: 10.22059/JISR.2022.309104.1114 [In Persian]

- Fakohi, N., Ansari Mahabadi, F. (2003). Leisure time and the formation of cultural personality, a case study of two girls' high schools in Tehran, *Iranian Journal of Anthropology*, 1(4),61-89 [In Persian]
- Fitzgerald, Doninic A. Nunn, K.; Isaacs, D. (2020). Consequences of physical distancing emanating from the COVID-19 pandemic an Australian Perspective, *Paediatric Respiratory Reviews*, 35, 25-30, doi.org/10.1016/j.prrv.2020.06.005
- Galle, F. and Others. (2021). Knowledge and Lifestyle Behaviors Related to COVID-19 Pandemic in People over 65 Years Old from Southern Italy, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 9(6)18, 638, doi.org/10.3390/vaccines9060638
- Harris, D. (2014). Key concepts in leisure studies, Tr. M.S. Zokaie & S. Chavoshian, Tisa Publication, Tehran, second ed [In Persian]
- Heidarei, H; Maddahi, J. (2022). effect of Covide-19 Pandemic on family relations A study based on qualitative method in Collection of qualitative studies of Corona, Institute of Culture, Art and Communication, Ministry of Culture and Islamic Guidance [In Persian]
- Huntley, R; Bratt,A. (2023). An Interpretative Phenomenological Analysis of the Lived Experiences of Older Adult During the COVID-19 Pandemic in Sweden, *Nordic Psychology*, 1-16, doi.org/10.1080/19012276.2022.2026810
- Jafarzadehpour, F & others(2020).). Iranian Leisure Time changes and Future trends, project Final Reput(unpublished) Program and budget organization [In Persian]
- Jafarzadehpour, F & others. (2017). Survey on Relation between the Intergenerational relationships and Method of Leisure Time Spending, project Final Reput(unpublished), Institute for Humanities and Social Sciences in ACECR [In Persian]
- Kalantari, E; Zarei, M; Abdolahi, F. (2022). Negative Consequences Affecting the Lifestyle of Students During Covid-19 Pandemic, *Social Welfare Quartery*, 22(87), 321-355, Doi 10.32598/re-fahj.22.87.4082.1 [In Persian]
- Kazemi, A; Mohseni Ahoei, A. (2008). *Age Discrimination An Appraisal of Prosperity Discourse of Cultural Policy in Identification of Urban Youth*, *Journal of Social Science Letter*, 16(1), 23-53, [In Persian]
- Lange, K. W; Nakamura, Y. (2020). Lifestyle Factors in the Prevention of COVIDE-19, *Global Health Journal*, 4(4), 146-152, doi.org/10.1016/j.glohj.2020.11.002
- Liu, Hung-Ling and others. (2021). Leisure experience and participation and its contribution to stress-related growth amid COVIDE-19 pandemic, *Leisure Studies*, 41(1), 70-84, doi.org/10.1080/02614367.2021.1942526
- Modabber, M. H & others. (2020). How to Spend Leisure Time during Home Quarantine to Prevent the Spread of COVID-19 Infection: A Descriptive-analytical Study among Individuals in Jahrom, Iran, *NAVIDNO*, 23(75), 83-98, Doi: 10.22038/nmj.2020.52257.1233 , [In Persian]
- Nazareth, Linda. (2007). *The Leisure Economy, How Changing Demographics, Economics, and Generational Attitudes Will Reshape Our Lives and Our Industries*, John Wiley & Sons Canada, Ltd. Canada.

- Partovi, L., & Shayanmehr, M. (2022). Gender Differences of the Lived Experiences of Young Olds (60-74 years old) During the COVID-19 Pandemic. *Social Sciences*, 29(97), 167-203. doi: 10.22054/qjss.2023.73174.2632 **[In Persian]**
- Qafari, Q.R. (2008). The connection and interaction of leisure time and social capital among Iranian youth, *Youth Studies*, (13), 77-94 **[In Persian]**
- Rafatjah, M. (2011). *Leisure and Cultural Norms*, *Journal of Iranian Cultural Research*, 4(1), 151-220, **[In Persian]** doi.org/10.7508/ijcr.2011.13.007
- Rahmati, M.M.; Bakhshi, S. (2016) *Lifestyle and Consuming Pattern Case Study: Cellphone*, *Journal of Iranian Cultural Research*, 8(4), 119-142, **[In Persian]** doi.org/10.7508/ijcr.2015.32.005
- Ratten, V. (2021). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship cultural, lifestyle and societal changes, *journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 747-761, doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0163.
- Rawat, D. and others. (2021). Impact of COVID-19 outbreak on Lifestyle Behavior a review of studies published in India, *Diabetes & Metabolic Syndrome Clinical Research & Review*, 15(1), 331-336, doi.org/10.1016/j.dsx.2020.12.038.
- Rojek, Chries (2014) *Theory of leisure, principles and experiences*, Tr Abbas Mokhber, Tisa Publication, Tehran, **[In Persian]**
- Saroukhani, B; Mirzayee, M; tavakoli, Z (2014) Leisure effect on Youth National Identity development; A Sociological study, *Sociological Cultural Studies*, 4(3), 55-81, **[In Persian]**
- Shayanmehr, M; Partovi, L (2022) Gender Differences of the Lived Experiences of Young Olds (60-74 year old) During the COVID-19 Pandemic, *Quarterly Journal of Social Sciences*, 29(97), 167- 203 **[In Persian]**
- Stodolska, M. (2010). Changes in Leisure Participation Patterns After Immigration, *Leisure Science*, 22(1), 39-63.
- Xiang, M.; Zhang, Z.; Kuwahare, K. (2021) Impact of COVID-19 pandemic on children and adolescent's lifestyle behavior larger than expected, *Cardiovascular Diseases*, 63(4); 531-532, Doi:10.1016/j.pcad.2020.04.013.
- Zokaei, M. S (2014) *Leisure, consumption and society, critical discoursesn* Tisa Publication, Tehran **[In Persian]**
- Zokaei, M. S; Vedadhier, A; Khashei, R (2016) Factors Influencing the Health Lifestyles in Tehran, with a Focus on the Media Consumption, *World Media Mgazin*, 11(1), 47-65 **[In Persian]**

Understanding the Lived Experience of the Journalists' Interpersonal and Social Communication Quality in the Age of Corona

Majid Tavallaee, Ph.D. Candidate in Communication Science, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. Email: majid.tavallaee60@gmail.com.

Javad Alipoor, Assistant Professor of International Relations, Political Science Department, Faculty of Law and Social Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran, (Corresponding Author).
Email: alipoor@tabrizu.ac.ir.

Mehran Samadi, Assistant Professor of the Department of Communication Science, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran. Email: m_samadi@iaut.ac.ir.

Samad Abedini, Assistant Professor of the Department of sociology Science, Khalkhal Branch, Islamic Azad University, Khalkhal, Iran. Email: abedinisamad@gmail.com.

Abstract

The purpose of this article is to study the lived experience of the journalists' interpersonal and social communication quality. Due to the implementation of preventive measures during the outbreak of Corona, the special characteristics of human life affected the individuals' communication in different ways and created novel experiences through new changes in the daily life and human interactions. The journalists with the highest level of human communication were selected as the statistical population. This article uses the interpretive phenomenology and the semi-structured interview method in order to understand the deep meaning of these experiences. The study field of the research includes the journalists in Tehran, and the sample selection continued until the theoretical saturation of the data with 21 journalists. Finally, the open, central and selective coding was done based on analyzing the interviews to identify the related categories and concepts to the role of preventive measures in the journalists' interpersonal and social communications; two categories were counted in interpersonal communications including "challenge in personal and family relationships" and "mental and psychological changes" and three categories were realized in social communications including "challenge in social interactions and distance from society", "challenge in mutual social understanding" and "reduction in social cohesion". The findings indicate that there has been a "reverse turn" in the journalists' interpersonal and social communications compared to the normal condition and has actually generated serious challenges for the journalists in terms of interpersonal and social relations.

Keywords

Corona, Preventive Measures, Interpersonal Relations, Social Relations, Reverse. Turn

فهم تجربه زیسته کیفیت ارتباطات میان فردی و اجتماعی خبرنگاران در عصر کرونا

مجید تولایی^۱، جواد علی پور^۲، مهران صمدی^۳ و صمد عابدینی^۴

چکیده

هدف این مقاله مطالعه تجربه زیسته کیفیت ارتباطات فردی و اجتماعی خبرنگاران است. ویژگی‌های خاص زیست انسانی به دلیل اعمال اقدامات پیشگیرانه در دوران شیوع کرونا به شیوه‌های مختلف روابط افراد را تحت تأثیر قرار داد و با ایجاد تغییرات جدید در زندگی روزمره و تعاملات انسانی، تجربیات نوینی را به وجود آورد. خبرنگاران با بیشترین سطح ارتباطات انسانی، به عنوان جامعه آماری این پژوهش انتخاب شد. در این پژوهش برای فهم معنای عمیق این تجربیات از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری و روش مصاحبه نیمه ساخت یافته استفاده شده است. میدان مطالعه تحقیق شامل خبرنگاران شهر تهران است و انتخاب نمونه تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت و به ۲۱ نفر رسید. در نهایت، بر اساس تحلیل مصاحبه‌ها، کدگذاری باز، محوری و انتخابی جهت شناسایی مقولات و مفاهیم در رابطه با نقش اقدامات پیشگیرانه در پاندمی کرونا در روابط میان فردی و اجتماعی خبرنگاران انجام شد؛ در روابط میان فردی دو مقوله «چالش در روابط شخصی و خانوادگی» و «تغییرات روحی و روانی» و در روابط اجتماعی سه مقوله «چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه»، «چالش در درک اجتماعی متقابل» و «کاهش انسجام اجتماعی» احصا شد. یافته‌ها حکایت از آن دارد که نوعی «چرخش معکوس» در روابط فردی و اجتماعی خبرنگاران نسبت به شرایط عادی ایجاد شده و عملاً روابط میان فردی و اجتماعی خبرنگاران با چالش‌های جدی مواجه شده است.

واژگان کلیدی

کرونا، اقدامات پیشگیرانه، روابط میان فردی، روابط اجتماعی، چرخش معکوس

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۲۷

۱. دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. majid.tavallaei60@gmail.com

۲. استادیار روابط بین الملل گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران، (نویسنده مسئول) alipor@tabrizu.ac.ir

۳. استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. m_samadi@iaut.ac.ir

۴. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد خلخال، دانشگاه آزاد اسلامی، خلخال، ایران. abedinisamad@gmail.com

مقدمه

اندیشمندان بر این باورند که «انسان موجودی اجتماعی» است و این ماهیت اجتماعی، انسان را به برقراری رابطه و ایجاد ارتباط با دیگران سوق می‌دهد تا با توجه به ساخت روانی، شرایط تربیتی و محیطی به سلسله‌ای از ارتباطات متنوع و متفاوت مبادرت ورزد. به بیان دیگر، زندگی شبیه یک شبکه ارتباطی بسیار گسترده است، لذا ارتباطات دارای اهمیت ویژه‌ای است (الوانی، ۱۳۹۰: ۱۷۴). تقریباً یک اتفاق نظر کلی وجود دارد که ارتباطات در چهار سطح درون فردی، میان فردی، سازمانی و کلان اجتماعی انجام می‌شود (Hargie et al., 1999). هر یک از این سطوح از جایگاه ویژه و موقعیت متفاوتی در تعاملات روزانه برخوردار هستند و از موقعیت‌های مختلف و اختلافات در زمینه‌ای شروع می‌شود که در آن اتفاق می‌افتند. در سطح ارتباطات میان فردی، تمرکز مطالعه بر روابط ارتباطی بین دو شخص محدود و ثابت است (Naumovski & et al., 2017). به عبارت دیگر، ارتباطات میان فردی فرایندی است که به وسیله آن اطلاعات، معانی و احساسات توسط افراد از طریق تبادل پیام‌های کلامی و غیرکلامی به اشتراک گذاشته می‌شود (Keyton at al, 2013). به عبارت دقیق‌تر، ارتباطات میان فردی یک تعامل گزینشی نظام‌مند، منحصر به فرد و روبه پیشرفت است که سازنده شناخت طرفین از یکدیگر و محصول این شناخت است و موجب خلق معانی مشترک در بین آن‌ها می‌شود (Wood, 2002: 57). در نگاهی کلان، ارتباطات مناسب میان اعضای جامعه، در نهایت انسجام و هویت جمعی، همدلی، محبت و تعاون را در جامعه ارتقاء می‌بخشد (وجدانی، ۱۳۹۸: ۱۲۴).

در این میان خبرنگاران به عنوان اصلی‌ترین و مهم‌ترین واسطه انتقال اخبار و اطلاعات از تنش‌های موجود و یا ایجاد شده ارتباطی متأثر هستند که این امر بر روند انتقال و کسب اطلاعات و اخبار تأثیرگذار است. بدون تردید، خبرنگاران هنوز جایگاه خود را در انتخاب و انتشار اخبار حفظ کرده‌اند. از این رو، افراد دارای مهارت‌های گفتاری، شنیداری و بازخوردی بهتر در ایجاد ارتباط اثربخش موفق خواهند شد (نظری و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۹). شیوع بیماری ناشی از ویروس کرونا، یک بحران جهانی ایجاد کرد که تأثیر عمیقی بر نحوه درک جهان و زندگی روزمره انسان داشته است. نه تنها میزان ابتلا به ویروس و الگوی انتقال، شهروندان را تهدید می‌کند، اقدامات ایمنی اعمال شده برای مهار شیوع ویروس نیز در خودداری از انجام کارهایی که ذاتاً انسانی هستند، نیاز به کنترل ارتباطات

میان فردی و اجتماعی و رعایت فاصله اجتماعی دارد. در این زمینه، حضور فیزیکی افراد در ارتباط با یکدیگر، تهدیدی است که این شرایط با خود به همراه آورده است. از طرفی به علت ضرورت رعایت فاصله اجتماعی، روابط فردی و اجتماعی افراد در محیط‌های مختلف مثل خانواده، محل کار و جامعه دچار تغییر و تحول می‌شود؛ مثلاً بسیاری از مشاغل به صورت دورکاری در آمد و حضور کارمندان در محیط کار کم شد که دورکاری به حوزه کاری روزنامه‌نگاران هم تسری یافت و بر روابط میان فردی و اجتماعی آن‌ها تأثیر گذاشت. از سوی دیگر، تحقیقات مختلف به‌طور کلی از بروز مشکلات روان‌شناختی و ایجاد استرس و اضطراب در پاندمی کرونا حکایت دارد (رحمانی و رضائیان، ۱۴۰۰؛ شهیاد و محمدی، ۱۳۹۹؛ صفاری و همکاران، ۱۴۰۰؛ نصیرزاده و همکاران، ۱۳۹۹؛ ATUC, 2020 و Backhol and Idāsa, 2022) که علاوه بر ایجاد مشکلات جسمی نظیر کاهش سیستم ایمنی بدن و شدت بیماری، مشکلات روانی به همراه دارد. این مقوله در خصوص نحوه عملکرد خبرنگاران بیشتر نمایان می‌شود که در شرایط عادی با استرس و اضطراب کاری مواجه هستند. لذا با توجه به این موارد مهم، پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا رابطه اقدامات پیشگیرانه در پاندمی کرونا با کیفیت ارتباطات میان فردی و اجتماعی خبرنگاران شهر تهران را بررسی و آسیب‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی متأثر از شیوع ویروس کرونا و بررسی تأثیر دورکاری و فاصله‌گذاری اجتماعی بر بازده کاری روزنامه‌نگاران را شناسایی کند.

سؤال اصلی پژوهش این است که اقدامات پیشگیرانه در دوران شیوع ویروس کرونا چه تأثیری بر ارتباطات میان فردی و اجتماعی خبرنگاران شهر تهران در طول دوران همه‌گیری این ویروس داشته است؟ روابط خانوادگی و اجتماعی و سطوح تأثیر آن‌ها دستخوش چه تغییراتی شده است و اینکه این تغییرات در سطح روابط میان فردی و اجتماعی چه تأثیری بر عملکرد خبرنگاران و حرفه آن‌ها گذاشته است؟ چرا که دورکاری به عنوان یکی از تبعات گسترش این ویروس، موجب حضور بیشتر افراد خانواده کنار یکدیگر شد. حضوری که در کنار محسّنات آن به دلیل انتقال استرس محیط کار به منزل، تبعات منفی زیادی را به دنبال داشت. لازم به تأکید است که حتی با فرض بعید، اگر در آینده ویروس جدیدی هم بشر و زیست انسانی را تهدید نکند، ویروس کووید ۱۹ موجب شد تا به شناخت بیشتری از وجوه شخصیت انسانی و روابط آن برسیم که ثبت این موضوع در قالب پژوهش و مستندسازی آن‌ها می‌تواند برای پژوهش‌های آتی در حوزه ارتباطات فردی و اجتماعی و دانشجویان رشته‌های ارتباطات اجتماعی، روانشناسی، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی پله‌ای برای مراحل بالاتر باشد.

چارچوب مفهومی

این پژوهش از منظر پدیدارشناسی تجربه زیسته کیفیت ارتباطات میان فردی و اجتماعی یک قشر مشخص را در پاندمی کرونا بررسی می‌کند. لذا برای مطالعه رابطه اقدامات پیشگیرانه پاندمی کرونا با کیفیت ارتباطات فردی و اجتماعی از دیدگاه نظریه‌پردازان ارتباطات اجتماعی استفاده می‌کند. نظریه تعامل‌گرایی نمادین، ارتباط را محصول معانی خلاقانه و روابط متقابل مشترک می‌داند. بر اساس این نظریه، نظریه‌پرداز ساخت اجتماعی برای تعقیب معرفت‌شناسی واقع‌گرایانه همراه با تمایزاتی مانند جوهر حادثه به‌خوبی عمل می‌کند و ذهن را قادر می‌سازد تا چگونگی شناخت امکان تغییر و اقتضا را بفهمد. باین‌حال، به‌رغم تغییرات تصادفی، یک انسان باهوش، قادر به گفتار نمادین، دستوری، قابل انتخاب و دارای مسئولیت اخلاقی است (Hancock, 2013: 252).

به اعتقاد لئوناردو سانتوس^۱ (۲۰۱۵) نظریه ساخت اجتماعی مجموعه‌ای از آثار است که به تجربه انسان از واقعیت تحت تأثیر مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی معتقد است. یکی از اصل اساسی این نظریه این است که «واقعیت‌هایی» مانند جنسیت به‌عنوان ایستا، «طبیعی» و از نظر «اخلاقی درست تجربه می‌شوند، اما باین‌وجود، در طول زمان و بین فرهنگ‌ها تغییراتی پیدا می‌کنند» (Santos, 2015: 1). باید تأکید کرد که تأثیرات نظریه ساخت اجتماعی بسیار زیاد بوده که توانسته است یک گفتمان میان‌رشته‌ای تشکیل دهد. بر این اساس، یکی از عوامل مهم در تفکر ساخت‌گرای اجتماعی، رویکرد خرد جامعه‌شناختی کنش متقابل نمادین است (Burr, 2015: 222). بر این اساس، می‌توان استدلال کرد که پاندمی کرونا به دلیل تغییرات صورت گرفته در نوع ارتباطات و تعاملات انسانی میان اعضای خانواده و همکاران سازمانی، تأثیرات جدی بر ساخت اجتماعی داشته است و این مقاله درصدد بررسی این مسئله در ارتباط با خبرنگاران شهر تهران است. مطابق این نظریه، هرگونه برخورد با اشیا و انسان‌ها و قرار گرفتن در جریان یک رویداد، معانی گوناگونی را به ذهن متبادر می‌کند و فرد با استفاده از این معانی به ارتباط با دیگران دست می‌زند. به‌عنوان مثال، بی‌توجهی یک فرد در ارتباط، احساس ناخوشایند پایدار در فرد مقابل ایجاد می‌کند که در روابط بعدی بروز می‌کند، حتی اگر فرد موردنظر به دلایلی چون اختلاف خانوادگی یا عدم موفقیت کاری در نخستین ارتباط به ما بی‌توجهی کند. همچنین، این نظریه تصویر هر فرد از خودش را نیز شامل می‌شود. روابط انسان با خود و با دیگران

آینه‌ای است از نمادی که فرد از خود، در ذهن خویش دارد. به بیان دیگر، تعامل نمادین بدین معنی است که اولاً، زندگی اجتماعی مستلزم ارتباطات تا حد زیادی نمادین است. ثانیاً، در این ارتباط یا کنش متقابل، عمل یک فرد رفتار فرد دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد و واکنش فرد دوم به نوبه خود، بر طرز رفتار فرد اول اثر می‌گذارد. انسان از طریق چنین تعاملی جامعه‌پذیر شده و هویت و اعمال خویش را سازماندهی می‌کند. اینکه فرد کیست و خود را چگونه می‌پندارد، به نحوه روابط او با دیگران بستگی دارد. لذا، می‌توان هویت شخص را به گروه‌هایی نسبت داد که عضو آن‌هاست یا دوست دارد که عضو آن‌ها باشد (رستمی تبریزی و محتشمی، ۱۳۹۲: ۶۶). بنابراین، اساسی‌ترین دیدگاه در رویکرد مذکور آن است که واکنش دیگران نسبت به ظاهر، رفتار، اهداف و شخصیت فرد، نقش مهمی در شکل‌گیری و تغییر هویت و اعمال وی دارد و در کنار برداشت ذهنی خود شخص از این ارزیابی، می‌تواند هویتی مثبت و رفتارهایی شایسته یا خودانگاری منفی و اعمالی ناشایست را در او بیافریند (تنهایی، ۱۳۸۳: ۴۱۰). با این حال، آنچه در این تحقیق بیشتر حائز اهمیت است، افزایش ارتباطات فردی در درون خانواده به دلیل تعطیلی کار یا دورکاری در دوران پاندمی کرونا است که طبق این نظریه‌ها باید موجب ارتقا برخی مؤلفه‌ها و معیارها در روابط فردی و اجتماعی شود. در حالی که نتیجه تحقیق چیز دیگری است. لذا برای تبیین بهتر مسئله از نظریه دیگر یعنی تعامل اجتماعی بهره می‌گیریم.

اروینگ گافمن^۱ در چارچوب نظریه تعامل اجتماعی با محوریت مفهوم مدیریت برداشت، بر تعامل رودررو تأکید می‌کند. او استدلال می‌کند که همه موقعیت‌های اجتماعی شامل تلاش دو یا چند نفر برای متقاعد کردن دیگران از تعاریف طرف مقابل در خصوص موقعیت موجود است. تعریف گافمن از خود نیز متفاوت از سایر اندیشمندان است و به «خود» در معنای سنتی اعتقاد ندارد. «او فکر نمی‌کند که ما می‌توانیم درباره خود افراد انتزاعی از موقعیت‌های اجتماعی آن‌ها بحث کنیم و استدلال می‌کند که خود موجودی نیست که به نوعی مقدم بر اجرای آن باشد، بلکه این است که در همان فرآیند اجرا پدید می‌آید» (Persson, 2021: 5). گافمن تعامل اجتماعی معمول در زندگی روزمره را به عنوان یک آیین تعامل اجتماعی مبتنی بر احترام به فرد به عنوان یک شی تقریباً مقدس تفسیر می‌کند. بر این اساس «افراد به یکدیگر کمک می‌کنند تا نوعی تعادل و ثبات را در تعاملات اجتماعی خود حفظ کنند و در نتیجه

1. Erving Goffman

به شکلی ناخواسته به حفظ نظم تعامل کمک کنند» (Persson, 2021: 10). طبق نظر گافمن، جامعه موجودیتی عینی و مستقل از عوامل اجتماعی ندارد، بلکه به دست همین عوامل و از طریق تعامل ساخته و حفظ می‌شود. لذا به اعتقاد وی ایفای هرگونه نقش اجتماعی به معنای واقعی کلمه، یک اجرا است. یعنی یک نمایش‌گرزینی - رفتاری که نمی‌تواند به‌طور پیوسته ادامه یابد و باید تا حدودی، به‌صورت آگاهانه یا ناآگاهانه، برنامه‌ریزی و فراگرفته شود. درست مانند یک نمایش، صحنه باید به شکل مناسبی آماده شود، بازیگران باید به دقت بازی شان را کنترل کنند و ایفای نقش در یک نمایش، باید جدا از نقش‌های سایر نمایش‌ها باشد.

این مقاله در چارچوب این نظریات این موضوع را موشکافی می‌کند که بحران پاندمی کرونا چگونه روابط فردی و اجتماعی خبرنگاران را متحول کرده است. در این زمینه، با توجه به سه نظریه مذکور می‌توان بررسی کرد که بحران کرونا چه مفاهیم و معانی جدیدی را در روابط اجتماعی پدید آورده است. همچنین، بر اساس نظریه تعامل اجتماعی، تغییر نقش افراد در عرصه اجتماعی در دوران کرونا و اساساً تأثیر اقدامات پیشگیرانه در دوران پاندمی کرونا بر نقش‌های افراد در سطح جامعه بررسی می‌شود.

پیشینه پژوهش

در خصوص تأثیر اقدامات پیشگیرانه در زمان پاندمی کرونا بر روابط میان فردی و اجتماعی به‌طور کلی تحقیقاتی صورت گرفته است. عبدالله رحمانی و محسن رضائیان (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیرات احتمالی عالم‌گیری کووید - ۱۹ بر رفتار خودکشی در سراسر جهان: یک مطالعه مروری ساختارمند»، از میان ۱۵۶۰ مقاله با بررسی ۵۳ مقاله به این نتیجه رسیدند که علاوه بر مشکلات جسمی، فاصله‌گذاری اجتماعی، جداسازی، قرنطینه و اجرای محدودیت‌ها جهت کاهش موارد این بیماری، زمینه‌ساز اختلالات روان‌شناختی از جمله خودکشی و مشکلات اقتصادی و اختلال در تعاملات اجتماعی است.

همچنین، علی صفاری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر شیوع بیماری کووید ۱۹ و فاصله‌گذاری اجتماعی بر نرخ جرایم (مطالعه موردی: استان تهران)» نشان دادند که شیوع بیماری کووید ۱۹ و دستور بهداشتی فاصله‌گذاری اجتماعی، الگوهای فعالیت روزمره را تغییر داده و باعث تغییر در نرخ جرایم شده‌اند که در نتیجه آن آگاهی در مورد افزایش خطر انواع خشونت‌های خانگی، به‌ویژه

کودک‌آزاری، لزوم تقویت آموزش چگونگی پاسخگویی مؤثرتر و ایمن اورژانس اجتماعی به درخواست‌های خشونت خانگی، راه‌اندازی خدمات کمک اجتماعی برخط و تولید برنامه‌های تلویزیونی شاد ضرورت پیدا کرده است.

در همین راستا، شیما شهیداد و محمدتقی محمدی (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی با عنوان «آثار روان‌شناختی گسترش بیماری کووید ۱۹ بر وضعیت سلامت روان افراد جامعه» بیان کرده‌اند که به علت در خانه ماندن افراد به علت محدودیت‌های ناشی از کرونا، اختلالات روانی و میزان استرس به میزان زیادی افزایش یافته است. نتایج تحقیق سی فان^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در چین نیز حکایت از افزایش افسردگی زنان باردار در خلال پاندمی کرونا دارد. همچنین عبدالعظیم کریمی (۱۳۹۹) در کتاب «همزیستی با کرونا»، یکی از پیامدهای گریزناپذیر ویروس کرونا را مشکلات روان‌شناختی و ایجاد استرس و اضطراب ذکر می‌کند. علاوه بر اینها، آندریو کازرو-ریپولس^۲ (۲۰۲۱) تضعیف مدل‌های کسب‌وکار به دلیل کاهش درآمدهای تبلیغاتی، وخامت شرایط کاری خبرنگاران، تقویت مکانیسم‌های کنترل سیاسی بر رسانه‌ها و افزایش اطلاعات نادرست را از عمده‌ترین آثار منفی کرونا بر روزنامه‌نگاران عنوان می‌کند که زندگی فردی و اجتماعی آنان را نیز تحت تأثیر قرار داده است.

به‌طور اختصاصی در مورد تأثیر کرونا و اقدامات پیشگیرانه بر خبرنگاران در عصر کرونا تحقیقات محدودی صورت گرفته است. یکی از آن‌ها، گزارش کنفدراسیون اتحادیه‌های کارگری عرب^۳ (۲۰۲۰) در خصوص «تأثیر پاندمی کرونا بر روزنامه‌نگاران و بخش رسانه در جهان عرب و خاورمیانه» است که ضمن تأکید بر تأثیر شدید این پاندمی بر مطبوعات، رسانه‌های خصوصی و حقوق اجتماعی و حرفه‌ای فعالان رسانه‌ای اشاره می‌کند که بخش رسانه‌های چاپی بیشترین آسیب را دیده‌اند و از هر چهار روزنامه‌نگار شرکت‌کننده در این تحقیق، سه نفر در عرصه اجتماعی با محدودیت در کار توسط ارگان‌های رسمی، اختلال در هرگونه تحرک اجتماعی و ارباب از همه‌گیری کووید ۱۹ مواجه بوده‌اند. همچنین، بر اساس این گزارش بیش از نیمی از خبرنگاران از استرس و اضطراب رنج برده‌اند و به دلیل مشکلات موجود، یک سوم شغل خود را تغییر داده‌اند و سطح آزادی مطبوعات نیز کاهش یافته است.

1. Si Fan
2. Andreu Casero-Ripollés
3. Arab Trade Union Confederation (ATUC)

علاوه بر این، نتایج تحقیق میلدرد پررو^۱ و گریگوری پررو^۲ (۲۰۲۱) با عنوان «روزنامه‌نگاری کووید ۱۹: بوم‌شناسی ارتباطی گزارش همه‌گیری»، حکایت از این دارد که روزنامه‌نگاران در محیطی که در آن کار می‌کنند، تأثیر متقابل وجود دارد، یعنی هم بر محیط تأثیر می‌گذارند و هم از آن تأثیر می‌پذیرند، فعالیت در دوران همه‌گیری دشوار را دشوار ارزیابی کرده و به دنبال کاهش نیروهای چالشی بودند، زیرا آن‌ها به دنبال معکوس کردن جریان اطلاعات نادرست بودند. در نهایت، کلاس بکهلم^۳ و تروند ایداس^۴ (۲۰۲۰) در مقاله‌ای به عنوان «روزنامه‌نگاران و ویروس کرونا: تأثیر تغییرات در محیط کار بر سلامت روانی در پاندمی»، چگونگی تأثیر پاندمی بر سلامت روانی روزنامه‌نگاران در فنلاند و نروژ را بررسی کرده‌اند که بین ۷۴ تا ۷۷ درصد از روزنامه‌نگاران تا حدی نوعی پریشانی را تجربه کرده‌اند و ۲۸ تا ۴۷ درصد نیز مشکلات شدید پریشانی داشتند. احساس انزوا، اضطراب یا فرسودگی از نمونه‌های پریشانی بوده و به‌طور قابل توجهی در بین زنان روزنامه‌نگار شایع‌تر بود.

روش پژوهش

این پژوهش بر مبنای روش پدیدارشناسی صورت گرفته است. پدیدارشناسی به‌مثابه یک فلسفه، راهنمایی نظری به محققان برای درک پدیده‌ها در سطح واقعیت ذهنی ارائه می‌کند. هم از منظر فلسفی و هم از منظر روش‌شناختی، پدیدارشناسی تا حد زیادی تحت تأثیر مکتب فکری ونکوور است که اساساً در پدیدارشناسی توصیفی هوسرل، پدیدارشناسی تفسیری یا هرمنوتیکی ساخت‌گرایی ریشه دارد. در واقع، به این دلیل از این روش استفاده شد که می‌تواند ماهیت موضوع تحقیق را تبیین کند، چراکه به اعتقاد جان کرسول^۵ در حالی که یک مطالعه روایتی، زندگی یک فرد را به‌تنهایی گزارش می‌کند، یک مطالعه پدیدارشناسی معانی مربوط به چندین نفر را از تجربه‌زیسته‌شان از یک مفهوم یا یک پدیده را توصیف می‌نماید. به بیان دیگر، چون روش تحقیق پدیدارشناسی برای به تصویر کشیدن تجربه‌زیسته شرکت‌کنندگان و ماهیت پدیده مورد مطالعه استفاده می‌شود (Barrow, 2017: 156)، محقق می‌تواند از مصاحبه، مشاهده و بحث به عنوان راهبردهای جمع‌آوری داده‌ها در یک تحقیق

1. Mildred Perreault
2. Gregory Perreault
3. Klas Backholm
4. Trond Idås
5. John Creswell

استفاده کند (Qutoshi, 2018: 216). نکته قابل توجه در این روش تحقیق تأکید بر این نکته است که نباید قبل از اینکه پدیده‌ها از درون درک شوند، تبیین‌ها تحمیل شوند. در انجام این تحقیق نیز چون هدف شناسایی تغییرات ایجادشده به دلیل اقدامات پیشگیرانه ناشی از شیوع ویروس کرونا و شرایط حاصل از آن در رفتار و ارتباطات میان فردی و اجتماعی خبرنگاران شهر تهران است، از این رو بهترین روش، پدیدارشناسی است، به این معنی که این تحقیق به دنبال جوهر و دلیل اصلی آن چیزی است که وقوع یافته و یا به بیان دیگر ماهیت آنچه واقع شده است. در این تحقیق بر اساس اهداف و سؤالات اصلی و فرعی تعریف شده، سؤالات مصاحبه بر اساس مبانی تئوریک تحقیق، مشخص و در این زمینه با ۲۱ نفر از خبرنگاران شهر تهران بر اساس داده‌های جدول شماره ۱ مصاحبه باز به عمل آمد.

جدول ۱. مشخصات عمومی مصاحبه‌شوندگان

تعداد		جنسیت	سن	ویژگی جمعیتی
۲۱	۱۴	۸	۳۵ - ۴۰	محدوده سنی
		۶		
	۷	۶	۴۰ - ۴۵	
		۱		
۲۱	۱۱	۶	کارشناسی	تحصیلات
		۵		
	۱۰	۸	تحصیلات تکمیلی	
		۲		
۲۱	۴	۱	مجرد	وضعیت تأهل
		۳		
	۱۷	۱۳	متاهل	
		۴		

در جدول شماره ۲ نیز سمت و جایگاه سازمانی افراد مورد مصاحبه قابل مشاهده است. بر این اساس ۱۲ تن از این افراد خبرنگار در حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و ... هستند. همچنین در بین مصاحبه‌شوندگان ۷ نفر دبیر و سردبیر و ۲ نفر نیز دارای سمت مدیرمسئولی هستند.

جدول ۲. سمت و جایگاه سازمانی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	سمت و جایگاه	رسانه
۱	خبرنگار	سیاسی روزنامه همشهری، فرهنگی روزنامه شرق، سیاسی روزنامه شرق، بین‌الملل اعتماد آنلاین، بین‌الملل روزنامه اعتماد، سیاسی روزنامه جام جم، فرهنگی خبرگزاری شهر، اجتماعی ماهنامه ۴۲، سیاسی خبرگزاری خبر آنلاین، اقتصادی سایت خبری فراز، سیاسی سایت خبری جهان نیوز، فرهنگی روزنامه همشهری
۲	دبیر سرویس و سردبیر	اعتماد آنلاین، اجتماعی خبرگزاری فارس، خبرگزاری آنا، روزنامه شرق، خبرگزاری تقریب، سایت خبری نامه نیوز، روزنامه پرسپولیس
۳	مدیرمسئول	خبر آنلاین، سایت خبری افکارنیوز

این مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یافت که اشباع نظری حاصل شد. خبرنگاران حاضر در این تحقیق، به صورت هدفمند و از رسانه‌های ملی و محلی فعال در سطح شهر تهران و بر اساس شناخت قبلی انتخاب شدند. محورهای مورد مصاحبه در خصوص تأثیرات پاندمی کرونا بر کیفیت روابط فردی و اجتماعی این افراد در حوزه خانواده، دوستان، آشنایان و همکاران بوده است. مصاحبه با این افراد پس از پیاده‌سازی و کدگذاری اولیه به چند صاحب‌نظر ارائه شد تا کیفیت کدگذاری مورد تأیید قرار گیرد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به متن مصاحبه‌ها می‌توان استنباط نمود که اقدامات پیشگیرانه در دوران پاندمی کرونا اثرات نامطلوبی بر روی روابط فردی و اجتماعی خبرنگاران و اهالی رسانه داشته و در واقع نوعی چرخش معکوس در ارزش‌های جاری این نوع ارتباطات ایجاد کرده است. بدین معنی که هر آنچه به عنوان نموده‌های مطلوب در روابط فردی و اجتماعی در میان خبرنگاران و اهالی رسانه وجود دارد، در دوران پاندمی کرونا، روند معکوس یافته و به نوعی به ضد ارزش تبدیل شده است. این مسئله در روابط فردی تأثیرات عمیق‌تری بر جای گذاشته و اکثر مصاحبه‌شوندگان بر این فرضیه صحه می‌گذارند. بر اساس تحلیل داده‌های کیفی حاصل از متن مصاحبه‌ها، پنج مقوله به

ترتیب؛ ۱. چالش در روابط شخصی و خانوادگی، ۲. تغییرات روحی و روانی، ۳. چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه، ۴. چالش در درک اجتماعی متقابل و ۵. کاهش انسجام اجتماعی استخراج شد.

شرایط ایجادشده بر اثر اتخاذ اقدامات پیشگیرانه در پاندمی کرونا ضمن تأثیرگذاری بر روابط فردی و اجتماعی خبرنگاران و اصحاب رسانه، تمامی این موارد را به دنبال داشته است. به این معنی که کرونا این شرایط را در هر دو نوع روابط فردی و اجتماعی پدید آورده و به نوعی در جریان عادی و مثبت این روابط اختلال ایجاد کرده است. این اختلال بر اساس نظریه تعامل اجتماعی قابل تحلیل است؛ چراکه عملاً با ایجاد محدودیت‌های لازم، تعامل فردی و در نهایت تعاملات اجتماعی افراد دچار چالش شده است. در ادامه با توجه به محورها و مضامین اصلی که در بخش نظری بدان پرداخته شد و نیز سؤال‌های تحقیق، به دنبال ارائه‌ی شرحی از زمینه‌ها و عواملی خواهیم بود که به‌طور مشخص توصیف‌کننده‌ی تأثیرات پاندمی کرونا بر روابط فردی و اجتماعی خبرنگاران و اصحاب رسانه است.

روابط فردی و میان فردی

آنچه از کدگذاری مصاحبه حاصل شد، حکایت از این دارد که اقدامات پیشگیرانه در پاندمی کرونا در دو مقوله روابط شخصی و خانوادگی و روحی و روانی، تأثیرات نامطلوبی بر جای گذاشته است. بر اساس داده‌های جدول شماره ۳، در دوران پاندمی کرونا روابط فردی در مقوله چالش در روابط شخصی و خانوادگی به دلیل کاهش روابط دوستانه، افزایش مشکلات خانوادگی و روابط میان زوجین، باز شدن زخم‌های کهنه در منازل و روابط خانوادگی، افزایش طلاق، کاهش ارتباطات خانوادگی، ایجاد اختلال در روابط با فرزندان، ایجاد فاصله در روابط میان زوجین و روابط عاشقانه، از بین رفتن انسجام خانوادگی، پرخاشگرتر شدن خبرنگاران، از بین رفتن تاب‌آوری، ایجاد احساس بی‌هویتی، ایجاد تداخل در محیط کار و خانه، بروز اختلالات شخصیتی، کاهش نقش زبان بدن و ارتباطات غیرکلامی در روند کسب اخبار و احساس انزوا، تنهایی، اضطراب و نگرانی تأثیر داشته است. بر این اساس، عملاً تمامی مسائل مطرح شده در حوزه روابط فردی خبرنگاران در این دوران دچار چالش شده است. این مسئله چه در بعد شخصی و چه در بعد خانوادگی نمودهای جدی داشته است.

جدول ۳. کدهای مستخرج از مصاحبه‌ها در حوزه روابط فردی و میان فردی

کدگذاری انتخابی (مفهوم)	کدگذاری محوری (مقوله)	کدگذاری باز
چرخش معکوس در روابط فردی	چالش در روابط شخصی و خانوادگی	کاهش روابط دوستانه
		افزایش مشکلات خانوادگی و روابط میان زوجین
		باز شدن زخم‌های کهنه در منازل و روابط خانوادگی
		افزایش طلاق
		کاهش ارتباطات خانوادگی
		ایجاد اختلال در روابط با فرزندان
		ایجاد فاصله در روابط میان زوجین و روابط عاشقانه
		از بین رفتن انسجام خانوادگی
	تغییرات روحی و روانی	پرخاشگری‌تر شدن خبرنگاران
		از بین رفتن تاب‌آوری
		ایجاد احساس بی‌هویتی
		ایجاد تداخل در محیط کار و خانه
		بروز اختلالات شخصیتی
		کاهش نقش زبان بدن و ارتباطات غیرکلامی در روند کسب اخبار
		احساس انزوا، تنهایی، اضطراب و نگرانی

تأکید بر احساس اضطراب جز مباحث مطرح شده از سوی مصاحبه‌شوندگان است. در این زمینه یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار می‌دارد: «با دور شدن از فضای تحریریه و کمتر حرف زدن با دوستان، من عملاً احساس اضطراب می‌کردم و حس می‌کردم که پرخاشگری‌تر شدم». ضمن اینکه در کنار این مسئله از کاهش تاب‌آوری نیز سخن به میان آمده است. یکی دیگر از مصاحبه‌شونده‌ها با تأکید بر کاهش تاب‌آوری در مقابل

مشکلات اظهار می‌دارد: «مقاومت و تاب‌آوری من در مقابل مشکلات بعد از کرونا کمتر شد و این را بیشتر به خاطر کمتر شدن ارتباطاتم می‌دانم».

در همین راستا، مصاحبه‌شونده دیگری نیز بحث مشکلات زناشویی و خانوادگی را پیش می‌کشد و اظهار می‌دارد که «در شرایط دورکاری چون زمان بیشتری را در خانه بودم تعارضاتم با همسرم بیشتر شد. مباحث حاشیه‌ای وارد متن زندگی‌ام شد و زخم‌های کهنه زندگی‌مان باز شد». این مسئله در مورد بسیاری از مصاحبه‌شوندگان که دارای روابط مطلوب زناشویی و خانوادگی در دوران قبل از کرونا نبودند، به کرات بیان شد. در واقع پاندمی کرونا این مشکل اساسی را بیشتر از گذشته نمایان کرد. حتی خبرنگار دیگری نیز پا را فراتر می‌نهد و گسترش مشکلات خانوادگی نه در عرصه زناشویی، بلکه در تمامی روابط خانوادگی با بستگان درجه یک و دو را نیز در دوران کرونا مطرح می‌نماید که «کرونا باعث کاهش رفت‌وآمدها شد. ارتباطات خانوادگی و اجتماعی افراد را در طوفان‌ها حفظ می‌کند و مثل چسب آن‌ها را نگه می‌دارد، اما با کاهش رفت‌وآمدها و دیدوبازدیدهای عید، این چسب اجتماعی از بین رفت و احساس بی‌هویتی بخصوص بین جوان‌ترها بیشتر شد و سرگردانی شدت گرفت». علاوه بر اینها، انزوا در دوران پاندمی کرونا نیز مورد توجه و شکایت مصاحبه‌شوندگان بوده است. یکی از مصاحبه‌شونده‌ها بر این نکته که انزوا بسیار دچار آسیب روحی برای وی شده است، می‌گوید: «من چون آدم برون‌گرایی هستم، خانه‌نشینی باعث شد به شدت احساس افسردگی کنم و گاهی روزها بیخود و بی‌جهت گریه می‌کردم».

با توجه به این شواهد نتیجه می‌گیریم که پاندمی کرونا بر روابط میان فردی و خانوادگی تأثیرات نامطلوبی داشته است. در این دوران نه تنها خبرنگاران با خود و درون‌شان دچار چالش شدند، بلکه در عرصه روابط خانوادگی نیز با مسائل و مشکلات جدیدی مواجه شدند. گو اینکه حضور در محل کار آبی بر آتش اختلافات و دردهای پنهانشان بوده که در این دوران به دلیل تعطیلی محل کار و دورکار شدن رسانه‌ها خود را نمایان کرده است. در واقع، این نتیجه به نوعی مؤید تحلیل نعمت‌الله فاضلی (۱۳۹۹) در کتاب «فرهنگ و جامعه؛ جستارهای انسان‌شناختی درباره مصیبت‌های جمعی در ایران» است که اظهار می‌دارد: «با ظهور تحولات ساختاری تجدد و نوسازی، به تدریج از عملکرد و کارکردهای خانه ایرانی کاسته شده است. در این موقعیت کرونایی و الزام به خانه‌نشینی شاید موقعیت مسئله‌مند خانه ایرانی بیش از هر زمان دیگری خود را آشکار خواهد کرد». همچنین، نتایج این پژوهش با یافته‌های شیما شهیاد و محمدتقی

محمدی (۱۳۹۹) با عنوان «آثار روان‌شناختی گسترش بیماری کووید ۱۹ بر وضعیت سلامت روان افراد جامعه» منطبق است که بیان می‌کند که به علت در خانه ماندن افراد به علت محدودیت‌های ناشی از کرونا، اختلالات روانی و میزان استرس به میزان زیادی افزایش یافته است.

از تمامی این نتایج و مصاحبه‌ها می‌توان این‌گونه استنباط کرد که کرونا و تبعات ناشی از آن به‌نوعی به چرخش معکوس در عرصه ارتباط فردی منجر شده است و به عبارتی باعث معکوس شدن مؤلفه‌های شرایط مطلوب یک ارتباط فردی معقول و استاندارد شده است.

روابط اجتماعی

با استناد به متن مصاحبه‌ها و بعد از تحلیل و بررسی مصاحبه‌های انجام‌یافته، سه مقوله: چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه، چالش در درک اجتماعی متقابل و کاهش انسجام اجتماعی از تأثیرات اقدامات پیشگیرانه در پاندمی کرونا بر روابط اجتماعی خبرنگاران بوده است که در ادامه هر یک از این شرایط و زمینه‌های ایجادکننده رفتار تفسیر و شرح داده شده است.

چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه: یکی از مقولات حاصل شده از متن مصاحبه ناظر بر ایجاد چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه است که از عوامل مختلفی ناشی شده است. این عوامل عبارت‌اند از: عدم حضور طولانی مدت در محیط کار و زندگی اجتماعی، کاهش بار روانی طرح مشکلات متعدد غیر کاری در محیط کار، کاهش روابط دوستانه، از بین رفتن تعامل دوسویه، از بین رفتن دغدغه‌ها و ایده‌های جمعی، احساس انزوا، تنهایی، اضطراب و نگرانی، کاهش دل‌بستگی و همبستگی با کار و همکاران، دور شدن از صحنه جامعه و اتفاقات آن، عدم شکل‌گیری دوستی‌های جدید در محیط کاری، کاهش انسجام گروهی، ایجاد سوگ بزرگ بدون سوگواری جمعی، کاهش گفت‌وگو و تعامل میان اعضای تحریریه، کاهش هم‌افزایی اعضای هیئت تحریریه، عدم امکان طرح مشکلات به‌صورت جمعی، کاهش مفاهمه، عدم مولد بودن، افزایش هزینه‌های جاری زندگی، افزایش تنش‌ها در محیط کار، فراهم شدن رضایت افراد اجتماع گریز، ایجاد احساس بی‌هویتی و از بین رفتن انسجام اجتماعی که در جدول شماره ۴ قابل مشاهده است.

جدول ۴. کدهای مستخرج از مصاحبه‌ها در حوزه روابط اجتماعی

کدگذاری انتخابی (مفهوم)	کدگذاری محوری (مقوله)	کدگذاری باز
چرخش معکوس در تعاملات اجتماعی	چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه	عدم حضور طولانی مدت در محیط کار و ایجاد زندگی اجتماعی
		کاهش بار روانی طرح مشکلات متعدد غیر کاری در محیط کار
		کاهش روابط دوستانه
		از بین رفتن تعامل دوسویه
		از بین رفتن دغدغه‌ها و ایده‌های جمعی
		احساس انزوا، تنهایی، اضطراب و نگرانی
		کاهش دل‌بستگی و همبستگی با کار و همکاران
		دور شدن از صحنه جامعه و اتفاقات آن
		عدم شکل‌گیری دوستی‌های جدید در محیط کاری
	چالش در درک اجتماعی متقابل	کاهش انسجام گروهی
		ایجاد سوگ بزرگ بدون سوگواری جمعی
		کاهش گفت‌وگو و تعامل میان اعضای تحریریه
		کاهش هم‌افزایی اعضای هیئت تحریریه
		عدم امکان طرح مشکلات به‌صورت جمعی
		کاهش مفاهمه
	کاهش انسجام اجتماعی	عدم مولد بودن
		افزایش هزینه‌های جاری زندگی
		افزایش تنش‌ها در محیط کار
		فراهم شدن رضایت افراد اجتماع‌گریز
		ایجاد احساس بی‌هویتی
		از بین رفتن انسجام اجتماعی

چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه: در این زمینه یکی از مصاحبه‌شوندگان با تأکید بر اینکه تحریریه محل زندگی دوم ماست و در آن روابط دوستانه، الفت و رفاقت وجود دارد، اظهار می‌دارد که «بچه‌ها در کنار کار، با هم گپ می‌زنند و چای می‌خورند و سیگار می‌کشند و در این میان از مشکلات هم با خبر می‌شوند و حداقل

بار روانی مشکلات کمتر می‌شود، اما با دورکاری در دوران کرونا این محل زندگی دوم از بین رفت و من احساس می‌کردم فشار روانی زیادی را تحمل می‌کنم». این مسئله نشان‌دهنده نقش و تأثیرگذاری محیط اجتماعی در وضعیت کلی روانی افراد است. این عدم حضور در عرصه اجتماعی موجب نوعی پرخاشگری شده است. یکی از مصاحبه‌شونده‌ها با تأکید بر این مسئله، اظهار می‌دارد که «خبرنگارها وقتی بعد از کرونا سرکار بازگشتند عملاً احساس می‌کردم نسبت به قبل پرخاشگرتر شده بودند و نسبت به صدای مصاحبه افراد یا تلویزیون تحریریه یا بحث بسیار کم‌طاقت شدند».

چالش در درک اجتماعی متقابل: در این مقوله عوامل زیر از مصاحبه‌ها حاصل شد که نشان می‌دهد عملاً درک اجتماعی متقابل با چالش اساسی و مشکلات جدی مواجه شده است: کاهش انسجام گروهی، ایجاد سوگ بزرگ بدون سوگواری جمعی، کاهش گفت‌وگو و تعامل میان اعضای تحریریه، کاهش هم‌افزایی اعضای هیئت تحریریه، عدم امکان طرح مشکلات به‌صورت جمعی و کاهش مفاهمه. در این راستا، یکی از مصاحبه‌شونده‌ها با تأکید بر کاهش روابط اجتماعی این دوران در مفاهمه میان خبرنگاران اظهار می‌دارد که «در تحریریه آن‌قدر با هم بحث می‌کردیم تا در اکثر مواقع اقناع صورت می‌گرفت، اما با دورکار شدن و انتقال بحث‌ها به گروه‌های مجازی امکان مباحثه نبود و در چت کردن باید صبر می‌کردیم، طرف حرف بزند تا جواب بدهیم و عملاً به خاطر طولانی شدن، یکی کوتاه می‌آمد و این یعنی مفاهمه‌مان از بین رفت». این مسئله نشان‌دهنده کاهش هرگونه تعامل اجتماعی و درنهایت دور شدن افراد از یکدیگر و درنهایت چالش در درک اجتماعی متقابل است.

کاهش انسجام اجتماعی: مصاحبه‌ها و نظرات خبرنگاران و فعالان رسانه حکایت از آن دارد که در دوران کرونا انسجام اجتماعی خبرنگاران به‌شدت کاهش یافته است. در این زمینه عوامل شناسایی شده از متن مصاحبه شامل: عدم مولد بودن، افزایش هزینه‌های جاری زندگی، افزایش تنش‌ها در محیط کار، فراهم شدن رضایت افراد اجتماع‌گریز، ایجاد احساس بی‌هویتی و از بین رفتن انسجام اجتماعی است. این مسئله به‌خودی‌خود نوع تعاملات خبرنگاران و فعالان رسانه‌ای را با چالش مواجه کرده است. این درحالی‌که است که این گروه از فعالان فرهنگی باید دارای بیشترین تعامل اجتماعی به لحاظ موقعیت و عملکرد شغلی خود باشند.

با استناد به متن مصاحبه‌ها استنباط می‌کنیم که مسائل جامعه چه در حوزه مسائل اقتصادی و افزایش هزینه‌های جاری زندگی و چه تنش‌های محیط کار به عنوان عاملی

در روابط اجتماعی، کاهش انسجام اجتماعی افراد را در پی داشته است. از بین رفتن تعامل موضوعی است که مورد تأکید یکی از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته و اظهار می‌دارد که «قبل از کرونا در پیگیری سوژه‌ها اساس کار تعاملی بود و خبرنگاران در تعامل با دبیر گروه یا سردبیر سراغ موضوع می‌رفتند، اما خودم به عینه تجربه کردم که در دوران کرونا ارتباطم از بین رفت و کار از حالت تعاملی به دستوری تغییر پیدا کرد و عملاً سوژه‌ها از بالا به خبرنگار دیکته می‌شد و ما هیچ نقشی در شکل‌گیری ایده نداشتیم و مجری اوامر شدیم». اگرچه به نظر می‌رسد این اظهارنظر در قابل روابط سازمانی نمود یافته است اما واقعیت این است که تعاملات اجتماعی در دوران کرونا تبدیل به نوعی تعامل دستوری شد که به نوبه خود بر روابط سازمانی و راندمان و خروجی رسانه نیز تأثیر گذاشت.

همچنین، مصاحبه‌شوندگان بر نقش مخرب دورکاری و فضای مجازی بر تعاملات اجتماعی و کاری تأکید می‌کنند. یکی از سردبیران با تأکید بر نقش ارتباطات غیرکلامی در ارتباطات اجتماعی، معتقد است که «در شرایط معمول غیر از کلام، ارتباطات غیرکلامی و گرمای صوت و لحن و فرم صورت و ... به ایجاد ارتباط بهتر کمک می‌کرد، اما با مجازی شدن ارتباطات این موارد از بین رفت و فقط چت و کلمه و گاهی هم صدا وسیله ارتباطی شد. به همین خاطر من به عنوان سردبیر شاهد بودم که سوءتفاهم‌ها در کار بیشتر شد و عملاً اختلافات و اختلالات در ارتباطات همکاران افزایش پیدا کرد، چون منظور همدیگر را کامل نمی‌فهمیدند». این مسئله خود نمود عینی کاهش انسجام اجتماعی است.

در مجموع آنچه در بررسی مصاحبه‌ها و مقولات حاصل به دست می‌آید نوعی چرخش معکوس در تعاملات اجتماعی است. به این معنا که روند جاری تعاملات اجتماعی با ظهور کرونا و اعمال اقدامات پیشگیرانه دستخوش تغییراتی شد که عملاً حداقل در عرصه و زمینه مورد مطالعه نوعی روند معکوس را طی کرده است. این بدان معنی است که اقدامات پیشگیرانه در دوران کرونا، تعاملات اجتماعی قشر خبرنگار و فعالان رسانه‌ای را که افرادی شاخص در این زمینه هستند، دچار اختلال کرد که در نهایت روند معکوسی برای آن طی شد. این روند معکوس تبعات قابل توجهی در پی داشت که نتیجه آن در عملکرد رسانه‌ها خود را نمایان کرد.

این نتایج با داده‌های حاصل از پژوهش کوه و همکاران (۲۰۰۵) در سنگاپور درباره تأثیرات اپیدمی بیماری سارس مطابقت دارد. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش فوق‌الذکر

بیش از نیمی از کارکنان خدمات بهداشتی و درمانی، افزایش سطح استرس کار به میزان ۵۶ درصد و فشار کار به میزان ۵۳ درصد را گزارش کرده‌اند. همچنین با عنایت به پژوهش صورت گرفته توسط سعید قنبری و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان «ادراک بین فردی، رویکردی در جهت روابط اجتماعی» که بیان می‌دارد: «در سال‌های اخیر توجه به روابط اجتماعی به‌طور گسترده‌ای افزایش پیدا کرده است به طوری که موفقیت فرد را در گرو موفقیت او در روابطش با دیگران می‌دانند. ادراک بین فردی به عنوان یکی از متغیرهای روان‌شناسی اجتماعی برای بهبود روابط اجتماعی مورد توجه قرار گرفت. اعتقادات مردم در مورد دیگران آن‌ها را به‌سوی پیش‌بینی رفتار افراد دیگر هدایت کرد. ادراک بین فردی نحوه تفسیر فرد از رویدادها را نشان می‌دهد که این تفسیر از عوامل متنوعی نشأت می‌گیرد، از جمله نگرش فرد، ادراک کارآمدی، شخصیت، نیازها و خواسته‌هایش؛ بنابراین، افراد بسته به تفاوت در این زمینه‌ها، ادراکات متنوعی دارند. به طوری که افراد ممکن است از یک چیز واحد ادراکات مختلف و از چند چیز مختلف ادراکات واحدی داشته باشند که همه در روابطشان مؤثر است؛ بنابراین با استفاده از ادراک بین فردی مثبت می‌توان در روابط اجتماعی کارآمد بود و در نتیجه سطح کارایی فرد را افزایش داد». می‌توان نتیجه گرفت که اقدامات پیشگیرانه در پاندمی کرونا ضمن کاهش ادراکات فردی، در تعاملات اجتماعی نیز تداخل ایجاد کرده است. کما اینکه نتایج حاصل از بررسی مصاحبه‌های صورت گرفته این مسئله را تأیید می‌کند.

بر اساس نتایج حاصل از مطالعه کولیوند و کاظمی (۱۴۰۰)، بیماری کووید ۱۹ به‌طور معناداری اثرات مخرب بر شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و سلامت روان داشته است. ضمن اینکه پژوهش شفیقی و همکاران (۱۳۹۹) نشان می‌دهد که محدودیت ملاقات به‌منظور جلوگیری از شیوع بیماری، منجر به کاهش تعاملات اجتماعی شده و انزوای اجتماعی را به دنبال داشته است. نتایج این دو پژوهش با یافته‌های حاصل از بررسی و ارزیابی مصاحبه‌های صورت گرفته در پژوهش حاضر همخوانی کامل دارد.

نتیجه‌گیری

با عنایت به یافته‌های این تحقیق، در حوزه روابط میان فردی و فردی، خبرنگاران و فعالان رسانه با چالش‌های جدی در حوزه روابط شخصی و خانوادگی و تغییرات روحی و روانی مواجه بوده‌اند که هر دو حکایت از نوعی چرخ معکوس در شرایط

نرمال و عادی دارد. به این معنی که پاندمی کرونا و شرایط ناشی از آن در وضعیت جاری و نرمال روابط شخصی و خانوادگی و شرایط روحی و روانی افراد تأثیر معکوس گذاشته و با بحران‌ها و چالش‌هایی مواجهه نموده است. از آنجا که بنا به تعریف کارل هاولندا، آنچه به ارتباط شکل می‌دهد انتقال اخبار و مفاهیم است، از این رو برای توفیق یک امر ارتباطی، مفاهیم نه فقط باید به خوبی بیان و ابلاغ گردد، بلکه باید به‌طور صحیح درک شود، اقدامات پیشگیرانه در دوران پاندمی کرونا عملاً فضای انتقال مفاهیم را دچار تخدیر و چالش کرده و لذا با ایجاد شرایط معکوس ارتباطات میان فردی را دچار اختلال کرده است.

همین مسئله در خصوص روابط اجتماعی خبرنگاران نیز برقرار بوده است. به این معنی که اقدامات پیشگیرانه در دوران پاندمی کرونا باعث چالش در تعاملات اجتماعی و دوری از جامعه، چالش در درک اجتماعی متقابل و کاهش انسجام اجتماعی شده است و نوعی چرخش معکوس در روابط عادی و نرمال اجتماعی پدید آورده است. در چارچوب نظریه تعامل نمادین که اولاً، زندگی اجتماعی مستلزم ارتباطاتی است که تا حد زیادی نمادین هستند و ثانیاً، در این ارتباط یا کنش متقابل، عمل یک فرد رفتار فرد دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد و واکنش فرد دوم، به نوبه خود، بر طرز رفتار فرد اول اثر می‌گذارد، می‌توان گفت که در ایام پاندمی کرونا روابط میان فردی و اجتماعی دقیقاً در این چارچوب مورد چالش واقع شده و لذا افراد جامعه‌پذیری خود را از دست داده‌اند. در چارچوب نظریه تعامل اجتماعی یا نقش اروینگ گافمن نیز افراد به یکدیگر کمک می‌کنند تا نوعی تعادل و ثبات را در تعاملات اجتماعی خود حفظ کنند و در نتیجه به شکلی ناخواسته به حفظ نظم تعامل کمک می‌کنند، در حالی که در جریان پاندمی کرونا عملاً این نظم برای فعالان رسانه‌ای از بین رفته و شرایط به سمت چرخش معکوس و خارج از قاعده موجود حرکت کرده است.

منابع و مأخذ

- تنهایی، حسین ابوالحسن (۱۳۸۳). درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی، مشهد: مرندیز و بامشاد.
- رحمانی عبدالله و رضائیان محسن (۱۴۰۰). «تأثیرات احتمالی عالم‌گیری کووید - ۱۹ بر رفتار خودکشی در سراسر جهان: یک مطالعه مروری ساختارمند»، *مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان*، ۲۰ (۱)، ۸۵-۱۱۸.
<http://dx.doi.org/10.52547/jrums.20.1.85>
- رستمی تبریزی، لمیاء و محتشمی، ندا (۱۳۹۲). «نظریه تعامل‌گرایی و تحلیل انتقادی آن»، *مجله مطالعات حقوقی دانشگاه شیراز*، ۵ (۲).
- شفیعی، امیرحسین و همکاران (۱۳۹۹). «بررسی پیامدهای همه‌گیری بیماری کرونا ویروس ۲۰۱۹ بر تصویر بدنی افراد سراسر جهان»، *سومین همایش بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی، همدان*.
<https://civilica.com/doc/1223438>
- شهید، شیما و محمدی، محمدتقی (۱۳۹۹). «آثار روان‌شناختی گسترش بیماری کووید-۱۹ بر وضعیت سلامت روان افراد جامعه: مطالعه مروری»، *مجله طب نظامی*، ۲۲ (۲)، ۱۸۴-۱۹۲.
<https://doi.org/10.30491/JMM.22.2.184>
- صفاری، علی و همکاران (۱۴۰۰). «تأثیر شیوع بیماری کووید ۱۹ و فاصله‌گذاری اجتماعی بر نرخ جرایم (مطالعه موردی: استان تهران)»، *پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی*، ۹ (۱۷)، ۲۰۷-۲۳۷.
- عماد، سیدعیسی و عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۴). «مطالعه رابطه بین مهارت‌های ارتباطی با استرس شغلی خبرنگاران شاغل در باشگاه خبرنگاران شهر تهران»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۴ (۸۴)، ۹۷-۱۱۵.
<https://doi.org/10.22082/cr.2016.18819>
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۹). *فرهنگ و فاجعه: جستارهای انسان‌شناختی درباره‌ی مصیبت‌های جمعی در ایران*، تهران: فرهامه.
- قنبری، سعید و همکاران (۱۳۹۶). «ادراک بین فردی، رویکردی در جهت روابط اجتماعی»، *فصلنامه رویش روانشناسی*، ۶ (۳)، ۲۲۵-۲۳۹.
- کریمی، عبدالعظیم (۱۳۹۹). *همزیستی با کرونا*، تهران: انتشارات صابرین.
- کولوند، پیرحسین و کاظمی، هادی (۱۴۰۰). «تأثیر کووید-۱۹ بر سلامت روان، مباحث اقتصادی اجتماعی و روابط اجتماعی در تهران: یک مطالعه پایلوت»، *مجله علوم اعصاب شفای خاتم*، ۹ (۲)، ۱۰۰-۱۱۰.
<http://shefayekhatam.ir/article-1-2238-fa.html>
- نصیرزاده، مصطفی و همکاران (۱۳۹۹). «بررسی وضعیت استرس، اضطراب، افسردگی و تاب‌آوری ناشی از شیوع بیماری کرونا (COVID - ۱۹) در خانوارهای شهرستان انار در سال ۱۳۹۹: یک گزارش کوتاه»، *مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان*، ۱۹ (۸)، ۸۸۹-۸۹۸.
<http://dx.doi.org/10.29252/jrums.19.8.889>

فهم تجربه زیسته کیفیت ارتباطات میان فردی و اجتماعی

نظری، رسول و همکاران (۱۳۹۱). «مدل معادلات ساختاری روابط و ارتباطات بین فردی در اثربخشی سازمانی مدیران ورزشی ایران و ارائه الگو»، *مطالعات مدیریت ورزشی ایران*، ۶ (۱۶)، ۱۷۴-۱۵۷.

<https://doi.org/10.22059/jsm.2014.36221>

لوانی، سیدمهدی (۱۳۹۰). مدیریت عمومی، تهران: نشر نی، ج ۴۲.

وجدانی، فاطمه (۱۳۹۸). «اصول ارتباطات میان فردی بر اساس دیدگاه علامه حلی و استخراج دلالت‌های تربیتی آن»، *مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی*، شماره ۱۱، ۱۲۳-۱۴۶.

<http://dx.doi.org/10.29252/qaiie.4.2.123>

Alvani, Mahdi (2012). *General Management*, Tehran: Ney Publication. [In Persian]

Arab Trade Union Confederation (ATUC) (2020). *Effects of the COVID-19 Pandemic on Journalists and the Media Sector in the Arab World and the Middle East*, Amman.

Backholm, Klas and Idås, Trond (2022). *Journalists and the Coronavirus. How Changes in Work Environment Affected Psychological Health during the Pandemic*, *Journalism Practice*.

DOI: 10.1080/17512786.2022.2098522.

Barrow, Marie (2017). *A Phenomenological Study of the Lived Experiences of Parents of Young Children with Autism Receiving Special Education Services*, Dissertations and Theses, Portland State University. <https://doi.org/10.15760/etd.5919>

Burr, Viv (2015). *Social Constructionism*, Elsevier Ltd. https://psycnet.apa.org/doi/10.1057/978-1-137-51018-1_4

Casero-Ripollés, Andreu (2021). *The Impact of Covid-19 on Journalism: A Set of Transformations in Five Domains*, *Comunicação e Sociedade*, vol. 40, 53-69. [https://doi.org/10.17231/comsoc.40\(2021\).3283](https://doi.org/10.17231/comsoc.40(2021).3283)

Emad, Seyyed Eisa; Abbaszadeh, Mohammad (2016). *Studying the Relationship Between Communicative Skills and Work-Related Stress Among Journalists Working in Tehran Press Club*, *Journal of Communication Research*, Vol. 22 (84), 97-115. [In Persian] <https://doi.org/10.22082/cr.2016.18819>

Fan, Si et al. (2021). *Psychological effects caused by COVID-19 pandemic on pregnant women: A systematic review with meta-analysis*, *Asian Journal of Psychiatr*, No. 56. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102533>

Fazeli, Nematollah (2021). *Culture and catastrophe: anthropological essays about collective calamities in Iran*, Tehran: Farhameh. [In Persian]

Ghanbari, Saeed et al. (2017). *Interpersonal Perception, Approach to the Analysis of Social Relations*, *Journal of Rooyesh-e-Ravanshenasi*, 6 (3), 225-239. <http://frooyesh.ir/article-1-432-en.html>

Hancock, Curtis (2013). *Social Construct Theory: Relativism's Latest Fashion*.

<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:166226281>

Hovland, Carl I. Weiss, Walter (1952). *The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness*, *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 15 (4), 635-650. <https://www.jstor.org/stable/2745952>

Hargie, Owen et al. (1999). *Communication in Management*, Hampshire: Gower Publishing. <http://dx.doi.org/10.18276/wpe.2017.14-04>

Karimi, Abdolazim (2021). *Coexistence with Corona*, Tehran: Saberin Publication. **[In Persian]**

Koh, David et al. (2005). Risk perception and impact of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) on work and personal lives of healthcare workers in Singapore: what can we learn? *Med Care*. 43(7), 676-82. doi:10.1097/01.mlr.0000167181.36730.cc. PMID: 15970782.

Kolivand, Peirhossein and Kazemi, Hadi (2021). The Effects of COVID-19 on Mental Health, Socio-Economic Issues, and Social Interactions in Tehran: A Pilot Study. *Shefaye Khatam Journal*, 9 (2), 100-110. <http://shefayekhatam.ir/article-1-2238-fa.html> **[In Persian]**

Keyton, Joann; Caputo, Jennifer Marie; Ford, Emily Anne; Wu, Chaofan (2013). Investigating Verbal Workplace Communication Behaviors, *Journal of Business Communication*, 50(2):152-169

DOI: 10.1177/0021943612474990

Nasirzadeh, Mostafa et al. (2020). A Survey on Stress, Anxiety, Depression and Resilience due to the Prevalence of COVID-19 among Anar City Households in 2020: A Short Report. *J Rafsanjan Univ Med Sci*, Vol. 19 (8): 889-98. **[In Persian]** <http://dx.doi.org/10.29252/jrums.19.8.889>

Naumovski, Vladimir et al. (2017). The Importance of Interpersonal Communication in Public Administration, *Współczesne Problemy Ekonomiczne*, 1(14), 55-77.

Nazari, Rasool et al. (2014). Structural Equation Model of the Effect of Communication Skills and Interpersonal Communication and Their Roles in the Organizational Effectiveness of Iran Sport Managers, *Sport Management Journal*, Vol. 5 (4), 67-82. **[In Persian]** <https://doi.org/10.22059/jsm.2014.36221>

Perreault, Mildred and Perreault, Gregory (2021). Journalists on COVID-19 Journalism: Communication Ecology of Pandemic Reporting, *American Behavioral Scientist*, Vol. 65(7) 976-991.

<https://doi.org/10.1177/0002764221992813>

Persson, Anders (2021). *Introduction to Goffman's Sociology: Being like Others and Becoming Something Else*, Department of Educational Science, Lund University.

Qutoshi, Bahadur (2018). Phenomenology: A Philosophy and Method of Inquiry, *Journal of Education and Educational Development Discussion*, Vol. 5 (1), 215-222. <https://doi.org/10.22555/JOEED.V5I1.2154>

Rahmani A, Rezaeian M. (2021). Possible Effects of COVID-19 Pandemic on Suicide Behavior and Attempt in the World: A Structured Review Study. *J Rafsanjan Univ Med Sci*, 20 (1): 85-119. **[In Persian]** <http://dx.doi.org/10.52547/jrums.20.1.85>

Rostami Tabrizi, Lamia and Mohtashami Neda (2013). Interactionism Theory and Its Critical Analysis, *Journal of Legal Studies*, Vol. 5 (2), 59-103. **[In Persian]**. <https://doi.org/10.22099/jls.2013.1807>

Saffari, Ali et al. (2021). The effect of the Covid-19 disease and social distance on crime rates (Case study: Tehran province), *Journal of Criminal Law and Criminology*, Vol. 9 (17), 207-237. 10.22034/JCLC.2021.261197.1451

- Santos, Leonardo (2015). Social Construction Theory, the International Encyclopedia of Human Sexuality, John Wiley & Sons, Inc.
- Shahyad, Shima and Mohammadi, Mohammad Taghi (2020). Psychological Impacts of Covid-19 Outbreak on Mental Health Status of Society Individuals: A Narrative Review, Journal of Military Medicine, Vol. 22 (2), 184-192. **[In Persian]** <https://doi.org/10.30491/JMM.22.2.184>
- Shafiqi, Amir Hossein et al. (2019). Investigating the consequences of the 2019 corona virus epidemic on the body image of people around the world, the third international conference on psychology, educational sciences and social studies, Hamadan. <https://civilica.com/doc/1223438> **[In Persian]**
- Tanhaiee, Abolhasan (2014). An introduction to the schools and theories of sociology, Mashahd: Marandiz & Bamshad. **[In Persian]**
- Vojdani, Fatemeh (2019). The principles of "Interpersonal Communication" Based on Allameh Helli's View and Its Educational Implications, Journal of Applied Issues in Islamic Education, Vol. 4 (2), 123-146. **[In Persian]** doi:10.29252/qaiie.4.2.123
- Wood, Julia (2002). Interpersonal Communication: Everyday Encounters, Wadsworth / Thomson Learning.

Contents

The role of sports media in the occurrence of corruption in Iran’s football industry Alireza Hosseini Pakdehi, Mohammadreza Zargar	7
Cultural Resistance: With Special References to Selected Native American Novels Sajjad Gheytsi	43
A Study on Representation of the Sacred in Fiction Film According to Tradition- alists Mohammad Bagher Sanieimanesh, Masoud Naghashzade, Maryam Bakhtiarian	69
Understanding the discursive components of fake news in the events of the fall of 1401 Esmacil, Afghahi	107
Discourse Analysis of Tehran’s Billboards:Antagonism in Cultural and Political Messages Mohammad Reza Azadinejad, Sarvenaz Torbati, Leyla Niroomand, Omid Ali Masoodi	133
Studying the effect of media factors on the level of political participation of citizens Taha Ashayeri, Tahereh Jahanparvar	167
Generations’ Lifestyle and The Corona Pandemic, Changes and Consequences with an Emphasis on Leisure Time Forouzandeh Jafarzadehpour, Mohammad Javad Chitsaz	195
Understanding the Lived Experience of the Journalists’ Interpersonal and Social Communication Quality in the Age of Corona Majid Tavallaei, Javad Alipoor, Mehran Samadi, Samad Abedini	225





of Culture Studies - Communication

Vol .25, Series.98, No.66, Summer 2024

Research Institute of Culture, Art and
Communication Ministry of
Culture and Islamic Guidance

Managing Director:

Zaeri, Qasim(Ph.D)

Editor in Chief:

Entezari, Ali (Ph.D)

Editorial Board:

Esfandiari, Shahab (Ph.D)

Entezari, Ali (Ph.D)

khaniki, Hadi (Ph.D)

Khojasteh Bagherzadeh, Hassan

Fayyaz, Ebrahim (Ph.D)

Karami Ghahi, Mohammadtaghi (Ph.D)

Nourbakhsh, Younes (Ph.D)

Yasini, seyedeh Raziyeh (Ph.D)

Executive Director:

Mehri, Roghayeh

Editor:

Shafiekhani, Shahnaz

Graphic Designer:

Khalili, Hamed

Printing House:

New window

Editorial Office

No.9, Dameshgh St. Valiasr Sq,
Tehran, Islamic Republic of Iran

Tel: (021) 88919186

Fax: (021) 88893076

website: <http://jccs.ir>

International Editorial Board

Semati Mehdi (Ph.D)

kamalipour Yahya (Ph.D)

Mohsen Mohammad (Ph.D)



IRANIAN ASSOCIATION
OF CULTURAL STUDIES &
COMMUNICATIONS



Research Center for Culture,
Art and Communication
Ministry of Culture and Guidance

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.



This journal is indexed in
the Islamic World Science
Citation Database (ISC).