

فصلنامه مطالعات فرهنگی ارتباطات

سال بیست و چهارم، شماره شصت و دوم
شماره مسلسل ۹۴، تابستان ۱۴۰۲

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: قاسم زائری
سرپریر: 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
- سید وحید عقیلی
دانشیار علوم ارتباطات و مطالعات رسانه‌ای
دانشگاه آزاد اسلامی
- ابراهیم فیاض
دانشیار انسان‌شناسی دانشگاه تهران
- محمدتقی کرمی قه‌ی
دانشیار مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبائی
- یونس نوربخش
دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران
- سیده راضیه یاسینی
دانشیار پژوهش هنر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

اعضای بین‌المللی:

- مهدی سمی
استاد دانشگاه لبنان
- یحیی کمالی پور
استاد دانشگاه پوردو
- محمد محسن
استاد دانشگاه نورسن‌الینویز

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



مدیر داخلی: رقیه مهری
ویراستار: شهناز شفیع‌خانی
صفحه‌آرا: حامد خلیلی
چاپخانه: دریچه نو
بهاء: ۱۷۰۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر،
خیابان دمشق، شماره ۹
صندوق پستی: ۱۴۱۵۵.۶۴۷۴
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 زمستان ۱۳۹۰ با همکاری انجمن
ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات منتشر
می‌شود.

فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگی 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.



فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات

دربارهٔ مجله

مطالعات فرهنگی و ارتباطات مجله‌ای است که به منظور انعکاس مقالات برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات تجربی و نظری در حوزهٔ 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 فرهنگی و 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 حوزهٔ فرهنگ، ارتباطات و رسانه

اشتراک

مبلغ اشتراک سالیانه در ایران ۲۸۰۰۰۰۰ ریال است. علاقه‌مندان به اشتراک، این مبلغ را به شمارهٔ حساب ۴۰۰۱۰۲۸۵۰۳۰۱۴۹۰۶ بانک مرکزی به نام انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات واریز و اصل فیش را به نشانی تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر، خیابان دمشق، شمارهٔ ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، طبقهٔ اول دفتر فصلنامه ارسال کنند.

راهنمای تنظیم مقالات

- مقاله باید بین ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰ کلمه 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 موردنظر 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

- بازنمایی زنان اینفلوئنسر اینستاگرام از زندگی روزمره خانوادگی در دوران کرونا
 محمدتقی کریمی، شیما فرزادمنش..... ۷
- پیش‌بینی تغییر رفتار باروری زنان در استان تهران بر اساس رویکرد فرهنگی با استفاده از مدل‌سازی عامل بنیان
 نصیبه اسمعیلی، محمدجلال عباسی شوازی..... ۴۱
- روایت پدیدارشناسانه فقرای نامرئی از فقر
 محمد عباس‌زاده، میرداود هاشمی..... ۸۵
- طراحی و اعتباریابی چارچوب سواد فرهنگی معلمان طراحی و اعتباریابی چارچوب سواد فرهنگی معلمان دوره ابتدایی
 ژیلا حیدری نقدعلی، محمد جاودانی، امین باقری کراچی، جهانگیر زر..... ۱۲۵
- گفتمان‌کاوی انتقادی نشان‌های ملی دوره قاجار و جمهوری اسلامی ایران بر اساس آرای ون‌دایک
 فریده آفرین، ساجده نیکیان..... ۱۷۳
- واکاوی برساخت معنایی سبک زندگی زنان نسل وای شهر تهران
 مهتاب رضی، احسان رحمانی خلیلی، عالیه شکرپیگی..... ۲۰۵
- مطالعه جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای در جوانان ۱۸ تا ۳۴ ساله شهر تهران
 مهناز جلیلی، زهرا میرزاآقا..... ۲۳۷



How Influencer Women Represent the Family Everyday Life in Corona Situation

Mohammad Taghi Karami ghahi, Women Studies, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabai' University. Email: mt.karami@yahoo.com

Shima Farzadmanesh,^a PhD Candidate Cultural Sociology Allameh Tabatabai' University. (Corresponding Author) Email: shfarzadmanesh@gmail.com

Abstract

The forward research focuses on the impact of the COVID-19 pandemic on the representation of daily life in the Instagram pages of married women lifestyle influencers during the first four months of the pandemic in Iran. The research question explores how the quarantine period is represented in the pages of these influencers, and researchers have attempted to analyze the discursive nature of the COVID-19 virus in these pages. Lifestyle influencers on Instagram are among the most popular narrators of daily life and, due to their access to authoritative resources, have a significant capacity for signification of phenomena. In this research, the narrative methods of virtual daily life during the COVID-19 pandemic, based on Riessman's narrative analysis theory, have been studied, and the research methodology is qualitative and based on virtual ethnography. Using narrative analysis techniques, the data, consisting of posts from lifestyle influencers, have been processed, and various strategies for narrating family life during the quarantine period have been analyzed at two thematic and structural levels. In the first section, "Cyborg Women as Quarantine Narrators," the findings have been thematically analyzed, and four genres have been identified: "Fantasy Construction of Corona," "Multiplicative Discourse of Motivation," "Pre-Corona Nostalgia," and "Medicalizing Everyday Life." In the second section, the findings have been structurally analyzed in relation to the interplay between images and text in the posts and the mechanisms of influencers' impact. Two genres have been identified: "Platform Rotation" and "Strategies for Mitigating Influential Challenges."

Keywords

Instagram, Narrative Analysis, Influencer Women, Covid19, Meaning.

بازنمایی زنان اینفلوئنسر اینستاگرام از زندگی روزمره خانوادگی در دوران کرونا

محمدتقی کرمی^۱، شیمافرزادمنش^۲

چکیده

پژوهش پیش‌رو به تأثیر همه‌گیری ویروس کوید ۱۹ بر بازنمایی زندگی روزمره در صفحات اینستاگرام زنان متأهل اینفلوئنسر سبک زندگی در چهارماه نخست همه‌گیری در ایران می‌پردازد. مسئله پژوهش، چگونگی بازنمایی دوران قرنطینه در صفحات اینفلوئنسرهاست و محققان تلاش کرده‌اند نوع معنایابی ویروس کوید ۱۹ را در این صفحات تحلیل کنند. اینفلوئنسرهای سبک زندگی در اینستاگرام برطرفدارترین راویان زندگی روزمره هستند و به دلیل دسترسی به منابع اقتدار، ظرفیت‌های بالایی در معناسازی از پدیده‌ها دارند. در این پژوهش، شیوه‌های روایت زندگی روزمره مجازی در دوران همه‌گیری ویروس کوید ۱۹، بر اساس نظریه تحلیل روایت ریسمن مورد مطالعه قرار گرفته و روش تحقیق کیفی و مبتنی بر مردم‌نگاری مجازی بوده است. بر اساس تکنیک تحلیل روایت، داده‌ها که شامل پست‌های اینفلوئنسرهای سبک زندگی بوده‌اند، پردازش شده و انواع راهبردهای روایت زندگی خانوادگی در دوران قرنطینه در دو سطح مضمونی و ساختاری تحلیل شده‌اند. در بخش اول (زنان سایبورگ به‌مثابه راویان قرنطینه)، یافته‌ها تحلیل مضمونی شده‌اند و چهار گونه: برساخت فانتزی-کرونا، برساخت مضاعف گفتمان انگیزشی، نوستالژی پیشاکرونا، پزشکی کردن زندگی روزمره، سنخ‌شناسی شده است. در بخش دوم یافته‌ها به تحلیل ساختاری نسبت عکس‌ها با نوشتار در پست‌ها و مکانیزم‌های تأثیرگذاری اینفلوئنسرها پرداخته شده و دو گونه: چرخش پلتفرمی و راهبردهای رفع چالش تأثیرگذاری بر مخاطب، صورت‌بندی شده است.

واژگان کلیدی

اینستاگرام، تحلیل روایت، زنان اینفلوئنسر، کوید ۱۹، معنا.

مقدمه

بیماری‌ها نیز مانند تمامی پدیده‌های غیرشهودی دیگر، از طریق زبان بر ما گشوده شده و معنا می‌شوند. بیماری آن‌گاه که انسان بدان دچار شده است از جنس دردی جسمی و واقعیتی ذهنی شهود می‌شود؛ اما به عنوان واقعیتی عینی و خارج از ما و نیز در معنایی جمعی آن، برساختی اجتماعی است. فارغ از اینکه معنا و ماهیت بیولوژیک بیماری، خود می‌تواند برساختی زبانی در ژانر پزشکی یا گفتمان‌های سلامت و بهداشت تلقی شود، مشخصاً معنایی اجتماعی بیماری در فضای بیناسوژگی یا بین‌الذهانی شکل می‌گیرد؛ که البته در فضای بینامتنی، با گفتمان‌های سلامت و بهداشت پیوند خورده است. امر بهداشتی یا بیولوژیک می‌تواند در فضای همپوشان با امر اجتماعی، امر اقتصادی، امر سیاسی، امر دینی و امر فرهنگی، متأثر از ساختارهای معنایی هر یک معنا شود، رنگ و بوی آن‌ها را گیرد و بر هر یک تأثیر گذارد. در واقع معنای بیماری، بسته به اینکه سوژه کدام یک از ساختارهای معنایی باشد، متفاوت است.

ویروس کوید ۱۹ که حضورش در ایران از اواسط اسفند ۱۳۹۸ رسماً اعلام شد، به حدی ناشناخته بود که حتی در مورد امکان انواع راه‌های انتقالش نیز اطلاعات دقیق علمی وجود نداشت. این بیماری به سرعت اکثر کشورهای جهان را درنوردید و با تصاویری از بیمارستان‌های صحرایی، مرگ‌های ناگهانی، تدفین‌های خاص، محافظت‌شده و در عزلت، در رسانه‌های ارتباطی معنای پرازدی شد و در کنار آمارهای صعودی در ابتلا و مرگ و میر، موجی از ترس، ناامیدی، ابهام و البته انکار را در میان افراد برانگیخت. در ایران نیز از هفته پایانی سال ۱۳۹۸ تا اواسط اردیبهشت ۱۳۹۹ (طی دو ماه) در چند مرحله قرنطینه اعلام و تمدید شد و طی این مدت که بخشی از آن به مناسبت عید نوروز تعطیلات رسمی بود، اکثر مشاغل غیرضروری تعطیل شده و زندگی روزمره اعم از کار، مهمانی، سفر، مراکز خرید، رستوران، مؤسسه‌های آموزشی، مراسم ازدواج و ترحیم و مواردی از این دست به تعلیق درآمد. به موازات آن، ماسک و محافظ صورت به پوشش روزمره افزوده شد و مواد شوینده و افشانه‌الکل به ملزومات زندگی تبدیل شدند.

در بستر فضای مجازی، اینفلوئنسرها و میکروسلبیتری‌ها در سال‌های اخیر سهم بزرگی از فراغت روزمره افراد را به پست‌ها و استوری‌های خود در رسانه‌های اجتماعی اختصاص داده‌اند و با استفاده از پلتفرم اینستاگرام که به لحاظ محبوبیت میان کاربران ایرانی، سهمی ۴۹ درصدی در میان شبکه‌های اجتماعی را دارد^۱، به شهرت و درآمدهای

تک استوری بتر ۷

دو استوری (معرفی توضیحی) ۹/۶۰۰

سه استوری (با محصول انتخابی از ۱۱/۷۰۰ بیج)

سه استوری (با برگشت محصول و استوری توضیحی سلفی) ۱۹ میلیون

پست ۲۴ ساعته ۲۹ میلیون

پست ثابت با عکس و بتر شما ۳۶ میلیون

با خودم ۴۲ تومن

(۱) نمونه تعرفه اینفلوئنسرهای سبک زندگی برای تبلیغات

چشمگیری دست یافته‌اند. (نمونه‌ای از تعرفه تبلیغات اینستاگرامرها در تصویر شماره (۱) آورده شده است)

زندگی روزمره با همه‌گیری کوید ۱۹ بیش از پیش به تصرف فضای مجازی درآمد. با قرنطینه سراسری و تعطیلی مشاغل و ادارات، رسانه‌های اجتماعی به لحاظ تأثیرگذاری و امکان تعامل کمابیش به تنها بستر ارتباط اجتماعی تبدیل شدند و بدین ترتیب حضور در دنیای مجازی از دنیای واقعی پیشی گرفت و افراد بیشتری به آن پناه بردند.

هدف این پژوهش ارائه‌ی روایتی از شیوه مواجهه زنان متأهل اینستاگرامر سبک

زندگی با پدیده کرونا در چهار ماه نخست همه‌گیری این ویروس است. کرونا به‌مثابه یک بیماری ناشناخته، مرگبار و با درجه سرایت بالا، سبک زندگی روزمره تمام مردم جهان و البته ایرانیان را دچار تغییراتی بنیادی کرد. همه‌گیری این بیماری، مشاغل، مساجد و مراسم مذهبی را تعطیل، مراکز تفریح و خرید و سفرها را ممنوع و هر گونه معاشرت را خطرناک و منجر به بیماری توصیف کرد. اقتضائات این شرایط که قرنطینه و استفاده دائمی از ماسک در فضاهای عمومی را اجباری می‌کرد در تناقضی آشکار با وضعیتی که به‌مثابه سبک زندگی مجازی در اینستاگرام توسط اینفلوئنسرها به نمایش درمی‌آمد، قرار داشت. چرا که لازمه تبدیل شدن به میکروسلبی در فضای مجازی، نمایش با هدف بهره‌مندی از دنبال‌کننده و لایک بیشتر است. تبدیل شدن به یک اینفلوئنسر و به‌تبع آن دریافت پیشنهادهای تبلیغاتی و بازاریابی و کسب درآمد بالا، نیازمند دیده شدن است و دیده شدن در این فضا اتفاق نمی‌افتد جز با نمایشی اغراق‌آمیز از خود و زندگی روزمره که با مصرف، خرید، چهره و اندامی استاندارد، سفر، تفریح، معاشرت و مهمانی مفصل بندی می‌شود. درحالی که دوران کرونا، دوران فاصله‌گیری‌های اجتماعی و فیزیکی، پوشاندن چهره با ماسک، محدودیت‌های تفریح و معاشرت، ترس، اضطراب و وسواس است. فهمِ چگونگی مواجهه اینفلوئنسرها با تناقض ناشی از همه‌گیری کرونا و نیز چگونگی برساخت این بیماری توسط آن‌ها از این جهت شایسته توجه و مطالعه است.

فارغ از این تناقض، همه‌گیری کرونا به سرعت در بین الازدهانیت جامعه در حال مفهوم‌سازی بود و از جهت دامنه، پیامدها و شرایط ویژه‌ای که برای خانواده‌ها پدید می‌آورد می‌توانست موضوع چشمگیری برای اینستاگرامرها محسوب شود. از این جهت کرونا به مثابه یک مسئله اجتماعی، فرصتی برای اینفلوئنسرهای فضای مجازی بود تا به مخاطبشان که در قرنطینه خانگی به سر می‌برد، نزدیک‌تر شده و این بار، مادری، همسری و خانه‌داری را به جای سفر، تفریح، دورهمی و خرید از دریچه دوران کرونا برای مخاطب روایت کنند. ضرورت خوانش و پژوهش بر آنچه این ستارگانِ نوظهور اینستاگرامی از مواجهه خود با کرونا برای مخاطبانشان در قالب عکس و متن روایت می‌کنند، مبتنی بر جایگاه مرجعیتی است که در فضای مجازی یافته‌اند. آن‌ها مرتباً در حال استفاده توأمان از زبان و تصویر برای ارائه روایتی از زندگی خصوصی خویش و خود ابرازی هستند که منجر به افزایش شهرت و درآمدشان شود و پیش‌نیاز چنین امری تعامل دائمی با مخاطبان است؛ مخاطبانی که حضورشان به این صفحات اعتبار داده و آن‌ها را واجد ارزش دیده‌شدن می‌نماید. اعتبار اینفلوئنسرها از مخاطبانی گرفته می‌شود که حتی در رابطه با تزریق یا عدم تزریق واکسن کرونا هم با ایشان مشورت می‌کنند. در بسیاری از دولت‌های جهان از ظرفیت‌های این قشر برای فرهنگ‌سازی در رابطه با قرنطینه و کاهش مراودات، استفاده از ماسک و توجه به هشدارهای مرتبط با ویروس در دوران کرونا استفاده شده است.^۱ همچنین از وجهی دیگر، ضرورت چنین مطالعاتی، ظرفیتی است که در امکان پیش‌بینی تحقیق نهفته است؛ در واقع تحلیل روایتی که زنان اینفلوئنسر از زندگی خانوادگی در دوران کرونا بر می‌سازند، این امکان را به پژوهشگران و سیاست‌گذاران اجتماعی می‌دهد تا بتوانند در مواجهه با دیگر بحران‌های اجتماعی، نوع واکنش اینفلوئنسرهای فضای مجازی را پیش‌بینی کرده و نسبت به مواجهه آنان با هر رخداد اجتماعی گمانه‌زنی‌های درستی داشته باشند.

پرسش اصلی پژوهش

زنان اینفلوئنسر اینستاگرام، چگونه سبک زندگی خانوادگی خود را در ۴ ماه ابتدای همه‌گیری کرونا (اسفند ۹۸ تا خرداد ۱۴۰۰) در فضای مجازی روایت کرده‌اند؟ و در راستای پرسش اصلی، پرسش‌های فرعی این پژوهش عبارت است از: بازنمایی ساختاری و محتوایی زنان اینفلوئنسر از سبک زندگی خانوادگی در اینستاگرام، چه تأثیری از همه‌گیری کرونا پذیرفته است؟

1. Khotimah, Suciawati Khusnul, Jayanti, Reni Dwi (2020) The role of influencers in digital platform as an existent of social social education to raise people awareness facing Covid19.

زنان اینفلوئنسر، معنای کرونا را چگونه بر ساخت می کنند؟

پیشینه تجربی

شیوع ویروس کرونا و بحران ناشی از همه گیری بیماری کوید ۱۹ یکی از چالش برانگیزترین پدیده های سده بیست و یکم تا به امروز بوده است. این همه گیری ابعاد مختلف زندگی انسان امروز از سیاست و امنیت گرفته تا اقتصاد و فرهنگ را به چالش کشیده و در این میان صاحبان اندیشه در حوزه های تخصصی خود، به تحلیل و تبیین ماهیت و تبعات این پدیده پرداخته اند. در علوم اجتماعی نیز مطالعات بسیاری در این موضوع انجام گرفته و به ابعاد اجتماعی مختلف این همه گیری پرداخته شده؛ اگرچه پژوهش های داخلی که به صورت ویژه به نسبت همه گیری کرونا و فضای مجازی پرداخته اند، محدود به موضوعاتی مانند تأثیر این همه گیری بر خریدهای آنلاین بوده است. یکی از این پژوهش ها پایان نامه ای است که هاجر جعفری (۱۴۰۱) در مقطع کارشناس ارشد با موضوع «تجربه احساسی زنان از خرید آنلاین در دوران کرونا» نوشته و به این نتیجه رسیده که انتظارات افراد هنگام خرید آنلاین بر اساس سه نیاز اعتماد، منفعت و هیجان شکل می گیرد و افراد هنگام خرید آنلاین انتظاراتشان را تعدیل می کنند. روش پژوهش کیفی و در چارچوب نظریه احساسات جاناتان ترنر انجام گرفته است. همچنین پژوهش دیگری توسط بهاره نصیری (۱۴۰۱) انجام گرفته که از حیث فهم رفتارهای زنان در دوران کرونا با موضوع پژوهش حاضر نسبت برقرار می کند. «شناسایی راهکارهای دورکاری و قرنطینه خانگی از دیدگاه زنان عضو هیئت علمی در ایام کرونا با رویکرد پدیدارشناسی» پژوهشی است که تجارب زیسته ۳۰ نفر از زنان عضو هیئت علمی را مورد بررسی قرار داده و یافته ها نشان می دهد وجود قرنطینه خانگی ناشی از ویروس کرونا باعث ظهور فرهنگ قرنطینه در کشور و جهان شده و این امر منجر به بازتعریف روابط و مناسبات اجتماعی، مسئله اخلاق، تعهدات اجتماعی، الگوهای روابط انسانی، اجتماعی، شناخت و درک اخلاق مراقبتی در زندگی از سوی زنان شده است.

اما در میان مطالعات خارجی برخی پژوهش ها متوجه ارتباط بازنمائی با مصرف در دوران همه گیری کرونا در بستر ساختارهای سرمایه داری بوده است. از جمله آرچر، ولف و نالور (۲۰۲۱) در مقاله ای تحت عنوان «سرمایه گذاری روی هرج و مرج؛ بررسی تأثیر و آینده مشارکت اینفلوئنسرهای رسانه های اجتماعی در مراحل اولیه همه گیری جهان» به نقش اینفلوئنسرهای رسانه های اجتماعی بر کنترل همه گیری کرونا در مراحل اولیه آن و

همچنین نقش این همه‌گیری بر سبک زندگی و کسب‌وکارهای اینفلوئنسرها پرداخته‌اند. آن‌ها با استفاده از مفهوم «سرمایه‌داری فاجعه»^۱ در پژوهش خود نشان می‌دهند که اگرچه در ابتدای شکل‌گیری همه‌گیری کرونا به نظر می‌رسید که سبک زندگی لوکس و مصرفی این تأثیرگذاران، تحت تأثیر جنبه‌های منفی کرونا قرار گرفته و درآمدشان کاهش یافته است، اما اینفلوئنسرها و کسب‌وکارهای متعددی، به تدریج خود را برای مقابله با این چالش آماده کرده‌اند؛ همچنین برندهای معتبر از تأثیرگذاری اینفلوئنسرها برای تقویت و تثبیت اعتبار خود در دوران همه‌گیری کرونا استفاده می‌کنند. مقاله جولیا رُسی (۲۰۲۰) را نیز از جهت توجهش به تأثیر کرونا بر صنعت مد می‌توان در این دسته ارزیابی کرد، اگرچه وی در کارش بیشتر از آرچر و همکاران متوجه عملکردها و شیوه‌های بازنمایی زندگی روزمره بوده است. رُسی در «چگونه بلاگرها و تأثیرگذاران روایت همه‌گیری را خلق می‌کنند: یک صحنه جدید از بازنمایی کاذب زندگی روزمره» به مسئله تغییر روایت مد در طول همه‌گیری کوید ۱۹ توسط وبلاگ نویسان، اینفلوئنسرها، سفیران دیجیتالی و همه آن چهره‌های حرفه‌ای که کار خود را بر روی نمایش دیجیتالی خود در زندگی روزمره متمرکز کرده‌اند، پرداخته است. صحنه نمایش این کنشگران همواره پلتفرم‌های آنلاین انتشار از جمله اینستاگرام، یوتیوب و تیک‌تاک بوده است و آن‌ها مبتنی بر این پلتفرم‌ها شکل جدیدی از قصه‌گویی و روایت را ایجاد کرده‌اند. این کنشگران زندگی خود را برای نشان دادن برندهایی که با آن‌ها قرارداد تجاری بسته بودند، برنامه‌ریزی می‌کردند؛ بازنمایی‌هایی که از زندگی واقعی نمایش داده نمی‌شود، بلکه نمایان‌گر یک زندگی مجازی و جعلی بود؛ اما همه‌گیری بیماری کوید ۱۹ ناگهان این شیوه روایت را متوقف کرد و شکل جدیدی را برای بازنمایی همگان به‌ویژه اینفلوئنسرها و وبلاگ نویسان خلق کرد که در خانه با لباس خواب و لباس راحتی مجبور به نمایش خود شدند و انواع روایت‌های زنده در شبکه‌های اجتماعی در طول همه‌گیری کوید ۱۹ به اوج خود رسید. رُسی معتقد است که این جنبشی را نشان می‌دهد که در جهت مخالف شتاب مد است و در دهه‌های گذشته فزاینده رشد کرده است و به نظر می‌رسد جهان مد نیازمند یافتن ریتمی جدید است.

برخی دیگر از مطالعات نیز متوجه تحول مفاهیم فمینیستی در فضای پسادیجیتال متأثر از همه‌گیری کرونا بوده‌اند. از جمله روکائو پالومک ریچا (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «عملکرد پسافمینیستی مادری و خانه‌داری در طی قرنطینه جهانی کوید ۱۹: مورد کیارا فرانی»^۲ با استفاده

1. Disaster Capitalism

۲. کیارا فرانی (Chiara Ferragni) مدل ایتالیایی در سال ۲۰۱۷ در جایگاه اول لیست «قوی‌ترین اینفلوئنسرهای مد» مجله فوربز قرار گرفت.

از شیوه نتنوگرافی^۱ یا مردم‌شناسی آنلاین به بررسی روندهای موجود اجتماعی به‌عنوان زیر بنای جوامع معاصر در بستر شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد. وی که در این پژوهش متمرکز بر تحلیل محتوای پست‌های اینستاگرامی کیارا فرانی^۲ بلاگر مشهور ایتالیایی در آمریکا^۳ است استدلال می‌کند که عملکرد کیارا در خانه‌داری و مادری در طول قرنطینه ایتالیا و شیوع گسترش جهانی ویروس کرونا را می‌توان به‌مثابه تقویت مفاهیم و نقش‌های مادری و خانه‌داری در قالبی پسافمینیستی فهم کرد. ریچا معتقد است در چارچوب ازدواج نهادی ناهمگون^۴ و متأثر از تأثیرات فراملی، بازنمایی‌های کیارا از زندگی روزمره‌اش به تشدید نقش‌های جنسیتی در آینده می‌انجامد. همچنین در مقاله‌ای تحت عنوان «فمینیسم پسادیجیتال و رژیم‌های تصویری فرهنگی: کوید ۱۹ در تنها دانشگاه زنان در خلیج (فارس)» زو هارلی (۲۰۲۰) به تأثیر آنلاین شدن زندگی روزمره و کاری و شغلی بر زنان و مشخصاً زنان عرب خلیج فارس پرداخته است. وی با استناد به تجربه فردی خود به‌عنوان استاد تنها دانشگاه زنان در خلیج فارس که در طول همه‌گیری کرونا کلاس‌های آنلاین برگزار کرده است، تحلیلی خودمردم‌نگارانه از منظر فمینیسم پسادیجیتال انجام داده است. هارلی چنین موقعیتی را امکانی برای انعکاس حضور جهانی زنان فارغ از محدودیت‌های فضاهای فیزیکی عنوان کرده و معتقد است در دنیای پسادیجیتال لازم است موقعیت‌یابی جدیدی در نظریه و عمل از منظر جنسیت صورت بگیرد؛ اما در عین حال معتقد است گرچه رسانه‌ای شدن، امکان‌های بسیاری برای حضور و مشارکت و دیده شدن زنان فراهم کرده است، اما در یک رویکرد متقاطع روابط قدرت در اینکه چه کسانی در میان زنان دیده و شنیده شوند، تأثیر بسزایی داشته و اساساً امکانات نابرابری چه به لحاظ جنسیتی و چه در ابعاد دیگر هویتی و فرهنگی برای دیدن، بودن و دانستن حتی در فضای بصری و آنلاین در شرایط پسادیجیتال توسط پلتفرم‌های سرمایه‌داری جهانی توزیع شده است. هارلی با تکیه بر مفهوم «خرده‌کرده‌ها»^۵ به پارادوکس‌های فضای کنشگری زنان عرب می‌پردازد و نشان می‌دهد برخی زنان عرب اینفلوئنسر چطور سعی کرده‌اند با کاربرد طرح و برش و پارچه‌های خاص و تزئینی در ملزومات حجاب خود، در عین اینکه از نمایش آنلاین صورت یا بدن خود اجتناب می‌کنند به جذب مخاطب بپردازند. هارلی این بازنمایی‌ها را روایت‌هایی در مورد چگونگی «چندپاره شدن خود» در میان نقش‌های متعددی می‌داند که در طول بحران‌های جهانی و در فرایند کنونی فرابصری شدن دوران پسادیجیتال از زنان مطالبه می‌شود.

برخی از مطالعات مشخصاً متمرکز بر تأثیر همه‌گیری کرونا بر نقش‌های جنسیتی

1. netnography

2. heteronormative institutional marriage

3. Micro practices

بوده است. از جمله هانک و اشتاینباخ (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان «تقسیم کار خانگی و مراقبت از کودکان میان زوجین قبل و در طی بحران کرونا، مورد آلمان» به مطالعه ساز و کارهای موجود در (نا)برابری جنسیتی در طول بحران کرونا که در تقسیم کار زوجین در کارهای خانه و مراقبت از کودکان نمود می‌یابد پرداخته‌اند. دغدغه آن‌ها در این پژوهش نگرانی از تأثیر منفی همه‌گیری کرونا بر برابری جنسیتی بوده است اما در نهایت به این نتیجه می‌رسند که هیچ تغییر اساسی در الگوهای تقسیم کار زوجین به شکل کلی قابل مشاهده نبوده است اگرچه تغییراتی به نفع الگوهای تقویت و تشدید نقش‌های سنتی مشاهده می‌شود. در نهایت یافته‌های هانک و اشتاینباخ نه از مفهوم «همه‌گیری مردسالاری» حمایت می‌کند و نه نشان می‌دهد که بحران کرونا ممکن است روندهای همگرایی جنسیتی در سطح کلان را تقویت کرده باشد. برخی از مطالعات نیز متمرکز بر تحول در شیوه‌ها و تکنیک‌هایی بازنمایی متأثر از همه‌گیری کرونا بوده‌اند. به عنوان نمونه گلوریا یاندو (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان «به‌سوی مفهوم غیر دوانگاران‌ه از تحرک: فهم نمایش خود در عکس‌های اینستاگرام در طول همه‌گیری کوید ۱۹» این موضوع را بررسی کرده است که چگونه اینستاگرام‌ها با وجود سکون در قرنطینه جسمی در طول همه‌گیری اولیه کوید ۱۹، با استفاده از موبایل و فضاهای دیجیتالی، خود را فعالانه و در حرکت بازنمایی کرده‌اند. یاندو در این مطالعه نتیجه می‌گیرد، همان‌طور که اینستاگرام‌ها هر دو وجه نامرئی و اجتماعی بودن «خود» را در طول قرنطینه با مخاطبان مورد مذاکره قرار می‌دهند، بدن فیزیکی آن‌ها به‌صورت دیجیتالی به‌عنوان بخشی از خودابرازی در مدل‌های مختلف مجدداً برساخته شده و شکاف سنتی حرکت/سکون را بر هم می‌زند. وی در نهایت تأکید می‌کند اگرچه ابزارهای ارتباطات دیجیتالی، به افراد عاملیت و رهایی می‌بخشد اما در عین حال می‌تواند نظم‌های نابرابر موجود را نیز تداوم بخشد.

بررسی اجمالی ادبیات موجود نشان می‌دهد ابعاد پیچیده و متحول عرصه بازنمایی‌های دیجیتال متأثر از همه‌گیری کرونا نیازمند مطالعات فراوانی برای تعمیق فهم آکادمیک از این حوزه است. در نمونه‌های برشمرده در این بخش، هیچ‌یک مشخصاً به موضوع تأثیر همه‌گیری کرونا بر بازنمایی زندگی روزمره اینفلوئنسرها و ابعاد متنوع آن نپرداخته‌اند، معنایابی و ویروس کوید ۱۹ توسط اینفلوئنسرها را مطالعه نکرده‌اند و جستجوی نگارنده برای یافتن پژوهش‌هایی مشابه درون جامعه ایران نیز بی‌نتیجه بوده است؛ به عبارت دیگر پژوهش حاضر تلاشی است برای پاسخ دادن به خلاء نسبی موجود در این حوزه و امید است نتایج آن در پیوند با نتایج مطالعات مشابه راهگشای افق‌هایی نو در این زمینه باشد.

چارچوب مفهومی پژوهش

مبانی نظری پژوهش حاضر حول دو مفهوم بنیادین در این حوزه ارائه می‌شود. مفاهیم اینفلوئنسر و زنانگی مجازی، مفاهیم کلیدی در مفهوم‌بندی این پژوهش هستند و چارچوب نظری بحث نیز حول تعریف نظری و عملیاتی این مفاهیم ارائه شده است: اینفلوئنسر^۱: در ادبیات نظری این حوزه، نام‌های مختلفی برای کاربران شبکه‌های اجتماعی که از طریق این شبکه‌ها به شهرت رسیده‌اند، استفاده شده است. «میکروسلبیتی»^۲، «سلبیتی اینترنتی»^۳ و «بلاگر»^۴ نمونه‌ای از این نام‌ها هستند. در مورد میکروسلبیتی‌هایی که می‌توانند شهرت خود را به ارزش ملموس یا ناملموس تبدیل کنند، اصطلاح «اینفلوئنسر» به شکل گسترده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد. (Keller, 2012: 438) اینفلوئنسرهای شبکه اجتماعی (SMI)^۵ به کاربران معمولی و روزمره اینترنت اطلاق می‌شود که از طریق روایت متنی و بصری زندگی شخصی و سبک زندگی خود، تعداد نسبتاً زیادی طرفدار در وبلاگ‌ها و رسانه‌های اجتماعی جمع‌آوری کرده و در فضاهای دیجیتالی و فیزیکی با طرفداران خود وارد تعامل شده و با ادغام «تبلیغات» در این روایت‌های شخصی و انتشار در پست‌ها و وبلاگ‌های خود، از دنبال‌کنندگان خود درآمد کسب می‌کنند. تبلیغات در «صنعت اینفلوئنسر»^۶ بسیار شخصی‌سازی شده و به شکلی ساختگی، ریاکارانه و تحریف شده‌ای همراه با اظهار نظرات بسیار میکروسلبیتی جهت معرفی، ترویج و بازاریابی محصولات/خدمات است. گویی که اینفلوئنسرهای شخصاً این محصولات/خدمات را تجربه کرده و پرداخت هزینه برای خرید آن توسط هواداران‌شان را تأیید می‌کنند. بر همین اساس اصطلاح اینفلوئنسر رسانه‌های اجتماعی اکنون می‌تواند برای همه از نانو اینفلوئنسرهای کمتر از ۱۰۰۰ دنبال‌کننده در اینستاگرام و متخصصان و کارشناسان هر موضوعی گرفته تا سیاستمدارانمانند دونالد ترامپ رئیس‌جمهور (سابق) ایالات متحده و افراد مشهوری مانند کیم کارداشیان استفاده شود. با این حال، تنوع و تکثر اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی همیشه در رسانه‌های جریان اصلی منعکس نمی‌شود، بلکه این مقاله‌ها هستند که اینفلوئنسرهای را به‌ویژه در اینستاگرام نشان می‌دهند؛ کسانی که شیوه زندگی مجلل آن‌ها به دلیل همه‌گیری کرونا محدود شده است. (Abidin, 2015: 2).

1. Influencer
2. Micro-celebrities
3. Internet celebrity
4. Blogger
5. Social media influencer
6. Influencer Industry

همچنین در تعریفی دیگر اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی، افرادی تلقی می‌شوند که شبکه اجتماعی بزرگ و فراوانی از کاربران، آن‌ها را دنبال می‌کنند و در یک یا چند موضوع ظرفیت تأثیرگذاری و جریان‌سازی قابل‌اعتمادی برای مخاطبان‌شان داشته و برای آن‌ها قابل احترام و توجه هستند. یک راه خوب برای ارزیابی از میزان تأثیرگذاری یک اینفلوئنسر تعداد دنبال‌کنندگان وی در رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام است. اگرچه مطالعات متعدد نشان داده‌اند که این بخش از تأثیرگذاری ممکن است ناشی از چیزی فراتر از جذابیت پست‌های آن‌ها، یعنی به دلیل «اثر چرخه‌ای»^۱ سرعت انتشار در اینترنت باشد. به‌رحال اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی موقعیت منحصر به فردی در زمینه مصرف و تولید فرهنگی دارند. درحالی‌که برای تبلیغ خود دست به خود-ابژه‌سازی و کالایی کردن «خود» در میدان رقابتی‌شان می‌زنند، سطح موفقیت‌شان بستگی به مقدار سرمایه شهرتی دارد که توانسته‌اند برای خود جمع کنند. آن‌ها بر تصمیمات خرید مخاطبان‌شان تأثیرگذار بوده و سوزده‌های منفعلی نیستند که صرفاً با ساخت برند شخصی، سرمایه جمع کنند بلکه عاملان و فعالان به‌سر سرمایه‌نمادین تعداد زیادی از کالاها، از لباس تا دکور منزل و مقصد تعطیلات توان مذاکره دارند. از آنجایی‌که موفقیت یک اینفلوئنسر به گستردگی مخاطبان‌ش بستگی دارد، مشروعیت و رفاه آن‌ها نیز در نهایت از طرفداران‌شان سرچشمه می‌گیرد. درواقع کارکرد رسانه صنعت سلبریتی شبیه دستگاه‌های مولد (خالق) محصولات فرهنگی (سخت‌افزارهای رسانه‌های جمعی) است. برای مثال یک سلبریتی (مانند یک فرستنده) با مخاطب‌ش (به‌عنوان یک گیرنده)، رابطه‌ای دوطرفه برقرار می‌کند: هم مشروعیت فراهم می‌شود و هم کالا را مصرف می‌کنند (Recio, 2020: 4).

زنانگی مجازی: تا دهه ۱۹۶۰ جامعه‌شناسان عقیده داشتند که در جوامع غربی، نقش‌های زن و مرد در خانواده بیش‌ازپیش رو به همانندی است. ادعا می‌شد برابری جنسیتی در خارج از خانه که خود را در مسائلی چون: تغییر موقعیت حقوقی زنان، افزایش شمار زنانی که بیرون از خانه کار می‌کردند و فرصت‌های بهتر آموزشی برای زنان نشان می‌داد، به فرسایش الگوی سنتی خانواده انجامیده است، الگویی که بر تسلط شوهر بر زن و تقسیم کاری خشک بر مبنای جنس در خانواده استوار بود (گرت، ۱۳۸۵: ۵۲). درواقع دوگانه خانه/کار به این معنا بود که برای مشارکت اقتصادی و حضور اجتماعی صرفاً گذر از خانه و حضور در عرصه عمومی می‌تواند راه زنان را برای رسیدن به برابری هموار کند. بر همین اساس «کار خانگی» مفهومی مناقشه

1. Cascading effect

برانگیز میان فمینیست‌ها است. «اقتصاددانان فمینیست» اهمیت دادن به کار خانگی را شمشیری دولبه برای زنان تلقی می‌کنند؛ چراکه از یک طرف اهمیت کار خانگی زنان را نشان می‌دهد و از طرف دیگر انتظارات سنتی در مورد زنان را تقویت می‌کند. آن‌ها می‌گویند این امر منجر به محدود شدن زنان در حوزه خصوصی می‌شود و در عوض مردان به حوزه عمومی وارد می‌شوند که قدرت از آن ناشی می‌شود» (کرمی و خیری، ۱۳۹۹: ۱۲۴). برای دهه‌ها الگوهای تلاش برای برابری، توانمندسازی و توسعه بر همین اصل استوار بوده و است: ورود زنان به عرصه عمومی و افزایش آمارهای اشتغال، آموزش و مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی.

رونق گرفتن اینترنت، ظهور فضای مجازی و آغشته شدن زندگی روزمره به شبکه‌های تعاملی وب ۲ تمام این معادلات را به هم ریخت. «در حال حاضر گسترش اینترنت در سطوح فرهنگی و سیاسی به پدیده‌ای فراگیر و همگانی تبدیل شده و عرصه عمومی را آن‌چنان گسترش داده که در تاریخ بشر بی سابقه است... همچنین در طول یک دهه یا بیشتر، گسترش تلفن‌های همراه، انقلابی موازی در ارتباطات همگانی و فرهنگ توده‌ای ایجاد کرده است و تبادل نوشته و عکس، گونه‌های فرهنگی تازه‌ای را به وجود آورده است» (روجک، ۱۳۹۰: ۳۶). اگر ازلحاظ ایدئولوژیکی تابه‌حال می‌شد که زندگی زنان را با تمایز حوزه خصوصی و عمومی که برای زندگی طبقه کارگر به صورت محیط کارخانه و خانه تصویر می‌شود و برای زندگی بورژوازی در بازار و خانه و موجودیت جنسی در قلمروهای خصوصی و سیاسی تبیین نموده، اکنون این ایدئولوژی کاملاً گمراه‌کننده است، حتی برای نشان دادن اینکه چگونه این اصطلاحات دوگانه در عمل و نظریه یکدیگر را ایجاد می‌کنند (هاراوی، ۱۳۹۸: ۶۳).

این گسترش عرصه عمومی در راستای فضای مجازی که می‌تواند عرصه سوم و مستقلی میان حوزه عمومی و خصوصی تلقی شود و ویژگی‌هایی از هر دو را داراست، اقتضائات خاص خود را دارد و می‌تواند خالق موجود نوپدیدی باشد که دانا هاراوی^۱ (۱۹۴۴) آن را «سایبورگ»^۲ می‌خواند. سایبورگ، پیوند ماشین و اندام است، موجودی نوپدید از امتزاج انسان و ماشین که پایان‌دهنده به دوگانه انگاری‌های نظام گفتمان سلسله مراتبی غربی همچون ذهن/بدن، من/دیگری، مرد/زن، انسان/ماشین و عمومی/خصوصی است. سایبورگ فاقد یک هویت ثابت است و مدام در حال از نو ساختن خود است. برای سایبورگ چیزی از قبل به عنوان غایت فرض نشده است، بلکه او در

1. Haraway, D

2. Cyborg

کنش‌های روزمره خود جهت‌گیری خود را می‌یابد. فرهنگ فناوری پیشرفته، با این دوآلیسم‌ها به طرق فریب‌آمیزی مبارزه می‌کند. نتیجه امر این است که حواس ارتباطی انسان به ابزارهای او بسط یافته است (هاراوی، ۱۳۹۸: ۸۱).

وجه تمایز این زنانگی سایبورگ شده همین امکانی است که برای دسترسی و حضور در فضای مجازی به زنان می‌دهد؛ آن‌هم نه به عنوان یک کاربر معمولی، بلکه به عنوان یک اینفلوئنسر و میکرو سلبریتی. آن‌ها می‌توانند در همان لحظه که مشغول مادری و همسری و انجام کارهای خانه هستند، به معاشرت با چندین هزار مخاطب مشغول باشند. سایبورگ فاقد یک هویت ثابت است و مرتباً در حال از نو ساختن خویش است. بر همین اساس در زمانه‌ای که زنان شاغل هم از حضور در فضای عمومی منع شده بودند، زنان خانه‌دار همچنان که مسئولیت‌های چندگانه مادری و همسری و مراقبتی و آموزشی را در دوران همه‌گیری و قرنطینه در خانه تجربه می‌کردند، حضور اجتماعی و معاشرت در فضای عمومی مجازی را نیز تجربه کرده و تصویری از همین هویت‌های منکسر با مخاطبشان به اشتراک گذاشتند؛ اما وجه توانمندکننده^۱ فناوری‌های ارتباطی همه داستان نبوده و نیست.

برخلاف سایر فمینیست‌های متقدم مانند سیدی پلنت^۲ (۱۹۹۴) که سال‌ها پس از هاراوی، در مواجهه با فناوری‌های نوین رسانه‌ای نگاهی آرمانی و ایده‌آل‌گرایانه به فضای مجازی برای ظهور و بروز زنان داشتند، هاراوی در «مانیفست سایبورگ» تلاش می‌کند این جهان سایبورگ شده را از هر دو منظر آزادی و سلطه تحلیل کند. وی تصریح می‌کند که از یک منظر جهان سایبورگ، درصدد تحمیل نهایی یک شبکه کنترل بر کل کره خاکی است و بر همین اساس سلطه سلسله‌مراتب‌های قدیمی را با سلطه جدیدی به نام انفورماتیک جایگزین می‌کند. او ابزارهای فناوری ارتباطات و بیوتکنولوژی را ابزارهایی برای بازآفرینی بدن‌ها می‌داند و معتقد است متأثر از انفورماتیک سلطه روابط اجتماعی جدیدی برای زنان سراسر جهان تحمیل می‌شود که می‌توان آن را تحمیل معنا در نظر گرفت. (نقل به مضمون از هاراوی، ۱۳۹۸، ۴۳ و ۴۹)؛ اما وی از منظری دیگر به امکان‌هایی که این جهان پیش روی انسان می‌نهد، اشاره می‌کند و سایبورگ را جهانی می‌داند درباره واقعیت‌های جسمانی و اجتماعی موجود که در آن مردم ترسی از هویت‌های همیشه ناتمام و دیدگاه‌های متناقض ندارند. از این منظر علم و فناوری، فراهم آورنده منابع تازه‌ای از قدرت هستند که ما را به یافتن منابع تازه، تحلیل و کنش سیاسی

1. Empowering

2. Sadie Plant

ملزم می‌کند. اقتصاد جدید به نابودی تمایزات اولیه میان حوزه عمومی/خصوصی یاری رسانده چراکه باوجود اقتصاد کار خانگی و فناوری‌های نظارتی، حفظ چنین تمایزاتی غیرممکن است. او یک جهان شبکه‌ای را متصور می‌شود که نشان‌دهنده فراوانی فضاها، هویت‌ها و نفوذپذیری مرزبندی‌ها در بدن فردی است؛ در این حالت، هویت‌ها ناتمام و متناقض به نظر می‌آیند. (نقل به مضمون از هاراوی، ۱۳۹۸، ۱۲۲ و ۲۹).

در واقع هاراوی از هویت‌های منکسر صحبت می‌کند و تأکید دارد که سایبورگ‌ها مبتنی بر سیاست‌های پیوستگی هستند و نه سیاست‌های تعیین هویت. برای توصیف این واقعیت که زنان امروز در جهانی عمیقاً ساخت‌یافته با روابط اجتماعی علم و فناوری زندگی می‌کنند، هاراوی استعاره «مدار مجتمع»^۱ را از نظریه‌پردازی به نام «راشل گراسمن» وام می‌گیرد و می‌خواهد به روشی مشابه نشان دهد که زنان در یک مدار مجتمع می‌توانند کارکردهای متعدد و متکثری داشته باشند. مدار مجتمع به عنوان استعاره‌ای برای امر اجتماعی، به مثابه یک شبکه عمل می‌کند که تمایزات سنتی میان محیط خصوصی/عمومی را در هفت بخش جامعه صنعتی (خانه، بازار، محیط کاری، دولت، مدرسه، بیمارستان و کلیسا) زیر سؤال می‌برد. هر یک از این بخش‌ها، بخشی از مدار مجتمع با اتصالات مختلف هستند و همین اتصالات مختلف است که مرز دوگانه‌های پیشین را واسازی کرده و کار ویژه‌های متعددی برای هر یک از محیط‌ها متصور می‌کند.

روش پژوهش

روش این پژوهش در گردآوری و توصیف داده‌های کیفی، مبتنی بر مردم‌نگاری مجازی^۲ طراحی شده است. مردم‌نگاری مجازی رویکردی پژوهشی در بررسی تعاملات اجتماعی است که در فضاهای مجازی اتفاق می‌افتد. این تعاملات اغلب در فضاهای وب و سایت‌های اینترنتی مانند گروه‌های خبری، چت‌روم‌ها و میدان‌های بحث و گفتگو شکل می‌گیرد. در مردم‌نگاری مجازی پژوهشگر به بررسی میدانی می‌پردازد که وسعت آن از دامنه مکان و زمان فراتر می‌رود و افرادی را بررسی می‌کند که در یک امر و حضور در یک میدان مجازی با یکدیگر اشتراک دارند (ذکایی، ۱۳۹۹: ۳۲۴). در پردازش داده‌های این پژوهش از تکنیک تحلیل روایت استفاده شده و تلاش

1. Integrated circuit

مدار مجتمع بیان خیالی یک چیپ یا میکروچیپ است، و ماهیتا عبارت است از قطعه نیمه رسانا که هزاران و یا میلیون‌ها مقاومت، خازن و ترانزیستور بر روی آن تعبیه شده است. امروزه عبارت مدار مجتمع به انواع متنوعی از کارکردها گفته می‌شود: تقویت‌کننده‌ها، نوسان‌گیرها، تایمرها، شمارنده‌ها و حافظه‌های کامپیوتری.

2. Virtual Ethnography

می‌شود به فهم و تفسیر روایت مجازی زنان اینفلوئنسر سبک زندگی اینستاگرام از زندگی روزمره خانوادگی در دوران همه‌گیری کرونا دست یافته و بر اساس نظریه تحلیل روایت ریسمن^۱ راهبردهای متن در بر ساخت همه‌گیری کوید ۱۹، احصاء و تحلیل شوند. بر اساس نظریه ریسمن، انواع راهبردهای تحلیل روایت می‌تواند تحلیل روایت مضمونی، ساختاری، تعاملی و اجرایی باشد. مطالعه این مقاله با استفاده از دو تکنیک تحلیل مضمونی و ساختاری روایت‌های اینفلوئنسرهای اینستاگرام پیش رفته است. تحلیل روایت مضمونی بر چستی محتوای متن تأکید دارد و بجای از آنکه بر چگونگی ارائه روایت متمرکز باشد، بر آنچه در متن میدان تحقیق موجود است، تأکید می‌کند؛ اما در تحلیل روایت ساختاری تأکید بر شیوه و روش گفتن داستان و روایت است. اگرچه در این روش نیز محتوای مضمونی به کلی نادیده گرفته نمی‌شود، اما تمرکز بر روی ساختار است؛ اینکه چگونه یک گوینده با انتخاب ابزارهای روایی خاص داستان را برای مخاطب متقاعدکننده می‌نماید. (4: Riessman, 2005)

روش نمونه‌گیری پژوهش مبتنی بر نمونه‌گیری هدفمند و میدان آن شبکه اینستاگرام است. در راستای هدف پژوهش، از میان زنان متأهل اینفلوئنسر سبک زندگی که از چگونگی مواجهه خانواده‌شان با پدیده کرونا پست‌هایی منتشر کرده‌اند، کسانی که بیش از ۳۰۰ هزار دنبال‌کننده دارند، چارچوب اولیه نمونه‌ها را تشکیل می‌دهند. در مرحله دوم، بر اساس داشتن میزان پست‌های مرتبط با کوید ۱۹ و تعامل^۲ شان با مخاطب تعداد ۳۰ اینفلوئنسر از میان چارچوب اولیه انتخاب شده و تمامی پست‌های مرتبط با کرونا که توسط این ۳۰ اینفلوئنسر در چهارماهه ابتدای همه‌گیری (اسفند ۱۳۹۸ تا خرداد ۱۳۹۹) منتشر شده‌اند مورد تحلیل قرار می‌گیرند. واحد تحلیل، «پست» بوده که شامل محتوای نوشتاری پست‌ها در قالب کپشن^۳ همراه با عکس‌ها می‌باشد.

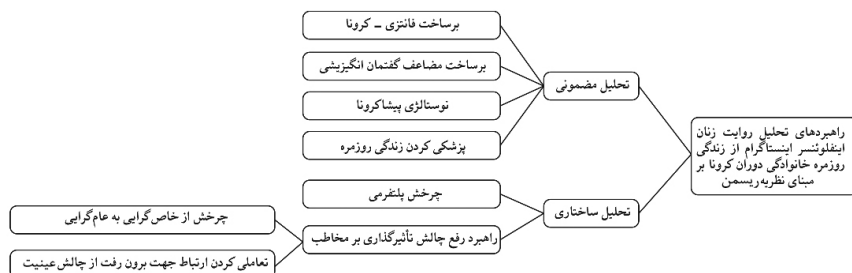
نهایت آنکه یافته‌های این پژوهش با استفاده از روش تحلیل روایت ریسمن و مفاهیم نظری زنانگی مجازی و اینفلوئنسرهای اینستاگرامی در دو سطح تحلیل روایت مضمونی (چستی روایت و انواع گونه‌های مضمونی) و تحلیل روایت ساختاری (نحوه بیانگری) صورت‌بندی شده است. ضمناً نتیجه‌گیری این پژوهش بر مبنای کیفی بودن، ادعایی برای تعمیم ندارد و صرفاً برشی از روایت‌های زنان در فضای مجازی طی دوران قرنطینه است.

1. Riessman. C.K

2. Engagment

3. Caption

جدول ۱. مدل نظری تحلیل روایت‌های زنان اینفلوئنسر از زندگی روزمره دوران کرونا در بستر اینستاگرام



یافته‌های پژوهش

تحلیل مضمونی: در بخش اول، گونه‌شناسی در چهار دسته از انواع مضامینی که روایات زنان اینفلوئنسر را از زندگی روزمره در دوران کرونا نمایندگی می‌کنند، انجام شده است.

– برساخت فانتزی-کرونا: با شروع همه‌گیری کوید ۱۹ و ایجاد قرنطینه خانگی، خانه مفهومی عمیق و گسترده یافت و مفهوم آن به مثابه استراحتگاه، مورد بازاندیشی قرار گرفت. در وضعیت ناامنی حوزه عمومی، برخی از کارکردهایی که برای دهه‌ها از خانه و خانواده سلب شده بود، از جانب حوزه خصوصی بازپس گرفته شد. تعطیلی مؤسسه‌های آموزشی و مشاغل موجب حضور مداوم و دائمی مردان و کودکان و زنان در خانه و کنار یکدیگر شد که این وضعیت جدید، در نهایت برای زنان با هویت‌های گوناگون حاوی تجربه‌های متفاوتی بود. تغییراتی در نقش‌ها و روابط خانوادگی پدید آمد و مسئولیت‌های مادری و همسری زنان در امتداد نقش‌های جدیدی که به واسطه همه‌گیری و قرنطینه برایشان تعریف شده بود، به شکلی مضاعف متکثر و چندگانه شد. تعریف وظایف جدیدی مانند معلمی برای فرزندان در آموزش از راه دور، مراقب از سلامتی و پیشگیری از انتقال ویروس به اعضای خانواده، شستشوی همه‌آنچه خریداری می‌شود، ایجاد تفریح و سرگرمی برای کودکان در داخل خانه، در کنار نقش‌های مادری و همسری و بعضاً دورکاری زنان، هویت آنان را بیش از پیش سیال کرد؛ اما تصویری که زنان اینفلوئنسر از همه‌گیری و کرونا ارائه کردند، با این تکثر نقش‌ها و هویت‌های منکسر تفاوتی جدی داشت. آن‌ها با وجود هویت‌های متقاطع^۱، در یک موقعیت پارادوکسیکال رویکردی فانتزی به مسئله همه‌گیری کوید ۱۹ داشته، واقعیت‌های آن را طرد و انکار نموده و تصویری صورتی از آن به مخاطب ارائه می‌کنند. در همین رابطه «مهسا» یکی از اینفلوئنسرهای مورد مطالعه در

این پژوهش، زمانی که به تأثیر همه‌گیری کرونا در زندگی خانوادگی‌اش اشاره می‌کند، دقیقاً این نوع مواجهه فانتزی گونه را نشان می‌دهد:

کرونا جان سلام. این روزها که مردم ما در یکی از تلخ‌ترین شرایط قرار دارن تو فکر مارو از قیمت دلار و تحریم و تورم دور کردی. ازت ممنونم! باعث شدی از خلاقیتیم برای نگه داشتن ۱۴۴ ساعت مداوم بچه‌ها توی خونه استفاده کنم. ازت ممنونم! کاری کردی با اون کسایی که خیلی حوصلشون نداشتم کمتر رفت و آمد کنم. ازت ممنونم! کاری کردی علاوه بر کارهام هر روز برای همسرم غذا آماده کنم بیره سرکار تا غذای بیرون نخوره و سالم بمونه و پولاش پس انداز کنه. ازت ممنونم! کاری کردی هر روزه کلی ویتامین بخورم و روزی صدبار دستامو بشورم. ازت ممنونم. کاری کردی عزیزامو عمیق‌تر ببینم و دوستشون داشته باشم و نگرانشون باشم. ازت ممنونم!

— این زنان که با حضور در فضای مجازی، هویتی سایبورگ شده کسب کرده‌اند، جهت حفظ جایگاه اینفلوئنسر بودن نیازمند ارائه تصویری تخیلی و لوکس از زندگی روزمره، هم قبل از همه‌گیری و هم از پس از آن بوده و هستند. آن‌ها تا پیش از همه‌گیری، تصویری نمایشی و اغراق شده از نقش‌های خانوادگی و زندگی روزمره در صفحاتشان بازنمایی می‌کردند^۱ و با شروع کرونا به فانتزی کردن تراژدی زندگی در دوران قرنطینه پرداختند.

برساخت مضاعف گفتمان انگیزشی: درواقع می‌توان از دوران کرونا به مثابه آزمایشگاه زندگی روزمره و فرصتی برای جامعه‌شناسان یاد کرد. موقعیتی که باعث شده الزاماً زندگی معمول روزمره دچار تعلیق شود و امکانی برای فهم خانواده ایرانی در مواجهه با چالش و بحران فراهم گردد. (کرمی، ۱۳۹۹) بر همین اساس مطالعه روایت‌های اینفلوئنسرهای از زندگی خانوادگی در دوران کرونا نیز واجد اهمیت است. متأثر از ظرفیت سوژگی‌ای که اقتضائات فرهنگی و فناورانه جهان امروز در اختیار اینفلوئنسرهای قرار داده است، آنان در معناپردازی پدیدارها در حوزه عمومی نقش قابل توجهی یافته‌اند. «ریچا» استاد جامعه‌شناسی دپارتمان علوم انسانی دانشگاه ناتینگهام بر نقش اینفلوئنسرهای در معنایابی اجتماعی بیماری کوید ۱۹ به مثابه واسطه‌های فرهنگی^۲ تأکید می‌کند: «اینفلوئنسرهای می‌توانند به ساخت معنا در حین یک ترومای جهانی که باعث آسیب جمعی می‌شود، دست بزنند، زیرا آن‌ها - در جامعه‌ای که بیش از هر زمان دیگری به رسانه‌های اجتماعی وابسته است - به عنوان رهبران افکار عمومی، این قدرت را دارند که دستورالعمل‌هایی برای آینده ارائه دهند. آن‌ها در عین حال که همه‌گیری را روایت می‌کنند، در بازبینی و بازسازی رویداد آسیب‌زا

۱. رجوع شود به: ذکایی، کرمی و فرزادمنش. "بازنمایی زندگی روزمره خانوادگی زنان در اینستاگرام". فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. پاییز ۹۹، شماره ۲۳

فعالانه مشارکت می‌کنند.» (Recio, 2020: 8)، آن‌ها در قالب گفتمان انگیزشی در بینامتنیت با گفتمان سلامتی و وضعیت خاص همه‌گیری، معنای جدیدی به ویروس کوید ۱۹ داده‌اند و با روایت تجربه‌های شخصی خود در زمانه قرنطینه، از دستورالعمل‌هایی که درون‌مایه روانشناسی موفقیت و مثبت‌گرا و انگیزشی دارد، استفاده می‌کنند تا نشان دهند برهم خوردن روال عادی و امن زندگی روزمره خانوادگی را به عنوان یک اینفلوئنسر چگونه پشت سر گذاشته‌اند و در این راه معنای بیماری را از «مرگ و نیستی» که معنای غالب گفتمان تخصصی و پزشکی است، به سوی امکانی برای امیدواری، در لحظه حال زندگی کردن، پذیرش، مثبت نگریستن و کشف سویه‌های مثبت این دوران تغییر می‌دهند. سمیه یکی از همین اینفلوئنسرها به معنای پذیرش - که به زعم وی طی همه‌گیری کوید ۱۹ می‌توان به آن دست یافت - اشاره می‌کند و از تغییرات در زندگی خانوادگی اش طی قرنطینه می‌گوید:

عادت کردن به موهبتی که خدا بهمون داده... روزهای اول قرنطینه فکر کردن بهش هم برام سخت بود افسرده شده بودم عصبی شدم، وسواس گرفتم. شب تا صبح از استرس خوابم نمیرید، نفسمو حبس میکردم مدام به بچه‌ها میگفتم نفس عمیق بکش! تا چشم باز میکردم تو سایت‌ها آمارها رو میدیدم! منتظر بودم بشه آخر فروردین، منتظر گرم شدن هوا، منتظر دراومدن واکسن، منتظر باز شدن مهد، انتظار... با گذشت زمان عادت کردم و وقتی به پذیرش رسیدم، آروم شدم... هنوز هم با دخترا خونه تنهام هنوز هم مسافرت و آرایشگاه نرفتم هنوز هم به همون اندازه بهداشت رو رعایت میکنم ولی دیگه نه استرس دارم نه وسواس و نه عصبی‌ام! چون دیگه منتظر نیستم... وقتی «انتظار» نداشته باشیم به پذیرش میرسیم. وقتی دیگه منتظر نیستم اخلاق بچم عوض بشه، وقتی دیگه منتظر نیستم بزرگ بشه، وقتی دیگه انتظار نداشته باشم دیگه توی تحمل نیستم و به پذیرش رسیدم 😊 به خودتون نگاه کنین شما الان در تحمل هستین یا پذیرش؟

- نوستالژی پیشاکرونا: از آنجا که اینفلوئنسرهای شخصیت‌های اول دیجیتالی^۱ هستند، پیروان آن‌ها نیز عموماً به دنبال موضوعات پرطرفدار مجازی و پوشش اخبار آنلاین در صفحات آنان هستند. اینفلوئنسرهای متأثر از منطق شبکه‌های اجتماعی^۲ باعث شهرت و دیده شدن هر خبری در فضای مجازی می‌شوند، میزان درگیری^۳ مخاطب

1. Digital first personalities

۲. فرایندها، اصول و روش‌هایی که از طریق آنها این پلتفرم‌ها اطلاعات، اخبار و ارتباطات را پردازش می‌کنند و به طور کلی روش‌هایی که ترافیک اجتماعی را هدایت می‌کنند.

3. Engagement

با موضوعات موردنظرشان را افزایش داده و برای جلب نظر مخاطبان و حفظ درآمد خود از آگهی، میزان لایک و کلیک در فضای شبکه را مدیریت می‌کنند. این رویه رسانه‌های دیجیتال در طول چرخه‌های خبری بحران (مانند همه‌گیری کرونا) تشدید می‌شود؛ مطالعاتی که «واکنش‌های اولیه فضای مجازی» را جمع‌آوری می‌کنند، نشان می‌دهند اینفلوئنسرهای تمایل دارند «تأثیرگذاری بیشتر» و «ماندن در قدرت» را در تصور عمومی مخاطبان نشان حفظ کرده و داشته باشند. (Abidin et al, 2020: 116) با شروع وضعیت همه‌گیری کوید ۱۹ در ایران سؤالی که در مورد اینستاگرام‌ها مطرح شد، این بود که اینفلوئنسرهای سبک زندگی که همواره درگیر بازنمایی کلیشه‌های پرزرق و برق و تأثیرگذاری زیبایی شناسانه بر دنبال کنندگان‌شان هستند و هر مفهومی در صفحاتشان قابلیت مصرفی، کالایی و تجاری شدن می‌یابد، چگونه با شرایط همه‌گیری کوید ۱۹ و قرنطینه سراسری ناشی از آن کنار خواهند آمد؟ درعین حال که آن‌ها به واسطه دسترسی به فضای مجازی و شهرت جایگاه اینفلوئنسر بودن ظرفیتی برای برقراری ارتباط و معاشرت با دنبال کنندگان‌شان به‌رغم تمام محدودیت‌های برقراری ارتباط و حفظ فاصله فیزیکی که موجب تنهایی و انزوای اکثریت جامعه شد داشتند. بر همین اساس اینفلوئنسرهای سبک زندگی در یک چرخش محتوایی، از منظر گذشته شروع به روایت محدودیت‌های زندگی روزمره خانوادگی در وضعیت همه‌گیری و قرنطینه کردند. آن‌ها در یک مقایسه نوستالژیک با یادآوری همه آنچه در دوران پیشاکرونا تجربه می‌کردند، تغییراتی را که این وضعیت جدید در تمام ابعاد به شیوه زیست خانواده ایرانی تحمیل کرده بود، روایت کردند. در این چرخش محتوایی، یکی از مضامین اصلی و تکرار شونده پست‌های اینفلوئنسر‌ها، یادآوری زندگی پیشاکرونا بود که با مفاهیمی همچون حسرت گذشته، رنج حال، امید به تغییر و بازگشت به شرایط عادی زندگی مفصل‌بندی شده است. مثلاً رؤیا در یکی از پست‌ها می‌نویسد:

امروز به حمید گفتم ببین چه خوشیایی داشتیم قدرشو ندونستیم الان دلم داره پر مینه برای خیابونا برای کافه‌های دوتایی که میرفتیم برای جاده و سفر ولی واقعاً این دوران تموم بشه یه لحظه‌ام تو خونه نمیمونم. الان هیچی دلم نمیخواد جز دریا و آرامش؛ اما فعلاً مجبوریم برای حفظ سلامتی خودمون و اطرافیانمون تو خونه بمونیم.

قابل توجه آنکه، همین مسئله موجب شباهت بیشتر زندگی اینفلوئنسر‌ها نسبت به گذشته با زندگی عموم مخاطبان‌شان شده و تقویت شهرت و تعامل آن‌ها با دنبال کنندگان

را موجب شده است. اینفلوئنسرهای سبک زندگی که تا پیش از این تصویری لوکس و به شکل اغراق شده‌ای ایده‌آل، از خود و خانواده شان ارائه کرده و سعی می‌کردند وجه تمایزشان با مخاطب را به مثابه دیگری برتر حفظ کنند و هویت آفلاین شان را به عنوان گروه مرجع در فرهنگ غیررسمی مدیریت کنند (ذکایی و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۶)، حال عاملیت جدیدی برای خود قائل شده و چرخشی از خودنمایی لذت‌محور^۱ (Abidin et al, 2020: 127) به بازنمایی محدودیت‌های دوران کرونا کرده‌اند. خودنمایی لذت‌محور صرفاً در پی نمایش مصرفی نقش‌های خانوادگی مانند مادری و همسری و خانه‌داری بود و تمام روابط میان آن‌ها و ارزش‌های فرهنگی و دینی را به وجوه مادی و تجاری‌شده فرومی‌کاست. درحالی‌که سوژه جدیدی که در قالب اینفلوئنسر سبک زندگی پس از همه‌گیری ویروس کرونا در فضای اینستاگرام بازتعریف شده، شیوه جدیدی از بازنمایی را در پیش گرفته که به زندگی واقعی عموم مردم نزدیک‌تر است، مانند آن‌ها نوستالژی پیشاکرونا دارد و در محدودیت‌های قرنطینه با تمام «دیگری‌ها» سهیم است. بخشی از این تغییر ناشی از ماهیت این وضعیت جدید در دوران قرنطینه بود که همراه با اضطراب و هراس جمعی بابت سلامتی خود و عزیزان به دلیل ناشناختگی ویروس شکل گرفته بود و بخش دیگر ناشی از اقتضائات باقی ماندن در شبکه به مثابه خرده سلبریتی محبوب. بدین ترتیب زنان اینفلوئنسر سبک زندگی، عاملیت جدیدی برای خود به مثابه راویان زندگی خانوادگی در دوران کرونا انتخاب کرده و به روایت و ثبت لحظاتی از زندگی در دوران قرنطینه همراه با نوستالژی گذشته نه چندان دور پیشاکرونا، پرداختند.

– پزشکی کردن^۲ زندگی روزمره: زنان اینفلوئنسر در مدار مجتمع: پزشکی شدن زندگی روزمره امر جدیدی نیست. تازه در نیمه دوم قرن ۱۹ پزشکی در قالبی علمی نمود یافت که به آن پزشکی علمی یا زیست‌پزشکی می‌گفتند و مرزهایش از پزشک‌نماها و حوزه‌های شبه‌پزشکی و غیرپزشکی جدا شد. از قرن ۱۹ به بعد، دانشکده‌های پزشکی توانستند افرادی را تربیت کنند که به صورت حرفه‌ای، «پزشک» خوانده شوند. ایده مرکزی مطالعات «پزشکی شدن زندگی» این است که امروزه پزشکی در مقام یک «پراکسیس» یعنی تغییر فلسفی و یک مهارت، یک گفتمان و همچنین نوعی ایدئولوژی به میان آمده که بدنه معرفتی خاصی هم دارد. این علم به قدری بزرگ شده است که مسائل، وقایع، حالت‌ها و تجربه‌های غیرپزشکی مان را تحت قیمومیت خود درآورده است. به خوبی مشخص است که حداقل در ۱۰۰ سال گذشته، چطور پزشکی در زندگی

1. Pleasure-centred self-display
2. Medicalization

روزمه انسان به همه ساحت‌ها نفوذ کرده و امروز مسائل بیشتری از زندگی ما تحت قیومیت الفاظ و مفاهیم پزشکی قرار گرفته است. (ودادهیر، ۱۳۹۶) همه‌گیری کوید ۱۹ نه تنها باعث تقویت پزشکی شدن زندگی روزمره شد، بلکه همه انواع دانش‌هایی که توسط علم پزشکی به حاشیه رانده شده بودند، به مرکز زندگی فراخوانده شدند. طب سنتی که پیش‌تر، خود نوعی مقاومت علیه پزشکی و علمی شدن زندگی روزمره قلمداد می‌شد، دوشادوش پزشکی زیستی و به مثابه گفتمان رقیب در دوران کرونا نمود پیدا کرد. درواقع مسئله اصلی زندگی روزمره در این دوران حول محور راهکارهای پیشگیری از ابتلا به ویروس و درمان مبتلایان احصا شده و از این منظر تفاوتی میان متن زندگی روزمره با علم پزشکی، طب سنتی و طب اسلامی وجود ندارد چراکه در دوران همه‌گیری هرگونه محتوایی که کورسویی از امید برای مقابله با ویروس کوید ۱۹ داشته باشد، بازار خود را پیدا می‌کند.

بر همین اساس بسیاری از محتواهای تولیدشده اینفلوئنسرهای سبک زندگی، در چهارماهه ابتدایی همه‌گیری ویروس کوید ۱۹ به لحاظ محتوایی در تقاطع با مسئله «سلامتی» و اجتناب از بیماری تهیه و منتشر شده‌اند. خصوصاً به محض رسانه‌ای شدن گزارش‌های مرگ‌ومیر و ابتلای جمعی به ویروس در هفته‌های ابتدایی، واکنش‌ها به همه‌گیری کوید ۱۹ در صفحات اینستاگرامی افزایش یافت و همگانی شد. اینفلوئنسرها درحالی‌که تا همان روزها مشغول نمایش مقدمات خرید شب عید و سفره هفت‌سین، آرایشگاه و سفرهای نوروزی خود بودند، به‌طور ناگهانی موضوعات پست‌هایشان در تقاطع با مسئله بیماری کوید ۱۹، همه‌گیری آن، حدس‌ها و گمان‌ها در رابطه با آن و محدودیت‌های زندگی در قرنطینه تغییر یافت و متأثر از این هراس جمعی، تمام پست‌هایشان در نسبت با ویروس کوید ۱۹ و درواقع «مسئله سلامتی» منتشر شد. این نفوذ مباحث پزشکی که از پیشگیری تا درمان را شامل می‌شود، در زندگی روزمره پس از همه‌گیری کوید ۱۹ به شکلی فزاینده تشدید شد.

اما پزشکی شدن زندگی روزمره در صفحات اینستاگرامی، سبک و سیاقی منحصربه‌فرد دارد. اینفلوئنسرهای سبک زندگی که حضور در فضای مجازی و هویت سایبورگ شده را به فعالیت اقتصادی و درآمد از طریق تبلیغات پیوند زده بودند، حال برای تأثیرگذاری بیشتر تبلیغشان و افزایش بازدهی، موضوع کالای تبلیغاتی را به پیشگیری، درمان و ملزومات زندگی در زمانه کرونا مرتبط ساخته و بدین ترتیب خود را در مدار مجتمع حفظ می‌کردند. (عکس‌های ۱ و ۲) درواقع پزشکی شدن

بازنمایی زنان اینفلوئنسر اینستاگرام از زندگی روزمره خانوادگی در دوران کرونا

زندگی روزمره در تبلیغات اینفلوئنسرهاست که نمود پیدا می‌کند. آن‌ها فارغ از تبلیغات کالاهایی که مستقیماً به ویروس کوید ۱۹ مربوط می‌شوند، هر کالای غیرمرتبطی را نیز به نوعی در بینامتنیت با ویروس و همه‌گیری و قرنطینه تبلیغ می‌کردند و همچنان از داخل خانه، گردش مالی و اقتصادی خود را در دوران کرونا نیز حفظ می‌نمودند.



عکس شماره ۱



عکس شماره ۲

تحلیل ساختاری: در بخش دوم، تحلیل ساختاری نسبت عکس و متن در روایت‌های اینفلوئنسرها ذیل دو گونه سنخ‌شناسی و تحلیل شده است.

– چرخش پلتفرمی: محدودیت‌های بازنمایی عکس محور در دوران کرونا: اینستاگرام، به عنوان یک رسانه اجتماعی محبوب و مخاطب محور، با هدف به اشتراک گذاری عکس راه‌اندازی شده است. هر پست اینستاگرامی از یک تصویر و توضیحات متنی ذیل آن تشکیل شده و بدون اشتراک گذاری عکس، امکان اشتراک گذاری نوشتار وجود ندارد. درواقع کار ویژه این اپلیکیشن، عکس و نمایش است و فرهنگ سلبریتی یا به تعبیری صنعت سلبریتی نیز به واسطه همین تصویر و عکس و نمایش امکان می‌یابد؛ اما در دوران همه‌گیری کوید ۱۹ که ارتباطات زندگی روزمره محدود و فضاهای اجتماعی و عمومی منقبض شد، فضاهای عکاسی نیز برای اینفلوئنسرها به خانه تقلیل یافت. تا پیش از آن آتلیه‌های عکاسی، مهمانی‌ها و مراسمات لوکس، رستوران و سفر عمده مکان‌های عکاسی حرفه‌ای و رنگارنگ اینفلوئنسرها محسوب می‌شدند و ظاهری جذاب و مخاطب پسند به صفحه خرده سلبریتی می‌دادند؛ اما ماه‌های اولیه همه‌گیری که ناشناختگی و بی‌روس و آمارهای مرگ‌ومیر فزاینده موجب هراس جمعی و تعطیلی جدی زندگی اجتماعی شده بود، همراه با قرنطینه‌ای که در تلاقی با تعطیلات دوهفته‌ای عید نوروز، افتان‌وخیزان چند ماهی ادامه داشت، باعث شد عکس‌های اینفلوئنسرها در نسبتی نامعین با متن‌های نوشته‌شده به شدت معمولی و خالی از نشانه‌های لوکس همیشگی شوند.

با لنز رویکرد نمایشی گافمن (۱۳۹۱) این محدودیت در عکاسی و بازنمایی، تمام نمود اجزا، خود و مدیریت تأثیرگذاری اینستاگرام را متأثر کرده و به نوعی ابزارهای فرد را برای بازنمود خود در بستر شبکه محدود کرده است. اجرای آنلاین خود، بیش از هر چیز نیازمند عکس‌های متنوع، رنگارنگ، لوکس و باکیفیت است و دوران قرنطینه این کار ویژه اینستاگرام را برای اینفلوئنسرها با محدودیت مواجه ساخت. در این صفحات تا مدت‌ها عکس‌های آرشیوی استفاده و منتشر می‌شد و اینفلوئنسرها در مقابل وضعیت قرنطینه مقاومت می‌کردند. پس از یکی دو ماه، عکس‌های ساده و بی زرق و برق که مکان‌های محدود به خانه‌ها بود و لزوماً هم به نوشتار ارتباطی نداشت، به صفحات اینفلوئنسرها راه یافت. برای مثال زهرا یکی از اینفلوئنسرهایی که دلیل کاهش استقبال مخاطبین از پستش را عکس ساده و معمولی تصور کرده است، در همین رابطه پستی منتشر کرده که در عکس شماره ۳ ملاحظه می‌کنید.



عکس شماره ۳

این عکسو که میخواستم استوری کنم چون واقعا همینجوری گرفتم، بعد دلم خواست ببینم چطورین چخبر، دیگه پستش کردم... ولی می بینم که اگر عکس معمولی باشد اصن نمیبیننش! دیگه تو اینستا اینقدر همه جا عکسا عجیب غریب شده، ملت واسه نمپرو و صبحانه میرن لباس شب میپوشن و سرویس سوفله خوری و جواهر نشون می ذارن، عکس معمولی واقعا قشنگ نیست.

در همین راستا تغییراتی در ساختار روایت اینفلوئنسرها، در نسبت با مسائل دینی هم ایجاد شده است که فراوان است. تا پیش از شیوع ویروس کوید ۱۹، گفتمان دینی در صفحات اکثریت اینفلوئنسرها طرد و یا نادیده انگاشته می شد. مفاهیم دینی اگر هم در برخی از صفحات اینفلوئنسرهای سبک زندگی وجود داشت، ناظر به استفاده ابزاری از تصاویر دینی، کالایی شدن مفاهیم دینی و مصرف مناسک دینی به مثابه نشانه‌ای برای تمایز بود؛ اما طی دوران همه گیری و قرنطینه، ضمن آنکه اساساً شاهد ارجاعات بیشتری به مفاهیم دینی در این صفحات هستیم، شاهد چرخش ساختاری در نوع بازنمایی موضوعات مرتبط با امر دینی نیز می‌باشیم که می‌توان آن را چرخش از حضور نشانه‌های دینداری در قالب عکس‌های مجلل به سمت نوشتارهای دینی در بینامتنیت با بیماری کوید ۱۹ صورت‌بندی کرد. همان‌گونه که پیش‌تر ذکر شد، در این دوران اساساً انفصالی میان تصویر و نوشتار در پست‌های اینفلوئنسرهای اتفاق افتاد که ناشی از محدودیت‌های عکاسی در دوران قرنطینه بود. این انفصال در بازنمایی،

مشخصاً منجر به نوشتار دینی بجای تصاویر مصرفی و کالایی دینی شد. در راستای همین رویکرد، طی این مدت نوع روایت اینفلوئنسرهای سبک زندگی از امر دینی، در نسبت با ابتلای به بیماری، احتمال مرگ و نامعلوم بودن مدت زندگی ترسیم شده و تحولاتی جدی یافته است. برای مثال استفاده از مفاهیم دینی مانند اعتقاد به تقدیر خداوند، بخشش دیگران، اثر عمل خیر و شر، مناسک دینی (نماز، روزه، روضه و نذری)، ادعیه و توسل به ائمه، آزار ندادن دیگران، کمک به هم نوع و ... حول اخلاقیات، احکام و اعتقادات در نوشتارها به شکلی مضاعف، بیشتر شده و در فقدان مراسمات عمومی و محدودیت‌های فضاهای اجتماعی پیشین، بازنمایی‌ها در تصاویر کمتر و ساده‌تر شده است؛ به‌ویژه که بخشی از این دوران قرنطینه با ماه مبارک رمضان هم‌زمان بوده است، اما همچنان تصاویر از سفره‌های افطار مجلل و حضور در مراسمات و رستوران‌های لوکس خالی است. در ادامه، پست یکی از اینفلوئنسرهایی که به این مسئله اشاره کرده و در نوشتار، امر دینی را در بینامتنیت با امر بهداشتی و سلامت در نظر گرفته، قابل مشاهده است:



اگر پارسال ماه رمضان بهمون میگفتن که سال دیگه خبری از [نام پست] افتخاری های دوستانه و غامیلی نیست
به طور قطع که باورمون نمیشد
نصف صفای ماه رمضان به افطار باش بود
چرا بهو اینجوری شد رو نمیدونم
ولی الهی به حق این شب های عزیزم
زودتر آرامش برگرد به همه جا

این روزا خیلی فکر میکنم که زندگی شامل خیلی از لحظاتی که راحت از کنارشون می‌گذریم. لحظاتی که فکر میکنم هیچوقت نمان یا هیچوقت نموم نمیشن ولی بزرگترین لحظات زندگی عجیبه که با کوچیکترین موجود دنیا این روزها از بین رفته

تصورتون از سال بعد چیه. فکر میکنم چه اتفاقی توی ماه رمضان سال بعد منتظریمونه؟؟؟
ان شالله که شب های قدر امسال بهترین ها برامون ثبت بشه و رقم بخوره

80w



Liked by [نام پست] and 20,073 others

MAY 11, 2020

Activate Wi

عکس شماره ۴

راهبردهای رفع چالش تأثیرگذاری بر مخاطب؛ انفورماتیک سلطه:

– اینفلوئنسرهای سبک زندگی برای حفظ موقعیت و وجهه خود همواره دغدغه تداوم رابطه سلسله‌مراتبی با دنبال‌کنندگان خود را دارند و هم‌زمان تلاش می‌کنند با استفاده از مکانیزم‌هایی به ایجاد احساس نزدیکی و تحریک مخاطبان به حضور فعال در صفحاتشان، ترغیبشان کنند. اینفلوئنسرهای ضمن اذعان به تمایزات اقتصادی، فرهنگی، ظاهری و حتی دینی خود با بعضاً یک میلیون مخاطبشان که مبتنی بر مدیریت «خود» تأثیرگذارشان است،

با دو روش، ارتباطشان با دنبال کنندگان را در طیفی از تمایز تا تشابه تنظیم می کنند؛ اما این تنظیم گری در دوران کرونا تغییراتی یافت که ناشی از محدودیت های این دوران بود و در ادامه ذیل دو عنوان «چرخش از خاص گرایی به عام گرایی» و «تعاملی کردن ارتباط جهت برون رفت از چالش عینیت» بحث خواهند شد.

– چرخش از خاص گرایی به عام گرایی در تعاملات فرا اجتماعی: آبدین (۲۰۱۵) تلاش اینفلوئنسرها برای تعامل آنالاین و یا حتی چهره به چهره با دنبال کنندگان را موجب محبوبیت بیشتر و ادغام گسترده تر آن ها دانسته و تعبیر صمیمت های تعاملی را جهت توضیح این مفهوم و حتی وجه تمایز اینفلوئنسرها از دیگر انواع سلبریتی ها استفاده عنوان می کند، ویژگی که در دوران قرنطینه کرونا برجسته و جدی شد. اینفلوئنسرها در دوران همه گیری و قرنطینه، از تأکید بر تمایزات خویش با مخاطبان بر بازنمایی وجوه مشترک با دنبال کنندگان نشان چرخش کرده و تلاش کردند با تأکید بر تأثیرات ناخوشایندی که کرونا بر ابعاد مختلف زندگی شان تحمیل کرده بود، ارتباط صمیمی با هوادارانشان را تحکیم ببخشند. الزامات همه گیری و خصوصاً ماه های اول قرنطینه، امکان تولید محتوای متمایز را از اینفلوئنسرهای اینستاگرامی سلب کرد و بدین ترتیب فرصت نمایش اغراق آمیز و مورد توجه مخاطب قرارگرفتن از آن ها سلب شد. در پاسخ به این بحران، اینفلوئنسرها برای حفظ تعاملات خود با مخاطب، شروع به بازنمایی وجوه اشتراک خود با مخاطبان بر مبنای صمیمیت تعاملی از نوع چهره به چهره نمودند. مهرشاد یکی از همین اینفلوئنسرها با بیش از ۷۰۰ هزار دنبال کننده، در این پست تلاش می کند مخاطب را قانع کند باوجود همه تمایزاتی که قبلاً بر ساخته، اینفلوئنسرها در دوران کرونا شبیه مردم معمولی هستند:

سلام چطورید بچه ها؟؟ در چه حالید؟؟ با آشپزی ها چه می کنید؟؟؟؟ اومدم با این عکس یهویی امروز یه چیزی رو بهتون بگم، من و بقیه دوستای بلاگر و اینفلوئنسرم، اگر میشینیم تو خونه و بازی میکنیم آشپزی میکنیم و استوری میگیریم، اگر هزار جور چالش میداریم، اینا از دل خوشمون نیست! مرفه بی درد هم نیستیم! ماهم دلمون تنگ میشه واسه عزیزامون، واسه خونواده مون دوستامون و سهممون از این دلتنگی میشه قطره های اشکی که پشت دوربین ویدیو کال میچکه (۲۰) بخدا ماهم حوصله مون سر میره، دلمون میخواد بریم بگردیم، بریم دور دور، ولی نمیشه! ما هم خودمونم دلمون میگیره، یه روزایی حتی حوصله خودمونم نداریم. گفتم بهتون اینجا بگم همه مون مثل همیم.ه

هیچفرقی نداره، این نیست که من روحیه م خویه پس میتونم بمونم خونه، ولی اونا که روحیه شون ضعیفه برن حالا یه دوری بزنن دلشون باز شه. تروخدا انقدر راحت آدم‌ها رو قضاوت نکنید. دلم واسه همه روزایی که خوش گذروندم و الان شده حسرت تنگ شده ♥ الهی که تن تک تکتون سالم باشه. حرفام اگه یه کوچولو تلخ بود، به شیرینی وجود خودتون بیخشید. دوستون دارم.

- تعاملی کردن ارتباط جهت برون رفت از چالش عینیت: هورتون و هول (۱۹۵۶) تعبیر تعاملات فرا اجتماعی^۱ را برای اشاره به توهم فرد از رابطه چهره به چهره با یک شخصیت رسانه‌ای پیشنهاد کردند. این نوع تعامل اشاره به ارتباط نزدیک و خودمانی بین شخصیت‌های رسانه‌ای و مخاطبان دارد که از طریق رسانه‌های اجتماعی، شخصیت‌های رسانه‌ای نوعی صمیمیت و تعامل فرا اجتماعی با مخاطبان ایجاد می‌کنند. در دوران همه‌گیری کوید ۱۹ که امکان حضور در فضای عمومی و مراسمات و رستوران‌ها و ... از اینفلوئنسرها سلب شد، آن‌ها تعامل مجازی‌شان با دنبال‌کنندگان را افزایش دادند. درواقع به چالش کشیده شدن «امکان» روایت زندگی روزمره واقعی، در روزهای قرنطینه - که تمام فضاهای عمومی ممنوع و تعطیل شده بودند - اینفلوئنسرها را با محدودیت روایت‌های جذاب و جادویی از بیرون از منزل روبه‌رو کرده و به تعبیر محمدتقی کرمی (۱۳۹۹) آن‌ها جهت برون رفت از همین چالش عینیت راهبرد تعاملی کردن ارتباط را در پیش گرفتند. درواقع روایت «خود» بجای روایت تفریح و رستوران و سفر، به‌خودی‌خود جذابیتی برای مخاطب نداشت و برای حفظ مخاطب احتیاج به تعاملی کردن ارتباط احساس می‌شد. تعامل با دنبال‌کنندگان، موضوع بسیار مهمی برای اینفلوئنسرهای اینستاگرام است. هر چه لایک و بازخورد برای پست و استوری‌های صفحه اینفلوئنسر بیشتر شود، مطابق الگوریتم‌های اینستاگرام، پست‌های شخص هم برای تمام دنبال‌کنندگان و هم در بخش اکسپلور اینستاگرام برای همه کاربران نمایش داده خواهد شد و درعین حال مخاطبان وفادار افزایش خواهند یافت. بر همین اساس میزان دیده شدن یک پست و استوری مبتنی بر لایک و بازخورد، نشانه میزان تأثیرگذاری صفحه اینفلوئنسر است و مبنایی برای تعرفه تبلیغاتی که شخص برای خودش در نظر می‌گیرد، می‌شود. به همین دلیل بخشی از پست‌ها و استوری‌ها، هدف اصلی‌شان تحریک کنجکاوی مخاطب و به چالش کشیدن وی برای بازخورد دادن است. سوآلی همراه با داستانی مطرح می‌شود که دنبال‌کنندگان را به ثبت پاسخ وادارد و امکان معاشرت تعاملی میان اینفلوئنسر و مخاطبان فراهم کند. شیدا، اینفلوئنسری با

نزدیک به یک میلیون نفر دنبال کننده با استفاده از همین راهبرد در استوری مخاطبان را به اعتراف در مورد احساسشان در روزهای کرونایی دعوت کرده و در پاسخ به همان تعاملات، در قالب پستی به احساس خودش هم اعتراف کرده است:

میخواستم این ویدئو استوری کنم دلم نیومد از این روزهای سختی که بهم میگذره تو پیجم اثری نمونه... این فیلمها اعضای خانوادم برام فرستادن... با دیدنش بغض کردم و این آهنگ زمزمه کردم... شهر من، من به تو میانیشم؛ و به شوق فردا که تو را خواهم دید چشم به راه میمانم... اعتراف من که تو استوری در موردش شما گفتین، اینه که این روزا میترسم...

بحث و نتیجه گیری

فرانک اسنودن (۱۳۹۹)^۱، استاد بازنشسته تاریخ اجتماعی و پزشکی دانشگاه ییل معتقد است اپیدمی‌ها در طول تاریخ سؤالات کلیدی در مسائل اخلاقی، مذهبی و فلسفی به وجود آورده‌اند: اپیدمی نوعی از بیماری است که آینه‌ای را در اختیار انسان قرار می‌دهد تا ببیند واقعاً کیست؟ یعنی بدیهی است که همه گیری‌ها فقط به مرگ و میر ما محدود نمی‌شوند. آن‌ها همچنین روابط ما با محیط را منعکس می‌کنند (محیط ساخته شده توسط انسان‌ها و محیط طبیعی) و به آن پاسخ می‌دهند. آن‌ها روابط اخلاقی ما با یکدیگر را به عنوان مردم جامعه نشان می‌دهند و این همان چیزی است که ما امروز شاهد آن هستیم.

اگر دوران کرونا را بیش از هر چیزی به مثابه آزمایشگاهی برای بازاندیشی در بعضی از مقولات اجتماعی و عمیق شدن درباره آن‌ها بدانیم، می‌توان از مطالعات این چنینی به مثابه ابزاری جهت پیش‌بینی نسبی واکنش‌ها و رفتارهای اینفلوئنسرهای اجتماعی در برابر دیگر بحران‌های اجتماعی استفاده کرد و با نتایجی که از این پژوهش در راستای انواع تفاوت‌های مضمونی و ساختاری در برساخت روایت زندگی خانوادگی مجازی در دوران کرونا به دست می‌آید، با احتیاط در رابطه با اینکه چگونه آنچه در واقعیت به مثابه تجربه زیسته اتفاق می‌افتد، در مواجهه با بحران‌های اجتماعی و در شبکه‌های ارتباطی تحت تأثیر قرار می‌گیرد، اظهار نظر نمود.

اینفلوئنسرها ضمن استفاده از خانه به عنوان محل اشتغال و کسب درآمد، با استفاده از فضای مجازی و عاملیت به مثابه یک تأثیرگذار اینترنتی، حتی در دوران قرنطینه و تعدیل‌های شغلی، امر بهداشتی را در تلاقی با امر اقتصادی معنایابی جدیدی نمودند و با مفصل‌بندی هر کالایی با مسئله پیشگیری و درمان ویروس کوید ۱۹ به کسب درآمد

1. Frank M. Snowden

در خانه و از طریق پلتفرم اینستاگرام ادامه دادند. درواقع علم و فن‌آوری فراهم‌آورنده منابع تازه‌ای از قدرت هستند که قدرت را به شکلی فزاینده متکثر و چندلایه کرده‌اند. سلسله مراتبی جدید که توسط زنان اینفلوئنسر در نسبت با زنان دیگر به مثابه دنبال‌کنندگان‌شان ایجاد شده، نشان‌دهنده همین بازآرایش قدرت ناظر به فن‌آوری‌های پیشرفته‌ای است که با خوانشی گیدنزی^۱ همچون راه رفتن روی مرز ظریفی است که یک‌طرف آن موجب توانمندی زنان اینفلوئنسر با حداقل تخصص و منابع شده و از سوی دیگر سلسله مراتبی از اعمال قدرت نسبت به زنانی دیگر ایجاد کرده که دنبال‌کنندگان معمولی این صفحات هستند.

منابع و مأخذ

- جعفری، هاجر. (۱۴۰۱). تجربه احساسی زنان از خرید آنلاین در دوران کرونا. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی. دانشکده ادبیات و علوم انسانی. دانشگاه اصفهان.
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۹۹). هنر انجام پژوهش کیفی: از مسئله‌یابی تا نگارش. تهران: انتشارات آگاه.
- ذکایی، محمدسعید، کرمی قهی، محمدتقی، و فرزادمش، شیما. (۱۳۹۹). بازنمایی زندگی روزمره خانوادگی زنان ایرانی در اینستاگرام. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، (۲۳)، ۵۲-۱.
- <https://doi.org/10.22054/nms2021.51251.944>.
- روجک، کریس. (۱۳۹۰). مطالعات فرهنگی، ترجمه دکتر پرویز علوی تهران: انتشارات ثانیه.
- کرمی قهی، محمدتقی، خیری دوست لنگرودی، زهرا. (۱۳۹۹). زنان، فمینیسم و اقتصاد. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- گافمن، اروینگ. (۱۳۹۱). نمود خود در زندگی روزمره. ترجمه مسعود کیانپور تهران: نشر مرکز.
- گرت، استفانی. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی جنسیت. ترجمه کتابیون بقایی تهران: نشر دیگر.
- نصیری، بهاره. (۱۴۰۱). شناسایی راهکارهای دورکاری و قرنطینه خانگی از دیدگاه زنان عضو هیئت علمی در ایام کرونا با رویکرد پدیدارشناسی. فصلنامه مطالعات فرهنگی - ارتباطات، ۹۳ (۶۱)، ۱۳۰ - ۹۷.
- <https://doi.org/10.22083/jccs2022.339278.3591>.
- هاراوی، دانا. مانیفست سایبرگ. (۱۳۹۸). فمینیسم در روابط اجتماعی علم و فناوری. ترجمه امین قضایی تهران: انتشارات گل‌آذین.
- چاتینر، آ. (۲۰۲۰). همه‌گیری‌ها چگونه تاریخ را تغییر می‌دهند؟. مصاحبه با فرانک م. اسنودن. ترجمه حسن‌زاده قالب‌ساز، سایت انسان‌شناسی و فرهنگ، اردیبهشت ۱۳۹۹.
- <https://anthropologyandculture.com/%D9%BE%D8%A7%D9%86%D8%AF%D9%85%D-B%8C%E2%80%8C%D9%87%D8%A7-%DA%86%DA%AF%D9%88%D9%86%D9%87-%D8%AA%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%AE-%D8%B1%D8%A7-%D8%AA%D-8%BA%DB%8C%DB%8C%D8%B1-%D9%85%DB%8C%E2%80%8C%D8%AF%D9%87/>
- کرمی قهی، محمدتقی. (۱۳۹۹). سخنرانی در میزگرد زنان و خانواده در کشاکش کرونا و قرنطینه. ۱۸ آذر ۱۳۹۹.
- <https://atna.atu.ac.ir/001FiB>
- ودادحیر، ا. (۱۳۹۶). مصاحبه درباره پزشکی شدن جامعه. روزنامه همشهری، ۶ اسفند ۱۳۹۶.

آمار میزان استفاده از هر یک از شبکه‌های اجتماعی در کشور ایران:

<https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/iran>

Abidin, C2015).). Communicative intimacies: influencers and perceived interconnectedness. A Journal of Gender, New Media, and Technology, 1-16 ,(8).

<https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/26365/ada08-commu-abi-2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Abidin, C., Lee, J., Barbetta, T., & Miao, W. (2020). Influencers and COVID-19: reviewing key issues in press coverage across Australia, China, Japan, and South Korea. Media International Australia, 178(1), 114–135.

<http://dx.doi.org/10.1177/1329878X20959838>

Archer, C., Wolf, K., & Nalloor, J. (2021). Capitalizing on chaos – exploring the impact and future of social media influencer engagement during the early stages of a global pandemic. Extraordinary Issue: Media and pandemic, Media International Australia. SAGE, 178(1) ,106-113.

Doi10.1177/1329878 :X20958157

Hank, K., & Steinbac, A. (2021). Couples' division of housework and childcare before and during the Corona crisis. JFR – Journal of Family Research, 33(1), 99_114.

<http://dx.Doi.org/10.20377/jfr-488>

Hurley, Z. (2020). Post digital Feminism and Cultural Visual Regimes: Covid-19 at Women's Only University in the Gulf. Post digital science and Education, 2, 645- 650.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7234930/>

Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-social Interaction: Observation on intimacy at a distance. Psychiatry, 19(3), 215-229.

<https://Doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>

Keller, J.M. (2012). Virtual feminisms: Girls/ blogging communities. feminist activism, and participatory politics, Information, Communication & Society, 15 (3), 429-447.

<https://psycnet.apa.org/doi/10.1080/1369118X.2011.642890>

Khotimah, S. Kh., & Jayanti, R. D. (2020). The role of influencers in digital platform as an existent of social education to raise people awareness facing Covid19, International proceeding. New paradigm of social studies, Online International Conference on Social Studies, 75-83.

https://www.academia.edu/44713643/the_role_of_influencers_in_digital_platform_as_an_existent_of_social_social_education_to_raise_people_awareness_facing_covid_19

Recio, P. R. (2020). Postfeminist performance of domesticity and motherhood during the COVID-19 global lockdown: the case of Chiara Ferragni. Feminist Media Studies, Routledge, 657-678.

<https://Doi.org/10.1080/14680777.2020.1830147>

Riesman, C. K. (2005). Narrative Analysis. Narrative, Memory & Everyday Life. University of Huddersfield, Huddersfield, 1-7. <http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/4920/>

Rossi, G. (2020). How bloggers and influencers created the pandemic narrative: a new stage representing the (fake) everyday life. ZoneModa Journal, Fashion, Technology, and Social Distancing, 10 (2). 107-118.

<https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/11788>

Yan Dou, G. (2021). Toward a non-binary sense of mobility: insights from self-presentation in Instagram photography during COVID-19 pandemic. Media, Culture & Society, SAGE, 1-19,

<https://doi.org/10.1177/01634437211008734>

Prediction of Women's Fertility Behavior in Tehran Province Based on Cultural Approach Applying Agent-based Modeling

Nasibeh Esmaceli, Assistant Professor, Department of Demography Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: nasibeh.esmaeli@ut.ac.ir
Mohammad Jalal Abbasi-Shavazi, Professor of Demography, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran; and Visiting Fellow Professor, School of Demography, Australian National University, Canberra, Australia, (Corresponding Author), Email: mabbasi@ut.ac.ir

Abstract

Taking into account the reduction of fertility concurrent with attitudinal changes, the present paper examines and predicts the reproductive behavior of women in Tehran province utilizing agent-based modeling with a cultural approach. To this end, a set of scenarios including attitude changes toward abortion, the importance of religiosity, and the impact of the media are taken into account. Simulations have been performed in AnyLogic software, based on the data obtained from the 2017 Iran Fertility Transition Survey (IFTS). The results predict that the total fertility rate of women in Tehran province in 1408 will reach 1.06. These figures are predicted to reach 1.07 and 1.03, respectively, when the increase and decrease in the importance of women's religiosity are considered. If the scenario of increasing and decreasing the positive attitude towards reduction of abortion is evaluated, the total fertility rate will reach 1.02 and 1.07, respectively. Raising awareness and persuasion for childbearing in mass media is predicted to increase total fertility rate slightly to 1.16. However, given the increasing level of literacy and awareness of the society and target population, there is a need for scientific evidence-based planning and media discourse to convince elite and educated women to increase their fertility. This important message should always be considered by policymakers and planners.

Keywords

Cultural approach, Low fertility, Religiosity, Attitudes toward abortion, Mass media.

پیش‌بینی تغییر رفتار باروری زنان در استان تهران بر اساس رویکرد فرهنگی با استفاده از مدل‌سازی عامل بنیان

نصیبه اسمعیلی^۱، محمدجلال عباسی شوازی^۲

چکیده

با توجه به کاهش باروری در سال‌های اخیر و هم‌زمانی آن با تغییرات نگرشی و فرهنگی مقاله پیش‌رو بررسی و پیش‌بینی رفتار باروری زنان استان تهران با استفاده از مدل‌سازی عامل بنیان و تمرکز بر رویکرد فرهنگی در قالب سناریوهای تغییر نگرش به سقط‌جنین، اهمیت دینداری و تأثیر وسایل ارتباط جمعی را مورد توجه قرار می‌دهد. در ساخت مدل عامل بنیان داده‌های تهیه شده در طرح بررسی تحولات باروری (۱۳۹۶) مورد استفاده قرار گرفت. فرایند پیاده‌سازی عامل‌ها و اجرای شبیه‌سازی در نرم‌افزار انی لاجیک انجام شد. نتایج شبیه‌سازی، میزان باروری کل زنان استان تهران را ۱/۰۶ فرزند در سال ۱۴۰۸ پیش‌بینی می‌نماید. در بخش دیگری از شبیه‌سازی‌ها با فرض سناریوهای افزایش و کاهش اهمیت دینداری زنان این عدد به ترتیب به مقادیر ۱/۰۷ و ۱/۰۳ فرزند می‌رسد. در صورت تحقق سناریوی افزایش و کاهش نگرش مثبت به سقط‌جنین میزان باروری به ترتیب اعداد ۱/۰۲ و ۱/۰۷ فرزند را به خود اختصاص خواهد داد و اگر افزایش آگاهی و اقناع‌سازی توسط رسانه‌های جمعی نیز در نظر گرفته شود میزان باروری کل به ۱/۱۶ فرزند خواهد رسید. البته با توجه به افزایش سواد و آگاهی جامعه هدف و نیاز به برنامه‌ریزی مبتنی بر شواهد علمی، رسانه زمانی می‌تواند به‌عنوان بازویی توانا در راستای سیاست‌های افزایش باروری کارآمد باشد که نخبگان متخصص نسبت به آن اقناع شده و با مخاطبین گفتمان اقناعی داشته باشند. این مهم باید همواره مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قرار گیرد.

واژگان کلیدی

رویکرد فرهنگی، باروری پایین، دینداری، نگرش به سقط‌جنین، رسانه‌های جمعی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۸

۱. استادیار جمعیت‌شناسی، گروه جمعیت‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران. تهران. ایران
nasibeh.esmaeli@ut.ac.ir

۲. استاد جمعیت‌شناسی، گروه جمعیت‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران. تهران. استاد مدعو، مؤسسه مطالعات جمعیتی، دانشگاه ملی استرالیا، کانبرا، استرالیا. (نویسنده مسئول)
mabbasi@ut.ac.ir

مقدمه

کشور ایران ازجمله کشورهای است که رکورددار سرعت در کاهش سطح باروری بوده و گذار باروری کوتاه و خیلی سریعی را تجربه کرده است، به صورتی که در حدود ۲۰ سال گذار باروری به وقوع پیوسته است (سرائی، ۱۳۹۱) و میزان باروری کل از حدود ۷ فرزند در سال ۱۳۶۵ به زیر سطح جانشینی ۲/۱ فرزند در سال ۱۳۸۵ رسیده است و در حال حاضر نیز میزان باروری کل در کشور ۱/۷۴ فرزند می باشد (فتحی و همکاران، ۱۴۰۱). با وجود کاهش باروری در استان های کشور و تفاوت در میزان باروری، نوعی همگرایی در روند کاهش باروری به چشم می خورد (عباسی شوازی، ۱۳۸۱). در این بین استان تهران چهار سال زودتر از کل کشور به باروری زیر سطح جانشینی رسیده است و هم اکنون نیز میزان باروری کل این استان، پایین تر از میانگین کل کشوری و در حدود ۱/۴۳ فرزند می باشد (فتحی و همکاران، ۱۴۰۱). مطالعات بی شماری با توجه به دغدغه حاصل از کاهش باروری در جهت تبیین این مسئله پرداخته اند. بخش اعظم این مطالعات با توجه به رویکرد ساختاری به تبیین باروری پایین در کشور ایران پرداخته اند و به عوامل مختلفی مانند تحصیلات، سن ازدواج، توسعه یافتگی، اشتغال، وضعیت اقتصادی، اجرای سیاست های جمعیتی توسط دولت ها، برابری جنسیتی و... اشاره داشته اند (رازقی نصرآباد و همکاران، ۱۴۰۰؛ محمودیان، ۱۳۸۳؛ عباسی شوازی و خانی، ۱۳۹۳؛ عباسی شوازی و همکاران، ۲۰۰۹).

یکی دیگر از رویکردهای مهم در تبیین باروری که کمتر از رویکردهای ساختاری در تحقیقات به آن ها توجه شده است، رویکرد ایده ای و فرهنگی است که در تقابل با رویکرد ساختاری مطرح می شود. آنچه باعث مطرح شدن رویکرد ایده ای و فرهنگی در تبیین باروری پایین می شود عدم توانایی رویکرد ساختاری به تنهایی در تبیین کاهش باروری است. این رویکرد بر نقش فرهنگ، ارزش ها، نگرش ها و نظام های هویتی در شکل گیری رفتارهای باروری و اندازه ایده آل خانواده تأکید دارند. رویکرد مذکور تلاش می کند، تأثیر و نفوذ زمینه اجتماعی و فرهنگی رفتار باروری را در نظر بگیرد و بر عواملی که در ایجاد و تغییر این ارزش ها و نظام های هویتی مهم اند، تأکید کند (صادقی و اسمعیلی، ۱۳۹۹). لستهاق و وندکا^۱ ازجمله نخستین کسانی بودند که به بررسی نقش عوامل فرهنگی در تبیین باروری

۱. در این رویکرد در تبیین باروری پایین تأکید بر تغییرات ساختی جوامع (گذار از اقتصاد کشاورزی به اقتصاد صنعتی)، تغییرات خانواده را به تغییرات ساختاری در زندگی اجتماعی به منظور ظهور نیروهای جدید اجتماعی یعنی جریان صنعتی شدن، شهرنشینی و آموزش همگانی و غیره مرتبط می کند و تحولات ازدواج و خانواده را به عنوان سازگاری نظام مند با شرایط اقتصادی- اجتماعی تغییر یافته در نظر می گیرد (عباسی شوازی و صادقی، ۱۳۸۴).

2. Lesthaeghe and van de Kaa

پایین پرداختند. آن‌ها به‌منظور تبیین تغییر در الگوهای شکل خانواده به تغییرات و دگرگونی فرهنگی در ارزش‌ها و نگرش‌ها اشاره نمودند (Lesthaeghe, 2022). لریمر^۱ فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی را محرک رفتارهای باروری قلمداد می‌کند. کارتر^۲ نیز فرهنگ را زمینه و چارچوب اتخاذ تصمیمات عقلانی کنشگران در مورد رفتار باروری می‌داند. در ادامه می‌توان به این مهم اشاره نمود که ارزش‌ها، هنجارها، باورها و الگوهای زندگی در یک جامعه نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری هنجارها و ایده‌آل‌های فرزندآوری یک جامعه دارد (صادقی، ۱۳۹۵). همل^۳ نیز به بیان تأثیر فرهنگ خصوصاً به بیان ساختاری و عملکردی مقوله فرهنگ بر جمعیت‌شناسی پرداخت (عنایت و پرنیان، ۱۳۹۲). لوین^۴ و اسکریم شاول^۵ نیز در تبیین رفتار باروری به مفهوم فرهنگ اشاره نموده و تأکید می‌کنند که یک رویکرد فرهنگی برای باروری باید بر مدل‌های فرهنگی تولیدمثل تأکید کند. چنین الگوهای فرهنگی می‌تواند منعکس‌کننده عقاید و انتظارات مشترک یک جمعیت درباره باروری آن جمعیت باشد. مفهوم مورد تأکید در این مدل‌ها، عقلانیت فرهنگی است. عقلانیت فرهنگی است که برای انسان‌ها موقعیت مجاز و غیرمجاز رفتار باروری را تعیین می‌کند. از این‌رو پیشنهاد می‌کنند که برای درک رفتار کنشگران باید محیط فرهنگی آنان و هنجارهای حاکم بر آن محیط را شناخت (حاج علی و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۹). از نظریه‌های مبتنی بر رویکرد ایده‌ای و فرهنگی در جمعیت‌شناسی می‌توان به نظریه‌گذار جمعیتی دوم و اشاعه اشاره نمود (رازقی نصرآباد و عباسی شوازی، ۱۳۸۹). مطالعاتی که با استفاده از تبیین ایده‌ای و فرهنگی در داخل کشور به مسئله باروری پایین پرداخته‌اند نسبتاً کمتر از تبیین‌های ساختاری بوده است (رازقی نصرآباد، ۱۳۹۵؛ شجاعی و یزدخواستی، ۱۳۹۶). این در حالی است که در سال‌های اخیر در کشور ایران تغییرات فرهنگی، نگرشی و ارزشی موجود در جامعه تأثیرات زیادی در ارزش‌های خانواده و رفتار باروری زنان داشته است. بدین‌صورت که در استان‌هایی که میزان دینداری بیشتر و فردگرایی کمتر و میزان توجه به ارزش‌های خانوادگی بیشتر بوده، میزان باروری بیشتر و در حالت عکس میزان باروری کل پایین‌تر بوده است (رستگار خالد و محمدی، ۱۳۹۴).

بر اساس ادبیات تحقیق از مؤلفه‌های مهم تغییرات فرهنگی مستخرج از نظریه مبتنی بر رویکرد ایده‌ای- فرهنگی در تبیین کاهش باروری می‌توان به اهمیت دینداری، نگرش

1. Lorimer
2. Carter
3. Hammel
4. Levin
5. Scrimshaw

به سقط‌جنین و تأثیر رسانه‌های جمعی بر رفتار باروری زنان اشاره نمود (علیزاده اقدم و همکاران، ۱۴۰۱؛ کاوه فیروز و همکاران، ۱۴۰۰؛ خدیوزاده و ایرانی، ۱۳۹۷؛ سرائی و روشال شمال، ۱۳۹۱)؛

Hammel, 1990; Sandra, 2014; Baudin, 2015; Bein et al, 2021; Stone, 2022; Kramer, 2021; Buber-Ennsner and Berghammer, 2021; Hwang, 2023; Dantis et al, 2023; Ning et al, 2022; Osborne et al, 2021; Hornik and McAnany, 2001).

دینداری و مذهب از مشخصه‌های اصلی فرهنگ می‌باشند که ارزش‌ها را شکل می‌دهند. آموزه‌های دینی ابتدا به صورت مستقیم از طریق عواملی همچون سن ازدواج، تعداد فرزندان و استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری و به صورت غیرمستقیم از طریق ارتباطات و تعاملاتی که افراد با آن‌ها برقرار می‌نمایند، بر باروری تأثیرگذار هستند (سندرا، ۲۰۱۴). نتایج تحقیقات مختلف نشان داده است که کم‌رنگ شدن اعتقادات مذهبی و دینداری در میان زنان با افزایش نگرش مثبت به سقط‌جنین ارتباط مستقیم دارد (سرائی و روشن شمال، ۱۳۹۵؛ عرفانی، ۲۰۱۰). از سوی دیگر در عصر حاضر رسانه‌های جمعی مهم‌ترین ابزار شکل‌دهنده فرهنگ یک جامعه محسوب می‌شوند، به صورتی که با تغییرات صورت گرفته در رسانه‌ها، تغییرات گسترده‌ای در رفتارها، عقاید و ارزش‌های افراد به وجود آمده است (قربانی و همکاران، ۱۴۰۱). رسانه‌های جمعی بر تجربه افراد و افکار عمومی تأثیر گسترده دارند. همچنین بر طبق نظر گرینر^۱، هرچه میزان مواجهه با رسانه‌ها بیشتر باشد به همان نسبت میزان تغییر نگرش و الگوهای رفتاری افراد نیز متناسب با محتوای آن رسانه‌ها بیشتر می‌شود و رسانه‌ها این قابلیت را دارند که تمام ابعاد زندگی مخاطبان خود را تحت تأثیر قرار دهند (ملفت و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۴۲). گرینر در مورد تأثیر رسانه این گونه استدلال می‌کند که اهمیت رسانه‌ها نه در تشکیل توده بلکه در خلق راه‌های مشترک انتخاب و نگرستن به رویدادهاست که با استفاده از نظام‌های پیام مبتنی بر فناوری، عملی می‌شود و به راه‌های مشترک نگرستن و فهم جهان می‌انجامد. درواقع رسانه‌های جمعی می‌کوشند تا روایت‌هایی یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیات اجتماعی را ارائه و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن فرهنگ پذیر کنند (علیزاده اقدم و همکاران، ۱۴۰۱: ۹۲). یکی از جنبه‌هایی که به نظر می‌رسد در طول چند دهه اخیر تحت نفوذ رسانه‌ها قرار داشته، ایده‌های این رسانه‌ها در خصوص ابعاد مطلوب خانواده، کیفیت زندگی، گسترش مفهوم پیشگیری و کنترل فرزندآوری و تنظیم خانواده است که سبب کاهش

و تغییر در میزان باروری شده است (ملتفت و همکاران، ۱۴۰۱). نتایج تحقیقات مختلف نیز نشان از تأثیرپذیری رفتار باروری زنان از رسانه‌های جمعی دارد (ملتفت و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده اقدم و همکاران، ۱۴۰۱؛ عباسی شوازی و اسمعیلی، ۱۴۰۰؛ محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴، پرنیان و عنایت، ۱۳۹۲).

مطالعات مرور شده نشان می‌دهد که تبیین باروری پایین مبتنی بر رویکرد ایده‌ای و فرهنگی به شکلی محدود مورد توجه محققان در حوزه جمعیت‌شناسی بوده و همچنین مؤلفه‌های تغییرات فرهنگی و نگرشی به‌صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به اهمیت مسأله کاهش باروری و تأثیرپذیری هم‌زمان آن از عوامل مختلف فرهنگی، مقاله پیش رو در نظر دارد نقش دینداری، نگرش به سقط‌جنین و تأثیر رسانه‌های جمعی را هم‌زمان بر رفتار باروری مورد بررسی و مطالعه قرار دهد. از سوی دیگر استفاده از ابزار جدید نظیر مدل‌سازی و پیش‌بینی در مسئله تبیین باروری پایین کمتر مورد توجه بوده است. از سوی دیگر تمرکز بر روش‌های تحلیلی^۱ امکان بررسی و ارزیابی مسائل پیچیده و چند عاملی را به‌دلیل محدودیت در روش‌های کلاسیک تحلیلی با موانعی همراه می‌سازد. همچنین ابزار تحلیلی در تحلیل سیستم‌های پیچیده مانند سیستم باروری پایین با انبوهی از مؤلفه‌ها^۲ و روابط با محدودیت‌هایی روبه‌رو خواهد شد (Borshchev, 2013). روابط حاکم بر این نوع سیستم‌ها معمولاً غیرخطی بوده و ارتباط بین متغیرها عموماً از الگوی خاصی پیروی نمی‌کند، لذا نمی‌توان به‌طور قطعی در مورد نحوه تأثیر اجزای سیستم بر روی یکدیگر اظهار نظر نمود. گوناگونی در نوع و ارتباط متغیرها در سیستم‌های واقعی گواهی بر این ادعا است. تمرکز بر واقعی‌سازی مسأله به دلیل ورود مؤلفه‌های بیشتر نقش راه‌حل‌های تحلیلی را به دلیل محدودیت‌های ذاتی این روش‌ها در انجام محاسبات لازم برای تحلیل سیستم‌های پیچیده را کم رنگ‌تر و در مقابل توانایی روش‌های مبتنی بر مدل‌سازی عامل بنیان با قابلیت انجام محاسبات انبوه را کارآمدتر می‌نماید (اسمعیلی، ۱۴۰۰). در این مقاله، از ابزار مدل‌سازی عامل بنیان به‌منظور تبیین عمیق‌تر و پیش‌بینی روند میزان باروری کل در سیستم پیچیده باروری پایین در استان تهران با تمرکز بر رویکرد ایده‌ای و فرهنگی استفاده می‌شود. مدل‌سازی عامل بنیان یکی از انواع مدل‌های محاسباتی برای شبیه‌سازی کنش‌ها و تعاملات عوامل درون سیستم است که با هدف ارزیابی تأثیرات

1. Analytical Methods: منظور استفاده از روش‌های آماری به جز شبیه‌سازی می‌باشد.

2. Parameter

هر عامل^۱ در سیستم، هر عامل در عوامل دیگر و سنجش عملکرد کلی سیستم طراحی می‌شود (روشنی، ۱۳۹۷). تصمیم‌گیری در سیستم پیچیده اجتماعی بر عهده عامل‌ها است، به عبارتی هر عامل دارای مجموعه‌ای از صفات بوده که بر اساس این ویژگی‌ها با سایر عامل‌ها و محیط خود در تعامل است. در این نوع از مدلسازی بر اساس تعاملات بین عامل‌ها در سطح خرد، مجموعه‌ای از پاسخ‌ها در سطح کلان به وجود می‌آید (Billari et al, 2003; Billari, 2015).

در این مطالعه با بهره‌گیری از روش مدلسازی عامل بنیان در کنار طراحی و شبیه‌سازی سناریوها به صورت همزمان سعی در تبیین و پیش‌بینی اهمیت دینداری، نگرش به سقط جنین (گذار دوم جمعیتی) و افزایش فعالیت‌های رسانه‌های جمعی (نظریه اشاعه) بر رفتار باروری زنان استان تهران مورد توجه قرار خواهد گرفت. در این راستا به سؤالات زیر پاسخ داده خواهد شد:

۱. روند میزان باروری کل بر اساس پیش‌بینی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان در استان تهران تا ده سال آینده (۱۴۰۸-۱۳۹۹) چه روندی خواهد بود؟

۲. بر اساس خروجی شبیه‌سازی سناریوی نگرش زنان به سقط جنین، تأثیر افزایش و کاهش نگرش به سقط جنین بر پیش‌بینی میزان باروری کل در استان تهران در ده سال آینده (۱۴۰۸-۱۳۹۹) چگونه خواهد بود؟

۳. بر اساس خروجی شبیه‌سازی سناریوی اهمیت دینداری زنان، تأثیر افزایش و کاهش دینداری زنان بر پیش‌بینی میزان باروری کل در استان تهران در ده سال آینده (۱۴۰۸-۱۳۹۹) به چه شکل خواهد بود؟

۴. بر اساس خروجی شبیه‌سازی سناریوی استفاده از رسانه‌های جمعی، تأثیر افزایش استفاده از رسانه‌های جمعی بر پیش‌بینی میزان باروری کل در استان تهران در ده سال آینده (۱۴۰۸-۱۳۹۹) چگونه خواهد بود؟

مبانی نظری پژوهش

همان‌طور که بیان شد مقاله حاضر در نظر دارد به منظور تبیین و پیش‌بینی روند باروری پایین در استان تهران به شبیه‌سازی سناریوهای اهمیت دینداری، نگرش به سقط جنین و تأثیر فعالیت‌های رسانه‌های جمعی با تمرکز بر رویکرد ایده‌ای- فرهنگی و نظریه‌های گذار جمعیتی دوم و اشاعه بپردازد. منظور از رویکرد ایده‌ای- فرهنگی، نظریه‌هایی هستند که

۱. Agent: مهم‌ترین جزء یک سیستم پیچیده است که قادر به تصمیم‌گیری است، همچنین دارای خصوصیت استقلال، حافظه، قابلیت ارتباط، تأثیرگذاری و تأثیر پذیری است.

مبنتی بر محور فرهنگ و اجتماع به تبیین رفتار باروری پایین می‌پردازند (عنایت و پرریان، ۱۳۹۲). یکی از نظریه‌های متمرکز شده بر مؤلفه تغییر و دگرگونی فرهنگی و ارزشی در تبیین باروری پایین، نظریه گذار جمعیتی دوم است (Lesthaeghe, 2010). نظریه گذار جمعیتی دوم یک چارچوب جهت تحلیل تغییرات در رفتارهای باروری و تشکیل خانواده فراهم می‌سازد. این نظریه به تبیین تغییرات اساسی ایجاد شده فرهنگی در رفتار خانواده، باروری زیر سطح جانشینی، تأخیر در ازدواج و فرزندآوری، افزایش سریع هم‌خانگی و تولدهای خارج از ازدواج می‌پردازد. این نظریه همچنین تغییر و تحول در ارزش‌ها، تأکید بر فردگرایی، افزایش سطح تحصیلات و تغییر در نقش‌های جنسیتی اشاره کرده و کاهش باروری را پاسخی فراگیر به گسترش ارزش‌های فردگرایانه و سکولاریسمی می‌داند (Lesthaeghe, 2010). در این رویکرد تغییرات ارزشی و فرهنگی عوامل مهم در تغییر رفتار باروری هستند. به عبارتی تغییر ارزش‌ها بستر نهادی و مدل ذهنی خانواده را تغییر داده است؛ بنابراین، ارزش‌ها در زمینه فرزندآوری در خانواده مدرن، متمایل به کاهش تعداد فرزندان است (Zaidi and Morgan, 2017). به باور وندکا در گذار جمعیتی دوم کاهش باروری به یک «روایت اصلی از تغییرات ذهنی و فرهنگی» تبدیل شده است (نجاتیان و همکاران، ۱۳۹۸). از دیدگاه نظریه گذار دوم جمعیتی می‌توان این‌گونه بیان نمود که: به دلیل تغییرات صورت گرفته در ابعاد تغییرات ساختاری (مدرنیته، شهرنشینی، تحصیلات عالی)، تغییرات فرهنگی (سکولاریسم، دینداری، ارزش‌های فردگرایانه، خودابرازی و خود تحقق بخشی) و نیز تغییرات فناوری (استفاده از روش‌های نوین پیشگیری از بارداری، پیشرفت‌های حاصل در شیوه‌های تولیدمثل و زایمان، پیشرفت‌های شگرف در فناوری اطلاعات) (نجاتیان و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۲-۹۰)، دگرگونی ارزشی و نگرشی در ارتباط با رفتار باروری به وجود آمده است.

در رویکرد ایده‌ای و فرهنگی بر نقش فرآیند اشاعه نیز تأکید شده است. اشاعه ایده‌ها و رفتارها توسط نیروهای اجتماعی، فرهنگی مانند زبان، قومیت، همسایگی و محل کار یا کانال‌های ارتباطاتی و تبادل اطلاعات تعیین می‌شوند (صادقی، ۱۳۹۵). در این دیدگاه فرض می‌شود که گسترش ایده‌ها و ارزش‌ها به سطح اجتماعی باعث تغییر در نگرش افراد می‌گردد. براساس نظریه اشاعه عوامل فرهنگی نحوه نگرش افراد به فرزند و فرزندآوری را تغییر می‌دهند. طرفداران این دیدگاه این‌گونه استدلال می‌کنند که کاهش باروری ناشی از اشاعه ایده‌های جدید و آگاهی از تنظیمات باروری است (Abbasi-Shavazi et al, 2009). از دیدگاه نظریه اشاعه، تعامل افراد با یکدیگر و همچنین استفاده از رسانه‌های جمعی باعث تغییر رفتار زنان در تصمیم‌گیری در بارداری می‌شود.

همان‌طور که بیان شد، در ساخت مدل شبیه‌سازی استخراج عامل‌ها و سناریوهای مدل شبیه‌سازی براساس نظریه‌های بیان‌شده صورت می‌پذیرد. بر این اساس با توجه به نظریه‌گذار جمعیتی دوم، دو خصوصیات عامل زن که شامل: پایبندی مذهبی و تصمیم به نگهداری فرزند پس از بارداری می‌باشد، در مدل شبیه‌سازی در نظر گرفته شده است. لازم به ذکر است در دو سناریوی مختلف تأثیر افزایشی و کاهشی هر خصوصیت و تأثیر آن بر رفتار باروری زنان در نظر گرفته می‌شود. به عبارتی پس از استخراج نتایج تحلیل حساسیت مدل، سناریوهای مورد نظر تنظیم می‌شود. در ادامه بر مبنای نظریه اشاعه عامل رسانه‌های جمعی به‌عنوان یک عامل منفرد در داخل مدل شبیه‌سازی در نظر گرفته می‌شود و چهار خصوصیت که شامل استفاده از رادیو، تلویزیون، روزنامه و اینترنت می‌باشد که داده‌های مرتبط با آن‌ها بر اساس پرسشنامه در دسترس موجود است، به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار در رفتار باروری زنان وارد روند مدل‌سازی خواهد شد. بر اساس نظریه اشاعه، از هر چهار خصوصیت رسانه‌های جمعی تحلیل حساسیت گرفته می‌شود و بر مبنای نتایج تحلیل حساسیت مشخص می‌شود استفاده از کدام رسانه بیشترین اثرگذاری را بر رفتار باروری زنان خواهد داشت، در ادامه بر اساس نتایج تحلیل حساسیت سناریو تنظیم می‌شود. در سناریوی طراحی‌شده به این سؤال پاسخ داده می‌شود: آیا افزایش در فعالیت‌های تشویقی فرزندآوری رسانه‌های جمعی منجر به تغییر رفتار باروری زنان خواهد شد یا خیر؟ پاسخ به این سناریو در بخش شبیه‌سازی سناریوها موردبررسی و آزمون قرار خواهد گرفت. در بخش بعدی مروری بر ادبیات موضوع انجام خواهد شد.

پیشینه پژوهش

مقاله حاضر بر پیش‌بینی تأثیر افزایش فعالیت‌های رسانه‌های جمعی، نگرش به سقط‌جنین و پایبندی مذهبی بر رفتار باروری زنان در استان تهران متمرکز می‌باشد. جهت نیل به هدف فوق و آشنایی با مسیرهای مطالعاتی انجام شده در این حوزه‌ها مروری بر ادبیات موضوع انجام خواهد شد. در این بخش ابتدا مروری بر بخشی از تحقیقات صورت گرفته در داخل و سپس خارج از کشور انجام خواهد شد.

گزیده‌ای از پژوهش‌های انجام‌شده در داخل کشور

در ابتدا مطالعاتی موردتوجه قرار می‌گیرند که به بررسی رابطه دینداری و رفتار باروری زنان در داخل کشور پرداخته‌اند. علیزاده اقدم و همکاران (۱۴۰۱)، در مطالعه‌ای به

بررسی رابطه بین دینداری و رفتار باروری پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد: بین دینداری و رفتار باروری زنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و با افزایش میزان دینداری زنان، رفتار باروری و فرزندآوری آن‌ها بهبود پیدا می‌کند.

کاوه فیروز و همکاران (۱۴۰۰)، در مطالعه‌ای به دنبال بررسی رابطه دینداری و ارزش‌های خانواده با تمایلات و قصد فرزندآوری در میان زنان متأهل شهر تهران بودند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد دینداری و ابعاد آن با تمایلات باروری رابطه معناداری ندارد، اما دینداری در مجموع می‌تواند بر قصد باروری زنان تأثیرگذار باشد.

حاج علی و همکاران (۱۳۹۷)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر دینداری، حمایت اجتماعی و تحصیلات بر گرایش به باروری زنان به این نتیجه دست یافتند که دینداری به‌صورت مستقیم، حمایت اجتماعی به‌صورت غیرمستقیم و تحصیلات هم به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بر گرایش به باروری تأثیر داشته است.

مدیری (۱۳۹۶)، نشان داد که تعداد فرزندان قصد شده در هر دو جنس متأثر از دینداری و نگرش‌های جنسیتی بوده و دینداری بیش از نگرش‌های جنسیتی بر تعداد فرزندان قصد شده اثرگذار بوده است.

در تحقیق دیگری مدیری و رازقی نصرآباد (۱۳۹۴)، رابطه دینداری و قصد باروری در شهر تهران موردبررسی قرار گرفته است. آن‌ها نشان دادند که قصد باروری تحت تأثیر دینداری بوده و این اثرپذیری در کنار متغیرهای اقتصادی اجتماعی نیز پابرجا خواهد بود. در ادامه مطالعات انجام‌شده در داخل کشور تمرکز بر نگرش زنان به سقط‌جنین و تأثیر آن بر فرآیند باروری می‌باشد. فراش خیالو و همکاران (۱۳۹۹)، در تحقیقی نشان دادند که متغیرهای دینداری و ارزش فرزندآوری اثر کاهشی در نگرش به سقط‌جنین دارند.

در مقاله دیگری رازقی نصرآباد و سنجری (۱۳۹۶: ۱۳۶-۱۰۵)، به بررسی عوامل مؤثر بر اقدام زنان به سقط‌جنین عمدی در شهر تهران پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد: سقط‌جنین در فرایند ارزیابی هزینه فایده و اجتناب از خطرات و آسیب‌های احتمالی در آینده رخ می‌دهد. در شرایطی نظیر فرزندآوری خارج از عرف، اعتیاد همسر، اختلافات خانوادگی، احساس ناامنی در زندگی مشترک، مشکلات مالی و اقتصادی، مشارکت پایین مردان در امور خانه و بچه‌داری و ناسازگاری کار و فرزندآوری، (هزینه‌های مادی و غیرمادی) ادامه حاملگی و تولد فرزند ناخواسته، بیشتر از هزینه‌های سقط‌جنین ارزیابی می‌شود و افراد سقط‌جنین را کنشی عقلانی به‌منظور اجتناب از پیامدها و آسیب‌های احتمالی در آینده در نظر می‌گیرند.

در پژوهش دیگر سرائی و روشن شمال (۱۳۹۳: ۲۴-۵)، در نشان دادند که متغیرهای دینداری، نگرش اطرافیان نسبت به سقط‌جنین و طبقه اجتماعی متغیرهایی هستند که بیش از ۲۶ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. آن‌ها همچنین نشان دادند که کم‌رنگ شدن اعتقادات مذهبی و دینداری در میان زنان با افزایش نگرش مثبت به سقط‌جنین ارتباط مستقیم دارد.

در نهایت در دسته سوم، بررسی و مرور مطالعات صورت گرفته در داخل کشور در ارتباط با اهمیت تأثیر رسانه‌های جمعی بر باروری انجام می‌شود.

ملفت و همکاران (۱۴۰۱)، در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر روی رفتار باروری زنان همسر دار ۴۹-۱۵ ساله شهر اهواز پرداختند. یافته‌های تحقیق مبین این موضوع بود که استفاده از رسانه‌های خارجی و مصرف فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی بر رفتار باروری اثر معکوس داشته درحالی که استفاده از رسانه‌های داخلی رابطه معناداری با رفتار باروری از خود نشان نمی‌دهند.

عباسی شوازی و اسمعیلی (۱۴۰۰)، در مقاله‌ای با عنوان «رسانه، فرهنگ‌سازی و باروری: شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر باروری با استفاده از رویکرد فرآیند تحلیل سلسله مراتبی» با استفاده از نظر خبرگان علمی به این نتیجه دست یافتند که شاخص رسانه‌های جمعی بیشترین تأثیرگذاری را بر رفتار باروری زنان دارند.

تقوایی فرد و همکاران (۱۳۹۸)، تأثیر مصرف رسانه بر قصد فرزندآوری زنان شهر جهرم را بررسی کرده و نشان دادند که استفاده از رسانه بر نگرش زنان نسبت به فرزند آوری تأثیر مثبت و معناداری داشته است. به عبارتی با افزایش استفاده از رسانه نگرش زنان به باروری به صورت مثبت افزایش یافته است. در مقاله دیگری محمودیان و همکاران (۱۳۹۴)، تأثیر مثبت رسانه بر رفتار باروری را بیان نمودند.

گزیده‌ای از پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور

در این بخش نیز ابتدا مطالعاتی مورد توجه قرار می‌گیرند که مقوله دینداری و رفتار باروری زنان را در خارج از کشور بررسی نموده‌اند.

دنئیس و همکاران (۲۰۲۳)، در مقاله‌ای به دنبال بررسی این موضوع بودند که آیا حضور در مراسم مذهبی بر نیت و قصد بارداری مؤثر است یا خیر؟ نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد: همبستگی قوی و مثبتی بین حضور در مراسم مذهبی و نیت باروری وجود دارد. مکانیسم اثرگذاری مراسم مذهبی بر نیت و قصد باروری این گونه است که افرادی که حداقل یک بار در ماه در مراسم مذهبی شرکت می‌کنند، بیشتر از

کسانی که هیچ وابستگی مذهبی ندارند، قصد دارند فرزند دوم یا سوم داشته باشند؛ به عبارت دیگر، آموزه‌های دینی، آرمان‌ها و هنجارها جامعه را به افزایش جمعیت تشویق می‌نماید. افرادی که در مراسم مذهبی شرکت می‌کنند، به آموزه‌های دینی متعهدتر بوده و از حمایت عاطفی دوستان مذهبی خود نیز بهره‌مند می‌شوند.

نتایج مقاله مالمیر و همکاران^۱ (۲۰۲۳)، با عنوان «پایبندی مذهبی و ترجیحات فرزند آوری زنان ایرانی» نشان داد: با کنترل سایر متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و جمعیتی دینداری به صورت قابل توجهی بر اندازه خانواده ایده‌آل ایرانی تأثیر گذار است.

مطالعه دیگر بین و همکاران (۲۰۲۱)، به دنبال بررسی رابطه بین دینداری و قصد باروری در سطح کلان بودند. ایشان بیان نمودند که کشورهای که ساختارهای سنتی‌تری دارند تأثیر دینداری بر قصد باروری در آن‌ها مثبت بوده اما در کشورهایی که ساختارهای تساوی‌گرایانه جنسی در آن‌ها غالب است، تأثیر دینداری بر قصد باروری ضعیف‌تر است. بابرانسر و براگهامر^۲ (۲۰۲۱)، در نتایج تحقیق خود نشان دادند که افراد مذهبی هم قصد فرزندآوری و هم تعداد فرزندان بیشتری نیز نسبت به افراد غیرمذهبی دارند. در میان افراد مذهبی، کسانی که به صورت منظم در مراسم‌های مذهبی شرکت می‌کنند، قصد فرزندآوری بالاتر و همچنین تعداد فرزندان بیشتری دارند.

در ادامه مروری بر مطالعاتی انجام خواهد شد که متمرکز بر نگرش زنان به سقط‌جنین و تأثیر آن بر فرایند باروری است.

نیومایر و یابیکو^۳ (۲۰۲۲)، در مطالعه‌ای با عنوان «ترس از بارداری، تردید در بارداری و تغییر در نگرش به سقط‌جنین» بیان نمودند: زنانی که نسبت به بارداری ترس دارند و یا نسبت به باردار شدن مردد هستند نگرشی به سقط‌جنین ندارند. نگرش به سقط‌جنین در مورد زنانی که باردار می‌شوند پررنگ‌تر دیده می‌شود. در مقاله‌ای دیگر آکبولوت و قلیچلی^۴ (۲۰۲۲)، نشان دادند که نگرش‌ها، باورها و برچسب منفی زدن به سقط‌جنین در بین زنان مناطق روستایی بیشتر بوده و لذا باروری بالاتر است.

عرفانی (۲۰۱۰)، در مطالعه‌ای با عنوان «پیمایش در شهر تهران» نشان داد حدود ۶ درصد از حاملگی‌ها به سقط عمدی جنین ختم می‌شوند. در ادامه وی بیان نمود احتمال سقط‌جنین در زنان که کمتر مذهبی بودند به دلیل تأثیر نگرش‌ها بر رفتار به نسبت زنان مذهبی بیشتر بوده است.

1. Malmir et al.

2. Buber-Ennsner and Berghammer

3. Newmyer and Yabiku

4. Akbulut and Kiheli

در مطالعه‌ای مشابه عرفانی و مک کوئیلان (۲۰۰۸)، به دنبال بررسی میزان سقط‌جنین عمدی در ایران بودند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد رابطه معکوسی بین میزان دینداری زنان و سقط‌جنین عمدی وجود دارد. بدین‌صورت در استان‌هایی که افراد مذهبی‌تر بودند سقط‌جنین به دلیل تأثیر نگرش بر رفتار کمتر بوده است. درنهایت در دسته سوم، بررسی و مرور مطالعات صورت گرفته در خارج از کشور در ارتباط با اهمیت تأثیر رسانه‌های جمعی بر باروری انجام می‌شود.

نتایج پژوهش نینگ و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد: رسانه‌های سنتی (رادیو، تلویزیون و روزنامه) تأثیری در قصد باروری زنان دارای سطح تحصیلات و درآمد بالا ندارند. در حالی که استفاده از رسانه‌های جدید (شبکه‌های مجازی) تأثیر منفی و چشمگیری بر قصد و نیت باروری زنان داشته‌اند.

موتومبا^۱ (۲۰۲۲)، در مقاله‌ای به دنبال بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی سنتی (رادیو، تلویزیون و روزنامه) بر نوع استفاده از وسیله پیشگیری از بارداری در بین سی‌ویک کشور صحرای جنوب آفریقایی بود. نتایج تحقیق وی مبین این مهم بود که استفاده از رسانه‌های جمعی به‌خصوص تلویزیون بر دانش، نگرش و انتخاب روش پیشگیری از بارداری تأثیری مثبت داشته، اما تأثیر رسانه‌های جمعی نسبت به سایر عوامل اجتماعی-فرهنگی مانند تحصیلات و درآمد کمتر بوده است.

بیلاری و همکاران (۲۰۱۹)، در بررسی تأثیر افزایش سرعت اینترنت بر رفتار باروری زنان که در کشور آلمان انجام شد به این نتیجه رسیدند که با افزایش دسترسی زنان به اینترنت پرسرعت باروری زنان شاغل به‌صورت معناداری افزایش می‌یابد، به دلیل اینکه زنان می‌توانند به‌صورت دورکاری و از منزل فعالیت‌های شغلی خود را انجام دهند. بدین‌ترتیب این امر باعث رضایت فرزندان می‌شود و درنهایت زمینه‌های فرزندآوری را برای زنان مهیا می‌نماید.

در مقاله‌ای دیگر باستن (۲۰۱۰)، به بررسی رابطه بین تلویزیون و باروری پرداخت. سؤال اصلی پژوهش وی این است که چگونه رسانه‌های جمعی می‌توانند در تأثیرگذاری بر تغییر در ترجیحات و نتایج باروری نقش داشته باشند؟ نتایج تحقیق وی نشان داد که تلویزیون یک نقش چندوجهی در شکل‌گیری روش‌های تصمیم‌گیری افراد در مورد رویدادهای جمعیتی و تعاملات بهداشت عمومی بازی می‌کند. رسانه‌های جمعی به‌خصوص تلویزیون در شکل‌دهی نگرش نسبت به اندازه خانواده به‌صورت مستقیم یا به‌صورت ضمنی از طریق برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند هنجار نرمال تعداد فرزند را در جامعه رواج دهد.

هورناک و مکاننی (۲۰۰۱)، در مطالعه تأثیر رسانه‌های جمعی بر رفتار باروری نشان دادند که زمان استفاده از رسانه، تأثیرپذیری از ایده‌های سیاسی اعضای نخبه و تأثیرات کلی ایده‌های حاکم بر جامعه منجر به افزایش ارزش‌های فرزندآوری شده و در ادامه از طریق مکانسیم سرایت اجتماعی باعث افزایش باروری می‌شود. در میان رسانه‌های جمعی استفاده از تلویزیون به‌صورت معناداری با باروری از مسیر تحت تأثیر قرار دادن مطلوبیت و هنجار نمودن فرزندآوری ارتباط بیشتری دارد. از مرور مطالعات انجام‌شده، می‌توان به این جمع‌بندی رسید که عوامل تأثیرگذار فرهنگی بر باروری به‌صورت جداگانه و بدون بهره بردن از شبیه‌سازی عامل بنیان و انجام پیش‌بینی موردتوجه بوده است. از این‌رو به دلیل وجود خلأ تحقیقی در این زمینه، مقاله حاضر به‌صورت هم‌زمان با استفاده از شبیه‌سازی عامل بنیان به پیش‌بینی تأثیر پایبندی مذهبی، نگرش به سقط‌جنین و وسایل ارتباط جمعی بر رفتار باروری زنان در استان تهران می‌پردازد.

معرفی روش و داده‌های مورد استفاده

روش انجام مقاله حاضر مبتنی بر استفاده از ابزار توانمند مدل‌سازی عامل بنیان است. شبیه‌سازی عامل بنیان مدلی است که شامل یک یا چند عامل است که این عوامل در یک محیط قرار دارند. عوامل می‌توانند با یکدیگر در ارتباط باشند و برهم تأثیر بگذارند. یک مدل عامل بنیان دارای ساختاری پویا و پایین به بالا است. بدین معنی که از فعالیت اجزای آن در سطح خرد و پایین که عامل‌ها هستند نتیجه‌ای جامع و منسجم در سطح بالا و کلان حاصل می‌شود. این مدل‌ها به‌طور معمول با سیستم‌ها و مسائل پیچیده مواجه بوده و دارای قابلیت‌های خلاقانه هستند. این سبک از مدل‌سازی، بهترین شیوه برای مدل‌سازی در نقاطی است که با عواملی هوشمند مثل انسان مواجه هستیم. در حقیقت می‌توان گفت که این شیوه، یکی از بهترین شیوه‌های شبیه‌سازی در محیط‌های اجتماعی است که با تعداد محدود یا مجموعه وسیعی از انسان‌ها مواجه هستند (مهرگان و همکاران، ۱۳۹۵). این سبک از مدل‌سازی قادر به در نظر گرفتن مکانسیم باز خورد بین عامل‌ها بوده و برخلاف مدل‌های ریاضی قادر است عوامل ناهمگن و روابط غیرخطی را وارد مدل نماید. مدل‌سازی عامل بنیان امکان تحلیل سیاستی و آزمایش نتایج محتمل در اجرای سیاست‌های مختلف جمعیتی را فراهم می‌نماید، بدین معنی که می‌توان مدل را با مقادیر متفاوت به‌صورت هم‌زمان اجرا کرد و با استفاده از نظر خبرگان علمی

امکان پیاده‌سازی و تحلیل سناریوهای مختلف را فراهم نمود. از سوی دیگر این سبک مدل‌سازی این امکان را فراهم می‌کند که جوامع ساختگی را به‌صورت نرم‌افزاری ساخت که الزاماً به جوامع کنونی شباهت ندارند. چنین جوامع ساختگی می‌توانند به‌عنوان آزمایشگاه محاسباتی جهت تجزیه و تحلیل نظریات و سیاست‌ها مورد استفاده قرار بگیرند (آذر و صادقی، ۱۳۹۱؛ منصوری و آذر، ۱۳۹۶؛ آذر و همکاران، ۱۳۹۷؛ امیر آذر و همکاران، ۱۳۹۶؛ Squazzoni; 2008; 2010; 2012; Taylor and Simon, 2014; Yang, 2016; Bilari, 2004).

همان‌طور که بیان شد محیطی که تحقیق حاضر در آن انجام می‌شود، یک محیط آزمایشگاهی یا به عبارتی یک فضای آزمایشگاهی مجازی است. در این آزمایشگاه مجازی مدل سیستم پیچیده باروری پایین بر مبنای رویکرد ایده‌ای و با تمرکز بر متغیرهای نگرش به سقط جنین و پایبندی مذهبی و تأثیر وسایل ارتباط جمعی ساخته می‌شود و در ادامه بر مبنای مدل ساخته‌شده به شبیه‌سازی سناریوهای متغیرهای ذکر شده پرداخته می‌شود. در ساخت مدل شبیه‌سازی و در استخراج قانون از بخشی از داده‌های طرح تحولات باروری (۱۳۹۶) استفاده می‌شود (عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۹۸)^۱. لذا نوع روش مقاله حاضر تحلیل داده‌های ثانویه محسوب می‌شود. در طرح مزبور اطلاعات مورد نیاز بر اساس نمونه‌گیری احتمالی متناسب با اندازه^۲ برای خانوارهای معمولی ساکن گردآوری شده است. اطلاعات مورد نیاز برای تشخیص حوزه‌های نمونه از فایل سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵ استخراج شده است. حجم نمونه در طرح مزبور ۱۵۰۰ خانوار بوده که در آن تعداد خوشه‌ها بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵ برآورد شده است. این اطلاعات در قالب فهرست خوشه‌های نمونه در مناطق شهری و روستایی استان مشخص شده و سپس بر اساس توزیع جمعیت در مناطق روستایی و شهری تعداد خوشه‌ها در مناطق شهری و روستایی تعیین گردید. انتخاب خانوارها در هر خوشه به‌صورت تصادفی انجام شده است. در مجموع، پرسشنامه تحقیق در قالب یک پرسشنامه عمومی خانوار و یک پرسشنامه اختصاصی برای زنان ۱۰ تا ۵۴ ساله می‌باشد؛ بنابراین پرسشنامه اختصاصی زنان برای ۷۹۸ زن ۵۴-۱۰ ساله ازدواج کرده تکمیل شد، علاوه بر آن ۶ مورد از زنان نیز به بسیاری از سؤالات پاسخ نداده و پرسشنامه آن‌ها به‌طور

۱. طرح مزبور با دفتر جمعیت و سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و موسسه ملی تحقیقات سلامت توسط موسسه مطالعات جمعیتی کشور به انجام رسیده است. این طرح در ۵ استان کشور: گیلان، آذربایجان شرقی، سیستان و بلوچستان، یزد و تهران انجام شده است. بخشی از داده‌های مربوط به استان تهران در این مقاله استفاده شده است.

2. Probability proportional to size (PPS)

ناقص تکمیل شده بود. بدین ترتیب، پس از حذف این موارد تعداد زنان ۵۴-۱۰ ساله حداقل یکبار ازدواج کرده که در فایل نهایی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات مورد استفاده قرار گرفت، ۷۹۲ مورد بود. به منظور اعتبار سنجی مدل از گزارش‌های منتشر شده مرکز آمار ایران نیز استفاده شده است. در ادامه به تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای استقلال در تصمیم‌گیری، پابندی مذهبی، نگرش به سقط جنین و تعامل اجتماعی و نحوه ورود آن به محیط شبیه‌سازی پرداخته می‌شود.

● استقلال در تصمیم‌گیری

تعریف نظری: استقلال در تصمیم‌گیری یکی از ابعاد استقلال زنان است که به عنوان وضعیت یا کیفیتی از اداره کردن خود، خود تصمیم‌گیری و مستقل بودن تعریف شده و نشان‌دهنده دسترسی، کنترل و توانایی یک زن برای مستقل عمل کردن از سلطه اطرافیان می‌باشد (Dyson and Moore, 1983).

تعریف عملیاتی: با دو سؤال بسته به صورت طیف لیکرت پرسیده شده است. لطفاً بگویید تا چه اندازه این مورد درباره شما صدق می‌کند؟ ۱. اصلاً؛ ۲. کمی؛ ۳. تا حدی؛ ۴. زیاد؛ ۵. خیلی زیاد.

شما ترجیح می‌دهید بیشتر به خودتان وابسته باشید تا به دیگران؛ شما با دیگران مشورت می‌کنید، اما در نهایت خودتان تصمیم‌گیری می‌کنید. شاخص استقلال در تصمیم‌گیری دقیقاً به شکل اعداد ۱ تا ۵ وارد مدل شبیه‌سازی شده است.

● پابندی مذهبی

تعریف نظری: پابندی مذهبی شامل پنج بعد اعتقادی، مناسکی، تجربی، دانش دینی و پیامدی است. بعد اعتقادی، باورهایی را در برمی‌گیرد که انتظار می‌رود پیروان آن دین، بدان‌ها اعتقاد داشته باشند (مرادی نسب و همکاران، ۱۴۰۰).

تعریف عملیاتی: به صورت طیف لیکرت با دو سؤال بسته سنجیده شده است. لطفاً بگویید این مواردی را که نام می‌برم چقدر برایتان اهمیت دارد؟ ۱. اصلاً؛ ۲. کمی؛ ۳. تا حدی؛ ۴. زیاد؛ ۵. خیلی زیاد.

به‌طور کلی اهمیت دین در زندگی خودتان؛ به‌طور کلی، اهمیت دین در جامعه. شاخص پابندی مذهبی به صورت درصدی وارد محیط شبیه‌سازی شده است.

● نگرش به سقط جنین

تعریف نظری: سقط جنین یعنی خاتمه دادن به حاملگی قبل از اینکه جنین قادر شود در خارج از رحم به صورت مستقل زندگی کند (سرائی و روشن شمال، ۱۳۹۱).

تعریف عملیاتی: با دو سؤال سنجیده شده است: با توجه به حامله بودن زن این سؤال پرسیده شده است:

اگر حامله است: اگر در فاصله کوتاهی بعد از این حاملگی حامله شوید چه اقدامی انجام می‌دهید، آیا نوزاد را نگه می‌دارید؟

اگر حامله نیست: اگر فرضاً الان متوجه شوید حامله هستید چه اقدامی انجام می‌دهید، آیا آن را نگه می‌دارید؟

نگرش به سقط جنین نیز به صورت درصدی وارد محیط شبیه‌سازی شده است.

● تعامل اجتماعی

تعریف نظری: تعاملات اجتماعی به معنای ایجاد رابطه بین دو نفر یا بیشتر که منجر به واکنشی میان آن‌ها شود و این واکنش برای هر دو طرف شناخته شده است (موسوی، ۱۳۹۲).

تعریف عملیاتی: مهم‌ترین بخش در داخل مدل شبیه‌سازی نحوه ساخت شاخص تعاملات اجتماعی در مدل است. اولین مؤلفه ورودی در بحث تعامل اجتماعی بحث سیاست تعامل^۱ است. سیاست تعامل اولین گام شاخص است که به صورت ورودی و با نظر خبرگان به مدل داده می‌شود. دو نوع سیاست تعاملی می‌توان در نظر گرفت: ۱. تصادفی؛ ۲. بیشتر در گروه خودش. در مدل‌سازی مقاله پیش‌رو، سیاست تعاملی با مشورت خبرگان به شکل بیشتر در گروه خودش انتخاب گردید؛ زیرا این فرض به واقعیت نزدیک‌تر بوده و افراد واقع در یک گروه سنی احتمال تعامل بیشتر و در نتیجه تأثیرپذیری بیشتری از یکدیگر دارند. حال که سیاست تعاملی انتخاب گردید در ادامه و در گام دوم ساخت شاخص باید مشخص شود کدام عامل بر عامل دیگر تأثیر می‌گذارد؟

بر اساس مرور ادبیات، نظر خبرگان و داده‌های در دسترس، فرض شده است که دو مؤلفه استقلال در تصمیم‌گیری و تحصیلات در بحث تأثیرپذیری دو عامل از یکدیگر دارای اهمیت هستند (Jejeebhoy and Satar, 2000 Edwards, 2002)؛ بنابراین با توجه به روابط (۱ و ۲) هر دو عامل در تعامل اجتماعی با یکدیگر نمره‌ای را اخذ می‌کنند. برای مثال فرض نماییم عامل A با عامل B تعامل برقرار می‌کند.

(۱)

$$Agent\ Score A = (Education \times E\ Weight) + (Independence \times I\ Weight)$$

(۲)

$$Agent\ Score B = (Education \times E\ Weight) + (Independence \times I\ Weight)$$

احتمال اینکه A بر B تأثیر بگذارد:

$$PA = \frac{\text{Score } a}{\text{Score } a + \text{Score } b} \quad (۳)$$

احتمال اینکه B بر A تأثیر بگذارد:

$$PB = \frac{\text{Score } b}{\text{Score } a + \text{Score } b} \quad (۴)$$

اما در نهایت اینکه کدام عامل روی عامل دیگر تأثیر می‌گذارد بر اساس نمره عامل‌ها نیست و بر اساس عدد تصادفی تولیدشده مشخص می‌شود. در ادامه در سومین گام ساخت شاخص این سؤال مطرح می‌شود که این دو عامل (A, B) چقدر بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند؟ در پاسخ باید گفت میزان تأثیرگذاری بر این اساس تعیین می‌شود که چقدر این دو عامل هم قشر هستند یا هم قشر نیستند. بر اساس ادبیات تحقیق و نظر خبرگان علمی درصد مذهبی بودن به عنوان هم قشر بودن دو عامل در نظر گرفته شد (Bisin and Verdier, 2001; Baudin, 2015; Heyford and Mor-gan, 2008; McQuillan, 2004)

فرض نمایید در گام دوم عامل A بر B تأثیر بگذارد، نمره عامل A تغییر نمی‌کند اما نمره عامل B تغییر می‌کند. سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا نمره عامل B کاهش می‌یابد یا افزایش می‌یابد؟ به دلیل اینکه در گام دوم به صورت تصادفی تعیین می‌شود که کدام عامل بر دیگری تأثیر بگذارد، ممکن است عاملی نمره کمتری داشته باشد اما به صورت تصادفی انتخاب شده باشد که بر عامل دیگر تأثیر بگذارد؛ بنابراین در این گام یک شرط نوشته می‌شود، اگر نمره عامل A بیشتر از نمره عامل B باشد.

$$IF = \text{Score } A > \text{Score } B$$

(۶)

$$\text{Score } B = \text{Score } B \times (1 + \text{Impact Rate})$$

اما اگر نمره عامل B بیشتر از نمره عامل A باشد.

(۷)

$$IF = \text{Score } B > \text{Score } A$$

(۸)

$$\text{Score } B = \text{Score } B \times (1 - \text{Impact Rate})$$

به این ترتیب نحوه تعامل اجتماعی عامل‌ها بر روی یکدیگر در مدل شبیه‌سازی تعیین می‌گردد. در ادامه به معرفی عامل‌ها و خصوصیات^۱ آن‌ها پرداخته می‌شود.

۱. عامل زن: سن، تعداد فرزندان، طول مدت ازدواج، تحصیلات، نوع استفاده از روش پیشگیری، استقلال در تصمیم‌گیری، پایبندی مذهبی، نگرش به سقط‌جنین، تعداد فرزندان مطلوب، تعامل اجتماعی زنان و استفاده از وسایل ارتباط جمعی

۲. عامل رسانه‌های جمعی: عامل رسانه‌های جمعی به‌عنوان یک عامل منفرد در نظر گرفته‌شده که شامل چهار زیر خصوصیت: استفاده از روزنامه، اینترنت، رادیو و تلویزیون است. برای اینکه از داده‌های موجود بتوان در ساخت مدل استفاده نمود از درخت تصمیم‌گیری استفاده شده است. از درخت تصمیم‌گیری می‌توان برای کشف و استخراج دانش از یک پایگاه داده و ایجاد مدل‌های پیش‌بینی استفاده نمود (Kazeminezhad et al, 2005). در مقاله حاضر در استخراج قانون از درخت تصمیم‌گیری طبقه‌بندی‌شده با معیار شناسایی اثرات متقابل خودکار کای اسکوئر^۲ استفاده شده است. همچنین در کنار استفاده از درخت تصمیم‌گیری به‌منظور مقداردهی تصادفی عامل‌ها و انتخاب توابع توزیع احتمالی مناسب از نرم‌افزار ایزی فیت^۳ نیز استفاده شده است. این نرم‌افزار خود بهترین تابع توزیع را برای مقداردهی مؤلفه‌های عامل‌ها انتخاب نموده است. پیاده‌سازی رفتار عامل با کد نویسی جاوا انجام و وارد نرم‌افزارانی لاجیک می‌شود. لازم به ذکر است داده‌ها پس از چند مرحله پیش‌پردازش، تحلیل و استخراج قانون از روی آن‌ها در قالب مجموعه‌ای از قوانین به شکل کدنویسی وارد نرم‌افزارانی لاجیک می‌شوند. در مدل حاضر، مدل به نحوی توسعه پیدا کرده که بر اساس خروجی قانون‌هایی باشد که از پایگاه داده استخراج شده باشند. پس از ساخت مدل شبیه‌سازی در بخش بعدی به نحوه اعتبار سنجی مدل شبیه‌سازی شده پرداخته می‌شود.

واسنجی^۴ و اعتبار سنجی

به‌منظور اعتبار سنجی مدل شبیه‌سازی رویدادی^۵ به نام میزان باروری کل وارد مدل شبیه‌سازی شده که نحوه محاسبه آن در نرم‌افزارانی لاجیک نوشته شد. رویدادی که محاسبه میزان باروری

۱. Attribute: هر زن دارای خصوصیات مختلفی مانند سن، تحصیلات، درآمد، وضعیت اشتغال، طبقه اجتماعی، سن ازدواج... است که بر اساس این خصوصیات رفتار می‌کند و همچنین با عامل‌های دیگر تعامل برقرار می‌کند.

2. Chi-squared Automatic Interaction Detection-CHAID

3. Easy fit

4. calibration

واسنجی: فرایند شناسایی مقادیر مناسب برای مؤلفه‌های مدل به‌منظور تناسب بیشتر با دنیای واقعی است. معمولاً واسنجی همراه با تکرار مدل تازمانی است که بر داده‌های واقعی منطبق شود. بنابراین واسنجی نشان می‌دهد که آیا مدل قادر به شبیه‌سازی یک سیستم واقعی هست یا خیر.

5. Event

کل را بر عهده دارد به صورت سالانه به وسیله مؤلفه‌های بارداری به روزرسانی می‌شود. به منظور بررسی و اعتبار سنجی مدل شبیه‌سازی، با مراجعه به گزارش منتشر شده مرکز آمار ایران میزان باروری کل برای سه سال متوالی به عنوان رفتار مرجع در دنیای واقعی استخراج شد (فتحی، ۱۳۹۹). در ادامه بر اساس ادبیات تحقیق در حوزه باروری پایین با استفاده از مؤلفه‌های دارای تأثیر بلا فصل و مستقیم بر فرزندآوری که با نام مؤلفه‌های بارداری معرفی شده‌اند کار تنظیم مدل انجام شد. در نهایت مقادیر مؤلفه‌های بارداری در مدل شبیه‌سازی توسط نرم‌افزار انی‌لاجیک تنظیم و خروجی‌های مدل شبیه‌سازی با انطباق با واقعیت استخراج می‌شوند. در جدول (۱) مقایسه‌ای بین میزان باروری کل حاصل از خروجی‌های مدل شبیه‌سازی عامل بنیان و آمار استخراج شده از گزارش مرکز آمار ایران آورده شده است.

جدول ۱. مقایسه نتایج میزان باروری کل استخراج شده از مرکز آمار ایران با نتایج خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان برای سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸

سال‌های تقویمی	میزان باروری کل استخراج شده از مدل شبیه‌سازی	میزان باروری کل بر اساس گزارش مرکز آمار ایران
۱۳۹۶	۱/۶۱	۱/۷۰
۱۳۹۷	۱/۵۰	۱/۶۰
۱۳۹۸	۱/۴۵	۱/۴۴

با توجه به اینکه مدل شبیه‌سازی ساخته شده دارای ماهیت مبتنی بر علم احتمالات می‌باشد، نتایج حاصل برای میزان باروری کل در مدل شبیه‌سازی منطبق بر جدول (۱) پس از صد بار اجرای مدل شبیه‌سازی و میانگین‌گیری از نتایج به دست آمده است. پس از مرحله واسنجی مدل، با مقایسه نتایج حاصل از مدل و واقعیت فرآیند اعتبارسنجی مدل شبیه‌سازی انجام و تأیید شد. پاسخ مثبت فرآیند اعتبارسنجی مدل آغازی برای استفاده از مدل و شبیه‌سازی پیاده‌سازی سناریوهای مختلف جهت تحلیل و بهره‌برداری است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق حاضر در سه بخش مورد توجه قرار می‌گیرد. بخش اول به توصیف آماری نمونه تحقیق پرداخته و در گام دوم میزان باروری کل استان تهران تا سال ۱۴۰۸ پیش‌بینی می‌شود. در گام سوم با فرض تغییر در تصمیم‌گیری زنان به نگهداری فرزند پس از بارداری (نگرش به سقط جنین)، پابندی مذهبی زنان و افزایش در استفاده از وسایل ارتباط جمعی زنان فرآیند طراحی و پیاده‌سازی سناریوها انجام و تأثیر این تغییرات بر رفتاری باروری زنان استان تهران تا سال ۱۴۰۸ پیش‌بینی می‌گردد.

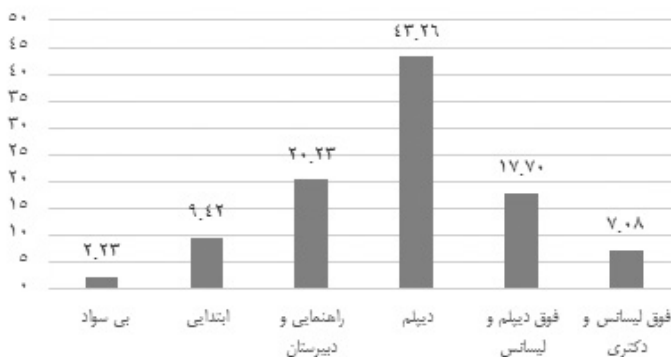
توصیف نمونه تحقیق

همان‌طور که جدول (۲) نشان می‌دهد، میانگین سن زنان در نمونه تحقیق برابر با ۳۶ سال، میانگین سن ازدواج زنان ۲۱/۳۴ سال، میانگین تعداد فرزندان زنان ۱/۷ فرزند، بعد خانوار ۳/۵، تعداد ایده‌آل فرزند برای زنان ۲/۵ فرزند و میانگین طول مدت ازدواج زنان ۱۵/۷۵ سال بوده و بر اساس نمودار (۱) بیشتر زنان نمونه ۴۳ درصد سطح تحصیلات دیپلم، ۲۵ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی (فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکتری) و در حدود ۲۰ درصد دارای تحصیلات راهنمایی و دبیرستان بوده و فقط ۲ درصد از پاسخگویان بی‌سواد بوده‌اند.

جدول ۲. توصیف ویژگی‌های زنان نمونه تحقیق استان تهران

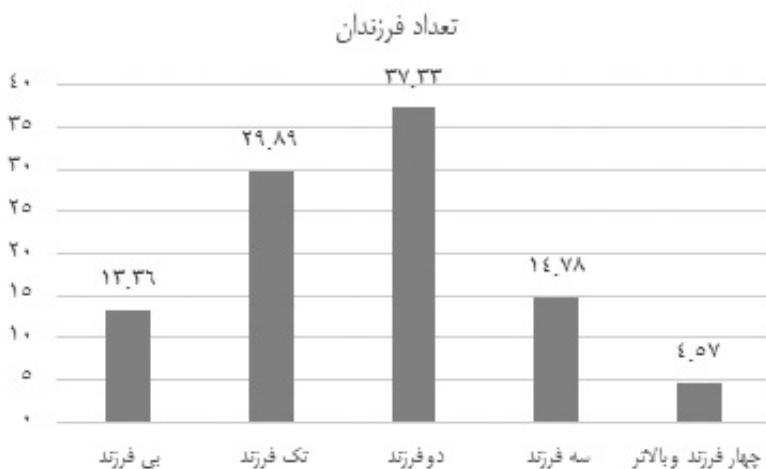
ویژگی‌های زنان نمونه تحقیق	میانگین
طول مدت ازدواج	۱۵/۷۵ سال
سن ازدواج زنان	۲۱/۳۴ سال
تعداد فرزندان زنان	۱/۷ فرزند
سن زنان	۳۶ سال
تعداد فرزندان ایده‌آل	۲/۵ فرزند
تعداد اعضای خانوار	۳/۵ نفر

سطح تحصیلات زنان



نمودار ۱. سطح تحصیلات زنان در نمونه تحقیق استان تهران

اعداد مندرج شده در نمودار (۲) نیز به روشنی نشان می‌دهند ۳۷ درصد زنان نمونه تحقیق دو فرزند، تقریباً ۳۰ درصد زنان تک‌فرزند بوده، ۱۵ درصد زنان سه فرزند و ۱۳ درصد زنان ازدواج کرده هیچ فرزندی نداشته‌اند.



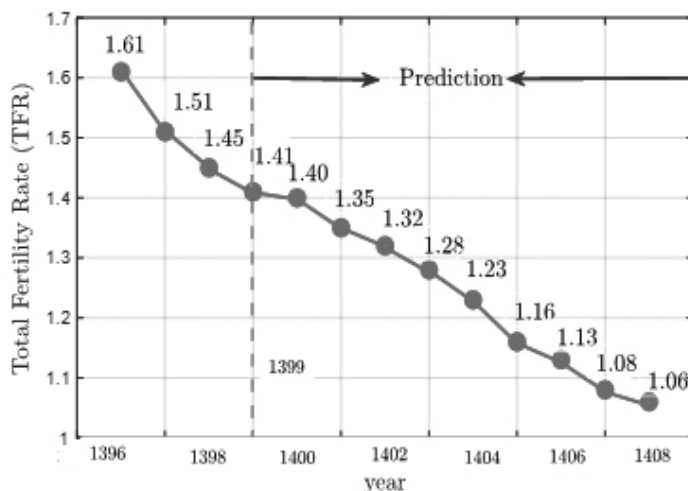
نمودار ۲. تعداد فرزندان زنده به دنیا آمده زنان در نمونه تحقیق استان تهران

در ادامه یافته‌های پژوهش به بررسی پیش‌بینی میزان باروری کل استان تهران بر اساس خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان و همچنین پیاده‌سازی سناریوها پرداخته می‌شود.

پیش‌بینی میزان باروری کل استان تهران بر اساس خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان (از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۸)

نتایج خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان شامل پیش‌بینی ۱۰ ساله رفتار باروری زنان استان تهران از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۸ می‌باشد. سه سال اول شبیه‌سازی (۱۳۹۶، ۱۳۹۷، ۱۳۹۸) به‌عنوان اعتبار مدل شبیه‌سازی عامل بنیان در نظر گرفته می‌شود و ۱۰ سال بعدی به‌عنوان پیش‌بینی مدل شبیه‌سازی بر اساس وضعیت موجود در نظر گرفته می‌شود. لازم به ذکر است تمامی خروجی‌های مستخرج شده از شبیه‌سازی‌ها در مرحله پیش‌بینی باروری و همچنین نتایج حاصل از شبیه‌سازی در جداول مربوط به تحلیل حساسیت میزان باروری کل به سایر متغیرها در فرایند پیش‌بینی با لحاظ سناریوها در این مقاله جهت کاهش خطا در نتایج مدل‌سازی پس از صد مرتبه اجرای مدل و میانگین‌گیری از نتایج به‌دست‌آمده است. همان‌طور که نمودار (۳) بر اساس نتایج خروجی شبیه‌سازی عامل بنیان نشان می‌دهد روند باروری در ده سال آینده در استان تهران یک‌روند نزولی با شیب تند خواهد بود و به ۱/۰۶ فرزند در سال ۱۴۰۸ خواهد رسید. باید به این مهم توجه نمود که پیش‌بینی‌های انجام‌شده بر اساس خروجی‌های

حاصل از شبیه‌سازی عامل بنیان وابسته به مؤلفه‌هایی است که به شکل چندبعدی در ساختار مدل وارد شده و در تطبیق نتایج مدل با دنیای واقعیت کمک می‌نمایند. این در حالی است که در روش‌هایی مانند مدل‌سازی ریاضی مانند مدل‌سازی مبتنی بر شبکه عصبی و ویولت^۱ بر اساس رفتار گذشته مدل، رفتار آینده پیش‌بینی می‌شود (ترابی و اسمعیلی، ۲۰۲۱؛ اسمعیلی و محمودیان، ۲۰۲۱). لازم به ذکر است که شبیه‌سازی سیستم‌های انسانی بیشتر به دنبال استخراج روند و الگوی تغییر رفتار در سیستم بوده و مقوله پیش‌بینی به صورت دقیق مورد توجه قرار نمی‌گیرد. این موضوع از این مسئله ناشی می‌شود که گاهی رفتارهای انسانی تحت تأثیر حوادث پیش‌بینی نشده قرار می‌گیرند (عباسی شوازی و اسمعیلی، ۱۴۰۱: ۹۱).



نمودار ۳. پیش‌بینی میزان باروری کل در استان تهران بر اساس خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۸

شبیه‌سازی سناریوها

به دنبال ساخت مدل شبیه‌سازی فرآیند سناریوسازی برای مدل ساخته شده و شبیه‌سازی آن مورد توجه می‌باشد. با استفاده از مدل‌سازی عامل بنیان و امکان شبیه‌سازی سناریو در این سبک از مدل‌سازی به شبیه‌سازی سه سناریو منتج از رویکرد ایده‌ای و متمرکز بر نظریه‌های گذار جمعیتی دوم (پایبندی مذهبی زنان و نگرش به سقط‌جنین) و اشاعه (تأثیرگذاری وسایل ارتباط جمعی) پرداخته خواهد شد.

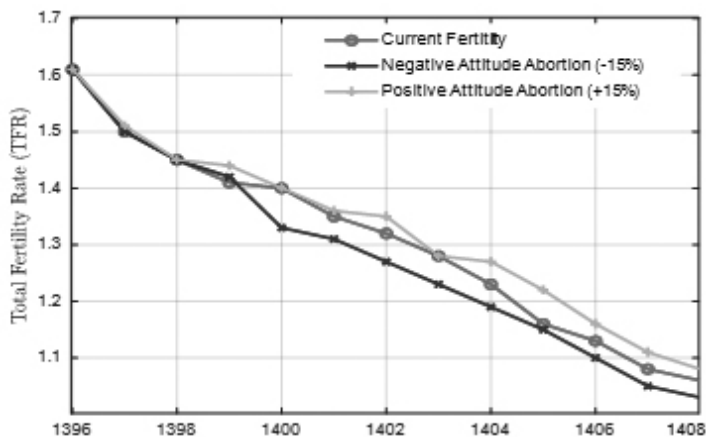
شبیه‌سازی سناریوی اول: پیش‌بینی میزان باروری کل زنان استان تهران طی سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۸ بر مبنای خروجی شبیه‌سازی عامل بنیان در صورت پیاده‌سازی سناریو افزایش و کاهش تصمیم زنان به نگهداری فرزند در دوران بارداری سناریوی اول بر مبنای نظریه گذار جمعیتی دوم به دنبال بررسی این موضوع بوده که آیا تغییر در نگرش در تصمیم به نگهداری فرزند در دوران بارداری می‌تواند بر روی رفتار باروری زنان تأثیرگذار باشد؟ به دلیل اهمیت این متغیر نگرشی متغیر مذکور را در ۶ حالت مورد بررسی قرار داده، در سه حالت به صورت مثبت و با گام‌های ۵ درصد و در سه حالت دیگر به صورت منفی و با گام‌های ۵ درصد مورد توجه قرار گرفت. در نتیجه تأثیر هر ۶ حالت بر تغییر میزان باروری کل در مقایسه با وضعیت فعلی مورد مقایسه قرار گرفت. در ابتدای امر بر اساس ۶ حالت در نظر گرفته شده شبیه‌سازی صورت گرفت و نتایج خروجی‌های شبیه‌سازی در جدول (۳) (جدول تحلیل حساسیت) مندرج گردید و در گام بعد بر اساس نتایج خروجی جدول (۳) سناریو افزایش و کاهش تصمیم زنان به نگهداری فرزند در دوران بارداری شبیه‌سازی می‌شود. همان‌طور که جدول (۳) به‌خوبی نشان می‌دهد ابتدا در ۳ گام، ۵ درصدی کاهش تأثیر تصمیم به نگهداری فرزند پس از بارداری مورد توجه قرار گرفت در هر گام ۵ درصد تصمیم به نگهداری فرزند کاهش می‌یابد و تأثیر آن بر میزان باروری کل سنجیده می‌شود. در سه گام دیگر افزایش تصمیم به نگهداری فرزند در سه گام ۵ درصدی مورد آزمون قرار گرفته است.

جدول ۳. پیش‌بینی مقادیر مختلف میزان باروری کل بر مبنای شبیه‌سازی عامل بنیان پس از پیاده‌سازی سناریوی کاهش ۱۵، ۱۰، ۵ درصدی و افزایش ۱۰، ۵، ۱۵ درصدی تصمیم زنان به نگهداری فرزند پس از بارداری زنان استان تهران طی سال‌های ۱۴۰۸-۱۳۹۹

سال‌های تقویمی	۱۵ درصد کاهش	۱۰ درصد کاهش	۵ درصد کاهش	وضعیت فعلی باروری بدون پیاده‌سازی سناریو	۵ درصد کاهش	۵ درصد افزایش	۱۰ درصد افزایش	۱۵ درصد افزایش
۱۳۹۶	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱
۱۳۹۷	۱/۵	۱/۵	۱/۵	۱/۵	۱/۵	۱/۵	۱/۵	۱/۵
۱۳۹۸	۱/۴۵	۱/۴۵	۱/۴۵	۱/۴۵	۱/۴۵	۱/۴۵	۱/۴۵	۱/۴۵
۱۳۹۹	۱/۴۲	۱/۴۴	۱/۴۱	۱/۴۱	۱/۴۳	۱/۴۳	۱/۴۳	۱/۴۴
۱۴۰۰	۱/۳۳	۱/۳۴	۱/۳۸	۱/۴۰	۱/۳۶	۱/۳۹	۱/۴۰	۱/۴۰
۱۴۰۱	۱/۳۱	۱/۳۲	۱/۳۷	۱/۳۵	۱/۳۰	۱/۳۷	۱/۳۶	۱/۳۶
۱۴۰۲	۱/۲۷	۱/۲۷	۱/۳۱	۱/۳۲	۱/۲۸	۱/۳۲	۱/۳۵	۱/۳۵
۱۴۰۳	۱/۲۳	۱/۲۵	۱/۲۸	۱/۲۸	۱/۲۴	۱/۲۸	۱/۲۸	۱/۲۸

سال‌های تقویمی	۱۵ درصد کاهش	۱۰ درصد کاهش	۵ درصد کاهش	وضعیت فعلی باروری بدون پیاده‌سازی سناریو	۵ درصد کاهش	۱۰ درصد کاهش	۱۵ درصد کاهش
۱۴۰۴	۱/۱۹	۱/۲۰	۱/۲۲	۱/۲۳	۱/۲۳	۱/۲۳	۱/۲۷
۱۴۰۵	۱/۱۵	۱/۱۷	۱/۱۶	۱/۱۶	۱/۱۶	۱/۱۶	۱/۲۲
۱۴۰۶	۱/۱۰	۱/۱۳	۱/۱۳	۱/۱۳	۱/۱۳	۱/۱۳	۱/۱۶
۱۴۰۷	۱/۰۵	۱/۰۹	۱/۰۸	۱/۰۸	۱/۰۸	۱/۰۸	۱/۱۱
۱۴۰۸	۱/۰۳	۱/۰۱	۱/۰۳	۱/۰۶	۱/۰۳	۱/۰۳	۱/۰۸

در ادامه در جدول (۳) با توجه به نتایج تحلیل حساسیت مدل کاهش و افزایش ۱۵ درصدی تصمیم به نگهداری فرزند پس از بارداری و تأثیر آن بر میزان باروری کل شبیه‌سازی و نشان داده می‌شود. همان‌طور که نمودار (۴) به‌روشنی نشان می‌دهد، نگرش زنان در ارتباط با نگهداری فرزند پس از بارداری می‌تواند بر رفتار باروری زنان مؤثر باشد. به‌صورتی که پس از پیاده‌سازی ۱۵ درصدی کاهش میزان باروری کل از ۱/۴۱ فرزند در سال ۱۴۰۰ به ۱/۳۹ فرزند و در سال ۱۴۰۸ از ۱/۰۶ فرزند به ۱/۰۳ فرزند کاهش می‌یابد. در ادامه پس از پیاده‌سازی سناریوی ۱۵ درصدی افزایش میزان باروری کل از ۱/۰۶ در سال ۱۴۰۸ به ۱/۰۷ فرزند افزایش پیدا خواهد کرد.



نمودار ۴. پیش‌بینی میزان باروری کل بر مبنای شبیه‌سازی عامل بنیان پس از پیاده‌سازی سناریوی افزایش و کاهش ۱۵ درصدی تصمیم به نگهداری فرزند پس از بارداری زنان استان تهران و مقایسه آن با پیش‌بینی روند فعلی باروری^۱ طی سال‌های ۱۴۰۸-۱۳۹۹

در ادامه به نتایج شبیه‌سازی سناریوی دوم تغییر در اهمیت دینداری زنان بر اساس نظریه‌گذار دوم جمعیتی پرداخته می‌شود.

۱. منظور از پیش‌بینی روند فعلی باروری، پیش‌بینی باروری قبل از پیاده‌سازی سناریوها می‌باشد که در نمودار ۳ نتایج آن نشان داده شده است.

شبیه‌سازی سناریوی دوم: پیش‌بینی میزان باروری کل زنان استان تهران طی سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۸ بر مبنای خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان در ارتباط با پیاده‌سازی سناریو افزایش و کاهش اهمیت دینداری زنان

در سناریوی دوم به بررسی اهمیت دینداری در جامعه و تأثیر کاهشی افزایشی این متغیر نگرشی بر رفتار باروری زنان استان تهران طی سال‌های ۱۴۰۸-۱۳۹۹ پرداخته می‌شود. در جدول (۴) در چهار حالت به بررسی این موضوع پرداخته شده است. در اولین حالت یک افزایش ۵ درصدی در اهمیت دینداری برای زنان ایجاد می‌شود و بر اهمیت دینداری آن‌ها ۵ درصد افزوده می‌شود. در سه حالت بعدی سه گام کاهشی ۵ درصدی مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است به دلیل اینکه زنان نمونه اکثراً دینداری بالایی داشتند امکان افزایش بیش از ۵ درصد در مدل شبیه‌سازی وجود نداشت. همان‌طور که نتایج در جدول (۴) به‌خوبی نشان می‌دهد با افزایش ۵ درصدی اهمیت دینداری میزان باروری کل افزایش پیدا می‌کند و با کاهش اهمیت دینداری زنان به‌خصوص در ۲۰ درصد میزان باروری کل نیز کاهش می‌یابد. در ادامه در جدول (۴) و نمودار (۵) این موضوع به‌خوبی نشان داده شده است.

جدول ۴. پیش‌بینی مقادیر مختلف میزان باروری کل بر مبنای شبیه‌سازی عامل بنیان پس از پیاده‌سازی سناریوی کاهش ۱۵، ۱۰، ۵، درصدی اهمیت دینداری و ۵ درصد افزایش اهمیت دینداری برای زنان استان تهران طی سال‌های ۱۴۰۸-۱۳۹۹

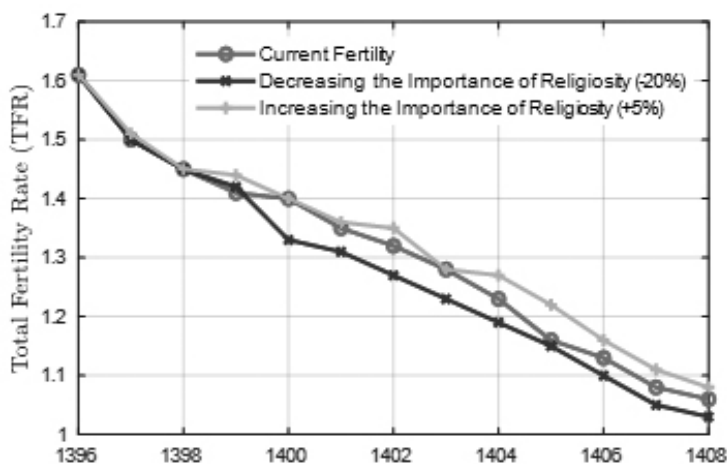
سال‌های تقویمی	وضعیت فعلی باروری بدون پیاده‌سازی سناریو	افزایش ۵ درصدی	کاهش ۵ درصدی	کاهش ۱۰ درصدی	کاهش ۲۰ درصدی
۱۳۹۶	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱
۱۳۹۷	۱/۵۰	۱/۵۰	۱/۵۰	۱/۵۰	۱/۵۰
۱۳۹۸	۱/۴۴	۱/۴۴	۱/۴۴	۱/۴۴	۱/۴۴
۱۳۹۹	۱/۴۱	۱/۴۲	۱/۴۱	۱/۴۳	۱/۴۰
۱۴۰۰	۱/۴۰	۱/۴۱	۱/۳۷	۱/۳۷	۱/۳۶
۱۴۰۱	۱/۳۵	۱/۳۶	۱/۳۴	۱/۳۴	۱/۳۵
۱۴۰۲	۱/۳۲	۱/۳۳	۱/۳۲	۱/۳۲	۱/۳۲
۱۴۰۳	۱/۲۸	۱/۲۹	۱/۲۴	۱/۲۶	۱/۲۸
۱۴۰۴	۱/۲۳	۱/۲۴	۱/۲۶	۱/۲۳	۱/۲۴
۱۴۰۵	۱/۱۶	۱/۱۷	۱/۱۹	۱/۱۶	۱/۱۴
۱۴۰۶	۱/۱۳	۱/۱۴	۱/۱۰	۱/۱۰	۱/۱۲
۱۴۰۷	۱/۰۸	۱/۰۹	۱/۰۹	۱/۰۹	۱/۱۰
۱۴۰۸	۱/۰۶	۱/۰۷	۱/۰۵	۱/۰۴	۱/۰۲

همان‌طور که نمودار (۴) نشان می‌دهد، افزایش دینداری زنان استان تهران منجر به افزایش در میزان باروری کل شده است. به‌صورتی که میزان باروری کل در سال ۱۴۰۰ از ۱/۴۰ فرزند به ۱/۴۲ فرزند و در سال ۱۴۰۸ از ۱/۰۶ فرزند در وضعیت فعلی باروری به ۱/۰۷ فرزند خواهد رسید؛ اما کاهش ۲۰ درصدی اهمیت دینداری زنان استان تهران منجر به کاهش در میزان باروری کل در برخی از سال‌ها شده است. به‌صورتی که میزان باروری کل در سال ۱۴۰۰ از ۱/۴۰ فرزند به ۱/۳۶ فرزند و در سال ۱۴۰۸ از ۱/۰۶ فرزند در وضعیت فعلی باروری به ۱/۰۲ فرزند خواهد رسید. در جمع‌بندی پیاده‌سازی دو سناریوی نگرشی و فرهنگی منشعب از نظریه گذار جمعیتی دوم می‌توان به نتایج زیر اشاره کرد:

– در صورت افزایش اهمیت دینداری زنان؛

– نگرش مثبت زنان نسبت به نگهداری فرزند پس از بارداری.

عوامل فوق می‌توانند سبب تغییر در رفتار باروری زنان شده و به تبع آن میزان باروری کل در استان تهران را افزایش دهند. نتایج حاصل از شبیه‌سازی سناریوهای نگرشی می‌تواند در حوزه سیاست‌گذاری و در راستای افزایش باروری مهم و با اهمیت باشد. در نهایت می‌توان بر اساس نظریه گذار جمعیتی دوم بیان نمود که تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌ها می‌تواند به تغییر رفتار باروری زنان منجر شود.



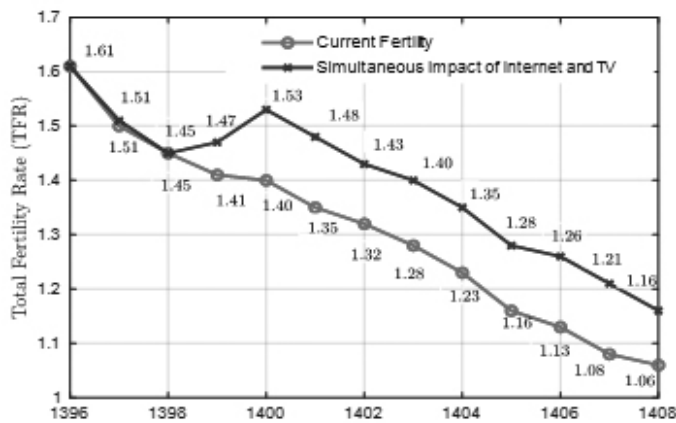
نمودار ۵. پیش‌بینی میزان باروری کل بر مبنای شبیه‌سازی عامل بنیان پس از پیاده‌سازی سناریوی افزایش ۵ درصدی و کاهش ۲۰ درصدی اهمیت دینداری برای زنان استان تهران و مقایسه آن با پیش‌بینی روند فعلی باروری طی سال‌های ۱۴۰۸-۱۳۹۹

شبیه‌سازی سناریوی سوم: پیش‌بینی میزان باروری کل زنان استان تهران طی سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۸ بر مبنای خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان در ارتباط با پیاده‌سازی سناریو افزایش استفاده از رسانه‌های جمعی

در سناریوی سوم مبتنی بر نظریه اشاعه به بررسی تأثیرگذاری عامل رسانه‌های جمعی در تغییر رفتار باروری زنان پرداخته می‌شود. بر اساس نظریه اشاعه آنچه باعث تغییر نگرش افراد در باروری می‌شود گسترش و اشاعه ایده‌ها و ارزش‌ها در سطح کلان و اجتماع است. بر اساس نظریه اشاعه، تعامل افراد با یکدیگر و همچنین استفاده از رسانه‌های جمعی باعث تغییر رفتار زنان در تصمیم‌گیری در باروری می‌شود. مبتنی بر نظریه اشاعه و همچنین مطالعات ارزشمندی که به تأثیر و نقش رسانه‌های جمعی در تغییر رفتار باروری زنان پرداخته شده، شبیه‌سازی سناریو سوم صورت پذیرفته است. در این سناریو این سؤال مطرح می‌شود که آیا افزایش استفاده از رسانه‌های جمعی در ارتباط با تشویق افراد به فرزندآوری در رفتار باروری زنان مؤثر خواهد بود یا خیر؟ بر این اساس تحلیل حساسیت مدل بر روی چهار رسانه جمعی که شامل اینترنت، تلویزیون، رادیو و روزنامه می‌باشد، صورت گرفت. بدین ترتیب هر چهار خصوصیت در مرحله اول در وضعیت حاضر دارای مقدار اولیه ۳ (خنثی) در مدل هستند. در بحث تحلیل حساسیت به هر یک از این خصوصیات نمره ۵ داده که بهترین عدد در مدل‌سازی است و به بقیه خصوصیات نمره ۳ (خنثی) داده می‌شود. در نهایت یک تحلیل حساسیت از مدل گرفته شده که کدام یک از این خصوصیات بیشتر از دیگری باعث تغییر و بهبود میزان باروری کل شده است. همان‌طور که جدول (۵) نتایج تحلیل حساسیت نشان می‌دهد اینترنت و تلویزیون رتبه اول و دوم را در تغییر میزان باروری کل داشته‌اند؛ بنابراین تأثیر هم‌زمان اینترنت و تلویزیون بر روی میزان باروری کل سنجیده می‌شود. همان‌طور که نتایج پیش‌بینی مدل شبیه‌سازی در نمودار (۶) به‌روشنی نشان می‌دهد استفاده از اینترنت و تلویزیون تأثیر قابل‌توجهی بر روی بهبود میزان باروری کل داشته‌اند به‌صورتی که در سال ۱۴۰۰ میزان باروری کل از $\frac{1}{40}$ فرزند به $\frac{1}{53}$ فرزند و در سال ۱۴۰۸ از $\frac{1}{6}$ فرزند به $\frac{1}{16}$ فرزند افزایش می‌یابد. نتیجه حاصله از شبیه‌سازی سناریوی تأثیر رسانه‌های جمعی بر باروری منجر به تأیید نظریه اشاعه در مقاله حاضر می‌شود.

جدول ۵. پیش‌بینی مقادیر مختلف میزان باروری کل استان تهران طی سال‌های ۱۴۰۸-۱۴۰۰، به ازای افزایش فعالیت‌های تشویقی فرزندآوری هر یک از وسایل ارتباط جمعی (اینترنت، تلویزیون، رادیو و روزنامه)

سال‌های تقویمی	وضعیت فعلی باروری بدون پیاده‌سازی سناریو	بهبود در عملکرد اینترنت و شبکه‌های مجازی	بهبود در عملکرد تلویزیون	بهبود در عملکرد رادیو	بهبود در عملکرد روزنامه
۱۳۹۶	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱	۱/۶۱
۱۳۹۷	۱/۵	۱/۵۱	۱/۵۱	۱/۵۱	۱/۵۱
۱۳۹۸	۱/۴۴	۱/۴۴	۱/۴۴	۱/۴۴	۱/۴۴
۱۳۹۹	۱/۴۱	۱/۴۲	۱/۴۷	۱/۴۳	۱/۴۵
۱۴۰۰	۱/۴۰	۱/۴۶	۱/۵۱	۱/۴۱	۱/۴۲
۱۴۰۱	۱/۳۵	۱/۴۰	۱/۴۱	۱/۳۵	۱/۳۶
۱۴۰۲	۱/۳۱	۱/۴۰	۱/۴۰	۱/۳۳	۱/۳۸
۱۴۰۳	۱/۲۷	۱/۳۳	۱/۳۶	۱/۳۰	۱/۲۶
۱۴۰۴	۱/۲۳	۱/۲۹	۱/۳۱	۱/۲۷	۱/۲۴
۱۴۰۵	۱/۱۶	۱/۲۲	۱/۲۳	۱/۲۲	۱/۱۹
۱۴۰۶	۱/۱۲	۱/۱۸	۱/۱۸	۱/۱۵	۱/۱۶
۱۴۰۷	۱/۰۸	۱/۱۴	۱/۱۴	۱/۰۸	۱/۰۸
۱۴۰۸	۱/۰۵	۱/۱	۱/۰۹	۱/۰۵	۱/۰۵



نمودار ۶. پیش‌بینی بر اساس خروجی مدل شبیه‌سازی عامل بنیان در ارتباط با میزان باروری کل استان تهران از سال ۱۳۹۹-۱۴۰۸ پس از اجرای سناریوی افزایش تأثیر هم‌زمان اینترنت و تلویزیون بر رفتار باروری زنان و مقایسه آن با وضعیت فعلی باروری

بحث و نتیجه‌گیری

کشور ایران رکورددار سرعت کاهش در سطح باروری بوده و گذار باروری کوتاه و خیلی سریعی را تجربه کرده است، به‌صورتی که میزان باروری کل از حدود ۷ فرزند در سال ۱۳۶۵ به زیر سطح جانشینی ۲/۱ فرزند در سال ۱۳۸۵ رسیده است و در حال حاضر نیز میزان باروری کل در کشور ۱/۷۴ فرزند می‌باشد (فتحی و همکاران، ۱۴۰۱). تمام استان‌های کشور روند کاهشی مشابهی در سطح و روند باروری داشته‌اند در این بین استان تهران چهار سال زودتر از کل کشور کاهش باروری را تجربه کرده است و در سال ۱۴۰۰ نیز میزان باروری کل در این استان پایین‌تر از میانگین کل کشوری و ۱/۴۳ فرزند است (فتحی و همکاران، ۱۴۰۱). با توجه به دغدغه موجود در کشور در حوزه باروری پایین مطالعات قابل توجهی بر این موضوع متمرکز شده و به چاپ رسیده است. بخش عمده این مطالعات با توجه به رویکرد ساختاری به تبیین باروری پایین در کشور ایران پرداخته‌اند. مرور تحقیقات انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد که توجه به تبیین مسئله بر اساس رویکرد ایده‌ای و فرهنگی نسبت به رویکردهای ساختاری کمتر موردعنايت محققان بوده است (رازقی نصرآباد، ۱۳۹۵؛ شجاعی و یزدخواستی، ۱۳۹۶). این در حالی است که ارزش‌های فرهنگی از بنیادی‌ترین عوامل جهت دهنده رفتارهای باروری در هر جامعه به شمار می‌آیند. ارزش‌ها جزء سازنده هر فرهنگ به شمار می‌روند که ثبات یا تغییر آن‌ها باعث ثبات یا تغییر فرهنگ‌ها در هر جامعه‌ای در طول زمان و مکان می‌باشد (صادقی، ۱۳۹۵؛ ۲۳۴). در سال‌های اخیر در کشور ایران تغییرات فرهنگی، ارزشی در جامعه تأثیرات زیادی در تغییر ارزش‌های خانواده و رفتار باروری زنان داشته است. بدین صورت که در استان‌هایی که میزان دینداری بیشتر و فردگرایی کمتر و میزان توجه به ارزش‌های خانوادگی بیشتر بوده، میزان باروری بیشتر و در حالت عکس میزان باروری کل پایین‌تر بوده است (رستگار خالد و محمدی، ۱۳۹۴). لذا کاهش باروری به‌طور عمده بازتابی از نظم اخلاقی در حال تغییر در جامعه است و تغییر در رفتار باروری ارتباط نزدیکی با تغییر در نظام‌های ارزشی افراد دارد (عنایت و پرنیان، ۱۳۹۲)، به عبارتی کاهش باروری به یک «روایت اصلی از تغییرات ذهنی و فرهنگی» تبدیل شده است (نجاتیان و همکاران، ۱۳۹۸). بر اساس ادبیات تحقیق از مؤلفه‌های مهم تغییرات فرهنگی مستخرج از نظریه مبتنی بر رویکرد ایده‌ای و فرهنگی در تبیین کاهش باروری می‌توان به اهمیت دینداری، نگرش به سقط جنین و تأثیر استفاده از رسانه‌های جمعی بر رفتار باروری زنان اشاره نمود (Hammel, 1990).

Sandra, 2014; Baudin, 2015; Bein et al, 2021; Stone, 2022; Kramer, 2021; Hwang, 2023; Ning et al, 2022; Dantis et al, 2023; Osborne, 2021; Buber-Ennsner and Berghammer, 2021; خدیوزاده و ایرانی، ۱۳۹۷؛ کاوه فیروز و همکاران، ۱۴۰۰؛ علیزاده اقدم و همکاران، ۱۴۰۱؛ سرائی و روشال شمال، ۱۳۹۵؛ هورناک و مکانی، ۲۰۰۱).

در جمعیت‌شناسی يك سنت طولانی در مطالعه مذهب و باروری وجود دارد (بودوین، ۲۰۱۵)، دینداری و مذهب از مشخصه‌های اصلی فرهنگ می‌باشند که ارزش‌ها را شکل می‌دهند. کم‌رنگ شدن اعتقادات مذهبی با افزایش نگرش مثبت به سقط‌جنین ارتباط مستقیم دارد (سرائی و روشن شمال، ۱۳۹۵؛ عرفانی، ۲۰۱۰). از سوی دیگر رسانه‌های جمعی بالاترین سطح برقراری رابطه با افراد را دارند و این قدرت منحصر به فرد باعث می‌شود تا عناصر مورد نظر خود را در سطح ارتباطی وسیع به مخاطب القاء نمایند و بخشی از فرهنگ یک جامعه را شکل دهند (قربانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ۳۳۲). وسایل ارتباط جمعی نظام‌های ارزشی و معنایی، شیوه‌ها و سبک زندگی جوامع را دچار دگرگونی نموده‌اند که از جمله آن می‌توان به تغییر در ارزش و نگرش به فرزندآوری اشاره نمود. گیدنز در این رابطه از اصطلاح «تجربه واسطه‌ای» استفاده می‌کند که منظور از آن فناوری‌های نوین پیام‌رسانی و رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو، روزنامه و سینما و... است (عنایت و پرنیان، ۱۳۹۲). به‌علاوه ورود به حوزه پیش‌بینی و استفاده از قابلیت‌های پیش‌بینی در بررسی تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی بر تغییرات باروری در بلندمدت و کوتاه‌مدت منجر به ایجاد دیدی عمیق نسبت به تغییرات باروری در آینده خواهد شد. بر اساس توضیحات بیان شده، هدف مطالعه حاضر، استفاده از ابزار مدل‌سازی عامل بنیان به منظور تبیین عمیق‌تر و پیش‌بینی روند میزان باروری کل در سیستم پیچیده باروری پایین در استان تهران با تمرکز بر رویکرد ایده‌ای- فرهنگی بوده است. مقاله حاضر در پی پاسخگویی به سؤالات زیر بوده است.

۱. روند میزان باروری کل در استان تهران تا ده سال آینده چه روندی خواهد داشت؟
۲. بر اساس خروجی شبیه‌سازی سناریوی نگرش زنان به سقط‌جنین، تأثیر افزایش و کاهش نگرش به سقط‌جنین بر پیش‌بینی میزان باروری کل در استان تهران در ده سال آینده چگونه خواهد بود؟
۳. بر اساس خروجی شبیه‌سازی سناریوی اهمیت دینداری زنان، تأثیر افزایش و کاهش دینداری زنان بر پیش‌بینی میزان باروری کل در استان تهران در ده سال آینده چگونه خواهد بود؟

۴. بر اساس خروجی شبیه‌سازی سناریوی فعالیت‌های رسانه‌های جمعی، تأثیر افزایش استفاده از رسانه‌های جمعی بر پیش‌بینی میزان باروری کل در استان تهران در ده سال آینده چگونه خواهد بود؟

در پاسخ به سؤال اول مقاله، نتایج حاصل از شبیه‌سازی عامل بنیان مبین این مهم است که روند باروری در ده سال آینده در استان تهران یک‌روند نزولی با شیب تند خواهد بود و میزان باروری کل در سال ۱۴۰۸ به ۱/۰۶ فرزند خواهد رسید. این پیش‌بینی یک هشدار برای مسئولان و برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران است. با توجه به قابلیت مدل‌سازی عامل بنیان طی یک فرآیند مدل‌سازی و شبیه‌سازی در یک آزمایشگاه محاسباتی مجازی سه سناریو در داخل مدل مورد آزمایش قرار گرفت.

در سناریوی اول و دوم به بررسی شبیه‌سازی دو سناریوی نگرشی منبعث از نظریه گذار جمعیتی دوم پرداخته شد. نظریه گذار جمعیتی دوم جزء تبیین‌های کاهش باروری است که تأکید بر تغییرات ایده‌ای و نگرشی به‌منزله یکی از مؤلفه‌های مهم کاهش باروری دارند. بر اساس نظریه گذار جمعیتی دوم دوسناریو (اهمیت دینداری زنان، تغییر در نگرش زنان به سقط‌جنین) استخراج و شبیه‌سازی شدند. ابتدا سناریوی تصمیم به نگهداری فرزند پس از بارداری که همان نگرش به سقط‌جنین می‌باشد مورد بررسی قرار گرفت. نتایج شبیه‌سازی سناریو اول که در پی پاسخگویی به سؤال دوم پژوهش بود نشان می‌دهد که با پیاده‌سازی سناریو افزایش و کاهش تصمیم زنان به نگهداری فرزند در دوران بارداری میزان باروری کل دچار تغییر می‌شود. به‌صورتی که با کاهش تصمیم زنان به نگهداری فرزند میزان باروری کل کاهش و با افزایش تصمیم زنان به نگهداری فرزند پس از بارداری میزان باروری کل افزایش می‌یابد. نتایج مطالعات مختلف تأییدکننده نتیجه شبیه‌سازی مطالعه حاضر است. نتایج مقاله فراش خیالو و همکاران (۱۳۹۹)، نیز حاکی از اثرگذاری دینداری و ارزش فرزند در کاهش نگرش به سقط‌جنین بوده است. رازقی نصرآباد و سنجری (۱۳۹۶)، نیز در نتایج تحقیق خود نشان دادند که سقط‌جنین توسط ارزیابی فایده و هزینه توسط افراد صورت می‌پذیرد. به عبارتی زمانی که در زندگی مشترک زوجین مشکلاتی مانند اعتیاد همسر، مشکلات اقتصادی، عدم همکاری همسر در امور منزل و ... وجود داشته باشد، افراد سقط‌جنین را به‌عنوان یک راه‌حل منطقی و عقلانی ارزیابی نموده و اقدام به سقط‌جنین می‌نمایند. در پژوهشی دیگر نتایج تحقیق سرائی و روشن شمال (۱۳۹۵)، حاکی از تأثیر دینداری به‌عنوان یک مؤلفه مهم فرهنگی بر نگرش زنان به سقط‌جنین بوده است، به‌صورتی

که زنانی که اعتقادات مذهبی ضعیف‌تری داشته‌اند نگرش مثبتی به سقط‌جنین نیز داشته‌اند. در مقاله دیگری آکبولوت و قلیچلی (۲۰۲۲)، در نتایج تحقیق خود بیان نمودند که نگرش منفی به سقط‌جنین در روستاها به دلیل سبک زندگی متفاوت که از تأثیر فرهنگ (ارزش‌ها، نگرش‌ها، قوانین و...) بر نیروهای زندگی در گروه شکل می‌گیرد، پررنگ‌تر از شهرها مشاهده می‌شود. در پژوهشی دیگر عرفانی و مک کوئیلان (۲۰۰۸)، نشان دادند رابطه معکوسی بین میزان دینداری زنان و سقط‌جنین عمدی وجود دارد. بدین‌صورت در استان‌هایی که افراد مذهبی‌تر بودند سقط‌جنین به دلیل تأثیر نگرش بر رفتار کمتر بوده است. در ادامه در نتایج شبیه‌سازی سناریو دوم که در پی پاسخگویی به سؤال سوم مقاله بود، نشان داده شد، افزایش و کاهش اهمیت دینداری زنان منجر به تغییر در رفتار باروری زنان خواهد شد. بدین‌صورت که با افزایش اهمیت دینداری زنان میزان باروری کل افزایش و با کاهش اهمیت دینداری زنان میزان باروری کل کاهش می‌یابد. مطالعات و تحقیقات مختلفی در راستای اهمیت دینداری و تأثیر آن بر رفتار باروری زنان صورت گرفته که تأیید کننده نتایج حاصل از شبیه‌سازی‌ها در مقاله حاضر است (علیزاده اقدم و همکاران، ۱۴۰۱؛ کاوه فیروز و همکاران، ۱۴۰۰؛ حاج علی و همکاران، ۱۳۹۷؛ مدیری، ۱۳۹۶؛ Malmir et al, 2023؛ Bein et al, 2021). مدیری و رازقی نصرآباد (۱۳۹۴)، به دنبال بررسی رابطه دینداری و قصد باروری در شهر تهران بودند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد: قصد باروری متأثر از دینداری بوده و این تأثیر در حضور متغیرهای اقتصادی اجتماعی همچنان باقی مانده است. در تحقیق دیگری دنتیس و همکاران (۲۰۲۳)، نشان دادند: همبستگی قوی و مثبتی بین حضور در مراسم مذهبی و قصد باروری وجود دارد. از دیدگاه محققان مقاله حضور در مراسم مذهبی منجر به پابندی بیشتر افراد به آموزه‌های دینی در ارتباط با رفتارهای موافق افزایش جمعیت خواهد شد و علاوه بر این تعامل و ارتباط با افراد مذهبی منجر به پابندی افراد به دستورات الهی در حوزه خانواده و رفتار باروری خواهد شد. سندرا (۲۰۱۴)، بر این باور است که دینداری و پابندی مذهبی از دو مسیر بر رفتار باروری تأثیرگذار است. ابتدا به‌صورت مستقیم آموزه‌های دینی از طریق مسیرهای سن ازدواج، تعداد فرزندان و استفاده از روش‌های پیشگیری از بارداری بر باروری تأثیرگذار هستند و تأثیر غیرمستقیم از طریق ارتباطات و تعاملاتی که افراد با آن‌ها برقرار می‌نمایند شکل می‌گیرد. سندرا دینداری را از مؤلفه‌های مهم فرهنگی می‌داند که منجر به شکل‌گیری ارزش‌ها در جامعه و افراد خواهد شد.

درنهایت، در سناریوی سوم به‌منظور پاسخگویی به سؤال چهارم پژوهش، بر اساس تئوری اشاعه به بررسی تأثیرگذاری عامل رسانه‌های جمعی در تغییر رفتار باروری زنان پرداخته شد. بر اساس پیش‌بینی خروجی نتایج شبیه‌سازی میزان باروری کل با پیاده‌سازی سناریو افزایش استفاده از رسانه‌های جمعی افزایش پیدا خواهد کرد. نتایج مطالعات مختلف همسو با نتیجه شبیه‌سازی حاضر است. برای مثال عباسی شوازی و اسمعیلی (۱۴۰۰)، در مقاله‌ای با عنوان «رسانه، فرهنگ‌سازی و باروری: شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر باروری با استفاده از رویکرد فرآیند تحلیل سلسله مراتبی» با استفاده از نظر خبرگان علمی به این نتیجه دست یافتند که شاخص رسانه‌های جمعی بیشترین تأثیرگذاری را بر رفتار باروری زنان دارند. در تحقیق مشابه دیگری تقوایی فرد و همکاران (۱۳۹۸)، به تأثیر مصرف رسانه بر قصد فرزندآوری زنان شهر جهرم پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان از تأثیرپذیری نگرش مثبت زنان نسبت به باروری و فرزندآوری به‌وسیله رسانه‌های جمعی دارد. یافته‌های پژوهش محمودیان و همکاران (۱۳۹۴)، با عنوان «مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری» مبین تأثیرگذاری مثبت رسانه بر رفتار باروری بوده است. نتایج تحقیق موتومبا (۲۰۲۲)، مبین این مهم بود که استفاده از رسانه‌های جمعی به‌خصوص تلویزیون بر دانش، نگرش و انتخاب روش پیشگیری از بارداری زنان تأثیری مثبت داشته است. در تحقیقی دیگری بیلاری و همکاران (۲۰۱۹)، به این نتیجه رسیدند که با افزایش دسترسی زنان به اینترنت پرسرعت باروری زنان شاغل به‌صورت معناداری افزایش می‌یابد، به دلیل اینکه زنان می‌توانند به‌صورت دورکاری فعالیت‌های شغلی خود را انجام دهند. نتیجه مقاله باستن (۲۰۱۰)، نیز نشان از اثرگذاری رسانه‌های جمعی به‌خصوص تلویزیون در شکل‌دهی نگرش نسبت به اندازه خانواده چه به‌صورت مستقیم و چه به‌صورت غیرمستقیم داشته است. نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق گرینر نیز نشان می‌دهد که تلویزیون جایگاه محوری در زندگی روزمره انسان‌ها پیدا کرده که منجر به غلبه آن بر محیط نمادین انسان‌ها شده است و پیام‌هایش در مورد واقعیت، جای تجربه شخصی و سایر وسایل شناخت جهان را گرفته است (علیزاده اقدم و همکاران، ۱۳۹۲؛ ۹۲). هورناک و مکاننی (۲۰۰۱)، نیز بیان نمودند: زمان استفاده از رسانه، تأثیرپذیری از ایده‌های سیاسی اعضای نخبه و تأثیرات کلی ایده‌های حاکم بر جامعه منجر به افزایش ارزش‌های فرزندآوری شده و در ادامه از طریق مکانسیم سرایت اجتماعی باعث افزایش باروری می‌شود. در جمع‌بندی مطالب مرور شده ذکر این نکته حائز اهمیت است که

نتایج مطالعات مختلف به بیان نقش رسانه‌های جمعی بر باروری اذعان دارند که این موضوع تأییدی بر نتیجه به دست آمده در پژوهش حاضر است. البته باید به این نکته اشاره نمود که محتوای برنامه‌های تلویزیونی تهیه شده در راستای تشویق به فرزندآوری دارای اهمیت قابل توجهی می‌باشد زیرا مخاطبان امروزی رسانه‌های جمعی غالباً افراد تحصیل کرده و آگاه با ویژگی‌های بسیار متفاوت نسبت به نسل قبل از خود هستند. لذا تأمین محتوا بر مبنای شواهد علمی توسط متخصصین رشته‌های مرتبط با هدف اقناع نخبگان از اولویت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد (عباسی شوازی و اسمعیلی، ۱۴۰۰: ۳۹).

در ادامه با توجه به نتایج شبیه‌سازی سناریوهای نگرشی می‌توان عملیاتی نمودن سناریوهای مذکور را از طریق رسانه‌های جمعی مورد توجه قرار داد. روشن است که تغییر در ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی امری تدریجی و زمان بر بوده و می‌تواند هم به صورت ضمنی (سریال‌ها، برنامه‌ها و تبلیغ‌های تلویزیونی) و هم به شکل آشکار انجام شود می‌توان نگرش زنان نسبت به نگهداری فرزند در دوران بارداری را به صورت امری مقبول و مثبت هم به لحاظ عرفی و هم به لحاظ مذهبی نشان داد. لازم به ذکر است که پیدایش شبکه جهانی اینترنت و به تبع آن ظهور و گسترش فضای مجازی در بستر شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی از جمله متغیرهایی هستند که نقش رسانه‌های الکترونیکی نوظهور را در اشاعه ایده‌های جدید نمایان می‌سازند. امروزه شبکه و رسانه‌های اجتماعی مجازی با ایجاد فضایی برای گفتگو توانسته‌اند جای خالی رسانه‌های جمعی که تنها به اطلاع‌رسانی می‌پردازند را پر نموده و به عنوان رسانه‌های جایگزین در برابر رسانه‌های جریان اصلی، تبدیل به رسانه پیام‌رسان بین افراد شده‌اند (پیرو و همکاران، ۱۳۹۷). مهم‌ترین رسانه‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری ایده‌ها و نگرش‌های مخاطبان داشته‌اند، می‌توان به پیام‌رسان‌هایی مانند تلگرام، اینستاگرام و... اشاره نمود که کاربران فعال و بی‌شماری دارند. گسترش رسانه‌های مذکور منجر به اشاعه سبک‌های جدید زندگی، خانواده مدرن و هنجارهای فرزندآوری پایین می‌شود (عنایت و پرنیان، ۱۳۹۴). در برخی از مطالعات برای نمونه ملتفت و همکاران (۱۴۰۱)، اشاره نمودند که استفاده از رسانه‌های خارجی و مصرف فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی بر رفتار باروری اثر معکوس داشته است. نتایج تحقیق نینگ و همکاران (۲۰۲۲)، نیز بیانگر این نکته بود که استفاده از رسانه‌های جدید (شبکه‌های مجازی) تأثیر منفی و قابل توجهی بر قصد و نیت باروری زنان داشته‌اند. لذا یکی از ابعاد مهم و قابل بررسی در موضوع

رسانه‌های جمعی، بررسی تأثیر فضای مجازی بر رفتار و نگرش افراد بر قصد و رفتار باروری زنان است که این موضوع به دلیل فقدان داده‌های در دسترس به‌عنوان محدودیت مطالعه حاضر قلمداد می‌گردد و می‌تواند به‌عنوان یک پیشنهاد تحقیقاتی در راستای ادامه مطالعه حاضر مورد توجه محققان در حوزه باروری پایین قرار بگیرد. در پایان باید توجه داشت که رفتار باروری به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده در موضوع نوسان‌های جمعیتی به شکل یک پدیده چندعاملی تبلور می‌یابد که خود دربرگیرنده عوامل بسیار متنوع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، جمعیتی، بیولوژیکی، روان‌شناختی و ... می‌باشد که از طریق مکانیسم‌های پیچیده‌ای بر باروری اثر می‌گذارند. ازاین‌رو شناخت عوامل پیچیده و چندوجهی تأثیرگذار بر رفتار باروری و اتخاذ سیاست‌های متناسب با فرهنگ‌های متفاوت در کشور می‌تواند در اجرای سیاست‌های جمعیتی با رویکرد مثبت مؤثر باشد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۵).

منابع و مأخذ

- آذر، عادل و صادقی، آرش. (۱۳۹۱). مدل سازی عامل بنیان رویکردی جدید در مسائل پیچیده اخلاقی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱: ۱۶-۶.
- آذر، عادل، علیرضا سارنج، علی اصغر صادقی مقدم، علی رجب زاده و معزز، هاشم. (۱۳۹۷). مدل سازی عامل گرای رفتار سهامداران در بازار سرمایه ایران، فصلنامه تحقیقات مالی، ۲۰ (۲)، ۱۵۰-۱۳۰.
- doi: 10.22059/frj.2018.259369.1006670
- آذر فر، امیر، آذر، عادل و کلانتری، سیده زهرا. (۱۳۹۶). شبیه سازی تغییرات جمعیتی ایران با استفاده از مدل پایه عامل بنیان، مطالعات جمعیتی، ۳ (۱)، ۳۸-۷.
- اسمعیلی، نصیبه. (۱۴۰۰). تجزیه و تحلیل سیستمی عوامل مؤثر بر باروری پایین با رویکرد مدل سازی عامل بنیان- مطالعه موردی استان تهران، رساله دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- حاج علی، سعیده؛ سید محمد سید میرزایی و مهدوی، سید محمد صادق. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر دینداری، حمایت اجتماعی و تحصیلات بر گرایش به باروری زنان، پژوهش نامه اسلامی زنان و خانواده، ۶ (۱۳): ۴۲-۲۷.
- خدیو زاده، طلعت و ایرانی، مروارید. (۱۳۹۷). ارتباط بین باورهای دینی و رفتارهای باروری در زنان سنین باروری شهر مشهد در سال ۱۳۹۵، مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران، ۲۸ (۱۶۷): ۱۴۴-۱۳۳.
- رازقی نصرآباد، حجه بی بی. (۱۳۹۵). مرور مطالعات مرتبط با باروری پایین در ایران، موسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور.
- رازقی نصرآباد، حجه بی بی و سنجر، الهام. (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر اقدام زنان به سقط جنین عمدی: تجربه زیسته زنان از سقط جنین در تهران، فصلنامه مطالعات اجتماعی روان شناسی زنان، ۱۵ (۲): ۱۳۶-۱۰۵.
- رازقی نصرآباد، حجه بی بی؛ حسینی چاووشی، میمنت و عباسی شوازی، محمد جلال. (۱۴۰۰). تأثیر نگرش و تقسیم کار جنسیتی روی فاصله تولد اول تا دوم در شهر تهران، جامعه شناسی کاربردی، شماره ۳۲ (۲)، ۲۸-۱.
- doi: 10.22108/jas.2020.121730.1875
- رستگار خالد، امیر و محمدی، میثم. (۱۳۹۴). تغییرات فرهنگی و افت باروری در ایران بر پایه تحلیل ثانوی داده های پیمایش ارزش ها و نگرش های ایرانیان، جامعه شناسی کاربردی، ۲۶ (۲): ۱۸۰-۱۵۹.
- روشنی، سعید. (۱۳۹۷). کاربرد مدل سازی در تحلیل سیستم های پیچیده اجتماعی: روش شناسی تحلیل سیستم های نوآوری، سیاست نامه علمی و فنا آوری، ۸ (۲): ۷۰-۵۹.
- سرائی، حسن. (۱۳۹۱). جمعیت شناسی: مبانی و زمینه ها، انتشارات سمت. چاپ دوم.
- سرائی، حسن و روشن شمال، پگاه. (۱۳۹۱). سنشش عوامل اجتماعی مؤثر بر نگرش زنان باردار نسبت به سقط عمدی، زن در توسعه و سیاست، ۱۰ (۲): ۲۳-۵.
- شجاعی، جواد و یزد خواستی، بهجت. (۱۳۹۶). مرور سیستماتیک مطالعات کاهش باروری در دو دهه اخیر،

مطالعات راهبردی زنان، ۱۹ (۷۵): ۱۵۹-۱۳۷. doi: 10.22095/jwss.2017.51750

صادقی، رسول و اسمعیلی، نصیبه. (۱۳۹۹). تحلیل چندسطحی همبسته‌های فردی و استانی باروری در ایران، مطالعات راهبردی زنان، ۲۳ (۹۰): ۳۷-۶۵. doi: 10.22095/JWSS.2021.224036.2302

صادقی، رسول. (۱۳۹۵). تحلیل بسترهای اجتماعی فرهنگی کاهش باروری در ایران، راهبردی اجتماعی، فرهنگی، ۵ (۳): ۲۴۶-۲۱۷.

عنایت، حلیمه و پرنیان، لیلا. (۱۳۹۲). مطالعه رابطه جهانی‌شدن فرهنگی و گرایش به فرزندآوری، زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)، ۴ (۱۴): ۱۳۷-۱۰۹.

علیزاده اقدم، محمدباقر؛ آقایی هیر، توکل؛ سلطانی بهرام، سعید و انصاری، نسرين. (۱۴۰۱). تبیین ارتباط مصرف رسانه‌ای و دینداری با رفتار باروری زنان (مورد مطالعه: زنان متأهل ۱۵-۴۹ ساله، شهر تبریز)، جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۴ (۱): ۸۳-۱۰۰. doi: https://doi.org/10.34785/J016.2022.008

عباسی شوازی، محمدجلال. (۱۳۸۱). همگرایی رفتارهای باروری در ایران: سطوح باروری استان‌ها، روندها و الگوها در ایران، مجله علوم اجتماعی، ۱۸ (۱۸): ۲۳۱-۲۰۱.

عباسی شوازی، محمدجلال و صادقی، رسول. (۱۳۸۵). قومیت و باروری: تحلیل رفتار باروری گروه‌های قومی در ایران، نامه علوم اجتماعی، ۲۹ (۰): ۵۸-۲۹.

عباسی شوازی، محمد جلال و رازقی نصرآباد، حجه بی بی (۱۳۸۹). الگوها و عوامل مؤثر بر فاصله ازدواج تا اولین تولد در ایران، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ۵ (۹): ۱۰۷-۷۵.

عباسی شوازی، محمدجلال و خانی، سعید (۱۳۹۳). ناامنی اقتصادی و باروری: مطالعه موردی زنان دارای همسر شهرستان سمنان، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ۹ (۱۷): ۷۶-۳۷.

عباسی، زهره، کشاورز، زهره، عباسی شوازی، محمد جلال و عبادی، عباس. (۱۳۹۷). تبیین عوامل تأثیرگذار بر رفتار باروری از دیدگاه متخصصین: یک مطالعه کیفی، دوماهنامه کومش، ۲۱ (۱): ۱۶۳-۱۵۵.

عباسی شوازی، محمدجلال، رازقی نصرآباد، حجه بی بی و حسینی چاووشی، میمنت. (۱۳۹۸). گزارش طرح بررسی تحولات باروری در پنج استان منتخب ایران-۱۳۹۶، موسسه مطالعات جمعیتی و موسسه ملی تحقیقات سلامت، تهران.

عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیبه. (۱۳۹۹). مروری بر سیر تکاملی جمعیت‌شناسی از ابتدا تا ورود مدل‌سازی عامل محور، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ۱۵ (۳۰): ۳۰-۷.

doi: 10.22034/jpai.2021.521779.1173

عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیبه. (۱۴۰۰). رسانه، فرهنگ‌سازی و باروری: شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر باروری با استفاده از رویکرد فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، مطالعات راهبردی فرهنگ، ۱ (۱): ۴۷-۷.

doi: 10.22083/scsj.2021.136357

عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیبه. (۱۴۰۰). معرفی مدل‌سازی عامل‌بنیان در تبیین باروری پایین. دوفصلنامه تحقیقات سیاست جمعیت، ۷ (۱): ۲۹۲-۲۵۷. doi: 10.22034/jips.2021.263638.1091

عباسی شوازی، محمدجلال و اسمعیلی، نصیه. (۱۴۰۱). شبیه‌سازی رفتار باروری زنان استان تهران با استفاده از رویکرد مدل‌سازی عامل بنیان، *نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، ۱۷ (۳۳): ۷۷-۱۱۱.

doi: 10.22034/jpai.2023.559267.1241

فراش خیالو، نورالدین، رمضی، نگار و صادقی، رسول. (۱۳۹۹). تعیین‌کننده‌های اجتماعی و فرهنگی نگرش دانشجویان به سقط‌جنین، *مطالعات راهبردی زنان*، ۲۲ (۸۷): ۱۰۹-۱۳۰.

doi: 10.22095/jwss.2020.208964.2173

فتحی، الهام (۱۳۹۹)، چشم‌اندازی به باروری در ایران از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸؛ گزارش مرکز آمار ایران. قابل دسترس در: <https://amar.org.ir/gozideamari/ID/13090>

فتحی، الهام؛ جاوید، نور محمد و مجتبی نصیری‌پور (۱۴۰۱). روند باروری در ایران، از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰، گزارش مرکز آمار ایران. قابل دسترس در: <https://www.amar.org.ir/news/ID/18601>

قربانی، بدیع؛ اسماعیلی، سمیه تاجیک و تربتی، سروناز. (۱۴۰۱). رابطه میان میزان و نوع مصرف رسانه‌ای (رادیو و تلویزیون)، با مهارت‌های زندگی شهروندان تهرانی، *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۲۳ (۵۸): ۳۶۴-۳۷۹.

<https://doi.org/10.22083/jccs.2021.271473.3283>

کاوه فیروز، زینب؛ عباسی شوازی، محمدجلال؛ سراج‌زاده، سیدحسین و رمضی، نگار. (۱۴۰۰). رابطه دینداری و ارزش‌های خانواده با تمایلات و قصد فرزندآوری در میان زنان متأهل شهر تهران، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱۰ (۲): ۵۸۷-۶۲۳. DOI: 10.22059/jisir.2020.302336.1064

محمودیان، حسین. (۱۳۸۳). سن ازدواج در حال افزایش، بررسی عوامل پشتیبان، *مطالعات جامعه‌شناختی*، ۱۱ (۴ پیاپی ۲۴): ۵۴-۲۷.

محمودیان، حسین؛ کوچانی اصفهان، مسعود و مقدس، سعید. (۱۳۹۴). مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری، *راهبرد فرهنگ*، ۸ (۳۱): ۱۷۳-۱۹۶.

مدیری، فاطمه. (۱۳۹۶). بررسی مقایسه‌ای تأثیر دینداری و نگرش‌های جنسیتی بر قصد فرزندآوری به تفکیک جنسیت در شهر تهران، *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۸ (۳۲): ۱۷۱-۲۰۲.

doi: 10.22054/QJSD.2017.8429

مدیری، فاطمه و رازقی نصرآباد، حجه بی بی. (۱۳۹۴). بررسی رابطه دینداری و قصد باروری در شهر تهران، *نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، شماره ۱۰ (۲۰): ۱۳۶-۱۲۸.

ملتفت، حسین، نواح، عبدالرضا و ترکی هرچگانی، زهرا. (۱۴۰۱). رابطه الگوی مصرف رسانه‌ای با تغییر رفتار باروری در میان زنان همسر دار شهر اهواز، *تداوم و تغییر اجتماعی*، ۱ (۲): ۳۴۵-۳۳۱.

DOI: 10.22034/jscc.2022.2752

منصوری، سعیده، آذر، عادل، دیوانداری، علی و رمضانیان، رسول. (۱۳۹۶). شبیه‌سازی عامل بنیان زنجیره تأمین خدمت بانکداری بر مبنای منطق خدمت غلبه خدمت، *مدیریت بازرگانی*، ۹ (۳): ۶۸۸-۶۶۱.

doi: 10.22059/jibm.2017.221676.2373

- مهرگان، محمدرضا، ابویی اردکان، محمدرضا، صادقی آرانی، زهرا، نظری، محسن و زورمند، امید. (۱۳۹۵). شبیه‌سازی رفتار خرید ناگهانی در بازار: رویکرد مدل‌سازی مبتنی بر عامل، مدیریت فرد، ۱۵ (۴۸): ۶۴-۳۵.
- موسوی، سیدعرفان. (۱۳۹۲). نقش تلفن همراه در تعاملات میان فردی و ارتباطات اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان کرج)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل.
- مرادی نسب، منیره؛ کریمیان دهقی، حبیب‌الله، ظهیری، هوشنگ. (۱۴۰۰). تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین اعتماد اجتماعی و پابندی مذهبی دانشجویان مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور استان سمنان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۳ (۵۴): ۲۱-۱. doi: 10.30495/jisds.2022.53484.11250
- نجاتیان، محمدحسین؛ شریفی، منصور؛ ابراهیم پور، محسن؛ زنجانی، حبیب‌الله و بقائی سرابی، علی. (۱۳۹۸). ملاحظات در نقد گذار دوم جمعیت شناختی با نگاه به ایران، نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، ۱۴ (۲۷): ۸۵-۱۱۳. doi: 10.22034/jpai.2020.43640

Abbasi Shavazi, M.J., Esmaceli, N., Razeghi Nasrabad, H.B., & Torabi, F. (2021). Low fertility in Tehran: An agent-based modeling approach, IUSSP Conference, 5 - 10 December. India.

Abbasi-Shavazi, M.J., McDonald, P., & Hosseini Chavoshi, M. (2009). The Fertility Transition in Iran Revolution and Reproduction, Springer. DOI, 10.1007/978-90-481-3198-3

Akbulut, G., & Kılıç, C. (2022). Stigmatizing attitudes, beliefs, and actions of women towards abortion in rural regions with high fertility, Ictronic Journal of General Medicine, 19(6), 1-7. doi.org/10.29333/ejgm/12288

Billari, F., & Prskawetz, A. (2003). Agent-based computational demography: Using simulation to improve our understanding of demographic behaviour, Heidelberg: Physica Verlag. DOI: 10.1007/978-3-7908-2715-6.

Billari, F. (2004). Becoming an Adult in Europe: A Macro (/Micro)-Demographic Perspective. Demographic Reserched, 15-44, (2)3. doi. 10.4054/DemRes.2004.S3.2

Billari, F.C. (2015) Integrating macro- and micro-level approaches in the explanation of population change, Population Studies, 69 (No), 10-30. doi.org/10.1080/00324728.2015.1009712

Borshchev, A. (2013). The big book of simulation modeling: multimethod modelling with AnyLogic, North America.

Bisin, A., & Verdier, T. (2001). The Economics of Cultural Transmission and the Dynamic of Preferences, Journal of Economic Theory; 97(2), 298-319. doi:10.1006/jeth.2000.2678

Baudin, T. (2015). Religion and fertility: The French Connection, Demographic Research, 32(13): 397-420. DOI: 10.4054/DemRes.2015.32.13

Bein, C., Gauthier, A.H., & Mynarska, M. (2021). Religiosity and Fertility Intentions: Can the Gender Regime Explain Cross-Country Differences? European Journal of Population, 37(2):443-472. doi.org/10.1007/s10680-020-09574-w

- Buber-Ennsner, I., & Berghammer, C. (2021). Religiosity and the realisation of fertility intentions: A comparative study of eight European countries, *Population Space and Place*, 27(6), 1-25. doi.org/10.1002/psp.2433
- Cleland, J., & Wilson, C. (1987). Demand Theories of the Fertility Transition: an Iconoclastic View, *Population Studies*, 41(No), 5-30.
- Dantis, C., Rizzi, E.L., & Baudin, T. (2023). The Association between Religiosity and Fertility Intentions Via Grandparenting: Evidence from GGS Data, *European Journal of Population*, 39(1), 2-24. doi.org/10.1007/s10680-023-09652-9
- Dyson, T., & Moore, M. (1983). On Kinship Structure, Female Autonomy, and Demographic Behaviour in India. *Population and Development Review*, (9), 35-60. DOI.org/10.2307/1972894.
- Esmaceli, N., & Mahmoudian, H. (2021). Projecting the Labor Participation Rate in Iran Using the Neural Network for the Period 2018-2028, *The 5th Asian Population Association Conference*. Indonesia.
- Edwards, M. E. (2002). Education and Occupations: Reexamining the Conventional Wisdom about Later First Births among American Mothers, *Sociological Forum*; 17(No), 423-443. doi.org/10.1023/A:1019679023616
- Epstein, J.M., & Axtell, R. (1996). *Growing Artificial Societies, Social Scines From The Bottom Up*, Brookling Institution press Washington, D.C, The MIT Press.
- Erfani, A. (2010). *Tehran Survey of Fertility, 2009*. Tehran, Iran, Population Studies and Research Centre in Asia and Pacific, Ministry of Science, Research, and Technology.
- Erfani, A., & McQuillan, K. (2008). Rapid fertility decline in Iran: Analysis of intermediate variables, *Journal of Biosocial Sciences*, 40(3), 459-478. DOI:10.1017/S002193200700243X.
- Hornik, R., & McAnany, E. (2001). Theories and Evidence: Mass Media Effects and Fertility Change, *Communication Theory*, 11(4), 454-471. doi.org/10.1111/j.1468-2885.2001.tb00253.x
- Hammel, E.A. (1990). A Theory of Culture for Demography, *Population and Development Review*, 16 (No), 455- 485. doi.org/10.2307/1972832
- Hwang, J. (2023). Later, Fewer, None? Recent Trends in Cohort Fertility in South Korea. *Demography*, 60 (2), 563-582.
- DOI. 10.1215/00703370-10585316
- Heyford, S.R., & Morgan. S.P. (2008). Religiosity and Fertility in the United States: The Role of Fertility Intentions, *Sociology Forces*, 86(3): 1163-1188. DOI:10.1353/sof.0.0000
- Jejeebhoy, S., & Satar, Z. (2001). Women's Autonomy in India and Pakistan: The influence of religion and region, *Population and Development Review*, 27(4), 687-712. DOI: 10.1111/j.1728-4457.2001.00687.x
- Kazeminezhad, M. H.; Etemad- Shahidi, A.; & Mousavi, S.J. (2005). Application of fuzzy inference system in the prediction wave parameters, *Ocean Eng*; (32), 1709-1725 . doi.org/10.1016/j.oceaneng.2005.02.001
- Kramer, S. (2021). Religious Composition of India, *Pew Research Center*, 1-47. https://www.pewresearch.org/
- Lesthaeghe, R. (2010). The Unfolding Story of the Second Demographic Transition, *Population and Development Review*; 36(2), 11-51. doi: 10.1111/j.1728-4457.2010.00328.

- Lesthaeghe, R.J. (2022). The second demographic transition: also a 21st century Asian challenge? *China Population and Development Studies*, 6(No), 228-236. doi.org/10.1007/s42379-022-00119-8
- Malmir, M., Ebrahimi, M., & Sadeghi, R. (2023), Religious Affiliation and Childbearing Preferences of Iranian Women, *Religion and Health*, 62 (2), 763-784. doi: 10.1007/s10943-022-01725-z
- Mutumba, M. (2022), Mass media influences on family planning knowledge, attitudes and method choice among sexually active men in sub-Saharan Africa, *National Library of Medicine*, 17(1), 1-20. doi. org/10.1371
- McQuillan, K. (2004). When Does Religion Influence Fertility?, *Population and Development Review*, 30 (1), 25-56. doi.org/10.1111/j.1728-4457.2004.00002.x
- Squazzoni, F. (2008) . The micro-macro link in social simulation, *Sociologica*, 1(2), 1-26. doi: 10.2383/26578
- Squazzoni, F.(2010). The impact of agent based models in the social sciences after 15 years of incursions, *History of Economic Ideas*, 18 (2), 197-233.
- Squazzoni, F. (2012). *Agent-Based Computational Sociology*: University of Brescia, Italy, A John Wiley & Sons, Ltd, Publication. ISBN: 978-0-470-71174-3
- Taylor, S.J.E., & Simon. J.E. (2014). *Agent-based Modeling and Simulation*, The OR Essentials series Series Standing Order, Brunel University, UK. ISBN-13 978-1137453624:
- Ning, C., Wu, J., Ye, Y., Yang, N., Pei, H., & Gao , H. (2022). How Media Use Influences the Fertility Intentions Among Chinese Women of Reproductive Age: A Perspective of Social Trust, *Public Health*, 10(No): 1-12. DOI: 10.3389/fpubh.2022.882009
- Newmyer, L., & Yabiku, S.T. (2022). Pregnancy scares, pregnancy uncertainty, and abortion attitude change, *Social Science Research*, 108(No), 1-10.
- Osborne, D., Huang, Y., Overall, N.C., Sutton, R.M., Petterson, A., Douglas, K.M., Davies, P.G., & Sibley, C.G. (2022). Abortion Attitudes: An Overview of Demographic and Ideological Differences, *Political Psychology*, 43(No): 30-76. doi.org/10.1111
- Sandra, H. (2014). *The Impact of Religiosity on Fertility; a Comparative Analysis of France, Norway, and Germany*, Springer. ISBN-13978-3658070076
- Torabi, F., & Esmaceli, N. (2021). Application of neural-wavelet network in predicting the incidence of marriage and divorce in Iran, *China Population and Development Studies*, 4(5); 439-457. doi.org/10.1007/s42379-020-00072-4
- Zaidi, B., & Morgan, F. (2017). The Second Demographic Transition Theory: A Review and Appraisal, *PMC and Research Funder Policies*, 43: 473–492. DOI:10.1146/annurev-soc-060116-053442
- Van de Kaa, D. J. (1997). Options and sequences Europe's demographic patterns, *Australian Population Association*, 14 (1): 1-30.
- Yang, Z. (2016). An Agent-Based Dynamic Model of Politics, Fertility and Economic, *Proceedings of The 20th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics (WMSCI 2016)*.

The Invisible Poor's Phenomenological Narratives of Poverty

Mohammad Abbaszadeh, Professor of Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Law and Social Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran

Email: m.abbaszadeh2014@gmail.com

Mirdavoud Hashemi, PhD student in sociology, Department of Social Sciences, School of Law and Social Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran. (Corresponding Author) Email: hashemi.davod@yahoo.com

Abstract

The invisible poor is an anecdote about the lives of a group of educated people in urban areas that do not seem to be impoverished. The invisible poor are people who have an income but no savings; they can just scrape by for three to four months; they are officially employed with a minimal wage and may have many jobs; they are geographically urban but live in the city's slums. The goal of this qualitative study is to gain a better understanding of the participants' meanings and perceptions of the phenomenon of poverty. The subjects of the study were university personnel; the sampling strategy was theoretical, and the sampling technique was purposeful. The data on the meaning of poverty were analyzed using theoretical coding and then placed into five main categories, such as the burial of dreams, a sense of shame, geographical stigma, chronic physical anguish, and poverty with a sense of powerlessness—the production of tame and submissive bodies. The analysis of the macro-background causes resulted in four conceptual categories: family and broken wings of flight, social acceptance of poverty, network poverty on the outskirts of the city, and institutional invisibility. The micro-causes included two main categories: the culture of poverty and sympathizing with friends.

Keywords

The Invisible poor, the Production of tame and submissive bodies, the Social acceptance of poverty, Geographical stigma, and the Burial of dreams.

روایت پدیدارشناسانه فقرای نامرئی از فقر

محمد عباس زاده^۱، میرداود هاشمی^۲

چکیده

فقرای نامرئی حکایت زندگی قشری از افراد تحصیلکرده در محیط‌های شهری است که معمولاً فقیر به نظر نمی‌رسند. فقرای نامرئی، افرادی هستند که درآمد دارند اما پس‌انداز ندارند، بقای اقتصادی آن‌ها سه تا چهار ماه بیشتر نیست؛ این قشر شغل رسمی با حقوق اولیه دارند و ممکن است بیش از یک شغل داشته باشند، آن‌ها از نظر جغرافیایی شهرنشین هستند، اما در محله‌های فقیرنشین شهر زندگی نمی‌کنند. هدف این مطالعه کیفی دستیابی به فهم معنا و برداشت ذهنی مشارکت‌کنندگان از پدیده فقر بود. جامعه مورد مطالعه پژوهش پیش‌رو، کارمندان دانشگاه بوده، راهبرد نمونه‌گیری، نظری و شیوه نمونه‌گیری هدفمند بوده است. داده‌ها با فن کدگذاری نظری، تجزیه و تحلیل و در نهایت، پنج مقوله اصلی؛ دفن آرزوها، شرم‌ساری، داغ ننگ جغرافیایی، رنج مزمن بدنی و فقر در قامت احساس ناتوانی؛ تولید بدن‌های رام و مطیع به عنوان معنا و مفاهیم فقر ساخته شدند. همچنین درخصوص علل زمینه‌ای کلان چهار مقوله مفهومی همچون خانواده و شکستن بال پرواز، جامعه‌پذیری فقر، فقر شبکه‌ای در حاشیه شهری، دیده نشدن نهادی و درخصوص علل خرد نیز دو مقوله اصلی قفس فولادین فرهنگ فقر و همرنگی با دوستان بر ساخته شدند.

واژگان کلیدی

فقرای نامرئی، تولید بدن‌های رام و مطیع، جامعه‌پذیری فقر، داغ ننگ جغرافیایی، دفن آرزوها.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۲

۱. استاد جامعه‌شناسی گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
m.abbaszadeh2014@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول).
hashemi.davod@yahoo.com

مقدمه

از زمان بروز مشکلات و انحرافات اجتماعی، فقر همواره کانون نگرانی بوده است. سایر پدیده‌های اجتماعی نیز با عنوان مشکلات اجتماعی یا اشکال انحراف مانند (خشونت، جنایت، اعتیاد به الکل و مواد مخدر، طلاق، فروپاشی خانواده، خودکشی) اغلب به‌طور مستقیم یا ناشی از پیامد فقر در نظر گرفته می‌شوند (Christia and et, 2018: 397). فقرای جامعه از مشکلات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و همچنین از سلامت ذهنی و جسمی رنج می‌برند (کوهی رستمی و پورخلیل، ۱۳۹۷: ۵۲). امروزه در جامعه ایران، بسیاری از معضلات اجتماعی مانند اعتیاد، سرقت، طلاق، قتل و غیره به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در فقر و نیازهای مادی افراد ریشه دارد (موسایی و کرمی، ۱۳۸۷: ۲۰۱). شواهد حاکی از آن است که تلاش دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی نیز در جهت زدودن فقر از جامعه، نه تنها با موفقیت روبرو نشده، بلکه دامنه آن نیز هر چه بیشتر گسترده‌تر به نظر می‌رسد. امروزه محققان، تعریف سازمان ملل از فقر، بر اساس درآمد روزانه ۲ دلار آمریکا را تعریفی کلاسیک می‌دانند؛ زیرا امروزه در محیط‌های شهری، فقر بر بخش بزرگ‌تری از جمعیت که معمولاً به‌راحتی فقیر دیده نمی‌شوند و درآمد بیشتر از ۲ دلار دارند، نیز تأثیر می‌گذارد؛ این قشر بیشتر شامل طبقه متوسط کم درآمد بوده و با عنوان «فقرای نامرئی»^۱ توجه اندیشمندان را به خود معطوف کرده است (Pels and Sheth, 2021: 1). مفهوم «فقرای نامرئی» حکایت از بروز فقر در قامت جدید دارد که جامعه آماری آن را طبقات متوسط تشکیل می‌دهند. گیدنز طبقات متوسط را به طبقات متوسط بالا و طبقات متوسط پایین تقسیم می‌کند. طبقه متوسط بالا اساساً از کسانی که دارای مشاغل مدیریت هستند تشکیل می‌شود، اما طبقه متوسط پایین، گروهی به‌مراتب نامتجانس‌تر و شامل افرادی می‌شود که به‌عنوان کارکنان دفتری، نمایندگان فروش، معلمان، پرستاران ... است. بسیاری از افراد طبقه متوسط پایین دارای ارزش‌هایی همانند کسانی هستند که در مشاغل پردرآمدترند، اما ممکن است با درآمدی پایین‌تر از درآمد کارگران یدی نیز زندگی کنند (گیدنز، ۱۳۸۷: ۲۵۳). نقطه تمرکز پژوهش پیش‌رو، با توجه به تعریف گیدنز، بر طبقه متوسط پایین جامعه خواهد بود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که از سال ۲۰۰۹، اقتصاد ایران تحت تأثیر شوک‌های مختلف ناشی از وضع تحریم‌های بین‌المللی قرار گرفته و در نتیجه فقر هم در جامعه، نوسان زیادی پیدا کرده است. ناظر بر این، محققان برآنند که اقتصاد ایران در دهه‌های

اخیر چندین موج تورمی شدید را تجربه کرده، به طوری که تمام نسل‌ها با تبعات آن مواجه شده‌اند (افراسیابی و بهارلوئی، ۱۳۹۹: ۲۸). به‌رغم اینکه فقر در ایران بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳، کاهش یافته بود، اما دوباره در خلال سال‌های ۲۰۱۴ افزایش یافت (اعتماد؛ پیرایی، زارع و ابراهیمی، ۱۳۹۹: ۲۰۱۲). همچنین برآوردها نشان می‌دهد که خط فقر در سال ۱۳۹۹ در مقایسه با سال ۱۳۹۸ رشد ۳۸ درصدی داشته است (شهیدی و کاویانی، ۱۴۰۰: ۱۴). دو متغیر فقر و تورم رابطه مستقیمی باهم دارند. در این میان موج گرانی و تورم در سال‌های اخیر در ایران مداوم و بی‌وقفه بوده است؛ بنابراین، بسیار محتمل به نظر می‌رسد که طبقات متوسط نیز در زندگی خود فقر را تجربه خواهند نمود. ناظر بر این؛ محقق بر این است که تورم فزاینده در خلال سال‌های طولانی به طبقات متوسط جامعه ایران صدمات جبران‌ناپذیری را وارد نموده است، به طوری که میزان پس‌انداز این قشر کاهش یافته و عملاً از صحنه رقابت اقتصادی حذف شده‌اند (حمیدیان؛ حزب‌وی و یوسفوند، ۱۳۹۳: ۶۳). نرخ تورم در طول یک سال، درحالی که درآمدها ثابت است، به‌طور مکرر از قدرت خرید خانوار می‌کاهد و باعث می‌شود تا خانوار با درآمدهای قبلی، رفاه کمتری داشته باشد. همچنین در سال‌هایی که نرخ تورم از نرخ تورم میانگین بلندمدت کشور نیز بیشتر است، معمولاً درآمد گروه‌های پایین درآمدی مطابق با تورم، رشد پیدا نکرده و در نتیجه، سال‌به‌سال از قدرت خرید و رفاه گروه‌های پایین درآمدی، کاسته می‌شود؛ بنابراین ممکن است افرادی که در گذشته از سبک زندگی نسبتاً متوسطی برخوردار بوده و خود را فقیر نمی‌پنداشتند، تحت تأثیر تورم فزاینده و بروز مشکلات اقتصادی، زندگی خود را فقیرانه بپندارند.

باید اذعان کرد که تورم و به‌ویژه تورم ناگهانی، آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین مردم دارد، اما خسران اقتصادی آن بر زندگی مردم و به‌ویژه طبقات متوسط و پایین بیشتر است. تورم موجب تغییر در قشربندی اجتماعی می‌شود و به‌ویژه بر زندگی طبقات متوسط و فقیر تأثیر می‌گذارد. فقرا سقوط می‌کنند؛ زیرا خانواده‌های فقیر به درآمد و دستمزد خود وابستگی بیشتری دارند و بعید به نظر می‌رسد دارائی مالی جالب‌توجهی به‌جز دستمزد خود داشته باشند (افراسیابی و بهار لوئی، ۱۳۹۹: ۲۸).

پژوهش پیش‌رو درصدد است تا با رویکردی پدیدارشناسانه، تجربه زندگی قشری از طبقه متوسط جامعه ایران که در سال‌های اخیر تحت تأثیر گرانی‌ها و موج‌های تورمی بوده‌اند را مورد بررسی قرار دهد. نظر به موضوع پژوهش که مشارکت‌کنندگان آن، فقیر بودن خود را نشان نمی‌دهند و نجیبانه فقر خود را پنهان نگاه می‌دارند و

همچنین با توجه به ماهیت و بدیع بودن موضوع، محقق استفاده از رویکردهای کیفی را برای انجام این پژوهش بسیار راهگشا می‌داند؛ از این رو برای فهم بهتر پدیده موردنظر، محقق در تلاش خواهد بود تا پدیده «فقر نامرئی» را با رویکردی کیفی از زاویه دید این مشارکت‌کنندگان، موردبررسی قرار دهد. قابل ذکر است که به جهت تجربه زیسته محقق و دسترس‌پذیری مشارکت‌کنندگان، محقق مصاحبه‌ها و اطلاعات لازم را از جامعه دانشگاهی انتخاب کرده، تا بلکه زمینه‌ای برای گشودن باب گفت‌وگو و پژوهش پیرامون پدیده فقر نامرئی فراهم آید، اما به دلیل حساس بودن موضوع پژوهش و همچنین در جهت حفظ اصول رازداری و اسرار مشارکت‌کنندگان، محقق از ذکر نام دانشگاه در عنوان مقاله، اجتناب نموده است؛ بنابراین جامعه آماری این پژوهش را کارمندان این دانشگاه تشکیل داده که به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند و محقق در پژوهش پیش‌رو به دنبال این است که کارکنان این دانشگاه چه معنایی از فقر در ذهن دارند، چگونه این پدیده را معنا می‌کنند، چه تجربه‌ای از آن دارند؟ چه تفسیری از پیامدهای فقر در زندگی خود دارند؟ و درنهایت این مقاله در پی پاسخگویی به سؤال زیر است:

فقرای نامرئی چه برداشتی از فقر داشته و این برداشت تحت تأثیر چه شرایط و عواملی بوده است؟

پیشینه پژوهش

مروری بر تحقیقات داخلی نشان می‌دهد که در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی، علی‌رغم تلاش دولت‌ها برای رفع مسئله فقر، متأسفانه با موفقیت چندانی روبرو نبوده است. امروزه در جامعه ایران در کنار ضعف برنامه‌ریزی و اجرایی سیاست‌گذاری‌های دولتی، تحریم‌های بین‌المللی نیز به مشکلات اقتصادی دامن زده و موجب تورم فزاینده‌ای در سال‌های متمادی شده است. به‌طوری‌که قشر متوسط و پایین جامعه، بیش‌ازپیش با مشکل تأمین هزینه‌های زندگی مواجه شده‌اند. بی‌شک همه اقشار جامعه هنگام تورم فزاینده با مشکلاتی روبرو می‌شوند، اما در حقیقت قشر متوسط و حقوق‌بگیر جامعه بیشترین آسیب را متحمل می‌شوند؛ زیرا بیشتر افراد این قشر، جز حقوق و دستمزد خود مایملکی ندارند و در مقایسه با افرادی که دارای سرمایه‌های مادی بیشتری هستند، آسیب بیشتری را متحمل می‌شوند. در این راستا، نتایج تحقیق حمیدیان و دیگران که در داخل کشور در سال (۱۳۹۳) با عنوان «فقر، نابرابری، طبقه متوسط در ایران» انجام شده، نشان می‌دهد که طبقه متوسط و حقوق‌بگیر جامعه در خصوص تورم فزاینده، بیشترین آسیب و

خسران را تجربه کرده و در نتیجه مشکلات تورمی، به‌سوی فقر قابلیت‌ی سوق پیدا کرده‌اند. تحقیق فوق حدود هشت سال پیش انجام‌یافته و از آن تاریخ به بعد نه‌تنها تورم مهار نگشته، بلکه موج فزاینده تورم هنوز در ایران ادامه دارد.

کتابی با عنوان «مجموعه گزارش‌های پایش فقر» توسط دفتر مطالعات رفاه اجتماعی با همکاری مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در تابستان ۱۴۰۰ نوشته‌شده و نتایج حاکی از آن است که نرخ‌های تورم ۴۷/۵ و ۲۲ و ۴۹ درصدی (نقطه‌به‌نقطه) در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ هزینه زندگی را افزایش داده و در نتیجه خط فقر را نیز ۳۸ درصد در سال ۱۳۹۹ در مقایسه با سال ۱۳۹۸ بالا برده است. نتایج بررسی نویسندگان این کتاب نشان می‌دهد که در سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶ نرخ تورم از ثبات نسبی برخوردار بوده و نرخ تورم در این سال‌ها به‌طور متوسط سالیانه ۱۰/۲ درصد بوده است اما از زمستان ۱۳۹۶ با تغییر در انتظارات تورمی به علت احتمال تغییر در مناسبات بین‌المللی و افزایش نسبی قیمت دارایی‌ها از جمله دلار، نرخ تورم روبه افزایش گذاشت و با خروج آمریکا از برجام در اردیبهشت ۱۳۹۷، شدت گرفت. در نهایت در سال ۱۳۹۹ با کاهش شدید درآمدهای نفتی و رشد پایه پولی و نقدینگی مجدداً رو به افزایش گذاشت و نتایج همه اینها تورم شدیدی بود که مردم و به‌ویژه طبقات متوسط و پایین با آن مواجه شدند (شهدی و کاویانی، ۱۴۰۰: ۱۴-۹).

تحقیقی در سال ۱۳۸۹ در ایران، با موضوع «رابطه میان کنش فردی با فقر» توسط ادیبی سده و بهشتی به روش پیمایشی انجام یافته و نتایج نشان داده است که کاهش ارزش پول ملی، آزادسازی تجاری، حذف سوبسیدهای تولیدی و مصرفی، همواره گسترش تعمیق فقر را به همراه داشته و پیامدهای آن نیز موجب بروز امواج تورمی بسیار شدیدی شده است. به‌طوری‌که در این پژوهش، ۴۳ درصد پدیده فقر به‌طور مستقیم با تورم ارتباط پیدا می‌کند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داده که در تبیین پدیده فقر، ساختارها در مقابل کنش‌های فردی، تعیین‌کننده‌تر بوده‌اند. در نهایت محققان به این نتیجه رسیده‌اند که درخصوص تبیین پدیده فقر، نابرابری فرصت‌ها، نابرابری اطلاعاتی و نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی اثرگذار بوده است.

همچنین تحقیقی با موضوع «اثر سیاست‌های تعدیل بر فقر و توزیع درآمد (مطالعه موردی، سیاست‌های برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران)» توسط زیدی و پروین در سال ۱۳۸۰ انجام و نتایج آن نشان داده که کاهش ارزش پول ملی، بیشترین تأثیر را بر گسترش فقر و نابرابری در جامعه دارد.

بررسی محتوای تحقیقات انجام‌شده نشان می‌دهد که تورم فزاینده و مستمر در کشور، موجب گسترده‌تر شدن پدیده فقر در جامعه شده است. در هنگامه تورم، قشر حقوق‌بگیر جامعه به دلیل اینکه هیچ مایملکی جز حقوق خود ندارند، بیش از سایر اقشار با مشکل تأمین هزینه‌های زندگی مواجه می‌شوند. در این میان با توجه به اینکه، جامعه ایران، به‌طور مستمر با تورم فزاینده‌ای مواجه شده است، بسیار محتمل به نظر می‌رسد، نه‌تنها خود فقرا را به قعر فقر فروبرده، بلکه طبقه متوسط جامعه را نیز به‌سوی فقر کشانده است. در این نوع گسترش فقر، گروه‌های جدیدی در جامعه فقر را تجربه می‌کنند؛ بنابراین به‌زعم محقق، جامعه با گروه‌های جدیدی از فقرا مواجه خواهد بود که ممکن است، تحصیل‌کرده، دارای لباس مرتب و منظم بوده که ظاهرشان فقر را نشان نمی‌دهد، اما درواقع مانند فقرا با کاهش قدرت خرید مواجه شده‌اند و نمی‌توانند مثل سابق از قدرت خرید، برخوردار باشند. امروزه محققان در خصوص این افراد، از «فقر نامرئی» صحبت می‌کنند که به‌طور کلی با فقر کلاسیک و سنتی تفاوت دارد. در ادامه به برخی از تحقیقات مرتبط خارجی نیز اشاره می‌شود:

در کتابی که در سال (۲۰۲۱)، با عنوان «خدمت به فقرای نامرئی»، نوشته شده است، نویسندگان تأکید نموده‌اند؛ که از لحاظ تاریخی، ادبیات فقر بر رویکرد مبتنی بر میزان درآمد تکیه کرده‌اند. برای مثال، اندازه‌گیری (و در نتیجه، تعریف) فقر با سطح دستمزد روزانه. در این رویکرد، ادبیات اقتصاد، عبارت «خط فقر» را ابداع کرد تا نشان دهد که سطح معینی از درآمد را می‌توان به‌عنوان مرز بین فقرا و غیرفقرا تعیین کرد. ناظر بر این رویکرد؛ مارکس و انگلس فقر را بیشتر از جنبه اقتصادی بررسی کرده و به اقتصاد به‌عنوان زیربنا و به سایر ساختارها (اجتماعی، فرهنگی) به‌عنوان روبنا توجه نمودند و در نهایت اقتصاد را عامل بازتولید فقر دانستند، اما در ادامه برخی از اندیشمندان مانند بوردیو بازتولید فقر را نه‌فقط به اقتصاد، بلکه به متغیرهای اجتماعی و فرهنگی نیز ارتباط دادند؛ بنابراین بررسی پدیده فقر از حوزه اقتصاد به حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز اشاعه یافت (Pels and Sheth, 2021).

در سال (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان «درک فقر در همه ابعاد آن: مطالعه مشارکتی شش کشور»، به روش کیفی انجام گرفت. محققان با تأکید بر اعلامیه سازمان ملل که کشورها را ملزم می‌کرد تا سال ۲۰۲۰ فقر را کاهش دهند، اعلام کردند که ابعاد این اعلامیه به‌طور صریح مشخص نشده و بایستی ابعاد این نوع فقر با «مشارکت معنادار افرادی که در فقر زندگی می‌کنند» مشخص شود. به همین دلیل، تحقیقات

مشارکتی در شش کشور (بنگلادش، بولیوی، فرانسه، تانزانیا، بریتانیا و ایالات متحده آمریکا) با مشارکت خود فقرا برای شناسایی ابعاد فقر انجام گرفت. برای انجام این تحقیق سه گروه همکاری کردند که عبارت است از: فقرا، متخصصان دانشگاهی و دست‌اندرکاران رفاه اجتماعی. در پایان این تحقیقات، ابعاد زیر از فقر بر ساخته شدند:

۱. سلب قدرت؛ رنج در بدن، ذهن و قلب؛ مبارزه و مقاومت؛

۲. بدرفتاری اجتماعی؛ بدرفتاری نهادی، سهم شناسایی نشده، نداشتن شغل شایسته؛ درآمد ناکافی؛

۳. محرومیت‌های مادی و اجتماعی؛ شامل ابعاد باورهای فرهنگی، هویت، محل زندگی (Bray and at et, 2020).

در پژوهشی که در سال (۲۰۰۸) با عنوان «فقر نامرئی در ژاپن: مطالعات موردی واقعیت‌های مادران مجرد» به روش کیفی انجام شده، محققان به این نتیجه رسیده‌اند که قوانین کشور ژاپن برای این قشر، اجازه تحرک عمودی را نمی‌دهد. مقاله با انتقاد از نوع نگرش نهادی به فقر در ژاپن، علل ساختاری را در بازتولید فقر برای مادران مجرد اثرگذار و تعیین کننده می‌داند (Aoki and McDowell, 2008).

در سال ۲۰۱۸، تحقیقی با عنوان «عقلانی کردن فقر در نیویورک: داستان‌هایی از طبقه متوسط»، در شهر نیورک انجام گرفته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که علل ساختاری از جمله نژاد، خانواده و اجتماع، سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی در تبیین پدیده فقر تعیین کننده هستند (Ali and at et, 2018).

همچنین کتابی در سال (۲۰۱۸)، با نگاهی به رابطه فرهنگ و فقر از نقطه نظر بورديو نوشته شده است. نویسنده در این کتاب تلاش دارد تا تحلیل عمیق‌تری از رابطه بین ساختار و فرهنگ و چگونگی ارتباط آن با فقر را ارائه دهد. نویسنده بر رابطه ساختار و فرهنگ که نیروهای ساختاری فرهنگ را شکل می‌دهند و این فرهنگ به نوبه خود می‌تواند به روش‌های الگو و قطعی، به عنوان ساختار عمل کند را توضیح می‌دهد. این کتاب بر دو جنبه از بازتولید فقر تأکید می‌کند؛

۱. رابطه تنیده‌ای که سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باهم برای بازتولید نابرابری اجتماعی کار می‌کنند؛

۲. درک رابطه متقابل بین پویایی خرد و کلان در جهت بازتولید نابرابری اجتماعی (Thomas & Jeffrey, 2018).

بررسی تحقیقات داخلی و خارجی حاکی از آن است که به رغم تلاش دولت‌ها و

سازمان‌های بین‌المللی، فقر نه تنها کاهش نیافته، بلکه امروزه با ظهور اشکال جدیدی از فقر مواجه هستیم که اقشار جدیدی از جامعه را با خود همراه نموده است. برخی تحقیقات از اینکه درخصوص پدیده فقر فقط به تبعات اقتصادی توجه شده است، انتقاد نموده‌اند. در این راستا برخی محققان با تأکید بر نظریه بوردیو تأکید نموده‌اند که در بازتولید فقر، همگرایی کمبود انواع سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعیین‌کننده‌تر است. در تحلیل کلی از تحقیقات انجام‌یافته، عوامل ساختاری در بروز پدیده فقر، تعیین‌کننده بوده است.

چارچوب مفهومی

امروزه توجه به پژوهش‌های کیفی ازجمله به‌کارگیری روش‌های پدیدارشناختی^۱، روند فزاینده‌ای به خود گرفته است. استفاده از تجربه شخصی مشارکت‌کنندگان و دستیابی به اطلاعاتی درباره تجربه زیسته فرد، از طریق درون‌نگری، این روش را کاملاً از روش‌شناسی‌های کمی جدا می‌سازد. این روش تحقیق نظام‌دار و دقیق، یکی از رویکردهای تحقیق است که به جلوه‌گری و نمایاندن ادراکات تجربه انسانی در مورد انواع پدیده‌ها می‌پردازد (امامی سیگارودی، دهقان نیری، رهنورد و نوری، ۱۳۹۱: ۵۶). تا قبل از دهه ۶۰ قرن بیستم، عمده دانشمندان دیدگاه اثبات‌گرایانه^۲ داشتند و می‌توان گفت که پدیدارشناسی مولود تفکری درباره بحران این دیدگاه بوده است (دارتیگ، ۱۳۷۳: ۳۴). از این‌رو پدیدارشناسی در مقابل روش‌های پوزیتیویستی و برای تمیز گذاشتن بین روش‌های علوم طبیعی و علوم انسانی پا به عرصه وجود نهاد. پدیدارشناسی هوسرل در مقابل روش پوزیتیویستی، بر آن است که کار علم، مطالعه طبیعت است، اما کار پدیدارشناسی مطالعه ذهن و آگاهی آدمی در ارتباط آن با جهان است. ناظر بر این، پدیدارشناسی در پی ایجاد مناسبت بین انسان و جهان است (نقیب‌زاده و فاضلی، ۱۳۸۵: ۳۸)؛ بنابراین از نظر هوسرل، بین عین و ذهن جدایی وجود ندارد و تفکیک بین عین و ذهن را صحیح نمی‌داند؛ یعنی نه مانند عین‌گرایان انسان را به کناری می‌نهد و او را منفعل می‌داند و نه تمام نقش را به او می‌دهد، بلکه بر هر دوی آن‌ها تأکید می‌کند (پروری، ۱۳۹۸: ۸۸-۸۷). هوسرل بنیان‌گذار پدیدارشناسی بر آن است که تمامی تجربیاتی که دارای نوعی معنا هستند، آگاهانه بوده و از این‌رو پدیدارشناسی بر رویدادهای آگاهانه متمرکز می‌کند (کاوfer و چمر، ۱۳۹۹: ۵۵-۴۵). به عبارتی، پدیدارشناسی دارای دیدگاهی کل‌نگر است

1. Phenomenology

2. Positivism

که مطالعه انسان و جهان را با یک علم تفسیری و باهدف رسیدن به معنی امکان‌پذیر می‌داند. این روش، اغلب تجارب، طرز فکر، طرز تلقی و دنیای درونی و ذهنی افراد را به تصویر می‌کشد و بدون تفسیر و دخالت پیش‌فرض‌های ذهنی محقق در مورد آن فرد یا پدیده تجربه‌شده (مورد مطالعه)، محقق از عینیت به‌سوی انتزاع پیش می‌رود (حبیب‌زاده، الحانی، انوشه عمرانیف، ۱۳۸۸: ۲۱۲).

روش پدیدارشناسی به ما کمک می‌کند به دنیایی که پیش از مفهوم‌سازی‌های ما وجود داشته است، دست یابیم و واقعیت را دوباره کشف کنیم. به عبارتی در این روش محقق به دنبال آن است تا تجربه‌های اصلی را آن‌گونه که هستند، منعکس نماید و به همین دلیل به آنچه در ورای ظواهر زندگی روزمره قرار دارد، نظر می‌کند (سرتیپی‌پور، ۱۳۸۹: ۵)؛ بنابراین پدیدارشناسی ساختارهای آگاهی را از منظر اول‌شخص بررسی می‌کند (اسمیت، ۱۳۹۳: ۱۱). روشی که به کمک آن می‌توان آگاهی و تجربه افراد متعدد از مفاهیم و پدیده‌ها را بدون واسطه دریافت کرد؛ زیرا در این روش، هدف اصلی پدیدارشناسی کشف تجارب مختلف افراد از پدیده موردبررسی، جهت رسیدن به ماهیت و جوهره واقعی آن پدیده یا مفهوم است (پروری، ۱۳۹۸: ۸۷)؛ بنابراین می‌توان اذعان نمود که بنیادی‌ترین و نخستین اصل پدیدارشناسی این است که باید به خود چیزها روی آورد. هوسرل بر این است که انسان‌ها در محیطی زندگی می‌کنند که در آن چیزها برای آن‌ها از طریق انحاء مختلف تجربه‌های حسی، خودبه‌خود حضور دارند و از نظم‌های زمانی و مکانی برخوردارند. انسان‌ها به علم در عالم محیطی که در آن زندگی می‌کنند شکل می‌دهند و آن را می‌پرورانند (پازوکی، ۱۳۹۹: ۹۰). پدیدارشناسی به جهان، آن‌چنان‌که به‌وسیله یک فرد زیسته می‌شود، نه جهان یا واقعیتی که چیزی جدای از انسان باشد، توجه دارد؛ بنابراین، این پرسش را مطرح می‌سازد که «تجربه زیسته چه نوع تجربه‌ای است؟» (چناری، ۱۳۸۶: ۱۱۶). ناظر بر مطالب فوق می‌توان گفت که به‌طور کلی پدیدارشناسی توصیف عالم است مقدم بر هرگونه نظریه و هرگونه علم (پازوکی، ۱۳۹۹: ۹۱). تحقیق پدیدارشناختی، تحقیقی توصیفی است که نه صرفاً بر شواهد تجربی متکی است و نه بر استدلال‌های منطقی، بلکه بر ساختار تجربه توجه می‌کند و اصولی را سازمان‌دهی می‌کند که به جهان زندگی، شکل و معنی می‌دهد. به عبارتی این نوع تحقیق درصدد است ماهیت این ساختارها را همان‌گونه که در آگاهی ظاهر می‌شوند، روشن کند؛ به عبارتی درصدد قابل‌رؤیت کردن امر دیدنی است (Osborne, 1994: 169).

به‌طورکلی، اساس پدیدارشناسی این است که باید میان دو رویکرد یا دو چشم‌انداز تمایز قائل شد: نخست رویکرد طبیعی که عبارت است از زمانی که ما در موضع اولیه خود، یعنی به‌سوی جهان قرار داریم و تمام کارهای خود را از آنجا آغاز می‌کنیم. به عبارت دیگر، رویکرد طبیعی، رویکردی است که ما به نحو آغازین در آن هستیم؛ اما رویکرد پدیدارشناسانه عبارت است از اندیشیدن درباره رویکرد طبیعی و تمام روی آوردگی‌های موجود در آن (ساکالوفسکی، ۱۳۸۴: ۹۹). اساس کار هوسرل از اینجاست که از رویکرد طبیعی به‌سوی رویکرد فرارونده تغییر منظر می‌دهد؛ یعنی نگرش طبیعی را در پرانتز می‌گذارد و وجود طبیعی از پیش بدیهی انگاشته شده را اپوخه می‌کند و این به معنای رد آن نیست، بلکه به معنای تعلیق حکم درباره آن است، یعنی نه می‌گوییم هست و نه می‌گوییم نیست. این فروکاست یعنی معلق سازی پیش‌فرض‌ها به نفع آشکارگی‌های خود چیزها یا به عبارتی اجازه دادن به چیزها تا خودشان حرف بزنند و خود را در شیوه خاص خود آشکار سازند تا سبب شوند ما خود جهان حقیقی را کشف کنیم نه جهان به مثابه واقعیتهایی از پیش بدیهی انگاشته شده (زهاوی، ۱۳۹۵: ۲۵).

در دهه اخیر جامعه ایران تحت تأثیر تحریم‌های بین‌المللی، با تورم فزاینده‌ای روبرو بوده است. احتمال می‌رود که طبقه متوسط جامعه ایران، با کاهش قدرت خرید روبرو گشته و شاید در دامنه فقر گرفتار آمده‌اند، با این احتمال، محقق درصدد است تا به سراغ بخشی از افراد طبقه متوسط جامعه رفته و به شیوه‌ای پدیدارشناسانه، معنای فقر را از دیدگاه این قشر بررسی نماید. نظر محقق بر این است که ناشی از تورم فزاینده، فقر در جامعه امروزی ایران با اشکال جدیدی ظاهر شده است و روش پدیدارشناسی می‌تواند این پدیده را به‌صورت عمیق مورد مطالعه قرار می‌دهد. از این رو، در ادامه مقاله، محقق ابتدا به چارچوب مفهومی اشاره نموده است تا آن نظریه‌هایی را که می‌توانند پرتوی برای مطالعه مورد نظر باشند، استفاده نموده و پس از آن مصاحبه‌ها را انجام دهد. همچنین محقق از بین روش‌های پدیدارشناسی، شیوه هوسرل را انتخاب نموده و به‌رغم اشاره به نظریه‌ها، به‌ویژه مرحله اپوخه هوسرلی را در انجام مصاحبه‌ها و پالایش داده‌ها مدنظر قرار داده است.

فقر، مسئله اجتماعی قرن نوزدهم، هنوز از مهم‌ترین مسائل جهانی است. همه کشورهای پیشرفته و در حال توسعه از نظر اقتصادی با فقر مواجه می‌باشند (Christia and at et, 2018: 397). بررسی‌ها نشان می‌دهد که پدیده فقر در حال گسترش است و شیوع بی‌وقفه فقر، نشان از ناکامی تلاش‌های اندیشمندان، دولت‌ها و سازمان‌های

بین‌المللی در جهت کاهش فقر بوده است. شواهد نشان می‌دهد که در جامعه امروزی، فقر با چهره جدیدی ظهور پیدا کرده است. این نوع فقر متفاوت از فقر سنتی و کلاسیک بوده و بیشتر طبقه متوسط و حقوق‌بگیر جامعه را شامل می‌شود. محققان از این شکل جدید فقر، تحت عنوان «فقر نامرئی» نام می‌برند.

«فقر نامرئی» بر این است که فقر، صرفاً به افراد بی‌سواد در محیط‌های روستایی یا زاغه‌های شهری محدود نمی‌شود، بلکه فقر بر بخش بزرگ‌تری از جمعیت که معمولاً آن‌ها را فقیر نمی‌دانیم، تأثیر می‌گذارد. حتی بسیاری از افراد تحصیل‌کرده در محیط‌های شهری در کشورهای توسعه‌یافته هستند که برچسب فقر نامرئی دارند (Pels and Sheth, 2021: 1). این نوع فقر شامل افرادی است که درآمد دارند اما پس‌انداز ندارند، به عبارت دیگر بقای اقتصادی آن‌ها سه تا چهار ماه بیشتر نیست، آن‌ها شغل رسمی با حقوق اولیه دارند و ممکن است بیش از یک شغل داشته باشند، از نظر جغرافیایی شهرنشین هستند اما در محله‌های فقیرنشین زندگی نمی‌کنند و معمولاً مجبور به پرداخت اجاره خانه‌های خود هستند (Thomas & Jeffrey, 2018; 2).

«فقر نامرئی» به مسائلی از جمله ناامنی غذایی، بی‌خانمانی، بی‌ثباتی مسکن، تبعیض، بی‌عدالتی، شرم، طرد شدن که از نظر اجتماعی نامرئی باقی‌مانده‌اند، اشاره دارد (Johnson, 2020: 9). «فقر نامرئی» برای افراد فقیر، چیزی بیشتر از کمبود درآمد، گرسنگی، نداشتن سرپناه و لباس، رنج بیماری و بی‌سواد بودن و تحصیل نکردن است، فقرای نامرئی به‌ویژه در برابر رویدادها و حوادث بد زندگی آسیب‌پذیر هستند. طبق رویکرد ادبیات «فقر نامرئی»، ناکامی در برآوردن هر یک از نیازها لزوماً پیامدهایی برای سایر جنبه‌های زندگی نیز خواهد داشت، اگر فرد در بُعدی فقیر باشد، احتمالاً تبعات آن در سایر ابعاد دیگر زندگی نیز بروز خواهد کرد (Bray and at et, 2020: 2). جمعیت نامرئی فقرزده، افرادی را توصیف می‌کند که برای غذا و لباس خرج می‌کنند، معیشت خود را تأمین می‌نمایند، اما پس‌انداز ندارند، حتی ممکن است بدهکار باشند. با توجه به عادات مصرفی که دارند، اگر ثروتمند هم نباشند، فقیر به نظر نمی‌رسند. به عبارتی قشری از مردم که ظاهری آراسته دارند، دارای مدرک تحصیلی و شغل هستند، اما درآمدشان فقط هزینه‌های زندگی روزانه را کفاف می‌دهد. این نوع فقر به‌ویژه زمانی برجسته می‌شود که فرد در خصوص تأمین هزینه‌های درمانی خود و یا خانواده، نیازمند هزینه بیشتری باشد، اما نتواند هزینه‌های پزشکی را تأمین نماید

و ممکن است که اقدام به درمان نکند یا اینکه درمان خود را به‌ناچار به تأخیر بیندازد. ناظر بر این، فقرای نامرئی، از هیچ‌گونه پشتیبانی مالی جهت خرج در روزهای حساس زندگی برخوردار نیستند و زندگی را همیشه در استرس و اضطراب به‌سر می‌ببرند. برخی صاحب‌نظران بر این باورند که این نوع فقر مانند بیماری است که چرک می‌کند و سلامت روانی و جسمی را تضعیف می‌کند. به همین دلیل ممکن است با تبعاتی مانند عزت‌نفس پایین، حسادت و اضطراب، رفتارهای خشونت‌آمیز یا خودویرانگر مواد مخدر و سوءمصرف الکل بروز پیدا بکند (Ali and at et, 2018: 10).

رویکردهای ساختاری و کنش محور درباره فقر

دسته‌ای از نظریات در مورد فقر به نام «مقصر دانستن قربانی»، علت فقر را در نتیجه بی‌کفایتی، یا نقص و بیماری افراد فقیر، فقدان مهارت و توانائی و ضعف جسمی، اخلاقی و بی‌انگیزگی فقرا برمی‌شمارند و برآنند که موقعیت هر شخصی در جامعه، بازتابی از استعداد و پشتکار وی بوده و شخصی که شایستگی موفقیت داشته باشد به آن دست می‌یابد. در این رهیافت اغلب تبیین فقر را در سبک زندگی مردمان فقیر و ایستار و نگرش‌هایی که با این سبک‌ها همراه است، می‌دانند. دسته‌ای دیگر نیز در تبیین فقر به فرآیندهای اجتماعی توجه دارد که باعنوان «مقصر پنداشتن نظام» از آن یاد می‌شود. بر این اساس نیروهای ساختاری جامعه عواملی مثل طبقه، جنسیت، قومیت، موقعیت شغلی، دسترسی به تحصیل و غیره، تعیین‌کننده نحوه توزیع منابع و امکانات هستند. نویسندگانی که طرفدار تبیین‌های ساختاری برای فقر هستند، معتقدند فقدان جاه‌طلبی و میل به پیشرفت در میان فقرا، اغلب نتیجه و محصول اوضاع و شرایط دشوار آن‌هاست (خوش‌آمدی، ۱۳۸۸: ۸۶). در حوزه تبیین‌های ساختاری، پارکین با طرح مفهوم «محدودسازی اجتماعی» بیان می‌کند که هر گروه، قشر یا طبقه، پس از احراز موقعیتی مشخص در ساخت اجتماعی - اقتصادی، راه را بر سایر گروه‌ها می‌بندد و با وضع قوانین و دستورالعمل‌هایی سعی می‌کند تا وضع موجود را حفظ کرده و تداوم بخشد؛ بنابراین الگوهای رفتاری فقیر به‌عنوان نتایج طبیعی و قهری موقعیت‌هایی است که ساخت اجتماعی غالب تحمیل نموده و انتخاب و اختیار طبقه پایین را محدود ساخته است (ادیبی سده و بهشتی، ۱۳۸۹: ۳۹۶). رویکرد مقصر پنداشتن نظام بر عوامل و محدودیت‌های ساختاری جامعه متمرکز است؛ در این رویکرد، فقرا تنبل یا بیکار نیستند، بلکه علی‌رغم کار در ساعات طولانی، باز کیفیت

زندگی آن‌ها، ارتقاء نمی‌یابد. می‌توان گفت در زمینه ساختاری، سیاست‌های نادرست در زمینه آموزش، مسکن و بهداشت همراه با بازار کار ضعیف، فرصت‌ها و ابزارهای لازم را برای نجات افراد از چنگال فقر را سخت می‌کند. همچنین کمبود فرصت‌ها در بازار کار، هزینه‌های بالای مسکن و مدارس دارای آموزش ضعیف، به‌طور غیرمستقیم منجر به نگرش‌های سرنوشت‌ساز و منفعلانه می‌شود که در نهایت همگی جنبه‌هایی از عوامل ساختاری را نشان می‌دهند (Ali and et, 2018, 11).

رویکرد تلفیقی گیدنز

از میان نظریه‌پردازان تلفیقی، گیدنز^۱ و آرچر^۲، از جامعه‌شناسان بریتانیایی، به ضعف یک‌جانبه‌گرایی در تبیین رابطه فرد و جامعه آگاه بوده و درصدد حفظ هم‌زمان فرد و جامعه در نظریه اجتماعی هستند. آن‌ها موافق‌اند که باید به نزاع بین عینیت باوری و ذهنیت باوری خاتمه داد؛ زیرا کنش و ساخت هر یک مستلزم و متضمن دیگری‌اند؛ بنابراین باید ریشه‌های فقر را هم در ساختارها و هم در ویژگی‌های خود فقرا جست‌وجو نمود، به‌طوری‌که آرچر مدعی است؛ گریز تاریخ بشری از قصدهای انسانی و بازگشت پیامدهای این قصدها در شکل تأثیر علی برکنش انسانی، از خصوصیات همیشگی زندگی اجتماعی است (آرچر، ۱۹۸۳: ۷۴).

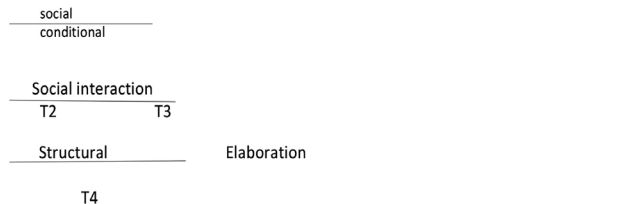
گیدنز با طرح «نظریه ساختاریابی» معتقد به وجود رابطه متقابل دیالکتیکی بین کنش و ساختار است. وی عاملیت و ساختار را پدیده‌دووجهی می‌داند، نه دو پدیده جدا از هم. ناظر بر این گیدنز در تبیین فقر، هم بر ساختارها و هم بر عاملان تأکید می‌کند. گیدنز درخصوص محاط بودن فرهنگ بر کنشگر می‌گوید؛ به این دلیل که ما در محیط فرهنگی متولد می‌شویم و رشد می‌کنیم بر رفتار ما تأثیر می‌گذارد، ممکن است به نظر برسد که هیچ‌گونه فردیت یا اراده آزادی برای ما باقی نمی‌ماند و ما در قالب‌های پیش‌ساخته‌ای که جامعه برای ما فراهم کرده، ریخته می‌شویم؛ اما چنین نظری اساساً نادرست است. این واقعیت که ما از تولد تا مرگ در کنش متقابل با دیگران هستیم، مسلماً شخصیت ما، ارزش‌هایی که داریم و رفتارهایی که می‌کنیم، مشروط می‌سازد، اما در مقابل باید بپذیریم که اجتماعی شدن، مبنای فردیت و آزادی ما نیز هست و در جریان اجتماعی شدن هست که ما حس هویت شخصی و توانائی اندیشه و عمل مستقل پیدا می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۱۴). گیدنز بر آن است که فرهنگ

1. Giddens
2. Archer

تأثیری یک‌باره و برای همیشه ندارد، بلکه فرایندی در جریان است که مستمراً در خلال تعاملات، ساخته و بازسازی می‌شود. فرهنگ نه تنها اعضای خود را شکل می‌دهد، بلکه به‌واسطه آن‌ها نیز شکل می‌گیرد و بخشی از این شکل دادن به فرهنگ به‌وسیله افراد به دلایل راهبردی خودشان است؛ بنابراین کنشگران نه به‌عنوان اتم‌هایی خارج از متن اجتماعی رفتار کرده و تصمیم می‌گیرند و نه برده‌وار از نسخه پیچیده شده‌ای که به‌وسیله مقوله‌های اجتماعی دارای فصل مشترک برای آن‌ها نوشته شده است، تبعیت می‌کنند. بلکه تلاش آن‌ها برای رفتارهای هدف‌دار در نظام‌های استوار روابط اجتماعی حک شده است (سوئد برگ و گرانووتر، ۱۳۹۵: ۴۶-۴۴).

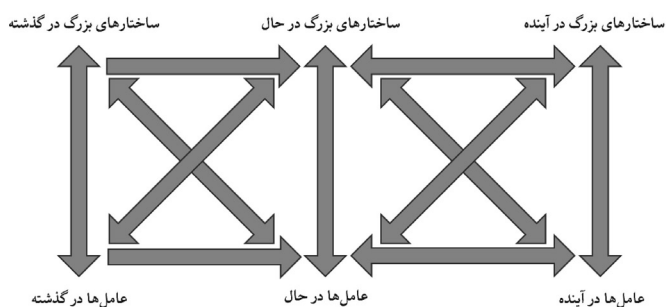
رویکرد تلفیقی مارگارت آرچر

مارگارات آرچر موجود انسانی را یک «نوع طبیعی» می‌داند که ویژگی‌های زیستی ماقبل اجتماعی متمایزی دارد (Archer, 1995: 287-289). به‌زعم وی، موجود انسانی، به‌محض تولد، دارای قابلیت‌های یادگیری و رشد مداوم نفس بوده و این مؤلفه «درک از نفس» اشخاص، مؤلفه انسانی جدایی‌ناپذیری است که به زندگی اجتماعی می‌انجامد. این نوع درک ماقبل اجتماعی، پایدار، مستقل و از لحاظ علی مؤثر است (کرمی‌نژاد، ۱۳۹۲: ۱۷۱) که منجر به شکل‌گیری هویت شخصی نیز می‌شود. هویت شخصی نیز محصول یک گفت‌وگوی درونی و مستقل از شرایط اجتماعی است و برای تحول جامعه یک امر حیاتی به شمار می‌رود. ناظر بر این، انسان‌ها در هر شرایط اجتماعی که در آن وجود داشته باشند، با توجه به اینکه دارای هویت شخصی نیز هستند، می‌توانند سرنوشت خود را با استفاده از گفت‌وگوی درونی تغییر دهند (King, 2010: 254-257). حتی آرچر ادعا می‌کند که «هویت اجتماعی نیز لزوماً زیرمجموعه‌ای از هویت شخصی است» (Archer, 2003: 257)؛ اما از نظر وی، هویت شخصی در مقایسه با هویت گروهی دارای اولویت و اقتدار است. تحلیل نظریه آرچر این است که انسانی باید قبل از اجتماع وجود داشته باشد تا بتواند پس از اجتماعی شدن، رابطه دیالکتیک با ساختارها برقرار نموده و پس از درونی کردن ساختارها، راه تغییر را نیز در دل این ساختارها پیدا کند. ناظر بر رویکرد آرچر، می‌توان گفت که هیچ ساختار تغییرناپذیری برای انسان تا به ابد وجود ندارد و آن‌ها می‌توانند از دل ساختارها، راه تغییر را پیدا نمایند.



نمودار ۱. فرایند تلفیق کنش و ساختار در نظریه آرچر

حاصل دیدگاه تلفیقی آرچر آن است که آدمی، رها از بند فشار ساختارهای فرهنگی و اجتماعی نیست؛ و این در حالی است که ساختارهای اجتماعی و فرهنگی مستقل از تفکر انسان نیز درباره‌شان وجود دارد، اما در تحلیل نهایی، محیط زندگی انسان را تعیین نمی‌کنند. آرچر برای تبیین قدرت عاملیت انسانی، علاوه بر ظرفیت‌های اساسی انسان، شامل آگاهی^۱ و احساس شخصیت^۲، ظرفیت انسان را برای «مکالمه درونی»^۳ به عنوان نقطه ارتباط میان قدرت‌های درونی ما برای بازاندیشی و قدرت‌های مربوط به جهان بیرونی تشخیص می‌دهد. این مؤلفه مکالمه درونی، ابزار مهمی است که انسان می‌تواند از طریق آن، زمینه اجتماعی یا فرهنگی خویش را حفظ کند و یا تغییر دهد (اجتهادنژاد و اجلالی، ۱۳۹۳: ۴۳). به زعم آرچر تنها در صورتی که بتوان «مکالمه درونی» را به عنوان یک دارایی شخصی تقلیل ناپذیر که واقعی و به لحاظ علی تأثیرگذار است، تأیید کرد، می‌توان اعمال اختیارات آن را به عنوان مکانیسم میانجی گمشده‌ای در نظر گرفت که برای تکمیل شرح کافی از شرطی‌سازی اجتماعی لازم است (Archer, 2003: 16).



نمودار ۲. فرایند تلفیق کنش و ساختار در بسترهای تاریخی

1. Consciousness
2. Sense of selfhood
3. Internal conversation

فقر مطلق و فقر نسبی

فقر مطلق به معنای حداقل امکان دستیابی فرد به امکانات متعارف زندگی، یعنی غذای مناسب، مسکن و پوشاک است و فقر نسبی حاصل مقایسه بوده و متمایزکننده بخشی از افراد جامعه است که در مقایسه با سایر افراد غیر فقیر، از امکانات ناچیزی بهره می‌برند. درواقع در فقر مطلق، ملاک را با توجه به نیازهای اصلی زندگی، یعنی میزان درآمدی در نظر می‌گیرند که از رقمی معین، پایین‌تر باشد، ولی در فقر نسبی پایین‌ترین بخش توزیع درآمد، ملاک تشخیص است و فقیر کسی است که درآمدش پایین و کم باشد (اسفندیاری، ۱۳۸۲: ۵۰)؛ بنابراین به مفهوم مطلق، محرومیت مادی شخص فقیر، به حدی است که حتی امکان بقای او مورد تردید قرار می‌گیرد، اما به مفهوم نسبی، محرومیت شخص فقیر در مقایسه با بعضی گروه‌های اجتماعی دیگر سنجیده می‌شود که کمتر از او در تنگنا هستند. می‌توان گفت که فقر مطلق و فقر نسبی هر دو ذیل فقر اقتصادی قرار می‌گیرند و هر دو این مفهوم کوششی است تقلیل گرایانه و خنثی جهت تقسیم افراد جامعه به فقیر و نافقیر (گرینزپان، ۱۳۸۲: ۳۷). این رویکرد، با تأکید تقریباً یک‌جانبه بر جنبه‌های اقتصادی و درآمدی، سایر ابعاد فقر و محرومیت را نادیده گرفته است؛ ابعادی عمدتاً جامعه‌شناختی و فراتر از پول و بازار (ابراهیمی، ۱۳۹۴: ۳۹). پرویز پیران در نقد رویکرد فقر مطلق و فقر نسبی بر آن است که هر دوی این تعابیر در قالب پارادایمی به غایت خنثی پی‌ریزی می‌شوند. به عبارت دیگر هر دوی این تعابیر فاقد نگرشی جامع به فقر می‌باشند و به شیوه تقلیل گرایانه عمل می‌کنند؛ زیرا فقر را به عنوان معضل اجتماعی مجزا از بافت اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آن مورد بررسی قرار می‌دهند (خوش‌آمدی، ۱۳۸۸: ۸۵). وی پدیده فقر را یک مسئله سیاسی می‌داند و بر آن است که کاهش فقر را نمی‌توان جدای از برنامه‌ریزی‌های دولتی دانست (گرینزپان، ۱۳۸۲: ۲۵).

اقتصاد سیاسی و فقر

سوئدبرگ و گرانوتر^۱ نیز در خصوص پدیده فقر بر نقش دولت تمرکز می‌کنند. آن‌ها اقتصاد سیاسی را بر محور سه وظیفه مرکزی دولت هنگامی که با اقتصاد سروکار دارد، چنین برمی‌شمارند:

۱. چطور دولت منابع اقتصادی‌اش را ایجاد و هزینه می‌کند؛
۲. چطور دولت می‌کوشد اقتصاد را هدایت کند؛

۳. چطور دولت قواعد اصلی اقتصاد از جمله قواعد حقوقی را ایجاد و برای اجرا نظارت می‌کند (سوندبرگ و گرانووتر، ۱۳۹۵: ۲۹۴). این سه محور فوق، بر سیاست‌گذاری‌های دولتی تأکید می‌کند. اگر دولت نتواند با سیاست‌گذاری، اقتصاد را کنترل کند، مشکلات اقتصادی دامن‌گیر شده و مشکلات تورمی ایجاد می‌شود و اینجاست که بازار بی‌ثبات می‌شود. فیدمن بر این است که تورم غیرمترقبه بازار را بی‌ثبات می‌سازد و در این صورت عاملان بازار نه‌تنها به علائم قیمت در بازار واکنش نشان می‌دهند، بلکه رفتارشان را در واکنش به علائم صادرشده از جانب حکومت نیز تعدیل می‌کنند. فی‌المثل کارگران در واکنش به اقدامات حکومت، روندهای تورمی را در تقاضا برای دستمزدهای خود لحاظ می‌کنند (اسلیتر و تونکیس، ۱۳۸۶: ۲۰۸-۲۰۶). موهان در این خصوص به دو مضمون اشاره می‌کند؛ فقر به‌منزله مفهومی سیاسی (نه صرفاً پدیده‌ای اقتصادی) و نقد مفهوم فرهنگ فقر. در دیدگاه موهان، گروه‌های فرودست، با توسل به فرآیندهای قهرآمیز سیاسی و ایدئولوژیک به فقر مشروعیت می‌بخشند تا بتوانند تحت استثمار و محرومیت دوام آورند. همچنین مهم‌ترین انتقادی که موهان به لوئیس وارد می‌سازد این است که شیوه‌های زندگی گروه‌های فرودست باید معلولی در نظر گرفته شود؛ زیرا این فرهنگ‌ها هستند که بی‌عدالتی را دوام می‌بخشند و آن را مشروع جلوه می‌دهند. مفهوم فرهنگ فقر لوئیس، چند دهه به‌منزله فراتر از مطرح بود، اما موهان می‌گوید این فقر فرهنگ است که به شیوه‌های مختلف به استمرار فقر می‌انجامد. ایده فقر فرهنگ به‌مثابه مضمونی یکپارچه‌کننده، ناظر به پویایی نابرابری و بی‌عدالتی و مداخلات متناظر با آن‌هاست. در نهایت مفهوم فقر فرهنگ موهان ریشه‌های فقر را در شرایط سیاسی جست‌وجو می‌کند (ابراهیمی، ۱۳۹۴: ۱۸۵-۱۸۳). در این خصوص نظریه‌پردازان علت فقر را نه در ارزش‌های افراد فقیر، بلکه در نتیجه اقدامات و برنامه‌های تبعیض‌آمیز سیاست‌گذاری‌های دولتی می‌دانند؛ بنابراین دیدگاه؛ فقر نه پدیده‌ای درونی بلکه از بیرون به افراد تحمیل می‌شود. این دیدگاه به‌طور کلی بحث اصلی خود را روی نابرابری توزیع درآمد و منابع در جامعه و قدرت کنترل منابع متمرکز کرده است و معتقد است برای تغییر وضعیت فقر نیاز به تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های فقرا نیست، بلکه باید موقعیت آن‌ها را در جامعه به طرق گوناگون از طریق ایجاد فرصت‌های برابر تغییر داد (مرتضوی امیری، ۱۳۹۰: ۵۳). از نگاه این رویکرد، فقر به‌مثابه یک پدیده نامطلوب اقتصادی-اجتماعی، یکی از مهم‌ترین پیامدهای توزیع ناعادلانه و نابرابر درآمدهای ایجادشده بین افراد جامعه است و وجود این پدیده در هر جامعه، عملکرد نادرست سازوکار توزیع درآمد و ثروت در درون ساختار اجتماعی-اقتصادی آن جامعه را نشان می‌دهد (محمدزاده، فلاحی و حکمتی، ۱۳۸۹: ۴۲).

روش پژوهش

روش پدیدارشناسی که در قرن بیستم توسط ادموند هوسرل تکوین یافت، اساساً با سایر گرایش‌های پیشین موسوم به پدیدارشناسی متفاوت بود. مهم‌ترین تفاوت پدیدارشناسی هوسرل اساساً به مسئله روش بازمی‌گردد. هوسرل با نگاهی آسیب‌شناسانه به وضعیت فلسفه و علوم مدرن پرداخت و پدیدارشناسی را به مثابه روشی کلان، پاسخی به بحران در فلسفه و عقلانیت روشنگری از طرفی و محدودیت‌های روش طبیعی یا روانشناسی از طرف دیگر دانست. هوسرل پدیدارشناسی را یک روش کلان می‌دانست تا به وسیله آن، عالم زندگی را به طور مشخص و علمی تبیین نماید. در روش هوسرل، مهم‌ترین مرحله، مفهوم اپوخه (تعلیق) است. اپوخه به معنای خودداری کردن از هرگونه حکم در مورد وجود عالمی خارج از آگاهی بشر است. در این مرحله، دیدگاه طبیعی که معتقد است عالمی خارج و مستقل از آگاهی ما وجود دارد، رد می‌گردد و از این رو، آن را تعلیق می‌کند (نقیب‌زاده و فاضلی، ۱۳۸۵: ۴۶-۳۶). در این روش‌ها، معیار انتخاب مشارکت‌کنندگان در تحقیق، عموماً با معیار انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش‌هایی که هدفشان دستیابی به داده‌های آماری است، متفاوت است. هدف در انتخاب مشارکت‌کننده در تحقیقات پدیدارشناختی، انتخاب مشارکت‌کنندگانی است که تجربه زیسته‌ای دارند که مورد توجه این مطالعه خاص است و این مشارکت‌کنندگان مایل‌اند درباره تجارب خود صحبت کنند. ضمناً این مشارکت‌کنندگان باید تا آنجا که ممکن است با یکدیگر متفاوت باشند تا امکان دستیابی به روایت‌های غنی و منحصر به فرد درباره یک تجربه خاص فراهم آید. در این روش پژوهشی، عموماً از مشارکت‌کنندگان خواسته می‌شود تجارب خود را در باب موضوع مورد مطالعه، همراه با جزئیات شرح دهند. سؤال خاصی که پرسیده می‌شود، عموماً سؤال باز پاسخی است که در نتیجه پاسخ به سؤال پیش می‌آید، نه به وسیله محقق، بلکه به وسیله مشارکت‌کنندگان هدایت می‌شود. گشودگی در اینجا امری ضروری است. تبادل بین محقق و مشارکت‌کننده در تحقیق، کاملاً گشوده است. دلیل این امر آن است که تا آنجا که ممکن است فرآیند تحقیق به تجربه زیسته فرد نزدیک شود (چناری، ۱۳۸۶: ۱۳۲).

در پژوهش پیش‌رو، محقق با روش کیفی و با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری هوسرل، در تلاش است تا به فهم معنا و برداشت ذهنی مشارکت‌کنندگان از پدیده فقر در بین کارمندان دانشگاه دست یابد؛ زیرا محقق با توجه به تجربه زیسته خود بر آن است که کارمندان دانشگاه، ناشی از موج تورمی چندین ساله، با ابعاد فقر در زندگی روزانه خود مواجه شده‌اند. ناظر بر این محقق در انتخاب جامعه مورد پژوهش تلاش نمود تا

طبقه‌ای از جامعه را که در حدود درآمدی طبقه متوسط قرار داشتند را مورد پژوهش قرار دهد و به همین دلیل جامعه مورد مطالعه این پژوهش را از کارمندان دانشگاه انتخاب نموده است. این تحقیق در بازه زمانی ۱۲ ماهه و از ابتدای سال ۱۴۰۰ تا انتهای این سال انجام یافته است. در این پژوهش، راهبرد نمونه‌گیری، نظری و شیوه نمونه‌گیری، هدفمند بوده است. جهت گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساخت‌یافته استفاده شده است. مصاحبه‌ها توسط ریکورد ضبط و بعداً جهت کدگذاری به متن تبدیل شدند. انجام مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت، به‌طوری‌که بعد از نفر ۱۴، مطالب جدیدی ارائه نمی‌شد، اما محقق جانب احتیاط را گرفته و مصاحبه‌های خود را تا ۲۰ مورد انجام داد. پس از اینکه مصاحبه‌ها به متن تبدیل شدند، فرایند کدگذاری آغاز گردید. برای اعتباریابی و پایایی پژوهش، رویکرد ریگور^۱ به کار رفت. رویکرد ریگور، دربردارنده رویکردی نظام‌مند درباره طرح پژوهش، تحلیل، تفسیر و ارائه داده‌هاست. در رویکرد ریگور مشخص می‌شود چقدر بین ویژگی‌های پژوهشگر، چارچوب مفهومی، عامل‌های زمینه‌ای، پارادایم و سنت پژوهش، روش گردآوری و تولید داده‌ها و کدگذاری و فرایند مدیریت داده‌ها انسجام وجود دارد (عباس‌زاده و شمس‌متق، ۱۳۹۹: ۷۰).

در رویکرد ریگور به‌ویژه بر ویژگی‌های محقق مانند توان برقراری ارتباط اجتماعی با افراد میدان، ذهن تحلیلگر داشتن، ویژگی‌های بیولوژیک، خصوصیات و استعدادهای روانی و برخی مهارت‌ها و توانایی‌ها که از طریق آموزش و سپری‌کردن تجربه کردن حاصل می‌شود، تأکید می‌گردد. نظر به اینکه پژوهشگر عامل اصلی پروتکل‌های دقت‌مندی است و مسئولیت اصلی توجه به معیارها و اجرای راهبرد پژوهش است، با توجه به اینکه محقق تجربه زیسته با مشارکت‌کنندگان داشته است، ضمن حفظ فاصله‌گذاری، سعی نموده تا در میدان غوطه‌وری نماید و تا حد امکان، تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان را در خصوص فقر گزارش نماید. همچنین محقق از نظریات متعدد به‌صورت ترکیبی استفاده کرده که یکی از مؤلفه‌های اصلی در رویکرد ریگور می‌باشد. معیار دقت‌مندی یکی دیگر از مؤلفه‌های رویکرد ریگور هست که به ویژگی قابل قبول بودن (باورپذیری) که معادل اعتبار درونی در تحقیقات کمی است اشاره دارد. مهم‌ترین تأکید این مؤلفه، این است که آیا شرکت‌کنندگان مناسب برای موضوع انتخاب شده‌اند؟ آیا پاسخ‌های شرکت‌کنندگان باز و کامل بوده است؟ در این خصوص نیز محقق با توجه به تعبیر گیدنز از طبقه متوسط و تجربه زیسته خود، کارمندان دانشگاهی را به‌عنوان مشارکت‌کنندگان در تحقیق انتخاب نموده است. همچنین محقق سعی نموده با اختصاص وقت کافی نقطه نظرات مشارکت‌کنندگان را به‌طور کامل بازنمایی کند.

1. Rigor

یافته‌های توصیفی

جدول ۱. اطلاعات مشارکت کنندگان در پژوهش

ردیف	جنس	سن	وضع تأهل	دارای فرزند	سابقه خدمت	تحصیلات	رشته تحصیلی	کارمند (دون پایه/ کارشناس/ مدیر)
۱	مرد	۵۰	متأهل	بله	۲۳	لیسانس	حقوق	کارشناس
۲	مرد	۵۵	متأهل	بله	۳۰	لیسانس	روابط عمومی	کارشناس
۳	مرد	۴۰	متأهل	بله	۱۳	لیسانس	الهیات	دون پایه
۴	زن	۲۷	مجرد	خیر	۱	فوق لیسانس	زبان انگلیسی	کارشناس
۵	مرد	۳۶	متأهل	بله	۱۴	لیسانس	روابط عمومی	کارشناس
۶	مرد	۴۴	متأهل	بله	۲۳	فوق لیسانس	مدیریت	کارمند مدیر
۷	مرد	۴۵	متأهل	بله	۲۰	لیسانس	حسابداری	کارشناس
۸	مرد	۴۰	متأهل	بله	۱۱	انتظامات	برق	دون پایه
۹	مرد	۴۲	متأهل	بله	۲۳	دکتری	تربیت بدنی	کارمند مدیر
۱۰	زن	۳۲	متأهل	خیر	۳	فوق لیسانس	مرمت	کارشناس
۱۱	زن	۴۵	متأهل	بله	۲۲	فوق لیسانس	مشاوره	کارمند مدیر
۱۲	مرد	۳۹	متأهل	بله	۱۵	لیسانس	الهیات	کارشناس
۱۳	مرد	۴۷	متأهل	بله	۲۷	لیسانس	علوم سیاسی	کارشناس
۱۴	مرد	۳۷	متأهل	بله	۵	دیپلم	علوم تجربی	دون پایه
۱۵	مرد	۴۵	متأهل	بله	۲۲	لیسانس	فقه و حقوق	کارشناس
۱۶	مرد	۴۳	متأهل	بله	۱۸	لیسانس	کتابداری	کارشناس
۱۷	مرد	۴۷	متأهل	بله	۲۷	دکتری	تاریخ	کارمند مدیر
۱۸	مرد	۴۰	متأهل	بله	۱۷	فوق لیسانس	مدیریت	کارشناس
۱۹	مرد	۴۰	متأهل	بله	۱۹	فوق لیسانس	حقوق	کارشناس
۲۰	مرد	۳۶	متأهل	بله	۱۳	کارشناسی	تربیت بدنی	دون پایه

برداشت‌های ذهنی از مفهوم فقر

۱. دفن آرزوها

برگزاری جشن ازدواج در فرهنگ ایرانیان، یکی از رسوم دیرینه بوده و همه دختران از کودکی این فرهنگ را درونی می‌کنند. از طرفی این واقعیت نیز وجود دارد که هنگام بروز تورم

ناگهانی، بسیاری از خانواده‌ها قادر به تأمین هزینه‌های ازدواج نیستند. این محرومیت، به یک معنا، آن‌ها را به‌طور خودکار، خارج از جریان اصلی زندگی فرهنگی و اجتماعی قرار می‌دهد و یک شاخص تعیین‌کننده از وضعیت یا فقدان آن است که در زندگی گروهی جریان دارد. در مصاحبه‌ای که با یک کارمند خانم انجام گرفت، پاسخ‌ها به همراه اشک‌های پنهان و صدای بغرنج دریافت می‌شد و این حالت نشان از رنجی مداوم و بی‌وقفه داشت که علی‌رغم بی‌تفاوتی، به‌سان آتش زیر خاکستر می‌نمود. دختری که تورم و گرانی فزاینده، آرزوی سال‌های دیرین او را بر باد داده بود. او نتوانسته بود پس از ازدواج برای خود جشن عروسی برگزار نموده و مثل همه دختران با جشن و سرور به خانه بخت برود.

«من ۵ سال هست که کارمند قراردادی هستم. اوایل که سرکار اوادم، فکر می‌کردم می‌توانم با پول کارمندی برای خود یک عروسی خوبی بگیرم. همه دختران دوست دارند، لباس عروسی بپوشند و جشن عروسی خوبی داشته باشند. من هم مثل همه دختران از کودکی، آرزو داشتم که بهترین عروسی را برگزار کنم. داشتم پس‌انداز می‌کردم تا من هم جشن عروسی خوبی برای خودم بگیرم. تا اینکه این گرانی کمرشکن گریبان ما را گرفت. ما با هزینه‌های گزاف، توان برگزاری مراسم عروسی را نداشتیم، اول یک سال صبر کردیم تا بیشتر پول جمع کنیم، ولی بعد دیدیم گرانی به حدی رسید که ما نمی‌توانیم از پس هزینه‌ها بیایم. تصمیم گرفتیم بدون عروسی، فیلم‌برداری... به خانه خود برویم. من برای همیشه این آرزو را درون خود دفن کردم.»

۲. شرمساری

برخی از پاسخ‌گویان از اینکه نمی‌توانستند، رفاه نسبی برای خانواده خود تأمین نمایند، احساس شرم می‌کردند. در مصاحبه‌ای که با یک کارمند مرد انجام شد، اظهار داشت که مرد یعنی رفاه خانواده، اگر مردی رفاه خانواده خود را تأمین نکند، مرد نیست و تا به ابد در پیش خانواده خود و دیگران شرمسار است.

«وقتی دخترم ۴ ساله بود اصرار می‌کرد، براش ماشین شارژی بخرم، خیلی اصرار می‌کرد، بهش قول داده بودم تا عید، یعنی ۶ ماه بعد بخرم. تا عید برسد، قیمت‌ها دو برابر شد و من هر چه قدر تلاش کردم نتوانستم بخرم، زیرا اقساط زیادی داشتم و هر چه حقوق داشتم، به بانک‌ها می‌دادم. الان ۴ سال از آن تاریخ گذشته و دخترم بزرگ شده است، هروقت پارک می‌رویم و من بچه‌ها را که سوار ماشین‌های شارژی خود هستند، می‌بینم، احساس شرم می‌کنم. بآنکه دخترم چیزی نمی‌گوید، اما درون من غوغا می‌شود، من نتوانستم آرزوی او را برآورده کنم و تا ابد شرمسار هستم.»

۳. داغ ننگ جغرافیایی

برخی مشارکت‌کنندگان از ننگ تجمعی صحبت می‌کردند. به این دلیل که احساس می‌کردند، درجایی به دنیا آمده‌اند که فقر با همه ابعاد آن (جغرافیایی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی) به گونه‌ای درهم تنیده بود. آن‌ها می‌گفتند وقتی در حاشیه شهر متولد می‌شوی، اجباراً با یکسری انسان‌هایی زندگی می‌کنی که همه مثل هم‌اند، همه یک‌جور، فکر می‌کنند، همه از خانواده‌های فقیر هستند، دارای پدر و مادر بی‌سواد، بی‌پول و بدون هیچ‌گونه جایگاه اجتماعی. وقتی در حاشیه شهر به دنیا می‌آیی، از اول، انگ بی‌فرهنگ، بی‌پول، دزد، بدبخت، ... به تو می‌زنند. بدیهی است که تنها فقدان سرمایه اقتصادی نیست که علت منحصربه‌فرد فقر یا دلیل مجزا برای انتقال انبوهی از معایب است. از نظر اسکار لوئیس، فرهنگ فقر سندرم خاصی است که در برخی شرایط اجتماعی خاص رشد می‌کند و تجسم مجموعه مشترک ارزش‌ها، هنجارها و الگوهایی متفاوت با فرهنگ عمومی جامعه است. لوئیس بر این باور است که فقرا شیوه زندگی و خلق و خوی خاص خود را دارند که گریز از فقر را برای آنان مقدور نمی‌سازد. فقر فقط محرومیت اقتصادی نیست، بلکه شیوه‌ای از تفکر را در فرد فقیر می‌پروراند که به هنجارهایی منجر می‌شود که خصلت سازگاری با شرایط موجود در فرد را شکل می‌دهد (لوئیس، ۱۳۵۳: ۱۲۵).

«ما توانائی خرید مسکن نداشتیم، وقتی در دولت احمدی‌نژاد مسکن مهر تصویب شد، ما توانستیم، صاحب مسکن بشویم؛ اما تازه این آغاز راه بود، اوایل خوشحال بودیم، اما بعداً فهمیدیم که به مسکن مهری‌ها انگ فقیران جامعه زده می‌شود. به همین خاطر وقتی با تاکی به خانه‌مون می‌رفتیم از اینکه آدرس مسکن مهر می‌دادیم خجالت می‌کشیدیم. همه افرادی که در آنجا زندگی می‌کردند به هم شبیه هستند. میزان درآمد آن‌ها از یک مقدار معینی تجاوز نمی‌کرد و معمولاً سواد در سطح دیپلم و یا پایین داشتند، همه از ماشین‌های مدل پایین استفاده می‌کردند...»

۴. رنج مزمن بدنی

مشارکت‌کنندگان تأکید می‌کردند که فقر موجب می‌شود وقتی مریض می‌شوید، منابع مالی کافی، برای مراجعه به پزشک نداشته باشید. در این موقع افراد خودسرانه از داروخانه دارو می‌گیرند و بدون تجویز پزشک مصرف می‌کنند. نظر به اینکه هزینه‌های بهداشتی و درمانی در سال‌های اخیر بسیار اوج گرفته، به همین خاطر برخی‌ها به دلیل عدم وسع مالی از مراجعه به پزشک خودداری نموده و خودسرانه دارو مصرف می‌کنند.

«یک کارمند ۴۸ ساله که در خدمات کار می‌کند، می‌گوید. از یک سال پیش دندانم درد می‌کند. پول کافی برای درمان ریشه یا به قول عرفی اعصاب کشی ندارم. اگر به بیمارستان‌های تأمین اجتماعی مراجعه کنم، به‌جای ترمیم، دندانم را به‌کلی از ریشه برمی‌کنند، اما در آن حالت، صورتم شکل عادی خود را از دست خواهد داد، به همین دلیل مجبورم درد دندانم را تحمل کنم و با قرص شب‌ها را روز کنم.»

۵. فقر در قامت احساس ناتوانی؛ تولید بدن‌های رام و مطیع

برخی از مشارکت‌کنندگان اذعان می‌کردند که به علت فقر در چرخه‌ای از استثمار گرفتار آمده‌اند و در محیط کاری فقط در سطوح پایین مشغول به کار می‌شوند. برخی از این‌ها که علاوه بر کارهای موظفی، معمولاً کارهای شخصی مدیران را نیز انجام می‌دادند، احساس ناراحتی می‌کردند. آن‌ها اذعان می‌کردند که چنین وضعیتی موجب از دست دادن عزت‌نفس، حتی احساس انسان نبودن، ناشی از وابستگی اجباری به دیگران است.

«فقر یعنی اینکه همیشه زیر دست کسی کار کنی. شرایط فقر، گزینه‌ها و انتخاب‌ها را محدود می‌کند و مردم اغلب خود را در پاسخ به انتخاب‌ها و دستورالعمل‌های دیگران، معمولاً افرادی که بر آن‌ها اقتدار دارند، می‌یابند. نتیجه، گاهی اوقات احساس درماندگی است، گویی مانند قایق پرتاب‌شده در دریاهای طوفانی. در محیط‌های کاری همه از تو برای کارهای شخصی هم استفاده می‌کنند. وقتی فقیری، در اداره همه به تو زور می‌گویند، حتی رئیس هم کار بیشتر از تعریف‌شده از تو می‌خواهد، اما تو نمی‌توانی اعتراض کنی، چون پول نداری.»

جدول ۲. مفاهیم برگرفته از مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان تحقیق

مقوله	زیرمقولات	مفاهیم
دفن آرزوها	مرگ تدریجی رونباهای کودکی	حذف جشن عروسی به عنوان آرزوی دیرینه کودکی
		کودک درون را کشتن و اجازه سیر در این آرزوها را ندادن
		حذف رویای زندگی مرفه
	حذف آرزوهای دنیوی زندگی	حذف آرزوی صاحب مسکن شدن
		حذف آرزوی ماشین شاسی بلند داشتن
		حذف آرزوی مسافرت‌های خارجی

مقوله	زیر مقولات	مفاهیم
شرمساری	شرمساری درونی	مقایسه اسباب بازی‌های سایر کودکان با بچه خود
		عدم توانائی مالی داشتن برای خرید هدیه در روزهای خاص مانند روز زن، روز دختر، ...
		عدم توانائی مالی برای ثبت نام بچه‌ها در مدارس با کیفیت، علی رغم اینکه آگاهی به اینکه موفقیتی برای تحصیل در آن مدرسه وجود ندارد.
	شرمندگی ظاهری	نتوانی در مناسبات خانوادگی عزتمندانه شرکت کنی
		وقتی به عروسی‌ها و مراسم فوت می روید، ماشین خوبی نداشته باشی، لباس شیک نتوانی به تن کنی
از دست دادن عزت به نفس	از دست دادن عزت به نفس	نداشتن اعتماد به نفس در جامعه — خود را پایین تر از همه فرض کردن — نتوانی تصمیمات قاطع در زندگی بگیری
		احساس حقارت درونی و بیرونی — در همه جا خجالت کشیدن — در مراسمات در پایین مجلس نشستن
داغ ننگ جغرافیائی	حک شدگی فقر	وقتی در مسکن مهر زندگی می کنی، برچسب فقر بهت می زنند — وقتی در حاشیه شهر زندگی می کنی، برچسب فقر را با خود حمل می کنی
رنج مزمن بدن	عدم توانائی تأمین هزینه‌های پزشکی	وقتی دندونت درد می کند چون پول نداری باید تحمل کنی و آنقدر داروی مسکن می خوری در نهایت دندونت خراب می شود. نتونی از هر ۱ سال به چکاب پزشکی بری، برای هر دردی باید داروی مسکن بخوری
فقر در قامت احساس ناتوانی؛ تولید بدن‌های رام و مطیع	بدن اجاره ای	وقتی فقیری، تو باید زیر دست یکی کار کنی و هر چی می گه گوش بدی، به طور کلی روح مال خودت هست ولی جسمت مال دیگران،

برداشت‌های ذهنی از زمینه‌های به وجود آورنده فقر

الف) علل ساختاری و کلان پدیده فقر

در پاسخ به سؤال پیش گفته، مشارکت‌کنندگان در بحث‌های ساختاری، به نقش خانواده و نوع تربیت استبدادی، نقش آموزش پرورش در حاشیه شهرها، فقر شبکه‌ای و دیده نشدن توسط نهادها اشاره نمودند. در بحث ساختاری از فقر به شرایط زمینه‌ای به وجود آورنده فقر توجه بیشتری می‌شود که در ادامه اشاره می‌شود:

۱. شکستن بال پرواز

مخاطبان در پاسخ‌های خود یکی از مهم‌ترین علل فقر را برخورداری از تربیت آمرانه و مستبدانه در خانواده‌ها می‌دانند. در این خانواده‌ها، نوع تربیتی که کودکان تجربه می‌کنند؛ موجب می‌شود، کمتر به خود متکی و مستقل، دارای خلاقیت کم و فاقد حس کنجکاوی باشند. تعاملات روزمره در این خانواده‌ها، به بچه‌ها یاد می‌دهد که در موضع وابستگی قطعی، به بزرگ‌سالان قرار بگیرند. به عبارتی هدف جامعه‌پذیری کودکان و تبدیل آن‌ها به بزرگ‌سالان خودمختار نیست بلکه این است که به آن‌ها آموخته شود تا مانند موجودات وابسته در قلمرو روابط سلسله مراتبی قرار بگیرند (داس، ۱۴۰۰: ۱۰۵).

«به نظرم، تربیت آمرانه یکی از عامل‌های مهم هست که ما را انسان‌های ترسو و مطیع بار آورده که فقط می‌توانیم زیر نظر یک نفر دیگر کار کنیم. ما قدرت تصمیم‌گیری و انجام یک کار را به صورت مستقل نداریم. در خانواده ما را طوری تربیت کردند که هر چیزی یک بزرگ‌تر گفت، بدون معطلی بپذیریم و بگویم روی چشم انجام می‌دهم. وقتی این‌جوری تربیت می‌شوی، ذهن کنجکاو تو را تبدیل می‌کند به یک آدم منفعل که منتظر دستور است تا انجام دهد؛ بنابراین در چنین محیطی شخص خلاق و پرانرژی بار نمی‌آید. نه تنها در خانواده ما را این‌جوری تربیت کردند، بلکه در مدرسه هم به ما این‌جوری آموختند که هر کس چیزی گفت بگوئید چشم. به نظرم این نوع خانواده و این نوع تعلیم و تربیت، بیشتر بال انسان‌ها را می‌شکند تا اینکه پرواز را به آن‌ها بیاموزد. به نظر بیشتر انسان‌های فقیر از این نوع تربیت برخوردار بوده‌اند.»

«در خانواده، پدرمان هر چی می‌گفت ما باید تبعیت می‌کردیم. به‌طوری‌که این طبعیت، جزء نهاد وجودمان شد. ما در مدرسه، در مسجد، هر کس هر چیزی می‌گفت، تبعیت می‌کردیم. به‌طوری‌که تبدیل به یک شخصیت منفعل و مطیع شدیم. من فکر می‌کنم این نوع تربیت انسان را ضعیف بار می‌آورد و انسان توان رقابت در جامعه را از دست می‌دهد. به نظرم خانواده‌ها باید نوع تربیت کودکان را جدی بگیرند؛ بنابراین یک‌راه حل این هست که در خانه مستبدانه رفتار نکنیم و بچه‌ها را بله قربان‌گو تربیت نکنیم. باید به بچه پرسشگری را یاد بدهیم باید یاد داد که هر که چیزی گفت کور کورانه بله نگوید.»

۲. جامعه‌پذیری فقر

مخاطبان بر نقش آموزش و پرورش به عنوان یکی از مهم‌ترین ساختارها در تعیین‌کنندگی فقر تأکید داشتند. آن‌ها بر این باور بودند مدرسه‌ای که آن‌ها ثبت‌نام کرده بودند،

کیفیت آموزشی و اخلاقی لازم را نداشته و در عدم موفقیت آن‌ها نقش مؤثری ایفا نموده است. در این خصوص بورديو نیز پس از خانواده، بر نقش آموزش و پرورش در اصلاح عادت‌واره و تضمین موفقیت کودکان تأکید خاصی دارد. بورديو مدعی است که فرهنگ مشروع ابتدا در خانواده و سپس از طریق آموزش در نهادهای آموزشی تکمیل می‌شود؛ بنابراین سرمایه تحصیلی در واقع محصول تضمین‌شده پیامدهای انتقال فرهنگی در خانواده و انتقال فرهنگی در مدرسه است که البته، کارایی آن به مقدار سرمایه فرهنگی موروثی خانوادگی بستگی دارد. طبق نظر بورديو افرادی که در خانواده‌های به لحاظ اجتماعی و فرهنگی بالا متولد می‌شوند، از همان اوان کودکی ذائقه مشروع (فرهنگ ناب) را درونی کرده و سپس در مدرسه این آموزش را تکمیل می‌کنند. در مقابل، طبقات پایین، از همان اوان کودکی در خانواده‌ای به لحاظ اقتصادی فقیر و به لحاظ سرمایه فرهنگی کم برخوردار به دنیا می‌آیند و از همان اوان کودکی نمی‌توانند فرهنگ مشروع را درونی کنند؛ بنابراین بورديو منشأ مهم در ایجاد نابرابری و بازتولید آن را در خانواده و نظام آموزشی و پیوند آن دو می‌داند. یک فرد فقیر ممکن است مدرسه‌ای برای رفتن داشته باشد، اما سؤال این است: چه کیفیتی در تدریس خواهید داشت؟ مشکل فراتر از دسترسی خانواده‌های فقیر به مدارس است.

«من وقتی به مدرسه می‌رفتم خیلی از مسائل بزهکاری را در مدرسه می‌آموختم. مدرسه ما در حاشیه شهر بود، بچه‌ها معمولاً برای فرار کردن از کار به مدرسه می‌آمدند. آن‌ها برای درس خواندن نیامده بودند. فکر می‌کنم بدترین خلاف‌ها را در محیط این مدرسه‌ها می‌توان آموخت. وقتی در مدرسه‌ای ثبت‌نام می‌کنی، از همان ابتدا معلوم هست که در آن مدرسه نه تنها درس یاد نمی‌گیری، بلکه انواع انحرافات را یاد می‌گیری. معلمان دارای صلاحیت کم، همکلاسی‌های دارای بار اخلاقی منفی، همگی در تربیت کودک نقش محوری بازی می‌کند.»

«من در خانواده فقیری متولد شدم. از همان ابتدا ما در منطقه فقیر و در حاشیه شهر زندگی را شروع کردیم. مدرسه‌ای که ثبت‌نام کردیم هم در این منطقه بود. معلمان این مدرسه‌ها از معلمان خوب انتخاب نمی‌شد و همچنین محیط مدرسه پر از بچه‌هایی بود که بزهکار بودند، البته به لحاظ مالی و فرهنگی، همه ما مثل هم و از یک طبقه بودیم و بر همدیگر بیشتر تأثیر منفی داشتیم تا مثبت. می‌دونی تو خودت انتخاب نمی‌کنی که در این خانواده متولد بشی، بلکه تقدیر اینجوری خواسته است.»

۳. فقر شبکه‌ای در حاشیه شهری

مناطق حاشیه‌نشینی به‌عنوان ساختار کلان متشکل از اقتصاد، فرهنگ و اجتماع خاصی که حول محور فقر در همه ابعاد می‌چرخند و ساختارهایی مثل نوع خانواده، گروه همالان و به‌ویژه نظام آموزشی به‌عنوان اثرگذار بر عادت‌واره عاملان در جهت ایجاد شبکه فقر، نقش مهمی ایفا می‌کنند. باید اذعان کرد که زندگی در محله‌های حاشیه شهر که اغلب با میراث تداوم نسلی ترکیب می‌شوند، مستقیماً به ایجاد فقر ذهنی کمک می‌کنند. فقر ذهنی به معنای فقدان جاه‌طلبی لازم برای رسیدن به موفقیت‌های بالاتر است. زندگی در این محله‌ها انسان‌ها را تنبل بار می‌آورد و موجب می‌شود که به طرف انتخاب‌های اشتباه کشیده شود. به‌زعم لوئیس نگرش فرد به شخصیت خویش در این فرهنگ بسیار بدبینانه، با دیده حقارت، خودکم‌بینی، بی‌ارزشی و حاشیه‌ای بودن است و با این خصایص به‌نوعی به تقدیرگرایی ابدی روی می‌آورد. از طرفی فرد از همین دوران کودکی از حمایت‌های لازم از جانب والدین و خانواده و محبت از سوی آن‌ها محروم می‌شود و از همان سنین پایین از آموزش محروم و به کار یدی روی می‌آورند.

«من در حاشیه شهر متولد شدم، هشتمین فرزند خانواده بودم. همه خانواده‌ها آن موقع، پرجمعیت بودند ما مجبور بودیم از همان اوان کودکی هم‌کار کنیم و هم درس بخوانیم. محله ما پر بود از خلاف‌های درجه یک. معمولاً هر روز پلیس به محله ما سر می‌زد. خیلی وقت‌ها کلمه‌هایی را از دوستانمان می‌شنیدیم که بعدها دیدم نباید انسان در دوران کودکی با این جور کلمات آشنا بشود. جای خوشحالی این بود که پدرم ما را به مسجد می‌برد و ما به دلیل اینکه نماز می‌خواندیم کمتر گناه می‌کردیم بعدها دیدم که رفتن به مسجد موجب شده که به خیلی از خلاف‌ها مرتکب نشوم.»

۴. دیده نشدن نهادی

بیشتر پاسخ‌دهندگان بر این باور بودند که فقرا در جامعه دیده نمی‌شوند. برخی مخاطبان به ندیده شدن فقرا در همه نهادهای دولتی و خصوصی تأکید می‌کردند. آن‌ها بر این باورند که اغلب نهادهای جامعه، رفتار شایسته‌ای با آن‌ها انجام نمی‌دهد. بدرفتاری نهادی، اشاره به این دارد که تصمیمات اتخاذشده توسط دولت یا جامعه مدنی در گوش دادن به تقاضاهای فقر است و آن‌هم ناشی از احساس ناتوانی مردمی است که در فقر زندگی می‌کنند.

«وقتی پیش رئیس بانک رفتم و درخواست وام دادم، در حین صحبت ما فردی وارد بانک شد، رئیس بانک فوراً بلند شد و او را تحویل گرفت من نیز او را می‌شناختم او وضع مالی خوبی داشت، در این لحظه، رئیس بانک فوراً مرا به یکی از همکاران خود سپرد و او را تکریم کرد و خودش شخصاً پیگیر کارهای او شد.»

ب) برداشت‌های ذهنی از علل خرد برای به وجود آمدن فقر

۱. فقر فولادین فرهنگ فقر

از نظر لوئیس، عدم برخورداری از امکانات و محدودیت ارتباط با گروه‌های غیرهمگن، بستری را فراهم می‌کند که در آن، زمینه آگاهی و حتی اعتماد به وجود شرایط بهتر را نه تنها سرکوب می‌کند، بلکه آن‌ها را در نوعی خلسه و بی‌تفاوتی به تغییر شرایط موجود فرومی‌برد. درواقع، ارتباط و آگاهی حداقلی با دنیای پیرامون، زمینه بروز بیشتر فرهنگ فقر را فراهم می‌کند.

«ما اصلاً این آگاهی را نداشتیم اگر تلاش می‌کردیم، احتمال داشت که موقعیت خود را

تغییر دهیم. ما اصلاً جرئت آرزوی بزرگ را نداشتیم. ما این اعتماد به نفس را نداشتیم. فقر

یعنی عدم اعتماد به نفس، فقر یعنی عدم داشتن شهامت و جرئت برای آرزوهای بزرگ.»

علی‌رغم اینکه مشارکت‌کنندگان خودشان را علت اصلی فقر فعلی می‌دانستند، اما به‌واقع باید اذعان کرد که درست هست که ما در زندگی اختیار داریم و می‌توانیم عاملیت خود را اعمال بکنیم؛ اما نباید از این امر غافل بشویم که ساختارها در مقایسه با عامل‌ها تقدم زمانی دارند و ما ابتدا در دل ساختارها متولد می‌شویم.

«وقتی استخدام شدم، هنوز ۲۵ سال نداشتم، هر هدفی انتخاب می‌کردم، احتمال

داشت برسم. هم درس بخوانم و هم کارهای اقتصادی انجام بدم؛ اما من به حقوق

متوسط آن روز، راضی بودم و برای حقوق بهتر تلاش نمی‌کردم. امروز می‌بینم که

فرصت‌های طلایی زیادی را از دست داده‌ام و هرگز قابل جبران نیست.»

۲. همرنگی با دوستان

برخی از مخاطبان از داشتن دوستانی که مانند خودشان فقیر بودند، صحبت می‌کردند. آن‌ها اذعان می‌کردند که در گروه دوستان خود، همه به لحاظ نوع درس خواندن، نوع بینش و زندگی، مثل هم بودند. این اصل که «اگر با یک فرد عاقل حرکت کنی، تو عاقل‌تر می‌شوی» دیدگاه طرف دیگر پیوستار را که اغلب بیان می‌کند که فقر محصول انتخاب دوستی با افراد نادرست است را تأیید می‌کند. هر کس با دیگرانی که هیچ هدفی ندارند معاشرت کند، خود در زندگی بی‌هدف می‌شود. بدتر از آن، آن‌ها در معرض خطر وسوسه شدن فعالانه انتخاب فقیر بودن را می‌کنند، زیرا به این دلیل که نیازی نمی‌بینند یا تمایلی به متفاوت بودن با همسالان خود ندارند. همچنین بورديو بر این باور است؛ افرادی که در یک منطقه زندگی می‌کنند معمولاً به لحاظ اقتصادی، فرهنگی به یکدیگر شباهت دارند. این قرابت فیزیکی بر عادت‌واره آن‌ها نیز اثر می‌گذارد و شبیه به یکدیگر به بار می‌آورد.

«یادم می‌آید، وقتی در مقطع راهنمایی درس می‌خواندم، طرح یادواره حضرت امام

از طرف شهرداری تبریز برگزار می‌شد. این طرح سه‌ماهه در تابستان اجرا می‌شد.

من ثبت نام کردم، در روز اول وقتی به کلاس قرآن رفته بودیم، من دیدم همه بچه‌ها لباس‌های اطو شده، تمیز و مرتب پوشیده بودند؛ اما من تا آن موقع اصلاً به این فکر نمی‌کردم. یادم هست یه دفعه معلم قرآن مرا صدا زد و درگوشی بهم گفت که وقتی می‌خوام بیام طرح، باید لباس هام رو عوض کنم و لباس‌های تمیز بپوشم. به تدریج من با بچه‌های طرح دوست شدم. اکثراً بچه‌ها از خانواده‌های نسبتاً طبقات بالا بودند. به تدریج نشست و برخاست من با آن‌ها بر من اثر کرد، تصمیم گرفتم خوب درس بخوانم و حتی الامکان سبک زندگی من نیز مثل آن‌ها باشد، الان من تحصیلات دکتری دارم و خود هم مربی تیم ملی در یک رشته ورزشی هستم، فکر می‌کنم ارتباط من با این بچه‌ها، نقطه عطفی در زندگی من بوده است. من الان هم ارتباطات خوبی با افرادی که نسبتاً جایگاه بالایی در اجتماع دارند، دارم و فکر می‌کنم تأثیر به سزایی در پیشرفت زندگی من داشته و خواهد داشت.

«محلله‌ای را که در آن زندگی می‌کنم. مردمانش سنتی هستند و ثروت، رفاه، ماشین‌های شیک و شاسی‌بلند در آنجا خیلی مد نیست. آن‌ها از لباس‌های اطو شده استفاده نمی‌کنند جلوه‌های زندگی مدرن در آنجا بیشتر ضد ارزش هست تا یک ارزش. طبیعی است که وقتی من با اینها نشست و برخاست می‌کنم، من هم در رفتار، تفکر و سبک زندگی مثل آن‌ها خواهم بود.»

جدول ۳. مفاهیم زمینه‌ای در خصوص علل به وجود آورنده فقر - برگرفته از مصاحبه‌ها

مقوله	زیر مقولات	مفاهیم
شکستن بال پرواز	تربیت استبدادی	اگر پدر و مادرت چیزی گفتن باید بگی چشم، در مدرسه معلمت هرچی گفت باید قبول کنی و انجام بدی، باید مطیع امر بزرگتر از خودت باشی.
جامعه‌پذیری فقر	غوطه وری در انحراف	زندگی در بین دوستان خلاف کار، یادگیری مسائل آمیزش جنسی در دوران ابتدایی در مدرسه، محیط مالا مال از کودکان بزه‌کار. اگه با آنها هم همقطار نشی، اذیت می‌کنن.
فقر شبکه‌ای در حاشیه شهری	زیر چتر فقر	زندگی در بین انسان‌هایی که نه پول دارند، نه درس خوانده‌اند و نه به پیشرفت فکر می‌کنند. انسان‌هایی که فقط به فکر سیرکردن شکم‌های خود هستند.
دید نه‌شدن نهادی	انسان‌های درجه دوم	وقتی وارد بانک میشی و به همراه تو یک فرد پولدار نیز وارد بشود، آن وقت می‌بینی که تو اصلاً دیده نمی‌شوی، تازه اگر دیده شوی هم مثل اون تکریم نمیشی. وقتی وارد یک سازمان میشی تازه اون وقت می‌بینی که کم محلی می‌کنن. تو اداره‌ای که کار می‌کنی، هیچ ارتقایی برای تو وجود نداره.

علل کلان

مفاهیم	زیرمقولات	مقوله	
فقر یعنی عدم اعتماد به نفس، فقر یعنی عدم داشتن شهامت و جرأت برای آرزوهای بزرگ. فقر یعنی به شرایط موجود راضی بودن. فقر یعنی کاملاً با محیط فقر خو گرفتن و عادت کردن به شرایط فقر.	عادت واره‌های فقیر	قفس فولادین فرهنگ فقر	علل خرد
انسان شبیه کسانی میشه که با اون‌ها نشست و برخاست می کنه. وقتی با انسان هایی همنشین میشی که هیچ هدفی ندارند، جدیتی جهت رسیدن به هدفی ندارند، تو هم شبیه اون‌ها میشی.	تأثیر پذیری از دوستان	همرنگی با دوستان	

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش، تجربه زیسته کارمندان دانشگاه را در خصوص پدیده فقر به اشتراک گذاشته است. محتوای مصاحبه‌ها گستردگی شمول فقر در جامعه را نشان می‌دهد. امروزه در محیط‌های شهری ایران، طبقات متوسط که بیشتر حقوق‌بگیر جامعه هستند، فقر را تجربه می‌کنند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد؛ کارکنان دانشگاه به‌عنوان قشری از طبقه متوسط، به‌رغم داشتن شغل و حقوق، در دام فقر گرفتار آمده‌اند. بررسی داده‌های مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که طبقات متوسط فقر را در ابعاد متفاوتی تجربه می‌کنند. در پژوهش پیش‌رو، بررسی مفاهیم و معانی مدنظر مشارکت‌کنندگان در خصوص پدیده فقر در قالب پنج مقوله اصلی جای داده شد؛ این مقوله‌ها شامل دفن آرزوها، شرم ساری، داغ ننگ جغرافیایی، رنج مزمن بدنی و فقر در قامت احساس ناتوانی؛ تولید بدن‌های رام و مطیع بود. همچنین در خصوص زمینه‌های به وجود آورنده فقر، مشارکت‌کنندگان هم علل ساختاری و کلان و هم علل خرد را مهم قلمداد می‌کردند. در اینجا نیز مفاهیم و معانی موردنظر آن‌ها در قالب علل ساختاری چهار مورد و در قالب علل خرد دو مورد مشخص شد. مفاهیمی همچون خانواده و شکستن بال پرواز، جامعه‌پذیری فقر، فقر شبکه‌ای در حاشیه شهری، دیده نشدن نهادی در قالب علل کلان و مفاهیمی مانند قفس فولادین فرهنگ فقر و هم‌رنگی با دوستان به‌عنوان علل خرد از مجموع پاسخ‌های مخاطبان به‌عنوان معانی و مفاهیم انتخاب گردید.

بررسی نتایج مصاحبه‌ها حاکی از کاربردی بودن نظریه‌های تلفیقی گیدنز و آرچر و همچنین مفهوم اقتصاد سیاسی در خصوص ارتباط مصاحبه‌ها با مقوله‌های ساخته شده بود. اولین مقوله ساخته شده از محتوای مصاحبه‌ها عبارت بود از شکست بال پرواز.

این مفهوم را مشارکت‌کنندگان با نوع تربیتی که در دوران کودکی از آن برخوردار بودند، ارتباط می‌دادند. گویا برخورداری از تربیت آمرانه و مستبدانه موجب شده بود که آن‌ها را به انسان‌هایی مطیع تبدیل کند و هرگونه خلاقیت را از آن‌ها سلب نماید. برخورداری از این نوع تربیت موجب گشته تا آن‌ها هیچ‌گونه اعتمادبه‌نفسی نداشته باشند و در نتیجه هیچ‌گاه به‌عنوان انسان مستقل نمی‌توانند در جامعه زندگی کنند و انسان‌هایی وابسته به دیگران بار آمده‌اند. علی‌رغم اینکه برخی از مصاحبه‌ها نوع تربیت خانوادگی را در شرایط فقر خود مؤثر می‌دانست، اما محتوای برخی از مصاحبه‌ها حکایت از تغییر زندگی برخی از کنشگران بود که پس از حصول آگاهی، شرایط زندگی خود را تغییر داده‌اند. در این خصوص گیدنز و آرچر هر دو معتقدند به‌رغم اینکه انسان‌ها در بستر فقر به دنیا می‌آیند، اما این بسترها در صورت کنشگری انسان‌ها نمی‌توانند تا بی‌نهایت ادامه داشته باشند و کنشگران توانائی نجات از چنگال فقر را دارا هستند.

جامعه‌پذیری فقر مفهومی است که مشارکت‌کنندگان در خصوص مدارس که تحصیلات خود را گذرانده بودند، در شرایط به وجود آمده فقر مؤثر می‌دانستند. آن‌ها محیط مدرسه را محلی می‌دانستند که بیشتر بزهکاری‌ها را در آنجا آموخته بودند. مقوله دیگری که در تجمیع انواع فقر از محتوای مصاحبه‌ها دریافت شد، بحث فقر در همه ابعاد آن در مناطق حاشیه شهری بود. برخی از مشارکت‌کنندگان به‌طور کلی، تولد در مناطق حاشیه‌ای شهر را مهم‌ترین بدشانسی در زندگی خود می‌دانستند. مناطق حاشیه‌نشینی به‌عنوان ساختار کلان متشکل از اقتصاد، فرهنگ و اجتماع خاصی که حول محور فقر در همه ابعاد می‌چرخند و ساختارهایی مثل نوع خانواده، گروه همالان و به‌ویژه نظام آموزشی به‌عنوان اثرگذار بر عادت‌واره عاملان و شکل‌دهی عادت‌واره آن‌ها نقش مهمی ایفا می‌کنند؛ بنابراین فقر مانند شبکه‌ای درهم است که هرگز نمی‌توان از آن فرار کرد. به‌ویژه در این خصوص نظریه لوئیس تبیین‌کننده هست، وی بر این است که زندگی در چنین مناطقی موجب می‌شود که افراد از جاه‌طلبی لازم برای موفقیت برخوردار نباشند و تبدیل به انسان‌هایی تنبل و بی‌اراده بار می‌آیند و هیچ‌گونه اراده‌ای نداشته و جدیت و هدفمندی از کودکی به این‌ها آموزش داده نمی‌شود. بورديو نیز از اندیشمندانی است که بر نقش آموزش و پرورش در تداوم نابرابری و سلطه طبقات بالا بر طبقات پایین اشاره نموده است. بورديو منشأ مهم در ایجاد نابرابری و بازتولید آن را در نظام خانواده و نظام آموزشی و پیوند آن دو می‌داند؛ بنابراین اینجا مشکل فراتر از صرف دسترسی افراد فقیر به محیط‌های آموزشی است و محیط‌های آموزشی در مناطق

فقیر می‌توانند به‌عنوان دو طرف یک پیوستار در تداوم فقر و یا در زدودن فقر نقش مؤثری داشته باشند. اگر از موضع بوردیو بنگریم، می‌توان گفت که آموزش و پرورش در مناطق فقیر می‌تواند جبران کمبود تربیت خانوادگی را داشته باشد و در راه اجتماعی کردن بهنجار کودکان نقش مؤثری را ایفا نماید و اگر نقایص تربیت خانوادگی در مدارس جبران نشود، فقر مداوم خواهد بود و از نسلی به نسل دیگر منتقل خواهد شد. مشارکت‌کنندگان از دیده نشدن خود در جامعه و در نهادهای دولتی و خصوصی صحبت می‌کردند. آن‌ها از تبعیض ساختاری صحبت می‌کردند که در جامعه رواج دارد. بدرفتاری و اعمال تبعیض در همه نهادها بر آن‌ها اعمال می‌شود و این مورد موجب می‌شود که به‌تدریج آن‌ها را به انسان‌های درجه دوم تبدیل نماید. برخی از پاسخگویان خودشان را علت اصلی فقر می‌دانستند و برخی‌ها نیز بر محدودیت‌های ساختاری تأکید می‌کردند. به‌زعم محقق ساختارها در مقایسه با عامل‌ها تقدم زمانی دارند و ما ابتدا در دل ساختارها متولد می‌شویم و ساختارها بر اعمال ما الزام‌آورند؛ اما با همه این‌ها باید اذعان کرد، به‌رغم آن‌که کنش همواره در زمینه ساختاری از پیش شکل گرفته شروع می‌شود، چنین زمینه‌هایی متصلب نبوده و فرصت‌هایی را برای کنشگران ایجاد می‌نماید. در این راستا آرچر بر هویت شخصی انسان‌ها تأکید می‌کند که از طریق گفت‌وگوی درونی برای انسان حاصل می‌شود. وی بر این است که همین گفت‌وگوی درونی موجب به وجود آمدن هویت شخصی می‌شود و همین هویت شخصی نیز بر هویت اجتماعی متقدم می‌شود؛ بنابراین به‌رغم تقدم زمانی ساختارها، هیچ‌وقت انسانیت انسان‌ها از بین نمی‌رود و انسان‌ها در مقابل ساختارها از قدرت کنشگری برای تغییر و یا تداوم ساختار برخوردارند؛ بنابراین شرایط فقر به یک‌باره و برای همیشه نمی‌تواند، دوام بیاورد، هرچند ممکن است به‌سختی شرایط تغییر کند. بررسی پاسخ‌های مخاطبان نشان می‌دهد که پیامد منفی تورم متوجه طبقه متوسط بخصوص حقوق‌بگیر شده است. این گروه که بیشتر کارکنان دولت بودند، در خلال تورم فزاینده دهه اخیر جزء فقرا شده‌اند. تورم و گرانی در کنار مدیریت ضعیف اقتصادی داخل کشور، تعامل با کشورها و روابط بین‌المللی در چند سال اخیر نیز بر اقتصاد کشور اثرگذار بوده است. به نظر می‌رسد نوع تعامل سیاست خارجی با محیط بین‌المللی و تحریم‌هایی که در اثر این تعامل بر کشور تحمیل گشت، موجب به وجود آمدن تورم شده و تورم نیز موجب تحمیل هزینه‌های سنگین زندگی برای مردم شده است. به همین دلیل مشارکت‌کنندگان بر این باورند که مهم‌ترین عامل اثرگذار بر

وضعیت معیشت خانوار و افزایش خط و نرخ فقر، تحولات اقتصادی کلان در یک دهه گذشته است. به زعم محقق هنگامی که تورمی ناگهانی گریبان گیر مردم یک کشور می شود، خانوارهایی که دارائی آن ها بیشتر است از تورم منتفع شده و خانوارهایی که منبع درآمدشان حقوق ماهیانه است متضرر می شوند. با توجه به اینکه بیشتر قشر طبقات متوسط هم حقوق بگیر جامعه هستند، بیشتر تبعات تورم را نیز قشر متوسط و به ویژه حقوق بگیر جامعه تجربه نمودند؛ بنابراین عوامل ساختاری در تبیین مصاحبه ها تعیین کننده به نظر می رسند؛ زیرا این افراد علی رغم داشتن شغل رسمی و با اینکه حقوق بگیر دولت نیز بودند، اما حقوقشان کفاف زندگی آن ها را نداده و آن ها نیز سبک زندگی قبلی خود را از دست داده اند؛ بنابراین عوامل ساختاری برجسته تر می نمایاند و تبعات این عوامل ساختاری، فقط اقتصادی نخواهد بود.

در خصوص تفسیر پاسخ ها با عادت واره بوردیو، می توان گفت طبقات شهری، به لحاظ دارائی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سبک زندگی خاصی را تجربه می کنند. در این خصوص طبقات متوسط جامعه نیز به لحاظ دارائی های خود از رفاه نسبتاً متوسطی برخوردار بوده و سبک زندگی خود را نه در درون طبقات بالا و نه در درون طبقات پایین جامعه، بلکه به عنوان قشر متوسط جامعه، تعریف می کردند. نظر به اینکه از سال ۱۳۹۰ به بعد موج تورم به طور فزاینده تابه حال ادامه دار بوده است بی شک حقوق بگیران جامعه توان خرید و مصرف گذشته خود را نخواهند داشت. در این مقاله نیز بررسی نتایج مصاحبه ها نشان داد که تورم موجب شده طبقات متوسط جامعه، سبک زندگی خود را در مقایسه با سال گذشته نازل تر تعریف بکنند، کم تر از گذشته مصرف بکنند و کم تر از گذشته بپوشند و از مسافرت های فصلی و سالیانه که قبلاً بهره مند بودند، صرف نظر بکنند؛ بنابراین افرادی که سال های سال زندگی نسبتاً متوسطی داشتند و سبک زندگی خاصی را با توجه به درآمد خودشان انتخاب کرده بودند، به دلیل موج تورم ناگهانی و ادامه دار بودن آن در سال های متمادی، منجر به این شده که طبقات متوسط نتوانند از رفاهی که در گذشته داشتند، نوع سبک زندگی خود را تعریف بکنند. نتایج مصاحبه ها نشان می داد که افراد در طول سال هایی که تورم را تجربه نموده اند، پس اندازهایی که سال ها قبل جمع آوری نموده بودند، خرج هزینه های روزمره زندگی می نمایند و دیگر هیچ پس اندازی برای روزهای دشوار زندگی ندارند. مصاحبه ای که با این قشر انجام شد، نشان می دهد که مشارکت کنندگان در سکوت، فقر را در زندگی تجربه می کنند، اما به دلیل حفظ آبرو، ظواهر زندگی

قبلی خود را به سختی رعایت می‌کنند و به شکلی نجیبانه فقر خود را پنهان نگاه می‌دارند؛ بنابراین این قشر در زندگی واقعی فقر را عمیقاً تجربه می‌کنند. شاید پوشیدن لباس‌های اطو شده، رفتار توأم با احترام، زندگی در متن شهر و دارای تحصیلات عالیه بودن، شناخت این قشر را به عنوان قشر فقیر سخت می‌کند، اما بررسی پاسخ‌ها نشان داد که اگر عضوی از این خانواده‌ها با بیماری نسبتاً پرهزینه‌ای روبه‌رو باشد، توان پرداخت هزینه‌های پزشکی را نخواهند داشت. درست است که ظواهر زندگی این قشر موجب می‌شود، فقیر دیده نشوند، اما در پاسخ‌ها نشان می‌دهد که این قشر نیز فقر را در زندگی واقعی خود تجربه می‌کنند.

همچنین جامعه‌شناسی زبان بوردیو در خصوص تبیین فقر، نه خود فقرا و نه محیط پیرامونی آن‌ها، بلکه فراتر از آن‌ها به مسائل سیاسی نیز می‌پردازد. بوردیو بر این است که زبان پدیده‌ای طبیعی نیست، بلکه آمیخته به قدرت است و نوع نگاه به فقرا نیز برساخت می‌شود؛ بنابراین بوردیو به فراسوی مسائل اقتصادی فقر، به نوعی به انتقاد گفتمان فقر می‌پردازد. با نگاهی به جامعه‌شناسی زبان بوردیو می‌توان گفت که سهم عمده فقر این مردم به این واقعیت مربوط می‌شود که مکانیسم‌های نابرابری بازتولید فقر به طور نامرئی عمل می‌کنند و موجب به وجود آمدن قشر فقیر می‌شوند، اما عامدانه یا نادانسته بیشتر فرد را به دلیل فقر او سرزنش می‌کنند یا نهایتاً توجه به محیط پیرامونی فقر در نظر گرفته می‌شود. درحالی که برخی از مخاطبان از علل ساختاری و برخی نیز خود را در زندگی فقیرانه خود مقصر می‌دانستند؛ اما به واقع باید اذعان نمود که وقتی صحبت از فقرای بی‌لیاقت می‌شود، بدون توجه عمیق‌تر به علل ساختاری فقر و نابرابری، مسائل مربوط به عدالت اجتماعی نادیده گرفته می‌شوند.

منابع و مأخذ

- ابراهیمی، مهدی. (۱۳۹۴). توسعه، فقر فرهنگ و سیاست اجتماعی. فصلنامه مسائل اجتماعی ایران، ۱۶(۱)، ۱۹۱-۱۸۳. doi: 6.1.191.jspi.acadpub/10.18869
- ادیبی سده، مهدی، بهشتی سیدصمد. (۱۳۸۹). رابطه میان کنش مؤثر فردی با فقر. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۱۰(۳۹)، ۴۲۰-۳۹۱.
- اسفندیاری، اسماعیل. (۱۳۸۲). فقر و انحرافات اجتماعی؛ زمینه یا انگیزه. علوم اجتماعی. فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، ۲۱، ۷۵-۴۵.
- اسلیتر، دان و فرن تونکیس. (۱۳۸۶). جامعه بازار و نظریه اجتماعی مدرن. ترجمه حسین قاضیان، تهران: نشر نی.
- اسمیت، دیوید و وودراف. (۱۳۹۳). پدیدارشناسی. دانشنامه فلسفه استنفورد. ترجمه مسعود علیا، تهران: ققنوس.
- افراسیابی، حسین، بهارلوئی مریم. (۱۳۹۹). پیامدهای تورم در زندگی روزمره جوانان طبقه پایین، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۰(۴)، ۴۴-۲۳. doi: 10.22108/JAS.2020.118863.1771
- اعتماد، سیدمحمدکاظم، پیرایف خسرو، زارع، هاشم و ابراهیمی، مهرداد. (۱۳۹۹). تأثیر ابعاد فقر بر فقر مزمن و گذرا در ایران. پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۲۸(۹۵)، ۲۴۱-۲۱۱.
- امامی سیگارودی، عبدالحسین، دهقان نیری، ناهید، رهنورد، زهرا و علی نوری، سعید. (۱۳۹۱). روش‌شناسی تحقیق پدیدارشناسی. فصلنامه پرستاری و مامایی جامع‌نگر، ۲۲(۶۸)، ۶۳-۵۶.
- پازوکی، بهمن. (۱۳۹۹). درآمدی بر پدیدارشناسی هوسرل. تهران: مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران.
- پروری، پیمان. (۱۳۹۸). خوانشی نواز روش پدیدارشناسی؛ بنیان‌های فلسفی، رویکردها و چارچوب اجرای تحقیق پدیدارشناسی. فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی، ۱۲(۴۴)، ۱۰۶-۸۷. doi: 10.30495/JSS.2019.669587
- حمیدیان، اکرم، حزبوای، عزیز و یوسفوند، حسن‌رضا. (۱۳۹۳). فقر، نابرابری، طبقه متوسط در ایران. فصلنامه توسعه اجتماعی، ۹(۱)، ۶۶-۳۷. doi: 20.1001.1.25383205.1393.9.1.2.1
- حبیب‌زاده، حسین، الحانی، فاطمه، انوشه، منیره و حمیدرضا عمرانی. (۱۳۸۸). بررسی درک بیماران از کبد چرب: مطالعه پدیدارشناسی. فصلنامه دانشکده پرستاری و مامایی ارومیه، ۷(۴)، ۲۱۶-۲۱۰.
- چناری، مهین. (۱۳۸۶). مقایسه هوسرل، هایدگر و گادامر با محک روش‌شناسی. فصلنامه پژوهش‌های فلسفی-کلامی، ۹(۲)، ۱۳۸-۱۱۳. doi: 10.22091/PFK.2007.162
- خوش‌آمدی، مرتضی. (۱۳۸۸). بررسی ابعاد گفتمانی فقر با استفاده از چارچوب نظریه بوردیو. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.
- زهاوی، دان. (۱۳۹۳). پدیدارشناسی هوسرل. ترجمه مهدی صاحبکار و ایمان واقفی، تهران: بهمن.
- زیدی، راضیه، و سهیلا، پروین. (۱۳۸۰). اثر سیاست‌های تعدیل بر فقر و توزیع درآمد مطالعه موردی: سیاست‌های

- برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران. فصلنامه تحقیقات اقتصادی، ۳۶(۱) ۱۴۶-۱۱۳. doi:20.1001.1.00398969.1380.36.1.5.3
- دارتینگ، آندره. (۱۳۷۳). پدیدارشناسی چیست؟ ترجمه محمودنوالی. تهران: سمت.
- داس، وینا. (۱۴۰۰). رنج، سلامتی، بیماری، فقر، ترجمه نرگس خالصی مقدم. تهران: همشهری ریتزر، جورج. (۱۳۹۷). نظریه جامعه‌شناسی. ترجمه هوشنگ ناییبی، انتشارات: نشر نی.
- ساکالوفسکی، رابرت. (۱۳۸۴). درآمدی بر پدیدارشناسی. ترجمه محمدرضا قربانی، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- سرتیپی‌پور، محسن. (۱۳۹۰). پدیدارشناسی مسکن روستایی. فصلنامه مسکن و محیط روستا، ۳۰(۱۳۳)، ۱۴-۳.
- سوئدبرگ، ریچارد و مارک گرانووتر. (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی اقتصادی: ساخت اجتماعی و کنش اقتصادی، ترجمه علی اصغر سعیدی. تهران: تیسار.
- شهیدی، زهرا و زهراکاوایی. (۱۴۰۰). مجموعه گزارش‌های پایش فقر (پایش فقر در سال ۱۳۹۹). تهیه‌شده در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، دفتر مطالعات رفاه اجتماعی با همکاری مرکز پژوهش‌های مجلس اسلامی.
- عباس‌زاده، محمد و فرهاد شمسی‌متن. (۱۳۹۹). دقت‌مندی در تحقیقات کیفی. فصلنامه جامعه‌شناسی ایران، ۲۱(۲)، ۹۵-۶۷. doi: 20.1001.1.17351901.1399.21.2.3.4
- کاوهر، اشتفان، آنتونی چمر و. (۱۳۹۹). پدیدارشناسی. ترجمه ناصر مؤمنی. تهران: پگاه روزگار نو.
- کرمی‌نژاد، احمد. (۱۳۹۲). بررسی انتقادی عاملیت و ساختار در اندیشه متفکران جامعه‌شناسی از نگاه اندیشه دینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم.
- کوهی رستمی، منصور، پورخلیل‌ندا. (۱۳۹۷). جستاری در مفهوم فقر اطلاعاتی، تعامل انسان و اطلاعات، ۵(4) 50-63. doi: 20.1001.1.24237418.1397.5.4.5.9.63-50(4)5
- گرینزپان، آلیاندرو. (۱۳۸۲). سیاست‌های فقرزدائی، راهبردهای مبارزه با فقر در کشورهای درحال توسعه، ترجمه ناصر موفقیان. تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری چاپ بیست و دوم، تهران: نشر نو.
- لوئیس، اسکار. (۱۳۵۳). فرهنگ فقر. ترجمه مهدی ثریا، نامه علوم اجتماعی، ۴، ۲۵-۷.
- محمدزاده، پرویز؛ فیروز فلاحی و صمد حکمتی فرید. (۱۳۸۹). بررسی فقر و عوامل تعیین‌کننده آن در بین خانوارهای شهری کشور. فصلنامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی، ۱(۲)، ۶۴-۴۱.
- مرتضوی امیری، سیده الهام. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ فقر در بین جوانان شهر بابل. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- موسایی، میثم، یوسف کرمی. (۱۳۸۷). نقش وجوهات شرعی در تأمین اجتماعی. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ

ارتباطات، ۹(۲)، ۲۳۳-۱۹۹.

نقیب‌زاده، احمد، فاضلی، حبیب‌الله. (۱۳۸۵). درآمدی بر پدیدارشناسی به‌مثابه روشی علمی. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱(۲)، ۵۴-۳۰.

Osborne, J. (1994). Some similarities and differences among phenomenological and other methods of psychological qualitative research. *Canadian Psychology*, 35(2), 167-189.

Archer, M., Morgan, J. (2020). Contributions to realist social theory: an interview with Margaret S. Archer. *Journal of Critical Realism*. 19 (2). pp. 179-200. ISSN 1476-7430.

doi: <https://doi.org/10.1080/14767430.2020.1732760>

Archer, M. (1983). *Process without System: Basil Bernstein and Pierre Bourdieu*. *Archives Europeennes De Socyologie*. (24), pp.196-221.

Archer, M. (2003). *Structure, Agency and the Internal Conversation*. Cambridge university press, New York. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139087315>

Ali, S., Ohls, C., Parker, G., & Walker, R. (2018). Rationalizing poverty in New York: Tales from the middle class. *Journal of Poverty*. 22(4), 310-333. doi: [10.1080/10875549.2017.1419530](https://doi.org/10.1080/10875549.2017.1419530)

Bray, R., De laet, M., Godinot, X., Ugarte, A., & Walker, R. (2020). Realising poverty in all its dimensions: A six-country participatory study. *International Movement ATD Fourth World, France c Beijing Normal University, University of Oxford, UK* 134(4):105025. DOI:10.1016/j.worlddev.2020.105025

Johnson, J. w. (2020). *Invisible Poverty: Awareness, Attitudes, and Action* (Doctor of Ministry Theses). https://digitalcommons.luthersem.edu/dmin_theses.

Pels, J., Sheth, N. J. (2021). Serving the invisible poor: Segmenting the market. *Journal of Global Market*. 1-13. 270-281. doi: [10.1080/08911762.2021.1886386](https://doi.org/10.1080/08911762.2021.1886386)

Christian, S., Beycan, T., & Ravazzini, L. (2018). *Sociological Perspectives on Poverty*. The Cambridge Handbook of Sociology. <https://www.cambridge.org/core/terms>. <https://doi.org/10.1017/9781316418376.039>.

Thomas, M., Jeffrey J. S. (2018). *The Oxford Handbook of Pierre Bourdieu*. Oxford Handbooks Online. doi: [10.1093/oxfordhb/9780199357192.001.0001](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199357192.001.0001)

King, A. (2010). The odd couple: Margaret Archer, Anthony Giddens and British social theory. *The British Journal of Sociology*. 61(1) 253-260. doi: [10.1111/j.1468-4446.2009.01288](https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2009.01288).

Designing and Validation of Cultural Literacy Framework for Elementary School Teachers

Zhila Heidari Naghd Ali, Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Farhangiyani University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

Email: zh.heidari@cfu.ac.ir

Mohammad Javdani, Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Farhangiyani University, Tehran, Iran. Email: fmjavdani@yahoo.com

Amin Bagheri Kerachi, Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Farhangiyani University, Tehran, Iran. Email: bagherikerachi@gmail.com

Jahangir Zar, MSc of Curriculum Development, General Department of Education of Fars Province. Email: j.zar1352@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to design and validate the cultural literacy framework for elementary school teachers. This research was conducted by sequential explanatory strategy. The thematic analysis method was used in the qualitative part. Potential participants were academic experts in the 1399 academic year who among them 11 participants were identified using Snowball sampling method. The authenticity of the data (validity and reliability) in the qualitative part was ensured by using the technique of investigator triangulation and trustworthiness. Thematic analysis was used to analyze the qualitative data; In the quantitative part, descriptive survey method was used and confirmatory factor analysis was used for validity and Cronbach's alpha coefficient was used to confirm reliability. Findings of the qualitative section includes 1020 basic conceptual propositions, 3 main components, ten criteria and 85 indicators that by drawing the relationships between them, the conceptual framework of teachers' cultural literacy was formed. At the end of the qualitative section, based on the initial framework obtained from this section, a questionnaire was developed and using it, the opinions of 200 elementary school teachers in district one of Shiraz city regarding the relationship and appropriateness of the components of the framework were received. Confirmatory factor analysis on the data of the quantitative section confirmed the framework derived from the results of the qualitative section, and based on this, the proposed framework of cultural literacy of elementary school teachers was approved. This framework can be used as a tool for measuring cultural literacy as well as designing professional development programs for elementary school teachers.

Keywords

Cultural literacy, Elementary school teachers, Designing, Validation.

طراحی و اعتباریابی چارچوب سواد فرهنگی معلمان دوره ابتدایی

ژیلا حیدری نقدعلی^۱، محمد جاودانی^۲، امین باقری کراچی^۳، جهانگیر زر^۴

چکیده

پژوهش پیش رو با هدف طراحی و اعتباریابی چارچوب سواد فرهنگی معلمان دوره ابتدایی و با رویکرد آمیخته از نوع اکتشافی متوالی انجام شد. در بخش کیفی، از روش تحلیل مضمون استفاده شد. مشارکت کنندگان بالقوه بخش کیفی متخصصان دانشگاهی در سال تحصیلی ۱۳۹۹ بودند که از میان آنها یازده نفر به شیوه هدفمند از نوع گلوله برفی انتخاب شدند. اصالت و صحت داده‌ها در بخش کیفی با زاویه‌بندی تحلیلی و بررسی قابلیت اعتمادپذیری داده‌های پژوهش تأمین شد و برای تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل مضمون استفاده شد. در بخش کمی، روش توصیفی از نوع پیمایشی به کار گرفته شد و از تحلیل عامل تأییدی برای روایی و از ضریب آلفای کرونباخ برای تأیید پایایی استفاده شد. یافته‌های بخش کیفی شامل ۱۰۲۰ گزاره مفهومی اولیه، ۳ مؤلفه اصلی، ۱۰ ملاک و ۸۵ نشانگر بود که با ترسیم روابط بین آن‌ها، چارچوب مفهومی سواد فرهنگی معلمان شکل گرفت. در پایان بخش کیفی، براساس چارچوب اولیه حاصل از این بخش، پرسشنامه‌ای در خصوص ارتباط و تناسب اجزای چارچوب تنظیم شد و در اختیار ۲۰۰ نفر از معلمان دوره ابتدایی ناحیه یک شهر شیراز قرار گرفت. تحلیل عامل تأییدی بر داده‌های بخش کمی چارچوب پیشنهادی برآمده از یافته‌های بخش کیفی را تأیید کرد. از این چارچوب می‌توان در سنجش سواد فرهنگی و نیز طراحی برنامه‌های توسعه حرفه‌ای معلمان دوره ابتدایی بهره گرفت.

واژگان کلیدی

سواد فرهنگی، معلمان ابتدایی، طراحی، اعتباریابی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۴

zh.heidari@cfu.ac.ir

۱. استادیار گروه آموزش علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

m.javdani@cfu.ac.ir

۲. استادیار گروه آموزش علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

bagherikerachi@cfu.ac.ir

۳. استادیار گروه آموزش علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

j.zar1352@gmail.com

۴. کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی، ابواب جمعی اداره کل آموزش و پرورش فارس.

مقدمه

پیشرفت سریع فناوری و تحولات ناشی از پدیده جهانی شدن دگرگونی‌های اجتماعی را به دنبال داشته است. بروز این دگرگونی‌های اجتماعی در انسجام و پیوستگی واحدها و مؤلفه‌های فرهنگی جامعه تأثیر گذاشته است؛ به این ترتیب که جزئی از فرهنگ به سرعت تغییر کرده، ولی اجزای دیگر تغییر نیافته یا تغییرات آن‌ها بسیار کند و مقطعی بوده و به بروز پدیده تأخر یا پس افتادگی فرهنگی منجر شده که نمونه‌ای از جنبه‌های آسیب‌پذیری فرهنگی اجتماعی جامعه است. این امر گریبان‌گیر نظام آموزشی کشور نیز هست؛ چراکه سیاست آموزشی هر جامعه نمی‌تواند جدا از فرهنگ و سابقه تمدنی و مکتب و سنت علمی آن باشد (فرجی ارمکی، ۱۳۸۶).

مرور کارکردهای نظام آموزشی (شامل انتقال فرهنگ و میراث فرهنگی به نسل جدید، جامعه‌پذیری، پرورش و رشد خلاقیت، تربیت و تأمین نیروی انسانی جامعه) نیز گویای آن است که جوهره اصلی کارکردهای نظام آموزشی ماهیتی فرهنگی دارد (نگاهداری، ۱۳۸۷).

مدرسه به عنوان محور عمده توسعه فرهنگ و افزایش سواد فرهنگی در جامعه می‌تواند با آموزش‌های لازم تأخر یا پس افتادگی فرهنگی جامعه را جبران کند. درواقع، مدرسه و نظام آموزشی تنها متولی انتقال سواد در جنبه سواد پایه (خواندن، نوشتن و حساب کردن) یا سواد تخصصی (فیزیک، شیمی، علوم و نظیر آن) نیستند؛ بلکه پرورش جنبه‌های عام سواد همچون سواد سیاسی، سواد اقتصادی و مهم‌تر از آن سواد فرهنگی نیز در مدرسه و از سوی معلمان صورت می‌پذیرد.

معلمان در گسترش سواد فرهنگی نقش کلیدی دارند. مهم‌ترین عامل کیفیت تعاملاتی است که میان معلمان و دانش‌آموزان روی می‌دهد. عناصر این تعامل دانش و مهارت و نگرش معلم، از یک سو، و انتظارات یادگیری و وضعیت اقتصادی و اجتماعی و ویژگی فرهنگی یادگیرندگان، از سوی دیگر، هستند که در توسعه یا تأخر فرهنگی در جامعه تأثیر بسزایی دارند.

از نظر گراف^۱ ارتقای سواد فرهنگی موقعیتی قدرتمند ایجاد کرده و تقابل نسل‌ها و طبقات و گروه‌های اجتماعی را حل می‌کند (Graff, 1989).

محمدی (۱۳۹۴) معتقد است عامل اصلی بقای هر جامعه‌ای سواد فرهنگی است. در جامعه با سواد فرهنگی آسیب‌هایی چون نابودی جنگل‌ها، خشکباری دشت‌ها، آلودگی‌های زیست‌محیطی، ویرانی میراث فرهنگی و آسیب‌های اجتماعی مجال بروز نخواهد یافت.

به منظور تحقق بسترهای لازم برای ارتقای سواد فرهنگی جامعه و نیل به پیامدهای مطلوب آن، هماهنگی و همسویی نخبگان فرهنگی با نیازهای فرهنگی جامعه ضرورت دارد. جامعه باید بتواند نیازهای فرهنگی خویش را در رهگذر حیات و حرکت اجتماعی بازشناسد و آن‌ها را از تظاهرات و تمایلات کاذب یا گذرا تفکیک کند و قدرت پاسخگویی به این نیازها و بهره‌گیری از آن‌ها را در جهت رشد و کمال معنوی و مادی دارا باشد (شیخ حسنی و همکاران، ۱۳۹۱). در این زمینه نتایج پژوهش‌های مختلف نشان‌دهنده نقش حیاتی معلمان، به عنوان پیش‌تازان عرصه فرهنگ، در پاسخگویی به نیازهای فرهنگی جامعه است. مهندسی فرهنگی نظام آموزشی تقلیدی از مغرب‌زمین است. نظام آموزشی کنونی برای تأمین نیازهای تخصصی توسعه اقتصادی طراحی و ایجاد شده است. این نظام آموزشی بر محور تعلیم و تربیت مطلق یا تعلیم و تربیت اخلاقی انسانی طراحی نشده؛ بلکه هدف اصلی آن آموزش مهارت‌های فنی و علمی لازم و تأمین نیروهای تخصصی برای دستیابی به توسعه یافتگی است (آوینی، ۱۳۸۶).

روشن است که نظام آموزشی موجود نمی‌تواند ما را به چشم‌انداز تعالی برساند؛ چراکه اصولاً برای چنین منظوری وضع نشده است. باید نظام آموزشی موجود براساس چشم‌انداز تعالی و از طریق مهندسی فرهنگی بازآفرینی شود و جزء جزء آن اصلاح شود (مختاریان‌پور، ۱۳۸۷). از این رو، عمده‌ترین وظیفه دستگاه‌های فرهنگی تبیین و آموزش فرهنگ هدف است. تبیین فرهنگ به این معناست که ماهیت و چیستی فرهنگ بعد از شناسایی متفکران و فرهنگ‌شناسان از طریق آموزش و تبلیغ به ذهن آحاد جامعه (در سطوح مختلف) منتقل شود تا از طریق فرایند جامعه‌پذیری زمینه‌های ترویج فرهنگ هدف فراهم شود (فرهی بوزنجانی، ۱۳۸۷). در این مسیر، تقویت و گسترش سواد فرهنگی معلمان، به‌ویژه در دوره ابتدایی، اساس مهندسی فرهنگی نظام آموزشی است. هالبرت و چیگزا^۱ براساس نتایج پژوهش خویش بر این باورند که برای تقویت ارزش‌های خاص عدالت اجتماعی و نسبیت فرهنگی لزوم توجه به مباحث سواد فرهنگی معلمان در دوره پیش از خدمت ضروری است. محققان در تبیین ساختارها و چارچوب برنامه درسی برای سواد فرهنگی معلمان با اتکا به مطالعات و برنامه درسی استرالیا نتیجه‌گیری می‌کنند که توجه به وقایع ملی و جهانی، تحلیل انتقادی، ساختارهای فرهنگی، انعطاف‌پذیری، تنوع اجتماعی و فرهنگی، قومیت و نژاد، همدلی و گفت‌وگو بین فرهنگی، شهروند باسواد فرهنگی و جهانی، درک پیچیدگی فرهنگ، آگاهی از کلیات

فرهنگی داخلی (مبتنی بر ارزش‌ها) و خارجی (مبتنی بر سبک زندگی)، روابط متقابل پیچیده زبان و فرهنگ، تنوع فرهنگی و شناخت خود از جمله مؤلفه‌های سواد فرهنگی در برنامه درسی معلمان پیش از خدمت است (Halbert & Chigeza, 2015).

جاروسینسکی^۱ با بررسی منابع فرهنگی برای آموزش معلمان که با دانش‌آموزان با تنوع فرهنگی سروکار دارند، نشان داد که همه معلمان باید در آموزش خود به زمینه‌های متنوع فرهنگی و زبانی توجه کنند؛ به ارزیابی برنامه‌های درسی بپردازند؛ متناسب با فرهنگ‌ها و گفتمان دانش‌آموزان آموزش دهند؛ با اتخاذ رویکردهای مناسب همه فرهنگ‌ها و قومیت‌ها را به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر فرهنگ بزرگ‌تر ارج نهند؛ محتوا را با تجارب و زندگی واقعی دانش‌آموزان ارتباط دهند؛ تنوع فرهنگی دانش‌آموزان را به نمایش بگذارند و پیشرفت تحصیلی آن‌ها را مورد توجه قرار دهند. این مهم زمانی به دست می‌آید که معلمان واجد صلاحیت سواد فرهنگی باشند. نابرخورداری معلمان از سواد فرهنگی لازم پیامدهایی چون احساس حقارت و بی‌ارزشی را در دانش‌آموزان در پی داشته است. معلم با سواد فرهنگی از نظر نژاد، قوم، سیاست، اقتصاد، هنر، معماری و غیره می‌تواند به تنوع فرهنگی دانش‌آموزان توجه کند و یادگیری آنان را تسهیل کند (Jarosinski, 2018).

جمالی، صادق‌زاده قمصری، صالحی امیری و فرمehنی فراهانی (۱۳۹۸) در پژوهش خود، با در نظر گرفتن اینکه در جهان امروز محتوا و صورت زندگی در ابعاد مختلف شکلی فرهنگی به خود گرفته است، بر اهمیت مدیریت فرهنگی تأکید کرده و به تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها در زمینه مدیریت ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران پرداخته‌اند. افت شدید اعتبار گروه‌های مرجع فرهنگی و ارزشی در کشور، ناتوانی در معرفی و تبلیغ الگوهای مناسب و شایسته فرهنگی برای نسل نو، مصادره فرهنگی حوزه‌های پویایی و نشاط ملی توسط عوامل غیرخودی و پرهزینه‌سازی فعالیت فرهنگی در عرصه فعالیت‌های اجتماعی از جمله تهدیدهای شناسایی شده از سوی مخاطبان ذکر شده است.

مرور پیشینه خارجی پژوهش از توجه به نقش معلمان در توسعه سواد فرهنگی حکایت دارد. بررسی پیشینه پژوهش در ایران نشان‌دهنده اهمیت سواد فرهنگی و لزوم تسری آن به حوزه فرهنگ عمومی (فرمehنی فراهانی، ۱۳۹۷) و لزوم معرفی و تبلیغ الگوهای مناسب و شایسته فرهنگی برای نسل نو و پیشگیری از پرهزینه‌سازی فعالیت فرهنگی در عرصه فعالیت‌های اجتماعی (جمالی و همکاران، ۱۳۹۸) است؛ اما، آنچه در این میان مغفول

1. Jarosinski, T.

مانده توجه به عامل کلیدی معلمان به عنوان مهم ترین عناصر تأثیرگذار در حوزه فرهنگ عمومی و برخوردار از اعتبار لازم در جامعه و نقش الگویی در فرهنگ سازی در جامعه است. نتایج پژوهش احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) گواهی دیگر بر این غفلت است. یافته های این پژوهش به عواملی چون برنامه های درسی، مدیریت کلان آموزش و پرورش، خانواده، تجهیزات آموزشی، فناوری و رسانه ها اشاره می کند، غافل از اینکه عنصر کلیدی در اجرای همه این تصمیمات معلمان هستند. در حقیقت، «مهندسی فرهنگی نظام آموزشی باید شامل هر چهار مؤلفه این نظام، یعنی معلم و استاد، دانش آموز و دانشجو، محتوای آموزشی و ساختار آموزشی باشد» (نگاهداری، ۱۳۸۷).

بررسی های صورت گرفته در خصوص برنامه های مدوّن و مصوب آموزش و پرورش نشان می دهد آموزش و پرورش برای ایجاد و ارتقای سواد فرهنگی در بین دانش آموزان هیچ گونه الگو و مدلی ندارد و صرفاً براساس تصمیمات مقطعی عمل می کند و در صورت تدوین برنامه های بلندمدت از هیچ گونه مدلی برای سواد فرهنگی استفاده نمی کند. به نظر می رسد آموزش و پرورش بخش اعظم انتقال سواد فرهنگی به دانش آموزان را نادیده گرفته است (احمدی پور و همکاران، ۱۳۹۹).

با توجه به اهمیت نقش کلیدی معلمان در توسعه سواد فرهنگی آحاد جامعه به ویژه دانش آموزان، این مهم زمانی چالش برانگیز است که دانش آموزان باید برای جامعه ای پرورش یابند که با رشد و تغییر فزاینده در تمام عرصه ها روبه روست. در این وضعیت، آنان نیازمند کارآمدی های خاص فرهنگی هستند تا بتوانند دانستنی های اساسی خود را عمق بخشند و به گردآوری و استفاده کارآمد از آن ها مبادرت ورزند. از سوی دیگر، تنوع فرهنگی در بین دانش آموزان و وجود خرده فرهنگ های بومی و منطقه ای لزوم شناخت ابزارهایی برای ارزیابی و آموزش معلمان در موضوع سواد فرهنگی را ضروری می نماید. اگر معلمان سواد فرهنگی کافی نداشته باشند، توسعه فرهنگی به کندی صورت می گیرد. از این رو، جامعه به معلمی با سواد فرهنگی گسترده نیاز دارد تا بتواند پاسخگوی نیازهای فرهنگی دانش آموزان باشد و در توسعه فرهنگی جامعه نقش بارزتری ایفا کند. این مهم با شناسایی شاخصه ها و اجزای سواد فرهنگی معلمان امکان پذیر است. این شاخصه ها، به رغم نقش کلیدی شان، تاکنون مغفول مانده اند. بنابراین، سؤال اصلی پژوهش این است که چارچوب سواد فرهنگی معلمان دوره ابتدایی چیست و آیا این چارچوب از اعتبار لازم برخوردار است.

مبانی نظری و چارچوب مفهومی پژوهش

وسعت و قلمرو فرهنگ به وسعت حیات اجتماعی انسان است و تمامی ذخایر و میراث‌های اندیشه و دست انسان از آغاز تا به امروز را شامل می‌شود. ازاین‌رو، وسعت قلمرو موضوعی و انسان‌شمول‌بودن فرهنگ ممکن است باعث شود خصوصیات مشترکی میان فرهنگ‌ها با تمدن، جامعه، شخصیت، نژاد و... پدید آید.

تیلور در کتاب خود به نام فرهنگ/ ابتدایی تعریف جامعی از فرهنگ ارائه داده است: «فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای است شامل معارف، معتقدات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن، باور و سرانجام تمام عادات، رفتار و ضوابطی که فرد به‌عنوان عضو جامعه خود آن را فرامی‌گیرد و در برابر آن جامعه، وظایف و تعهداتی بر عهده دارد. فرهنگ مجموعه‌ای از باورها و رفتارهای گروه‌های انسانی است» (روح‌الامینی، ۱۳۶۸: ۱۷).

از نظر تیلور، فرهنگ کلیت زندگی اجتماعی انسان است و خصلتی جمعی دارد؛ به‌علاوه، فرهنگ جنبه اکتسابی دارد و موروثی نیست و عامل زیست‌شناسی (بیولوژیک) در آن نقشی ندارد. بدین معنا، انسان بی‌فرهنگ و جامعه بی‌فرهنگ در کار نیست؛ زیرا زندگی اجتماعی یعنی با هم زیستن و با هم زیستن به معنای در فرهنگ زیستن است. زیستن در ابتدایی‌ترین قبیله یا بزرگ‌ترین و پیچیده‌ترین جامعه فئورانه مدرن از این نظر یکسان است؛ اگرچه هریک از سازه‌های فرهنگ از نظر صورت و معنا یا سادگی و پیچیدگی در جوامع گوناگون با هم تفاوت‌های اساسی دارند (آشوری، ۱۳۸۱).

فرهنگ همچون زبان از ویژگی‌های جوامع انسانی است. فرهنگ روند «آرمان‌گرا» دارد و دربرگیرنده آن دسته از الگوهای ایدئالی و هنجارهای رفتاری است که برحسب آن اعضای جامعه تلاش می‌کنند و این هنجارها و ایدئال‌ها را می‌پذیرند و سعی می‌کنند خود را به آن آرمان نزدیک کنند. به این اعتبار می‌توان گفت که فرهنگ کارکردی آموزشی‌پرورشی را نیز در ماهیت خود نهفته دارد و باید‌ها و ارزش‌ها را در جامعه مشخص می‌کند و افراد می‌آموزند چه باید بدانند و چه باید انجام دهند و این‌چنین می‌توان مدعی بود که فرهنگ خالق نظام آموزشی است (حبیبی، ۱۳۹۱).

تعلیم و تربیت انسان‌ها در فرهنگ‌ها و زمان‌های مختلف به‌صورت‌های متفاوتی اعمال می‌شود که به‌نوعی مؤثربودن بستر فرهنگی را بر تعلیم و تربیت نشان می‌دهد. مدرسه مانند سایر مؤسسات اجتماعی هدف و طرز عمل و وظیفه و روش کار خود را از جامعه و فرهنگ حاکم بر آن می‌گیرد و نوع تعلیم و تربیتی که جوان دریافت می‌کند کیفیت آن جامعه را تعیین می‌کند (شریعت‌مداری، ۱۳۸۱). آنچه مسلم است این ارتباط

و تأثیرپذیری از قوت برخوردار است. چنان‌که از نظر مایکل سدلر، مسائل خارج از مدرسه از درون آن مهم‌ترند؛ درواقع، مسائل خارج از مدرسه اداره‌کننده و توضیح‌دهنده مسائل درونی آن‌اند. آموزش و پرورش به‌خودی‌خود یک مسئله نیست؛ بلکه جزء لاینفک مسئله اجتماع است. در حقیقت، مسئله اجتماع خود مسئله‌ای اخلاقی است (لوتان، ۱۳۷۸: ۱۲)؛ اما درعین‌حال، مدرسه و نوع آموزش آن نیز اثری خاص در زندگی اجتماعی ملت دارد. هیچ نهاد آموزشی حتی در توصیفی‌ترین تعاریف و تعبیر سیاسی و توسعه‌ای فارغ از اهداف و مأموریت‌ها و زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه خود نیست و مدرسه به‌عنوان مهم‌ترین نهاد آموزشی و مؤسسه اجتماعی با جامعه و فرهنگ آن بده‌بستان و ارتباط متقابل دارد (خانیکی، ۱۳۸۱).

ارتباط‌گرفتن با دیگران و درک نمادهای یک فرهنگ بر اثر آموزش و پرورش امکان‌پذیر می‌شود. دسترسی به فرهنگ و تفکر درباره آن و بازبینی و نقادی آن و درعین‌حال اشاعه و توسعه این فرهنگ – همگی منوط به آموزش و پرورش است (شکوهی، ۱۳۶۹). آموزش و پرورش، در عین آنکه رسالت شناساندن سنن تاریخی و فرهنگی و مذهبی جامعه و کمک به حفظ آن‌ها را دارد، رسالت توجه به نیازهای جامعه متحول و مدرن را نیز دارد. بدین ترتیب، آموزش و پرورش، ضمن اینکه در پذیرش و نفوذ دادن ابعاد مثبت و سازنده فرهنگ جهانی نقش دارد که به‌خصوص از طریق رسانه‌های آموزشی می‌تواند وارد شود، در حفظ هویت فرهنگی جامعه در مقابل الگوهای مصرفی و تحمیلی، که از طریق فرایند جهانی‌سازی الگوسازی می‌شود، می‌تواند نقش پالایش‌دهنده و آگاه‌کننده داشته باشد. آموزش و پرورش می‌تواند فرهنگ‌سازی کند و در اعتلای فرهنگ عامی نقش داشته باشد، ضمن اینکه آموزش و پرورش معمولاً فرهنگ کتابی «فرهنگ ادبی» را برای افراد شایسته آن حفظ می‌کند. با توجه به آنچه گفته شد، یکی از کارکردهای آموزش و پرورش ایجاد و بسط فرهنگ برای اکثریت است (فرمehنی فراهانی و صباغ اسماعیلی، ۱۳۹۵).

آموزش و پرورش قدرت ابزارسازی انسان را ارتقا می‌دهد که یکی از مؤلفه‌های اصلی فرهنگ است. نقش محوری مدرسه در اشاعه و توسعه فرهنگ نهفته است. انسان‌ها محرک توسعه در جامعه و فرهنگ هستند؛ پس اگر انسان‌ها خوب آموزش دیده باشند، زمینه حرکت به‌سوی نوسازی فراهم خواهد شد.

با توجه به اهمیت و نقش یادگیری فرهنگ، برخورداری نسل‌های مختلف جامعه و همه قشرها از سواد فرهنگی ضرورت پیدا می‌کند. هر جامعه‌ای که به نقش فرد اهمیت می‌دهد و مشارکت افراد در آن مهم باشد بسترهای پرورش سواد فرهنگی را فراهم

می‌کند. سواد فرهنگی شناخت یک فرد است از پیشینه یا تاریخ جامعه خود و جامعه جهانی، جغرافیای خود و جغرافیای جهانی، مناسبات اجتماعی و شناخت نشانه‌های فرهنگی و واکنش بایسته و شایسته به آن (فرمینی فراهانی و صباغ اسماعیلی، ۱۳۹۵). مفهوم سواد فرهنگی موضوع بحث در جامعه پژوهشی از دهه ۱۹۸۰ بوده است. مفهوم سواد فرهنگی و به‌طور کلی سواد، که محقق آمریکایی اریک هیرش^۱ استفاده کرده است، از سطح پایه خواندن و نوشتن و حساب کردن (ریاضیات) به سطح متفاوتی از دانش مبتنی بر ارزش تغییر یافته است. درحالی که در کشورهای توسعه‌نیافته سواد به معنای سنتی آن چالشی برای آموزش باقی می‌ماند، در کشورهای توسعه‌یافته و مکان‌های چندفرهنگی و پدیده‌های ژئوپلیتیکی، مانند اتحادیه اروپا، مفهوم سواد فرهنگی پاسخی به الزامات همزیستی پایدار جامعه است (Hirsch, 1983).

سواد فرهنگی به تعریف هیرش به معنای دار بودن آن اطلاعات پایه است که برای بقا در دنیای مدرن موردنیاز است و تمام دامنه‌های فعالیت‌های انسانی را، از ورزش گرفته تا علم، در بر می‌گیرد و در طبقه اجتماعی فرد محدود و محصور نمی‌شود؛ بلکه کاملاً برعکس آن است. دو برداشت متفاوت در خصوص سواد فرهنگی وجود دارد. برداشت اول تعریفی ایستا از این مفهوم عرضه می‌کند که به فهرست کردن همه مفاهیم یا اطلاعات اساسی یا پایه که یک فرد باید بداند منتهی می‌شود: از آشنایی با نشانه‌های موجود در خیابان گرفته تا رویدادهای مهم تاریخی و همچنین توانایی در استفاده از اصطلاحات رایج، تکیه کلام‌ها، شناخت مجموعه ادبیات اصیل (شعر کلاسیک و نو و رمان‌های اصیل) و فرهنگ عامه‌پسند. بدین ترتیب، از این دیدگاه سواد فرهنگی عبارت است از مجموعه اطلاعات یا آگاهی‌های فرهنگی که خوانشگران کارآمد متعلق به یک فرهنگ باید از آن برخوردار باشند. بدیهی است برخورداری از چنین آگاهی‌هایی شرط لازم برای ورود به گفت‌وگوی منطقی با دیگران است (Hirsch, 1987).

هیرش از این دانش رایج متعارف به‌عنوان سواد فرهنگی یاد می‌کند و معتقد است که مردم بدون آن نمی‌توانند اطلاعات ارائه‌شده در رسانه‌ها را درک کنند. درک اطلاعات منتشرشده در رسانه‌ها ابزاری ضروری برای مشارکت کشور در فرایندهای عمومی تفسیر می‌شود. هیرش بیان می‌کند که این دانشی فرازبانی است. این محقق آمریکایی استدلال می‌کند که این پدیده برای معلمان زبان خارجی کاملاً شناخته شده است؛ اما دقیقاً همین روند زمانی در جریان است که فرد درباره فرهنگ ملی و به زبان مادری خود بیاموزد. به گفته این محقق، مدارس معمولاً فرهنگ‌پذیری را در

نظر می‌گیرند؛ یعنی، دانش مشترکی که خوانندگان باید داشته باشند. این دانش از موضوعات تحت کنترل آموزش و پرورش تشکیل شده است و انتقال آن یکی از اهداف کشور برای فرهنگ‌سازی است. برای این منظور، هیرش یک فرهنگ لغت سواد فرهنگی ارائه کرد که شامل مهم‌ترین مفاهیم، نام‌ها، عبارات و رویدادهایی بود که به نظر او دانش‌آموزان پس از فارغ‌التحصیلی باید بدانند (Hirsch, 1983).

اما، چنین تلقی ایستایی در دنیای در حال تحول امروز که شهروندان آن به کارآمدی بین‌فرهنگی نیازمندند کافی نیست و رویکرد هیرش با انتقادهایی مواجه شده است. یکی از منتقدان او کریستنبری^۱ معتقد است که درک سواد فرهنگی به عنوان دانش فرهنگ غالب و الزام دانش‌آموزان و جامعه به به اشتراک گذاری دانش مشترک و خاص به عنوان سنگ بنای سواد فرهنگی رویکرد نخبه‌گرایانه است. دانش‌آموزان باید مهارت‌های خواندن انتقادی را به جای تشخیص مجموعه‌ای از مفاهیم تثبیت شده از متون ادبی توسعه دهند. این انتقاد از رویکرد سواد فرهنگی هیرش براساس اولویت او در ارائه تعریف کلمات به جای معنای متن است (Christenbury, 1989).

برودی^۲ نیز در اهمیت دانستن نام‌ها و رویدادها در سواد فرهنگی تردید می‌کند. از نظر او، سواد فرهنگی حافظه تداعی گر اصطلاحات مبهم نیست؛ بلکه درک عمیق آرمان‌ها و ایده‌های انسانی را در بر دارد. او همچنین بر انتخاب ادبیات کلاسیک، که در فرهنگ لغت هیرش رتبه بالایی دارد، تمرکز می‌کند و ادعا می‌کند که اگرچه دانش کلاسیک و آموزش به هم مرتبط هستند، سواد فرهنگی بسیار فراتر از ادبیات کلاسیک و فرهنگ لغت هیرش است. او سواد فرهنگی را با مطالعه انسان‌گرایی مقایسه می‌کند و استدلال می‌کند که اگر آثار ادبیات کلاسیک به فرایند شکل‌گیری سواد فرهنگی کمک می‌کند، باید همراه با ابعاد فکری و اخلاقی و زیبایی‌شناختی آموزش داده شود (Broudy, 1990).

از نظر آنسون^۳، در مفهوم سواد فرهنگی این ایده مغفول مانده است که فرد با سواد علاوه بر شناخت حقایق باید بتواند درک کند که چرا رویدادی خاص نقش فرهنگی مهمی دارد. شیوه پیشنهادی وی در آموزش سواد فرهنگی به دانش‌آموزان فرصت درک ماهیت و معرفت‌شناسی متون مورد مطالعه را می‌دهد تا فقط بر آنچه مطالعه می‌کنند (یعنی محتوا) تمرکز نکنند؛ بلکه بر چگونگی مطالعه نیز تأمل کنند (Anson, 1988). سیمپسون^۴ نظریه هیرش را توصیفی می‌داند؛ زیرا به آن چیزی اشاره دارد که

1. Christenbury, L.

2. Broudy, H.

3. Anson, C.

4. Simpson, A.

جامعه باید بدانند نه به ارزش‌هایش. وی بیان می‌کند که در تعاریف انسان‌شناسی و اجتماعی، فرهنگ پدیده‌ای به مراتب پیچیده‌تر است که شامل آداب و رسوم، آیین‌ها، روابط درونی، عادات زبانی، نظام سیاسی و اقتصادی و باورهای مذهبی است. وی ایده گنجاندن همه این‌ها در فرهنگ لغت را رد می‌کند (Simpson, 1991).

پائولو فریره^۱ نماینده نظریه انتقادی، مفهوم سواد را نقد می‌کند. از نظر او، سوادآموزی کاری فرهنگی است که فرد را آزاد می‌کند؛ عملی شناختی است که از طریق آن دانش‌آموز با کمک گفت‌وگو با معلم به اهمیت موضوع یادگیری پی می‌برد. او، با در نظر گرفتن سواد به عنوان عمل شناختی و خلاقانه و سیاسی و توانایی خواندن جهان و واژه‌ها، استدلال می‌کند که متون بدون زمینه‌مُدرک نیستند (Freire, 1970). پل،^۲ هنگام انتقاد از نظریه هیرش، بیشتر بر توسعه مهارت‌های خواندن انتقادی تمرکز می‌کند. او استدلال می‌کند که خوانندگان با سواد انتقادی باید بتوانند بین منابع و معانی مفاهیمی تمایز قائل شوند که در نتیجه‌گیری استفاده می‌کنند و مهم‌تر از همه، بتوانند منطق زیربنایی آن‌ها را درک کنند (Paul, 1991).

هیرش، کت و ترفیل^۳ در کتاب سوم خود درباره سواد فرهنگی مفهوم سواد فرهنگی را با فرهنگ ملی یکسان می‌دانند و معتقدند که این مفهوم فرهنگ ملی را به عنوان وسیله‌ای برای وحدت جامعه ملی در اولویت قرار می‌دهد: جوامع ملی نه تنها توسط نهادهای سیاسی و قانون، بلکه با ارزش‌ها و کنایه‌ها و زبان مشترک گرد هم می‌آیند. آن‌ها به این نکته اشاره می‌کنند که دانش مشترک پدیده‌ها کلید ارتباطات داخلی ملت است. در پاسخ به تهدید ملی‌گرایی و نظریه‌پردازان انتقادی، آن‌ها استدلال می‌کنند که عشق به کشور یا میهن‌پرستی احساسی با ملی‌گرایی متفاوت است. ملی‌گرایی به رقیب و مخالف نیاز دارد؛ درحالی‌که میهن‌پرستی به عشق بدون مخالفت اشاره دارد. به عقیده آن‌ها، میهن‌پرستی آمریکایی مبتنی است بر دانش؛ باورها؛ وفاداری؛ و ارزش‌های مشترک مانند شمول، مدارا، احترام به ادیان و فرهنگ‌های دیگر. ایشان با منتقدان موافق‌اند و حتی در صورت لزوم مفهوم خود از سواد فرهنگی را برای جامعه نه به عنوان دانش عمیق، بلکه به عنوان راهی برای یادگیری بهتر در خصوص پدیده‌ها می‌دانند (Hirsch, Kett & Trefil, 2002).

سالو لی^۴ از مفهوم سواد فرهنگی به منزله شایستگی بین فرهنگی به عنوان مهم‌ترین هدف آموزش در سطح جهانی استفاده می‌کند. وی مهاجرت جهانی را اساس جامعه

1. Freire, P.

2. Paul, R. W.

3. Hirsch, E. D., Kett, J. F., & Trefil, J. S.

4. Salo-Lee, L.

چندفرهنگی می‌داند و از همه دست‌اندرکاران می‌خواهد که شایستگی‌های بین‌فرهنگی و تعامل بین‌فرهنگی داشته باشند. او سواد فرهنگی را توانایی خواندن و درک و یافتن جنبه‌های مهم در فرهنگ‌های مختلف و فرصتی برای ارزیابی و مقایسه و رمزگشایی فرهنگ‌های مختلف در یک فضای واحد تعریف می‌کند (Salo-Lee, 2007).

فردمن^۱ بین سواد فرهنگی در یک جامعه همگن با یک جامعه کثرت‌گرا تمایز قائل می‌شود. جامعه همگن در طول زمان و مکان دارای آداب و رسوم یکسانی است؛ درحالی‌که در جامعه کثرت‌گرا فرد با سواد فرهنگی کسی است که راه‌ها و مرزهای فرهنگ‌های مختلف را می‌شناسد. او همچنین نظریه هیرش را به سبب نداشتن مفاهیم و ایده‌های یادگیری درباره معانی مختلف نقد می‌کند (مفاهیم و ایده‌ها معنای مطلق دارند). دانستن حقایق کافی نیست؛ بلکه باید به توسعه مهارت‌هایی پرداخت که امکان کشف و تصمیم‌گیری درباره نوع اطلاعات و ارزش‌های درون هویت فرهنگی افراد را فراهم می‌کند (Ferdman, 1990).

از نظر اُچو و مک‌دونالد^۲، فرد با سواد فرهنگی تنوع را درک می‌کند و به آن احترام می‌گذارد؛ فکور است و در کار خود تأمل می‌کند. در نتیجه، در برابر مصنوعات فرهنگی (مثلاً متون) سازگار، بردبار، کنجکاو، خلاق، آگاه، مشاهده‌گر و باز خواهد بود. این فرد پذیرای مصنوعات و شیوه‌های فرهنگی جدید یا متفاوت خواهد بود، ویژگی‌ای که نشان‌دهنده درک ارگانیک یا آگاهانه قوم‌گرایی و فرهنگ به عنوان سازهای خواناست و حس همدلی ایجاد می‌کند (Ochoa & McDonald, 2020).

جمع‌بندی

تعاریف نویسندگان مختلف از سواد فرهنگی مجموعه‌ای از شایستگی‌ها و توانایی‌های مختلف را در بر می‌گیرد. برخی از تعاریف سواد فرهنگی بر دانش گسترده فرهنگ تمرکز دارد که ناشی از توانایی برقراری ارتباط با دیگران است. چنین تعریفی بیشتر به مفاهیم چندفرهنگی و درون‌فرهنگی گرایش دارد. مفاهیم سواد فرهنگی و مهارت‌های سوادآموزی از سطح پایه خواندن و نوشتن و حساب کردن به سطح متفاوتی از دانش مبتنی بر ارزش تغییر کرده است. در کشورهای توسعه‌یافته یا چندفرهنگی و پدیده‌های ژئوپلیتیکی مانند اتحادیه اروپا، مفهوم سواد فرهنگی پاسخی به الزامات همزیستی پایدار جامعه است. ایران نیز رنگین‌کمانی از قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف را در خود جای

1. Ferdman, B.

2. Ochoa, G. G., & McDonald, S.

داده است. سواد فرهنگی مفهومی اجتماعی است و بیشتر از افراد و رابطه آن‌ها با فرهنگ، به نحوه تعامل آن‌ها با یکدیگر نیز مربوط می‌شود. این امر تعامل اجتماعی را به عنوان کلیدی برای درک هویت فرهنگی خود و به رسمیت شناختن تفاوت‌های فرهنگی برجسته می‌کند. با توجه به نظرها و تعریف‌های ارائه شده از نظریه پردازان مختلف که پیش‌تر به تفصیل بدان پرداخته شد، چارچوب مفهومی سواد فرهنگی در این پژوهش هم بر مجموعه‌ای از شناخت‌های پایه و دانش مشترکی مبتنی است که همه افراد باید از آن آگاه باشند (Hirsch, 1983)؛ زیرا به مقوله سواد فرهنگی در کشور ما در ابعاد مختلف دانشی و نگرشی و مهارتی توجه چندانی نشده است و برخورداری از دانش و مهارت‌های پایه سواد فرهنگی به منظور آشنایی با هویت‌های فرهنگی و میراث و ارزش‌های خود ضروری به نظر می‌رسد و هم در سطح بالاتر، چارچوب مفهومی سواد فرهنگی در این پژوهش بر کارآمدی‌های مورد نیاز برای تعمیق این شناخت و گردآوری و به کارگیری اطلاعات جدید برای تعامل و همزیستی مسالمت‌آمیز و ایجاد کش‌های فرهنگی سیال و متغیری تأکید می‌کند که تفاوت‌ها و دیدگاه‌های جایگزین را ارج می‌نهد و به دنبال پویایی و تعامل اجتماعی به عنوان کلیدی برای درک هویت فرهنگی خود و به رسمیت شناختن تفاوت‌های فرهنگی است. آنچه در عصر جهانی شدن به یکی از مبرم‌ترین مسائل آموزشی تبدیل شده است.

پیشینه پژوهش

نظرسنجی یونسکو در خصوص گفت‌وگوی بین فرهنگی^۱ بیان می‌کند که شایستگی‌های خاصی برای تکیه بر اصول بین فرهنگی برای ترویج تساهل، احترام، گفت‌وگو و درک متقابل لازم است. یافته‌ها به نقش حیاتی مؤسسات آموزشی در ایجاد و افزایش تاب‌آوری جوامع، ارتقای مسئولیت‌پذیری شهروندان، شمول و کثرت‌گرایی اشاره می‌کنند. براساس این گزارش، افراد با شایستگی‌های بین فرهنگی به دنیا نمی‌آیند؛ بلکه آن‌ها را از طریق یادگیری و تجربه زندگی به دست می‌آورند. این بدان معناست که در جامعه مدرن اهمیت حیاتی نقض حقوق بشر به توانایی ما در کسب و نشان دادن شایستگی‌های بین فرهنگی بستگی دارد (UNESCO Survey on Intercultural Dialogue, 2017).

در سطح اتحادیه اروپا، بر سواد فرهنگی در فراخوان «برنامه تحقیقاتی افق اتحادیه اروپا با عنوان سواد فرهنگی نسل‌های جوان در اروپا»^۲ تأکید شده است. این برنامه

1. UNESCO Survey on Intercultural Dialogue

2. Cultural Literacy of Young Generations in Europe

تنوع فرهنگی (هویت ملی) را به عنوان یکی از ارزشمندترین دارایی‌های اروپا حفظ می‌کند. علاوه بر توسعه هویت ملی، هدف ترویج هویت اروپایی و فرهنگ اروپایی (میراث فرهنگی و فرهنگ اروپایی) نیز دنبال می‌شود؛ بنابراین، شایستگی‌هایی مانند درک و توسعه بین فرهنگی و متقابل اهمیت پیدا می‌کند. یکی از جنبه‌های کلیدی این برنامه رابطه بین آموزش رسمی و غیررسمی و محیطی است که بر جوانان تأثیر می‌گذارد: خانواده، جوامع، پیشینه فرهنگی، رسانه‌ها، جوامع مجازی و... یکی از برنامه‌ها در چارچوب اتحادیه اروپا «بحث و گفت‌وگو برای یادگیری سواد فرهنگی در مدارس»^۱ بر این باور است که سواد فرهنگی از ترکیب شایستگی‌های فردی با تنوع فرهنگی و ایجاد هویت فردی در یک تعامل اجتماعی محترمانه با افراد دیگر ناشی می‌شود. سواد فرهنگی مستلزم تصدیق دیدگاه‌های متفاوت است؛ اما به آگاهی فراشناختی ما از اینکه چگونه روابط فرهنگی ما بر واکنش‌ها و احساسات دیگران تأثیر می‌گذارد نیز اشاره دارد. برنامه بر این فرض استوار است که توسعه مهارت‌های گفت‌وگو و استدلال شایستگی‌های سواد فرهنگی جوانان را افزایش می‌دهد (Cul-tural Literacy of Young Generations in Europe, 2017).

مک‌کی^۲ مقوله سواد فرهنگی و مدارس دوستی آمریکایی را بررسی کرد. از دیدگاه وی، اگر دانش‌آموزان خواندن بیاموزند، اما دانش فرهنگی لازم برای درک و گفتمان منطقی در خصوص آموزه‌های فراگرفته‌شده را نداشته باشند به راستی با سواد نیستند. از این رو، مک‌کی اشاره می‌کند که دانش‌آموزان آمریکایی نه تنها باید فرهنگ خود را بشناسند؛ بلکه باید درک درستی از فرهنگ‌های دیگر و نیز جهان داشته باشند. این امر محقق نمی‌شود مگر آنکه سواد فرهنگی بخشی از برنامه درسی دانش‌آموزان باشد (McKee, 2005).

وانگ^۳ با هدف کاوش در تنوع فرهنگی و هویت زبانی دانش‌آموزان، سه دانش‌آموز دختر با فرهنگ و هویت زبانی متفاوت را بررسی کرد. این دختران در زمان حضور در انجمن داستان‌هایی برگرفته از پیشینه فرهنگی و زبانی خود را نقل می‌کردند. برخی داستان‌ها برگرفته از مشاهیر و افسانه‌های سرزمینشان بود. از نظر وانگ، بسیاری از مریدان تلاش کرده‌اند فرصت‌های برابر برای یادگیری دانش‌آموزان با پیشینه‌های متنوع فرهنگی را فراهم کنند؛ اما آن‌ها اغلب به قدر کافی تجربه کار با دانش‌آموزان با پیشینه فرهنگی و زبانی متنوع را ندارند. محققان و معلمان اغلب بر یادگیری دانش‌آموزان در محیط‌های رسمی

1. Dialogue and Argumentation for Cultural Literacy Learning in Schools (DIALLS)

2. McKee, J.

3. Wang, Y. C.

مدرسه تمرکز می‌کنند و عوامل مرتبط با یادگیری در خارج از محیط مدرسه به‌ویژه برای دانش‌آموزان با پیشینه فرهنگی و زبانی متنوع اغلب نادیده گرفته می‌شود (Wang, 2016). دیالو^۱ چالش‌های موجود در سیاست‌ها و آموزش دانش‌آموزان با پیشینه‌های متنوع فرهنگی در مدارس استرالیا را بررسی کرد. نتایج نشان داد که تنوع در کلاس‌های درس پیچیده است؛ زیرا قومیت، نژاد، وضعیت اقتصادی و اجتماعی، جنسیت، استثنایا، زبان، مذهب و منطقه جغرافیایی را در بر می‌گیرد. دانش‌آموزان با پیشینه‌های متنوع طیف وسیعی از تجارب را با خود به ارمغان می‌آورند که در معرفت‌شناسی، پارادایم‌های فرهنگی، بازنمودهای خود و ایدئولوژی آنان تأثیرگذار است و توجه به آن‌ها در برنامه درسی لازم است. با این حال، سیاست‌گذاری‌های آموزشی در این زمینه منفعل‌اند؛ از تنوع فرهنگی در برنامه درسی و کلاس‌های درس چشم‌پوشی می‌کنند؛ ایدئولوژی‌های غالب را تقویت می‌کنند و تنش‌آفرینی می‌کنند؛ کتب درسی، معلمان، زبان و تنوع فرهنگی را نادیده می‌گیرند. میزان پرداختن به تنوع فرهنگی در کتب درسی و برنامه‌های درسی بسیار محدود است. برنامه درسی خود عامل تنش است؛ زیرا اگرچه برنامه درسی بر تفکر انتقادی و خلاقانه مبتنی است، به تنوع فرهنگی و تفکر انتقادی مبتنی بر فرهنگ‌های مختلف توجهی نشده است و ناآگاهی معلمان از تنوع فرهنگی و زبانی دانش‌آموزان از جمله چالش‌های مهم دیگر در نظام آموزشی استرالیا است (Diallo, 2017).

نتایج پژوهش ماین، کوک و لاهدسمایی^۲ نشان داد که فرهنگ و میراث آن پیوسته از طریق گفت‌وگو بین مردم ایجاد می‌شود؛ با این حال، مدل‌های سنتی مونولوگ انتقال یک‌طرفه از دانش فرهنگی ایستا از سواد فرهنگی را منعکس می‌کنند. وی در تضاد با دیدگاه سنتی، با بررسی ادبیات پژوهشی، نتیجه می‌گیرد که بازخوانی ادبیات فرهنگی به‌عنوان گفت‌وگو سبب می‌شود که سواد فرهنگی گفت‌وگوهای فرهنگی را تقویت کند و یک فضای گفت‌وگو با ظرفیت ذاتی دموکراتیک به وجود آورد. سواد فرهنگی به‌عنوان گفت‌وگو می‌تواند زمینه مناسب گفت‌وگو برای معلم را فراهم آورد تا سواد فرهنگی دانش‌آموزان افزایش یابد. همچنین، هویت‌های فرهنگی و میراث آن در جامعه مدرن امروزی روان و کثرت‌گرا هستند و از طریق گفت‌وگوی سازنده و توجه به تفاوت‌های فرهنگی و زبانی مفهوم سواد فرهنگی را شکل می‌دهند و عمل فرهنگی و اجتماعی محسوب می‌شوند که در تعلیم و تربیت به نوع دوستی و همدلی بیشتر منجر می‌شوند (Maine, Cook & Lähdesmäki, 2019).

1. Diallo, B.

2. Maine, F., Cook, V., & Lähdesmäki, T.

بایلی^۱ با بررسی پژوهش‌های عملی در زمینه نقش صدا و گوش دادن در هم‌گرایی بین فرهنگی نتیجه می‌گیرد که صدا و موسیقی و گوش دادن و ادراک شنیداری عاملی مهم در توجه و خلاقیت و هم‌زیستی بین فرهنگی است و گفت‌وگو و مشارکت مرزهای فرهنگی را تسهیل می‌کند؛ بنابراین، تمرکز بر گوش دادن و هنر تبدیل صدا به موسیقی و اشکال زبان می‌تواند باعث شود اطمینان و ارتباط بین جوامع و فرهنگ‌ها برقرار شود و از انحطاط فرهنگی جلوگیری شود (Bayley, 2019).

گزارش ژانویه ۲۰۱۳ بنیاد علوم اروپا^۲ با عنوان «سواد فرهنگی در اروپای امروز» حاکی از آن است که برای تولید و گسترش سواد فرهنگی در اروپای امروز باید به عناصر تاریخی، ادبیات داستانی، سیاست‌های زیست‌محیطی، حافظه فرهنگی، مهاجرت و انتقال، و متون الکترونیکی توجه ویژه‌ای شود. همچنین، عناصر ادبیات داستانی، متن، بلاغت برای تسهیل در گفتمان، توجه به استعاره‌ها و چهره‌های درون‌متن، آثار باستانی و هنری ملی و جهانی در گسترش سواد فرهنگی نقش بی‌نظیری بر عهده دارند.

از نظر گانیتو، سانتوس، سگال و لوپز^۳ در عصر حاضر نیاز به دیدگاه جدیدی از توجه به فرهنگ‌های مختلف و استفاده از فضای دیجیتال در انسجام بین فرهنگی مشهود است و این نقش و تأثیر سواد فرهنگی در رسانه‌های مختلف در شکل‌گیری سیاست امروز و اقتصاد جهانی را نشان می‌دهد. سواد فرهنگی، به عنوان ابزاری قدرتمند برای گسترش ایده‌ها و باورها و اعتقادات، به شکل‌گیری دیدگاه‌های جهانی و نگرش‌های اجتماعی به روش‌هایی انکارناشدنی کمک کرده است (Ganito, Santos, Segal & Lopes, 2019).

پیازا، رائو و پروتیسیا^۴ در بررسی شیوه‌های اثربخش در آموزش سواد فرهنگی دانش‌آموزان دریافتند که یادگیری دانش‌آموزان به واسطه زبان و نمادها تحت تأثیر محیط اجتماعی و فرهنگی و بافت تاریخی قرار دارد. الگوهای صوتی و تصویری بیشتر از متن نوشتاری با سواد فرهنگی ارتباط دارد. گفت‌وگو می‌تواند بر سواد فرهنگی اثرگذار باشد. بازنمایی تصویری مانند نمودارها، نقشه‌ها، آثار هنری و عکس‌ها بخش ذاتی فرهنگ و جنبه‌های اجتماعی یادگیری دانش‌آموزان است (Piazza, Rao & Protacio, 2015).

خاکزاد و همکاران (۱۴۰۱) با تأکید بر اهمیت سواد فرهنگی در شناخت دقیق فرهنگ‌ها و لزوم برنامه‌ریزی برای آموزش صحیح تعامل بین فرهنگ‌ها به تدوین چارچوب برنامه درسی مبتنی بر توسعه سواد فرهنگی در دوره متوسطه پرداختند. براساس

1. Bayley, S.

2. European Science Foundation

3. Ganito, C., Santos, L., Segal, N. & Lopes, A.

4. Piazza, S. V., Rao, S., & Protacio, M. S.

نتایج پژوهش، حوزه‌های ده‌گانه‌ای برای چارچوب پیشنهادی مطرح شد که مشتمل بود بر دانش و تجربه، محتوا و ساختار، عناصر اجتماعی و عاطفی، فرصت‌ها و منابع آموزش عادلانه و مرتبط، مشارکت والدین و انجمن، راهبردهای آموزشی، کیفیت برنامه درسی سواد فرهنگی، صلاحیت‌های معلمان، تشخیص و ارزیابی، و سیاست‌گذاری و نظارت و براساس آن چارچوب طراحی و تأیید شد.

خاکزاد و همکاران (۱۴۰۰) به‌منظور واکاوی مؤلفه‌های سواد فرهنگی برای دانش‌آموزان دوره دهم متوسطه با روش فراترکیب پژوهش دیگری انجام دادند. نتیجه این تحلیل شناسایی ۴ بُعد و ۱۴ مؤلفه بود. بُعد خودآگاهی فرهنگی شامل سواد چندفرهنگی، مهارت‌های عملی، مهارت‌های علمی، آشنایی با نمادها و مهارت‌های زندگی است. بُعد تفکر انتقادی شامل تفکر سطح بالاتر و استدلال صحیح، تقسیم‌بندی دانش، بستر استفاده و فرایند است. بُعد مسئولیت‌پذیری مشتمل بر مسئولیت‌پذیری فردی و مسئولیت اجتماعی و مدنی است و بُعد رهبری تأثیرگذار شامل الزامات فرهنگی جوامع آینده و نقش‌های تأثیرگذار جهانی است. نتایج این پژوهش می‌تواند مبنایی برای برنامه‌ریزان، پژوهشگران و دست‌اندرکاران حوزه تعلیم و تربیت در بُعد فرهنگی باشد.

از نظر محقق، امام جمعه، موسویان و درمان (۱۴۰۱) ازجمله کارکردهای مهم دانشگاه به‌عنوان جزء مؤثری از نظام تعلیم و تربیت آموزش سواد فرهنگی به دانشگاهیان است. در ایران اگرچه موضوع ضعف سواد فرهنگی مطرح است، الگوی مشخصی برای ارتقای آن وجود ندارد. ازاین‌رو، این پژوهش با هدف «طراحی مدل سواد فرهنگی در دانشگاه آزاد اسلامی؛ مورد مطالعه: واحد علوم و تحقیقات تهران» صورت گرفت. بر مبنای روش داده‌بنیاد، شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها احصا شد و ارتباط بین مقوله‌ها و مقوله مرکزی شناسایی شد. سپس، مدل سواد فرهنگی در دانشگاه آزاد اسلامی با نگاهی همه‌جانبه‌نگر در پنج محور شرایط علی (توجه به مراحل شکل‌گیری رفتار، لزوم بازشناسی و مهندسی مجدد ریشه‌های مؤثر در سواد فرهنگی)؛ شرایط زمینه‌ای (لزوم توجه به انگیزه و اعتماد و مشارکت دانشگاهیان، اهمیت توجه به همه ارکان دانشگاه، نگاه مبتنی بر اصول برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، رهبری و کنترل)؛ شرایط مداخله‌گر (فاصله گرفتن دانشگاه از رسالت آموزشی و تربیتی خود، عیوب و اختلالات سیستمی)؛ راهبردها (پرداختن به تمام مؤلفه‌های سواد فرهنگی، بهره‌گیری از روش‌های مناسب آموزش سواد فرهنگی، مهارت‌افزایی، ایجاد مدیریت تخصصی و یکپارچه در دانشگاه)؛ و پیامدها (تولید و ترویج سواد فرهنگی از دانشگاه به جامعه،

پیشگیری از ایجاد انواع بحران‌ها، تقویت هم‌گرایی، وحدت و فرهنگ ملی تداوم‌یافته، پیشگیری از مشکلات و ناهنجاری‌های فرهنگی و رفع آن‌ها) ترسیم شد. توجه به سواد فرهنگی با نگرشی علمی و سیستمی و برای لایه‌های فکری، گرایشی، انگیزشی و کنشگری جامعه دانشگاهی می‌تواند در رفع بسیاری از نیازهای دانشگاهیان مؤثر باشد. نتایج پژوهش محقق و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «رویکرد فعال و کاربردی به سواد فرهنگی دانشجویان، بازآفرینی ادراک فرهنگی» نشان داد رویکرد جدید و فعال به مفهوم سواد فرهنگی «توان خواندن و درک فرهنگ و مصنوعات فرهنگی» است. در مقام مقایسه، این توانایی مانند قدرت خواندن و درک متون است. آموزش این مهارت به دانشجویان، نیازمند به‌کارگیری روش‌هایی همچون «تجربه و تمرین کردن»، «غوطه‌وری در تجربیات واقعی»، «آموزش به روش ناپایدارسازی» و «آموزش در فضای باز» است که همگی با مرحله تأمل و تحلیل برای استخراج معنا توسط خود دانشجو همراه است. تجهیز دانشجویان به سواد فرهنگی با رویکرد جدید و برنامه‌ریزی دقیق دانشگاه‌ها برای مواجهه دانشجویان با موضوعات فرهنگی که در دنیای واقعی انتظار آن‌ها را می‌کشد، موجب بازآفرینی ادراک دانشجویان و افزایش ظرفیت تغییر و اصلاح فرهنگی می‌شود. نتایج پژوهش فضلی، صادقی، موسی‌پور و قادری (۱۴۰۱) در ارزیابی ابعاد سواد چندفرهنگی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان نشان داد سواد چندفرهنگی دانشجومعلمان دانشگاه فرهنگیان در بُعد دانش در سطح مطلوبی قرار دارد و در بُعد نگرش چندفرهنگی در سطح متوسط است؛ اما در بُعد مهارت چندفرهنگی در سطح چندان مطلوبی نیست. مهم‌ترین پیشنهاد برای ارتقای سواد چندفرهنگی دانشجومعلمان پذیرش و احترام به فرهنگ‌های ایرانی است.

در پژوهش فرمehنی فراهانی (۱۳۹۷) مؤلفه‌های سواد فرهنگی استخراج شده عبارت بودند از: تاریخ جهان، ادبیات، مشاهیر، دین و مذهب، هنر و سبک معماری، اقتصاد، سیاست، موسیقی، علوم پایه، پزشکی و سلامت، جغرافیا، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، رسانه‌ها و مطبوعات، ضرب‌المثل‌ها و فتاوری. از نظر وی، مؤلفه‌های سواد فرهنگی عمده‌ترین ابعاد، جنبه‌ها، ویژگی‌ها و همچنین بخش‌های کلی مفهوم سواد فرهنگی است و تمام قشرهای جامعه به‌ویژه دانش‌آموزان باید از آن آگاه باشند؛ زیرا حفاظت از فرهنگ ایرانی اسلامی نیازمند سواد فرهنگی است. به سبب ماهیت و عمومیت سوادآموزی فرهنگی، باید علاوه بر نگاه تخصصی به آن، این موضوع به «حوزه فرهنگ عمومی» نیز سوق داده شود.

در پژوهش فرمehنی فراهانی و صباغ اسماعیلی (۱۳۹۵) مؤلفه‌های سواد فرهنگی و ارائه راهکار برای استقرار آن در نظام آموزش و پرورش بررسی شد. مؤلفه‌های سواد فرهنگی برآمده از نتایج این پژوهش عبارت است از: تاریخ ملی، تاریخ جهان، ادبیات، مشاهیر، دین و مذهب، هنر و سبک معماری، اقتصاد، سیاست، موسیقی، علوم پزشکی و سلامت، جغرافیا، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، مطبوعات، ضرب‌المثل‌ها و فناوری. نتایج پژوهش احمدی‌پور، معظمی، طوطیا و کاووسی (۱۳۹۹) با هدف ارائه الگوی نظام‌مند ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش حاکی از آن است که قبل از ایجاد سواد فرهنگی باید بستر لازم برای تحقق مقوله محوری سواد فرهنگی فراهم شود. آموزش و پرورش و سایر تصمیم‌گیرندگان باید قبل از هر اقدامی سیاست‌ها و برنامه‌های کلان را در راستای شکل‌گیری و ارتقای سواد فرهنگی تدوین کنند، برنامه‌های درسی مناسب را مصوب کنند، مدیریت کلان آموزش و پرورش را توجیه و آگاه کنند و در نهایت مشارکت خانواده‌ها را جلب کنند. همچنین با در نظر گرفتن عواملی چون قوانین و مقررات حاکم بر جامعه، امکانات و تجهیزات آموزشی و فناوری و رسانه‌ها در جهت ایجاد و ارتقای سواد فرهنگی گام بردارند. در پیش گرفتن راهبردهایی چون آموزش ادبیات ملی و جهانی، سبک معماری، موسیقی، هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم اقوام مختلف، تاریخ، دین و مشاهیر نیز در شکل‌گیری سواد فرهنگی و ارتقای آن مؤثر است.

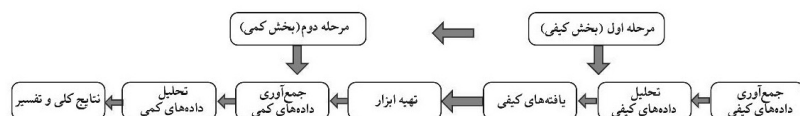
جمع‌بندی

در خصوص سواد فرهنگی در ایران، پژوهش‌ها در حوزه آموزش و پرورش و آموزش عالی و سایر زمینه‌های پراکنده انجام شده است. در حوزه آموزش و پرورش سواد فرهنگی به جنبه‌هایی چون محتوای کتب درسی (یوسفی‌نژاد و عزیزی، ۱۴۰۱)، سیاست‌گذاری‌های کلان آموزش و پرورش در ارتقای سواد فرهنگی (احمدی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ جمالی و همکاران، ۱۳۹۸؛ فرمehنی فراهانی و صباغ اسماعیلی، ۱۳۹۵)، تدوین چارچوب برنامه درسی مبتنی بر توسعه سواد فرهنگی برای دانش‌آموزان دوره متوسطه (خاکزاد و همکاران، ۱۴۰۱)، و واکاوی مؤلفه‌های سواد فرهنگی برای دانش‌آموزان دوره متوسطه (خاکزاد و همکاران، ۱۴۰۰) توجه شده است. در حوزه آموزش عالی، به طراحی مدل سواد فرهنگی در دانشگاه آزاد اسلامی (محقق و همکاران، ۱۴۰۱)؛ رابطه بین سواد فرهنگی زبان دوم مدرسان ایرانی و خودکارآمدی آن‌ها (پوراسماعیلی و قبانچی، ۱۴۰۰)؛ طراحی و اعتباریابی الگوی برنامه درسی سواد

چندفرهنگی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان (افضلی و همکاران، ۱۴۰۰)؛ رویکرد فعال و کاربردی به سواد فرهنگی دانشجویان و بازآفرینی ادراک فرهنگی (محقق و همکاران، ۱۴۰۰)؛ نقش سواد فرهنگی در تحول علوم انسانی اسلامی (فرمehینی فراهانی، ۱۳۹۷)؛ و سواد فرهنگی مدیران دانشگاه (آبیاری و حیدری هراتمه، ۱۳۹۸؛ حسنی و همکاران، ۱۳۹۶) توجه شده است. نگاهی به اهداف و نتایج این پژوهش ها نشان می دهد به رغم نقش حیاتی معلمان به عنوان پیشتازان عرصه فرهنگ در پاسخگویی به نیازهای فرهنگی جامعه و به ویژه تأثیر عمیق معلمان ابتدایی در فرایند فرهنگ پذیری و جامعه پذیری دانش آموزان ابتدایی، خلأ پژوهشی جدی ای در زمینه توانمندسازی و ارتقا و سنجش سواد فرهنگی معلمان ابتدایی مشهود است. این در حالی است که پژوهش های خارجی به حوزه سواد فرهنگی معلمان در ابعاد مختلف نظیر بررسی منابع فرهنگی برای معلمان (Jarosinski, 2018)، شیوه های تدریس اثربخش سواد فرهنگی (Piazza, Rao & Protacio, 2015)، بررسی چالش های معلمان در کار با دانش آموزان چندفرهنگی (Wang, 2016؛ Diallo, 2017) لزوم توجه به مباحث سواد فرهنگی معلمان در دوره پیش از خدمت (Halbert & Chigeza, 2015) پرداخته اند.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف توسعه ای کاربردی است که به شیوه ترکیبی از نوع اکتشافی متوالی انجام شد (نمودار ۱).



نمودار ۱. فرایند پژوهش ترکیبی اکتشافی متوالی (برگرفته از Creswell & Plano Clark, 2007)

روش شناسی بخش کیفی

روش پژوهش در بخش کیفی تحلیل مضمون بود. مشارکت کنندگان بالقوه این بخش متخصصان دانشگاهی بودند که از بین استادان گروه علوم تربیتی دانشگاه شیراز و دانشگاه فرهنگیان شیراز در سال ۱۳۹۹، تعداد ۱۱ نفر (شامل ۵ استاد از دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی دانشگاه شیراز، ۴ استاد از گروه علوم تربیتی دانشگاه فرهنگیان و ۲ استاد از گروه معارف که به عنوان مطلعان کلیدی از سوی مصاحبه شوندگان معرفی شدند) به صورت

هدفمند از نوع گلوله برفی انتخاب شدند. برای دستیابی به داده‌های بخش کیفی از مصاحبه نیمه‌ساختمند تا حد اشباع نظری استفاده شد. برای تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل مضمون براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) استفاده شد. اصالت و صحت داده‌ها (روایی و پایایی) در بخش کیفی با استفاده از زاویه‌بندی تحلیلی (استفاده از بیش از یک پژوهشگر یا تحلیلگر برای بررسی و بازنگری یافته‌ها) و بررسی قابلیت اعتمادپذیری داده‌های پژوهش با استفاده از روش مطالعه مکرر، مقایسه داده‌ها، خلاصه‌سازی و دسته‌بندی داده‌ها و تشریح دقیق روش‌های ارائه داده‌های کاهش یافته در قالب جدول و نمودار در تمامی مراحل تحلیل مضمون برای خلاصه کردن روشن یافته‌ها تأمین شد.

روش‌شناسی بخش کمی

روش پژوهش در بخش کمی توصیفی از نوع پیمایشی بود. آموزگاران دوره ابتدایی مدارس دولتی ناحیه یک شیراز در سال تحصیلی ۱۳۹۹ جامعه آماری بخش کمی را تشکیل دادند. برای نمونه‌گیری از میان ۷۵۰ نفر به شیوه تصادفی ساده ۲۰۰ نفر انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌های بخش کمی از پرسش‌نامه برآمده از مرحله کیفی استفاده شد. روایی صوری و محتوایی این پرسش‌نامه به تأیید ۱۰ نفر از متخصصان دانشگاهی و نیز ۳۰ نفر از معلمان دوره ابتدایی رسید. پایایی ابزار نیز برحسب ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۸ محاسبه شد. ابعاد و ملاک‌ها و نشانگرهای چارچوب سواد فرهنگی معلمان در قالب پرسش‌نامه تنظیم شد و به مشارکت کنندگان بخش کمی ارائه شد و از آن‌ها خواسته شد تا نظر خود را در خصوص میزان ارتباط نشانگرها و ملاک‌ها و ابعاد روی یک مقیاس پنج‌درجه‌ای (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) مشخص کنند. این پرسش‌نامه دارای سه بُعد (دانشی، مهارتی و نگرشی) و ۱۰ ملاک (ادبیات، تاریخ، دین و مذهب، جامعه‌شناسی، سیاست، هنر، برقراری ارتباط، استفاده از فناوری، ارزش‌های فردی و هنجارهای اجتماعی) و ۱۰۹ نشانگر بود. برای تحلیل داده‌های بخش کمی به‌منظور تأیید روایی سازه‌ای چارچوب نهایی سواد فرهنگی معلمان از تحلیل عامل تأییدی دومرحله‌ای، و برای تأیید پایایی چارچوب پیشنهادی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های بخش کیفی

پس از جمع‌آوری داده‌های کیفی، در سه مرحله به تحلیل یادداشت‌ها و تولید طبقات یا مفاهیم برای شناخت ابعاد و ملاک‌ها و نشانگرهای چارچوب سواد فرهنگی معلمان اقدام

شد و یافته‌های کیفی حاصل شد. مرحله اول: در این مرحله، پس از مطالعه تمام یادداشت‌ها مفاهیم اساسی به‌عنوان کدهای معنایی (شواهد) مرتبط با چارچوب سواد فرهنگی معلمان انتخاب شد. مرحله دوم: در این مرحله، مفاهیم کلیدی یا همان کدهای معنایی برآمده از مرحله اول حول سه محور مضامین پایه (نشانگرها)، مضامین سازمان‌دهنده (ملاک‌ها)، و مضامین فراگیر (ابعاد) طبقه‌بندی شد که در الگوی نهایی با عنوان ابعاد و ملاک‌ها و نشانگرها ارائه شده است. مرحله سوم: در این مرحله، مضامین فراگیر به‌عنوان ابعاد، مضامین سازمان‌دهنده به‌عنوان ملاک‌ها، و مضامین پایه به‌عنوان نشانگرهای چارچوب سواد فرهنگی معلمان انتخاب شد و ارتباط آن‌ها در قالب شبکه مضامین با هم مشخص شد.

جدول ۱. مضامین سازمان‌دهنده و مضمون فراگیر برگرفته‌شده از مضامین پایه در بُعد دانشی

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده سطح اول (ابعاد)	مضامین سازمان‌دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	مضامین پایه (نشانگرها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	دانشی	۹	آشنایی با موسیقی ملی و جهانی شناخت حرکات نمایشی داشتن اطلاعات هنری تجسمی و ترسیمی شناخت تئاتر و اشتیاق به دیدن آن اطلاعات سینمایی بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای زیبایی‌شناسی اوقات فراغت خلاقیت هنری هنر خوشنویسی آشنایی با مشاهیر هنری	معلم باید نقاشی و موسیقی یاد بگیرد و با عشق به آن بنگرد. سبک زندگی مردم در یک جامعه، موسیقی و هنر مردم، جغرافیای مردم و... همه این‌ها در سواد فرهنگی تأثیر دارد (بایلی، ۲۰۱۹). معلم باید از شعر و موسیقی و خرده‌فرهنگ‌ها آگاهی داشته باشد. معلم باید در حوزه علوم انسانی ورود کند؛ یعنی بدانیم چقدر اهل ادبیات است و چقدر اهل سینما، تئاتر دیدن، چقدر اهل شرکت در گروه‌های مختلف است. باید بدانیم معلم چقدر سینمای دنیا را دنبال می‌کند. ساحت زیبایی‌شناسی و هنری جز اسناد سند تحول است. معلم باید شناخت نسبی از موسیقی کشورش داشته باشد. سواد فرهنگی در هنر، ادبیات، موسیقی، کتاب‌خوانی و فیلم تأثیر دارد. معلم باید از انواع هنر (تجسمی، ترسیمی، بازیگری، موسیقی و...) اطلاعاتی داشته باشد. معلم باید از هنر ملی کشور خود آگاهی داشته باشد (دیدگاه نظری هیرش، ۱۹۸۷؛ فرمینی فراهانی، ۱۳۹۷).

مضمون فراگیر	مضامین سازمان دهنده سطح اول (ابعاد)	مضامین سازمان دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	مضامین پایه (نشانگرها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	دانشی	ادبیات	استفاده از داستان گویی و داستان نویسی برای آموزش مفاهیم شناخت شاعران معروف در ادبیات ایران آشنایی با شاعران معروف ادبیات جهان آگاهی از زندگی نویسندگان مشهور ایرانی آشنایی با نویسندگان مشهور جهان آشنایی با هنرمندان خطاط ممتاز ایرانی آشنایی با سبک‌های شعر در زبان فارسی آشنایی با نویسندگان ادبیات داستانی	معلم باید از ادبیات غنی، اشعار قرآنی و داستان‌های مختلف آگاهی داشته باشد. اگر دانش‌آموزی نتوانست در کلاس حضور یابد، می‌تواند درس عقب مانده خودش را به شیوه داستان‌گویی، نمایش یا هر روشی که خودش دوست دارد آموزش ببیند. معلم سواد ادبی دارد و مثلاً شاعران نامدار را می‌شناسد. معلم باید با سبک‌های شعری و زندگی شاعران و نویسندگان و مشاهیر آشنا باشد. جامعه دارای نظامی از باورها، اعتقادات، علایق، هنجارها، تاریخ، ادبیات، هنر، عرفان و چیزهایی است که در ظرف فرهنگ قرار می‌گیرد. برای آموزش مفاهیم می‌توان از شیوه داستان‌گویی استفاده کرد. معلم دارای سواد فرهنگی باید نویسندگان مشهور ایرانی را بشناسد و با شیوه‌های مختلف داستان‌گویی آشنا باشد. معلم باید با ادبیات غنی‌مان، داستان‌های قرآنی و داستان‌های مختلف و نویسندگان آن آشنایی داشته باشد. معلم باید با زندگی شاعران و نویسندگان و مشاهیر دنیا آشنا باشد. معلم باید برای مطالعه بیشتر به وبگاه‌های مختلف مراجعه کند و از سبک‌های شعری سنتی و کلاسیک و نو اطلاعاتی کسب کند و آن را به دانش‌آموزان انتقال دهد. طبیعت الهام‌بخش شاعران و هنرمندان و زمینه فکری برای سرودن شعر است (هیرش، ۱۹۸۷؛ فرمینی فراهانی، ۱۳۹۷؛ ماین، کوک و لاهادسماکی، ۲۰۱۹).

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده سطح اول (ابعاد)	مضامین سازمان‌دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	مضامین پایه (نشانگرها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	دانشی	سیاست	شناخت نظام سیاسی مسئولیت‌پذیری سیاسی جامعه‌پذیری سیاسی ارتباط با دولت و سایر نهادها	تدوین سیاست‌های آموزشی در راستای افزایش سطح سواد فرهنگی معلمان و دبیران از طریق برگزاری جلسات هم‌اندیشی از الزامات است. در وهله اول، مدیریت ارشد و سیاست‌های کلان وزارتی باید به سمت توسعه یا به‌کارگیری سواد فرهنگی در سیستم تعلیم و تربیت منعطف شود. معلم باید جامعه‌پذیری سیاسی داشته باشد و در جامعه تعامل داشته باشد و به دانش‌آموزان نیز با رفتار خود یاد دهد. ما اقتصاد فرهنگی و سیاست فرهنگی و مفاهیم فرهنگی داریم به‌ویژه در عصر فضامند جهانی. ظرف فرهنگ سیاسی را دولت می‌دهد و مظروف را معلم می‌دهد که این دو توأمان دو پدیده هستند که می‌توانند فرهنگی ناب را حاکم کنند. انسان اگر در متن جامعه و با زبان دل مردم صحبت کند، وارد قلب مردم می‌شود. در حوزه سواد فرهنگی به مفهوم سیاست فرهنگی نیز اشاره شده است. معلم با احساس مسئولیت سواد فرهنگی خود را ارتقا می‌دهد. محققان سواد سیاسی را کشف کرده‌اند. استفاده از رسانه در ارتباط دولت با مردم بسیار مؤثر است. اختلاف فرهنگی معلم و دانش‌آموز از دشواری‌های سواد فرهنگی است. در کشور ما اختلافات فرهنگی مشهود است. معلم باید اختلاف‌نظر را طبیعی جلوه دهد و بین اختلاف‌نظر و ستیزه‌جویی تفکیک قائل شود (هیرش، ۱۹۸۷؛ فرمینی، ۱۳۹۷).

مضمون فراگیر	مضامین سازمان دهنده سطح اول (ابعاد)	مضامین سازمان دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	مضامین پایه (نشانگرها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	دانشی	تاریخ	آشنایی با وقایع تاریخی ایران آشنایی با وقایع تاریخی جهان آگاهی از شیوه‌های حل اختلاف در سطح ملی آگاهی از شیوه‌های حل اختلاف در سطح جهانی گردشگری تاریخی و فرهنگی آشنایی با میراث فرهنگی گذشتگان شناخت اسطوره‌های تاریخی ایران شناخت علل انحطاط تمدن‌های پیشین	معلم باید از فرهنگ ملی و ارزش‌های ملی، تاریخ ملی، زبان ملی، ادبیات ملی و هنر ملی آگاهی داشته باشد. سواد فرهنگی، یعنی معلم از ادبیات، دین، زبان، تاریخ، هنر‌ها، خرده فرهنگ‌ها، تنوعات قومی و نژادی آگاهی داشته باشد. معلم باید فرهنگ خودش، ارزش‌های جامعه، ادبیاتش، تاریخش، فلسفه و عرفانش را بشناسد. معلم با سواد فرهنگی باید از تاریخ مردم آگاهی داشته باشد. معلم باید از وقایع مهم تاریخی (ظهور و سقوط حکومت‌ها و جنگ‌ها و...) جهان اطلاعاتی داشته باشد (مک‌کی، ۲۰۰۵؛ گزارش بنیاد علوم اروپا، ژانویه ۲۰۱۳). اگر سواد تاریخی ارزش باشد، معلم می‌تواند نماینده این فرهنگ‌ها باشد. معلم باید سواد علمی، ادبی، دینی، تاریخی و... داشته باشد. سواد فرهنگی مجموعه‌ای از اطلاعات عمومی در زمینه تاریخ، ادبیات، اشعار، رمان‌ها، داستان‌ها و فرهنگ عامه است. شناخت تاریخی سواد فرهنگی را افزایش می‌دهد. یکی از منابع شناخت تاریخ است. من به عنوان یک ایرانی یک سابقه تاریخی برای خودم قائم به نام رستم. سابقه تاریخی می‌تواند بر شخصیت و ویژگی‌های فردی تأثیر بگذارد. هر ایرانی باید اسطوره‌های تاریخی کشورش را بشناسد. شناخت اسطوره‌ها و قهرمانان تاریخی برای افزایش سواد فرهنگی معلم لازم است. معلم باید دایره‌المعارفی جامع در زمینه‌های مختلف (از جمله دین، مذهب، تاریخ، ادبیات، هنر، سیاست، اقتصاد، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی) برای دیگران باشد. فرد دارای سواد فرهنگی باید با تمدن فراملی آشنا باشد. آنچه در بین تمدن‌ها بررسی می‌شود فرهنگ مردمان تمدن است. برای افزایش سواد فرهنگی معلم باید درباره عوامل پیدایش و سقوط تمدن‌ها و حکومت‌ها مطالعه کند (هیرش، ۱۹۸۷؛ هالبرت و چیگزا، ۲۰۱۵؛ فرمهینی فراهانی، ۱۳۹۷).

مضمون فراگیر	مضامین اول (ابعاد)	مضامین سازمان‌دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	مضامین سازمان‌دهنده سطح	مضامین پایه (نشانگرها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	دانشی	جامعه‌شناسی		برخورداری از تفکر انتقادی آگاهی از نیازها و تمایلات مشترک انسان‌ها آشنایی با سنت‌های حاکم بر جامعه آشنایی با زبان و فرهنگ و آداب و رسوم شناخت تفاوت‌های فردی و زبانی و قومی اقوام آگاهی از روند تحولات جامعه آگاهی از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی ملی و جهانی	سواد فرهنگی به جامعه فرهیخته معلمان این امکان را می‌دهد که بتوانند از طریق شناخت اضلاع مستقر در فرهنگ مستقر در جامعه به امنیت جامعه بپیازند. جامعه و اجتماع خودش یک معلم است. برای ارتقای سطح سواد فرهنگی معلم، نقش حاکمیت جامعه را نباید نادیده بگیریم. معلم جزئی از کل جامعه است. معلم فرهنگی و شهروند است. فرهنگ مجموعه باورها، ارزش‌ها، هنجارها و کردارهایی است که در تعامل با همدیگر یک نظام کلی را می‌سازند که زندگی یک قوم، جامعه، خانواده و چه بسا زندگی یک سازمان یا حتی فرد را جهت می‌دهد و هدایت می‌کند. معلم باید بتواند فعالیت‌های فرهنگی را مدیریت کند تا به تغییر در رفتار افراد و جامعه منجر شود. این تغییر در رفتار مطلوبیت در سطح جامعه و اعتلای درک و شناخت زندگی و رسیدن به قرب الهی و تربیت شهروند نمونه را به همراه دارد. فرهنگی که معلم به‌عنوان یک فرهنگی باید داشته باشد به این بستگی دارد که ایشان تا چقدر با جهان معنایی آن جامعه آشنایی دارد (جاروسینسکی، ۲۰۱۸؛ وانگ، ۲۰۱۶؛ دیالو، ۲۰۱۷).

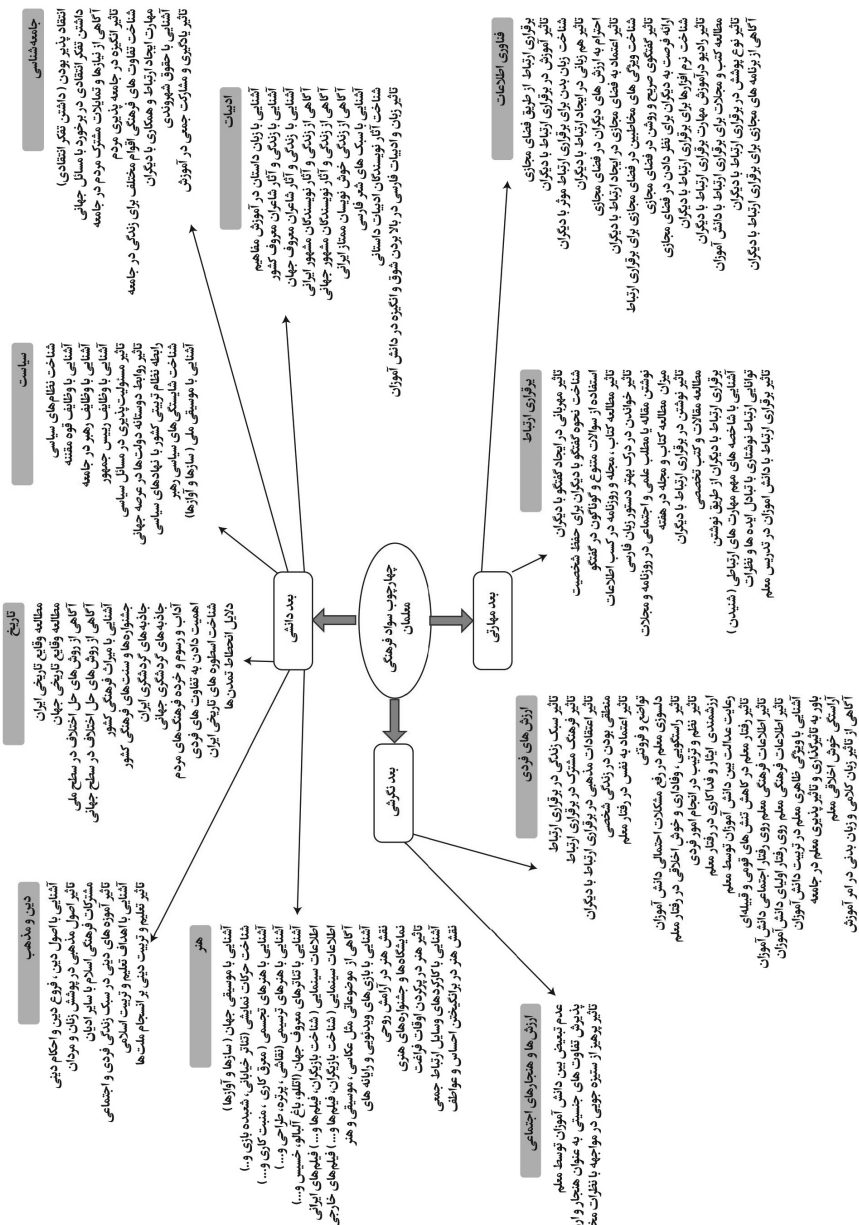
مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده سطح اول (ابعاد)	مضامین سازمان‌دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	مضامین پایه (نشانگرها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	دانشی	دین و مذهب	شناخت عناصر و مؤلفه‌های دینی و مذهبی باور به اصول مذهبی در پوشش مردان و زنان کاربرد آموزه‌های دینی در سبک زندگی فردی و اجتماعی آشنایی با اهداف تعلیم و تربیت اسلامی نقش تعلیم و تربیت اسلامی در انسجام امت اسلامی	دین و اقتصاد مردم، موسیقی و هنر مردم، جغرافیای مردم و... همه این‌ها در سواد فرهنگی تأثیر دارد. معلم باید از ادبیات، دین، زبان، تاریخ، هنرچهارها، خرده فرهنگ‌ها، تنوعات قومی و نژادی آگاه باشد. معلم باید بتواند از ظرفیت‌های فرهنگی دانش‌آموزان در تعلیم و تربیت بهره بگیرد. معلم‌ها برای اینکه کامیاب باشند، در عمل باید مجموعه‌ای از سوادهای متعدد را داشته باشند، مثل سواد تربیتی، و بر مباحث نظریه تعلیم و تربیت تسلط داشته باشند. تعلیم و تربیت اصولاً یک کار فرهنگی است و در جهت توسعه فرهنگ، همراه با فرهنگ، در فرهنگ حرکت می‌کند. تعلیم و تربیت اسلامی وحدت مردم در جامعه اسلامی را به همراه دارد. معلم باید در مدرسه انسجام و وحدت را به‌طور عملی (نمایش، برگزاری اردو، مسابقات) به دانش‌آموزان آموزش دهد. برای رسیدن به پیشرفت در جامعه اسلامی، مردم باید در کنار دولت وحدت و انسجام خود را حفظ کنند. آن کسی که کار پژوهشی در دانشگاه فرهنگیان و در حوزه تعلیم و تربیت انجام می‌دهد باید در آموزش و پرورش هم پلی زده شود. معلم باید بر مبانی نظریه تعلیم و تربیت مسلط باشد. معلم اگر بتواند این بچه‌ها را تربیت کند که خداخواه باشند، توجه به خدا داشته باشند، اگر یگانگی خدا و پیوند با خدا را به این بچه‌ها تزریق کند، این بچه‌ها زود قبول می‌کنند. معلم باید با اصول تعلیم و تربیت اسلامی آشنا باشد تا بتواند در تربیت دانش‌آموزان موفق باشد (هیرش، ۱۹۸۷؛ احمدی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ فرمehنی فراهانی، ۱۳۹۷).

جدول ۲. مضامین سازمان‌دهنده و مضمون فراگیر برگرفته‌شده از مضامین پایه در بُعد مهارتی

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده سطح اول (ابعاد)	مضامین سازمان‌دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	مضامین پایه (نشانگرها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	مهارتی	مهارت در برقراری ارتباط	مهربانی و همدلی در گفت‌وگو با دیگران شناخت نحوه گفت‌وگو با دیگران استفاده از شیوه‌های متنوع و گوناگون در گفت‌وگو مطالعه کتاب و مجله و روزنامه در کسب اطلاعات برخورداری از مهارت‌های مطالعه و نگارش زبان فارسی نوشتن پژوهش یا مطلب علمی در روزنامه و مجله برقراری ارتباط با دیگران از طریق نوشتن برقراری ارتباط با دانش‌آموزان در تدریس برخورداری از فن بیان در برقراری ارتباط با دیگران رعایت آراستگی ظاهری و پوشش در برقراری ارتباط با دیگران	معلمی که نظم دارد، تلاشگر و دلسوز است، مهربان است، ساعی و صادق است و عاشق کارش است، این‌ها به اهل حال معروف‌اند. سواد فرهنگی این قدرت را به فرد می‌دهد که فرهنگ‌ها و قوت‌ها و محدودیت‌های آن‌ها را ارزیابی کند و مهارت‌های ارتباطی، مانند ارتباط با دیگران، و خوداندیشی را توسعه دهد (ماین، کوک و لاهادسماکی، ۲۰۱۹؛ فرمپینی فراهانی، ۱۳۹۷).
		مهارت استفاده از فناوری اطلاعات	برقراری ارتباط از طریق فضای مجازی (با تأکید بر برنامه‌ها و نرم‌افزارها) احترام به ارزش‌های دیگران در فضای مجازی شناخت ویژگی‌های مخاطبان در فضای مجازی ارائه فرصت اظهارنظر به دیگران در فضای مجازی شناخت حریم خصوصی و حقوق خود و دیگران در فضای مجازی	یکی از مؤلفه‌های دانش فرهنگی این است که فرد آمادگی برقراری شبکه‌های ارتباطی را داشته باشد. معلم باید سواد رسانه‌ای داشته باشد تا بتواند در آموزش از آن بهره بگیرد. معلم را باید با سواد فرهنگی و سواد رسانه‌ای بالنده تربیت کنیم. معلم باید توانایی استفاده از ظرفیت فضای مجازی، چندرسانه‌ای‌ها و فناوری‌های جدید را داشته باشد (گانیتو، سانتوس، سگال و لوپز، ۲۰۱۹).

جدول ۳. مضامین سازمان‌دهنده و مضمون فراگیر برگرفته‌شده از مضامین پایه در بُعد نگرشی

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده سطح اول (پایه)	مضامین سازمان‌دهنده سطح دوم (ملاک‌ها)	کدهای معنایی
سواد فرهنگی معلمان	نگرشی	ارزش‌های فردی	معلم باید توانایی ایجاد حلقه‌های فرهنگی را داشته باشد و با گروه‌های دیگر در تعامل باشد و خود نیز گروه‌هایی می‌تواند تشکیل دهد. در جوامعی که سواد فرهنگی مطلوبی دارند خشونت‌ها اندک است و رفتار مردان منطقی و مقبول است و از جنگل‌ها هم بهتر محافظت می‌شود و محیط‌زیست هم کمتر آلوده خواهد شد. معلم فردی معتمد و منطقی و با برخورد محترمانه و عاقلانه است. معلم باید بداند چگونه تعامل کند تا بتواند از ظرفیت‌های فرهنگی دانش‌آموزان در تعلیم و تربیت بهره بگیرد. اگر در فرهنگی راست‌گویی، وفاداری، نظم، تلاش، صبر، ایثار، سواد علمی، سواد تاریخی ارزش باشد، معلم می‌تواند نماینده این فرهنگ‌ها باشد (جاروسینسکی، ۲۰۱۸؛ دیالو، ۲۰۱۷).
سواد فرهنگی معلمان	نگرشی	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی	معرفی و پذیرش تفاوت‌های جنسیتی و فرهنگی توسط معلم؛ طبیعی جلوه‌دادن اختلاف‌نظر و تفکیک آن از ستیزه‌جویی؛ برخورداری معلم از دیدی باز در خصوص درس خودش و آن چیزی که در فرایند ارتباطی هر لحظه رخ می‌دهد. سواد فرهنگی، یعنی توانایی انسان در برقراری ارتباط با دیگران که از پس‌زمینه‌های فرهنگی، قومی، نژادی، زبانی، عقیدتی و مذهبی مختلف برآمده است. اگر جوامع مختلف از یکدیگر آگاهی و سواد فرهنگی داشته باشند، درگیری‌های قومی و قبیله‌ای پیش نخواهد آمد. معلم باید از پرهیز از خودرأیی و تبعیض و تعصب نژادی در محتوای برنامه درسی آگاهی داشته باشد. نگاه به گذشته، توجه به آینده، ترکیب مسائل و نگاه مثبت به مسائل و ارتباطات دوسویه باید در حوزه سواد فرهنگی لحاظ شود. مردم در بستر اجتماعی با هم تعامل می‌کنند و جامعه ارتباطات در آن شکل می‌گیرد. فردی با سواد فرهنگی باید توانمندی لازم را برای سازگاری داشته باشد (جاروسینسکی، ۲۰۱۸؛ دیالو، ۲۰۱۷).



نمودار ۲. شبکه مضامین چارچوب سواد فرهنگی معلمان

یافته‌های بخش کمی

در بخش کمی نیز نتایج حاصل از به کارگیری آماره‌های آلفای کرونباخ^۱ و تحلیل عاملی تأییدی^۲ در دو مرحله برای بررسی اعتبار چارچوب سواد فرهنگی معلمان برآمده از مرحله کیفی پژوهش نشان داد که این مقیاس به لحاظ کمی نیز از اعتبار لازم برخوردار است و در نتیجه، مقیاس نهایی با ۳ عامل، ۱۰ ملاک و ۸۵ نشانگر تأیید شد. تحلیل عامل مرتبه اول برای تعیین بار عاملی هریک از ملاک‌ها روی عوامل مرتبط انجام شد. نتایج تحلیل عامل در این مرتبه حاکی از آن بود که همه ملاک‌ها از بار عاملی لازم بالای ۴۰ درصد برای تبیین عوامل مرتبط برخوردارند. تحلیل عامل مرتبه دوم برای تعیین بار عاملی هریک از نشانگرها روی ملاک‌های مرتبط انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل عامل در این مرتبه نیز نشان داد که از ۱۰۹ نشانگر وارد شده در تحلیل، ۸۵ مورد از بار عاملی لازم برای تبیین ملاک‌های مرتبط برخوردارند و ۲۴ مورد بار عاملی لازم را نداشتند که در مقیاس نهایی حذف شدند. بر این اساس، با استفاده از نشانگرهایی که از بار عاملی لازم برای تبیین ملاک‌ها برخوردار بودند مقیاسی با ۸۵ گویه برای طراحی چارچوب نهایی سواد فرهنگی معلمان تهیه شد.

1. Cronbach's alpha

2. confirmatory Factor analysis

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی و ضرایب آلفای کرونباخ چارچوب سواد فرهنگی معلمان

نشانگرها	آلفای کرونباخ	بارعاملی	آلفای کرونباخ	بار عاملی	میانگین
مطالعه وقایع تاریخی ایران	۰/۸۶۹	۰/۱۹	۰/۸۷۶	۰/۸۷	میانگین
مطالعه وقایع تاریخی جهان		۰/۶۴			
آگاهی از روش‌های حل اختلاف در سطح ملی		۰/۶۹			
آگاهی از روش‌های حل اختلاف در سطح جهانی		۰/۷۲			
آشنایی با میراث فرهنگی کشور		۰/۷۳			
جشنواره‌ها و سنت‌های فرهنگی کشور		۰/۸۲			
جاذبه‌های گردشگری ایران		۰/۶۶			
جاذبه‌های گردشگری جهانی		۰/۱۴			
آداب و رسوم و خرده‌فرهنگ‌های مردم		۰/۲۲			
اهمیت دادن به تفاوت‌های فردی		۰/۲۸			
شناخت اسطوره‌های تاریخی ایران		۰/۷۳			
علل انحطاط تمدن‌ها		۰/۷۲			
آشنایی با زبان داستان در آموزش مفاهیم	۰/۸۸۴	۰/۱۷	۰/۸۹۱	۰/۸۶	
آشنایی با زندگی و آثار شاعران مشهور ایرانی		۰/۶۵			
آشنایی با زندگی و آثار شاعران مشهور جهانی		۰/۸۵			
آگاهی از زندگی و آثار نویسندگان مشهور ایرانی		۰/۲۱			
آگاهی از زندگی و آثار نویسندگان مشهور جهانی		۰/۹۰			
آگاهی از زندگی خوشنویسان ممتاز ایرانی		۰/۷۹			
آشنایی با سبک‌های شعر فارسی		۰/۷۷			
شناخت آثار نویسندگان ادبیات داستانی		۰/۱۸			
تأثیر زبان و ادبیات فارسی در افزایش شوق و انگیزه		۰/۲۵			
آشنایی با اصول و فروع دین و احکام دینی	۰/۸۶۴	۰/۶۲	۰/۸۶۴	۰/۲۸	
تأثیر اصول مذهبی در پوشش زنان و مردان		۰/۷۷			
مشترکات فرهنگی اسلام با سایر ادیان		۰/۲۲			
تأثیر آموزه‌های دینی در سبک زندگی فردی و اجتماعی		۰/۹۰			
آشنایی با اهداف تعلیم و تربیت اسلامی		۰/۷۷			
تأثیر تعلیم و تربیت دینی بر انسجام ملت‌ها		۰/۸۹			

ردیف	بار عاملی	آلفای کرونباخ	بار عاملی	آلفای کرونباخ	نشانگرها
بعد دانشی	۰/۵۲	۰/۸۸۳	سیاست	۰/۲۸	شناخت نظام‌های سیاسی
				۰/۸۶	آشنایی با وظایف قوه مقننه
				۰/۸۴	آشنایی با وظایف رهبر در جامعه
				۰/۹۶	آشنایی با وظایف رئیس‌جمهور
				۰/۲۶	تأثیر مسئولیت‌پذیری در مسائل سیاسی
				۰/۲۷	تأثیر روابط دوستانه دولت‌ها در عرصه جهانی
				۰/۲۱	رابطه نظام تربیتی کشور با نهادهای سیاسی
				۰/۲۴	شناخت شایستگی‌های سیاسی رهبر
				۰/۲۶	آشنایی با موسیقی ملی (سازها و آوازها)
				۰/۷۳	آشنایی با موسیقی جهان (سازها و آوازها)
				۰/۷۴	شناخت حرکات نمایشی (تئاتر خیابانی، شعبده‌بازی و...)
				۰/۸۱	آشنایی با هنرهای تجسمی (معرق کاری، منبت کاری و...)
				۰/۷۸	آشنایی با هنرهای ترسیمی (نقاشی، پرتره، طراحی و...)
				۰/۸۶	آشنایی با تئاترهای معروف جهان (اتللو، باغ آلبالو و...)
				۰/۲۸	اطلاعات سینمایی ایران (شناخت بازیگران، فیلم و...)
				۰/۶۹	اطلاعات سینمایی خارجی (شناخت بازیگران، فیلم و...)
				۰/۶۷	آگاهی از موضوعاتی مثل عکاسی، موسیقی و هنر
				۰/۶۷	آشنایی با بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای
				۰/۲۹	نقش هنر در آرامش روحی
			هنر	۰/۷۳	شرکت در نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های هنری
				۰/۱۲	تأثیر هنر در پرکردن اوقات فراغت
				۰/۱۶	آشنایی با کارکردهای وسایل ارتباط جمعی
				۰/۲۴	نقش هنر در برانگیختن احساس و عواطف

نشانگرها	آلفای کرونباخ	بارعاملی	ملاک و	آلفای کرونباخ	بار عاملی	ملاک و
انتقادپذیربودن (داشتن تفکر انتقادی)	۰/۸۴۵	۰/۶۳	جامعه‌شناسی	۰/۸۴۵	۰/۳۸	بعد دانشی
برخورداری از تفکر انتقادی در برخورد با مسائل		۰/۲۳				
آگاهی از نیازها و تمایلات مشترک مردم در جامعه		۰/۶۲				
ایجاد انگیزه در جامعه‌پذیری دانش‌آموزان		۰/۶۶				
شناخت تفاوت‌های فرهنگی اقوام مختلف		۰/۷۹				
مهارت ایجاد ارتباط و همکاری با دیگران		۰/۷۸				
آشنایی با حقوق شهروندی		۰/۶۴				
تأثیر یادگیری و مشارکت جمعی در آموزش		۰/۸۲				
پیگیری تحولات جامعه		۰/۷۰				
تأثیر مهربانی در برقراری ارتباط با دیگران	۰/۸۶۵	۰/۷۰	مهارت برقراری ارتباط	۰/۸۶۵	۱/۰۰	بعد مهارتی
برخورداری از فن بیان در برقراری ارتباط با دیگران		۰/۷۱				
استفاده از سؤالات متنوع و گوناگون در گفت‌وگو		۰/۷۶				
تأثیر مطالعه کتاب و مجله و روزنامه در کسب اطلاعات		۰/۵۹				
برخورداری از مهارت‌های مطالعه و نگارش زبان فارسی		۰/۶۸				
نوشتن پژوهش یا مطلب علمی در روزنامه و مجلات		۰/۴۰				
میزان مطالعه کتاب و مجله در هفته		۰/۴۱				
رعایت آراستگی ظاهری و پوشش در برقراری ارتباط با دیگران		۰/۵۵				
مطالعه مقالات و کتب تخصصی		۰/۶۳				
برقراری ارتباط با دیگران از طریق نوشتن		۰/۵۸				
آشنایی با شاخصه‌های مهم مهارت‌های ارتباطی		۰/۶۶				
توانایی برقراری ارتباط نوشتاری برای تبادل ایده‌ها و نظرها		۰/۴۸				
برقراری ارتباط با دانش‌آموزان در تدریس		۰/۷۸				

نشانگرها	آلفای کرونباخ	بارعاملی	ملاکها	آلفای کرونباخ	بار عاملی	معدل
برقراری ارتباط از طریق فضای مجازی	۰/۸۶۷	۰/۶۴	استفاده از فناوری	۰/۸۸۷	۰/۸۸	بعد مهارتی
تأثیر آموزش در برقراری ارتباط با دیگران		۰/۷۲				
شناخت زبان بدن برای برقراری ارتباط مؤثر با دیگران		۰/۵۹				
تأثیر هم‌زبانی در ایجاد برقراری با دیگران		۰/۷۹				
احترام به ارزش‌های دیگران در فضای مجازی		۰/۷۸				
تأثیر اعتماد به فضای مجازی در برقراری ارتباط با دیگران		۰/۲۱				
شناخت ویژگی‌های مخاطبان در فضای مجازی		۰/۶۹				
تأثیر گفت‌وگوی صریح و روشن در فضای مجازی		۰/۷۸				
ارائاً فرصت به دیگران برای نظردادن در فضای مجازی		۰/۷۳				
شناخت نرم‌افزارها برای برقراری ارتباط با دیگران		۰/۵۵				
تأثیر رادیو در آموزش مهارت برقراری ارتباط با دیگران		۰/۲۵				
مطالعه کتب و مجلات الکترونیک		۰/۵۶				
تأثیر نوع پوشش در برقراری ارتباط با دیگران		۰/۶۹				
شناخت برنامه‌های مجازی برای برقراری ارتباط با دیگران		۰/۶۰				
شناخت حق و حقوق خود در فضای مجازی		۰/۴۳				
لزوم رعایت حریم خصوصی در فضای مجازی		۰/۷۹				

ردیف	بار عاملی	آلفای کرونباخ	بار عاملی	آلفای کرونباخ	نشانگرها
بعد ترکیبی	۰/۷۶	۰/۹۳۳	ارزش‌های فردی	۰/۹۳۰	صبر و بردباری
					راست‌گویی و وفاداری
					باورهای مذهبی
					منطقی‌بودن
					اعتماد به نفس معلم
					تواضع و فروتنی
					دلسوزی معلم در رفع مشکلات دانش‌آموزان
					خوش‌اخلاقی معلم
					نظم و ترتیب در انجام دادن امور فردی
					ایثار و فداکاری معلم
					رعایت عدالت بین دانش‌آموزان توسط معلم
					تأثیر رفتار معلم در کاهش تنش‌های قومی و قبیله‌ای
					تأثیر اطلاعات فرهنگی معلم در رفتار اجتماعی دانش‌آموز
					برخوردااری از شخصیت کاریزماتیک
					انعطاف‌پذیری معلم
					باور به تأثیرگذاری و تأثیرپذیری معلم در جامعه
					آراستگی معلم
					آگاهی از تأثیر زبان کلامی و زبان بدنی در امر آموزش
					دوری معلم از رفتارهای تبعیض‌آمیز بین دانش‌آموزان
	۱/۲۲	۰/۶۷۲	هنجارهای اجتماعی	۰/۶۷۲	پرهیز از ستیزه‌جویی در رویارویی با نظرات مخالف
				۰/۶۷	برخوردااری از ارتباطات قوی

در این مقیاس ۱۲ نشانگر (۱ تا ۱۲) ملاک تاریخ و ۹ نشانگر (۱۳ تا ۲۱) ملاک ادبیات و ۶ نشانگر (۲۲ تا ۲۷) ملاک دین و مذهب را می‌سنجد. همچنین، ۹ نشانگر (۲۸ تا ۳۶) ملاک سیاست و ۱۴ نشانگر (۳۷ تا ۵۰) ملاک هنر و ۹ نشانگر (۵۱ تا ۵۹) ملاک جامعه‌شناسی را می‌سنجد که این ۵۹ نشانگر در مجموع یکی از ابعاد

چارچوب سواد فرهنگی معلمان یعنی بُعد دانشی را سنجیده است. همچنین در این مقیاس، ۱۳ نشانگر (۶۰ تا ۷۲) ملاک مهارت برقراری ارتباط و ۱۶ نشانگر (۷۳ تا ۸۸) ملاک استفاده از فناوری اطلاعات را سنجیده و این ۲۹ نشانگر در مجموع یکی دیگر از ابعاد چارچوب سواد فرهنگی معلمان یعنی بُعد مهارتی را سنجیده است. همچنین، ۱۸ نشانگر (۸۹ تا ۱۰۶) ارزش‌های فردی و ۳ نشانگر (۱۰۷ تا ۱۰۹) ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را می‌سنجد و این ۲۱ نشانگر در مجموع آخرین بُعد چارچوب سواد فرهنگی معلمان یعنی بُعد نگرشی را سنجیده است. نمره‌گذاری این مقیاس به صورت ۱ (بسیار کم)، ۲ (کم)، ۳ (متوسط)، ۴ (زیاد) و ۵ (بسیار زیاد) است.

جدول ۵. آماره‌های ملاک‌ها و ضرایب آلفای کرونباخ قبل از حذف نشانگرهای ضعیف

ردیف	ملاک‌ها	تعداد نشانگر	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب آلفای کرونباخ
۱	تاریخ	۱۲	۴۰/۲۳	۶/۸۳	۰/۸۶۹
۲	ادبیات	۹	۲۵/۹۲	۶/۲۰	۰/۸۸۴
۳	دین و مذهب	۶	۲۲/۴۲	۴/۷۹	۰/۸۶۴
۴	سیاست	۹	۳۳/۶۷	۵/۶۱	۰/۸۰۲
۵	هنر	۱۴	۴۱/۸۱	۸/۶۴	۰/۸۸۹
۶	جامعه‌شناسی	۹	۳۵/۲۳	۵/۰۳	۰/۸۴۵
۷	مهارت برقراری ارتباط	۱۳	۴۸/۸۱	۷/۲۲	۰/۸۶۵
۸	استفاده از فناوری اطلاعات	۱۶	۶۱/۶۰	۸/۰۵	۰/۸۶۷
۹	ارزش‌های فردی	۱۸	۷۶/۲۲	۹/۶۵	۰/۹۳۰
۱۰	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی	۳	۱۱/۹۰	۲/۱۳	۰/۶۷۲
۱۱	کل نشانگرها	۱۰۹	۳۹۶/۹۲	۴۷/۵۲	۰/۹۷۰

جدول ۶. آماره‌های ملاک‌ها و ضرایب آلفای کرونباخ بعد از حذف نشانگرهای ضعیف

ردیف	ملاک‌ها	تعداد نشانگر	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب آلفای کرونباخ
۱	تاریخ	۸	۲۵/۳۹	۴/۹۶	۰/۸۷۶
۲	ادبیات	۵	۱۲/۹۷	۳/۸۹	۰/۸۹۱
۳	دین و مذهب	۵	۱۸/۲۰	۴/۲۶	۰/۸۶۴
۴	سیاست	۳	۱۱/۱۶	۲/۵۲	۰/۸۸۳

ردیف	ملاک‌ها	تعداد نشانگر	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب آلفای کرونباخ
۵	هنر	۹	۲۳/۷۵	۶/۵۵	۰/۸۹۷
۶	جامعه‌شناسی	۸	۳۱/۴۲	۴/۵۸	۰/۸۴۵
۷	مهارت برقراری ارتباط	۱۳	۴۸/۸۱	۷/۲۲	۰/۸۶۵
۸	استفاده از فناوری اطلاعات	۱۴	۵۵/۷۷	۷/۶۴	۰/۸۸۷
۹	ارزش‌های فردی	۱۷	۷۲/۴۱	۹/۲۲	۰/۹۳۳
۱۰	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی	۳	۱۱/۹۰	۲/۱۳	۰/۶۷۲
۱۱	کل نشانگرها	۸۵	۳۱۱/۸۷	۳۷/۴۵	۰/۹۷۵

براساس جدول‌های ۵ و ۶ شاخص‌های آمار توصیفی و ضرایب آلفای کرونباخ مرتبط با ملاک‌ها قبل و بعد از حذف نشانگرهای ضعیف و بعضاً بی‌تأثیر است. بیشترین پایایی آلفای کرونباخ در ملاک ارزش‌های فردی با ۱۷ نشانگر و برابر با ۰/۹۳۳ است. در ردیف آخر، ضرایب کل نشانگرها آمده است. پایایی کل نشانگرها برابر ۰/۹۷۵ است که پایایی بسیار چشمگیری است.

بحث و نتیجه‌گیری

با در نظر گرفتن یافته‌های پژوهش و تلفیق و تلخیص ۱۰۲۰ گزاره مفهومی اولیه به‌دست‌آمده از بررسی متون و مصاحبه با مشارکت‌کنندگان بالقوه پژوهش و براساس رویکرد تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶)، مضامین پایه استخراج‌شده در چارچوب سطوح سه‌گانه شایستگی دانش و نگرش و مهارت قرار گرفتند. با بررسی مضامین سازمان‌دهنده سطح اول که ترکیبی پیچیده از انگیزه، توانایی‌های ذهنی، دانش کاربردی و مهارت عملی است، ۱۰ مضمون سازمان‌دهنده سطح دوم شامل تاریخ، ادبیات، دین، سیاست، هنر، جامعه‌شناسی، ارزش‌های فردی، هنجارهای اجتماعی، مهارت برقراری ارتباط و استفاده از فناوری شناسایی شد.

سؤال اول: چارچوب سواد فرهنگی معلمان چیست؟

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان بالقوه این پژوهش، معلم باسواد فرهنگی از دانش و آگاهی و اطلاعات تاریخی لازم برخوردار است؛ دست‌کم با وقایع و رخداد‌های مهم تاریخ ایران و جهان آشناست؛ با توجه به رسالت عظیم تربیت نسل آینده‌ساز و شهروند جهانی در عصر پراز چالش‌های بزرگ و دشواری چون جنگ، آشوب، ترور، نژادپرستی و اختلافات

سرزمینی و فرهنگی، راهکارهای زندگی مسالمت‌آمیز و رفع اختلافات به شیوه منطقی و گفت‌وگویی را به دانش‌آموزان می‌آموزد؛ و جاذبه‌های گردشگری و میراث فرهنگی و اسطوره‌های تاریخی را می‌شناسد و انگیزه دانش‌آموزان در جهت کشف حقایق تاریخی و درس گرفتن از گذشته برای ساخت آینده‌ای روشن را افزایش می‌دهد. این جایگاه تنها در صورتی حاصل می‌شود که معلم خود در زمینه تاریخی آگاه و حساس باشد. این یافته با دیدگاه نظری هیرش (۱۹۸۷)، نتایج پژوهش هالبرت و چيگزا (۲۰۱۵) در زمینه آگاهی از وقایع ملی و جهانی، پژوهش مک کی (۲۰۰۵)، گزارش بنیاد علوم اروپا (ژانویه ۲۰۱۳)، احمدی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) و فرمehینی فراهانی (۱۳۹۷) همسویی دارد.

یافته‌های پژوهش بر اهمیت برخورداری معلمان از دانش ادبی و تسلط بر ادبیات فارسی دلالت دارد. لازم است معلم شاعران معروف ایران را بشناسد و با آثار ادبی یا شاعران و نویسندگان مطرح ملی و جهانی آشنایی داشته باشد و هنرمندان خوشنویس را بشناسد و خود نیز در این حوزه مهارت داشته باشد و برای تسهیل آموزش مفاهیم از شیوه داستان‌گویی و داستان‌نویسی استفاده کند. برخورداری معلم از چنین شایستگی‌هایی زمینه افزایش سواد فرهنگی دانش‌آموزان و جامعه را فراهم می‌کند؛ زیرا فرهنگ مجموعه ارزش‌ها و هنجارهای به‌هم‌پیوسته جامعه است و ادبیات راه مؤثر و حیاتی در انتقال این ارزش‌هاست. این یافته با دیدگاه نظری هیرش (۱۹۸۷) و نتایج پژوهش‌های ماین، کوک و لاهادسماکی (۲۰۱۹)؛ پیازا، رائو و پروتی شیا (۲۰۱۵)؛ گزارش بنیاد علوم اروپا (ژانویه ۲۰۱۳)؛ احمدی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) و فرمehینی فراهانی (۱۳۹۷) همسویی دارد.

دین و تربیت دینی جزء جدایی‌ناپذیر فرهنگ ایران اسلامی است و لازم است معلمان از صلاحیت‌های لازم در این حوزه چون باورها و اعتقادات دینی، شناخت عناصر و مؤلفه‌های دینی و مذهبی، باور به اصول مذهبی در پوشش مردان و زنان، کاربرد آموزه‌های دینی در سبک زندگی فردی و اجتماعی، آشنایی با اهداف تعلیم و تربیت اسلامی و تأثیرگذاری تعلیم و تربیت اسلامی بر انسجام امت اسلامی برخوردار باشند. چنین معلمانی می‌توانند پاسخگوی سؤالات و شبهات بسیار دانش‌آموزان باشند و الگوی عملی مسلمان آگاه و متدین باشند و دانش‌آموزان را در مسیر تمیز حق از باطل راهنمایی کنند و قدرت تفکر و استدلال آنان در مسائل دینی را تقویت کنند. در این صورت می‌توان از آسیب‌های ناشی از پدیده دین‌گریزی نوجوانان و جوانان در جامعه اجتناب کرد. این یافته با دیدگاه نظری هیرش (۱۹۸۷) و نتایج پژوهش‌های احمدی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) و فرمehینی فراهانی (۱۳۹۷) همسویی دارد.

ازجمله عواملی که لازم است در تدوین هرگونه برنامه ارتقای سواد فرهنگی جامعه به‌طورکلی و معلمان به‌طور خاص به آن توجه شود دانش و آگاهی سیاسی است. این بدان معناست که معلم، به‌عنوان متولی کلیدی در عرصه حیاتی فرهنگ، لازم است نظام سیاسی حاکم بر جامعه و جهان را بشناسد و در برابر امور سیاسی جامعه حساس و مسئولیت‌پذیر باشد. این یافته با یافته‌های پژوهش فرمehنی فراهانی (۱۳۹۷) همسویی دارد. مؤلفه سیاست با کل زندگی انسان‌ها در جامعه سروکار دارد و از تبیین‌کننده‌ترین عوامل زندگی عصر کنونی است. درواقع، با تعطیلی سیاست جامعه دچار بی‌نظمی، آشفتگی، اخلال و خشونت بیش‌ازاندازه می‌شود و هم‌بستگی اجتماعی از بین می‌رود و افراد حتی در تأمین نیازهای اولیه خویش برای بقا دچار مشکلات و بحران‌های مختلف می‌شوند. بر این اساس، در عصر حاضر سیاست عامل بقای اجتماع است (فرمehنی فراهانی، ۱۳۹۷) و برخورداری معلمان از آگاهی سیاسی تربیت سیاسی هرچه مؤثرتر دانش‌آموزان را در پی خواهد داشت.

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان بالقوه این پژوهش، معلم باسواد فرهنگی معلمی است که با موسیقی ملی و جهانی آشنایی دارد و هنرهای تجسمی و ترسیمی را می‌شناسد و شناخت کافی در مقوله‌های مهمی چون حرکات نمایشی، تئاتر، سینما، نقاشی، خوشنویسی و بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای دارد. این یافته با یافته‌های پژوهش بایلی (۲۰۱۹) در زمینه نقش صدا و موسیقی در هم‌گرایی بین‌فرهنگی، گزارش بنیاد علوم اروپا (ژانویه ۲۰۱۳)، احمدی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) و فرمehنی فراهانی (۱۳۹۷) همسویی دارد. با وجود چنین معلمانی می‌توان به تربیت دانش‌آموزان در همه ابعاد شناختی و عاطفی و روانی حرکتی و پرورش خلاقیت و بهبود سلامت روان در جامعه امیدوار بود.

براساس یافته‌های این پژوهش، معلم باسواد فرهنگی در زمینه جامعه‌شناسی نیز واجد صلاحیت‌هایی چون برخورداری از تفکر انتقادی، آشنایی با سنت‌های حاکم بر جامعه، آشنایی با زبان و فرهنگ و آداب و رسوم و قومیت‌های مختلف در جامعه چندفرهنگی ایران و آگاه از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی ملی و جهانی است. وجود خرده‌فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف در ایران و قرارگرفتن در عرصه دشوار جهانی شدن و درعین حال بومی ماندن و حفظ هویت فرهنگی ملی و همچنین قومیت‌های مختلف اهمیت برخورداری معلمان از آگاهی کافی در این زمینه و آموزش احترام و ارزش‌دهی به فرهنگ‌های مختلف را نمایان می‌کند. این یافته با یافته‌های پژوهش هالبرت و چیگزا (۲۰۱۵)، جاروسینسکی (۲۰۱۸)، وانگ (۲۰۱۶)، دیالو (۲۰۱۷)، احمدی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) و فرمehنی فراهانی (۱۳۹۷) همسویی دارد.

علاوه بر بُعد دانشی سواد فرهنگی، لازم است معلمان در حوزه نگرشی نیز واجد صلاحیت‌هایی باشند؛ زیرا نگرش حلقه واسط بین دانش و عمل است و بر نوع واکنش یا پاسخگویی معلم بر موضوعات و موقعیت‌های فرهنگی تأثیر پویا و قوی دارد. براساس یافته‌های این پژوهش، معلم باسواد فرهنگی در حوزه نگرشی واجد صلاحیت‌هایی از لحاظ شخصی و اجتماعی است. از لحاظ شخصی، معلم برخوردار از سواد فرهنگی انعطاف‌پذیر و معتمد است؛ شخصیت کاریزماتیک دارد و در تعامل با دانش‌آموزان منطقی عمل می‌کند و دلسوزانه و صبورانه در فضایی آکنده از احترام و همدلی فرایند یاددهی‌یادگیری را هدایت می‌کند. از لحاظ اجتماعی نیز، چنین معلمی پاینده به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی چون پذیرش تفاوت‌های جنسیتی، پرهیز از ستیزه‌جویی در رویارویی با نظرهای مخالف، دوری از رفتارهای تبعیض‌آمیز با دانش‌آموزان و خودرأی‌نبودن است. این یافته با یافته‌های پژوهش جاروسینسکی (۲۰۱۸) و دیالو (۲۰۱۷) همسویی دارد. با در نظر گرفتن تأثیر مهم نگرش‌ها در زمینه‌سازی و شکل‌دهی به رفتارهای فرهنگی و رفع نیازهای فرهنگی دانش‌آموزان و بالتبع آن جامعه، توجه به این حوزه در هر برنامه ارتقای سواد فرهنگی معلمان ضروری است.

برای دستیابی به چارچوب سواد فرهنگی معلمان، علاوه بر مضامین دربردارنده دو حوزه دانشی و نگرشی سواد فرهنگی، توجه به حوزه مهارتی نیز مهم است. از نظر مشارکت‌کنندگان این پژوهش، معلم باسواد فرهنگی مهارت فراوانی در برقراری ارتباط با دیگران به شیوه‌های گوناگونی چون ارتباط حضوری، ارتباط نوشتاری و شفاهی به‌ویژه در زمینه مسائل علمی و پژوهشی دارد. همچنین در عصر حاضر که عصر دانایی و اطلاعات و ارتباطات است، معلم باسواد فرهنگی در زمینه استفاده از فناوری‌های ارتباطی در فضای مجازی نیز توانمند است و به ترغیب و توانمندسازی دانش‌آموزان در زمینه استفاده درست و بهینه از فضای مجازی می‌پردازد. این یافته با یافته‌های پژوهش گانیتو، سانتوس، سگال و لوپز (۲۰۱۹)؛ ماین، کوک و لاهادسماکی (۲۰۱۹)؛ و فرمهینی فراهانی (۱۳۹۷) همسویی دارد.

سؤال دوم: آیا چارچوب نهایی سواد فرهنگی معلمان از اعتبار لازم برخوردار است؟

به‌منظور بررسی روایی و پایایی کیفی چارچوب اولیه برآمده از روش تحلیل مضمون، استفاده از معیارهای اعتبارسنجی کیفی (معتبربودن و تأییدپذیربودن) و قابلیت اعتماد (اطمینان‌پذیری) و همسوی بودن با پیشینه نظری و پژوهشی نشان می‌دهد که چارچوب اولیه به لحاظ کیفی از اعتبار لازم برخوردار است. این به آن معناست که

مسیر طی شده برای دستیابی به چارچوب مفهومی این الگو از دقت و اعتبار مطلوبی برخوردار است و می‌توان با اطمینان از این چارچوب در مراحل بعدی پژوهش استفاده کرد. نتایج و یافته‌های به دست آمده از تحلیل داده‌های مربوط به پاسخ به سؤالات مبتنی بر اعتبارسنجی کمی چارچوب سواد فرهنگی معلمان برآمده از مرحله کیفی به منظور دستیابی به عوامل و ملاک‌ها و نشانگرهای الگوی نهایی تأییدکننده اعتبار این چارچوب است؛ به نحوی که نتایج منتج از بررسی روایی از دیدگاه استادان و صاحب نظران و متخصصان حاکی از اهمیت و ارتباط گسترده هریک از عوامل و ملاک‌ها و نشانگرهای تشکیل دهنده اولیه سواد فرهنگی معلمان بود و اغلب این اهمیت و ارتباط را در حد «خیلی زیاد» و «زیاد» ارزیابی کردند. علاوه بر این، محاسبه همبستگی هریک از ملاک‌ها و نشانگرها به ترتیب با عوامل و ملاک‌های مرتبط حاکی از معناداری همبستگی‌ها تقریباً در تمام نمونه‌ها بود. ضرایب همبستگی به دست آمده در دامنه بین ۵۸ درصد تا ۹۳ درصد قرار داشتند که نشان دهنده قوت عوامل و عناصر ساختاری چارچوب سواد فرهنگی معلمان است. در این مرحله، ۲۴ نشانگر که با ملاک‌های خود دارای همبستگی غیرمعنی‌دار بود از چارچوب پیشنهادی حذف شد و تعداد نشانگرهای چارچوب به ۸۵ نمونه کاهش یافت و در بررسی پایایی چارچوب نظری همسانی درونی عوامل ده گانه با استفاده از آلفای کرونباخ سنجیده شد. میزان ضرایب آلفای کرونباخ در دامنه بین ۶۷/۲ درصد تا ۹۷/۵ درصد گزارش شد که بیانگر مطلوب بودن پایایی چارچوب سواد فرهنگی معلمان است.

از سوی دیگر، نتایج حاصل از به کارگیری آمار تحلیل عامل تأییدی در دو مرتبه برای اعتبارسنجی نهایی چارچوب مفهومی حاصل از مرحله کیفی پژوهش نشان می‌دهد که این چارچوب به لحاظ کمی نیز از اعتبار لازم برخوردار است و در نتیجه، ترکیب ساختاری چارچوب نهایی با اندک تغییری در نشانگرها (به سبب تشابه و هم‌سنجی با سایر نشانگرها یا عدم ارتباط) و با ۳ عامل و ۱۰ ملاک و ۸۵ نشانگر تأیید شد. تحلیل عامل مرتبه اول برای تعیین بار عاملی هریک از ملاک‌ها روی عوامل مرتبط انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول حاکی از آن است که همه ملاک‌ها از بار عاملی لازم (بیشتر از ۰/۴) برای تبیین عوامل مرتبط برخوردارند و در مجموع ملاک‌های ده گانه، ۹۳ درصد از واریانس عوامل ده گانه الگوی چارچوب سواد فرهنگی معلمان را تبیین می‌کنند. تحلیل عامل مرتبه دوم نیز برای تعیین بار عاملی هریک از نشانگرها روی ملاک‌های مرتبط انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی

مرحله دوم نیز نشان داد که از ۱۰۹ نشانگر وارد شده در تحلیل ۸۵ مورد از بار عاملی لازم بیشتر از ۴۰ درصد برای تبیین ملاک‌های مرتبط برخوردارند و ۲۴ نشانگر بار عاملی لازم را نداشتند که در الگوی نهایی حذف شدند. در مجموع، نشانگرهای ۸۵ گانه ۷۷/۹۹ درصد از واریانس ملاک‌های ده گانه الگوی چارچوب سواد فرهنگی معلمان را تبیین می‌کنند. به‌طور کلی از نتایج و یافته‌های به‌دست‌آمده می‌توان چنین استنباط کرد که چارچوب پیشنهادی برای تدوین الگوی چارچوب سواد فرهنگی معلمان به‌لحاظ نظری از اعتبار کیفی و کمی لازم برخوردار است.

پیشنهادهای پژوهشی

پیشنهاد می‌شود سایر پژوهشگران به آسیب‌شناسی و ارزیابی نظام آموزشی کشور با هدف سنجش سطح سواد فرهنگی سیاست‌گذاران آموزشی، مدیران آموزشی، استادان، دبیران، معلمان و دانش‌آموزان با استفاده از ابزار حاصل از این پژوهش بپردازند و محتوای کتب درسی در سطح نظام آموزش و پرورش و آموزش عالی را با رویکرد سواد فرهنگی تحلیل کنند.

پیشنهادهای کاربردی

از این الگو می‌توان برای طراحی برنامه آموزش‌های ضمن خدمت در زمینه ارتقای سواد فرهنگی معلمان استفاده کرد تا معلمان بتوانند از عناصر سواد فرهنگی آگاهی لازم را کسب کنند و آن را در امر آموزش به کار گیرند.

تهیه بایگانی آموزشی سواد فرهنگی مبتنی بر یافته‌های این پژوهش در قالب لوح فشرده، انتشار در وبگاه‌ها و مجلات آموزشی و پژوهشی با در نظر گرفتن سهولت دسترسی به محتوای طراحی شده برای استفاده همه فرهنگیان نیز پیشنهاد می‌شود. برنامه‌ریزی و طراحی آموزشی با هدف پیش‌بینی «زنگ سواد فرهنگی» در مدارس پیشنهاد می‌شود. متخصصان برنامه درسی می‌توانند با تولید محتوای متناسب با سن دانش‌آموزان به توسعه سواد فرهنگی در مدارس و بالتبع در جامعه بپردازند.

محدودیت‌ها

محدودیت اصلی این پژوهش انجام دادن آن در شرایط دشوار همه‌گیری کرونا بود که پژوهشگر را در جمع‌آوری داده‌های کیفی (مصاحبه حضوری با استادان دانشگاه) و داده‌های کمی (توزیع پرسش‌نامه‌ها و جمع‌آوری آن‌ها) با دشواری زیادی روبه‌رو کرد.

منابع و مأخذ

- احمدی پور، روناک؛ معظمی، مجتبی، طوطیا، صدیقه و کاووسی اسماعیل. (۱۳۹۹). شناسایی عناصر نظام‌مند ارتقای سواد فرهنگی؛ مورد مطالعه: آموزش و پرورش ایران. پژوهش‌های جامعه‌شناسی، ۱۴ (۳)، ۴۵-۷۴.
- افضلی، سعیده، صادقی علیرضا، موسی پور نعمت‌الله و قادری مصطفی. (۱۴۰۱). ارزیابی ابعاد سواد چندفرهنگی دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان. فصلنامه مطالعات آموزشی و آموزشگاهی، ۱۱ (۳۰)، ۴۲۷-۴۴۸
- Dor: 20.1001.1.2423494.1401.11.1.17.9
- آبیار کاشی، علیرضا و حیدری هراتمه مصطفی. (۱۳۹۸). نقش سواد فرهنگی در موفقیت مدیران در شرایط تنوع فرهنگی (مورد مطالعه: وزارت دفاع). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق، گروه مدیریت.
- آشوری، داریوش (۱۳۸۱). تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، تهران: انتشارات آگاه.
- آوینی، سید مرتضی (۱۳۸۶). توسعه و مبانی تمدن غرب، تهران: انتشارات ساقی.
- پوراسماعیلی، شیمیا و قبانچی ضرغام. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین سواد فرهنگی زبان دوم مدرسين ایرانی و خودکارآمدی آن‌ها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی تابران، گروه مدیریت و علوم انسانی.
- جمالی، مریم، صادق‌زاده قمصری، علیرضا، صالحی امیری سیدرضا و فرمehنی فراهانی، محسن. (۱۳۹۸). بررسی وضعیت موجود مدیریت ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران. فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۸ (۳۳)، ۳۱-۵۱.
- Dor: 20.1001.1.22517081.1398.8.4.2.4
- حبیبی، حمید. (۱۳۹۱). ماهیت و کارکرد فرهنگ، روزنامه ایران، شماره ۵۰۷۴: ۱۴.
- حسینی، مالک، رحمانی، جعفر و باقی نصرآبادی، علی. (۱۳۹۶). بایسته‌های سواد فرهنگی مدیران فرهنگی دانشگاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه معارف اسلامی قم.
- خاکزاد، فاروق، دهقانی، مرضیه، حکیم‌زاده رضوان، صادقی، علیرضا و صالحی کیوان. (۱۴۰۱). چارچوب برنامه درسی مبتنی بر توسعه سواد فرهنگی در دوره متوسطه براساس دیدگاه زایس، مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی، ۱۵ (۱)، ۱۹۲-۱۷۳
- Dor: 10.52547/MPES.15.1.173
- خاکزاد، فاروق، دهقانی، مرضیه، حکیم‌زاده رضوان، صادقی، علیرضا و صالحی کیوان. (۱۴۰۰). واکاوی مؤلفه‌های سواد فرهنگی برای دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه: یک مطالعه فراترکیب. پژوهش‌های برنامه درسی، ۱۱ (۲)، ۲۲۳-۱۹۷.
- Dor: 10.22099/JCR.2021.6462
- خانیک، هادی. (۱۳۸۱). اصلاحات در آموزش و پرورش؛ هم‌اندیشی و مصاحبه با صاحب‌نظران و متخصصان، تهران: پژوهشکده تعلیم و تربیت.
- روح‌الامینی، محمود. (۱۳۶۸). زمینه فرهنگ‌شناسی، تهران: عطار، چاپ ۲.
- شریعتمداری، علی. (۱۳۸۱). جامعه و تعلیم و تربیت، چاپ بیستم، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- شکوهری، غلامحسین. (۱۳۶۹). مبانی و اصول آموزش و پرورش. مشهد: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی.

شیخ حسنی، سعید، ولیان پور، محمد، عشق پور، محمدرضا، کمیلی، حسین و ظهوریان ابوترابی، میثم. (۱۳۹۱). طراحی الگوی شبکه‌سازی نخبگان فرهنگی. تهران: بنیاد فرهنگی خاتم‌الانبیاء.

صادقی، الهام، ملا نظر حسین و تجویدی غلامرضا. (۱۳۸۹). در باب رابطه سواد فرهنگی و ملیت مترجم: با نگاهی به تشخیص و ترجمه تلمیح، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

فرهی بوزنجانی، برزو. (۱۳۸۷). روش تبیین نقشه مهندسی فرهنگی کشور، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۱۰ (۵)، ۸۹-۱۱۷. Dor: 20.1001.1.20088760.1388.10.5.4.9

فرجی ارمنی، اکبر. (۱۳۸۶). رسالت و نقش دانشگاه اسلامی در تمدن‌سازی و تولید علم دینی، مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی، ۱۱ (۴)، ۸۰-۶۴.

فرمبهنی فراهانی، محسن، صباغ اسماعیلی رنا. (۱۳۹۵). بررسی مؤلفه‌های سواد فرهنگی و ارائه راهکار جهت استقرار آن در نظام آموزش و پرورش. همدان: چهاردهمین همایش سالانه انجمن مطالعات برنامه درسی ایران (برنامه درسی و فرهنگ)، دانشگاه بوعلی سینا. <https://sid.ir/paper/892420/fa>

فرمبهنی فراهانی، محسن. (۱۳۹۷). نقش سواد فرهنگی در تحول علوم انسانی اسلامی، تحقیقات کاربردی علوم انسانی اسلامی، ۵ (۵)، ۱۴-۹۵.

لوتان، کوی. (۱۳۷۸). آموزش و پرورش، فرهنگ‌ها و جوامع، ترجمه محمد یمنی دوزی سرخابی، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

محمدی، محمدهادی (۱۳۹۴). سواد فرهنگی چیست؟ روزنامه شرق، شماره ۱۴۳۷، یازده آبان ماه.

مختاریان پور، مجید. (۱۳۸۷). مهندسی فرهنگی، لازمه تعالی جامعه اسلامی. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره ۵: ۱۶۲-۱۴۱. Dor: 20.1001.1.20088760.1388.10.5.6.1

نگاهداری، بابک. (۱۳۸۷). ضرورت مهندسی فرهنگی نظام آموزشی، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شماره ۱۵ و ۱۶. <https://sid.ir/paper/460218/fa>

محقق، فاطمه، امام‌جمعه فرهاد، موسویان سیدمرتضی و درمان فائزه. (۱۴۰۰). رویکرد فعال و کاربردی به سواد فرهنگی دانشجویان، بازآفرینی ادراک فرهنگی، فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، ۱۵ (۴۲)، ۸۷-۱۱۶.

Dor: 20.1001.1.17358663.1399.15.42.4.7

محقق، فاطمه، امام‌جمعه فرهاد، موسویان سیدمرتضی و درمان فائزه. (۱۴۰۱). طراحی مدل ارتقای سواد فرهنگی در دانشگاه آزاد اسلامی (مورد مطالعه: واحد علوم و تحقیقات تهران)، فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، ۱۶ (۴۷)، ۹-۴۰.

Dor: 20/1001/1/17358663/1400/16/47/1/1

نوده، محدثه و سرخه مریم مونس. (۱۳۹۹). بررسی میزان تأثیرگذاری سواد فرهنگی بر پوشش اجتماع در تهران (مطالعه موردی: بانوان ۱۸ تا ۲۵ سال). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا (س).

یوسفی نژاد، اسرین و عزیزی نعمت‌الله. (۱۴۰۱). ابعاد و زمینه‌های یادگیری سواد فرهنگی در مدارس؛ تحلیل

دیدگاه معلمان از محتوای کتب درسی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کردستان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی.

- Anson, C. M. (1988). Book lists, cultural literacy, and the stagnation of discourse. *The English Journal*, 77(2), 14-18. DOI: 10.2307/819507.
- Bayley, S. (2019). Primary school modern language teaching in England 1964-2014: the legacy of the Burstall Report. *Language & History*, 62(3), 247-264. DOI: 10.1080/17597536.2019.1649853
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa
- Broudy, H. S. (1990). Cultural literacy and general education. *Journal of Aesthetic Education*, 24(1), 7-16. DOI: 10.2307/3332851.
- Christenbury, L. (1989). Cultural Literacy: A Terrible Idea Whose Time Has Come. *English Journal*, 78(1), 14-17. DOI: 10.2307/817980.
- Creswell, J. W. & Clark, V. L. P. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. London: Sage publications.
- Diallo, B. (2017). Corporate governance, bank concentration and economic growth. *Emerging Markets Review*, 32, 28-37. DOI: 10.1016/j.ememar.2017.05.003
- European Science Foundation. "Cultural Literacy in Europe today." Available online: http://www.esf.org/fileadmin/Public_documents/Publications/spb48_Cultural_Literacy.pdf (accessed 8 December 2013).
- Ganito, C., Santos, L., Segal, N. & Lopes, A. (2019). *Cultural Literacy & Cosmopolitan Conviviality*, Universidade Católica Portuguesa (Lisbon)
- Ferdman, B. (1990). Literacy and cultural identity. *Harvard educational review*, 60(2), 181-205. DOI: 10.17763/haer.60.2.k10410245xxw0030
- Freire, P. (1970). The adult literacy process as cultural action for freedom. *Harvard educational review*, 40(2), 205-225. DOI: 10.17763/haer.40.2.q7n227021n148p26
- Graff, H. J. (1987). The legacies of literacy: Continuities and contradictions in western culture and society.
- Halbert, K., & Chigeza, P. (2015). Navigating discourses of cultural literacy in teacher education. *Australian Journal of Teacher Education*, 40(11), 9. DOI: 10.14221/ajte.2015v40n11.9
- Hirsch, E. D. (1983). Cultural literacy. *The American Scholar*, 159-169.
- Hirsch, E. D. (1987). *Cultural literacy: What every American needs to know*, Houghton Mifflin Company, Boston.
- Hirsch, E. D. (1989). *A first dictionary of cultural literacy: What our children need to know*, Houghton Mifflin Company, Boston.
- Hirsch, E. D., Kett, J. F., & Trefil, J. (2002). *The new dictionary of cultural literacy*. Houghton Mifflin Harcourt.

- Jarosinski, T. (2018). Culturally responsive teaching practices for educators of culturally and linguistically diverse students.
- Kava Nasikin, M. (2018). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar terhadap Pembiayaan dengan Dana Pihak Ketiga sebagai Variabel Intervening Perbankan Syariah di Indonesia 2013–2017 (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Maine, F., Cook, V., & Lähdesmäki, T. (2019). Reconceptualizing cultural literacy as a dialogic practice. *London Review of Education*, 17(3), 383-392. DOI:10.18546/LRE.17.3.12
- McKee, J. (2005). Cultural Literacy and the American Public Schools. *ESSAI*, 3(1), 22.
- Ochoa, G. G., & McDonald, S. (2020). Cultural literacy and empathy in education practice. Springer Nature.
- Paul, R. W. (1991). Critical and cultural literacy: Where ED Hirsch goes wrong. *Critical Thinking: Focus on Social and Cultural Inquiry*, 29-33.
- Piazza, S. V., Rao, S., & Protacio, M. S. (2015). Converging recommendations for culturally responsive literacy practices: Students with learning disabilities, English language learners, and socioculturally diverse learners. *International Journal of Multicultural Education*, 17(3), 1-20. DOI: 10.18251/ijme.v17i3.1023
- Polistina, K. (2009). Cultural Literacy: Understanding and respect for the cultural aspects of sustainability. In S. A. Villiers-Stuart P. (Ed.), *The handbook of sustainability literacy: Skills for a changing world* (multimedia version). Oxford: Green Books. Retrieved from http://arts.brighton.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0006/5982/Cultural-Literacy.pdf
- Salo-Lee, L. (2007). Towards cultural literacy. *Education for global responsibility–Finnish perspectives*, 73.
- Simpson, A. (1991). The Uses of "Cultural Literacy": A British View. *Journal of Aesthetic Education*, 25(4), 65-73. DOI: 10.2307/3332904.
- Wang, Y. C. (2016). Exploring Culturally and Linguistically Diverse Students' Identities in an After-school Book Club (Doctoral dissertation, The University of Iowa).
- Watson, V. M. (2018). Transformative schooling: Towards racial equity in education. Routledge. DOI: 10.4324/9781315101309

Critical Discourse Analysis of the National Emblems of the Qajar Period and the Islamic Republic of Iran Based on Van Dijk's Views

Farideh Afarin, Associate Professor, Department of Art Studies, Faculty of Art, Semnan University, Semnan, Iran. (Corresponding Author) Email: F.afarin@semnan.ac.ir.

Sajedeh Nikian, M.A of Art Studies, Department of Art studies, Faculty of Art, Semnan University, Semnan, Iran. Email: Sajedehnikian@semnan.ac.ir.

Abstract

The aim of the research is to analyze the critical discourse in the Qajar and Islamic Republic emblems based on the relationship between emblem and discourse. The research method is descriptive-analytic and the analysis approach is critical discourse. National emblems are the visual dimension of political discourses. The differences of emblems as a part of the discourse or the visual effect of a discourse may return to the specific way of that visual effect or be interpreted as a certain political tendency. Discourses consistent with the symbol of the lion and sun are patrimonial, royal, and national identity discourses based on historical past and religious identity. This emblem is indicative of the ideals of ideological traditionalists, as an attractive visual aspect of religious discourse. In this way, any emblem that represents the visual dimension of the discourse of Sunnis or other religious minorities is removed, or rejected by displaying this symbol in the ministries, press, publications, etc. The discourse of the Islamic Revolution is a reaction to the absolute modernism of the Pahlavi period. The discourses that arose in the Islamic revolution included strategies and conflicts such as class struggle, exploitation, and struggle against imperialism and colonialism. This discourse resists the field of power that the Orientalist and Middle Eastern discourse that Westerners create. The comparison of the Qajar and Islamic Republic emblems shows the difference in their attitude in choosing the type of governance. The Qajar rule wants to dominate the empire and the other wants to spread Islamic rule all over the world.

Keywords

Iran's national emblems, Critical discourse analysis, Islamic revolution discourse, Monarchist discourse.

گفتمان کاوی انتقادی نشان‌های ملی دوره قاجار و جمهوری اسلامی ایران بر اساس آرای ون‌دایک

فریده آفرین^۱، ساجده نیکیان^۲

چکیده

هدف پژوهش این است که به تحلیل گفتمان‌های فراخوانده توسط دو نشان قاجار و جمهوری اسلامی بپردازد. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی و رویکرد گفتمان‌کاوی انتقادی است. گفتمان‌های فراخوانده توسط نشان شیر و خورشید گفتمان پدرمیراثی، سلطنتی و هویت ملی بر اساس گذشته تاریخی هستند. شیر و خورشید را می‌توان بُعد بصری جذب‌کننده گفتمان مذهبی هم دانست. بدین ترتیب با جلوه‌گری این نشان در مطبوعات، نشریات و سایر رسانه‌ها هر نشانی که نشان‌دهنده یا بُعد بصری گفتمان دیگر اقلیت‌های مذهبی باشد به حاشیه رانده می‌شود. نشان جمهوری اسلامی گویای گفتمان انقلاب اسلامی و آرمان‌های سنت‌گرای ایدئولوژیک است. گفتمان انقلاب اسلامی در واکنش به مدرنیسم مطلقه پهلوی پدیدار شد و دربردارنده راهبردها و منازعه‌خواهی‌هایی چون مبارزه طبقاتی، استثمارزدایی، مبارزه با امپریالیسم و استعمار بود. این گفتمان در میدان قدرتی قرار داشت که در مقابل گفتمان شرق‌شناسی و خاورمیانه که برساخته غربی‌ها بود، مقاومت می‌کرد. تفاوت‌های نشان‌ها به‌منزله بخشی از گفتمان یا جلوه بصری یک گفتمان ممکن است به شیوه خاص اجرای آن جلوه بصری برگردد یا اینکه به گرایش سیاسی خاصی تعبیر شود. مقایسه دو نشان قاجار و جمهوری اسلامی به‌منزله جلوه بصری دو گفتمان متفاوت، تفاوت آن‌ها در فراخوانی نوع حاکمیتی متفاوت را نشان می‌دهد. درواقع، هر دوره‌ای گفتمان غالبی دارد که نظام حقیقت خود را به وجود می‌آورد. در مرکز نظام حقیقت یکی گفتمان سلطنت‌گرا و در دیگری گفتمان انقلاب اسلامی با تمرکز بر دین اسلام و حاکمیت مطلق الله قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی

نشان ملی ایران، گفتمان کاوی، گفتمان انقلاب اسلامی، گفتمان سلطنت‌گرا.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۳

۱. دانشیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه سمنان (نویسنده مسئول).

f.afarin@semnan.ac.ir

Sajdedeh.nikian@semnan.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه سمنان

مقدمه

نشان‌های ملی^۱ به منزله منابع غنی بصری، مفاهیم ملی، مذهبی و تاریخی را زنده می‌کنند که سایرین ملت‌ها را با آن می‌شناسند، بنابراین راهی هستند برای ارتباط ملی و بین‌المللی به صورت بصری. این نشان‌های بصری می‌توانند لایه‌ها و سطوح مختلفی را از تا باز کنند و اجازه دهند برخی از گفتمان‌های اجتماعی و سیاسی غیرمستقیم با آنها در یک میدان قرار گیرند. آنها می‌توانند به گفتمان‌های گفتاری و نوشتاری مرتبط شوند که در هر دوره تاریخی به صورت غالب گفتمان اصلی و مرکزی را تشکیل می‌دهند. بدین طریق، به صورت بیناگفتمانی گفتمان‌های همسوی دیگری به گفتمان مرکزی جذب می‌شوند و با آن به نحو متحدالمرکز ارتباط برقرار می‌کند. با این مقدمه، هدف پژوهش این است که به تحلیل گفتمان‌های فراخوانده توسط دو نشان ملی دوره قاجار و جمهوری اسلامی، بپردازد.

در باب پیشینه این پژوهش باید گفت ون‌دایک کتاب‌هایی با عنوان متن و بافت (زمینه) و استراتژی‌های درک گفتمان نگاشته که جهت روشن کردن حرکت از زبان به گفتمان کاوی مناسب هستند. همچنین مقاله‌های متنوعی مثل «قدرت، گفتمان و دسترسی»، «از دستور زبان به گفتمان کاوی انتقادی»، «گفتمان کاوی اجتماعی» و نیز «اصول گفتمان کاوی انتقادی» را به‌طور خلاصه درباره دستاوردهای پژوهش خود نگاشته که برخی مانند مقاله اول به فارسی در مجله گفتمان سال (۱۳۷۷) چاپ شده‌اند. سایر مقاله‌های نامبرده در کتابی با عنوان مطالعاتی در تحلیل گفتمان از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی گردآوری، ترجمه و در سال ۱۳۸۲ چاپ شده که در شکل دهی به مبانی نظری پژوهش نقش داشته است. سلطانی (۱۳۸۳) مقاله «تحلیل گفتمان به مثابه نظریه و روش» را نگاشته و تحلیل‌هایی در باب گفتمان اصول‌گرا و اصلاح‌طلب ارائه داده و در زمینه مبانی نظری، چارچوب و اعمال روش مقاله پیشینه محسوب می‌شود. همچنین حسنی‌فر و امیری‌پریان، (۱۳۹۳) چهار مرحله سطح سطح، عمق سطح، سطح عمق و عمق عمق را بدون اشاره به منبع آن، در «روش تحلیل گفتمان» معرفی کرده‌اند. ابوالحسن تنهایی، راوداد و مژیدی (۱۳۸۹)، در مقاله «تحلیل گفتمان هنر خاورمیانه: بررسی شکل‌گیری قواعد هنری در جامعه نقاشی معاصر» اصول و قواعد شکل‌دهنده به هنر خاورمیانه را گفتمان کاوی نموده‌اند. مسائل مربوط به گفتمان در عرصه زبان را به مسائل تحلیل‌شدنی در آثار هنری منتقل و تعبیر کرده‌اند. نمونه مطالعاتی پژوهش پیش‌رو، با هنر خاورمیانه متفاوت است. فریدافشار و علیمحمدی اردکانی، (۱۳۹۸) در مقاله «تحلیل گفتمان تبلیغات سازمان هنری اوج از منظر میشل فوکو»،

1. National Emblem

در رهپویه هنر تعدادی از تبلیغات سازمان هنری اوج مثل «ایران افتخار من»، «زادب مهر برآید»، «عیدی برای همه» را از نظر فرم و محتوا بررسی کرده‌اند. هر کدام از تبلیغات را جلوه بصری گفتمانی در نظر گرفته‌اند، نقطه اتصال جلوه بصری را به یک رکن یا مفهوم محوری یک گفتمان پیوند زده‌اند. تفاوت این پژوهش‌ها اولاً در روش تحقیق آن است که با اتکا به آرای ون‌دایک تا روابط بیناگفتمانی و نیز روابط قدرت حاکم بر گفتمان را در بر می‌گیرد و از طرف سلطه و تحت سلطه می‌گوید. همچنین تلاش می‌کند از گروه اجتماعی مرکزی مرتبط با گفتمان سخن راند و درباره گفتمان و گروه اجتماعی که به حاشیه رانده می‌شود بحث کند. دوم اینکه نمونه مطالعاتی این پژوهش هم متفاوت است. محمودی و یزدانی (۱۴۰۰) مقاله‌ای با عنوان «تحلیل گفتمان تمبرهای پستی با موضوع فرهنگی در دو دوره پهلوی و جمهوری اسلامی ایران» نگاشته‌اند که روش و نمونه مطالعاتی متفاوتی دارد. افزون‌براین، این مقاله گفتمان‌ها را به اندازه پژوهش پیش‌رو، متمایز و مشخص مطرح نکرده است. به‌طور کلی با روش گفتمان کاوی انتقادی هیچ تحقیقی به مطالعه نشان ملی دوره قاجار و جمهوری اسلامی نپرداخته است.

مبانی نظری پژوهش

تحلیل گفتمان در مطالعات زبان‌شناختی زاده شد. سیر تحول تحلیل گفتمان در زبان‌شناسی را می‌توان در قالب تحلیل گفتمان ساخت‌گرا، تحلیل گفتمان نقش‌گرا (مایکل هالیدی) و تحلیل گفتمان انتقادی خلاصه کرد. تئون ون‌دایک،^۱ روس وداک،^۲ و نورمن فرکلاف^۳ سه وجه نظر متفاوت به تحلیل گفتمان انتقادی اتخاذ کردند. ون‌دایک به روابط قدرت و رابطه زبان، ایدئولوژی و گفتمان پرداخت. مطالعاتی در باب نژادپرستی انجام داد. این محقق، در مقاله «از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی» و «اصول گفتمان کاوی» نشان داد پارلمان‌ها و احزاب سیاسی مانند لیبرال دموکراسی، صندوق‌های رأی، رقابت‌های حزبی، رسانه‌های جمعی، کرسی‌های تدریس دانشگاهی و... پدیده‌هایی گفتمانی هستند.

1. Teun Adrianus van Dijk

تئون آدریانوس ون‌دایک، متولد ۱۹۴۳ در هلند استاد تحلیل گفتمان انتقادی و مطالعات گفتمان در دانشگاه آمستردام بوده و اکنون در دانشگاه بارسلونا تدریس می‌کند. در دهه هشتاد میلادی در قرن گذشته بعد از نگارش مکتوباتی نظری درباره متن و بافت (زمینه)، تمرکز مطالعاتی خود را بر بازتولید گفتمانی نژادگرایی به واسطه نمبگان نمادین معطوف کرد. منظور او از نمبگان نمادین، سیاستمداران، ژورنالیست‌ها، محققان و نویسندگان هستند. او بنیانگذار مجله‌های علمی متعددی مانند گفتمان و اجتماع، مطالعات گفتمانی، گفتمان و ارتباطات است.

۲. Ruth Wodak استاد بازنشسته دانشگاه لنکستر انگلیس دارای کرسی تحلیل گفتمان و مدرس دانشگاه وین. حوزه‌های مطالعاتی او سیاست هویت، تبعیض، نژادپرستی و ضد نژادپرستی است.

۳. Norman Fairclough زبان‌شناس و پژوهشگر بریتانیایی زاده ۱۹۴۱ است. فرکلاف استاد بازنشسته دانشگاه لنکستر است. او از بنیان‌گذاران تحلیل گفتمان انتقادی به‌شمار می‌رود. وی نخستین کتابش را با عنوان زبان و قدرت در سال ۱۹۸۹ در همین زمینه نوشت.

طبق قرائت فوکو، در گفتمان کسی سخن می‌گوید و درباره چیزی سخن می‌گوید، با مفاهیمی گزاره‌های سخن را مطرح می‌کند و از راهبردی استفاده می‌کند که بر افکار دیگران اثر گذارد. چهار مقوله توصیفی برای تحلیل صورت‌بندی‌های گفتمانی عبارت است از: وحدت موضوع (ابژه)، شیوه بیان (موقعیت‌های سوژه)، نظام مفاهیم و بنیان نظری [راهبرد]؛ در صورتی که میان موضوع، شیوه، انواع احکام، مفاهیم و مبانی نظری آن‌ها نظم و همبستگی وجود داشته باشد، در آن صورت یک صورت‌بندی گفتمانی ایجاد می‌شود (Dreyfus & Rabinow, ۱۹۸۳: ۵۸-۷۵) = (کچویان، ۱۳۸۲: ۶۸). تعریف دیگر محققان گفتمان‌کاو از تعریف فوکو متفاوت است، اما به نظر می‌رسد در طیف روش‌های گفتمان‌کاوی این تعریف کلاسیک به انجا مختلف در این مسیر پی‌گرفته می‌شود: سوژه‌ای که سخن می‌گوید و ابژه‌ای که درباره آن سخن گفته می‌شود؛ مفاهیم و اصطلاحاتی که با آن سوژه درباره ابژه گفتمان سخن می‌گوید و راهبردها و تاکتیک‌هایی که امکان تولید حکم بر مبنای اصطلاحات و مفاهیم از طرف سوژه را فراهم می‌کند. گفتمان‌کاوی انتقادی، اصولاً حوزه‌ای چندرشته‌ای است و زبان‌شناسی، بوطیقا، نشانه‌شناسی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، تاریخ و ارتباط‌شناسی را در برمی‌گیرد (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۵). گفتمان‌کاوی به مطالعه عام‌تر گفتمان، قدرت و ایدئولوژی می‌پردازد (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۱). بُعد نقادانه تحلیل گفتمان به جنبش محقق‌هایی تبدیل شده که بیش‌تر بر مسائل اجتماعی تمرکز می‌کنند. آنها به اشکال متنوع و متکثر استفاده و سواستفاده از قدرت در خصوص جنسیت، موقعیت و طبقه می‌پردازند. برای نمونه، مطالعه می‌کنند چگونه نژادپرستی، تبعیض و نابرابری جنسیتی، طبقه‌ای و موقعیتی در آثار ادبی، اخبار و رسانه‌ها و جلوه‌های بصری گفتمان‌ها بازتولید می‌شود. یکی از اصول بنیادین گفتمان‌کاوی مطالعه رابطه گفتمان و ایدئولوژی است. این نظریه‌پرداز، ایدئولوژی را نظام بنیادین اجتماعی یا نمودهای ذهنی مشترک اجتماعی تعریف می‌کند که بازنمودهای ذهنی را کنترل می‌کنند. فرض بر آن است که ایدئولوژی‌ها طرح‌واره مورد بازنمایی ثابت و درونی دارند که بین گروه و خود مشترک است (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۲). ایدئولوژی سیستم عامل یا برنامه‌ای شناختی است که نگرش‌های اجتماعی خاص‌تر گروه‌ها و اعضایشان را سازماندهی و آن‌ها را کنترل می‌کنند (ون‌دایک، ۱۳۸۲، ۱۹۴). ایدئولوژی‌ها گفتمان‌های اجتماعی را کنترل می‌کنند و نوشتار، گفتار، جلوه‌ها و ابعاد بصری گفتمان را برای تشویق دیگران به پذیرش ایدئولوژی‌ها به کار می‌گیرند.^۱

۱. گاهی در تعریف ایدئولوژی به‌ویژه با تأکید بر آرای آلتوسر ذکر می‌شود که به کمک فرآیند طبیعی کردن، بازنمودهای ایدئولوژیک به صورت گزاره‌های عقل سلیم در می‌آید، در نتیجه فرآیند قرار گرفتن ناآگاه در چارچوب نهادها ایدئولوژی خوانده می‌شود.

تعریف ایدئولوژی از نظر ون دایک به معنی باورهای بنیادین^۱ است که به صورت بازنمایی اجتماعی^۲ درمی‌آیند. ایدئولوژی منافع و ارزش‌های اساسی گروه‌ها را منعکس می‌کند. بخشی از منطق و کارکرد صورت‌های اجتماعی در بافت اجتماعی‌شان و در ارتباط با منافع گروه‌های اجتماعی تأمین می‌شوند (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۳).

برای مطالعه گفتمان انتقادی، نیازمند واکاوی در رابطه قدرت گفتمان، سلطه نابرابری انتقادی و جایگاه گفتمان‌کاوه هستیم. در گفتمان‌کاوی انتقادی بر نقش گفتمان در بازتولید چالش سلطه تمرکز می‌شود (ون‌دایک، ۱۳۸۲، ۱۷۸ و ۱۷۷). سلطه اعمال قدرت اجتماعی توسط نهادها، گروه‌ها و نخبگان تعریف می‌شود. این سلطه، نابرابری اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، طبقاتی، نژادی و جنسیتی را رقم می‌زند. روابط قدرت می‌تواند از بالا به پایین و از پایین به بالا باشد. گروه‌های تحت سلطه اصولاً مجاب می‌شوند که قدرت را به صورت طبیعی در نظر بگیرند و آن‌را بپذیرند (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۸). در گفتمان‌کاوی بین ساختارهای گفتمانی و ساختارهای قدرت روابطی غیرمستقیم وجود دارد که می‌تواند بررسی و مطالعه شود. فرامین، دستورات یا وضع قوانین می‌تواند روابط سلطه را برای اعمال قدرت بازتولید کنند. به صورت غیرمستقیم آثار گفتاری، نوشتاری و جلوه‌های بصری تلاش می‌کنند با راهبردهایی مناسبات اجتماعی را پنهان کنند. کشف تمهیدات آثار (هنری) یا فنون بلاغت گفتار مثل فن بیان یا تمهیدات بصری و معنایی آنها وظیفه گفتمان‌کاوه می‌شود (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۹). مناسبات قدرت علاوه بر فرامین در روابط دیگری بازتولید می‌شود، مثل رابطه افراد فرادست و فرودست، والدین و فرزندان. شرایط اجتماعی ویژه‌ای نیاز است تا سلطه بتواند بازتولید شود (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۹). آنچه سلطه را ممکن می‌کند شرایط پرسش‌برانگیز مشروعیت و مقبولیت است. احتمالاً سلطه به سواستفاده از قدرت و نابرابری اجتماعی می‌انجامد. گفتمان‌کاوی انتقادی کمک می‌کند که درک ساختارهای گفتمان از مسائل به بینشی عمیق‌تر و گاهی به تحلیل‌های غیرمستقیم از علل اساسی، شرایط و پیامدهای این مسائل منجر شود (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۸۴). گفتمان‌کاوه انتقادی می‌گوید یک گفتمان به چه روشی می‌تواند شناخت عمیق‌تری از نقش اساسی گفتمان در بازتولید سلطه و نابرابری پیدا کند. گفتمان انتقادی رابطه بین نوشتار، گفتار یا جلوه‌های بصری گفتمان، شناخت اجتماعی، قدرت جامعه و فرهنگ را به عهده دارد.

قدرت مستلزم کنترل است. اعضای یک گروه از جامعه، گروه‌های دیگر را کنترل می‌کنند. گروه کنترل‌کننده ممکن است آزادی عمل دیگران را از بین ببرد، به این هدف که بر افکار و

1. System of Belief
2. Social Representation

اذهان‌شان تأثیر بگذارد. مهار و کنترل اذهان دیگران اساساً از کارکردهای نوشتار، گفتار، سایر قالب‌های عرصه و ارائه است که باعث طبیعی و مقبول کردن اعمال قدرت و بازتولید آن می‌شود (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۷۸). شیوه‌های اعمال قدرت راهبردی، ترغیب، تظاهر، دخل و تصرف است تا ذهن دیگران را به منافع خود تغییر دهند (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۸۷).

پیشینه سواستفاده از قدرت به این صورت دیده می‌شود: نقض قوانین اصول دموکراسی، برابری و عدالت توسط کسانی که اعمال قدرت می‌کنند. این قدرت سلطه است که به قلمرو خاصی محدود می‌شود یا با اعتراض مورد سوال واقع می‌شود (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۸۸-۱۸۷). سلطه مردان بر زنان، سلطه حاکمیت بر افراد حاشیه، سفیدپوستان بر سیاه‌پوستان و ... طرف تحت سلطه‌ای می‌سازد که او با اراده خود در جهت منافع قدرت حاکم گام برمی‌دارد. سازماندهی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی سلطه، سلسله مراتب قدرت را اعمال می‌کند (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۸۸). برخی اعضا و سازمان‌های حاکم نقش مهمی در طراحی تصمیم‌گیری، کنترل روی روابط و فرایندهای اعمال قدرت دارند (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۸۹). این گروه‌های کنترل‌کننده به گفته ون‌دایک نخبگان قدرت هستند.

دسترسی روشی است که افراد برای آغاز یک رویداد ارتباطی به کار می‌بندند و شامل موارد به کارگیری، ارتباط، روش هدایت، کیفیت گفتمان مثل نوبت‌گذاری، توالی گفتامانی، موضوع و نوع ارائه می‌شود (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۷۹). الگوها و روش‌های دسترسی گفتامانی متفاوت هستند و بسته به وظایف اجتماعی از لحاظ جنسیت، مقام، موقعیت و موضوع در نهادها، حرفه‌ها، حیطه‌ها و گونه‌های اجتماعی تنوع پیدا می‌کنند. مقوله‌بندی‌های بافت و گفتمان برای تجلیات بصری هم به کار می‌رود. چشم‌انداز گفتمان، به یک مفهوم ممکن است استعاره‌ای باشد و بر اساس مدل‌های ذهنی یا باورهای اجتماعی یا ایدئولوژی‌ها شکل گرفته باشد (ون‌دایک، ۱۴۰۱: ۳۰۱). استعاره (و نماد) در ساختارهای بصری به عنوان جلوه بصری گفتمان به کار می‌رود (ون‌دایک، ۱۴۰۱: ۳۰۲).

الگوهای دسترسی به جلسات هیئت دولت با میزان دسترسی منشی‌ها و کارمندان یکسان نیست (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۷۹-۷۸). قدرت اجتماعی و وجوه دسترسی به گفتمان شباهت زیادی با هم دارند. در اشکال گفتمان و ارتباطات حالت ضدیت با قدرت در قالب‌های گوناگون مثل اعتراض، شعار سردادن، طرح پرسش انتقادی یا در جلوه‌های بصری گفتمان، تکیه به ابهام و تنش زیاد را می‌توان حالت‌هایی از مقاومت و ضدیت دانست. در صورتی که سلطه نهادینه شود تأثیر بالا می‌رود و دسترسی به گفتمان سازمان‌یافته می‌شود و نفوذ بیشتر می‌گردد (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۹۱).

گفتمان باعث می‌شود گروهی اجتماعی یا فردی به نمایندگی از گروهی اجتماعی بر عده‌ای دیگر اعمال قدرت کند و طرف سلطه‌گر می‌سازد. عده‌ای به واسطه آن گفتمان طرد می‌شوند یا عده‌ای به حاشیه رفته و نادیده گرفته می‌شوند. امکان تصور جایگزین برای گفتمان عینیت‌یافته که حاکم بر فضای رفتار اجتماعی ما هستند، غیرممکن است (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۵۹). بر اساس تحول زاویه دید متفکران تحلیل گفتمان، می‌توان گفت همه پدیده‌های اجتماعی تحت تأثیر فرآیندهای گفتمانی، شکل می‌گیرند. سازوکارهای قدرت هستند که چفت‌وبست شدن گفتمان را روی کردارهای غیرگفتمانی ممکن می‌کنند. بحث ون‌دایک از بررسی زمینه گفتمان به مفهوم فضا چرخش می‌کند و طی مطالعاتش از تحلیل خود متن و سبک آن مانند واژگان، بلاغت و استعاره‌ها به تحلیل گفتمان، گروه اجتماعی و فردی که به نمایندگی از گروهی اجتماعی با آن گفتمان‌ها می‌تواند بر عده دیگری قدرت اعمال کند و باعث سلطه شود، حرکت می‌کند.

روش پژوهش: تحلیل گفتمان انتقادی با اتکا به روش ون‌دایک در تحلیل اخبار و رسانه‌ها در باب نژادپرستی چهار مرحله را آشکار می‌کند. بر این اساس، تحلیل گفتمان آثار هنری در یک مرحله شامل ویژگی‌های بصری، کالبدی، ژانر اثر و نسبت بینامتنی است که با تاریخ دارد. تحلیل گفتمان شامل بررسی فضایی می‌شود که امکان خلق اثر را فراهم می‌کند مانند نهادهای آموزشی، موزه‌ها، رویدادهای هنری و ... (ابوالحسن تنهایی، راودراد، مریدی، ۱۳۸۹: ۱۸). در مرحله بعد به این پرسش پاسخ می‌دهد که با چنین اثری چه گفتمانی ساخته می‌شود. این که چه گفتمان‌های دیگری به صورت متحدالمرکز با آن گفتمان همراه می‌شوند و روابط بیناگفتمانی می‌سازد. در مرحله نهایی، به روابط و سازوکارهای قدرت پرداخته می‌شود که توسط گفتمان یا گفتمان‌های فراخوانده به واسطه اثر هنری یا جلوه بصری گفتمان اجرا می‌شود. به گفته ابوالحسن تنهایی، راودراد و مریدی حرکت از مفهوم زمینه به مفهوم فضا به مثابه حرکت از تحلیل سبک هنری به تحلیل گفتمان هنری است؛ یعنی دیگر یک زمینه ثابت و مشخص نیست که تولید یک اثر هنری را شکل و معنا می‌دهد، بلکه فضایی هست که در آن، علاوه بر پرداختن به قدرت و سلطه، به مقاومت، تغییر و اعتراض نهفته در اثر با تأکید بر گزینش، انتخاب یا رد و طرد پاره‌ای از خط سیرهای فرهنگی و موضع‌گیری‌های متبلور در سبک و تکنیک هنرمند نیز توجه دارد. به همین دلیل امروزه تحلیل گفتمان به جای تحلیل سبک استفاده می‌شود، چرا که تفاوت‌ها و تغییرات در یک دوران تاریخی و سیطره مجموعه‌ای از قوانین حاکم به صورت اعتراض و بیان فردی هنرمند را به تصویر می‌کشد (ابوالحسن تنهایی، راودراد، مریدی، ۱۳۸۹: ۱۵).

در این تحقیق برای مطالعه با اهداف تحلیل گفتمان، ساختار نشان‌های ملی به مثابه چیزی که آن‌را سامان می‌دهد، بررسی می‌شود. مطالعه ساختار از اجزا و روابط اجزا شروع شده و به بیرون کشیدن ایده و نسبت دادن معنای عناصر مستقیم یا غیرمستقیم به واسطه نمادها منتهی می‌شود. سپس گفتمانی که جنبه فرمال و معنایی نشان فرامی‌خواند تشخیص داده می‌شود. همچنین روابط بیناگفتمانی در قالب گفتمان‌هایی با اهداف، آماج و نیز مفاهیم و راهبرد نزدیک با گفتمان اصلی در نظر گرفته شده و در نهایت روابط با گفتمان‌هایی که به حاشیه رانده شده و با آنها گروهی از انسان‌ها نیز طرد گشته‌اند یا در حاشیه قرار گرفته‌اند تفسیر می‌شود.

عناصر، ایده‌ها، معانی عناصر در نشان شیر خورشید

با شکل‌گیری حکومت قاجار^۱ و ایجاد تغییرات اجتماعی- سیاسی در این دوره، نشان شیر و خورشید به اشکال و انحاء مختلف به کار رفته است. دوران قاجار با قدمتی طولانی، پادشاهان متعددی را به خود دید که هر کدام سیاست‌های خاص خود را در اداره مملکت داشتند و به تبع آن نشان شیر و خورشید را به عنوان معرف حکومت تغییر می‌دادند. نشان قاجار را می‌توان در دو گروه عناصر طبیعی و غیرطبیعی تقسیم‌بندی نمود. عناصر طبیعی که عبارتند از نقوش گیاهی (شاخه بلوط و زیتون)، نقوش حیوانی (شیر) و پدیده‌های طبیعی (طلوع خورشید). در دسته عناصر غیرطبیعی نیز می‌توان به اشیاء و آلات جنگی (شمشیر) و پوشش سلطنتی (تاج) اشاره نمود.



تصویر ۱. نشان ملی متعلق به حکومت قاجار

منبع: <https://www.redbubble.com/shop/iran+national+symbol+stickers>.

۱. دوره حکومت قاجاریه، پس از پیروزی آغامحمدخان بر حکمرانان زند و دیگر مدعیان آغاز گردید. اساس ساختار حکومت قاجار، بر اساس ساختار قبیله‌ای بوده است. حکومت ایل قاجار، متشکل از طوایف بزرگ ترک‌نژاد شمال غرب ایران بودند که پس از مرگ کریمخان، با توجه به اوضاع آشفته کشور، به سرکردگی آغامحمدخان، خود را به قدرت رساندند. آن‌ها توانستند از حدود سال ۱۱۷۴ تا ۱۳۰۴ ه.ش، یعنی به مدت صدوسی سال بر ایران حکمرانی کنند. شیوه حکمرانی پادشاهان مبتنی بر الگوی پدرشاهی و موروثیت بود. بر همین اساس بعد از آغامحمدخان، قدرت به وارثان وی؛ فتحعلی‌شاه، محمدشاه، ناصرالدین‌شاه، مظفرالدین‌شاه، محمدعلی‌شاه و سرانجام به احمدشاه رسید.

شکل کلی نشان به‌منزله جلوه بصری گفتمان را می‌توان به مجموعه‌ای از سازه‌های قراردادی تجزیه کرد و قواعدی را در باب مشخصه‌های آن تدوین کرد (ون‌دایک، ۱۳۸۳: ۳۶). طراحان نشان معمولاً طرحواره و سازه‌ای قراردادی را برای ایجاد موقعیت‌های ارتباطی در نظر دارند (نگاه کنید به ون‌دایک، ۱۴۰۱: ۱۳۸). بررسی عناصر، معانی و نمادهای عناصر نشان به این هدف است که اولاً اصول حاکم بر روابط متقابل عناصر و نیز اصول سازمان‌دهنده کل را بهتر بشناساند و دوماً با شناسایی بهتر و درک دقیق‌تر، معانی ملموس‌تر را بنا بر زمینه فرهنگی و تجارب زیسته ارائه دهد. نشان شیر خورشید به‌منزله برساخته‌ای فرهنگی-سیاسی، بخشی از گذشته و تاریخ ملت محسوب شده که حفظ هویت و اتحاد ملی را سبب گردیده و در صدد تجسم و نمود حس پرتحرکی از تاریخ یا سرنوشت منحصر به فرد در میان سایر جوامع بوده است. آنچه در نشان حائز اهمیت است، تأثیر نفوذ معانی است که توسط چنین نشان‌هایی در ذهن اعضای ملت تداعی می‌شوند. در سطح تفسیر می‌توان ایده یا معنای هر یک از بخش‌ها را یافت. هر یک از عناصر موجود در نشان‌ها ممکن است پرشمار معنی داشته باشد. بنابر نحوه قرارگیری و نوع جلوه‌گری هر یک از عناصر موجود در نشان شیر و خورشید و ارتباط با هم، مفاهیم خاص‌تری از یک نشان استخراج می‌شود. ایجاد بده بستان حاصل از رابطه مرکز-حاشیه، بیشترین تمرکز را روی شیر و خورشید به‌وجود می‌آورد. شیر مضامین و معانی مانند شهریاری و دلاوری، شکوه پادشاهی، پیروزی و نگهبانی را با خود به همراه دارد و قرارگیری آن در کنار پادشاهان معانی چون سلطنت، شجاعت و قدرت را با آن درآمیخته است (علیزاده بیرجندی، حمیدی و ملک‌زاده، ۱۳۹۶: ۹۰). افزون‌براین در کهن‌ترین تصاویر، شیر با پرستش خورشید - خدا ارتباط داشته است (هال، ۱۳۸۰: ۶۱). در این حالت این عنصر، همچون نگهبانی بر معابد خدای خورشید هم به شمار می‌رفته است. شیر و ایزد آناهیتا و اشعه‌های نور دور آن، در کنار پادشاه هخامنشی کهن‌ترین نگاره در این باب است. گاهی برخی از معانی شیر همچون قدرت و شجاعت که از جمله صفات انسانی هستند، اشاره به شخصیت انسانی ویژه‌ای دارند. برای نمونه حضرت علی (ع) شیر خدا لقب داشته است و شیر را جلوه‌ای از ایشان می‌دانسته‌اند (علیزاده بیرجندی، حمیدی و ملک‌زاده، ۱۳۹۶: ۹۳). قرارگیری عمودی شمشیر در دست شیر، با مفاهیمی از قبیل اقتدار و ایستادگی همراه شده است. شمشیر به‌تنهایی استعاره‌ای از قدرت پادشاه، توان نظامی و افتخار است و وجود شمشیر، نشان‌دهنده ضرورت آمادگی و هوشیاری دائمی برای حفاظت از سلطنت و میهن است. قرارگیری شمشیر در دستان شیر، استعاره از وضعیت نظامی، رشادت و قدرت است. همچنین به شمشیر معروف ذوالفقار حضرت علی (ع) اشاره‌ای دارد. ذوالفقار تجلی‌گر عدالت و رشادت‌های حضرت علی (ع) در

جنگ با کفار است (محمودی، حاج حسنی، ۱۳۹۳: ۲۷). خورشید در پشت شیر به ۱۲ پر تقسیم شده که نماد سال است. شیر و خورشید خود به صورت کل، استعاره از خوش‌یمنی است (نظری‌زاده، مشهدی حاجی علی، ۱۳۹۴: ۱۰). تاج به منزله کلاهی زرین با کنگره‌ها و شعاع‌هایی شبیه به خورشید شناخته می‌شود. همچنین رنگ زرین تاج با رنگ خورشید، تناسبی زیبا ایجاد می‌کند. خورشید نشان‌دهنده عمر جاویدان؛ جلال، سلطنت و پادشاهی است و به همین دلیل تاج پادشاهان را شبیه به کنگره می‌آراستند که نمادی از خورشید باشد. با توجه به اهمیت تاج، در رأس این نشان تاج کیانی قرار دارد.

افزون بر مضامین دینی و مذهبی پیرامون شاخه زیتون، آن را به منزله عنصری کارآمد در نشان‌های ملی و نشان‌های افتخار در نظر می‌گیرند که معمولاً در کنار شاخه بلوط ظاهر می‌شود. بلوط نشان‌دهنده عمر طولانی و قدرت مردانه است. در ایران بلوط دارای جایگاهی اسطوره‌ای است و به منزله درختی تنومند با عمری طولانی شناخته می‌شود. عصر ساسانی را می‌توان دوره‌ای با کاربرد فراوان عنصر تزئینی بلوط دانست که علاوه بر این کاربرد، نشانه‌ای از امنیت، باروری و دوام است و قرینگی را به نمایش می‌گذارد. (تصویر ۲) (مبینی، شافعی، ۱۳۹۴: ۵۶). استفاده از بلوط در نشان شیر و خورشید قاجار می‌تواند به این دوره تاریخی پیشین هم اشاره داشته باشد. زیتون به معنی شکوه صلح، جادوانگی و بلوط به معنی باروری، دوام و زندگی، توأمان دست در دست هم داده‌اند و بر شدت معنای نشان در سمت بیرونی افزوده‌اند.



تصویر ۲. کاربرد نقش بلوط در گچ‌بری‌های کاخ تیسفون و کیش، حدود قرن ۶ میلادی، منبع: (اعظمی، شیخ‌الحکمایی و شیخ‌الحکمایی، ۱۳۹۲: ۱۸).

گره‌زدن دو شاخه نیم‌دایره زیتون و بلوط دایره‌ای تشکیل می‌دهد (ذکاء، ۱۳۴۴: ۲۵) تمام اجزا و عناصر نشان با کمک گره پاییون ریان درون دایره‌ای جمع و توأمان شده است. دایره تشکیل‌دهنده کلیت نشان، فرم کهنی را نشان می‌دهد که یادآور گردونه زندگی و چرخ دوار یعنی آسمان است. همچنین دوام‌بخش فرم قرص بالدار از دوران ایلام و ماد باستان است که در فرمی متشکل از پادشاه و قرص بالدار (متأثر از مصر و آشور) در دوره هخامنشی

بقای خود را ادامه می‌داد (آفرین، ۱۳۹۷ ب: ۱۲۷). در اینجا به جای حلقه یا قرص بالدار، دایره شاخه‌ها و به جای پادشاه شیر و تاج قرار دارد که البته بالی هم تصویر نشده است. رنگ زرد، با قداست، نورانیت و معنویت ارتباط دارد. مفهوم تقدس و جانشینی معنوی پادشاه از سوی خداوند را منعکس می‌سازد. افزون‌بر آن، شاخه‌های سبز رنگ گیاهی حول نشان شیر و خورشید نیز از همین مقوله پیروی می‌کنند؛ به گونه‌ای که به کارگیری رنگ سبز برای نمایش شاخه‌ها، با معانی نمادین آن‌ها مانند امید، برکت، طراوت، آرامش و صلح نیز همخوانی دارد (فروزانی خوب، پنجویی، ۱۳۹۶: ۱۱).

جدول ۱. بررسی عناصر تشکیل‌دهنده نشان شیر و خورشید از دوره قاجار و معانی و گفتمان مربوط به آنها.

نشان‌ها	حوزه مبدا	حوزه مقصد	گفتمان فراخوانده
قاجار	 شیر	قدرت شاه، شجاعت، دلاوری، پاسداری	گفتمان سطنتی و پدرمیراثی
	 شمشیر	حضرت علی (ع)، پاسداری، مقاومت، مبارزه و شجاعت	گفتمان دینی و گفتمان هویت ملی
	 خورشید	پادشاه و سلطنت	گفتمان سطنتی و پدرمیراثی
	 تاج کیانی	سلطنت و پادشاهی مراسم آیینی تاج‌گذاری، مشروعیت سلطنت و موروثی بودن آن	گفتمان سطنتی و پدرمیراثی

نشان‌ها	حوزه مبدا	حوزه مقصد	گفتمان فراخوانده
قاجار	زیتون  برگ زیتون	قداست، زکیه، برکت، صلح و پیروزی	گفتمان سطنتی
	بلوط  برگ بلوط	امنیت، طول عمر وحدت و باروری	گفتمان سطنتی
	رنگ زرد	تقدس، نورانیت و معنویت	گفتمان دینی و گفتمان سطنتی
	رنگ سبز	امید، طراوت، جوانی، برکت، طول عمر، صلح و دوام	گفتمان دینی

(منبع تصاویر: <https://www.redbubble.com/shop/iran+national+symbol+stickers>)

منبع جدول: نگارندگان

نشان شیرخورشید و گفتمان‌ها

گفتمان هویت ملی و گذشته تاریخی

ترکیب نشان درون‌گرا و منسجم است. همین ویژگی‌ها، نشان‌دهنده میل به هویتی ملی است که عوامل مختلفی چون مرزهای جغرافیایی، زبان، وحدت قومیت‌های محلی، دین و مذهب، حکومت و دولت، گذشته تاریخی و باستانی با تأکید بر اساطیر، قهرمان‌ها و ... در شکل‌گیری آن نقش دارند. روابط مختلف وحدت‌دهنده اجزای جلوه بصری گفتمان به انسجام می‌انجامد.

این نشان به منزله میانجی ارتباط بصری، اولین گفتمانی را که جذب می‌کند، هویت ملی است. گفته شده تا زمان دودمان صفویان، ایران از وحدت سیاسی و قومی محروم

بوده است، (مطهری، ۱۳۸۹: ۶۷) اما به واسطه عوامل متعددی چون غیرت‌سازی از دولت عثمانی و برجسته کردن تشیع در برابر تسنن، به این هویت دست می‌یابد، با این حال قاجاریان هم چنین داعیه‌ای داشتند. منظور از هویت ملی اصطلاحی است که در بخشی از تعریف خود گذشته تاریخی و باستانی را در گفتمان سیاسی حاکم مد نظر قرار می‌دهد. هویت ملی بر اساس تداوم تاریخی، انتساب اصل و نسب شاهان قاجار به ساسانی‌ها و هخامنشی‌ها ساخته می‌شود و با گفتمان ملی‌گرایی در عصر مشروطه متفاوت است. مجموعه گزاره‌ها، احکام، فرامین، دستورها و تاریخ مکتوبی وجود دارد که هویت ملی به این معنا را در دوره قاجار بازتولید می‌کند.

تلاش شاهان قاجار برای یکدست‌ساختن نشان مذکور در میدان گفتمان هویت ملی در برابر دول خارجی و مشارکت در گفتمان خودی‌سازی می‌گنجد. هر چند که تقلیدی از نشان‌های خارجی باشد، اما کارکرد آن مشارکت در میدان گفتمان هویت ملی است. همچنین در غیرت‌سازی از گفتمان‌های مشروعیت‌پرداز دول خارجی و نیز سایر حاکمیت‌ها نقش دارد. یحیی ذکاء شکل‌گیری نقش ثابت شیر و خورشید در زمان محمدشاه را علت آشنایی‌ها و رفت‌وآمدهای ایران با کشورهای اروپایی، گسترش روابط و عقد قراردادهای متعدد در میان آن‌ها می‌داند که در این زمان نیاز به شکل‌گیری یک نشان ثابت برای ایران را آشکار کرد. این نیاز به صورت پنهان طرف مقابلی برای کشورهای دیگر می‌ساخت.

این نشان چندین قرن به عنوان مهم‌ترین نماد هویت ملی ایرانیان محسوب می‌شده است. هویت ایرانی، بر پایه مذهب و موقعیت ژئوپلیتیکی و به گفته مطهری بر پایه دین اسلام و ایرانی‌بودن تعریف می‌شد (مطهری، ۱۳۸۹: ۳۶۳). دین اسلام راه را برای موجودیت تاریخی ایرانیان هموار نمود و از دوران حاکمیت مغولان به بعد، با تعبیر خاص تشیع در خدمت هویت‌بخشی به ایرانیان تا امروز قرار گرفت. (Keddie & Yann, 2006: 11) عَلم شیر و خورشید خاندان صفوی که مروج و حامی مذهب شیعه بودند در مقابل نقش هلال بیرق عثمانی قرار می‌گرفت که نشان‌دهنده جمعیت سنی بود. شیعیان اعم از عارف و عامی آن‌را مقدس می‌دانستند و گویا آن‌را به عنوان اشارتی به اسدالله الغالب، علی (ع) و خورشید ولایت تلقی می‌کردند. به عقیده دکتر جعفر شهیدی شیر و خورشید از زمان پس از مغول تا پایان قاجاریه نماد مذهب تشیع بوده است (آذری شهرضایی، ۱۳۸۴: ۸۶). در نتیجه، شیر و خورشید قاجار را می‌توان بعد بصری جذب‌کننده گفتمان دینی دانست. بدین ترتیب هر نشان و علامتی که نشان‌دهنده یا بعد بصری گفتمان تسنن یا دیگر اقلیت‌های مذهبی باشد با بازتولید این

نشان در وزارتخانه‌ها، اداره‌ها، مطبوعات، نشریات و... حذف یا طرد می‌گشت و به حاشیه رانده می‌شد.

گفتمان سطنتی و پدرمیرائی^۱ (پاتریمونیالیسم)

فتحعلی شاه برای ساخت نشان شیر و خورشید جهت اعطای به دیپلمات‌ها و مقامات اروپایی دستور داد (قائم مقامی، ۱۳۴۸: ۲۷۳). این نشان به خواست و دستور شاه حاکم يك ملت بازطراحی و ساخته شده بود، بنابراین عطف توجه يك نشان ملی هم به صورت غیرمستقیم بر قدرت، سلطه، به صورت نهایی حتی مقاومت و اعتراض است. **قدرت** با قرارگیری شیر و خورشید در مرکز نشان و سایر عناصر در حاشیه بیرونی نوعی بیگانه‌سازی از دیگری، حریم‌سازی و اعمال قدرت بر سرزمین یا مرزهای درونی و بیرونی قلمروی جغرافیایی تلقی می‌شود. توجه به رابطه حاشیه مرکز، با توجه به حرکت از شیر به تاج و از تاج به شیر اصل بودن قدرت مرکزی را القا می‌کند. پوششی را که پادشاه یک کشور بر سر می‌گذارد، تاج می‌نامند. مراسم جلوس و تاج‌گذاری، یکی از نمادهای اصالت و ملیت‌گرایی در میان حاکمان ایرانی محسوب می‌شده است. تاج نماد سلطنت و پادشاهی و خورشید در هم‌تنیده با تاج مفاهیمی چون عمر جاودانه و جلال سلطنت را زنده می‌کند. تاج کیانی آراسته به بته جقه به نشان از سرو یا درخت زندگی است. نقش زمرّد، الماس، مروارید و یاقوت سرخ با اشاره به قدرت نمادین و زمانمند در تاج بسیار اساسی تلقی می‌شود (بروس میت‌فورد، ۱۳۹۴: ۲۲۷). پَر، از زمان‌های کهن در تاج آتف متعلق به اوزیریس به کار رفته و در تاج شاهان ایران (به‌ویژه در دوره صفوی) استفاده می‌شد (آفرین و نیکیان، ۱۴۰۱: ۸۹). در تاج شاهان قاجار از جمله فتحعلی شاه پَر و به‌گواه برخی شمایل‌های درباری جقه کوچکی با زمرّد سبز دیده می‌شود که در دوره ناصری به بقیه جقه‌ای بزرگ‌تر جای می‌سپرد. شیر و خورشید استعاره‌ای از پادشاهی است که تاج‌گذاری کرده و قدرت آن مشروع شده است. همچنین این نشان به صورت ضمنی، مشروعیت ولیعهدهایی که این تاج را بر سر می‌گذارند پیشاپیش تأیید می‌کند. نوید منفعت به موافقانی می‌دهد که با شیر و خورشید یعنی پادشاهی که تاج می‌گذارد و مشروعیت دارد همراهند. دایره ساخته شده با زیتون و بلوط چرخ زندگی را به کام موافقان روا می‌دارد. این نشان گفتمان مشروع‌خواهی را به خود جذب می‌کند و مشروعیت پادشاه یا پدر ملت را تأیید می‌کند و جایگاه‌ها و مناصب در دستگاه سلطنت را به کسانی عطا می‌کند که مخالفت و دشمنی با گفتمانی ندارند که این نشان فرامی‌خواند. همچنین

1. Patrimonialism

مفاهیمی که در راهبرد گفتمان سلطنت‌طلب به کار برده می‌شوند، با قوانین و فرامین وضع شده شاه (یعنی سوژه‌ای که حق سخن گفتن دارد)، همراستاست. این نشان مربوط به گفتمان سلطنت‌گرا، فرامین و دستورات آن در دعوت به تبعیت از شاه، بالاتر از همه را تأیید می‌کند. براین اساس گفتمان سلطنتی، فرمانبرداری از فرمان، دستور شاه و رسانه تحت کنترل او مانند فراخوان، دستور، اعلامیه و روزنامه را روا می‌دارد. فرمان‌روایی کردن یعنی گرفتن از رعایا و بخشیدن بدانها در یک قلمرو. سوژه سخن، ابژه خود را که همان اتباع درون قلمرو است، خطاب قرار می‌دهد. اتباع از آن حیث که درون قلمرو هستند اهمیت دارند و اختیار گرفتن جان آنها در دست شاه است (آفرین، ۱۳۹۷: ۲۲۵). گفتمان سلطنتی همراه ژکن شاه ارکان و مولفه‌های دیگری دارد که جذب آن گفتمان شده است. گفتمان سلطنتی درون پدرمیراثی (پاتریمونیالیسم) قرار می‌گیرد. پدرمیراثی بر سرزمین ایران بیش از نفوذ تجدد غربی حاکم بود. با پدرمیراثی در قالب جنبش اصلاحات در زمان قاجار و مشروطیت مبارزه شد. گفتمان پدرمیراثی عناصر مختلفی چون نظریه شاهی ایران، شیوه استبداد دوران قاجار و پدرسالاری را در برداشت؛ گفتمان سلطنتی - مذهبی خاصی بود که در زمان قاجار شکل گرفته بود. پدرمیراثی امکانات محدودی برای شکل‌گیری فردیت و آزادی عمل فراهم می‌کرد و فضای ساختاری لازم را برای فرصت‌طلبی، اعتراض خاموش و اقتدارگرایی شکل می‌داد (بشیری، ۱۳۸۱: ۶۵). دولت پدرمیراثی که در زیر سایه گفتمان پدرمیراثی سنتی ایران شکل گرفت، بر اساس اندیشه اقتدار و مرکزیت شاه به عنوان صاحب مملکت، مالک جان و مال مردم بود. لطف شاه در توجه سیاسی او جهت می‌گرفت و به دلخواه خود هدایای خویش را میان اعضای خانواده و مردم توزیع می‌کرد. الگوی اصلی دولت، پدرمیراثی خانواده بزرگ شاه بود، اما در عمل، ویژگی اساسی این دولت وجود مراکز دولتی به صورت پراکنده و چندگانه بود. با ضعف دولت پدرمیراثی در عصر قاجار منابع قدرت پراکنده شدند و به واسطه تأثیرات گوناگون نفوذ کشورهای خارجی پدید آمدند (بشیری، ۱۳۸۱: ۶۷). گفتمان پدرمیراثی با تأکید بر شاه به عنوان پدر ملت به واسطه این نشان تأیید می‌شود. خانواده شاه هم برای انتصاب‌های بعدی اهمیت دارد.

پیدایش مفاهیم جدید در عصر قاجار، ترکیبات و تعبیرات تازه‌ایی چون حکومت ملی، حقوق بشر، دولت ملی، حریت یا آزادی فردی، حریت جمعی، اتحاد ملی، قشون ملی، تصنیف وطنی، مساوات، عدالت، مجلس، قانون را به وجود آورد (آجودانی، ۱۳۸۲: ۷). در جریان مشروطه افزایش چگالی واژگانی گفتار و نوشتار ضد قدرت حاکمیت‌مند در نشریاتی چون

صوراسرافیل، کشکول، نسیم شمال، استبداد و ... مفاهیم کلمات کهن را دستخوش تحول و دگرگونی کرد. حاکمیت قانون با تأسیس مجلس و پارلمان برپایه مفاهیمی چون مساوات، عدالت، اصلاحات، برابری، آزادی اساس گفتمانی را تشکیل می‌داد که اهداف و آماج آن پایان حکومت مطلقه بود. این حاکمیت قانون با گفتمان مشروطه‌خواه رژیم حقیقت خود را می‌یافت و در آن از طرفی حقوق فردی تدوین می‌شد و از طرف دیگر حقوقی که با آن بتوان از منافع ملی دفاع کرد. گفتمان مشروطه اهداف و آماج گفتمان مشروطه در کشورهای دیگر مثل انگلیس را جذب می‌کرد. سوژه سخن‌گوی برخی گفتمان‌ها در نشریات و مطبوعات کشورهای مثل انگلیس، روسیه و فرانسه با مشروطه ایران مخالفت یا از آن طرفداری می‌کردند (قیصری، ۱۳۸۶: ۳۴۰).

در گفتمان سلطنتی که درون پدرمیراثی میدان طرح خود را می‌یافت گفتمان یا فرم‌های گزاره‌پذیری ساخته می‌شد که در آن کثرتی از بدن‌ها یا هستی اجتماعی به‌منزله امر تعیین‌پذیر، متعین، تابع و تحت سلطه می‌گردید. با مشروطه نیروهایی که از میدان نیروی سلطنت و از سازوکار نمادین آن بیرون ماندند و به جریان مشروطه قدرت دادند، توسط این گفتمان طرد می‌شد یا به حاشیه می‌رفت. در طرف دیگر ماجرا، با توقیف و نیز گفتار، نوشتار و جلوه‌های بصری متفاوتی گفتمان مخالف این نیروها را در میدان نیروی سلطنتی کانالیزه می‌کرد و از توان می‌انداخت. سرکوب چنین سرپیچی با اتکا به شریعت، عترت و اهل بیت صورت می‌گرفت.

گفتمان سلطنتی با نیروهایی که به صدرنشینی قانون ضرورت می‌بخشیدند با تکیه به ارکان گفتمان مذهبی مبارزه می‌کرد. برای نمونه اعتمادالسلطنه در نشریه اطلاع^۱ برای طرد و به‌حاشیه‌راندن روزنامه قانون متعلق به میرزا ملکم‌خان نوشت: «کدام قانون بهتر از قرآن مجید است که پیغمبر صلی الله و علیه و آله گذاشته و الان معمول دولت و ملت است» (کهن، ۱۳۶۰: ۱۶۱).

۱. انگیزه انتشار نشریه اطلاع انعکاس وقایع و حوادث عمده تمام کره ارض درون کشور بوده است. مطالب شماره‌های نخستین این نشریه و پس از آن عمدتاً ترجمه تلگرام‌های رسیده و مطبوعات خارجی است. این نشریه بیشتر در بردارنده خبرهای سایر «دول» است. مدیریت اطلاع تا شماره ۳۹۰ بر عهده محمدحسن اعتمادالسلطنه بوده و در شماره ۳۹۱ خبر فوت او، مندرج است. پس از وی محمدباقر اعتمادالسلطنه برادرزاده ناصرالدین شاه جانشین محمدحسن صنیع الدوله می‌شود.



تصویر ۳. صفحه آغازین نشریه اطلاع برای انتشار وقایع و حوادث عمده تمام کره ارض، منبع <http://malekmuseum.org/artifact/1393>

عناصر، ایده‌ها و معنای آنها در نشان جمهوری اسلامی

پس از پایان سلسله پادشاهی در ایران و با تشکیل جمهوری^۱ مبتنی بر قوانین اسلام، نشان ملی جدیدی شکل گرفت. بررسی ابعاد مختلف این نشان، گامی موثر در راستای تعیین معانی و مفاهیم ملی مورد تایید جمهوری اسلامی است. آنچه در تصویر دیده می‌شود، طراحی بر اساس واژه الله است، اما با واکاوی دقیق این نشان متشکل از چهار هلال و یک خط قائم به نظر می‌رسد که دو هلال میانی گل لاله و تفکیک، تجزیه و ترکیب عناصر آن، واژه «لااله الا الله» را نشان می‌دهد. اصل حاکم بر شکل دهی به کلیت نشان، وحدت در کثرت، تقارن، تعادل و توازن است که بیان آن در سطح گفتمانی مفاهیمی را می‌طلبد.

۱. اقدامات سیاسی امام خمینی (ره) در دهه ۵۰ شمسی به شکل‌گیری انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ منجر شد. انقلاب اسلامی ایران بر اساس یک ایدئولوژی شیعی و اسلامی شکل و تمامی جوانب آن بر همین اساس بنیان گرفت. هدف جمهوری اسلامی، وارد کردن مذهب به شالوده زندگی سیاسی بود، نه جنگ با آن و از این جهت، اسلام از روش‌های مختلفی به تمامی ابعاد کشور ورود پیدا کرد. بر همین اساس می‌توان یکی از مهم‌ترین دستاوردهای جمهوری اسلامی را تاسیس یک حکومت دینی با محتوایی مبتنی بر دستورالعمل قوانین الهی دانست که مقاصد تعیین شده آن در چارچوب تفکر دینی قرار می‌گرفت.



تصویر ۴. نشان ملی متعلق به جمهوری اسلامی.

(ندیمی، ۱۳۶۲: ۶۱)

حمید ندیمی، طراح نشان جمهوری اسلامی، در مصاحبه‌ای چنین عنوان می‌نماید: «ایده چنین طرحی از زمان پیش از انقلاب، در ارتباط با تفسیری که از سوره حدید در یکی از درس‌های مذهبی شنیدم در ذهنم کاشته شد. چنین دریافتم که حکومت اسلامی از دیدگاه قرآن دارای سه بعد اساسی است یعنی؛ کتاب، میزان و حدید.» (ندیمی، ۱۳۶۲: ۶۱) می‌توان چنین استنباط نمود که مفاهیم به کار گرفته شده در پس عناصر این نشان، تداعی‌گر سه رکن اساسی مذکور مطابق با دیدگاه قرآن هستند. فرم عمودی قرار گرفته در مرکز نشان که تشدید روی آن قرار می‌گیرد، یادآور شمشیر و تعبیری از کلمه حدید در قرآن است و تجربه ایستادگی و مقاومت را ایجاد می‌کند. تشدید در هر دو زبان فارسی و عربی نشان‌دهنده شدت است. هلال به نقش چرخش ماه بر مدار خود در تقویم قمری کشورهای عربی اشاره دارد. نقش هلال ماه به منزله معرف کشورهای اسلامی برگزیده و به عنوان سمبل اسلام از قرن ۱۴ پذیرفته شده است (بروس میت‌فورد، ۱۳۸۸: ۲۸). فرم‌های منحنی قرار گرفته در بیرونی‌ترین سطح نشان، به نصف‌النهارهای مبدأ و امکان فراگیری دین اسلام در سراسر جهان اشاره‌ای دارند (شاه‌علیان، ۱۳۹۴: ۱۵۰-۱۴۹). خاستگاه این هلال را می‌توان علاوه بر حالت دو هلال ابتدای و انتهای ماه قمری برگرفته از اثر هلالی شکل امضای پیامبر دانست که در این نشان به نبوت ایشان اشاره می‌کند. دو هلال متعلق به امضای پیامبر از پشت به یکدیگر چسبیده‌اند و قسمت‌های میانی آن‌ها در هم ادغام شده‌اند. رابطه هر یک از عناصر هلالی و نیز فرم عمودی شمشیر با یکدیگر سبب شکل‌گیری ارتباط متقابل شده است. به واسطه قرارگیری عناصر هلالی و عمود بر پایه جز و کل، پنج رکن اصول دین به وجود آمده است. در این نشان به واسطه ویژگی، نشانه و نمایه‌ای مشترك یا شباهت با حوزه مقصد برای نمونه با الله، با صفاتی چون واحد، قادر،

عالم و مضامینی چون حکومت اسلامی معتقد به خدا و ملت متکی به او ارتباط برقرار می‌کند. بدین ترتیب اعتقاد و توکل بر خدا خود ابعاد عملی دارد.

بر اساس ساختار نشان، توازن ایجاد شده در نشان جمهوری اسلامی حول خط عمودی میانی، نشان‌دهنده همان میزان در آفرینش توسط خداوند، عدل و قسط او است. رنگ تخت و تماماً قرمز الهه، ضمن تأکید بر مفهوم شهادت بیانگر ابتدا و انتهای آفرینش است (الی الله المصیر) و البته همین تأکید بر مبدأ و انتهای آفرینش، هدف و غایت حکومت اسلامی را نشان می‌دهد. افزون‌براین، قرمز نماد انقلاب، مبارزه، عشق و زندگی است (داندیس، ۱۳۹۸: ۸۲). در پرچم جمهوری اسلامی هم علاوه بر الهه مرکزی، ۱۱ الهه اکبر در بالا و ۱۱ عدد الهه اکبر در پایین نشان‌دهنده «۲۲ بهمن» تاریخ پیروزی انقلاب اسلامی با تکیه به همین شعار است (ندیمی، ۱۳۶۲: ۶۲). الهه اکبر که در اذان بر انجام فریضه واجب نماز فرامی‌خواند، به نوعی جز تشریفات مذهبی است. سردادن الهه اکبر به صورت جمعی گویای کنشی در آئین مذهبی است که تکرار آن با صدای بلند وحدت‌آفرین تلقی می‌شود. بخشی از نماز عید فطر مسلمانان را تشکیل می‌دهد. الهه اکبر ندای پیروزی انقلاب در سال‌های بعد از آن گردید و مردم هر سال ۲۲ بهمن با سر دادن شعار الهه اکبر این پیروزی را دوباره بشارت می‌دهند و بر سر آرمان خود با هم تجدید میثاق می‌کنند. الهه اکبر به نوعی یادآوری است، هم در اینکه خدا از همه بزرگتر و بزرگترین است، هم اینکه رمز پیروزی انقلاب توکل به الهه بوده است. توکل به الهه که از همه بزرگتر است، گویای استقلال و رهایی از وابستگی به شرق، استعمار غرب و آزادی از بند استثمار است. تجربه میهن‌پرستی، خدامحوری، تبعیت از دین، اصول آن و حاکمیت اسلام بر جهان به طور کلی بیان ایدئولوژی‌های حکومتی در جمهوری اسلامی، از طریق طراحی نشان است.

جدول ۲. بررسی عناصر تشکیل دهنده نشان جمهوری اسلامی و معانی و گفتمان مربوط به آن‌ها

دوره	نشان	حوزه مبدا	حوزه مقصد	گفتمان فراخوانده و طرد شده
جمهوری اسلامی		پنج فرم هلالی	اصول دین	گفتمان مذهبی گفتمان سنت گرایان ایدئولوژیک طرد مدرنیسم مطلقه پهلوی
		ایستادگی	حضرت علی (ع)	گفتمان مذهبی/ تشیع و طرد دیگر گفتمان مذهبی/ تسنن
جمهوری اسلامی		هلال ماه و اسلام- نصف النهار مبدا و جهان گیری اسلام-	جهانی بودن اسلام	گفتمان مذهبی گفتمان سنت گرایان ایدئولوژیک گفتمان انقلاب اسلامی/ سیاسی طرد مدرنیسم مطلقه پهلوی
		لاله	شهادت	گفتمان انقلاب اسلامی/ سیاسی گفتمان مذهبی
جمهوری اسلامی		الله- لاله الا الله	توحید	گفتمان مذهبی طرد مدرنیسم مطلقه پهلوی گفتمان انقلاب اسلامی/ سیاسی
	قرمز	قرمز	شهادت و شهادت پروری در راه خدا، در راه حفظ ارزش‌ها عقاید و باورها، رنگ آغاز خلقت، عشق به معشوق (خدا) و شور انقلابی	گفتمان مذهبی و گفتمان سیاسی/انقلاب اسلامی گفتمان سنت گرایان ایدئولوژیک

(تصاویر: ندیمی، ۱۳۶۲: ۶۱؛ جدول: نگارندگان)

گفتمان‌ها و نشان جمهوری اسلامی

خود این نشان گویای آرمان‌های سنت گراهای ایدئولوژیک است. این گفتمان در واکنش به مدرنیسم مطلقه پهلوی پدیدار شد که در ابتدا از جانب روشن‌فکران مذهبی و روحانیون دو تعبیر متفاوت از آن عرضه گردید. «یکی گرایش کاریزمایی که از سال ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۸ غالب بود و دیگری گرایش محافظه‌کارانه و سنتی‌تری که از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۶ حاکم شد.» (بشیریه، ۱۳۸۱: ۷۰). بر اساس این دو گرایش کردارهای سیاسی در درون گفتمان‌های سنت‌گرایی ایدئولوژیک به صورت خاصی جلوه می‌کنند. در آغاز، نظام جمهوری اسلامی بر اساس اقتدار کاریزمایی توسط آیت‌الله خمینی شکل گرفت. در میان سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۶۸ گفتمان سنت‌گرایی ایدئولوژیک در میان گرایش کاریزمایی و سنتی‌تر در نوسان بود، اما در دوره بعد با روی کار آمدن نهاد ولایت فقیه، عنصر سنت‌گرایی غلبه یافت و قشر روحانی جایگاه بالاتری پیدا کرد (بشیریه، ۱۳۸۱: ۷۰). این گفتمان بازتاب ارزش‌های طبقه سنتی بود. از سوی دیگر ظهور جامعه توده‌ای جدید که به واسطه نوسازی در عصر پهلوی به وجود آمده بود، زمینه‌ای برای گسترش سنت‌گرایی ایدئولوژیک فراهم کرد که در وقوع انقلاب تأثیر به‌سزایی داشتند. در این گفتمان، سنت اسلامی به عنوان راه حلی برای مسائل جامعه مدرن در نظر گرفته می‌شد. سنت‌گرایی ایدئولوژیک، شیوه دموکراتیک و تکنوکرات جهان مدرن را دشمن خود می‌دانست. بر این اساس گفتمان لیبرالیسم، روشن‌فکری غربی و ناسیونالیسم ایرانی به حاشیه رانده شده و بر رهبری، ارزش‌های سنتی و کنترل فرهنگی تأکید می‌شد (بشیریه، ۱۳۸۱: ۷۰-۶۹). اطاعت‌پذیری از سنت در این گفتمان پرورش می‌یافت. گفتمان سنت‌گرایی با فرآیند جهانی‌شدن در عرصه فرهنگ، ارتباطات و اقتصاد به مخالفت می‌پرداخت و همین تقابل یکی از محورهای اصلی کشمکش‌های جاری در جامعه سیاسی ایران را تشکیل می‌داد. گفتمان انقلاب اسلامی، هر گفتمان دیگری مانند گفتمان پدرمیراثی و مدرنیسم مطلقه پهلوی را طرد می‌کرد و نیز با مشایعت گفتمان دینی در باب مذاهب غیر از اسلام ترجیح را به جهان‌گیر شدن اسلام و تشکیل جوامع اسلامی می‌داد.

گفتمان انقلاب اسلامی

در گفتمان کاوی اعتقاد بر این است که سرکوب خشن گفتمان غیر یا دیگری، احتمال رادیکال‌شدن آن‌را افزایش خواهد داد. اولین جرقه انقلاب اسلامی ایران در پانزده خرداد سال چهل و دو، در پی سرکوب شدید و خشونت‌بار مردم، به دنبال محدود کردن

خواسته‌های سیاسی اسلامی توسط رژیم پهلوی با اتکا به استبداد شاهی، تجدد و غربگرایی (برگرفته از گفتمان مشروطیت) زده شد (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۶۴) و سرانجام به سرنگونی رژیم منجر شد. پیش از انقلاب بهمن ۱۳۵۷ در ایران گفتمان سیاسی بسیار انحصاری بود؛ گفتمانی رسمی وجود داشت و ساختار نشان‌های ملی، سیاسی، آرم‌ها به عنوان جلوه بصری آن گفتمان را رقم می‌زد. ساختار گفتمان‌های نهادی و سیاسی در احکام، فرامین و دستورات، تولیدات رسانه‌ها و محصول سخنگویان مطبوعاتی مانند اطلاعیه رسمی و همایش مطبوعاتی در فضای آن گفتمان رسمی غالب دوره پهلوی برای کنترل افکار دیگران بازتولید می‌شد. کنترل افکار دیگران به معنی کنترل عمل اجتماعی نیست، چون آن هم تمهیدات، ساحت خود را می‌طلبد و سازوکار قدرت، گفتمان و عرصه عمل اجتماعی را با راهبردها، تکنیک اقناع و کنترل افکار روی هم چفت و بست می‌کند. کنترل افکار دیگران تا دوره پهلوی دوم (برای نمونه گفتمان مارکسیستی به دلیل مخالفت با اصلاحات ارضی) ادامه داشته تا اینکه در سال ۱۳۵۵ ساختارهای گفتمانی و آرمان‌ها، میثاق‌ها و شعائر که به واسطه آن در حاشیه و در قالب نوشتار، اطلاعیه و سخنرانی بازتولید می‌شدند؛ قدرتمندتر از تصور ساختار گفتمان سیاسی حاکم بود. این گونه بود که گفتمان انقلاب اسلامی پدید آمد. بعضی آن را گفتمان سنت‌گرای ایدئولوژیک خوانده‌اند (بشیریه، ۱۳۸۱: ۶۹). این گفتمان، برخی از گفتمان‌های اقلیت را در خود جذب کرد و به انقلاب بزرگتری تبدیل شد که به دلیل پاسداشت، بازتاب شعائر و ارزش‌های اسلامی که ارزش‌های انسانی و ظلم‌ستیزانه هستند مفاهیم مشترکی با برخی از گفتمان‌های اقلیت یافت. گفتمان انقلاب اسلامی ایدئولوژیک است بدین دلیل که ایدئولوژی، سیستم عامل یا نظام باورها و شناخت‌های اجتماعی بنیادینی است که ارزش‌های اساسی (برخی از) گروه‌ها را منعکس می‌کند (ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۱۹۴).

طرد گفتمان مدرنیسم مطلقه پهلوی

این نشان گفتمان مدرنیسم مطلقه را به منازعه می‌کشد و آنچه حذف می‌شود کلیه نشان‌های ملی/سلطنتی، پرچم‌ها و نیز علائم افتخار، مراسم تاجگذاری و جشن‌های یادآوری به تخت نشستن شاه، مظاهر و جلوه‌های آن است. مدرنیسم مطلقه پهلوی گسست کاملی نسبت به گذشته نبود، بلکه در آن عناصری از پدرمیراثی سنتی با ایدئولوژی مدرنیسم در آمیخت. (بشیریه، ۱۳۸۱: ۶۷). گفتمان مدرنیسم مطلقه پهلوی مجموعه ناهمسان از پدرمیراثی سنتی، گفتمان توسعه و نوسازی به شیوه مدرنیته غربی و مردم‌گرایی بود که در طول زمان ترکیبات بیشتری پیدا کرد. تاکید این گفتمان روی

اقتدارگرایی، ملی‌گرایی ایرانی، مدرنیته فرهنگی و سکولاریسم بود (بشیریه، ۱۳۸۱: ۶۸). بر اساس این گفتمان، دولت در پی آن بود تا جامعه و اقتصاد ایران را از صورت‌بندی سنتی به صورت‌بندی مدرن سوق دهد، در این صورت، گفتمان مدرنیته مطلقه با خصلت اقتصادگرایانه و عقل‌گرایانه شتابناک خود، آسیب‌هایی به فرهنگ جامعه سنتی وارد می‌کرد. در این گفتمان سنت، مذهب و قومیت‌های سنتی از عرصه قدرت خارج شدند، نتیجه این گفتمان آسیب‌رساندن به تجار بازار، اصناف و علمای دینی بود. اجرای این‌گونه سیاست‌ها نیازمند تمرکز ابزارها و منابع قدرت سیاسی متمرکز در دست دولت بود که نیروهای اجتماعی و سیاسی را به انقیاد می‌کشاند. در گفتمان مدرنیته مطلقه پهلوی جایی برای مشارکت و رقابت سیاسی وجود نداشت. دولت پهلوی قصد داشت اصلاحاتی اجتماعی و اقتصادی در ساختار جامعه سنتی به ثمر رساند (بشیریه، ۱۳۸۱: ۶۹-۶۸). چون گفتمان مدرنیسم مطلقه پهلوی خود از زیرگفتمان‌های متفاوتی مانند گفتمان ملی‌گرا، سکولاریسم و مدرنیته تشکیل شده، می‌توان گفت با طرد شدن این گفتمان، مدرنیسم مطلقه فرهنگی و زیرگفتمان‌هایی مانند سکولاریسم حذف و باقی به حاشیه رانده شدند. یک گفتمان با هدف حق حاکمیت یافتن و پیوند با گفتمان‌های همبسته در مرکز قرار می‌گیرد و دیگر گفتمان‌ها را به حاشیه می‌راند. گفتمان انقلاب اسلامی گفتمان‌های مذکور را به حاشیه راند.

در مقابل استیلا و مرکز قرار گرفتن سنت‌گرایی ایدئولوژیک پس از انقلاب، گفتمان دموکراتیک با ریشه‌داشتن در مشروطه بر مبنای کثرت‌گرایی شکل گرفت (بشیریه، ۱۳۸۱: ۷۱) و آن گفتمان را در معرض نیروی مفاهیم و راهبرد خود قرار داد. در انتخابات ۱۳۷۶، تأثیراتی از این گفتمان در قالب قانون‌گرایی به شیوه نهضت ملی؛ به تعبیری مدرن و دموکراتیک به شیوه جریان روشن فکری دینی دیده شد (بشیریه، ۱۳۸۱: ۷۱).

گفتمان انقلاب اسلامی و غیریت‌سازی

آرامش حاصل از انسجام و تقارن نشان، گویای این است که گفتمان انقلاب اسلامی خواهان تشکیل جامعه مسلمان و اتحاد جوامع همبسته اسلامی در سراسر جهان است. با مفاهیمی قابل اجماع مانند الله در نهایت می‌خواهد پرستش معبودی بی‌شریک را جهان‌شمول کند. رنگ قرمز حاکی از شور انقلابی برای مبارزه با هر قدرتی است که سوژه سخنگوی او در صدد مطالبات استعمارگرایانه است. گفتمان ضداستعاری پیشتر افراد کانونی دیگری مانند گاندی (رهبر معنوی و سیاسی هند برای رهایی از

سلطه انگلیس) و لومومبا (رهبر ضد استعمار کنگو علیه بلژیک) را به خود جذب کرده (خامنه‌ای، ۱۴۰۲: ۶) و سوژه سخنگوی خود ساخته است. گفتمان استعمارگرا روابط قدرت و راهبردهایی را به کار می‌اندازد و از نظریه‌پردازی‌هایی حمایت می‌کند که برای جذب صداهای گفتمان دول دیگر در آوای یگانه‌ای تلاش می‌کند که یکصدا قدرت استعمارگران جهان را فریاد زنند، زندگی کنند و نفس بکشند. آن دول، ابژه سخن خود را با صفاتی چون عقب‌افتاده، جهان سومی، دین‌دار، خرافات‌زده و اصطلاح‌هایی مانند بنیادگرایان اسلامی، القاعده، تروریست، داعشی می‌خوانند و فرادست و فرودست را تعیین می‌کنند. تعیین می‌کنند سوسیالیست‌ها و کمونیست‌ها جهان دوم باشند و سایرین که دین زده‌اند جهان سوم خوانده شوند. به‌همین ترتیب عزمشان را جزم می‌کنند که در گفتمان‌های رسمی و غیررسمی در انواع نهادها و سازمان‌ها با دسترسی گسترده دشمن خود را بسازند و بازتولید کنند. در قالب‌های گفتاری، نوشتاری و تصویری طرف تخاصم و منازعه خود را ترسیم کنند و سلطه خود را با گزاره‌ها، نحو و ترفندهای بلاغی، شیوه‌های مبتداسازی، برجسته‌سازی و روش‌های مرکزگذاری، در عرصه زبان و حذف و مبهم کردن در عرصه تصویر به کرسی نشاند. به گفته ون‌دایک در گفتمان‌ها طرف فرادست ویژگی‌های منفی خود را به طرف تحت سلطه نسبت می‌دهد و بدین طریق آنها را نفی می‌کند. با جعل یا اصرار کردن بر خصوصیات منفی دیگران خود را تبرئه می‌کند و از دیگران غیریتی می‌سازد و آن‌را به عنوان دشمن تثبیت می‌کند (ن ک ون‌دایک، ۱۳۸۲: ۲۳۵). طرف فرادست ممکن است درباره اعمال بد و اصلاح‌شدنی غیرخودی به تفصیل صحبت کند، اما در باب نکات منفی خود کمتر سخن می‌گوید (Van Dijk, 1991). ازاین‌رو گفتمان‌هایی که در انقلاب اسلامی به وجود آمده بود، دربردارنده راهبردها و منازعه‌خواهی‌هایی چون مبارزه طبقاتی، استثمارزدایی، مبارزه با امپریالیسم و استعمار بود؛ سوژه‌های سخنگوی گفتمان‌ها سعی کردند در سخنرانی‌ها، اطلاعیه‌ها و تریبون‌هایی که به دست می‌آوردند و دسترسی‌هایی که پیدا می‌کردند دست‌نشاندهای پهلوی‌ها را به انگلیسی‌ها و به‌ویژه آمریکایی‌ها نشان دهند. همچنین گفتمان انقلاب اسلامی با مباحثی از گفتمان شرق‌شناسی و خاورمیانه سرآشتی نداشت، بدین دلیل که شرق‌شناسی به منزله نهادی رسمی ساحتی کدگذاری شده بنام شرق با ویژگی‌های اگزوتیک، عجیب و غریب، از سوی غربی‌ها را نامگذاری می‌کرد (امرلینگ، ۱۴۰۰: ۲۱۹). ایران به عنوان بخشی از شرق از این قاعده کدگذاری مصون نبود. آنها شرق، نیز جهان سوم و منطقه‌ای بنام خاورمیانه را در گفتمان‌های

رسمی و غیررسمی خود ساختند، معین و تثبیت کردند. آن‌را تکرار، نهادینه و بازتولید نمودند تا خود شرقی‌ها و خاورمیانه‌ای‌ها هم باور کنند که عقب‌افتاده، جهان سومی، افرادی از مناطق شرارت، منطقه سیاسی ناامن، منطقه نفتی و کشمکش‌های سیاسی هستند. با اشاعه اصطلاحاتی چون القاعده، داعش، تروریست، بنیادگرایی اسلامی و ۱۱ سپتامبر باور کنند که مذهب برای پیشرفت آنها غیرضروری است و آنها تا زمانی که از خرافات مذهب زدوده نشوند و رسوب تحقیرآمیز عقب‌افتادگی را از تن نزدایند، نمی‌توانند پیشرفت کنند. به این طریق رژیم حقیقتی برای خود می‌سازند که حق تحت فشار قراردادن گروهی از انسان‌ها را برای کسب منافع روا می‌دارند. به‌همین ترتیب گفتمان انقلاب اسلامی که به گفتمان جمهوری اسلامی جای سپرده آن گفتمان‌ها را به حاشیه می‌راند و در برابر استیلای آنها مقاومت می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

تفاوت‌های نشان‌های دوره قاجار و جمهوری اسلامی به عنوان بخشی از گفتمان یا جلوه بصری یک گفتمان ممکن است به شیوه خاص طراحی و ترکیب آن جلوه بصری برگردد یا اینکه به گرایش سیاسی خاصی تعبیر شود. ممکن است نوع طراحی آن بر اساس دستور حاکم یا دال مرکزی در گفتمان سلطنتی یا دینی باشد. برای نمونه ناصرالدین‌شاه قاجار با اتکا به گفتمان سلطنت‌طلب، دستور یکپارچه کردن نشان شیرخورشید را داد. در گفتمان دینی، امام خمینی به عنوان دال مرکزی در گفتمان انقلاب اسلامی می‌تواند بر طراحی و سفارش نشان جمهوری اسلامی نظارت غیرمستقیم کند، بدین طریق حمید نعیمی از آیت‌الله رفسنجانی تأییدیه گرفت.

واکاوی در مفاهیم نشان شیر و خورشید مضامین و معانی ملی استخراج‌شدنی از این نشان را آشکار می‌کند که عبارتند از: اهمیت تشیع و جایگاه حضرت علی (ع) در اعتقادات مردم ایران، قدرت و قداست پادشاه، شجاعت و پاسداری از کشور، وحدت و پیروزی، برکت، حاصل‌خیزی، صلح و غیره. گفتمان‌های همخوان با این نشان، عبارتند از: گفتمان مذهبی، گفتمان پدرمیراثی و سلطنتی، هویت ملی بر اساس گذشته تاریخی. چون شیر و خورشید را می‌توان بعد بصری جذب‌کننده گفتمان مذهبی هم دانست، بدین ترتیب هر نشان و علامتی که نشان‌دهنده یا بعد بصری گفتمان تسنن یا دیگر اقلیت‌های مذهبی باشد با جلوه‌گری این نشان در وزارتخانه‌ها، اداره‌ها، سازمان‌ها، تریبون‌ها، مطبوعات، نشریات و ... حذف شده، یا طرد و به حاشیه رانده می‌شود.

نشان جمهوری اسلامی ایران، از الله، لاله الا الله، گل لاله و هلال ماه تشکیل شده است. الله با همین واژه در قاموس عربی شباهت دارد. لاله الا الله، گل لاله، شمشیر، هلال‌های ماه و رنگ قرمز از عناصر نشان هستند. نشان جمهوری اسلامی، ارکان معنوی چون اعتقاد به خداوند یکتا در ابتدا و انتهای خلقت، تمایل به جهان‌گستری دین اسلام و رسالت حضرت محمد (ص) را به عنوان مبنای ایدئولوژیک حکومت اسلامی نشان می‌دهد. همچنین شاخصه‌هایی چون شهیدپروری و آمادگی دفاع، توان نظامی و قدرت امنیتی را در حوزه‌های مقصد یادآوری می‌نماید. گفتمان انقلاب اسلامی در این راستا در واکنش به مدرنیسم مطلقه پهلوی پدیدار شد که در ابتدا از جانب روشن‌فکران مذهبی و روحانیون دو تعبیر متفاوت از آن عرضه گردید.

گفتمان یا گفتمان‌هایی که در انقلاب اسلامی به وجود آمد، دربردارنده راهبردها و منازعه‌خواهی‌هایی چون مبارزه طبقاتی، استثمارزدایی، مبارزه با امپریالیسم و استعمار بود؛ در آنها سعی بر این بود که در سخنرانی‌ها، اطلاعیه‌ها و تریبون‌هایی که به دست می‌آوردند و دسترسی‌هایی که پیدا می‌کنند با گفتمان انقلابی، اسلامی و هویت ایرانی-اسلامی که می‌ساختند دست‌نشان‌دگی پهلوی‌ها به انگلیسی‌ها و آمریکایی‌ها را به مردم نشان دهد. همچنین گفتمان انقلاب اسلامی متوجه گفتمان شرق‌شناسی و خاورمیانه‌ای غربی‌ها بود. غربی‌ها اصطلاح سیاسی شرق، جهان سوم و منطقه‌ای بنام خاورمیانه را در گفتمان‌های رسمی و غیررسمی خود ساختند، معین و تثبیت کردند. آن را تکرار، نهادینه و بازتولید نمودند تا خود شرقی‌ها و خاورمیانه‌ای‌ها هم باور کنند که عقب‌افتاده، جهان سومی و افرادی از مناطق شرارت و منطقه سیاسی ناامن، منطقه نفتی و کشمکش‌های سیاسی هستند. آنها با اصطلاحاتی چون القاعده، داعش، تروریست، بنیادگرایی اسلامی و تاریخ تعین‌کننده‌ای چون ۱۱ سپتامبر باور کنند که مذهب برای پیشرفت آنها غیرضروری است و آنها تا زمانی که از خرافات مذهب زدوده نشوند و رسوب تحقیرآمیز عقب‌افتادگی را از تن نزدايند، نمی‌توانند پیشرفت کنند. به این طریق غربی‌ها رژیم حقیقتی برای خود می‌سازند که حق تحت فشار قرار دادن گروهی از انسان‌ها را برای کسب منافع روا می‌دارند. به همین ترتیب هم گفتمان انقلاب اسلامی و گفتمان جمهوری اسلامی، آن گفتمان‌ها را به حاشیه رانده یا در برابر استیلای آنها مقاومت می‌کند.

مقایسه دو نشان قاجار و جمهوری اسلامی به منزله جلوه بصری دو گفتمان متفاوت، تفاوت نگرش آنها را در انتخاب نوع حاکمیت نشان می‌دهد. حاکمیت قاجار حکومتی با سلطه پادشاهی و جمهوری اسلامی حاکمیت خدا را در مرکز نشان خود

گفتمان کاوی انتقادی نشان‌های ملی دوره قاجار و جمهوری اسلامی ایران بر اساس آرای ون‌دایک

قرار داده است. درواقع، هر دوره‌ای گفتمان غالبی دارد که نظام حقیقت خود را به وجود می‌آورد. در مرکز نظام حقیقت یکی گفتمان سلطنت‌گرا و پدرمیراثی و در دیگری گفتمان انقلاب اسلامی با تمرکز بر دین اسلام و حاکمیت مطلق الله قرار می‌گیرد.

منابع و مأخذ

ابوالحسن تنهایی، حسین، راووداد، اعظم و مریدی، محمدرضا. (۱۳۸۹). تحلیل گفتمان هنر خاورمیانه: بررسی شکل‌گیری قواعد هنری در جامعه نقاشی معاصر ایران. جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، ۲(۲)، ۴۰-۷.

اطلاع، قاجاریه صفر ۱۱۹۳ قمری (قرن ۱۲) - ۱۵ شعبان ۱۳۴۲ قمری (قرن ۱۴)، بی‌تا، تاریخ مراجعه: ۱۵/۰۱/۱۴۰۲. قابل دسترس در: <http://malekmuseum.org/artifact/1393>

امرلینگ، یانه. (۱۴۰۰). نظریه برای تاریخ هنر، ترجمه فریده آفرین، تهران: نشر حرفه هنرمند.
اعظمی، زهرا، شیخ الحکمایی، محمدطاهر و شیخ الحکمایی، طاهر. (۱۳۹۳). مطالعه تطبیقی مقوش گیاهی گچ‌بری کاخ تیسفون با اولین مساجد ایران. هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی، ۴(۴)، ۲۴-۱۵.
doi: 10.22059/JFAVA.2014.36422

آجودانی، ماشالله. (۱۳۸۲). مشروطه ایرانی، تهران: اختران.
آذری شهرزایی، رضا. (۱۳۸۴). جنگ بیرق: شیر و خورشید ایران در تقابل با ماه و ستاره عثمانی، گفتگو، ۴۳، ۹۵-۸۶.
آفرین، فریده. (۱۳۹۷). تحلیل مکانیسم قدرت حاکمیت‌مند در آثار سیامک فیلی‌زاده بر اساس آرای فوکو (مطالعه موردی: نمایشگاه اندر گراند). مطالعات رسانه‌های نوین، ۴(۱۵)، ۲۵۸-۲۱۷.
doi: 10.22054/nms.2018.31071.450.

آفرین، فریده. (ب.۱۳۹۷). مطالعه رابطه بینامتنی در سنت‌ها و نقشه‌های مشترک هنری تمدن ایلام و همخامشی، مطالعات تطبیقی هنر،
dor: 20.1001.1.23453842.1397.8.15.3.8

آفرین، فریده، نیکیان، ساجده. (۱۴۰۱). مطالعه تطبیقی نمادها در نشان‌های ملی دوره اول پهلوی ایران و جمهوری چین. جلوه هنر، ۴(۱۴)، ۱۰۰-۸۴.
doi: 10.22051/jjh.2022.40577.1802

بشیریه، حسین. (۱۳۸۱). دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران دوره جمهوری اسلامی ایران، تهران: نگاه معاصر.
بروس میت‌فورد، میراندا. (۱۳۸۸). فرهنگ مصور نمادها و نشانه‌ها در جهان، ترجمه ابوالقاسم دادور و زهرا تاران، نشر کلهر و دانشگاه الزهرا.

بروس میت‌فورد، میراندا. (۱۳۹۴). دایره‌المعارف مصور نمادها و نشانه‌ها، ترجمه معصومه انصاری و حبیب بشیرپور، چاپ اول، تهران: ستاره سبز.

بی‌نام. (۱۳۸۰). آرم جمهوری اسلامی ایران با توضیح‌هایی عالمانه و شگفت‌انگیز، ایران‌شناسی، ۳، ۷۰۱-۶۹۶.
حسنی‌فر، عبدالرحمن، امیری پریان، فاطمه. (۱۳۹۳). تحلیل گفتمان به مثابه روش. جستارهای سیاسی معاصر، ۵(۱۱)، ۴۹-۶۷.

خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۴۰۲). بحث در نبوت. درسگفتار ۱۵ دوره اندیشه تمدن‌ساز در دانشگاه‌ها.
داندیس، دونیس. ای. (۱۳۹۸). مبادی سواد بصری، ترجمه مسعود سپهر، تهران: انتشارات سروش.

گفتمان‌کاوی انتقادی نشان‌های ملی دوره قاجار و جمهوری اسلامی ایران بر اساس آرای ون‌دایک

ذکاء، یحیی. (۱۳۴۴). تاریخچه تغییرات و تحولات درفش و علامت دولت ایران از آغاز سده سیزدهم تا امروز. هنر و مردم، ۳۸، ۲۹-۲۱.

سراوانی، فهیمه. (۱۳۹۴). سیر تحول نماد تاج و صحنه‌های جلوس شاهانه در نقاشی ایرانی. ترکیه، استانبول: دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۱/۰۷/۲۴. قابل دسترس در:

<https://civilica.com/doc/505176>

سلطانی، علی‌اصغر. (۱۳۸۳). تحلیل گفتمان به مثابه نظریه و روش. علوم سیاسی، ۷ (۲۸)، ۱۸۰-۱۵۳.

صادقی، علی‌اکبر. (۱۳۹۱). بررسی نقش و جایگاه پرچم به عنوان یک نماد ملی و راهکارهایی برای تقویت آن. طرح پژوهشی، مرکز مطالعات راهبردی دبیرخانه معاونت پژوهش شورای عالی انقلاب فرهنگی. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۱/۰۵/۲۵ قابل دسترس در: <https://sccr.ir/news/14233/1>

علیزاده بیرجندی، زهرا، حمیدی، سمیه و ملک‌زاده، الهام. (۱۳۹۶). واکاوی خاستگاه و کارکردهای نشان‌های دولتی عصر قاجار. جستارهای تاریخی، ۱ (۸)، ۹۸-۷۹. doi: 10.30465/hcs.2017.2555

فروزانی خوب، مرجان، و پنجویی، مهدی. (۱۳۹۶). بررسی مفهوم رنگ از سه رویکرد: میزان تاثیرگذاری، نحوه ابراز مفاهیم و معانی سمبلیک و انتزاعی رنگ‌ها. شیراز: کنفرانس پژوهش‌های معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی ایران. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۱/۰۶/۳۰ قابل دسترس در: <https://civilica.com/doc/653010>

فرید افشار، مهلا، و علیمحمدی اردکانی، جواد. (۱۳۹۸). تحلیل گفتمان تبلیغات شهری سازمان هنری رسانه‌ای اوج از منظر میشل فوکو. رهپویه هنر هنرهای تجسمی، ۴ (۲)، ۷۰-۶۱.

doi:<http://dx.doi.org/10.29252/rahpooyesoore.5.2.61>

قائم‌مقامی، جهانگیر. (۱۳۴۸). درباره‌طور شیر و خورشید. بررسی‌های تاریخی، ۱۹، ۲۸۲-۲۵۹.

قجری، حسینی، و نظری، جواد. (۱۳۹۲). کاربرد تحلیل گفتمان در تحقیقات اجتماعی، تهران: جامعه‌شناسان. قیصری، علی. (۱۳۸۶). مستبدین جهان متحد شوید! طنز در مطبوعات دوره مشروطیت معرفی مجله استبداد، ایران‌نامه، ۲۳ (۳-۴)، ۳۵۴-۳۳۳.

کچویان، حسین. (۱۳۸۲). فوکو و دیرینه‌شناسی دانش، تهران: دانشگاه تهران.

کهن، گوئل. (۱۳۶۰). تاریخ سانسور در مطبوعات ایران، تهران: آگاه.

مبینی، مهتاب، و شافعی، آزاده. (۱۳۹۴). نقش گیاهان اساطیری و مقدس در هنر ساسانی (با تاکید بر نقوش برجسته، فلزکاری و گچ‌بری). جلوه هنر، ۲ (۱۴)، ۶۴-۴۵. doi: 10.22051/JJH.2016.2126

محمودی، فتنه، و حاج‌حسنی، اعظم. (۱۳۹۳). مطالعه تطبیقی تقابل خیر و شر در نگاره‌های خاوران‌نامه و شاهنامه. هنرهای کاربردی، ۳ (۵)، ۲۱-۳۳. doi: 10.22075/AAJ.2015.418

محمودی، فتنه، و یزدانی، فاطمه. (۱۴۰۰). تحلیل گفتمان تمبرهای پستی با موضوع فرهنگی در دو دوره ی پهلوی و جمهوری اسلامی ایران. هنرهای کاربردی، ۱ (۳)، ۱۰۹-۹۵. doi: 10.22075/aaaj.2022.26355.1139

- مطهری، مرتضی. (۱۳۸۹). خدمات متقابل اسلام و ایران، قم: صدرا.
- ندیمی، حمید. (۱۳۶۲). گفتگویی کوتاه با طراح آرم جمهوری اسلامی. پاسدار اسلام، ۱۶، ۶۱.
- نظری‌زاده، فریده، و مشهدی حاجی‌علی، فاطمه. (۱۳۹۴). نماد خورشید در هنر ایران باستان، مشهد: دومین همایش ملی باستان‌شناسی ایران. دبیرخانه دائمی همایش ملی باستان‌شناسی ایران. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۱/۲/۲۲، قابل دسترس در: <https://civilica.com/doc/541010>
- ون‌دایک، تئون. ای. (۱۳۷۷). اقتدار، گفتمان و دسترسی، ترجمه مجید خسروی نیک، گفتمان، ۲، ۱۰۲-۷۴.
- ون‌دایک، تئون. ای. (۱۳۸۲). از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی در مطالعاتی در تحلیل گفتمان، ترجمه علیرضا خرمایی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- ون‌دایک، تئون. ای. (۱۴۰۱). گفتمان و بافت، ترجمه طاهر اصغری‌پور و عادل نورزاده، تهران: نگاه معاصر.
- هال، جیمز. (۱۳۸۰). فرهنگ نگاره‌ای نمادها در هنر شرق و غرب، ترجمه رقیه بهزادی، تهران: فرهنگ معاصر.
- Dreyfus, H.L. & Rabinow, P. (1983). Michel Foucault, beyond Structuralism and Hermeneutics, Chicago: The University of Chicago Press.
- Iran National Symbol Stickers, (n.d). Retrieved: February 2022, from: <https://www.redbubble.com/shop/iran+national+symbol+stickers>.
- Keddie, N.R. & Yann, R. (2006). Modern Iran: Roots and Results of Revolution, Yale University Press.
- Van Dijk, T.A. (1991). Racism and the Press, London and New York: Routledge.

Analyzing the Meaning Structure of the Lifestyle of the Women of the “Y” Generation in Tehran

Mahtab Razie, PhD Student in Sociology, Islamic Azad University, Tehran Mar-kazi Branch, Tehran, Iran. Email: mahtabraziee@gmail.com

Ehsan Rahmani Khalili, Assistant Professor, Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)
Email: ehsan5171@gmail.com

Aliyeh Shekar beygi, Associate Professor, Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Email: ashekarbeugister@gmail.com

Abstract

Lifestyle can be constructed in different people, cultures and societies because it is based on the lived experience and social, cultural and economic conditions of the individual members of the society. Generation Y, which in Iran is equal to the beginning of the sixties to the beginning of the eighties, is influenced by the conditions of society in those two decades and has a different lifestyle from the generation before and after it. So now the question is raised, what is the meaning of the life style of women of the generation in Tehran? The method of this data theory is the foundation. The data required for this research is the result of a semi-structured interview with 21 young women living in Tehran who were part of the “Y” generation. The method of selecting the participants is purposeful and available and determining their number upon reaching the saturation stage has been specified. The findings of this research three central phenomenon “preferred individualism” and “economic independence” and” Selective cultural style” were chosen as central phenomena and the selective phenomenon of “generational expectations” was chosen as the main paradigm. One of the causes of this phenomenon is the modern attitude and the dominance of virtual discourse and Relative acceptance of structures, which results in the creation of a semi-traditional lifestyle and achieving the desired lifestyle. The women of the Y generation are different women from the previous generation. By making changes in the traditional lifestyle of the society, they have created a semi-traditional and semi-modern lifestyle. The most important characteristic of these women is their efforts to gain financial independence before marriage.

Key words

Generation Y, Lifestyle, Governance of Virtual Discourse, Preferred Lifestyle.

واکاوی برساخت معنایی سبک زندگی زنان نسل وای شهر تهران

مهتاب رضیئی^۱، احسان رحمانی خلیلی^۲، عالیه شکر بیگی^۳

چکیده

سبک زندگی می‌تواند در افراد، فرهنگ‌ها و جوامع مختلف به‌عنوان یک امر برساختی باشد زیرا مبتنی بر تجربه زیسته و شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی فرد افراد جامعه است. نسل وای که در ایران برابر با شروع دهه شصت تا آغاز دهه هشتاد است تحت تأثیر شرایط جامعه در آن دو دهه سبک زندگی متفاوت از نسل قبل و بعد از خود دارد؛ بنابراین اینک این سؤال مطرح می‌شود که برساخت معنایی سبک زندگی زنان نسل وای شهر تهران چیست و چه پیامدهای در پی دارد؟ رویکرد این پژوهش کیفی و با روش نظریه داده بنیاد است. داده‌های مورد نیاز این پژوهش حاصل مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۲۱ نفر از زنان جوان ساکن شهر تهران که جزء نسل وای بودند، به روش انتخاب هدفمند و در دسترس انجام شد. تعیین تعداد مشارکت‌کنندگان با رسیدن به مرحله اشباع نظری، مشخص شده است. پژوهش حاضر، از بین ۲۱ مصاحبه شامل، ۸۰۳ داده خام که بعد از بررسی مفاهیم تکرار شده به ۳۸۴ دلالت مفهومی، ۶۰ مقوله محوری، ۱۴ مقوله انتخابی استخراج شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، پدیده انتخابی «ره‌آوردهای نسلی» به‌عنوان پارادایم اصلی انتخاب گردید. از علل این پدیده، نگرش مدرن و حاکمیت گفتمان مجازی و پذیرش نسبی ساختارها است که پیامد آن ایجاد سبک زندگی نیمه سنتی و رسیدن به سبک دلخواه زندگی است. زنان نسل وای، زنانی متفاوت از نسل پیشین هستند. آن‌ها با ایجاد تغییراتی در سبک زندگی سنتی حاکم بر جامعه، یک سبک زندگی نیمه سنتی و نیمه مدرن را به وجود آورده‌اند. مهم‌ترین مشخصه این زنان، تلاش آن‌ها برای کسب استقلال مالی قبل از ازدواج است.

واژگان کلیدی

نسل وای، سبک زندگی، حاکمیت گفتمان مجازی، سبک زندگی ترجیحی.

۱. تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۰۱

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. mahtabraziee@gmail.com

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) ehsan5171@gmail.com

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ashekarbeugister@gmail.com

مقدمه

سبک زندگی در میان گروهی از افراد جامعه وجود دارد که الزاماً برای همگان قابل تشخیص نیست. در این پژوهش بر ساخت معنایی سبک زندگی در میان زنان نسل وای یعنی دختران دهه شصت مورد بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی قرار گرفته است. با بالا رفتن سن ازدواج و افزایش تجرد تغییراتی هم در سبک زندگی ایجاد می‌شود که بر ساخت معنایی آن‌ها از سبک زندگی با نسل‌های پیش متفاوت است. «تجرد قطعی دختران پدیده نوینی است که در ایران از شرایط و زمینه‌های ساختاری، مداخله‌ای و علی‌گوناگونی نشئت گرفته است و در حال حاضر خود را در قالب مجردان قطعی بازنمایی کرده است، بدیهی است که پیامدهای این آسیب اجتماعی بسیار متفاوت و حتی ممکن است متضاد باشند که هر کدام در نوع خود نیاز به ریشه‌یابی دقیق خواهد داشت. به نظر می‌رسد پیامدهای تجرد قطعی با افزایش سن مجردان قطعی بیشتر نمایان خواهد شد و این افراد در سال‌های آتی در زمینه‌های مختلف؛ اجتماعی، رفتاری، پزشکی و غیره. نیاز به مراقبت‌های بیشتری از سوی جامعه خواهند داشت. تجرد قطعی منجر به پیامدهای ناخواسته‌ای می‌شود که کلیت جامعه را به‌طور اعم و افراد جامعه هدف را به‌طور اخص با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌سازد» (طالب‌پور و بیرانوند، ۱۴۰۱: ۱۰).

«در دهه‌های اخیر همه جوامع در حال دگرگونی هستند و ایران نیز دچار تغییراتی در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... شده است. پیدایش و گسترش زمینه‌های مختلف فناوری همواره اشکالی از روابط اجتماعی جدید و الگوهای فرهنگی را در سبک زندگی به دنبال آورده است. سبک زندگی به معنای شیوه‌ای از زندگی است که مبتنی بر الگوهای قابل شناسایی از رفتاری است که از طریق فعل و انفعال بین ویژگی‌های شخصی فرد، تعاملات اجتماعی و شرایط اقتصادی اجتماعی و محیطی زندگی فرد تعیین می‌شود» (احمدی، ۱۳۹۴: ۱۲). با توجه به اینکه نیمی از پیکر جامعه ما را زنان تشکیل می‌دهند^۱ و از سوی دیگر نظریه ارزش والای زن در جامعه، سلامت، نشاط و دسترسی آنان به علوم می‌تواند در داشتن جامعه‌ای سالم و شاداب نقش مهمی داشته باشد. سبک زندگی در جوامع رو به توسعه در عصر حاضر به دنبال تحول اجتماعی و اقتصادی با بسیاری از تنوع‌ها و تناقض‌ها روبه‌رو شد، تأثیر عواملی چون ارتباطات شهرنشینی، صنعتی شدن جامعه، گسترش آموزش و ... در شکل‌دهی به سبک زندگی زنان نقش بسزایی دارد. «عوامل

۱. بر طبق گزارش مرکز آمار، در سال ۱۴۰۱ تعداد ۴۲ میلیون و ۷۷۳ هزار نفر از جمعیت را مردان و ۴۱ میلیون و ۹۲۷ هزار نفر از جمعیت کشور را زنان تشکیل می‌دهند.

مختلف جسمی، روانی، حمایت اجتماعی و ارتباطات اجتماعی بر سبک زندگی زنان عامل تعدیل کننده است» (Somekawa, 2019: 158). «مقوله تفاوت نسلی، یکی از مصادیق و توابع گذار جوامع از صورت سنتی به شکل مدرن تصور می شود. در دو دهه اخیر، در پی روند عام نوسازی جهانی، جامعه ایران با اجرای برنامه های توسعه ای و طی فرایند نوسازی و در نتیجه بهبود شاخص هایی چون گسترش شهرنشینی، صنعتی شدن، جوانی جمعیت، افزایش سطح ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی و توسعه نهادهای اجتماعی جدید مانند دانشگاه، با دگرگونی هایی در ساختارهای اجتماعی و سیاسی مواجه بوده است. در این میان، جوانان به دلیل ویژگی های شخصیتی و منحصربه فرد خود، بیشتر در معرض فرایندهای تغییر قرار می گیرند و زودتر از نسل بزرگسال، دچار تغییر می شوند. در اثر این تجربه نسلی متفاوت، ارزش ها و نگرش ها و جهت گیری های متفاوتی را در مقایسه با نسل بزرگسال، نسبت به ابژه های مختلف کسب می کنند» (نیازی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۸).

از سوی دیگر، سبک زندگی در ارتباط تنگاتنگ با نسل هاست. معمولاً افراد یک نسل شباهت بیشتر در انتخاب سبک های زندگی دارند. برای تقسیم نسل ها، طبقه بندی هایی صورت گرفته است. «یکی از آن ها صورت بندی پنج گانه ای از نسل هاست که در ابتدا بیشتر با کانون توجه به جامعه آمریکا و سپس با نظر به دیگر جوامع جهان تدارک دیده شده است: ۱. نسل خاموش؛ ۲. نسل بومر (دوره انفجار جمعیتی)؛ ۳. نسل X؛ ۴. نسل Y و ۵. نسل Z» (Tulgan, 2016, Huntley, 2006).

«نسل Y یا هزاره، در ایران، نسل انقلاب اسلامی، متولدین حدود ۲۰۰۰ - ۱۹۸۱ هستند. دوره ظهور کامپیوترهای پی سی، اینترنت، تلویزیون های ماهواره ای، دهکده جهانی و سپس فناوری اطلاعات و ارتباطات، و بگردی در رونق وب یک، لینکدن، وبلاگ ها و ویکی هاست. دایره المعارف ها به دست همگان افتاده است، می خوانند و خود نیز بر آن می نویسند. کودکان و نوجوانان اهمیت یافته اند. پدر و مادرها از آن ها فن و مهارت های کامپیوتری یاد می گیرند. از مشخصات کم و بیش مشهود در این فرهنگ و اجتماع این دوره؛ کم حوصلگی، اهمیت سبک زندگی، سرگرمی، فان و لحظه حال، اوقات فراغت، گروه های دوستی، تجربه شخصی، نیازهای فرا مادی، مهارت گرایی، بی تکلفی و بی تعارفی است. مقارن آن در ایران، متولدین ۱۳۷۸ - ۱۳۵۸ و نسل دوره انقلاب اسلامی اند. این ها از آغاز دوره رشد خویش طعم پیروزی انقلابی را به همراه تلخی اختلافات سیاسی بر سر جایگزینی قدرت و بر هم خوردن اوضاع و

خشونت را باهم چشیده‌اند و جنگ را باز هم با حماسه‌ها و هزینه‌هایش دیواربه‌دیوار دیده‌اند، ورق برگشتن از اقتصاد کوپنی و دفاع مقدس به آتش‌بس و اقتصاد پساکوپنی و عمل‌گرایی را باهم دوره کرده‌اند و بالا پایین شده‌اند و آخرالامر نیز با اینترنت و ارتباطات، اوقات فراغت، رونق جدید مدنی و اصلاحات دولتی قرین شده‌اند. نسل سرشاری و سرخوردگی، نسل رؤیاها و گم‌شدن رؤیاها و نسل آغازها و پایان‌ها هستند؛ اما عمده‌کانون توجه این نسل حالا به فراغت و تجربه، سبک زندگی و فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه معطوف شده است» (فراسخواه، ۱۳۹۵: ۷). بر ساخت معنایی مقوله سبک زندگی در بین زنان می‌تواند طبقه اجتماعی، روابط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و شاید هویت یک خانواده و یا یک شخص را تغییر دهد و هر نسل نوعی از سبک زندگی را اختیار می‌کند. نسل وای که در ایران برابر با شروع دهه شصت تا آغاز دهه هشتاد است تحت تأثیر شرایط جامعه در آن دو دهه (پیروزی انقلاب، جنگ، تحریم، ورود اینترنت و ...)، سبک زندگی متفاوت از نسل قبل و بعد از خود دارد که البته می‌تواند در گروه‌های مختلف زنان این دوره زمانی متفاوت باشد. تغییر در بر ساخت معنایی سبک زندگی موجب تغییر در روابط و شرایط متفاوت عاطفی و نگرش‌های نوین شده و مسائل مختلفی را در زمینه‌های هنجارها، رفتارها، طبقات اجتماعی، الگوهای زندگی، قشر بندی و ... در سبک زندگی زنان به وجود آورده است. اهمیت بر ساخت معنایی که زنان از سبک زندگی خود دارند، بر شیوه زندگی و تأثیر آن بر روابط اجتماعی و فرهنگی و در نتیجه ایجاد سبک جدیدی از زندگی مدرن در کنار زندگی سنتی و نسل جدید که با این امکانات در تماس بوده‌اند، موجب شده ارزش‌ها و الگوهای‌شان تغییر کرده و در تقابل با نسل قبلی قرار بگیرد. تاکنون پژوهش‌های مختلفی در رابطه با سبک زندگی زنان انجام گرفته است، اما در رابطه با بر ساخت معنایی سبک زندگی زنان و تحلیل جامعه‌شناختی آن، تحقیقی کاملی انجام نشده است. در این پژوهش تلاش شده تا بر ساخت معنایی سبک زندگی زنان نسل وای، واکاوی شود؛ بنابراین اینک این سؤال مطرح می‌شود که بر ساخت معنایی سبک زندگی زنان نسل وای^۱ شهر تهران چیست؟

سؤالات جزئی:

۱. شرایط علی شکل‌گیری سبک زندگی در مشارکت کنندگان، چیست؟

۱. نسل ایگرگ یا نسل هزاره Millennials به نسلی می‌گویند که پس از نسل ایکس و پیش از نسل زد، در بین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ و در ایران نیز این نسل شامل کسانی که بین سال‌های ۱۳۵۸ تا سال ۱۳۷۸ دنیا آمده‌اند می‌شود.

۲. شرایط و زمینه‌هایی شکل‌گیری سبک‌های زندگی، در مشارکت‌کنندگان، چیست؟

۳. استراتژی‌هایی مشارکت‌کنندگان برای همخوانی بهتر سبک زندگی خود با

شرایط جامعه چیست؟

۴. پیامد استراتژی‌های به کار رفته از طرف مشارکت‌کنندگان در پژوهش، چه بوده است؟

پیشینه پژوهش

با بررسی پیشینه مطالبی در خصوص این پژوهش، محقق به موارد بسیاری دست یافت. برای غربالگری این پژوهش‌ها، اقدام به اعمال محدودیت‌های زمانی شد تا تازه‌ترین پژوهش‌ها مورد مطالعه قرار گیرد. به‌طور خلاصه به برخی از این مطالعات اشاره شده است. محمدی (۱۴۰۰)، در بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کیفیت زندگی زنان با تأکید بر سبک زندگی، به این نتایج می‌رسد که «عدم توسعه‌یافتگی، وضعیت معیشتی و اقتصادی بسیار پایین استان کردستان و نرخ بیکاری زیاد به شدت بر روی کیفیت و سبک زندگی زنان تأثیر گذاشته است؛ ضریب نفوذ و سطح پوشش و دسترسی اینترنت در استان کردستان و به‌ویژه شهر سنندج در وضعیت بسیار مطلوب و بالایی قرار دارد». هاشم‌پور صادقیان (۱۴۰۰)، در مطالعه‌ای که به بررسی رابطه تعیین‌کننده‌های اجتماعی آنالین و آفلاین با سبک زندگی ارتقادهنده سلامت زنان و مردان ۶۵-۱۸ سال در شهر شیراز، پرداخته است در نهایت به این نتایج می‌رسد که «در نظر گرفتن تعیین‌کننده‌های آفلاین و آنالین در کنار یکدیگر می‌تواند تبیین بهتری از سبک زندگی ارتقادهنده سلامت ارائه دهد. همچنین نیاز است تا سیاست‌گذاری‌های بیشتری جهت ارتقاء سطح سلامت سبک زندگی جوانان و میان‌سالان، خصوصاً مردان انجام شود».

نتایج پژوهش عسگری و همکاران (۱۳۹۹)، با عنوان «سبک زندگی و فردگرایی زنان در شیراز»، نشان می‌دهد که «بین سبک زندگی و میزان فردگرایی زنان شهر شیراز رابطه معکوس وجود داشت؛ بنابراین بهبود سبک زندگی با محور قرار دادن خانواده و توجه به ابعاد حمایتی آن می‌تواند بر کاهش میزان فردگرایی این قشر اثر مثبت داشته باشد». راسموس^۱ و همکاران (۲۰۲۲)، در تحقیقی با عنوان «پیشینه خانوادگی و سبک زندگی فرهنگی: انجمن‌های چند نسلی»، به این سؤال پاسخ دادند که «آیا پیشینه خانوادگی با سبک زندگی فرهنگی فراتر از دو نسل ارتباط دارد؟» بر اساس یافته‌های این پژوهش، سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها نیز به‌طور

غیرمستقیم از طریق ارتباط مثبت با سرمایه فرهنگی والدین عمل می‌کند که به‌نوبه خود با احتمال این‌که نوه‌ها سبک زندگی فرهنگی همه‌چیزخوار را نشان دهند مرتبط است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که پیشینه خانوادگی فراتر از دو نسل است و سرمایه فرهنگی نیاکان دارای ویژگی‌های سلسله‌ای است.

ناگلا و یانیک^۱ (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان «تأثیر سبک زندگی والدین بر وضعیت و سبک زندگی فرزندان‌شان در هلند»، به بررسی میزان تأثیر والدین بر دستیابی به موقعیت فرزندان بزرگ‌سال خود از طریق سبک زندگی والدین در دوران کودکی فرزندان خود پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که دو بعد فرهنگی و اقتصادی سبک زندگی والدین مزیت نسبی را از نظر تحصیلات، شغل و درآمد فرزندان بزرگ‌سال آن‌ها به ارمغان می‌آورد. به‌این‌ترتیب، ابعاد فرهنگی و اقتصادی سبک زندگی والدین مکانیسم‌هایی است که والدین از طریق آن موقعیت اجتماعی خود را به فرزندان خود منتقل می‌کنند. یوشیاکی و همکاران^۲ (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان «رابطه کیفیت زندگی و سبک زندگی، سن، جنسیت، حمایت اجتماعی» به این موضوع پرداختند که سبک زندگی تأثیر قابل توجهی بر سلامت جسمی و روانی دارد. ارتباط بین سبک زندگی و کیفیت زندگی بسیار مهم است. برخی از عوامل به‌طور غیر مستقیم از طریق سبک زندگی بر کیفیت زندگی تأثیر منفی گذاشتند. سن، جنس و حمایت اجتماعی ارتباط بین کیفیت زندگی و سبک زندگی را در نوجوانان تعدیل می‌کند. حمایت اجتماعی رابطه بین سبک زندگی و کیفیت زندگی را فقط در نوجوانان تعدیل می‌کند. در مقطع کارشناسی، جنسیت فقط کیفیت زندگی را تعدیل می‌کند و حمایت اجتماعی فقط ارتباط بین کیفیت زندگی و سبک زندگی را تعدیل می‌کند.»

در پژوهش‌های پیشین، مؤلفه‌هایی مانند، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کیفیت زندگی زنان، تعیین‌کننده‌های اجتماعی آنلاین و آفلاین با سبک زندگی، سبک زندگی و فردگرایی زنان، پیشینه خانوادگی و سبک زندگی فرهنگی، تأثیر سبک زندگی والدین بر وضعیت و سبک زندگی فرزندان و رابطه کیفیت زندگی و سبک زندگی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است. این پژوهش در واقع چتری مشتمل بر همه این پژوهش‌هاست که درصدد واکاوی برساخت معنایی سبک زندگی زنان نسل وای شهر تهران و تلاش برای درک عمیق درک و تلقی مشارکت‌کنندگان از این موضوع و استراتژی‌های آن‌ها برای رسیدن به سبک زندگی موردپسند خود است.

1. Nagela and Yannick

2. Yoshiaki et al

مبانی نظری پژوهش

بر اساس اندیشه پارسونز «کنش اجتماعی را، برآیند سه نظام شخصیت، فرهنگ و نظام اجتماعی می‌داند» (روشه، ۱۳۹۵: ۸۱). «افتراق پذیری برآیند اصلی تفاوت‌های کارکردی در جوامع مدرن و پسامدرن است که موجب ظهور سبک‌های زندگی متفاوت و متکثر می‌گردد؛ اما آنچه همواره در دیدگاه پارسونز مورد انتقاد واقع شده است، تأکید وی بر تحمل و پذیرش فشارهای ساختاری از سوی کنشگران است» (کرایب، ۱۴۰۰: ۶۱). پارسونز، نظام اجتماعی را به‌عنوان یک نظام کنش متقابل دانست. او به‌جای این مقوله، آمیزه نقش- منزلت را به‌عنوان واحد بنیادی در بررسی نظام اجتماعی به کار برد. منزلت به عنوان یک جایگاه ساختاری در داخل نظام اجتماعی تلقی می‌شود. نقش همان کارکردی است که کنشگر در یک چنین موقعیتی انجام می‌دهد. کنشگر برحسب اندیشه‌ها و اعمال در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه دستکم برحسب موقعیتی که در نظام اجتماعی دارد؛ به‌عنوان یک رشته منزلت‌ها و نقش‌ها، تشخیص داده می‌شود. وی معتقد بود در یک فراگرد اجتماعی شدن موفق، این هنجارها و ارزش‌ها ملکه ذهن می‌شوند، یعنی به‌صورت بخشی از وجدان کنشگران یا وجدان آن‌ها درمی‌آید. مانهایم، «مفهوم اجتماعی نسل را، جایگاه مشترکی از منظر تاریخ تحولات بازنمایی می‌کند و معتقد است، در هر نسلی نگرش‌های غالب متفاوت و فضاهای اجتماعی، ارزشی، آرمانی، ایدئولوژیک، هویتی، گفتمانی و پارادایمی متمایز و سبک‌های زندگی تا حد زیادی متفاوتی رواج دارد» (Brooks, 2006: 54).

ماکس وبر، «سبک زندگی را با توجه به «گروه منزلتی»؛ شیوه‌های غالب زندگی یا سبک زندگی به‌مثابه یکی از سه دترمینان یا عامل تعیین‌کننده قشرهای اجتماعی سخن می‌گوید. از نظر وبر مهم‌ترین عوامل در تشخیص لایه‌های اجتماعی عبارت است از:

(الف) روش زندگی فردی و به‌طور اخص نوع شغل انتخابی از سوی شخص؛

(ب) کاریزمای موروثی که ناشی از منزلت خانوادگی است؛

(پ) اعتبار سیاسی یا اقتدار که به‌عنوان امتیاز انحصاری توسط گروه‌های متمایز به دست می‌آید» (وبر، ۱۳۹۶: ۴۴).

طبق نظر وبر ویژگی اصلی سبک زندگی انتخابی بودن آن است اما انتخابی که در محدوده ساختارهایی قرار می‌گیرند که احتمال تحقق آن را محدود می‌کنند. درست مانند تصمیم‌گیری برای ازدواج که اگرچه انتخاب با خود شخص است تحت ساز و کار و نظم اجتماعی صورت می‌پذیرد و شخص در انتخاب خود درگیر قید و بندهای

جامعه می‌شود. بر اساس این دیدگاه، انتخاب سبک زندگی در بین زنان نسل وای در ایران، بر اساس ساختارهایی که این زنان در آن چشم به جهان گشوده و دوران کودکی، نوجوانی و جوانی خود را گذرانده‌اند، قابل تبیین است.

«ویژگی اصلی سبک زندگی از نظر وبر قدرت انتخاب افراد برای گزینش شیوه زندگی است. البته نقش محدودیت‌ها، شرایط و اقتضائات اجتماعی و اقتصادی و عوامل محیطی را در این انتخاب و گزینش انکار نمی‌کند. همچنین از منظر کارکردگرای، دو کارکرد مهم برای سبک زندگی قائل است. از یک طرف تفاوت بین گروه‌ها و طبقات اجتماعی را آشکار می‌کند و از سویی سبب انسجام و همبستگی میان گروه‌های منزلتی و افراد یک طبقه اجتماعی می‌شود» (آجیلی و بیکی، ۱۳۹۳: ۸۷). قدرت انتخاب زنان نسل وای در ایران، طبق ساختارهای حاکمیت کلیشه‌های جنسیتی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی و تحولات سال‌های آغازین انقلاب، باید از بین همان مجموعه سبک‌هایی انتخاب می‌شد که در بین سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۸ شمسی موجود بود. زنان و دختران در این گفتمان ارزشی باید در عین تبعیت از ارزش‌های خانواده و جامعه، با سخت‌کوشی و تلاش مدارج علمی و مهارتی را طی و دارای مشاغل شوند که در عین ایجاد شرایط استقلال مالی، منافاتی با وظایف اصلی زنانه یعنی ازدواج، فرزندآوری، همسراری و تربیت فرزندان نداشته باشد.

«بورديو مفاهيم مختلفی را برای تحلیل مفهوم سبک زندگی به کار می‌برد. مفهوم میدان، سرمایه، منش، عمل، طبقه و قریحه را مورد بررسی قرار داد. بورديو در تعریف مفاهيم به برداشتی که از آن مفهوم در آن میدان به عمل می‌آید توجه دارد. آنچه به میدان معنا می‌دهد، سرمایه است. حجم و ترکیب انواع سرمایه نزد فرد جایگاه وی را در سلسله مراتب میدان تعیین می‌کند، بنابراین می‌توان هر میدان را از طریق نوع و میزان سرمایه موجود در آن شناسایی کرد. در میان انواع سرمایه فرهنگی در اندیشه بورديو از اهمیت زیادی برخوردار است. جامعه‌شناسی مصرف و تحلیل بورديو از سبک زندگی بر همین نوع سرمایه متکی است» (رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵: ۷۲).

«زيمل معتقد است روند زندگی در شهر، آگاهی به مد را افزایش می‌دهد؛ یعنی نیاز به انتخاب مواد مصرفی از میان مجموعه‌ای که هم متمایزکننده یک گروه اجتماعی خاص و هم بیانگر ترجیحات خاص است؛ بنابراین الگوهای مدرن مصرف تا حدی ناشی از زیستن در کلان‌شهرها، شهرها و حومه‌ها است؛ زیرا زندگی در این محیط‌ها، همان‌گونه که زيمل می‌گوید: انسان‌های جدیدی را پرورش می‌دهد که نگران «حفظ

خودمختاری و فردیت وجود خویش در تقابل با نیروهای چیره اجتماعی» است؛ بنابراین آگاهی از مد و شیوه‌های مصرف به‌منظور ابزاری برای ایجاد تمایز و بیان هویت و ترجیحات فرد افزایش می‌یابد. شخص در شهر بزرگ مصرف می‌کند تا برای خود هویتی را بسازد که دوست دارد، باشد» (باکاک، ۱۳۹۸: ۲۶). در عصر حاضر و در بین مشارکت‌کنندگان این پژوهش که در یک کلان‌شهر و با تحصیلات دانشگاهی، زندگی می‌کنند، در کنار شهری بودن، فضای مجازی نیز وجود دارد که در زمان زیست زیمیل وجود نداشت. تأثیر این فضای مجازی، شاید بیشتر از زندگی شهری، بر سبک زندگی زنان نسل وای اثرگذار بوده است.

دیوید چنی معتقد است «سبک زندگی همان «سازمان اجتماعی مصرف» است. از دید او، سبک‌های زندگی جزء لاینفک زندگی اجتماعی روزمره در جهان مدرن هستند و نقشی اساسی در تعاملات بین افراد دارند. به همین دلیل، سبک‌های زندگی را باید در بافت محسوس زندگی روزمره افراد شناسایی کرد. سلیقه‌ها و قریحه‌ها و ذائقه‌ها که در پیوندی تنگاتنگ با سبک زندگی شکل می‌گیرند و نقشی اساسی در نحوه مصرف کالاهای فرهنگی و در برساختن هویت‌ها دارند، مدخل‌هایی برای ورود به متن زندگی روزمره افراد در جامعه مدرن هستند. مشخصه‌های اصلی سبک زندگی همچون، سطح‌ها، خودها و احساسات یا قریحه‌ها را می‌توان به تجربه از طریق بررسی سرمایه و مصرف فرهنگی افراد مطالعه کرد» (چنی، ۱۳۹۵: ۱۱).

«وبلن معتقد است که سبک و شیوه زندگی از دوران قبل از دوران صنعتی و تقریباً از زمان آغاز تمدن بشری به سمتی رفت که ویژگی‌های اصلی آن تجمل، تبعیض بهره‌کشی و یغماگری بود و تاکنون این ویژگی‌ها کم و بیش با همان ماهیت اصلی خود حفظ شده است. «شواهدی که از ویژگی‌های فرهنگی و عملکردهای اجتماع‌های نخستین در دست است، نشان می‌دهد که همراه با تحول دوران توحش به بربریت، رفته‌رفته نهاد طبقه مرفه سر برآورده است؛ به عبارتی دقیق‌تر، طبقه تن‌آسا همراه با تغییر زندگی صلح‌آمیز به زندگی ستیزه‌جویان، رشد کرده است. عادی شدن یغماگری در زندگی اجتماعی و جستجوی معاش از طریق روش‌های ساده شرایط ظهور این نهاد را فراهم می‌کند. نهاد طبقه تن‌آسا از مراحل ابتدایی تبعیض شغلی شروع به رشد می‌کند، بر این اساس که بعضی شغل‌ها ارزشمند و بعضی بی‌ارزش قلمداد می‌شوند. طبق این تمایز دیرینه، اشتغال‌هایی ارزشمند هستند که از نوع بهره‌کشی باشند و آن‌هایی بی‌ارزش هستند که هر روز باید انجام گیرند و نشانه‌ای از بهره‌کشی در آن‌ها وجود ندارد» (وبلن، ۱۳۹۶: ۵۷).

بر اساس مبانی نظری مرور شده، سبک زندگی افراد، برآیند ساختارها و شرایط تاریخی، اجتماعی، مذهبی و دیگر عواملی که در هر جامعه‌ای وجود داشته و با جوامع دیگر ممکن است تفاوت داشته باشد، است. این شرایط و ساختارها تعیین‌کننده الگوهای ارزشی، نوع پوشش، الگوهای رفتاری و نگرش افراد آن دوره است. پارسونز، نظام اجتماعی را به‌عنوان یک نظام کنش متقابل دانست. او به‌جای این مقوله، آمیزه‌نقش- منزلت را به‌عنوان واحد بنیادی در بررسی نظام اجتماعی به کار می‌برد. منزلت به یک جایگاه ساختاری در داخل نظام اجتماعی تلقی می‌شود. نقش همان کارکردی است که کنشگر در یک چنین موقعیتی انجام می‌دهد. کنشگر برحسب اندیشه‌ها و اعمال در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه دستکم برحسب موقعیتی که در نظام اجتماعی دارد؛ به‌عنوان یک رشته منزلت‌ها و نقش‌ها، تشخیص داده می‌شود. وی معتقد بود در یک فراگرد اجتماعی شدن موفق، این هنجارها و ارزش‌ها ملکه ذهن می‌شوند، یعنی به‌صورت بخشی از وجدان کنشگران یا وجدان آن‌ها درمی‌آید. این بخش از افکار پارسونز نیز با مقوله‌هایی مانند نگرش مدرن و تلاش برای کسب سبک زندگی ترجیحی در زنان نسل وای، هم‌سو است. طبق نظر وبر ویژگی اصلی سبک زندگی، انتخابی بودن آن است اما انتخابی که در محدوده ساختارهایی قرار می‌گیرند که احتمال تحقق آن را محدود می‌کنند. درست مانند تصمیم‌گیری برای ازدواج که اگرچه انتخاب با خود شخص است، تحت ساز و کار و نظم اجتماعی صورت می‌پذیرد و شخص در انتخاب خود درگیر قید و بندهای جامعه می‌شود.

روش پژوهش

هدف پژوهش حاضر کاربردی و بر اساس رویکرد کیفی و با روش نظریه داده بنیاد یا گرند تئوری انجام شده است. «روش نظریه داده بنیاد یک شیوه پژوهش کیفی است که به‌وسیله آن و با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. این روش معمولاً به سه شیوه اجرا می‌شود. شیوه سیستماتیک، شیوه نوحاسته و شیوه سازاگرا. روش سیستماتیک خود مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی دارد» (رودی و همکاران، ۱۳۹۸: ۴۴). پژوهش حاضر بر اساس شیوه سیستماتیک انجام شده و سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی بر روی داده‌های خام (مصاحبه‌ها)، انجام شد.

جامعه مور مطالعه این پژوهش، شامل ۲۱ نفر از زنان نسل وای شهر تهران، است. این

افراد با روش انتخاب هدفمند از بین واجدین شرایط مطلع و آگاه از موضوع پژوهش انتخاب شدند. تعداد مشارکت کنندگان را رسیدن به مرحله اشباع داده‌های نظری و تا حدودی، مفهومی، تعیین نمود. «روش گردآوری داده‌ها به صورت میدانی و با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شده است» (ابراهیمی و همکاران، ۱۴۰۱: ۲۶۸). برای انجام مصاحبه‌ها، ابتدا سؤالات مصاحبه برای مشارکت کنندگان ارسال شد. سپس در روز انجام مصاحبه، محقق با گوشی موبایل اقدام به ضبط صحبت‌های مشارکت کنندگان کرد. سؤالات مصاحبه بر اساس اهداف پژوهش تنظیم شده بود ولی به جهت ماهیت روش کیفی، نیاز به اعمال برخی تغییرات بر روی سؤالات در حین مصاحبه بود. این تغییرات در جهت بسط ایده مشارکت کننده یا تطابق این نظرات با مقولات استخراج شده در مصاحبه‌های قبلی بود. زمان انجام مصاحبه‌ها بین ۴۵ دقیقه تا یک ساعت به طول انجامید. انجام مصاحبه‌ها تا رسیدن به مرحله‌ای که در جدول کدگذاری‌ها، مقوله جدیدی به مقولات قبلی اضافه نشد (اشباع نظری)، ادامه یافت. این اتفاق بعد از مصاحبه ۱۸ مشاهده گردید ولی محققین برای کسب اطمینان سه مصاحبه دیگر نیز انجام دادند.

جدول ۱، مشخصات مشارکت کنندگان در پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱. دموگرافیک مشارکت کنندگان

کد	تحصیلات	شغل	سال تولد
۱	لیسانس	دانشجو	۱۳۷۸
۲	دکتر	کارمند	۱۳۶۲
۳	ارشد	کارمند	۱۳۷۶
۴	ارشد	کارمند	۱۳۶۸
۵	ارشد	دانشجو	۱۳۶۹
۶	ارشد	دانشجو	۱۳۷۵
۷	ارشد	دانشجو	۱۳۷۶
۸	ارشد	دانشجو	۱۳۷۶
۹	ارشد	دانشجو	۱۳۷۸
۱۰	لیسانس	دانشجو	۱۳۷۸
۱۱	لیسانس	آرایشگر	۱۳۷۶
۱۲	لیسانس	حسابدار	۱۳۷۸
۱۳	ارشد	دانشجو	۱۳۷۷

کد	تحصیلات	شغل	سال تولد
۱۴	لیسانس	کارمند	۱۳۶۹
۱۵	لیسانس	کارمند	۱۳۶۶
۱۶	ارشد	کارمند	۱۳۶۳
۱۷	لیسانس	منشی	۱۳۶۲
۱۸	لیسانس	کارمند	۱۳۶۶
۱۹	ارشد	کارمند	۱۳۶۴
۲۰	دکتر	کارمند	۱۳۶۱
۲۱	لیسانس	کارمند	۱۳۷۸

این پژوهش در بین ۲۱ نفر از زنانی که بین سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۷۸ به دنیا آمده‌اند انجام شده است. میزان تحصیلات مشارکت‌کنندگان برای دست یافتن به اطلاعات یک‌دست‌تر از بین زنان دارای تحصیلات دانشگاهی بین لیسانس (۹ نفر)، کارشناسی ارشد (۱۰ نفر) و دکتری (۲ نفر)، انتخاب شدند. ۸ نفر از این زنان در حال تحصیل و دانشجوی بودند و شغل و به تبع آن استقلال مالی نداشتند و ۱۳ نفر از آن‌ها دارای مشاغل دولتی و آزاد بودند که استقلال مالی داشتند یا دست کم از پس هزینه‌های زندگی خود برمی‌آمدند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش با طرح ساختارگرا (چارمیان)^۱، انجام شده است. در شیوه‌گردند تئوری به سبک چارمز، «باید بیشتر به دیدگاه‌ها، ارزش‌ها، باورها، احساسات، پیش‌فرض‌ها و ایدئولوژی‌های افراد توجه کرد و از به کار بردن نمودارها، نقشه‌های مفهومی، واژگان پیچیده و تخصصی پرهیز نمود. به تعبیر چارمز، نظریه داده بنیاد باید انعکاسی از تجارب، باورها و ارزش‌های مشارکت‌کنندگان باشد که پژوهشگر بر اساس تجارب، باورها و ارزش‌های خود آن‌ها را روایتگری می‌کند» (Moradi, & Miralmasi, 2020: 32). شیوه تجزیه و تحلیل چارمز، گلیزر و اشترواس و کوربین در سه مرحله کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) یکسان عمل می‌کند. تفاوت‌ها در رسیدن به فرضیه و نوع استخراج شبه نظریه‌ها و فرضیات است.

مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته در این پژوهش بر اساس موضوع و روش تحقیق، توصیفی - تشریحی و با استفاده از ابزار مصاحبه و مشاهده همراه با مشارکت است. تلاش پژوهشگر بر این بوده که مصاحبه‌ها تا حد ممکن عمیق و جامع

1. The Constructivist Design

انجام شود. مصاحبه‌ها علاوه بر یادداشت‌های ضمن انجام مصاحبه از نکات کلیدی، به‌وسیله‌گوشی همراه محقق نیز ضبط شدند و سپس، تایپ و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. بعد از تایپ، متن مصاحبه‌ها، چندین بار به‌صورت کلی خوانده شد تا ارتباط کلی و مفهومی بین متن جملات پیدا شود. بعد از یافتن ارتباط معنایی جملات، طبق همان ترتیب معنایی، وارد جدول کدگذاری باز شدند.

«کدگذاری باز یا کدگذاری بدوی عبارت است از فروشکستن داده‌های کیفی به بخش‌های مجزا، بررسی دقیق آن‌ها و مقایسه آن‌ها برای یافتن شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان (Strauss, & Corbin, 2014: 155). «سه روش برای نام‌گذاری مقوله‌ها وجود دارد: ۱. استفاده از مفاهیم در نظریه‌های موجود که به آن «مفاهیم برخاسته از نوشته‌ها» گفته می‌شود؛ ۲. نام‌گذاری از سوی پژوهشگر ۳. استفاده از مفاهیمی که مشارکت‌کنندگان به‌کاربرده‌اند و اشتراوس و کوربین آن‌ها را «کدهای زنده»^۱ می‌نامند. همچنین سه روش برای بررسی داده‌های خام و انجام کدگذاری باز وجود دارد: ۱. اولین مصاحبه‌ها و مشاهده‌ها «تحلیل خط به خط»^۲ ۲. کدگذاری جملات و پاراگراف‌ها ۳. تحلیل کل یک سند، مشاهده یا مصاحبه و پرسش» (ازکیا و ایمانی، ۱۳۹۰: ۹۳). پژوهش حاضر، از بین ۲۱ مصاحبه شامل، ۸۰۳ داده خام که بعد از بررسی مفاهیم تکرار شده به ۳۸۴ دلالت مفهومی، ۶۰ مقوله محوری، ۱۴ مقوله انتخابی استخراج شده است.

«غرض از کدگذاری محوری، آغاز کردن فرایند از نو و کنار هم گذاشتن داده‌هایی است که در جریان کدگذاری باز، آن را خرد کرده‌ایم. در کدگذاری محوری مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی متصل می‌شوند تا توضیح‌های دقیق‌تر و کامل‌تر از پدیده‌ها شکل یابند» (اشترواس و کوربین، ۱۴۰۱). برای انجام کدگذاری باز این پژوهش، در مرحله اول پژوهش‌گر تمام نکات مهم مصاحبه را بعد از چند بار خواندن و پیدا کردن خط مفهومی بین جملات، گزاره‌های مهم را به ترتیب توالی معنایی، وارد جدول نمود. سپس به آن گزاره‌ها، مفاهیمی اختصاص داد. در مرحله سوم، مفاهیم مشترک را در زیر یک طبقه مفهومی پرشمول‌تری به نام مقولات محوری قرار داده شد و در آخرین مرحله کدگذاری، با پوشه‌بندی مجدد چند مقوله محوری و در مرحله بعد، چند مقوله محوری، در زیر یک مقوله انتخابی طبقه‌بندی می‌شوند.

در ستون آخر کدگذاری‌ها، محقق با تجمیع مقولات محوری مشترک، یک مقوله پرشمول‌تر که بتواند چندین مقوله محوری را زیر چتر انتزاعی خود درآورد، یک مرحله دیگر به سمت

1. Live Codes

2. Line by Line Analysis

انتزاعی‌تر کردن یافته‌ها حرکت نمود. ۶۱ مقوله فرعی، حاصل مرحله کدگذاری محوری است. در بخش کدگذاری انتخابی تحقیق ضمن ایجاد طبقه‌بندی‌های مختلف بر اساس اهمیت و تکرار برای مشارکت‌کننده‌ها، یک مضمون نهایی را به‌عنوان هسته مرکزی مضامین ساخته شده برگزیدیم و مضامین دیگر محوری را با مضمون و هسته کانونی انتخابی، متصل کردیم. محقق با بازخوانی متن مصاحبه‌ها، مقولات مستخرج شده و محورهای پژوهش، مضمون انتخابی پژوهش را، «ره‌آوردهای نسلی» به‌عنوان پارادایم اصلی انتخاب نمود. حاصل این مرحله از کدگذاری، ۱۴ کد انتخابی و یک پدیده اصلی است. در جدول ۲، به نوع مقولات محوری و مفاهیم زیرمجموعه آن‌ها که در نهایت ما را به سمت کد هسته‌ای رهنمون کرد، اشاره می‌کنیم. «در خصوص روایی و پایایی باید اذعان کرد که انجام مراحل نه‌گانه‌گرند تئوری، می‌کوشد تا دو موضوع روایی و پایایی را به ثبوت برساند؛ به‌ویژه در گام‌های نمونه‌گیری نظری، اشباع اطلاعات و دستیابی به کفایت علاوه بر آن، برای تأمین روایی و پایایی پژوهش حاضر، از صحت‌سنجی ریگور یا استحکام داده‌ها و تکنیک مثلث‌سازی استفاده شد که بدین منظور تأکید بر نوشتن یادآورهای متعدد، نمونه‌گیری نظری، دقت در کدگذاری و دسته‌بندی شده است. همچنین جهت تقویت صحت سطح دقت بر مقایسه میان داده‌ها تأکید شد. برای اینکه تئوری خلق شده به بستر و زمینه مطالعه قابل‌تعمیم باشد، نمونه‌گیری نظری با حداکثر تنوع انجام شد که تنوع نمونه‌های مطالعه می‌تواند گواه این مسئله باشد» (محمدپور، ۱۳۹۰: ۷۶).

جدول ۲. مقولات محوری و مقولات هسته‌ای

ردیف	مقوله محوری	فراوانی	نوع مقوله	مفاهیم	مقوله هسته‌ای
۱	ره‌آوردهای نسلی	۱۹	پدیده پیامدی	تفریح طلبی، عدم رضایت، فقدان معنا، جایگزینی مطالعه به فضای مجازی، پوشش ترجیحی، ظاهر مدرن	روآوردهای نسلی
۲	سبک نیمه سنتی	۱۸	پیامد	ساده‌پوشی، سبک اعتقادی پوششی مدرن، عدم استقلال از خانواده، نگرش نیمه سنتی به ازدواج و حقوق زنان، سبک غذایی سنتی، دوری از دخانیات	
۳	سبک زندگی شتاب‌زده	۲	شرایط علی	بی‌توجهی به تغذیه سالم، تغییرات ذائقه‌ای، بی‌مسئولیتی گفتاری و رفتاری	
۴	حاکمیت گفتمان مجازی	۹	شرایط مداخله‌گر	سیطره فضای بر سبک فرهنگی زندگی، کارکردهای مثبت فضای مجازی، کژ کارکردهای فضای مجازی	
۵	خود ارتقایی فردگرایانه	۱۷	استراتژی	خودشکوفایی، تلاش برای زندگی مستقل	
۶	مسئولیت‌پذیری	۷	استراتژی	احساس مسئولیت	
۷	نگرش مدرن	۱۸	شرایط علی	نگرش مدرن به استقلال مالی و حقوق زن، عدم پایبندی به مذهب و سنت، استقلال نسبی از خانواده	
۸	سبک زندگی سکولار	۱	شرایط علی	تغییرات متناسب با جدایی مذهب از زندگی، شخصی دیدن مذهب	
۹	خانواده محوری	۳	شرایط زمینه	روابط سالم خانوادگی، تقسیم وظایف	
۱۰	رسیدن به سبک زندگی ترجیحی	۱۱	پیامد	سبک زندگی دلخواه، رضایتمندی	
۱۱	تغییرات پوششی مدرن	۲	پیامد	سبک اعتقادی پوششی مدرن، تغییر پوشش در سال‌های اخیر	
۱۲	نگرش جنسیتی	۱	شرایط علی	نگرش کلیشه‌ای، نگرش کلیشه‌ای به ازدواج، نگرش کلیشه‌ای به وظایف زنان	
۱۳	جهانی‌شدن فرهنگ	۱	شرایط مداخله‌گر	شیوع فرهنگی، فرهنگ غرب	
۱۴	پذیرش نسبی ساختارها	۸	شرایط مداخله‌گر	پذیرش شرایط، عوامل چندبعدی، نارضایتی از شرایط کشور، مختصات نسلی	

پدیده انتخابی ره‌آوردهای نسلی

منظور از کد انتخابی ره‌آوردهای نسلی، اقتضائات و تحمیل‌هایی است که از طریق برخی عوامل تکنولوژیکی، فرهنگی، تبادل سریع و آسان اطلاعات و نفوذ انواع فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های عمدتاً غربی، افراد جامعه و گروه مشارکت‌کنندگان پژوهش را با سبک‌های زندگی متمایزتر از نسل‌های پیش از خود آشنا نمود؛ بنابراین، آنچه زنان نسل وای را متمایز از نسل‌های پیشین می‌کند، افزایش اطلاعات و آگاهی آن‌ها از وضعیت زنان در دیگر کشورها و مطالبه همان حقوق و آزادی‌ها در جامعه خودشان است. برای رسیدن به این مقوله هسته‌ای، تکرار و اهمیت این مقوله و مقولاتی که تبیین‌کننده ره‌آوردهای نسلی بودند، از سوی دیگر اهمیت این امر در نزد مشارکت‌کنندگان، دلیلی بر انتخاب این مضمون گردید.

شرایط علی

۱. نگرش مدرن: منظور محقق از نگرش مدرن، تغییر و تحولات نگرشی و رویکردی به قوانین، سنن، رسوم و کلیشه‌های جنسیتی و زنانه در بین مشارکت‌کنندگان است. تمام مشارکت‌کنندگان در پژوهش، چه آن‌ها که سبک مدرنی را در زندگی خود پیاده و دنبال می‌کردند و چه آن زنانی که به‌صورت نیمه سنتی با پایبندی به اصول و قوانین مذهبی، زندگی می‌کردند، نسبت به زن و جایگاه و حقوق فعلی او، در قوانین و عرف جامعه به دیده اعتراض و نارضایتی نگاه می‌کردند؛ بنابراین، ره‌آوردهای نسلی، در وهله اول حاصل تغییر نگرش در بطن جامعه زنان نسل وای است.

کد ۲ که ۳۹ ساله و کارمند با تحصیلات دکتری جامعه‌شناسی است در خصوص ازدواج و استقلال مالی قبل از ازدواج برای زنان می‌گوید: معتقدم که باید زن حتماً استقلال اجتماعی و اقتصادی داشته باشد و بعد ازدواج کند. زنان حتماً باید مهارت یا استقلال مالی داشته باشند. مهم این است که آن دو نفر با شناخت و آدم هم باشند و اصلاً شیوه ازدواج مهم نیست.

کد ۳ که ۲۵ ساله و دانشجوی ارشد ژنتیک (پذیرش دانشگاه انگلستان) و کارمند آزمایشگاه ژنتیک است، در خصوص ازدواج، مهریه و داشتن روابط خارج از ازدواج می‌گوید: مشغول کار هستم و به نظرم استقلال مالی بسیار مهم است. از نظر من زنان حتماً باید شغل داشته باشند تا بتوانند بی‌منت کارهای خودشان را انجام دهند و به خاطر مسائل مالی مجبور به قبول هر کاری نباشند. با مهریه اصلاً موافق نیستم. سبک

ازدواج ایرانی را دوست ندارم. اگر شرایطی پیش بیاید ازدواج می‌کنم ولی حتماً حق طلاق باید با من باشد و همان‌طور که ازدواج حق من است طلاق هم حق من است. در خصوص حقوق زنان تحقیق و مطالعه کرده‌ام. به نظرم در ایران زنان حقوق خاصی ندارند و آن حدی هم که حق دارند اصلاً اجرا نمی‌شود. دین یک مسئله شخصی است و هرکسی می‌تواند هر طور دوست دارد دین‌دار باشد و من دوست ندارم در خصوص دین صحبت کنم. همیشه عید در خانواده ما جای خاصی داشت و من مراسمات سنتی ایرانی را دوست دارم و در خانواده ما هم جایگاه ویژه‌ای دارند.

کد ۴، ۲۳ ساله و کارمند با مدرک کارشناسی ارشد است، در خصوص ازدواج، اشتغال و مهریه، حقوق زنان و طلاق معتقد است: از نظر من تمامی زنان باید استقلال مالی داشته باشند و متکی به فرد یا افراد مخصوصاً آقایان نباشند. استقلال مالی یکی از فاکتورهای زن موفق در جامعه ایرانی محسوب می‌شود. از نظر من طلاق هم ورقی جدید از زندگی است، شاید کلمه‌هایی با بار منفی باشد، ولی می‌تواند پلی برای رشد و زندگی بهتر باشد. به نظرم تعریفی که از مهریه شده درست نیست چون زمانی که مبلغی برای مهریه در نظر گرفته می‌شود، مثل این است که برای دختر قیمت گذاشته شده و این به معنی فروش برده است. (از حقوق زنان) در حد معمول آگاهی دارم و سعی می‌کنم اطلاعات خودم را نسبت به حقوق زنان به‌روز کنم. شخصاً تنهایی را دوست دارم و ترجیح بر تنها زندگی کردن دارم.

۲. سبک زندگی شتاب‌زده: شتاب‌زدگی نسلی یا سبک زندگی شتاب‌زده، به تغییرات سبکی در نسل مورد مطالعه اشاره می‌کند که با شتاب فراوان در پی مصرف کالاهای فرهنگی مجازی و غیرواقعی هستند و از هرگونه اقدامی که باعث درنگ، تأمل، مسئولیت‌پذیری و تفکر شود، گریزانند.

کد ۱: نسلی هستیم که پنهانی کارهایمان را انجام نمی‌دهیم. تلاشی برای پوشیده نگاه داشتن حالات و احساساتمان نداریم. به نظر من اکثر هم‌نسلان نسبت به مسئولیت‌پذیری خود بی‌اهمیت هستند. به موضوعات سطحی می‌پردازند. سعی می‌کنند که واقعیت را دنبال نکنند از آن گریزان هستند. حرف‌های بی‌منطق و بدون پایه اساسی می‌زنند. حسادت و چشم و هم‌چشمی‌های این نسل نسبت به نسل‌های دیگر بیشتر است و همیشه خواهان این هستند که برتر باشند.

کد ۱۵: میوه هم متأسفانه کمتر می‌خورم، چون تا غروب سرکارم، نهایتاً در حد یکی دو عدد شب می‌خورم.

۳. سبک زندگی سکولار: فرهنگ حاکم بر جامعه ایرانی، فرهنگی آمیخته با مذهب و باورهای مذهبی است. این فرهنگ مذهبی، بعد از انقلاب اسلامی، در طی سال‌های اول بعد از انقلاب تقویت شد، اما بعد از ورود رسانه‌هایی مانند ماهواره و بعد از آن، گسترش و سهولت ارتباطات با استفاده از اینترنت و فضای مجازی، از یک سو و از سوی دیگر، افزایش بی‌رویه مهاجرت‌ها باعث آشنایی و تمایل افراد جامعه به‌ویژه نسل جوان، به فرهنگ سکولار غربی شد. سبک زندگی مذهبی - فرهنگی در بین زنان این پژوهش، بر اساس مقولاتی چون سیطره فضای بر سبک فرهنگی زندگی، عدم پایبندی به مذهب و سنت، ظاهر مدرن، نگرش مدرن به روابط زنان و سبک زندگی مدرن، بازتعریف شده است.

کد ۲: به نظرم اولین و مهم‌ترین عامل کمرنگ شدن اعتقادات مذهبی است. از زمانی که نسل جدید فهمیدند که مذهب دروغ است و نقش تعیین‌کنندگی ندارند. فهمیدند و می‌خواهند از سبک زندگی قدیمی و مذهبی به خاطر ظلمی که به آن‌ها و نسل‌های گذشته کرده و باعث تحمیل یک‌سری محدودیت‌ها شده، انتقام بگیرند. ... چون فکر می‌کنند خیلی از مشکلاتی که دارند ناشی از باورهای مذهبی است که از سوی والدین و جامعه به آن‌ها القا شده است.

شرایط مداخله‌گر

۱. حاکمیت گفتمان مجازی: منظور محقق از حاکمیت گفتمان مجازی، غلبه فضای مجازی بر ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و فردی نسل مورد مطالعه است. در این مورد به برخی از صحبت‌های مشارکت‌کنندگان اشاره می‌کنیم. برای مثال، کد ۱۹ که ۳۸ ساله و کارمند است با مدرک کارشناسی ارشد در خصوص تأثیر زیاد فضای مجازی بر تفکر، اندیشه و سبک زندگی زنان نسل خود، می‌گوید: امروزه شبکه‌های اجتماعی خیلی تأثیر دارند ولی نه برای افرادی مثل ما که در کانون خانواده تربیت شده‌ایم. تأثیر این شبکه‌ها بر روی نسل‌های بعدی ما بیشتر است چون به نظرم نقش تربیتی خانواده کم‌تر شده است.

یا کد ۱۸ با مدرک لیسانس و کارمندی ۳۶ ساله در مورد فضای مجازی و عرصه تنگ شده توسط آن فضا برای مطالعه و کارهای دیگر معتقد است: قبل‌ترها که حجم کاری زیاد نبود کتاب می‌خوندم ولی الان متأسفانه کتاب نمی‌خوانم و مطالعه‌ام در حد مطالبی که در فضای مجازی منتشر می‌شود و خواندن اخبار از موبایل شده است.

کد ۱ که ۲۳ ساله و دانشجوی مقطع کارشناسی حقوق است در مورد حاکمیت فضای مجازی بر زندگی هم‌نسلان خود می‌گوید: این نسل از ما بیشتر به دلیل عضویت در شبکه‌های اجتماعی به‌خصوص اینستاگرام کمتر روزنامه و کتاب مطالعه می‌کنیم. زندگی اکثر ما در فضای مجازی است. چیزی که به افکار، خصوصیات و نگرش ما جهت می‌دهد همین فضا است. رسانه‌های مورد استفاده من بیشتر داخلی است؛ مثل پیام‌رسان بله پیام‌رسان سروش و همچنین برنامه‌های دائلود فیلم مثل فیلم‌مو، فیلم‌نت.

۲. پذیرش نسبی ساختارها: شرایط مداخله‌گر دیگری که باعث رسیدن به پدیده ره‌آوردهای نسلی شده، یک نوع انفعال نسبی در برابر پذیرش مطلق ساختارهاست که نه آن‌ها را می‌توانند تغییر دهند و نه می‌خواهند به آن ساختارهای حاکم، تن دهند. در این شرایط زنان سبک زندگی جدیدی برای خود باز معنا می‌کنند که نه به‌طور کامل شبیه سبک زندگی زنان در کشورهای مدرن است و نه شباهت چندانی به سبک زندگی زنان نسل‌های قبل در ایران دارد. این سبک زندگی جدید، دستاورد شرایط و موقعیت نسلی مشارکت‌کنندگان در پژوهش است.

کد ۸ که دانشجویی ۲۶ ساله در مقطع کارشناسی ارشد است و فعلاً شغلی ندارد، می‌گوید: اگر به‌عنوان شخصی از بیرون بخواهم به زندگی‌ام و سبک آن نگاه کنم نکات بسیاری برای اصلاح و بهبود دارد؛ اما شرایطی است که به‌رحال به آن عادت کرده‌ام و شاید کمی مقاومت برای تغییرش دارم. در کل شخصیت انسان در این شرایط شکل می‌گیرد و شاید بسیاری از محدودیت‌هایی که می‌دانیم درست نیستند و بی‌مورد بودند ولی چون از ابتدا بودند برای ما پذیرفته شده‌اند؛ اما در اکثر مواقع کاری که دوست داشتم رو انجام دادم و حتی اگر نیاز بوده برای آن مقابله کردم. در کل نمی‌توان گفت این سبک را دوست ندارم اما به نظرم جای خیلی زیادی برای بهتر شدن دارد که عوامل خیلی زیادی وجود دارد بتوان این شرایط را تغییر داد. نمی‌توان گفت همه عوامل مؤثر بر زندگی افراد عوامل فردی است. بسیاری از عوامل دیگر مثل عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بر سبک زندگی افراد مؤثر است. حتی خانواده و اطرافیان هم خیلی دخیل هستند.

کد ۱۹ هم در همین خصوص معتقد است: بحث پوشش و موارد آزادی زنان در ایران من را آزار می‌دهد چون دوست دارم آزاد باشم ولی در کشوری زندگی می‌کنم که برای هر چیز زندگی‌ت تصمیمی می‌گیرند. در محیط کار، دانشگاه، بیرون و ... مدتی بود که بیرون آزاد بودی و می‌توانستی راحت رفت و آمد کنی ولی الان شرایط خیلی سخت است و لباس و موی ما خیلی باعث زحمت کشور شده و به‌مراتب برای ما هم سخت

شده است. ولی محدودیت‌هایی که در کشور برای زنان وجود دارد آزارم می‌دهد. خانم‌ها از نظر من در کشور ما حقوق خاصی ندارند که حالا بخواهند نسبت به آن آگاهی هم داشته باشند. از نظر من حقوق نابرابر هم از لحاظ دیه، ارث، حق اولاد و هرآن چه در این مملکت هست. حتی حق برابری زن و مرد وجود ندارد و هیچ حقوقی وجود ندارد که بخواهند نسبت به آن آگاهی پیدا کنند و از نظر من این مملکت فقط برای مردان است. یکی از دلایلی که نمی‌خواهم ازدواج کنم همین قوانین است. وقتی من هیچ حق برابری با کسی ندارم و قرار است با ازدواج تحت سلطه کسی باشم و او باید به من اجازه دهد تا کارهایی را انجام دهم (کار، درس، ...) خب چه کاری است؟ سری که درد نمی‌کند را دستمال نمی‌بندند.

به نظر کد ۱۸، بسیاری از شرایط جامعه بر نسل او سیطره دارد. او معتقد است: به‌طور کلی خیلی از شرایط و موقعیت‌ها دست شخص نیست و تابع خیلی از عوامل میشه و بسته به شرایط جامعه است. نسبت به شرایط و سبک زندگی ام زیاد راضی نیستم و احساس می‌کنم خیلی بهتر از این می‌توانست باشد و وقتی نسل‌های جلوتر مثلاً دهه ۷۰ یا گاه ۸۰ می‌بینم، فک می‌کنم خیلی از زندگی جا موندم و می‌تونستم بیشتر روی مهارت و خودم کار کنم که زندگی و سبک زندگی بهتری داشته باشم.

راهبردها

۱. **خودارتقای فردگرایانه:** راهبرد زنان مورد پژوهش، برای خلق و بازمعنای یک سبک زندگی متمایز از نسل‌های پیش، ارتقای خود و مهارت‌های خود و تلاش برای کسب موقعیت اجتماعی، تحصیلی، خانوادگی و اقتصادی متناسب با یک زن مستقل است. این راهبرد در بین تمام زنان دیده شد و همه مشارکت‌کنندگان برای رساندن خود به سبک زندگی ترجیحی خود، تلاش‌هایی داشتند که برخی از آن‌ها از آن تلاش‌ها، به مبارزه یاد می‌کردند.

کد ۲ در ارتباط با راهکارهایی که منجر به رسیدن او به سبک زندگی دلخواهش شده می‌گوید: توجیه کردن خانواده، استقلال مالی، خودباوری و قدرت گرفتن خودم و پافشاری کردن نسبت به خواسته‌ها و اعتقاداتم و اینکه به خودم، حقوقم و نیازهایم احترام گذاشتم و برای رسیدن به آن‌ها پافشاری کردم و خانواده را توجیه کردم و امروز نسبت به گذشته رضایت بیشتری دارم.

کد ۶، دانشجویی ۲۷ ساله در این ارتباط می‌گوید: بستگی به شرایط، محیط و امکانات (اقتصادی، فرهنگی و...) دارد ولی من از شرایط زندگی خودم راضی هستم

و خوشحالم که مستقل زندگی می‌کنم. واقعاً راضی‌ام از این تغییر از اینکه دنباله‌روی مادرم نبودم و مسیرم را خودم انتخاب کردم. برای تغییر باید مبارزه کرد، توضیح داد و علل انتخاب این تغییر را گفت و اصلاً نباید نسبت به چیزی که می‌خواهیم کوتاه بیاییم و باید همیشه تلاش کنیم.

کد ۲۰ هم در خصوص تلاش‌هایی که برای رسیدن به سبک زندگی دلخواه خود داشته، می‌گوید: درس خواندم. شاغل شدم و مشقت‌های زیادی را تحمل کردم تا به یک استقلال برسیم. انجام بعضی از رفتارها در کشور و خانواده ایرانی هنوز یک تابو است مثل برقراری ارتباط خارج از ازدواج. ولی من بر سر اعتقاداتم هستم و اگر احساس کنم کاری درست است انجام می‌دهم. من معتقدم همان‌طور که بدن احتیاج به غذا دارد و فکر احتیاج به مطالعه، پس ممکن است احتیاج به برطرف کردن نیاز جنسی هم داشته باشی که حتماً نباید از طریق ازدواج باشد. ممکن است این نظریه از نظر بعضی افراد و خانواده‌ها بد باشد. به‌هرحال من برای رسیدن به این سبک زندگی بسیار تلاش کردم و در عین احترامی که به خانواده‌ام داشته‌ام سعی کردم در کنار آن‌ها طوری زندگی کنم که نه آن‌ها آسیب ببینند و نه من از خواسته‌هایم دست بکشم. لذا گاهی پیش می‌آید که تمام واقعیت را به آن‌ها نمی‌گویم و همه‌چیز را بیان نمی‌کنم. به نظرم بالا رفتن سطح سواد زنان، استقلال مالی، تغییر نگرش خانواده‌ها به کودکان دختر و همچنین تغییر باورهای خود زنان باعث شده تا سبک زندگی زنان تغییر کند. خانواده‌ها دخترانشان را حمایت می‌کنند و تلاش می‌کنند تا مهارت‌های زیادی یاد بگیرند و درس بخوانند. آن‌ها را حمایت می‌کنند تا مستقل باشند و عزت‌نفس داشته باشند بنابراین حمایت خانواده‌ها و بالا رفتن سطح سواد و به نظرم از همه مهم‌تر استقلال مالی آن‌ها باعث شده تا سبک زندگی زنان هم‌سال من تغییر کند.

۲. **مسئولیت‌پذیری:** مسئولیت‌پذیری، یکی دیگر از راهبردهای مشارکت‌کنندگان برای رسیدن به سبک زندگی ترجیحی است. در این راهبرد، مشارکت‌کنندگان با پذیرش مسئولیت‌های فردی و گاهی خانوادگی در جهت استقلال مالی و اجتماعی خودگام برمی‌دارند. کد ۱۹: نسبت به مسئولیت‌پذیری باید بگویم که من آدم مسئولیت‌پذیری هستم و با توجه به اینکه فرزند اول هستم نسبت به خانواده و اطرافیان بسیار مسئولیت‌پذیر هستم و کلاً در محل کار هم این‌گونه هستم. البته مسئولیت‌پذیری زیاد هم یکی از معضلات است برای من چون خیلی خودم را درگیر مسائلی می‌کنم که نباید خیلی برایشان وقت بگذارم. کد ۲۰: نسبت به اعضای خانواده‌ام مسئولیت‌پذیر هستم و علیرغم اینکه می‌توانم

به صورت مستقل زندگی کنم ولی آن‌ها را تنها نمی‌گذارم اگر به من احتیاجی داشته باشند اصلاً کم کاری نمی‌کنم و به فکر آن‌ها هستم و هر کاری برای خانواده‌ام بتوانم انجام می‌دهم و اگر خانواده و یا اقوام خیلی نزدیک احتیاج داشته باشند هم تا جای امکان انجام می‌دهم و کلاً آدم بی تفاوتی نسبت به موضوعات اطرافم نیستم و نسبت به خانواده و خویشاوندان حساسم.

پیامدها

۱. رسیدن به سبک زندگی ترجیحی: رسیدن یا نزدیک شدن به سبک زندگی دلخواه و رضایت نسبی از زندگی، یکی از پیامدهایی است که به اتخاذ راهبرد خودارتقای فرد گرایانه، به دست آمده است.

کد ۱۳ که دانشجویی ۲۴ ساله در مقطع کارشناسی ارشد است می‌گوید: از نظر بنده مهم‌ترین پیامد اقدامات و راهکارهایی که مطرح کردم: معنادار شدن زندگی برای خودم بوده است. به طور کلی احساس و معنایی که نسب به سبک زندگی خود دارم، رضایت بخش است زیرا معتقدم در زندگی چیزهایی موفق شدم کسب کنم و چیزهایی هم یاد گرفتم که یادگیری مسائل مهم خود ارزشی معادل چیزهای کسب شده دارد چون خود نوعی موفقیت در زندگی محسوب می‌شود؛ و نگرش من به زندگی عوض شده است و توانسته‌ام تا حدودی خانواده‌ام را با عقاید همسو کنم.

کد ۱۸: دید بهتری نسبت به زندگی پیدا کردم، دیگه زیاد به خودم و زندگی سخت نمی‌گیرم. چون با این شرایط و تو این مملکت هر کاری هم بکنم فکر نمی‌کنم زندگی بهتری داشته باشم. دیگران را بیشتر درک می‌کنم و احترام بیشتری برای افراد قائلم. رشد شخصیتی بیشتری نسبت به قبل پیدا کردم. درک و قدرت حل مسائل و مدیریت بحران یا مدیریت خشم و در کل کنترل بیشتری روی خودم پیدا کردم. مهم‌ترین و اساسی‌ترین اقدامم برای سبک زندگی و آزادی حداقلی که داشته باشم استقلال مالی بوده و تا آنجایی که توانستم با احترام به عقاید والدینم، طبق عقاید و تصمیمات خود زندگی کردم. درجه بعدی ادامه تحصیل است و برای مهارت و تخصصم کلاس رفتم و آموزش می‌بینم.

کد ۲۰: من بسیار شاد، سالم و بشاش هستم. سعی می‌کنم از زندگی لذت ببرم و موضوعاتی که مرا ناراحت می‌کنند را به راحتی کنار می‌گذارم و وابستگی چندانی به موضوعات تلخ ندارم و وارد موضوعات پرحاشیه نمی‌شوم. شادابی، استقلال، آزادی در انتخاب، تناسب اندام، ارتباط جنسی دلخواه و ... پیامدهای انتخاب سبک زندگی است

که با آن سروکار دارم. من از سبک زندگی خودم راضی هستم و تلاش می‌کنم که شاد زندگی کنم. البته بعضی چیزها دست خود انسان نیست. مثل بعضی از قوانین جبرگونه کشور یا اعتقادات دینی یا سنتی که بعضی از خانواده‌ها دارند ولی به هر حال سبک زندگی که امروزه برای خود انتخاب کردم و استقلال خودم را دوست دارم و هر کاری برای به دست آوردن آزادی اندیشه و رفتارم انجام می‌دهم.

۲. سبک نیمه سنتی: دومین پیامد پدیده ره‌آوردهای نسلی، شکل‌گیری سبک نیمه سنتی در بین زنان نسل وای است. این زنان با اخذ برخی فرهنگ‌ها و نگرش‌های مدرن و با نگهداشت و حفظ برخی باورها و عقاید مذهبی و سنتی، سبک زندگی بینابینی بین مدرنیته و سنت برای خود اتخاذ کرده‌اند. این سبک زندگی پیامد دوران گذار ایران از سنت به مدرنیته است. حاکمیت جمهوری اسلامی این دوران‌گذار را با چالش‌هایی همراه کرده است؛ زیرا حکومت اسلامی دید مثبتی به غرب و فرآیند مدرنیته، به‌ویژه در بحث سبک زندگی و موقعیت زنان ندارد. همین عامل باعث ایجاد کندی در فرآیند گذار ایران و ورود زنان به سبک زندگی مدرن شده است.

کد ۵ که زنی ۳۳ ساله و دانشجوی کارشناسی‌ارشد عمران است، می‌گوید: عاشق غذای خانهم و ترجیح می‌دهم که غذای خانه بخورم، ولی گاهی هم پیش می‌آید که غذای بیرون سفارش دهیم. با دوستانم بیرون می‌روم. با خانواده فیلم می‌بینم. دوره‌های دوستانه و خانوادگی می‌رویم و کلاً تفریح و اوقات فراغتم را این‌طور می‌گذرانم. لباس‌های مشکی را می‌پسندم. سعی می‌کنم همیشه شیک باشم و مطابق با مد روز لباس می‌پوشم. کمی هم راحتی لباس برایم اهمیت دارد، ولی بیشتر به شیک‌پوشی اهمیت می‌دهم به حجاب هم اعتقادی ندارم و اصلاً برایم مهم نیست که روسری بپوشم. عاشق آرایشم حتی وقتی تو خونه تنهام هم آرایش می‌کنم. همیشه آرایش دارم. آرایش کامل و کمی غلیظ را دوست دارم و در آرایش کردن ماهر هستم. سوارکاری می‌کنم و به تناسب‌اندام اهمیت می‌دهم.

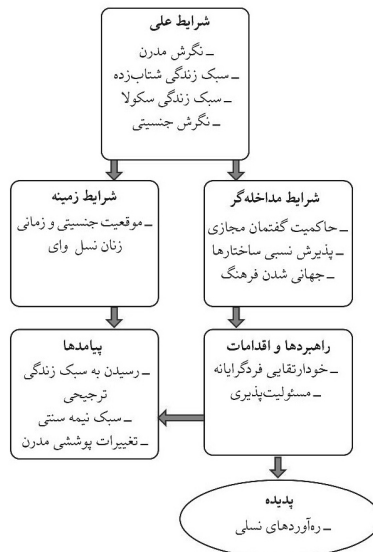
کد ۹، دانشجوی کارشناسی‌ارشد اقتصاد و ۲۳ ساله می‌گوید: من معمولاً غذاهای سنتی را ترجیح می‌دهم. از مشروبات و دخانیات اصلاً استفاده نمی‌کنم چون هم اذیت می‌شوم و هم اینکه بحث سلامتی برام مهم است. در مورد مهریه هم به نظرم نه مهریه اغراق شده و زیاد درسته و نه خیلی کم و کلاً افراط و تفریط را درست نمی‌دانم و نمی‌پسندم. من معمولاً در کارهای خانه به اعضای خانواده کمک می‌کنم و بسیاری از امور خانه‌داری را بلدم و به نظرم لازمه که هرکسی این امور را بلد باشد چه بخواد

با خانواده زندگی کند و چه به صورت مستقل و به درد خودش می خورد که بتونه زندگی را بهتر اداره کند. ولی درعین حال هر دو هفته یا ماهی یک بار ترجیح می دهم از غذاهای فوری هم مصرف کنم؛ چون تنوع را ترجیح می دهم. از نظر پابندی به امور دینی خیلی فردی مذهبی نیستم. مثلاً به این شکل نیست که مرتب نماز بخوانم اما یک سری اعتقاداتی دارم که به آنها پایبندم و این برام ارزشمند هست. از نظر پابندی به سنت ها و مراسم ها من به طور کلی یک سری پابندی ها دارم که باز به طرز فکر و اعتقاد برمی گردد اما اینکه بگم خیلی زیاد پایبندم، نه به این شکل نیست. آنهایی که برام مهم تره اولویت دارد.

کد ۸: از نظر پوشش هر چیزی که بهش علاقه مند باشم می پوشم. البته می توان گفت هر چیزی که بشود و منم باهانش راحت باشم و فکر می کنم هم سن ها هم بیشتر علاقه و راحتی خودشان برایشان مهم است. از نظر آرایش، آدمی نیستم که همه جا و تحت هر شرایطی آرایش داشته باشم و اگر نباشه احساس معذب بودن بکنم؛ اما کلاً آرایش کردن را دوست دارم. در مورد زندگی با والدین در خانواده های ایران یک شرایطی هست که بیشتر اجباریه ولی من زندگی با خانواده را دوست دارم و در صورت اختیاری بودن هم احتمالاً زندگی با پدر و مادر را انتخاب می کردم.

بحث و نتیجه گیری

برساخت معنایی سبک زندگی زنان نسل وای، بر دو پایه محوری «فردگرایی ترجیحی» و «استقلال اقتصادی خواهی» قرار گرفته است. از نظر سبک زندگی فردگرایی ترجیحی، با انتخاب پوشش ترجیحی که گاهی این پوشش مغایر با الگوهای مذهبی و قانونی در کشور است، سعی در دنبال کردن سلیقه و انتخاب خود، علیرغم محدودیت ها و ساختارهای حاکم بر جامعه دارند. در خصوص مصرف سیگار یا مشروبات الکلی، مشارکت کنندگان موضعی موافق یا دست کم بی تفاوت در این خصوص داشته و اکثر آنها یا این مواد را به صورت تفریحی مصرف می کنند یا بنا به دلایل سلامتی و پزشکی، آنها را مصرف نمی کنند. این زنان در سبک زندگی فردی خود، به دنبال تفریحات و خوش گذرانی با دوستان و مسافرت های بدون خانواده، هستند. از سوی دیگر، زنان نسل وای در سبک زندگی فردی خود، به دنبال خودشکوفایی و افزایش مهارت های زندگی و تحصیلی می باشند.



مدل انتخابی پژوهش

بر اساس اندیشه پارسونز «کنش اجتماعی را برآیند سه نظام شخصیت، فرهنگ و نظام اجتماعی می‌داند» (روشه، ۱۳۹۵: ۱۲۰-۸۱)، نظام شخصیت منطبق با سبک زندگی فردی و نظام فرهنگ مبتنی بر مقوله محوری سبک زندگی فرهنگی و مذهبی است که در این پژوهش به دست آمد. طبق نظر وبر ویژگی اصلی سبک زندگی انتخابی بودن آن است اما انتخابی که در محدوده ساختارهایی قرار می‌گیرند که احتمال تحقق آن را محدود می‌کنند. درست مانند تصمیم‌گیری برای ازدواج که اگرچه انتخاب با خود شخص است تحت ساز و کار و نظم اجتماعی صورت می‌پذیرد و شخص در انتخاب خود درگیر قید و بندهای جامعه می‌شود. این بخش از افکار وبر نیز، با یافته‌های این پژوهش تطابق دارد. زنان مورد مطالعه در پژوهش زنان شهری هستند. «زیمل معتقد است روند زندگی در شهر، آگاهی به مد را افزایش می‌دهد؛ یعنی نیاز به انتخاب مواد مصرفی از میان مجموعه‌ای که هم متمایزکننده یک گروه اجتماعی خاص و هم بیانگر ترجیحات خاص است؛ بنابراین الگوهای مدرن مصرف تا حدی ناشی از زیستن در کلان‌شهرها، شهرها و حومه‌ها است. این نظریه که شهری بودن این زنان نقشی در سبک زندگی آن‌ها دارد، مورد تأیید با یافته‌های پژوهش است، زیرا بسیاری از کارهایی که زنان مشارکت‌کننده در پژوهش انجام می‌دادند، در یک محیط کوچک شهرستان یا روستا

امکان‌پذیر نبود. نظریه دیوید چنی نیز که معتقد است «سبک زندگی همان «سازمان اجتماعی مصرف» است»، با آن بخش از صحبت‌های مشارکت‌کنندگان که دوستان خود که هم سلیقه و هم‌نظر با خود بودند را بر افراد خانواده ترجیح می‌دادند و سعی در گذراندن تفریحات و اوقات فراغت خود با دوستان بودند تا خانواده، تأیید می‌کند.

در بخش زندگی اقتصادی، زنان نسل وای شرکت‌کننده در پژوهش، با نگرش مدرن به حقوق و استقلال مالی زنان، درصدد دستیابی به منابع مالی از طریق اشتغال هستند. به‌زعم این زنان، داشتن استقلال مالی بر ازدواج اولویت دارد و یکی از فاکتورهای زندگی موفق زنان، داشتن استقلال مالی است. این زنان با استقلال نسبی از خانواده سعی در کسب جایگاه و سبک زندگی دلخواه خود دارند. در بخش زندگی مذهبی و فرهنگی، زنان نسل وای با تحولات عمیقی نسبت به زنان نسل قبل از خود روبروگشتند. علت این تحولات عمیق در وهله اول حاکمیت فضای مجازی بر زندگی افراد جامعه از یک‌سو و عدم پابندی این زنان بر اصول و قوانین شرعی و مذهبی از سوی دیگر است که منجر به آشنایی این زنان با فرهنگ‌های ملل مدرن و تغییر نگرش درباره فرهنگ خود شده است. ظاهر مدرن و نگرش مدرن نسبت به روابط زنان و در نهایت سبک زندگی مدرن، محور اصلی سبک زندگی فرهنگی این زنان را تشکیل می‌دهد.

در بررسی شرایط کلان و ساختاری مؤثر در سبک زندگی زنان مشارکت‌کننده در پژوهش، دو عامل حاکمیت گفتمان مجازی که بر اساس آن، کنترل و اعمال فشار از سوی نهادها و حاکمیت برای القا و جا انداختن یک سبک زندگی ایرانی- اسلامی، جای خود را به شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی داد که در آن، زنان الگوهای دلخواه خود را با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی خود، انتخاب می‌کنند. دیگر عامل کلان تأثیرگذار در سبک زندگی نیمه‌سنتی این زنان، ساختارها و قوانین حاکم بر کشور است که محدودیت‌های فراوانی را برای این زنان رقم می‌زند. زنان نسل وای اگرچه در برابر این ساختارها منفعل بوده و قادر به تغییر اساسی آن‌ها نیستند، اما با دور زدن یا تغییر و مصادره به مطلوب این ساختارها با سلاقی خود، منجر به ایجاد سبک زندگی نیمه سنتی شده‌اند.

رسیدن یا نزدیک شدن به سبک زندگی دلخواه و رضایت نسبی از زندگی، یکی از پیامدهایی است که به اتخاذ راهبرد خودارتقای فردگرایانه، به دست آمده است. دومین پیامد پدیده ره‌آوردهای نسلی، شکل‌گیری سبک نیمه سنتی در بین زنان نسل وای است. این زنان با اخذ برخی فرهنگ‌ها و نگرش‌های مدرن و با نگهداشت و

حفظ برخی باورها و عقاید مذهبی و سنتی، سبک زندگی بینابینی بین مدرنیته و سنت برای خود اتخاذ نموده‌اند. این سبک زندگی پیامد دوران گذار ایران از سنت به مدرنیته است. حاکمیت جمهوری اسلامی این دوران گذار را با چالش‌هایی همراه کرده؛ زیرا حکومت اسلامی با دید مثبتی به غرب و فرایند مدرنیته، به‌ویژه در بحث سبک زندگی و موقعیت زنان ندارد همین عامل باعث ایجاد کندی در فرآیند گذار ایران و ورود زنان به سبک زندگی مدرن شده است.

به‌طور خلاصه زنان نسل وای، زنانی متفاوت از نسل پیشین هستند. آن‌ها با ایجاد تغییراتی در سبک زندگی سنتی حاکم بر جامعه، یک سبک زندگی نیمه سنتی و نیمه مدرن را به وجود آورده‌اند. مهم‌ترین مشخصه این زنان، تلاش آن‌ها برای کسب استقلال مالی و خانوادگی قبل از ازدواج است. زنان نسل وای، نسبت به ازدواج و رابطه با جنس مخالف، کمتر نگاهی سنتی داشته بلکه با نگرشی مدرن خواهان اختیارات و حقوقی برابر در ازدواج، رابطه با جنس مخالف و طلاق هستند.

منابع و مأخذ

- آجیلی، هادی، بیکی، مهدی. (۱۳۹۳). کالبدشکافی سبک زندگی در جامعه سرمایه‌داری. فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، ویژه‌نامه (سبک زندگی)، ۴(۱۳)، ۱۱۰-۱۱۱. doi: org/10.22054/qccpc.2013.6086.81
- ابراهیمی، هاجر، مطلبی، داریوش، باب‌الحوائجی، فهیمه، حریری، نجلا. (۱۴۰۱). مؤلفه‌های نشر حرفه‌ای و پیامدهای حرفه‌ای نبودن نشر ایران؛ با رویکرد نظریه داده بنیاد. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ و ارتباطات، ۲۳(۶۰)، ۲۸۷-۲۶۱. doi: org/10.22083/jccs.2022.317803.3495
- ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین. (۱۳۹۰). روش‌های کاربردی تحقیق کاربرد نظریه بنیانی، تهران: کیهان.
- اشتراوس، انسلم و جولیت، کوربین. (۱۴۰۱). مبانی پژوهشی کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- باکاک، رابرت. (۱۳۹۸). مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران: شیرازه کتاب ما.
- چنی، دیوید. (۱۳۹۵). تغییر فرهنگی و زندگی هر روزه، ترجمه افشین خاکباز، تهران: نشر شهر.
- رحمت‌آبادی، الهام؛ آقا بخشی، حبیب. (۱۳۸۵). سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۵(۲۰)، ۲۳۵-۲۵۶.
- رودی، غلامعلی، افشین، موسوی چلک، ضیایی، ثریا و شریف مقدم، هادی. (۱۳۹۸). الگوی پارادایمی تسهیم دانش ضمنی در دانشگاه‌های ایران: از دیدگاه متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با رویکرد گزند تئوری، پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۹(۲)، ۶۴-۴۴. doi: VOI0.8132. RIIS/10.22067
- روشه، گی. (۱۳۹۵). تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور وثوقی، تهران: نی.
- طالب‌پور، اکبر، بیرانوند، معصومه. (۱۴۰۱). مطالعه کیفی پیامدهای تجرد قطعی دختران، فصلنامه مطالعات زن و خانواده، ۱۰(۱)، ۳۵-۱۰. doi: 10.22051JWFS2022.38040.2783.
- عسگری، محبوبه، جهان‌بخش، اسماعیل، محمدی، اصغر. (۱۳۹۹). سبک زندگی و فردگرایی زنان در شیراز، مجله دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی، ۱۸(۲)، ۲۳۰-۲۱۶.
- کرایب، یان. (۱۴۰۰). نظریه جامعه‌شناسی کلاسیک، ترجمه شهناز مسی پرست، تهران: آگه.
- محمدی، سارا. (۱۴۰۰). تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کیفیت زندگی زنان با تأکید بر سبک زندگی (مطالعه موردی: زنان ۱۸ تا ۴۵ ساله شهر سنندج)، رساله دکتری، رشته جامعه‌شناسی - مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی.
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی، تهران: جامعه‌شناسان.
- میرزایی، خلیل. (۱۴۰۱). کیفی پژوهی پژوهشگری و پژوهش‌نامه نویسی، انتشارات فوران، سال اول، چاپ اول، جلد اول.
- نیازی، محسن، شاطریان، محسن، پاک‌زمان قمی، محمدامین. (۱۳۹۵). دین خانواده؛ بررسی تفاوت نسلی در دینداری در بین خانواده‌های روحانی و غیرروحانی شهر قم، معرفت فرهنگی اجتماعی، ۸(۱)، ۶۶-۴۷.

وبر ماکس. (۱۳۹۶). مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی، بخشی از مجموعه اقتصاد و جامعه، مترجم: احمد صدارتی، ناشر: مرکز.

وبلن، تورستین. (۱۳۹۶). نظریه طبقه تن‌آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد. تهران: نشر نی.

هاشم‌پور صادق‌یان، مریم. (۱۴۰۰). فضای مجازی، فضای واقعی و سلامت: مطالعه رابطه تعیین‌کننده‌های اجتماعی آنلاین و آفلاین با سبک زندگی ارتقادهنده سلامت زنان و مردان ۶۵-۱۸ سال در شهر شیراز، رساله دکتری، رشته جامعه‌شناسی - مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه شیراز، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی.

Brooks, A. C. (1996). Generations and the future of association participation. Chicago: William E. Smith Institute for Association Research.

Huntley, Rebecca. (1996). The world according to Y: Inside the new adult generation. Sydney, Australia: Allen & Unwin.

Moradi, M., & Miralmasi, A. (2020). *Pragmatic research method* (1st ed.). School of quantitative and qualitative research. <https://analysisacademy.com/>

Nagela Ineke and Yannick Lemel (2019), The effects of parents' lifestyle on their children's status attainment and lifestyle in the Netherlands, Poetics, Oxford Advanced Learner's Dictionary.

Rasmus Henriksen Klokke Mads Meier Jæger (2022), Family background and cultural lifestyles: Multi-generational associations, In Press, Corrected Proof What are Corrected Proof articles?, Poetics, Available online 23 February 2022, 101662. Volume 74, June 2019, 101357.

Strauss, A. & Corbin, J. (2014). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. Second Edition. London: Sage.

Tulgan, Bruce. (2016). The Great Generational Shift: The Emerging Post-Boomer Workforce. New Haven, CT, United States, Rainmaker Thinking, Inc.

Yoshiaki Somekawa, Takahiro Miura, Katsumata (2019), The relationships among frailty index, various physical, psychological, lifestyle related factors, and social connections in Japanese elderly women, Maturitas, Volume 124, June 2019, Page 158.

Sociological Study in the Field of Communication between Cultural Capital and Media Literacy among Young People Aged 18-34 in Tehran

Mahnaz Galili, Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payam Noor University, Karaj, Iran (corresponding author) Email: mahnazhalili@alumni.ut.ac.ir
Zahra Mirza Agha, Master degree in sociology, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Abstract

Media literacy is a kind of understanding based on skill that used to recognize and separate media and its types of production. It depends on various factors such as individuals' cultural capital. The main purpose of this study is to review, communication between Cultural capital and Media literacy among young people aged 18-34 in Tehran and in this case used Bourdieu's ideas about cultural capital and Hobbes, Thoman and Potter and the gap of awareness in the field of media literacy. Research methods were survey and tools for data gathering was questionnaire. And statistical population including: young people aged (18-35) from Tehran in 2021 and only 386 of them selected as the main sample of this study by Quota sampling method. To find a proper answer for this question, (whether there is any communication between cultural capital and Media Literacy among young people in Tehran) Results indicated that the cultural capital of this population including: (Objectified, Embodied and Institutionalized cultural capitals,) which it is close to average. Many respondents' media literacy that obtained by the sum of the results of these components including (availability, analysis, Production of media content) that all was upper than average) Between Media literacy, and institutionalized & embodied cultural capital there is a kind of direct and meaningful communication. Reversely, there is not any meaningful communication between Media literacy and institutionalized cultural capital.

Also, between genders, marital status, income with Media literacy there is not any communication.

Key words

Media literacy, Youths, Cultural capital.

مطالعه جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای در جوانان ۱۸ تا ۳۴ ساله شهر تهران

مهناز جلیلی^۱، زهرا میرزاآقا^۲

چکیده

سواد رسانه‌ای، نوعی درک مبتنی بر مهارت است که به وسیله آن، می‌توان رسانه‌ها و انواع تولیدات آن را شناخت و از یکدیگر تفکیک نمود. این امر به عوامل متعددی همچون سرمایه فرهنگی افراد، متکی است. هدف از این پژوهش، بررسی رابطه میان سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای در میان جوانان شهر تهران است که از نظریات بورديو در زمینه سرمایه فرهنگی و هابز، تامن و پاتر و شکاف آگاهی در زمینه سواد رسانه‌ای، استفاده شده است. روش پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود. جامعه آماری شامل جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله ساکن شهر تهران در سال ۱۴۰۰ است که ۳۸۶ نفر برای نمونه اصلی پژوهش با روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای انتخاب شدند تا بررسی شود که آیا بین سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای در میان جوانان شهر تهران، رابطه‌ای وجود دارد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، سرمایه فرهنگی جامعه آماری (شامل: سرمایه‌های فرهنگی عینیت یافته، تجسم یافته و نهادینه شده)، نزدیک به متوسط است. سواد رسانه‌ای پاسخگویان که از جمع نتایج مؤلفه‌های (دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید محتوای رسانه‌ای) به دست آمده است، کمی بالاتر از حد متوسط است. میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی متجسد و عینیت یافته جوانان، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد، اما میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی نهادینه شده، رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین میان جنسیت، تأهل و سطح درآمد با سواد رسانه‌ای، رابطه‌ای وجود ندارد.

واژگان کلیدی

جوانان، سواد رسانه‌ای، سرمایه فرهنگی.

مقدمه

امروزه، با رشد فناوری و توسعه صنعت ارتباطات و فناوری‌های نوین اطلاعاتی امکان دسترسی به رسانه‌های متعددی در اقصی نقاط جهان، به آسانی فراهم شده است. به نحوی که هر لحظه در مواجهه با انبوهی از پیام‌های مختلف قرار گرفته و در کسری از زمان، از افکار، اندیشه‌ها، ادیان، فرهنگ‌ها، وقایع اجتماعی و سیاسی و... آگاه می‌شویم. در این فضا، تولیدات رسانه‌ای، الزاماً، آینه تمام نمای دنیای واقعی نیست، بلکه ممکن است، بخشی از آن یا شکل تحریف شده‌ای از آن باشد که در انعکاس وقایع جهان کارآمد نبوده و در خدمت تثبیت یک گروه، طبقه یا در خدمت قدرتی قرار دارد که الزاماً، رهایی‌بخش، عدالت‌جو و آزادی‌گرا نیست. بنابراین، این قبیل محصولات رسانه‌ای در خدمت نیروهایی هستند که به دنبال سلب عدالت اجتماعی هستند. در چنین شرایطی، سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا چگونگی استفاده از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی را یاد بگیریم و به سطحی از مهارت و دانش دست یابیم که از حالت انفعالی و یک‌سویه در برابر رسانه خارج شویم. سواد رسانه‌ای، نوعی درک مبتنی بر مهارت است که به وسیله آن می‌توان، رسانه‌ها و انواع تولیدات آن را شناخت و از یکدیگر تفکیک نمود (شکرخواه، ۱۳۸۸: ۴). سواد، در زبان انگلیسی، به وسیله دو واژه صلاحیت و شایستگی تعریف شده است. صلاحیت، منشاء آمریکایی دارد و مبتنی بر ویژگی‌های خاص یک فرد است که در قالب رفتارها و اقدامات شخص قابل درک است. بویاتزیس^۱ (۱۹۸۲) مختصات شخصیتی، انگیزه، مهارت‌ها و نقش اجتماعی را از عوامل تعیین کننده میزان صلاحیت هر فرد، معرفی می‌کند. واژه شایستگی از منطقه بریتانیا آغاز شده است. این اصطلاح بر نتایج استاندارد و عملیات اختصاصی یک حرفه، دلالت دارد؛ بنابراین، شایستگی شامل سطحی از مهارت، دانش و نگرش لازم برای انجام وظایف حرفه‌ای است که منجر به خروجی مورد انتظار گردد (Dobrzyiska & Strzabonska, 2011, 27).

سواد رسانه‌ای شامل فن‌های استفاده مفید از رسانه‌ها و قدرت تشخیص اهداف برنامه‌های رسانه‌ای از یکدیگر است. به بیان دیگر، بیننده، شنونده یا خواننده یک مضمون یا پیام رسانه‌ای، رابطه و نسبت محتوای آن را با عدالت در نظر می‌گیرد و به جای تسلیم بودن، رابطه تعاملی دارد.

افراد با سرمایه فرهنگی بالا، از ارزش‌ها و هنجارهای رایج در جامعه آگاهی بیشتری داشته و نسبت به فرهنگ، سنن، آداب و سرمایه‌های معنوی جامعه، درک و

باور بهتری دارند. سرمایه فرهنگی، مکانیزمی مهم در بازتولید سلسله مراتب اجتماعی بوده و به‌عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها تعریف می‌شود (روح‌الامینی، ۱۳۷۴: ۱۱۱). این سرمایه شامل سلیقه‌های خوب، شیوه و راه و رسم پسندیده، پیچیدگی شناختی و شناختن و توانایی پذیرش محصولات مشروع از قبیل هنر، موسیقی کلاسیک، تئاتر و ادبیات و تسلط یافتن بر هر نوع از نظام نمادین است. از این رو، انتظار می‌رود، افراد دارای سرمایه فرهنگی از توان شناختی و جستجوگری بیشتری برخوردار بوده و قدرت تفکر انتقادی و گزینش‌گری بالاتری داشته باشند. همچنین، کسانی که دارای سرمایه فرهنگی هستند، از سواد رسانه‌ای بالاتری بهره‌مند باشند. سرمایه فرهنگی درواقع، آگاهی و درک ارزش‌های فرهنگی جامعه و انجام رفتارهایی متناسب با آن است. طبقات مختلف اجتماعی، هر یک قادرند، سرمایه فرهنگی متفاوتی (در نوع و حجم) ایجاد کنند و آن را از طریق آموزش به کودکان و نوجوانان انتقال داده و از این طریق، آن را بازتولید نمایند.

ضروری است تا از دستاوردهای رسانه، انتخاب دقیق و درستی صورت گیرد و کاربران از سواد و مهارت کافی در مواجهه با آن، برخوردار باشند، زیرا سهل‌انگاری در کسب دانش و مهارت لازم در مواجهه با حجم گسترده و انبوه اطلاعات، نه‌تنها موجب سردرگمی می‌شود، بلکه تهدیدهای جبران‌ناپذیری برای کاربران به‌ویژه نوجوانان و جوانان به همراه خواهد داشت.

در حقیقت اشخاصی که دارای سواد رسانه‌ای هستند، از تأثیرگذاری رسانه بر بینش، تمایلات، ارزش‌ها، هنجارها و اعمال افراد مطلع هستند و از ابزار رسانه به‌صورت برنامه‌ریزی‌شده و در راستای اهداف خویش بهره می‌گیرند. آنان می‌دانند که چگونه پیام‌های رسانه‌ای را بخوانند، ببینند، بشنوند و چگونه اعتبار آن‌ها را بسنجند. آن‌ها از مهارت تحلیل و ارزیابی پیام در چارچوب باورها و ارزش‌های جامعه خویش برخوردارند و قادرند نظرات خود را منعکس نمایند. در دنیای کنونی، سواد رسانه‌ای به معنای آن است که افراد بایستی قادر به فعالیت‌های زیر باشند:

۱. درک، رمزگشایی، ارزیابی و نوشتن پیام در انواع رسانه‌ها؛
۲. خواندن، ارزیابی کردن و آفریدن متن، صدا، تصویر یا محتوایی ترکیبی از عناصر فوق (قاسمی، ۱۳۸۵: ۸۳).

مشاهده تحولات جامعه نشان می‌دهد که رسانه‌ها، تأثیرات گسترده‌ای بر ابعاد فردی، خانوادگی و اجتماعی افراد دارند. جوانان، با دیدن فیلم‌ها و سریال‌های

خانگی و برنامه‌های ماهواره‌ای و ... به شیوه آنان لباس می‌پوشند و مانند ایشان سخن می‌گویند، به نحوی که گاهی حتی این امر از ابعاد فردی خارج شده و ماهیت اجتماعی پیدا می‌کند. امروزه گرایش دختران جوان به ایجاد تناسب اندام خویش به سبک باربی، نمونه بارزی از آن است که برخی از نوجوانان به دلیل پرهیز از خوردن تا مرز سوءتغذیه پیش می‌روند. ورود انواع نوشابه‌های گازدار، فست فودها به ویژه پیتزا و استفاده از انواع شکلات‌ها و ... به رژیم مصرف غذایی روزانه بسیاری از جوانان، گسترش روزافزون گرایش به بازیگری، خوانندگی و گروه‌های موسیقی پاپ، راک، هوی متال، بی تی اس، بلک پینک و ... که دارای سبک‌های خاصی از مد و لباس، رقص و سبک‌های خاصی از زندگی که موجب افزایش گرایش به انواع مخدرها، الکل و هرزگی می‌شود، آشکارا حکایت از تأثیر گسترده رسانه بر زندگی مخاطبان به‌ویژه جوانان دارد و همانند موجی خروشان، تمامی ساختار فرهنگی و هویتی افراد را مورد هدف قرار می‌دهد. به نحوی که گاه ابعاد خانوادگی و اجتماعی پیدا می‌کند. انتشار فیلم و عکس از جشن طلاق بسیاری از سلبریتی‌ها، به تصویر کشیدن مراسمات ازدواج آریایی، به اشتراک گذاشتن فیلم مراسم‌های عروسی پر تجمّل و به اصطلاح لاکچری و ... نیز نمونه‌هایی از این دست است. این قبیل مداخلات فرهنگی و اجتماعی به همین سطح نیز ختم نشده و تا مرزهای امنیتی نیز پیش می‌روند. گسترش هشتک‌های نه به انتخابات در شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های ماهواره‌ای جهت تشویق مردم نسبت به عدم حضور در رأی‌گیری انتخابات اخیر ریاست جمهوری، انتشار اخبار کذب در این زمینه و ... نیز نمونه‌هایی از آن است که گاه تا مرز آشوب‌های خیابانی نیز پیش رفته است. رسانه‌ها، در نسبت بین واقعیت و جهان واقعی، ابهام بیشتری ایجاد می‌کنند و حقیقت جهان واقعی را برای انسان پیچیده‌تر می‌سازند (Hobbs, 2003: 10).

بنابراین، می‌توان گفت، وسعت تأثیرات رسانه بر اقشار مختلف جامعه به‌ویژه جوانان اهمیت و ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای و آشنایی با متغیرهایی که با آن رابطه دارد، برای ادامه حیات فرهنگی جامعه بسیار حائز اهمیت است و به دلیل اهمیت روزافزون آن، لزوم توجه مستمر به تغییرات آن را در کلان‌شهری مثل تهران به‌عنوان پایتخت کشور ایران و همچنین نبود تحقیق و تصویری شفاف از این موضوع در تهران این سؤال در ذهن ایجاد می‌شود که جریان گسترده فرهنگی، اجتماعی ایجاد شده توسط رسانه تا چه حد با میزان فهم و مهارت مخاطب و نحوه بهره‌مندی او از رسانه بستگی دارد؟ پشتوانه فرهنگی و تربیتی خانواده تا چه اندازه در درک و تأثیرپذیری از رسانه

اثرگذار خواهد بود؟ آیا رابطه‌ای میان سواد رسانه‌ای و انواع سرمایه فرهنگی شامل سرمایه عینیت یافته، نهادینه‌شده، متجسد و همچنین بین سواد رسانه‌ای و جنسیت، تأهل و سطح درآمد وجود دارد؟ لذا این مقاله، باهدف بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سرمایه فرهنگی جوانان ساکن شهر تهران انجام شده است.

پیشینه پژوهش

توسعه فناوری و حجم وسیع اطلاعات که از طریق ابزار رسانه‌ای به‌سوی مخاطبان ارسال می‌شود، سبب گردیده تا افراد مختلف تحت تأثیر سبک زندگی، افکار و اندیشه‌های ارائه‌شده از سوی آن‌ها قرار گیرند. دراین‌بین، کسانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند، از قدرت تشخیص بالاتری برخوردار بوده و می‌توانند، میان حجم انبوه پیام‌ها، مفهومی متناسب با فرهنگ خویش را انتخاب کنند؛ بنابراین، در شرایط کنونی، مهارت سواد رسانه‌ای برای شهروندان بسیار حائز اهمیت است، زیرا از این طریق می‌توان، جامعه را از انواع آسیب‌ها، محافظت کرد و آنان را در مواجهه با رسانه بیمه کرد. پدیده‌های اجتماعی، تحت تأثیر عوامل متعددی شکل گرفته و گسترش می‌یابند که سواد رسانه‌ای نیز به‌عنوان پدیده اجتماعی موردتوجه اندیشمندان اجتماعی بوده و سرمایه فرهنگی به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر آن، مورد تحقیق و پژوهش واقع شده است. در ادامه نتایج برخی از این تحقیقات داخلی و خارجی ارائه شده است.

بنی‌هاشمی و غلامپور (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی، مطالعه موردی مؤسسات فرهنگی قرآنی اصفهان» دریافتند، میزان تأثیر سرمایه فرهنگی بر سواد رسانه‌ای در حد متوسط به پایین است. همچنین، مصرف رسانه دارای تأثیر غیرمستقیم بر سرمایه فرهنگی است. بیشترین تأثیر را مؤلفه‌های فهم انتقادی و تولید محتوای رسانه‌ای، یعنی آموزش تفکر انتقادی و تولید محتوای رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی دارند.

پوررجبی و بیژنی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «مطالعه نقش سرمایه فرهنگی بر میزان استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعات (ICT) مطالعه موردی شهروندان شهر رشت» به این نتیجه رسیدند که سرمایه فرهنگی با میزان استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی شهروندان، رابطه مستقیم وجود دارد؛ به عبارت دیگر با افزایش سرمایه فرهنگی موجود در میان شهروندان، استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی افزایش می‌یابد و از آن برای تقویت و بهبود شرایط جامعه استفاده می‌نمایند. آنان از این طریق تصمیم‌های بهتری در جامعه اتخاذ می‌کنند و به‌صورت آگاهانه در فعالیت‌های گروهی مشارکت می‌نمایند.

در تحقیق افشانی و همکاران (۱۳۹۶) که با عنوان «رابطه سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای بین جوانان شهر بافق» انجام شده است، نتایج نشان می‌دهد، میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی، رابطه مستقیم و معنادار است، به نحوی که بعد عینی قوی‌ترین رابطه را دارد. براین اساس می‌توان گفت با افزایش سطح سرمایه فرهنگی، سواد رسانه‌ای جوانان شهر بافق، افزایش می‌یابد.

فاضلیان و محمدی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «تأثیر سواد رسانه‌ای در بعد پردازش و تحلیل پیام‌های رسانه‌ها بر مصرف کالای فرهنگی (مورد مطالعه در زنان ۱۵ تا ۳۹ سال شهرکرد)» تدوین شده است. به این نتیجه رسیدند که رابطه آماری معناداری بین دو متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی زنان و مقدار حذف و میزان مصرف کالاهای فرهنگی وجود نداشت، اما میان پردازش و تحلیل پیام‌ها و مقدار حذف مصرف کالاهای فرهنگی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین، انگیزه مصرف در زنان منجر به رفتار مصرف و گرایش به تنوع در مصرف کالای فرهنگی و تکرار در اعمال مصرف، منجر به ایجاد عادت در مصرف کالاهای فرهنگی آن‌ها می‌شود.

تحقیق شهرام نیا و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان «رابطه مصرف رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی» نشان می‌دهد، میان مصرف رسانه‌ای و کلیه ابعاد سرمایه فرهنگی (عینی، ذهنی و نهادی) رابطه وجود دارد، به نحوی که همه ابعاد سواد رسانه‌ای با ابعاد نهادی و ذهنی سرمایه فرهنگی، رابطه مثبت دارد.

در تحقیقی که توسط دیرگارتن، مایکل، نیدینگ و اوهلر^۱ در سال ۲۰۱۵ با عنوان «تأثیر سواد رسانه‌ای در یادگیری کوکان از فیلم و هایپر مدیا» انجام شده است، نشان داد که سواد رسانه‌ای پیش‌بینی کننده قابل توجهی برای یادگیری از رسانه‌ها، حتی هنگام کنترل سایر عوامل مرتبط مانند هوش است.

در تحقیق مک‌لین، پکتان و ورثمین^۲ در سال ۲۰۱۲، با عنوان «واسطه‌های ارتباط بین سواد رسانه‌ای و نارضایتی از بدن در دختران تازه نوجوان: پیامدهای پیشگیری»، نتایج نشان داد، ارتباط معکوس قوی و معنی داری بین سواد رسانه‌ای و نارضایتی از بدن، درونی سازی و مقایسه ظاهری وجود دارد. برای مثال، عدم رضایت از بدن، به‌طور مستقیم با مقایسه ظاهر، درونی سازی و شاخص توده بدنی و به صورت غیرمستقیم با سواد رسانه‌ای ارتباط دارد.

تحقیق بل و دیتمار^۱ (۲۰۱۲) به بررسی «تأثیر رسانه‌های جمعی بر مدیریت بدن دختران در انگلستان» پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد، الگوها و مدل‌های بدنی خاص ارایه شده توسط رسانه بر نوجوانان و جوانان به تناسب مصرف آنها، تأثیر گذار است، از این رو، آنان، خود را همانند الگوهایی که از منزلت و خواستگاه اجتماعی بالاتری برخوردارند، می‌کنند.

سرافین^۲ (۲۰۱۱) در پژوهش خود اقدام به بررسی «نحوه پردازش پیام‌های رسانه‌ای مرتبط با تبلیغات در میان دانش آموزان» نموده است. نتایج نشان داد، دانش آموزان گروه کنترل، پس از پنج هفته شرکت در دوره‌های آموزش، نسبت به مصرف تبلیغات و آگاهی از تکنیک‌ها در سطح بالاتری نسبت به گروه دیگر قرار داشتند. علاوه بر اینکه توجه آگاهانه به رسانه، معنایابی و پردازش آنها به طرز معناداری بالاتر است.

مروری بر تحقیقات صورت گرفته در سطح ملی و بین‌المللی نشان می‌دهد که در خصوص ارتباط بین سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای در ایران کمتر انجام شده است و در تهران چنین مطالعه‌ای انجام نشده است. افزون بر این، مطالعه حاضر به شناخت ارتباط بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته، نهادینه شده و متجسد با سواد رسانه‌ای می‌پردازد که به علت تحلیل سطوح جزئی این متغیرها، از ویژگی نوآورانه به ویژه در گستره داخلی بهره‌مند است.

در این راستا، با توجه به روند رو به گسترش رسانه‌ها در سراسر جهان و لزوم برخورداری از سواد رسانه‌ای در مواجهه با این امر و کاستی مطالعات اجتماعی در زمینه ارتباط بین سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای در شهر تهران، مطالعه کنونی، اهمیت و ضرورت بالایی دارد.

مبانی نظری پژوهش

در این پژوهش از نظریات سرمایه فرهنگی بوردیو، شکاف آگاهی و جمع نظرات مرتبط در حوزه ارتباطات و سواد رسانه‌ای بهره گرفته شده است.

در سرمایه فرهنگی، بوردیو بر حوزه کشمکش آمیز و پرمناقشه «میدان» تأکید دارد. به باور او بعضی از مردم سهم بیشتری از منابع با ارزش جامعه را دارند و برخی کمتر. اگرچه این امر، ادامه درک مارکس از واقعیت اجتماع است، اما برخلاف مارکس، سرمایه را تنها در انحصار سرمایه اقتصادی نمی‌داند. به همین دلیل، وی سرمایه فرهنگی را برای توضیح و تفسیر و تبیین کشمکش‌های میدان‌های فرهنگی مطرح می‌کند. مدرسه مهم‌ترین میدانی است که توزیع سرمایه فرهنگی به وسیله آن صورت می‌گیرد. بوردیو با استفاده از آثار اندیشمندان گذشته، تئوری خود را ارائه کرد. نظریه

1. Bell & Dittmar
2. Seraphin

او را می‌توان مکمل کار برنشتاین^۱ دانست، زیرا هر دو تلاش کرده‌اند تا دیدگاه‌های مارکس و دورکیم را به هم پیوند دهند. بورديو و برنشتاین^۲ در مورد فرهنگ، دیدگاهی دورکیمی^۳ دارند. به اعتقاد آنها، علت نابرابری در جامعه بیشتر ماهیت فرهنگی دارد و فاصله میان فرهنگ مدرسه و خاستگاه اجتماعی- اقتصادی افراد، عامل تعیین‌کننده موفقیت در نظام آموزشی است. برنشتاین، به مسئله قدرت و شیوه‌های انتقال آن و بورديو به شرایط ساختار انتقال قدرت توجه دارد (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۴۸). در حقیقت، نظریه‌پردازان فرهنگی مانند، برنشتاین (۱۹۸۲)، بورديو و پاسرول، (۱۹۹۷)، معتقدند مدل‌های آموزش در جوامع سرمایه‌داری با رویکرد اقتصادی در حوزه تولید است. در واقع، بورديو با طرح عنوان سرمایه فرهنگی و واسطه قرار دادن نهاد مدرسه، نقشه‌ای طراحی می‌کند تا نحوه تمایزات فرهنگی و اجتماعی از یک سو و چگونگی ماندگاری آن در جامعه توضیح داده شود (جاگر و هولم، ۱۳۸۱: ۵۱ به نقل از رضایی و تشویق، ۱۳۹۲: ۱۱-۱۰).

دیدگاه بورديو در خصوص سرمایه فرهنگی در مطالعات آموزش و پرورش، علم و هنر و زبان استفاده شده است. بر اساس تعریف بورديو، سرمایه فرهنگی، شایستگی استفاده از کدهای فرهنگی مسلط جامعه می‌باشد. همچنین شامل اعمال و دارایی‌هایی می‌شود که بستر دسترسی به مدارک تحصیلی متفاوت را تدارک می‌بیند و منجر به نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی در جامعه می‌شود. مطابق با این تعریف، سرمایه فرهنگی با موقعیت طبقاتی، رابطه مستقیم دارد و به وسیله آن، فرایند بازتولید اجتماعی به وقوع می‌پیوندد. بورديو، طبقه را، نظامی از حقوق مادی معرفی می‌کند و سه نوع سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) که می‌تواند در موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان مؤثر باشد را، معرفی می‌کند (جاگر و هولم، ۱۳۸۱: ۵۱ به نقل از رضایی و تشویق، ۱۳۹۲: ۱۱-۱۰).

از دیدگاه بورديو، سرمایه فرهنگی، شامل انباشت دانش و معرفت شخص است و حتی می‌توان گفت، ذائقه‌های والدین و اطلاعات عمومی و ترجیحات در مورد نظام آموزشی را در بر می‌گیرد. محیط خانه مانند نهاد آموزشی عمل می‌کند و در آن، کودکان ترجیحات تحصیلی، مهارت‌های شناختی و شناخت کدهای اصلی نظام آموزشی را می‌آموزند و این مسئله بر موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان اثرگذار است. نتایج تحصیلی دانش‌آموزان به طور مستقیم از طریق پرداخت شهریه یا ثبت نام در مراکز

1. Bernstein

2. Eduard Bernstein

3. David Emile Durkheim

آموزشی معتبر با سرمایه اقتصادی و یا به طور غیر مستقیم مثلاً از طریق کمک مالی به کودکان، تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

بورديو در کتاب تمایز، شاخص‌های سرمایه فرهنگی را این گونه بیان می‌کند:

۱. سرمایه فرهنگی عینی: مالکیت وسایل الکترونیکی مانند رادیو، تلویزیون، دستگاه پخش صوت و...؛

۲. سرمایه فرهنگی متجسد: فعالیت‌های بصری شامل نواختن سازهای موسیقی، رفتن به تئاتر، کنسرت رفتن، گوش دادن به موسیقی کلاسیک، اخبار و ایستگاه‌های رادیویی، عکاسی و فیلمبرداری (تفریح و سرگرمی شامل بازدید از موزه‌ها و بناهای تاریخی، جمع کردن تمبر، بازدید از گالری‌های هنری، شرکت در کلاس‌های شبانه)، فعالیت‌های مطالعاتی (مطالعه کتاب، عضویت در کتابخانه، خرید کتاب و مطالعه)؛

۳. سرمایه فرهنگی نهادینه شده: تحصیلات والدین.

به اعتقاد بورديو، کودکانی که متعلق به خانواده‌های دارای پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالا هستند، در منزل، اغلب در معرض فعالیت‌های فرهنگی قرار دارند و چنانچه سرمایه فرهنگی را کسب کنند، احتمالاً در مدرسه موفق‌تر عمل می‌کنند و شانس بالاتری برای دستیابی به سطوح بالای آموزشی نسبت به سایرین دارند، زیرا این قبیل افراد، آمادگی بیشتری برای گذراندن مواد درسی داشته و ذوق بیشتری برای فراگیری مفاهیم ذهنی و انتزاعی دارند و به همین دلیل، آنان بیشتر مورد توجه معلمان قرار می‌گیرند (جاگر و هولم، ۱۳۸۱: ۵۱ به نقل از رضایی و تشویق، ۱۳۹۲: ۱۴-۱۲). مطابق با نظریه شکاف آگاهی، هرگاه در یک نظام اجتماعی، انتشار اطلاعات افزایش می‌یابد، اقشاری که پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتری دارند، بیشتر و سریع‌تر از کسانی که پایگاه اجتماعی پایین دارند، اطلاعات را به دست می‌آورند و در نتیجه، شکاف آگاهی میان این دو بخش افزایش می‌یابد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۵: ۴۶).

درحقیقت سواد رسانه‌ای، شامل سواد سنتی و تفسیر صحیح افراد از اطلاعات رسانه‌ای است؛ به عبارت دیگر، این مفهوم، تنها شامل توانایی صحبت کردن، گوش دادن، خواندن و نوشتن نیست، بلکه تفکر انتقادی و توانایی کسب اطلاعات رسانه‌ای از فناوری اطلاعات را نیز شامل می‌شود (Zhong, 2015: 2422).

در عصر حاضر که رسانه‌ها از هر سو ما را احاطه کرده‌اند و هر لحظه اطلاعات و اخبار جدیدی در اختیار ما قرار می‌دهند، در چنین فضایی، دانشی که از طریق خانواده دریافت کرده‌ایم، در کنار سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند تا چگونگی استفاده از

رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی را فرا بگیریم و از این طریق، اطلاعات ارائه شده توسط رسانه را گزینش کنیم. بدانیم، چه چیزی را انتخاب و کدامیک را کنار بگذاریم. این سطح از مهارت‌ها و دانش موجب می‌شود تا در ارتباط با رسانه‌ها، از حالت انفعالی و یک‌سویه خارج شویم. آموزش و افزایش آگاهی مخاطبان در چارچوب‌های شناختی موجب می‌گردد، نگاه نقادانه‌ای به رسانه‌ها و اخبار و اطلاعات منتشر شده از سوی آنها داشته باشیم. در واقع می‌توان گفت، سواد رسانه‌ای شناخت عمیقی از آنچه در فضای رسانه‌ای می‌گذرد به ما می‌دهد (پاتر، ۲۰۰۵: ۶ به نقل از طلوعی، ۱۳۹۱: ۲۱). در مدل شناختی پاتر، چهار عامل اصلی در تعامل با یکدیگر عمل می‌کنند. بدیهی است که قوت و ضعف هر یک از آنها بر کارایی دیگر بخش‌ها و در نهایت کل سیستم تأثیر می‌گذارند.

ساختارهای دانش، تصمیم‌های با انگیزه، ابزارهای پردازش اطلاعات، جریان فعالیت‌های پردازش، چهار عامل اصلی در این ساختار هستند. مجموعه‌ای از پنج ساختار دانش بنیادی عبارتند از: تأثیرات رسانه‌ای، محتوای رسانه‌ای، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن. مصرف‌کنندگان رسانه با در اختیار داشتن دانش درست و کامل در این حوزه‌ها قادرند، تصمیم‌های بهتری برای جست و جوی اطلاعات، کار با آنها و ساخت معنی داشته باشند.

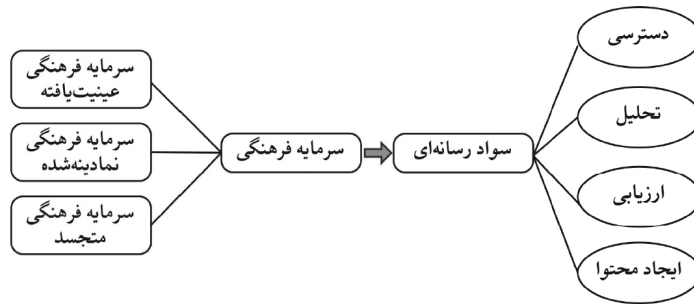
جایگاه شخصی مهم‌ترین بخش در ساختار دانش است که تعیین‌کننده میزان برخورداری فرد از سواد رسانه‌ای می‌باشد. جایگاه شخصی با ذهن فرد در ارتباط بوده و تصمیم‌گیری راجع به فعالیت‌های پردازش اطلاعات در آن انجام می‌شود. جایگاه شخصی یا همان خویشتن، ترکیبی از آگاهی فرد نسبت به اهداف و انگیزه‌های خویش و انرژی و تجارب لازم برای رسیدن به این اهداف است (دلآوری و همکاران، ۱۳۹۴). ابزارهای پردازش اطلاعات شامل قابلیت‌ها و مهارت‌ها است که بدون آن، هیچ‌کس سواد رسانه‌ای نخواهد داشت. کسب سه قابلیت شناخت اشاره‌ها، شناخت الگوها و ارتباط دادن تعریف‌ها برای سواد رسانه الزامی است.

مهارت‌ها نیز ابزارهایی هستند که فرد برای پردازش اطلاعات، استفاده می‌کند. کسانی که مهارت‌های ضعیفی دارند، امکان استفاده مؤثر از رسانه را نخواهند داشت. در بسیاری از موارد، آنان اطلاعات خوب را حذف و اطلاعات نادرست را تثبیت می‌کنند. به همین دلیل ساختار دانش آنها، ضعیف و ناقص است. بزرگترین قابلیت، انعطاف‌پذیری به وسیله مهارت‌هایی از قبیل تجزیه و تحلیل، طبقه‌بندی، استقراء،

استنتاج، ترکیب و چکیده کردن به وجود می‌آید که منجر به افزایش تفکر انتقادی در اشخاص می‌شود (پاتر، ۱۳۹۱: ۴۵).

جریان فعالیت پردازش اطلاعات شامل فیلتر کردن، انطباق معنی و ساخت معنی است که به وسیله قابلیت‌ها و مهارت‌ها انجام می‌شود. در فرآیند انطباق معنی، معمولاً نه همیشه، می‌توانند به توانایی خویش در پردازش‌های غیر ارادی تکیه کنند، اما فیلترکردن و ساخت معنی، مستلزم استفاده ماهرانه از مهارت‌ها می‌باشد (دلاور و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴).

این پژوهش، بر مبنای نظریات گفته‌شده، به دنبال بررسی رابطه میان سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای در میان جوانان شهر تهران است.



مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

در پژوهش پیش‌رو از روش پیمایشی، برای بررسی فرضیه‌های رابطه میان سواد رسانه‌ای (دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید محتوای رسانه‌ای) و سرمایه‌های فرهنگی (سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته، نهادینه شده و متجسد) استفاده شد. جامعه آماری، شامل جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله ساکن شهر تهران در سال ۱۴۰۰ بودند. برای انتخاب حجم نمونه نیز در بین افراد جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۶ نفر به عنوان نمونه اصلی پژوهش تعیین شده است. ابزار پژوهش، پرسش‌نامه محقق ساخته بوده است که در این تحقیق برای تعیین پایایی ابزار سنجش از آزمون کرونباخ استفاده شد. آلفای کرونباخ ۰.۸۹ درصد محاسبه شده است که نشان‌دهنده پایایی پرسش‌نامه طراحی شده می‌باشد. همچنین برای سنجش میزان اعتبار از پرسش‌نامه‌های استفاده شده

در تحقیقات معتبر و مشابه استفاده شد و به منظور ارتقاء سطح اطمینان، از نظرات کارشناسان خبره در این زمینه بهره‌گیری شده است. بدین ترتیب می‌توان گفت که ابزار سنجش پژوهش حاضر از قابلیت اعتماد یا پایایی لازم برخوردار است. برای بررسی فرضیه‌ها، ابتدا هر یک از سرمایه‌های فرهنگی سنجیده شده و سپس تأثیر آن بر متغیر سواد رسانه‌ای بررسی می‌شود. برای سنجش سرمایه فرهنگی تجسم یافته از معرف مهارت و میزان اختصاص وقت به فعالیت‌های فرهنگی گوناگون و برای سرمایه فرهنگی عینیت یافته، دارا بودن کالاهای فرهنگی و میزان استفاده از آنها و برای سرمایه فرهنگی نهادینه شده از طریق وضعیت مدرک تحصیلی فرد، پدر و مادر پاسخگو و برای سواد رسانه‌ای از چهار بخش دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد محتوا استفاده شده است. در پژوهش حاضر بر مبنای روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای، پرسش‌نامه تکمیل شد. در نهایت، داده‌های پرسش‌نامه به وسیله نرم‌افزار spss تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌های پژوهش

ابتدا نتایج توصیفی ارائه شده است و سپس با استفاده از تکنیک‌های آمار استنباطی، فرضیه‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از کل پاسخگویان، ۷۴/۲ درصد پاسخگویان را زنان و ۲۵/۸ درصد را مردان تشکیل داده است. نزدیک به ۸۰ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر هستند. ۳۴/۷ درصد پاسخگویان ماهیانه، زیر ۵ میلیون درآمد داشتند. ۲۳/۹ درصد آنان بین «۵ تا ۶ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان»، ۲۰/۷ درصد «بین ۷ تا ۹ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان»، ۱۶/۴ درصد «۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان» و ۴/۳ درصد «بیش از ۲۰ میلیون تومان» درآمد داشتند. نزدیک به ۶۰ درصد پاسخگویان، مهارت کم و خیلی کم در موسیقی دارند. ۴۳ درصد پاسخگویان مهارت کم و خیلی کم و ۳۴/۵ درصد آنان، تا حدودی در نویسندگی مهارت دارند. در جدول شماره ۱ خلاصه‌ای از نتایج توصیفی ارائه شده است:

جدول ۱. توصیفی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

متغیر	رده	فراوانی	درصد	متغیر	رده	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۳۰۸	۲/۷۴	تحصیلات	متوسطه و پایین‌تر	۵	۲/۱
	مرد	۱۰۷	۸/۲۵		دیپلم	۵۷	۷/۱۳
سن	۱۸ تا ۲۳ سال	۱۵۴	۱/۳۷		لیسانس	۲۳۱	۷/۵۵
	۲۴ تا ۲۹ سال	۸۶	۷/۲۰		فوق لیسانس و بالاتر	۱۱۹	۷/۲۸
	۳۰ تا ۳۵ سال	۱۷۵	۲/۴۲		تحصیلات حوزوی	۳	۷

وضعیت محل سکونت	رده	فراوانی	درصد	وضعیت تأهل	رده	فراوانی	درصد
	استیجاری	۱۱۵	۷/۲۷		مجرد	۲۶۱	۹/۶۲
	شخصی	۲۶۳	۴/۶۳		متاهل	۱۴۸	۷/۳۵
	سایر	۳۷	۹/۸		بدون همسر بر اثر طلاق	۴	۱
بدون همسر بر اثر فوت					۲	۵	
تحصیلات پدر پاسخگویان	متوسطه و پایین تر	۱۳۳	۳۲	تحصیلات مادر پاسخگویان	متوسطه و پایین تر	۱۴۸	۷/۳۵
	دیپلم	۱۲۸	۸/۳۰		دیپلم	۱۳۵	۵/۳۲
	فوق دیپلم و لیسانس	۱۰۵	۳/۲۵		فوق دیپلم و لیسانس	۹۰	۷/۲۱
	فوق لیسانس و بالاتر	۴۶	۱/۱۱		فوق لیسانس و بالاتر	۴۰	۶/۹
	متوسطه و پایین تر	۱۳۳	۳۲		تحصیلات حوزوی	۲	۵
					بیکار	۹	۲/۳

جدول ۲. آمارهای توصیفی سرمایه فرهنگی

متغیرها	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	واریانس
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	۲/۵۳	۳	۲	۰/۷۶	۰/۵۸
سرمایه فرهنگی عینیت یافته	۳/۱۱	۳	۳	۰/۹۰	۰/۸۱
سرمایه فرهنگی نهادینه شده	۲/۳۱	۲	۳	۰/۸۹	۰/۷۹
سرمایه فرهنگی	۲/۶۷	۳	۳	۰/۷۰	۰/۴۹
دسترسی و رژیم مصرف رسانه‌ای	۳/۵	۴	۴	۰/۶۴	۰/۴۲
تحلیل محتوای رسانه‌ها	۳/۴	۳	۳	۰/۷۴	۰/۵۵
ارزیابی محتوای رسانه‌ها	۴/۰۹	۴	۴	۰/۷۴	۰/۵۵
تولید محتوای رسانه‌ای	۲/۷۳	۳	۳	۱/۱	۱/۲
سواد رسانه‌ای	۳/۳	۳	۳	۰/۶۷	۰/۴۵

در این پژوهش، برای دریافت نظرات پاسخگویان از طیف لیکرت استفاده شده و از ۱ تا ۵ امتیازبندی شده است. براین اساس، چنانچه آمارهای توصیفی پایین‌تر از ۳ باشد، می‌توان گفت، سرمایه فرهنگی در حد پایین است، چنانچه برابر با ۳ درصد باشد، سرمایه فرهنگی در حد متوسط و اگر بالاتر از ۳ درصد باشد در حد بالا است. نتایج آمار نشان می‌دهد، میانگین سرمایه فرهنگی تجسم یافته، در حد ۲/۵۳ درصد

است، بنابراین می‌توان گفت، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته پاسخگویان، کمی پایین‌تر از حد متوسط است. سرمایه فرهنگی عینیت یافته، (در حد ۳/۱۱ درصد) کمی بالاتر از متوسط و سرمایه فرهنگی نهادینه شده (در حد ۲/۳۱ درصد) کمی پایین‌تر از متوسط است. بنابراین در کل، سرمایه فرهنگی که از مجموع سرمایه‌های فرهنگی عینیت یافته، تجسم یافته و نهادینه شده به دست آمده است (در حد ۲/۶۷ درصد)، نزدیک به متوسط است. میانه سرمایه فرهنگی تجسم یافته در حد ۳ درصد و مد در حد ۲ درصد می‌باشد. میانه و مد سرمایه فرهنگی عینیت یافته، ۳ درصد و هم چنین میانه آن در حد ۲/۳ درصد و مد در حد ۲ درصد می‌باشد. به طور کلی، میانه و مد سرمایه فرهنگی، در حد ۳ درصد است. نزدیک بودن میانگین، میانه و مد، گویای پایین بودن سطح پراکندگی و توزیع نرمال منحنی است. از این رو، می‌توان از آزمون‌های معتبر برای آزمون فرضیه‌ها استفاده کرد. انحراف معیار سرمایه فرهنگی تجسم یافته در حد ۰/۷۶، سرمایه فرهنگی عینیت یافته ۰/۹۰ درصد، سرمایه فرهنگی نهادینه شده در حد ۰/۸۹ درصد است. واریانس سرمایه فرهنگی تجسم یافته در حد ۰/۵۸ درصد، سرمایه فرهنگی عینیت یافته در حد ۰/۸۱ درصد و سرمایه فرهنگی نهادینه شده در حد ۰/۷۹ درصد می‌باشد. به علاوه، انحراف معیار سرمایه فرهنگی ۰/۷۰ درصد و واریانس آن ۰/۴۹ درصد است. پایین بودن سطح پراکندگی و توزیع نرمال این امکان را فراهم می‌سازد تا بتوان از آزمون‌های معتبر برای آزمون فرضیه‌ها استفاده کرد. از آنجا که شکل‌گیری سرمایه فرهنگی عینیت یافته متأثر از تجسم یافته بوده و خانواده، نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری سرمایه فرهنگی تجسم یافته دارد، به همین دلیل، می‌توان گفت این نوع سرمایه، تحت تأثیر سرمایه فرهنگی نهادینه شده است. بررسی آمارهای جدول (شماره ۲) نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی متجسد و نهادینه شده، تا حدی کمتر از متوسط و در مقابل، سرمایه فرهنگی عینیت یافته، کمی بالاتر از متوسط است. این امر را چنین می‌توان تبیین کرد که به دلیل پایین بودن سطح تحصیلات والدین پاسخگویان از یک سو و متوسط و پایین بودن توان اقتصادی خانواده از سوی دیگر، پاسخگویان از سرمایه نهادینه شده بالایی برخوردار نبوده و به تبعیت از آن، سرمایه فرهنگی متجسد نیز در حد بالایی قرار نگرفته است. لذا می‌توان بالاتر بودن سرمایه عینیت یافته را ناشی از نظام آموزش رسمی و آموزش عالی دانست (درصد بالایی از پاسخگویان دارای تحصیلات عالیه بودند).

در جدول مربوط به متغیر سواد رسانه‌ای، پاسخ‌ها بر مبنای طیف لیکرت، سطح

بندی شده‌اند. میانگین ۱ تا ۳ در حد پایین، ۳ در حد متوسط و بالاتر از ۳ در حد بالا قرار دارد. نتایج نشان می‌دهد که میانگین مؤلفه دسترسی و رژیم مصرف رسانه‌ای در حد ۳/۵ درصد، تحلیل محتوای رسانه‌ها، ۳/۴ درصد و ارزیابی محتوای رسانه‌ها، ۴/۰۹ درصد می‌باشد.

سطح دسترسی و رژیم مصرف رسانه‌ای، تحلیل و ارزیابی محتوای رسانه‌ای در میان پاسخگویان در حد بالا قرار دارد و در مقابل، تولید محتوای رسانه‌ای در حد ۲/۷۳ درصد است. این امر گویای آن است که این مؤلفه در میان پاسخگویان نزدیک به متوسط است. در ادامه، یافته‌های آماری حاکی از آن است، سواد رسانه‌ای که از جمع نتایج مؤلفه‌های فوق (دسترسی، تحلیل، ارزیابی و محتوای رسانه‌ای) به دست می‌آید، در حد ۳/۳ درصد است. این بدان معناست که به طور کلی، سواد رسانه‌ای پاسخگویان کمی بالاتر از حد متوسط است. قابل ذکر است، میانه و مد مؤلفه دسترسی و رژیم مصرف رسانه‌ای در حد ۴، میانه و مد مؤلفه تحلیل محتوای رسانه‌ای در حد ۳، مؤلفه ارزیابی محتوای رسانه‌ای در حد ۴، مؤلفه تولید محتوای رسانه‌ای در حد ۳ و به طور کلی سواد رسانه‌ای در حد ۳ می‌باشد. بر اساس آمار، میانگین مؤلفه دسترسی و رژیم مصرف رسانه‌ای کمی بیش از متوسط است. از آنجا که این شاخص بر اساس دو زیر شاخص دسترسی و رژیم مصرف رسانه‌ای طراحی شده است، بر اساس ارقام به دست آمده سطح دسترسی می‌تواند، ناشی از بالا بودن سطح تحصیلات جامعه آماری و شرایط ویژه کرونا باشد که موجب افزایش اقبال عمومی به فضای مجازی شده است. اما، در مقابل، درصد بالایی از پاسخگویان، برنامه‌ریزی مشخصی برای مصرف رسانه‌ای نداشته و وقت زیادی را با خانواده سپری نمی‌کنند. این امر می‌تواند ناشی از آن باشد که مطابق با نظر اندیشمندان حوزه جامعه‌شناسی، ابتدا تکنولوژی به یک جامعه وارد شده و سپس فرهنگ استفاده از آن (تأخر فرهنگی^۱) در جامعه رواج می‌یابد. لذا چنانچه، موبایل، کامپیوتر و اینترنت و ... را به عنوان مصادیق فناوری جدید محسوب کنیم، برای گسترش فرهنگ استفاده صحیح و برنامه‌ریزی شده از آن، نیازمند صرف زمان بیشتری هستیم. بررسی‌های بیشتر جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که میانگین ارزیابی محتوای رسانه‌ای از سوی پاسخگویان در حد مطلوبی قرار داشته است. در تبیین این آمار می‌توان گفت که تأثیر نظام آموزش رسمی و عالی در شکل‌گیری این توان تحلیلی، تأثیرگذار بوده است (درصد بالایی از پاسخگویان دارای تحصیلات عالی بودند). علاوه بر آنکه دین نیز در شکل‌گیری این دانایی در جوانان، اثرگذار است.

جدول ۳. ضریب همبستگی سواد رسانه‌ای و اجزای سرمایه فرهنگی و جنسیت، تأهل و درآمد

سطح معناداری	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰۰	۴۱۵	۰/۳۰۱	سرمایه فرهنگی متجسد جوانان و سواد رسانه‌ای
۰/۰۰۰	۴۱۵	۰/۴۲۸	سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی متجسد
۰/۰۰۰	۴۱۵	۰/۲۹۷	سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی عینیت یافته
۰/۹۲۵	۴۱۵	-۰/۰۰۵	سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی نهادینه شده

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی جامعه آماری (شامل: سرمایه‌های فرهنگی عینیت یافته، تجسم یافته و نهادینه شده)، نزدیک به متوسط است. سواد رسانه‌ای پاسخگویان که از جمع نتایج مؤلفه‌های (دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید محتوای رسانه‌ای) به دست آمده است، کمی بالاتر از حدّ متوسط است. نتایج نشان می‌دهد، ضریب همبستگی پیرسون، ۰/۳۰۱ است و سطح معناداری، ۰/۰۰۰ است. این بدان معناست که میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سرمایه فرهنگی در جامعه آماری، سواد رسانه‌ای افزایش می‌یابد. این یافته پژوهشی با یافته‌های پیمایش بنی‌هاشمی و غلامپور (۱۳۹۸) با عنوان تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی مطالعه موردی مؤسسات فرهنگی-قرآنی اصفهان مطابقت دارد. نتایج آن نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای با سرمایه فرهنگی رابطه مستقیم دارد و میزان تأثیر سرمایه فرهنگی از سواد رسانه‌ای در حدّ متوسط به پایین است. همچنین، بیشترین تأثیر را مؤلفه‌های فهم انتقادی و تولید محتوای رسانه‌ای یعنی آموزش تفکر انتقادی و تولید محتوای رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی دارند. میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی متجسد رابطه مستقیم و معنا داری وجود دارد، زیرا هم‌چنین، ضریب همبستگی پیرسون ۰/۴۲۸ و سطح معنا داری ۰/۰۰ است. هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد، ضریب همبستگی پیرسون، ۰/۲۹۷ است و سطح معناداری، ۰/۰۰۰ می‌باشد، این بدان معناست که میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی عینیت یافته، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. می‌توان گفت، میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی نهادینه شده، رابطه معناداری وجود ندارد، زیرا ضریب همبستگی پیرسون، -۰/۰۰۵ و سطح معناداری در حد ۰/۹۲۵ است (بیش از ۰/۵). تحقیق افشانی و همکاران (۱۳۹۶) که با عنوان رابطه سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای بین جوانان شهر بافق انجام شده است، بخش‌هایی از نتایج این تحقیق را تأیید نمی‌کند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی، رابطه مستقیم و معنادار است، به نحوی که بعد عینی، قوی‌ترین رابطه

را دارد. این در حالیست که میان سرمایه فرهنگی نهاده‌ای شده با سواد رسانه‌ای در تحقیق حاضر، رابطه وجود ندارد. اگر چه این امر می‌تواند، ناشی از نوع روش نمونه‌گیری در این تحقیق باشد، اما این نتایج را اینگونه می‌توان تبیین کرد که به جز خانواده، فاکتورهای دیگری مانند نظام آموزش و پرورش و نظام آموزش عالی نیز می‌توانند، در تولید سرمایه فرهنگی نقش داشته باشند. به اعتقاد بورديو، اشکال گوناگون سرمایه، قابل تبدیل به هم هستند. برای عنوان مثال، سرمایه اجتماعی می‌تواند، زمینه ارتباط با افرادی را برای شخص فراهم کند که حاصل آن، کسب سرمایه اقتصادی به شکل پول با انواع مالکیت باشد. به همین ترتیب، تحصیلات نیز می‌تواند، امکان دسترسی به مشاغل پردرآمد را فراهم کند که نه تنها به پول بلکه به قدرت هم برسد. میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی متجسد، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به بیان دیگر، هر چقدر سرمایه فرهنگی متجسد بیشتر شود، سواد رسانه‌ای در میان جامعه تحقیق، افزایش یافته است. نتایج نشان داد که به طور کلی، میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی متجسد و عینیت یافته جوانان، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

در عصر حاضر که رسانه‌ها از هر سو ما را احاطه کرده‌اند و هر لحظه اطلاعات و اخبار جدیدی در اختیار ما قرار می‌دهند، در چنین فضایی، معرفت و دانشی که از طریق خانواده دریافت کرده‌ایم و به عنوان سرمایه فرهنگی در ما ذخیره است، در کنار سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند تا چگونگی استفاده از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی را فرا بگیریم و از این طریق اطلاعات ارائه شده، رسانه را گزینش کنیم. بدانیم بر اساس ارزش‌ها و باورهای فرهنگی خود، چه چیزی را انتخاب و کدامیک را کنار بگذاریم. این سطح از مهارت‌ها و دانش موجب می‌شود تا در ارتباط با رسانه‌ها از حالت انفعالی و یک‌سویه خارج شویم. برخورداری از ذخایر شناختی و سرمایه فرهنگی بالاتر، موجب می‌شود، نگاه نقادانه‌ای به رسانه‌ها و اخبار و اطلاعات منتشر شده از سوی آن‌ها داشته و شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تری در قبال آنچه در فضای رسانه‌ای می‌گذرد، داشته باشیم.

جدول ۴. آزمون اتا و ضریب همبستگی کندال متغیرهای سواد رسانه‌ای و جنسیت، تأهل و درآمد

جنسیت و سواد رسانه‌ای	آزمون اتا	تعداد	سطح معنی داری
وضعیت تأهل و سواد رسانه‌ای	۰/۲۸۸	۴۱۵	۰/۰۵
ضریب همبستگی کندال	۰/۲۸۶	۴۱۵	۰/۱۰۲
سطح درآمد و سواد رسانه‌ای	۰/۰۲۱	۴۱۵	۰/۵۸۳

نتایج نشان می‌دهد، آزمون اتا، $0/288$ و سطح معنا داری $0/05$ است. این بدان معناست که میان جنسیت و سواد رسانه‌ای، رابطه معناداری وجود ندارد. در تبیین آن می‌توان گفت که با توجه به گستردگی سطح دسترسی و استفاده از رسانه در سال‌های اخیر و محدودیت سنی جامعه آماری پژوهش (18 تا 35 ساله) انتظار می‌رود، تفکر انتزاعی در میان این سنین رشد کافی داشته باشد. لذا تعالیم دینی در کنار حاکمیت عدالت جنسیتی در برخورداری از امکانات مختلف آموزشی، شرایط یکسانی را برای دو جنس فراهم کرده است. لذا، بنا به سطح هوشمندی و دانایی مخاطب از مفاهیم و نمادها، آگاهی و داشته‌های فکری و فرهنگی و سبک زندگی خویش، پیام‌های مختلف راگزینش می‌کند. از این رو، انتظار می‌رود جنسیت و وضعیت تأهل تأثیری بر سواد رسانه‌ای نداشته باشد. هم‌چنین میان وضعیت تأهل و سواد رسانه‌ای، رابطه معناداری وجود ندارد، زیرا نتایج نشان می‌دهد، آزمون اتا، $0/286$ و سطح معناداری، $0/102$ می‌باشد. رابطه‌ای میان سواد رسانه‌ای و سطح درآمد نیست، چرا که ضریب همبستگی کندال، $0/021$ و سطح معناداری، $0/583$ است. با توجه به اینکه سواد رسانه‌ای، یک مهارت متکی بر یافته‌های ذهنی و نگرشی بوده و همانطور که در قبل گفته شد، به دلیل اتخاذ سیاست‌های توسعه عدالت اجتماعی و به تبع آن، توسعه ارتباطات در سال‌های اخیر، سطح دسترسی به رسانه افزایش یافته و به طور نسبی، امکان بهره‌مندی برای طبقات مختلف جامعه از رسانه فراهم بوده است. لذا به طور طبیعی، انتظار می‌رود میان سواد رسانه‌ای و سطح درآمد ارتباطی وجود نداشته باشد. نتایج تحقیق حامدی (1391) با عنوان عوامل اجتماعی، فرهنگی مرتبط با سواد رسانه‌ای دانشجویان، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران شرق، نیز با نتایج این تحقیق، مطابقت دارد. نتایج این تحقیق، گویای آن است که میان سواد رسانه‌ای با وضعیت تأهل، جنسیت، رشته تحصیلی، پایگاه اقتصادی، اجتماعی و سن رابطه‌ای وجود نداشته است.

با توجه به اینکه جامعه ایران، صنعتی نبوده و به دلیل ماهیت انقلاب اسلامی ایران، سیاست‌های عدالت اجتماعی اجرا شده است، نمی‌توان بر مبنای نظریه شکاف آگاهی، چنین گفت که طبقات بالای اجتماعی از سرمایه بالاتری برخوردار بوده و به همین دلیل، سطح آگاهی آنان، بیش از سایر اقشار است.

بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه بر آن بود تا به بررسی جامعه‌شناختی رابطه بین سواد رسانه‌ای و سرمایه

فرهنگی شهر تهران پیردازد. هر چند این پژوهش، در شهرهای دیگر ایران و حتی در جهان انجام شده است، اما بررسی رابطه سرمایه فرهنگی عینیت یافته، نهادینه شده و متجسد و سواد رسانه‌ای در شهر تهران، انجام نشده است. بنابراین، انجام این کاوش که در قالب پرسش‌نامه از طریق پیمایش انجام شد، بیانگر این مطلب است که سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای، ارتباط مستقیم و معناداری با یکدیگر دارند. این یافته پژوهشی با یافته‌های پیمایش بنی‌هاشمی و غلامپور (۱۳۹۸) با عنوان «تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی، مطالعه موردی است که توسط مؤسسه فرهنگی - قرآنی اصفهان انجام شده است، مطابقت دارد. نتایج آن نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای با سرمایه فرهنگی رابطه مستقیم دارد و میزان تأثیر سرمایه فرهنگی بر سواد رسانه‌ای، در حد متوسط رو به پایین است. همچنین، بیشترین تأثیر را مؤلفه‌های فهم انتقادی و تولید محتوای رسانه‌ای، یعنی آموزش تفکر انتقادی و تولید محتوای رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی دارند. اما بررسی‌های دقیق‌تر، گویای آن است که سرمایه فرهنگی تجسم یافته و عینیت یافته با سواد رسانه‌ای ارتباط مستقیم و معنادار دارند. تحقیق افشانی و همکاران (۱۳۹۶) که با عنوان «رابطه سرمایه فرهنگی و سواد رسانه‌ای بین جوانان شهر بافق» انجام شده است، بخش‌هایی از نتایج این تحقیق را تأیید نمی‌کند. نتایج نشان می‌دهد، میان سواد رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی رابطه مستقیم و معنادار است، به نحوی که بعد عینی، قوی‌ترین رابطه را دارد. این در حالیست که میان سرمایه فرهنگی نهادینه شده با سواد رسانه‌ای در تحقیق حاضر، رابطه‌ای وجود ندارد که نباید از آن چشم‌پوشی کرد.

چنانچه بخواهیم، با استفاده از نظریات بوردیو به تبیین نتایج پردازیم، می‌توان گفت که اولاً، بی‌شک جامعه ایران به عنوان یک جامعه پیشرفته و صنعتی محسوب نمی‌شود که در آن تمایز ساختاری کاملی اتفاق افتاده باشد. در ایران، تعداد میدان‌های مستقل، بسیار اندک است و استقلال نسبی آنها، بسیار کم است. در قلمرو دین، هنوز جهان‌بینی‌های دنیوی، آن‌چنان در بین مردم از جایگاه، برخوردار نیست، در قلمرو خانواده، هنوز شبکه‌های وسیع خویشاندی، کاملاً گسترده‌گی خود را از دست نداده است و خانواده هسته‌ای، هنوز به طور کامل شکل نگرفته است. از نظر طبقاتی، تحرک اجتماعی و جغرافیایی آن‌چنان شکل نگرفته است که نظام‌های سلسله‌مراتبی سنتی را سست کند. بنابراین به دلایل مختلف، همچون عدم مدرنیزاسیون اقتصادی و صنعتی نشدن، تفکیک میدانی چندانی رخ نداده است. به همین دلیل، قواعد و مقررات برخی

از میدان‌ها به سایر میدان‌ها تأثیر گذاشته و استقلال آنها را از بین برده است. یکی از میدان‌هایی که به نظر می‌رسد به سایرین تأثیرگذار بوده، میدان دین است. میدان دین به تمامی ابعاد زندگی فرد اعم از اقتصاد، سیاست، تعلیم و تربیت، خانواده و ... سایه انداخته و بر نگرش و رفتار انسان‌ها نفوذ کرده است. بنابراین، گستردگی نقش دین در جامعه اسلامی ایران در ابعاد مختلف زندگی، موجب شده است تا اولاً، آحاد مختلف جامعه، درک بهتری از رابطه میان قدرت، سیاست و سلطه‌جویی از سوی رسانه‌ها داشته باشند و از سوی دیگر، سرمایه‌های معنوی و فرهنگی ناشی از ایدئولوژی اسلامی بر نوع نگرش و ارزیابی و گزینش‌گری افراد در تحلیل و ارزیابی محصولات رسانه‌ای تأثیر داشته باشند، از این رو، در چنین شرایطی، انتظار می‌رود سرمایه فرهنگی تجسم یافته و عینیت یافته با سواد رسانه‌ای ارتباط مستقیم و معناداری داشته باشد.

همچنین یافته‌های این مطالعه، حاکی از آن است که میان جنسیت و سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد. با توجه به نظریه بورديو، در تبیین آن می‌توان گفت که با توجه به گستردگی سطح دسترسی و استفاده از رسانه در سال‌های اخیر و محدودیت سنی جامعه آماری پژوهش (۱۸ تا ۳۵ ساله)، انتظار می‌رود، تفکر انتزاعی در میان این سنین، رشد کافی داشته باشد. لذا تعالیم دینی در کنار حاکمیت عدالت جنسیتی در برخورداری از امکانات مختلف آموزشی، شرایط یکسانی را برای دو جنس فراهم نموده است. بنابراین، بنا به سطح هوشمندی و دانایی مخاطب، از مفاهیم و نمادها، آگاهی و داشته‌های فکری، فرهنگی و سبک زندگی خویش، پیام‌های مختلف را گزینش می‌کند. از این رو، انتظار می‌رود جنسیت و وضعیت تأهل، تأثیری بر سواد رسانه‌ای نداشته باشد. همچنین، میان وضعیت تأهل و سواد رسانه‌ای، رابطه معناداری وجود ندارد. با توجه به اینکه سواد رسانه‌ای، یک مهارت متکی بر یافته‌های ذهنی و نگرشی بوده و به دلیل اتخاذ سیاست‌های توسعه عدالت اجتماعی و به تبع آن، توسعه ارتباطات در سال‌های اخیر، سطح دسترسی به رسانه افزایش یافته و به طور نسبی امکان بهره‌مندی برای طبقات مختلف جامعه از رسانه فراهم بوده است. نتایج تحقیق حامدی (۱۳۹۱) با عنوان «عوامل اجتماعی، فرهنگی مرتبط با سواد رسانه‌ای دانشجویان، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران شرق» نیز با نتایج این تحقیق، مطابقت دارد. نتایج این پژوهش، گویای آن است که میان سواد رسانه‌ای با وضعیت تأهل، جنسیت، رشته تحصیلی، پایگاه اقتصادی، اجتماعی و سن رابطه‌ای وجود نداشته است.

با توجه به اینکه جامعه ایران، صنعتی نبوده و به دلیل ماهیت انقلاب اسلامی

ایران، سیاست‌های عدالت اجتماعی اجرا شده است، نمی‌توان بر مبنای نظریه شکاف آگاهی، چنین گفت که طبقات بالای اجتماعی از سرمایه بالاتری برخوردار بوده و به همین دلیل، سطح آگاهی آنان، بیش از سایر اقشار است.

از سوی دیگر، با توجه به اینکه امروزه، تلاش بر آن است که سطح برخورداری احاد مختلف جامعه از امکانات و فناوری اطلاعاتی در اقشار مختلف جامعه، به طور یکسان توسعه یابد، از این رو، در سال‌های اخیر، شاهد توسعه زیرساخت‌های ارتباطی به‌ویژه اینترنت در اقصی نقاط ایران، حتی در مناطق محروم بوده و سطح دسترسی اقشار ضعیف جامعه به وسایل ارتباط جمعی و فضای مجازی و به طرز قابل توجهی افزایش یافته است. به‌ویژه آنکه این تحقیق در شرایط شیوع ویروس کرونا و مجازی‌شدن آموزش، اجرا شده است که استفاده از وسایل ارتباطی و رسانه‌ای، برای ادامه روند آموزش، اجتناب‌ناپذیر بوده و مخاطبان، ناگزیر از کسب اطلاعات کافی از نحوه برخورداری از شیوه‌های مختلف کسب آگاهی در فضای مجازی با استفاده از ابزار رسانه‌ای بوده‌اند. از این رو، انتظار می‌رود که این بعد از سواد رسانه‌ای، در حد قابل قبولی باشد و بالطبع بر افزایش سطح سواد رسانه‌ای در جامعه اثرگذار خواهد بود.

با توجه به نتایج این مطالعه و سایر پژوهش‌ها، می‌توان اظهار داشت که سواد رسانه‌ای، مخاطبان را قادر می‌سازد که از میان حجم انبوهی از پیام‌ها، تصاویر، زبان و صدایی که از رسانه دریافت می‌کنند، هم منتقدانه بیندیشند و هم تولید کنند. به بیان دیگر، مخاطبان از این طریق می‌توانند اطلاعاتی را که از کانال‌های ارتباط جمعی، دریافت می‌کنند، رمزگشایی کرده و درباره محتوای آن، قضاوت مستقل و تفسیر مفهومی خویش را داشته باشند. یک مخاطب فعال در استفاده از رسانه، گزینش سودمند و مناسبی از اطلاعات و محتواهای موجود در رسانه خواهد نمود. لذا علاوه بر آنکه وی، قدرت مدیریت زمان، اعتبارسنجی رسانه‌ها، دسترسی، ارزیابی و تجزیه و تحلیل محتوای موجود در رسانه را دارد، نیازمند کسب دانش و اطلاعات کافی در زمینه‌های تاریخی، اقتصادی، فرهنگی سیاسی، دینی و ... نیز است. در چنین شرایطی، کسانی موفق‌تر خواهند بود که از فرهنگ، هنارها و ارزش‌های رایج جامعه، آگاهی کافی داشته و از سرمایه فرهنگی بالاتری برخوردار باشند. این قبیل افراد، شایستگی و فهم و کاربست کدهای فرهنگی مسلط جامعه را دارند و با نگاه گزینش‌گر به برنامه‌های رسانه‌ای می‌نگرند.

بنابراین، بسته به اینکه هر فرد به چه میزان از سرمایه فرهنگی غنی‌تری برخوردار باشد، در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، نگرش انتخابی و منتقدانه داشته و بنا به

اعتقادات و ارزش‌های خویش، آن را ارزیابی و اقدام به رد یا پذیرش آن می‌کند. از این رو، دانش و مهارت مخاطبان در قدرت تحلیل و ارزیابی و پردازش مفاهیم و اطلاعات و توانایی فرد، در عینیت بخشیدن یا رد آن، نقش مهمی در تأثیر پذیری وی از رسانه دارد. بر اساس نظر جامعه‌شناسانی چون بوردیو که سه منبع عمده سرمایه فرهنگی را پرورش خانوادگی، آموزش رسمی و فرهنگ شغلی می‌داند، فقدان یا ضعف در برنامه‌ریزی و فراهم نکردن امکانات لازم برای رشد و توسعه این نوع سرمایه از این سه منبع، می‌تواند به یکی از معضلات اساسی جامعه تبدیل شود و در نهایت آثار زیانبار آن، گریبان کل جامعه را خواهد گرفت. با پیچیده‌تر شدن زندگی و افزایش آهنگ تغییرات اجتماعی و رشد و توسعه روزافزون رسانه‌ها، نحوه انباشت و توسعه سرمایه فرهنگی، به‌منظور مسئله اساسی، پیشروی مدیران و اندیشمندان اجتماعی قرار گرفته است.

این پژوهش به مانند سایر تحقیقات، دارای محدودیت‌هایی چون عدم اظهار نظر واقعی پاسخگویان به پرسش‌نامه‌ها، محدود بودن اجرای تحقیق در تهران، به دلیل شیوع ویروس کرونا بود. در نهایت، به برنامه‌ریزان و سیاستگذاران در حوزه سواد رسانه‌ای، پیشنهاد می‌شود که با توجه به رابطه مستقیم و معنادار سرمایه فرهنگی با سواد رسانه‌ای، از مؤسسه‌های فرهنگی برای اجرای برنامه‌های فرهنگی حمایت کنند، زیرا می‌تواند، گامی مؤثر در این راستا تلقی شود. همچنین توسعه مشارکت‌های مردمی در قالب سازمان‌های مردم‌نهاد و مؤسسات فرهنگی و حمایت مادی و معنوی از آنان در اجرای برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای به‌ویژه تشویق و ترغیب به تولید محتوای مفید و مناسب در فضای رسانه‌ای، نقش مؤثری در تسریع آموزش سواد رسانه‌ای خواهد داشت. اهتمام ویژه نسبت به توسعه آموزش مهارت سواد رسانه‌ای از طریق دستگاه‌های فرهنگی، آموزشی مانند وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر نهادهای مرتبط و اختصاص ردیف بودجه برای آموزش، می‌تواند مؤثر باشد. در این زمینه، ارزشیابی مستمر برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای، موجب افزایش کیفیت و اثربخشی برنامه‌های اجرایی خواهد شد.

منابع و مآخذ

- پاتر، دبلیو جیمز. (۱۳۹۱). بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای، ترجمه امیر یزدیان، پیام آزادی و منادعلی). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- دلاور، علی، خانیکی، هادی و شاه‌حسینی، وحیده. (۱۳۹۴). مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان پایه چهارم ابتدایی. فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، ۴ (۱۶)، ۴۱-۱۱.
- DOR 20.1001.1.38552322.1395.4.16.1.8
- رضایی، محمد و تشویق، فاطمه. (۱۳۹۲). بازخوانی سنجه‌های سرمایه فرهنگی. فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۲ (۱)، ۳۵-۹.
- روح الامینی، محمود. (۱۳۷۴). زمینه فرهنگ جامعه‌شناسی. تهران: مرکز چاپ و انتشار دانشگاه تهران.
- شارع‌پور، محمود، خوش‌فر، علامرضا. (۱۳۸۱). رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان: مطالعه موردی شهر تهران. نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، ۳ (۲۰)، ۱۴۷-۱۳۳.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۸). سواد رسانه‌ای چیست؟. تهران: نشر همشهری.
- طلوعی، علی. (۱۳۹۱). سواد رسانه‌ای، درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- قاسمی، طهمورث. (۱۳۸۵). آموزش سواد رسانه‌ای. فصلنامه پژوهش و سنجش، ۴ (۱۷).
- Dobrzyiska. M, Strzabonska. A, (2011), Kompetencje Jako Prezejaw kapitału ludzkiego (in:) Bilans kapitału ludzkiego w polsce, Raport Podsumowujący pierwsza edycje badan, realizowana w 2010 r., polska Agenja Rozwoju przedsiebiorczosci, Warszawa.
- Hobbs, Renee, (2003), "Measuring the acquisition of Media Literacy skills", Reading research quarterly
- Potter, w. James Media literacy. (2005), Sage publication. Thousand Oaks, California.
- Zhong, H.L, (2015), Education of Media Literacy and Ideology & politics , creative Education, 6, 2422-2426.

Contents

How Influencer Women Represent the Family Everyday Life in Corona Situation Mohammad Taghi Karami ghahi, Shima Farzadmanesh,a.....	7
Prediction of Women's Fertility Behavior in Tehran Province Based on Cultural Approach Applying Agent-based Modeling Nasibeh Esmacili, Mohammad Jalal Abbasi-Shavazi	41
The Invisible Poor's Phenomenological Narratives of Poverty Mohammad Abbaszadeh, Mirdavoud Hashemi	85
Identifying Designing and Validation of Cultural Literacy Framework for Elementary School Teachers Zhila Heidari Naghd Ali, Mohammad Javdani, Amin Bagheri Kerachi, Jahangir Zar	125
Critical Discourse Analysis of the National Emblems of the Qajar Period and the Islamic Republic of Iran Based on Van Dijk's Views Farideh Afarin, Sajedeh Nikian.....	173
Analyzing the Meaning Structure of the Lifestyle of the Women of the "Y" Generation in Tehran Mahtab Razie, Ehsan Rahmani Khalili, Aliyeh Shekar beygi.....	205
Sociological Study in the Field of Communication between Cultural Capital and Media Literacy among Young People Aged 18-34 in Tehran Mahnaz Galili, Zahra Mirza Agha	237





of Culture Studies - Communication

Vol .24, Series.94, No.62, Summer 2023

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

Aghili, Seyed Vahid (Ph.D)

Fayyaz, Ebrahim (Ph.D)

Karami Ghahi, Mohammadtaghi (Ph.D)

Nourbakhsh, Younes (Ph.D)

Yasini, seyedeh Raziye (Ph.D)

Executive Director:

Mehri, Roghayeh

Editor:

Shafiekhani, Shahnaz

Graphic Designer:

Khalili, Hamed

Printing House:

New window

Editorial Office

No.9, Dameshgh St. Valiasr Square,

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



This journal is indexed in
the Islamic World Science
Citation Database (ISC).

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.