

علوم اجتماعی

دانشگاه فردوسی مشهد

(نشریه علمی)



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶

- ۱ ■ نقش ابعاد فرهنگ در اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با نقش میانجی اعتماد و سودمندی درک شده (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی سمنان)
ابوالفضل دانایی
- ۳۳ ■ بر ساخت اجتماعی کرونا مبتنی بر تجربه زیسته بیماران (مورد مطالعه: بیماران مبتلا به کرونا در بین سال‌های ۱۳۹۹-۱۴۰۱)
زهرارضایی نسب، بهروز سپیدنامه، منظر احمدی
- ۷۵ ■ بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی کارکنان با نقش میانجی انگیزه‌های نوع دوستانه
فریبرز رحیم‌نیا، فاطمه قربانی، شیلا منظم ابراهیم‌پور
- ۱۰۵ ■ طراحی الگو و ابعاد نابرابری جنسیتی با رویکرد فراترکیب
محسن نیازی، علی فرهادیان، فریده عیوضی، فاطمه خوش بیانی آرانی
- ۱۳۹ ■ مطالعه کیفی رفتارهای متظاهرانه در بین مردم شهر همدان
اسماعیل بلالی، شهین ایمانعلیزاده
- ۱۸۱ ■ تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتار بزهکارانه (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تبریز)
پدرام رنجبر، حبیب احمدی، ماهرخ رجبی
- ۲۱۳ ■ تبیین ارتباط چابکی استراتژیک با مؤلفه‌های تمایلات رفتاری مشتریان شرکت بیمه آسیا
محمدامین احمدزاده، محسن مرادی، محمدرضا مستقیمی
- ۲۴۱ ■ مطالعه نقش سبک زندگی اسلامی در ارتقای امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر اراک)
هادی رفیعی کیا، حمیدرضا نومرادی، محمدامین مغازه‌ئی
- ۲۷۱ ■ تحلیل روایت نقش تجربه خیانت بر اعتماد بین فردی و خانوادگی (مطالعه موردی: جوانان شهرستان زاهدان)
عبدالرسول حسینی فر، شکیب ضربی قلعه‌حمای، اقلیما کرد
- ۲۹۹ ■ تبیین تخلفات رایانه‌ای دانشجویان: کاربست تجربی نظریه انتخاب عقلانی
اکبر علیوردی‌نیا، نادر رازقی، اسماعیل نظری، داریوش قهرمانیان



دانشگاه فردوسی مشهد
علوم اجتماعی
(نشریه علمی)

سال یستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶

بر اساس مصوبه وزارت عتف از سال ۱۳۹۸، کلیه نشریات دارای درجه "علمی - پژوهشی" به نشریه "علمی" تغییر نام یافتند.

صاحب امتیاز: دانشگاه فردوسی مشهد

مدیر مسئول: دکتر حسین بهروان (استاد دانشگاه فردوسی مشهد)

سرمدیر: دکتر حسین بهروان (استاد دانشگاه فردوسی مشهد)

هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

دکتر فاطمه گلایی، استاد دانشگاه تبریز (دکترای جامعه‌شناسی)	دکتر عبدالعلی لهسایی‌زاده، استاد دانشگاه شیراز (دکترای جامعه‌شناسی)
دکتر حسین بهروان، استاد دانشگاه فردوسی مشهد (دکترای جامعه‌شناسی)	دکتر محسن نوغانی دخت بهمنی، دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد (دکترای جامعه‌شناسی)
دکتر غلامرضا جمشیدیها، استاد دانشگاه تهران (دکترای جامعه‌شناسی)	دکتر منصور وثوقی، استاد دانشگاه تهران (دکترای جامعه‌شناسی)
دکتر سیدمحمد سیدمیرزائی، استاد دانشگاه شهید بهشتی (دکترای جمعیت‌شناسی)	دکتر علی یوسفی، دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد (دکترای جامعه‌شناسی)
دکتر یعقوب فروتن، دانشیار دانشگاه مازندران (دکترای جمعیت‌شناسی)	دکتر محمود صدری، استاد دانشگاه زنان تگزاس (دکترای جامعه‌شناسی)
دکتر محمدتقی شیخی، استاد دانشگاه الزهرا (دکترای جامعه‌شناسی)	رافائل اسموژینسکی، دانشیار جامعه‌شناسی، موسسه فلسفه و جامعه‌شناسی آکادمی علوم لهستان
دکتر رامپور صدر نوی، استاد دانشگاه فردوسی مشهد (دکترای اجتماعی)	

مقالات نمودار آرای نویسندگان است و به ترتیب حروف الفبای نام خانوادگی نویسنده اصلی به چاپ رسیده است.

مدیر داخلی: دکتر حسین میزایی

ویراستار ادبی: دکتر جواد میزبان

ویراستار انگلیسی: مرکز ویراستاری انگلیسی دانشکده ادبیات و علوم انسانی

حروفچین و صفحه‌آرا: محبوبه ایران‌پاک

کارشناس اجرایی دفتر مجله: زهرا بنی‌اسد

شمارگان: ۳۰ نسخه

نشانی: مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی، کد پستی ۹۱۷۹۴۸۸۳، نمابر: ۳۸۸۰۷۰۶۰ (۰۵۱)

۳۸۸۰۵۱۹۴ (۰۵۱)، سردبیر: ۳۸۸۰۵۱۹۲ (۰۵۱).

خارج کشور: ۲۵ دلار (آمریکا- سالانه)، ۲۰ دلار (سایر کشورها- سالانه)

نشانی اینترنتی مجله، ارسال مقاله و حاوی متن کامل تمام مقالات:

http://social.um.ac.ir Email: Jss@ferdowsi.um.ac.ir

شماره پرونده: ۳/۱۱/۵۴۳ - این مجله در نشست کمیسیون بررسی نشریات علمی کشور مورخ ۸/۳/۲۳، رتبه علمی - پژوهشی دریافت نموده است.

این مجله در پایگاه‌های زیر نمایه می‌شود:

- پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)
- پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID)
- پایگاه بانک اطلاعات نشریات کشور (Magiran)

شماره پروانه انتشار از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۴/۶۰۷ مورخ ۱۳۸۵/۲/۱۷

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

داوران این شماره به ترتیب حروف الفبا

دکتر قاسم اسلامی (استادیار گروه مدیریت، دانشگاه فردوسی مشهد)
دکتر ابوالفضل اکبری (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور تهران)
دکتر علی بوداقي (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز)
دکتر سمیرا پور (استادیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه بیرجند)
دکتر محمود تیموری (دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد)
دکتر سید کمال الدین حسینی (دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، عضو هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید بهشتی مشهد)
دکتر هادی رازقی مله (دکتری جامعه شناسی/ بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان)
دکتر اعظم راودراد (استاد گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران)
دکتر مریم رحمانی (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه بجنورد)
دکتر صمد رسول زاده اقدم (دانشیار گروه مطالعات خانواده، دانشگاه شهیدمدنی آذربایجان تبریز)
دکتر مریم سهرابی (دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد)
دکتر صمد عدلی پور (دکتری جامعه شناسی، دانشگاه تبریز)
دکتر فرزانه غریبی (استادیار گروه علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه اراک)
دکتر احمد کلاته ساداتی (دانشیار جامعه شناسی، دانشگاه یزد)
دکتر فاطمه گلابی (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز)
دکتر مریم مختاری (دانشیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه یاسوج)
دکتر حمید مسعودی (استادیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه بیرجند)
دکتر حسین میرزائی (استادیار جامعه شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد)
دکتر سیداحمد میرمحمدتبار (استادیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه اراک)
دکتر محسن نوغانی دخت بهمنی (دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد)
دکتر بهرام نیک بخش (استادیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه پیام نور تهران)

۱. مقاله‌ها حداکثر در ۸۵۰۰ کلمه (با احتساب چکیده و منابع) از طریق پرتال مجله به آدرس <http://social.um.ac.ir> ارسال شوند. ذکر مشخصات نویسنده اصلی و ترتیب اسامی نویسندگان (رتبه علمی، گرایش تخصصی، محل خدمت، تلفن تماس و نشانی پست الکترونیکی) ضروری است.

۲. فاصله خطوط ۱، حاشیه از طرفین ۳ و از بالا ۵ سانتی متر و پایین ۴ سانتی متر، متن مقاله با قلم بی لوتوس ۱۳ و چکیده با قلم بی لوتوس ۱۲ باشد.

۳. ساختار مقاله: صفحه عنوان، چکیده فارسی به همراه لاتین آن (حداکثر ۳۰۰ کلمه)، کلیدواژه‌ها (حداکثر ۵ واژه)، متن مقاله، یادداشت‌ها، منابع.

– صفحه عنوان: نام مقاله به صورت کامل

نام نویسنده (رتبه علمی، رشته و محل خدمت)

ایمیل نویسندگان (در زیر نام هر نویسنده، ایمیل مربوط به آن نویسنده ذکر شود).

نویسنده مسئول و عهده‌دار مکاتبات مشخص شود.

– متن مقاله: در متن مقاله، رعایت و ذکر همه بخش‌های مقاله، شامل: مقدمه، مبانی نظری، روش تحقیق، یافته‌های پژوهش، بحث و نتیجه‌گیری الزامی است.

– ارجاعات مقاله، درون‌متنی و براساس APA نسخه عبادی (به راهنمای آن در سامانه نشریه مراجعه شود).

– در نقل قول‌ها (خواه مستقیم، خواه غیرمستقیم)، استناد به آرا و اقتباس از آثار دیگران، حتماً نام نویسنده/نویسندگان و سال انتشار و در صورت لزوم شماره صفحه اثر داخل پرانتز در متن آورده شود. هرگاه نقل قول مستقیم باشد، شماره صفحه مطلب در اثر اصلی نیز همان‌جا در متن آورده شود.

نقل قول‌های مستقیم مفصل، به صورت جدا از متن، با تورفتگی از دو طرف و فونت ریزتر آورده شود. اسامی و واژه‌های غیرفارسی فارسی نیز به صورت فارسی نوشته شود و معادل لاتین آن‌ها در پاورقی بیاید.

– در نقل قول‌هایی که دو نویسنده دارد، در هر بار ارجاع، نام هر دو نفر ذکر شود و در نقل قول‌هایی که بیش از دو نویسنده دارد، اگر تعداد نویسندگان پنج نفر یا کم‌تر باشد، فقط در اولین بار ارجاع نام همه نویسندگان ذکر شود و در دفعات بعد، نام نویسنده اول و «دیگران» بیاید. همچنین در صورتی که تعداد نویسندگان شش نفر یا بیش‌تر باشد، تنها نام نفر اول و عبارت «و دیگران» ذکر شود.

– در پایان مقاله، تنها منابعی که در متن مقاله نام برده و ارجاع داده شده است، بیاید. منابع پایان مقاله براساس ترتیب الفبایی نام خانوادگی نویسنده/نویسندگان به شرح زیر آورده شود:

– کتاب: نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده/نویسندگان. (تاریخ انتشار داخل پرانتز). نام کتاب (ایتالیک). نام مترجم/مصحح. محل نشر: نام ناشر.

- **مقاله:** نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده/ نویسندگان. (تاریخ انتشار داخل پرانتز). عنوان مقاله. نام مترجم. نام نشریه (ایتالیک)، دوره/ سال (شماره)، شماره صفحات اول و آخر مقاله.
- **مجموعه مقالات:** نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده/ نویسندگان. (تاریخ انتشار داخل پرانتز). عنوان مقاله. نام ویراستار یا گردآورنده. نام مجموعه مقالات (ایتالیک). محل نشر: ناشر.
- **همایش‌ها:** نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده/ نویسندگان. (تاریخ انتشار داخل پرانتز). عنوان مقاله. زمان دقیق همایش (روز و سال و ماه). مکان همایش. شماره صفحات اول و آخر مقاله.
- **سایت‌های اینترنتی:** نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده/ نویسندگان. عنوان موضوع (ایتالیک)، نام و آدرس سایت/ اینترنتی (آخرین تاریخ و زمان تجدید نظر در سایت اینترنتی، شامل روز و ماه و سال).
- **رساله‌های تحصیلی:** نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده. (تاریخ نگارش داخل پرانتز). نام پایان‌نامه (ایتالیک). مقطع تحصیلی. نام دانشکده. نام دانشگاه، کشور.
- در موارد دیگر نیز انواع منابع به شیوه APA عمل شود.
۴. متن کامل مقاله نباید در هیچ‌یک از مجلات داخل یا خارج از کشور و یا در مجموعه‌مقاله‌های همایش‌ها چاپ شده باشد. نویسندگان/ نویسندگان موظفند در صورتی که مقاله آن‌ها در جای دیگر چاپ شده یا پذیرش چاپ آن اعلام شده باشد، موضوع را به آگاهی دفتر مجله برسانند.
۵. مدیریت مجله در ویراستاری ادبی مقاله، بدون تغییر محتوای آن، آزاد است.
۶. فایل الگوی نگارش مقاله مطابق قواعد پیش گفته در سامانه مجله موجود است.

فهرست مندرجات

- نقش ابعاد فرهنگ در اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با نقش میانجی اعتماد و سودمندی درک شده (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی سمنان)
ابوالفضل دانایی
۱-۳۱
- بر ساخت اجتماعی کرونا مبتنی بر تجربه زیسته بیماران (مورد مطالعه: بیماران مبتلا به کرونا در بین سال‌های ۱۳۹۹-۱۴۰۱)
زهره رضایی نسب، بهروز سپیدنامه، منظر احمدی
۳۳-۷۳
- بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی کارکنان با نقش میانجی انگیزه‌های نوع دوستانه
فریبرز رحیم‌نیا، فاطمه قربانی، شیلا منظم ابراهیم‌پور
۷۵-۱۰۳
- طراحی الگو و ابعاد نابرابری جنسیتی با رویکرد فراترکیب
محسن نیازی، علی فرهادیان، فریده عیوضی، فاطمه خوش بیانی آرانی
۱۰۵-۱۳۷
- مطالعه کیفی رفتارهای متظاهران در بین مردم شهر همدان
اسماعیل بلالی، شهین ایمانعلیزاده
۱۳۹-۱۷۹
- تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتار بزهکارانه (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تبریز)
پدرام رنجبر، حبیب احمدی، ماهرخ رجبی
۱۸۱-۲۱۲
- تبیین ارتباط چابکی استراتژیک با مؤلفه‌های تمایلات رفتاری مشتریان شرکت بیمه آسیا
محمدامین احمدزاده، محسن مرادی، محمدرضا مستقیمي
۲۱۳-۲۴۰
- مطالعه نقش سبک زندگی اسلامی در ارتقای امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر اراک)
هادی رفیعی‌کیا، حمیدرضا نومرادی، محمدامین مغازه‌ئی
۲۴۱-۲۷۰
- تحلیل روایت نقش تجربه خیانت بر اعتماد بین فردی و خانوادگی (مطالعه موردی: جوانان شهرستان زاهدان)
عبدالرسول حسینی‌فر، شکیب ضریبی‌قلعه‌حمایی، اقلیما کرد
۲۷۱-۲۹۷
- تبیین تخلفات رایانه‌ای دانشجویان: کاربست تجربی نظریه انتخاب عقلانی
اکبر علیوردی‌نیا، نادر رازقی، اسماعیل نظری، داریوش قهرمانیان
۲۹۹-۳۴۲

علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد (نشریه علمی)

سال یستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2023.79950.1271

مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

نقش ابعاد فرهنگ در اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با نقش میانجی اعتماد و سودمندی درک شده (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی سمنان)

ابوالفضل دانایی (دانشیار گروه مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران)

a.danaei@semnaniau.ac.ir

چکیده

پیشرفت‌های جدید دنیای تکنولوژی رسانه‌های هوشمند را به‌منزله شیوه‌ای جهت برقراری ارتباط میان افراد قرار داده است. به‌رغم وجود مزایای شبکه‌های هوشمند، اعتیاد در استفاده از این تکنولوژی می‌تواند منجر به آسیب‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی گردد. بر این اساس این پژوهش با هدف بررسی تأثیر فرهنگ بر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با تمرکز به رسانه اجتماعی تلگرام در میان دانشجویان انجام یافته است. تحقیق حاضر از نظر روش، توصیفی و پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است. جامعه آماری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان است که از تلگرام استفاده می‌نمایند. از تعداد ۴۳۰ پرسشنامه پخش شده تعداد ۴۰۰ پرسشنامه معتبر و قابل سنجش جمع‌آوری گردید و در نهایت با روش معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق مشخص گردید که ابعاد فرهنگ هافستد (دوری از عدم قطعیت، فاصله قدرت، مردگرایی/ زن‌گرایی، فردگرایی، جمع‌گرایی) و اعتماد و سودمندی ادراک‌شده با اعتیاد به رسانه تلگرام رابطه مستقیم دارد. **واژگان کلیدی:** فرهنگ هافستد، رسانه‌های اجتماعی، تلگرام، مدل یابی معادلات ساختاری.

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۳۱-۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۶ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۵/۳۱ تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۶/۰۸

۱. مقدمه

استفاده از اینترنت در سال‌های اخیر به‌عنوان منبع اصلی اطلاعات و یکی از باصرفه‌ترین راه‌های ارتباط در کشورهای مختلف بوده و در چند سال اخیر رواج بیشتری پیدا کرده است. به‌طوری‌که امروزه می‌توان ادعا کرد اینترنت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین اجزای زندگی فردی و اجتماعی تبدیل شده (دوراک^۱، ۲۰۲۰) و به‌عنوان وسیله‌ای برای انتشار سریع و گسترده اطلاعات مزایای فراوانی را به همراه داشته است. درواقع استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اکثر افراد، جزء ابتدایی فعالیت‌هایشان محسوب می‌شود. دراین‌بین قشر جوان جامعه، به‌ویژه دانشجویان، اشتیاق بیشتری برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند (مظفری، ۱۳۹۶). در حال حاضر بیشتر کاربران اینترنت جوانان هستند. نتایج تحقیقات انجام شده در آمریکا نیز نشان می‌دهد استفاده از اینترنت در میان جوانان بیش از هر گروه سنی دیگری است. بر این اساس شبکه‌های اجتماعی مجازی بخشی از زندگی جوانان و دانشجویان شده و بخشی از تجربه زیسته آنان در این فضاها شکل می‌گیرد (فتحی و همکاران، ۱۳۹۸). در این بین مسئله حائز اهمیت این است که در کنار مزایای این فناوری نوین، نگرانی‌هایی در مورد پیامدهایی نامطلوب احتمالی استفاده مکرر از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به این فضا مطرح شده است (مولر^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). درواقع اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی می‌تواند مشکلات عدیده‌ای برای استفاده‌کنندگان به وجود آورد. پژوهشگران این‌گونه عنوان می‌کنند که اگر کاربران فضای مجازی نتوانند به مدت یک ماه دوری از آن را تحمل کنند در معرض خطر اعتیاد اینترنتی قرار دارند. متأسفانه ما شاهد بروز این پدیده در میان جوانان هستیم؛ به‌طوری‌که این مسئله می‌تواند آغازگر آسیب‌های متعدد دیگر مانند آسیب‌های خانوادگی، ارتباطی، عاطفی، روانی، جسمی و اقتصادی گردد (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۶). ازاین‌رو شناخت رفتار و گرایش‌های دانشجویان و فرهنگ استفاده از این شبکه میزان ساعات استفاده، میزان بهره‌گیری مثبت و منفی، میزان

1. Durak

2. Müller

بهره‌گیری آموزشی بسیار حائز اهمیت است و نتایج حاصل از آن می‌تواند دید و شناخت بهتری نسبت به این شبکه‌ها ایجاد کند و بستر مناسب‌تری را برای بهره‌گیری بهتر از این شبکه‌ها و کاهش نگرانی درباره کاربران و تغییرات فرهنگی، فراهم کند (مظفری، ۱۳۹۶).

۲. مبانی نظری تحقیق

در عصر حاضر، اینترنت و دنیای مجازی، یکی از ابزارهای مهم ارتباطی است که توانسته زندگی روزمره افراد را متحول کند و مردم سراسر جهان را با فرهنگ‌ها، هویت‌ها و سبک‌های گوناگون زندگی، به یک جامعه عظیم جهانی پیوند دهد (ابراهیمی و همکاران، ۱۴۰۱). در این بین شبکه‌های اجتماعی نیز، به شدت مورد توجه کاربران اینترنت قرار گرفته و به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بیشتر کاربران تبدیل شده است. شبکه‌های اجتماعی گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی هستند که امکان دستیابی به شکل جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را در اینترنت فراهم آورده‌اند (طاهری مبارکه و همکاران، ۱۳۹۵). این شبکه‌ها افراد را قادر می‌سازند پروفایل ایجاد کرده، با دوستان و خانواده ارتباط داشته باشند، عکس‌ها و اطلاعات را به اشتراک بگذارند، بازی کنند و از طریق پیام گفتگو نمایند (شریفی رهنمو و همکاران، ۱۴۰۱). این در حالی است که علی‌رغم تأثیر بسیار مثبتی که این شبکه‌ها می‌توانند در زمینه‌های گوناگون به خصوص ارتباطی داشته باشند (الیاسی، ۱۴۰۱)، اما همانند سایر تکنولوژی‌ها نیز از سوءاستفاده و یا استفاده ناصحیح مصون نیستند (خانجانی و همکاران، ۱۳۹۸) به نحوی که می‌توانند تأثیرات مخرب و ناراحت‌کننده‌ای برای خیل عظیمی از جامعه از جمله نوجوانان و جوانان در پی داشته باشند (الیاسی، ۱۴۰۱). یکی از این اثرات مخرب، موضوع اعتیاد به فضای مجازی است که به عنوان مسئله‌ای جدی که جامعه مدرن در عصر حاضر با آن روبه‌روست مطرح می‌گردد (شریفی رهنمو و همکاران، ۱۴۰۱).

اعتیاد به اینترنت اولین بار در جولای ۱۹۹۵ توسط ایوان گلدبرگ^۱، روان‌پزشک دانشگاه کلمبیا، مطرح گردید (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱). انجمن روان‌پزشکی آمریکا چهار مؤلفه ضروری را جهت تشخیص اعتیاد به اینترنت پیشنهاد داده است: ۱. استفاده بیش‌ازاندازه از اینترنت که اغلب با از دست دادن حس زمان و غفلت از نیازهای اساسی مرتبط است؛ ۲. علائم ترک شامل احساس خشم، تنش و یا احساس افسردگی زمانی که کامپیوتر در دسترس نیست؛ ۳. علائم تحمل شامل نیاز به تجهیزات کامپیوتری بهتر، نرم‌افزارهای بیشتر و ساعت‌های بیشتر استفاده؛ ۴. پیامدهای ناخوشایند شامل جروب‌بحث، دروغ‌گویی، انزوای اجتماعی و خستگی مزمن (انجمن روان‌پزشکی آمریکا، ۲۰۱۹، به نقل از صدر و همکاران، ۱۴۰۲). به‌طورکلی مطالعه سوابق و تحقیقات گذشته نشان می‌دهد اعتیاد به اینترنت با متغیرهای متعدد زمینه‌ای و شخصیتی ارتباط دارد. به‌علاوه روان‌شناسان معتقدند رفتاری که فرد از خود نشان می‌دهد تحت تأثیر عوامل بسیاری، همچون: عوامل محیطی، فرهنگی، عاطفی و شخصیتی است. از آنجاکه افراد به هنگام حضور در شبکه‌های اجتماعی کوله باری از دانش و تجربه‌های فرهنگی و اجتماعی خود را به همراه می‌آورند و درعین حال تحت تأثیر اطلاعات و تعامل‌های درون آن قرار می‌گیرند (رسولی، ۱۳۹۳)، می‌توان گفت: آشنایی با نقش فرهنگ یکی از مسائل مهم در استفاده از فناوری‌های جدید است (زرگر و رحیمیان، ۱۳۹۷).

ساترلند و وودوارد^۲ فرهنگ را شامل هر چیزی می‌دانند که بتواند از جامعه‌ای به جامعه دیگر منتقل شود؛ یعنی همان میراث اجتماعی و کلیت جامعی که شامل دانش، دین، هنر، اخلاقیات، قانون، فنون ابزارسازی و کاربرد و روش فرارساندن آن‌ها می‌شود (صفردوست و همکاران، ۱۳۹۵). در تعریفی دیگر فرهنگ را، مجموعه‌ای از بینش‌ها، ارزش‌ها، رفتارها و نمادها دانسته‌اند که هویت جمعی را می‌سازد و در شکل‌گیری هویت فردی تأثیر به سزایی دارد (روح‌الامینی، ۱۳۸۸). از نظر یونسکو^۳ فرهنگ، کلیت تاملی از ویژگی‌های معنوی، مادی، فکری و احساسی

1. Ivan Goldberg

2. Sutherland & Woodward

3. UNESCO

است که یک گروه اجتماعی را مشخص می‌کند. فرهنگ نه تنها هنر و ادبیات را در برمی‌گیرد بلکه شامل آیین‌های زندگی، حقوق اساسی نوع بشر، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورهاست (نیستانی و رامشگر، ۱۳۹۲). هافستد^۱ (۱۹۹۱) فرهنگ را به عنوان «برنامه‌نویسی جمعی از ذهن که اعضای یک گروه یا دسته‌های افراد را از سایرین متمایز می‌کند» مفهوم‌سازی کرد. وی معتقد است افراد دارای برنامه‌های ذهنی خاص خود هستند که در خانواده و در اوایل دوره کودکی آن‌ها به وجود می‌آید و در مدارس، دانشگاه‌ها و سازمان‌های مختلف تقویت می‌شود. این برنامه‌های ذهنی حاوی مؤلفه‌های فرهنگی ملی هستند و به شکل واضحی در ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی گوناگونی که در میان افراد کشورهای مختلف وجود دارد، بیان می‌شوند (صفر دوست و همکاران، ۱۳۹۵). بر اساس نظریه ابعاد فرهنگی هافستد، ابعاد فرهنگی شامل فاصله قدرت^۲، دوری از عدم قطعیت^۳، فردگرایی / جمع‌گرایی^۴، مرد گرایی / زن گرایی^۵ است که این ابعاد قادرند تفاوت‌های فرهنگی موجود در ملل مختلف را تبیین کنند.

۲.۱. چارچوب نظری تحقیق

فردگرایی / جمع‌گرایی:

عبارت است از «میزانی که افراد در یک کشور ترجیح دهند به عنوان فرد عمل کنند تا اعضای یک گروه» (حسن‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲). فرهنگ‌های فردگرا تصور می‌کنند هر فرد ابتدا به دنبال علاقه‌مندی خود و سپس علاقه‌مندی خانواده خود است. جمع‌گرایی عبارت است از تمایل افراد به وابستگی به گروه‌ها و اجتماعات و مراقبت از یکدیگر (حسینی و همکاران، ۱۴۰۲). در فرهنگ‌های جمع‌گرا هر فرد خود را به یک یا چند گروه داخلی متعلق می‌داند که نمی‌تواند از آن جدا شود. درواقع مردم به گونه‌ای اجتماعی می‌شوند تا روابط هماهنگ و یکپارچه‌ای با دیگران

1. Hofstede
2. Power Distance Index (PDI)
3. Uncertainty Avoidance Index (UAI)
4. Individualism / Collectivism (IDV)
5. Masculinity / Femininity (MAS)

داشته باشند. تلاش افراد در چنین فرهنگی داشتن پیوند با دیگران و رفتارهای مناسب با گروه اجتماعی است (منصوری سپهر و همکاران، ۱۳۹۲).

مرد گرایی/ زن گرایی:

مردگرایی عبارت است از میزان بهادادن به ارزش‌های مردانه همچون پیشرفت، کسب درآمد، آموزش و ارزش‌های زنانه همچون جو دوستانه، امنیت جایگاه، شرایط فیزیکی و همکاری (حسن‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲).

دوری از عدم قطعیت:

میزان عصبی شدن افراد از موقعیت‌هایی که تصور می‌کنند سازماندهی شده، مشخص و قابل پیش‌بینی نبودند. این موقعیت‌ها مواردی هستند که آن‌ها تلاش می‌کنند با حفظ اصول سخت رفتاری و اعتقاد به حقیقت محض، از آن اجتناب کنند (حسن‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲).

فاصله قدرت:

توزیع قدرت بیانگر حد و میزانی است که افراد دارای قدرت کمتر در یک جامعه، نابرابری در توزیع قدرت را می‌پذیرند و آن را طبیعی می‌انگارند (حسن‌زاده و همکاران، ۱۴۰۲). اگرچه نابرابری در توزیع قدرت در همه فرهنگ‌ها وجود دارد، ولیکن درجه پذیرش آن توسط اعضای جامعه از یک فرهنگ تا فرهنگ دیگر می‌تواند متفاوت باشد (بری^۱ و همکاران، ۲۰۰۲).

اعتماد:^۲

اعتماد را انتظار رفتارهای صادقانه و فاقد منفعت‌جویی از دیگران تعریف می‌کنند (دارا و همکاران، ۱۴۰۱). اعتماد از مفاهیم مهم در روانشناسی اجتماعی است که در یک معنای بسیار کلی سرمنشأ ایجاد تعامل اجتماعی بوده و مرزهای بین گروه‌های گوناگون اجتماعی (خانواده همسالان دوستان و غیره) را درنور دیده و اقدام به شبکه‌سازی ارتباطات (چه در ارتباطات میان فردی و چه بین گروهی و...) می‌کند (پاکیزه و همکاران، ۱۴۰۱). تعریف مناسب اعتماد برای

1. Berry
2. Trust

شبکه‌های اجتماعی می‌تواند این‌گونه باشد که «اعتماد به یک شخص، اعتقاد درباره اقدامات آینده او، بر اساس تعاملاتش است که اغلب در زمینه‌های خاصی منجر به نتیجه خوب می‌شود» (ذبیحی و همکاران، ۱۳۹۲).

اعتماد و فرهنگ:

فرهنگ و اعتماد به فرهنگ در هر سازمانی نقش مهمی دارد چراکه موجب تعاملات بین فردی میان اعضای سازمان می‌شود؛ بنابراین اعتماد که از طریق برقراری تعامل با دیگران شکل می‌گیرد، چه در سطح سازمانی (اعتماد سازمانی) و چه در سطح ملی (اعتماد عمومی) تحت تأثیر ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر جامعه (فرهنگ ملی) و سازمان (فرهنگ سازمانی) قرار دارد. فوکویاما^۱ (۱۹۹۵) عنوان می‌کند که اعتماد ذاتاً در یک جامعه به‌وسیله فرهنگ آن جامعه شکل می‌گیرد؛ بنابراین، تمایل افراد به اعتماد می‌تواند یکی از کارکردهای فرهنگ باشد. یافته‌های مطالعات مربوط به بررسی اعتماد مشتریان به ارائه‌کنندگان خدمات، نشان می‌دهد که در فرهنگ‌های مختلف میزان اعتماد متفاوت است و فرهنگ یکی از تعیین‌کننده‌های اعتماد است. هویر و مک اینیس^۲ نیز اهمیت بررسی اثرات فرهنگی در ایجاد و توسعه اعتماد و ارتباطات افراد را بیان می‌کند. تحقیقی که در خلال سال‌های ۱۹۹۵-۱۹۹۶ توسط مرکز روانشناسی سازمانی و صنعتی در دانشگاه آفریقای جنوبی بر روی عوامل ایجادکننده اعتماد یا عدم اعتماد انجام گردید، منجر به این نتیجه‌گیری شد که اعتماد در سازمان‌ها به‌وسیله عوامل فرهنگی، شخصی و اقدامات مدیریتی ایجاد می‌شود (زارعی و همکاران، ۱۳۸۸).

سودمندی درک شده:^۳

سودمندی درک شده به میزان باور یک شخص از کاربردی بودن سامانه و تأثیر آن بر کارایی عملکرد وی مربوط می‌شود (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۳). به عبارت دیگر سودمندی درک شده

1. Fukuyama

2. Hoyer & MacInnis

3. Perceived Benefit

عبارت است از میزانی که فرد معتقد است استفاده از یک سیستم یا تکنولوژی، عملکرد وی را بهبود می‌دهد (غفاری آشتیانی و همکاران، ۱۳۹۰).

اعتیاد اینترنتی:^۱

در اعتیاد اینترنتی، فرد نه به ماده بلکه به آنچه در رایانه انجام می‌دهد یا به احساسی که هنگام انجام آن به او دست می‌دهد؛ معتاد می‌شود. به عقیده هولمز^۲ استفاده بیش از ۱۹ ساعت در هفته از اینترنت نشانه اعتیاد به اینترنت بوده اما یانگ^۳ ۳۸ ساعت در هفته را مرز اعتیاد اینترنتی می‌داند (جهانبینی وحسین‌زاده، ۱۳۹۵). انجمن روان‌پزشکی آمریکا اعتیاد به اینترنت را یک الگوی استفاده از اینترنت که موجب اختلال عملکردی شده و با حالات ناخوشایند درونی در طول یک دوره دو ماهه همراه باشد تعریف کرده است و برای تشخیص آن هفت ملاک ارائه کرده است حداقل سه معیار در طول دو ماه: ۱- علائم تحمل یا کاهش لذت حاصل در نتیجه استفاده مکرر از اینترنت؛ ۲- علائم ترک در نتیجه قطع (کاهش) استفاده زیاد و طولانی از اینترنت؛ ۳- زمان استفاده از اینترنت بیش از آنچه فرد در ابتدا قصد دارد به طول انجامد؛ ۴- تمایل مداوم برای کنترل استفاده از اینترنت؛ ۵- صرف وقت قابل توجه برای امور مرتبط با اینترنت؛ ۶- کاهش فعالیت‌های اجتماعی، شغلی و تفریحی در اثر استفاده از اینترنت؛ ۷- تداوم استفاده با وجود آگاهی از آثار منفی آن (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۴).

اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی:

بر اساس مدل سندرم اعتیاد^۴، این ادعا مطرح است که افراد معتاد به شبکه‌های اجتماعی، علائم مشابه با افراد معتاد به مواد را تجربه می‌کنند. لذا اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در چارچوب کلی‌تر اعتیادهای اینترنتی قرار می‌گیرد که در کنار سایر کاربردهای اینترنتی اعتیادآور، نظیر اعتیاد

-
1. Internet Addiction
 2. Holmes
 3. Young
 4. Addiction Syndrome Model

به بازی‌های اینترنتی، اعتیاد به وب گردی، قماربازی اینترنتی و اعتیاد جنسی اینترنتی قرار می‌گیرد معیارهای اعتیاد به شبکه‌های مجازی شامل تحمل، گوشه‌گیری، فرار از واقعیت، استفاده زیاد، فقدان کنترل، دوره‌های بهبود و به خطر افتادن فعالیت‌های سرگرمی، شغلی و اجتماعی است که باید حداقل سه مورد از این معیارها طی دوازده ماه برآورده شود (نعامی و نوری ثمین، ۱۳۹۵). با توجه به مطالب مطرح شده پیرامون اعتیاد به اینترنت و عوارض ناشی از آن در زمینه‌های مختلف، دانشجویان بیشتر از سایر اقشار در معرض خطر ابتلا به این اختلال قرار دارند. همچنین، شایان ذکر است که با وجود تحقیقات متعددی که در این حوزه در سایر کشورها انجام شده است، تاکنون به صورت اختصاصی مطالعه‌ای به منظور بررسی ارتباط بین ارزش‌ها و مؤلفه‌های فرهنگی با این اختلال (اعتیاد به اینترنت) در دانشجویان که بیشتر از سایر اقشار در معرض خطر ابتلا به این اختلال قرار دارند، انجام نشده است. از این رو، تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر ابعاد فرهنگ در اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد سمنان انجام گردید.

۲.۲. پیشینه تحقیق

حسینی و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان «بررسی اثر عوامل فرهنگی بر خلق اعتماد به تجارت الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان» به بررسی اثر عوامل فرهنگی بر خلق اعتماد به تجارت الکترونیک پرداختند. نتایج نشان داد جمع‌گرایی، اجتناب از عدم اطمینان و رویکرد بلندمدت بر اعتماد به تجارت در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان اثر معناداری ندارد. فاصله قدرت بر اعتماد به تجارت الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان اثر منفی دارد و مردگرایی بر اعتماد به تجارت الکترونیک در این شرکت‌ها اثر مثبت دارد. همچنین مشخص شد اعتماد به تجارت الکترونیک بر توانمندی، انسجام و خیرخواهی در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان اثر مثبت دارد.

بخشی پور و اژدري (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «رابطه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی با کارکردهای اجرای نقش واسطه‌ای دشواری‌های بین فردی» به بررسی موضوع اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداختند. روش این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش‌شناسی توصیفی-همبستگی و جامعه آماری، دانش‌آموزان دبیرستان‌های پسرانه منطقه دو آموزش پرورش تهران بود. نمونه این پژوهش شامل ۳۰۰ دانش‌آموز پسر دبیرستانی بود که به شیوه در دسترس انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش عبارت بودند از ۱. پرسشنامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل ۲. پرسشنامه کارکردهای اجرایی ۳. پرسشنامه مشکلات بین فردی نتایج نشان داد که دانش‌آموزانی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی اعتیاد دارند، دشواری‌های بین فردی را تجربه می‌کنند و در نهایت از انعطاف‌پذیری ذهنی و شناختی پایین‌تری برخوردار هستند.

شریفی رهنمو و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان «اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر مهارت‌های ارتباطی، امنیت روانی-اجتماعی و وابستگی به شبکه‌های اجتماعی در دانش‌آموزان دختر دارای اعتیاد به فضای مجازی» بررسی موضوع اعتیاد فضای مجازی پرداختند. جامعه آماری دانش‌آموزان دختر متوسطه دوم دارای اعتیاد به فضای مجازی در شهرستان کلیر بودند نتایج نشان داد آموزش مهارت‌های زندگی بر وابستگی به فضای مجازی و مؤلفه‌های عادت، اعتیاد و درگیری بالا تأثیر دارد. همچنین آموزش مهارت‌های زندگی بر امنیت روانی اجتماعی و مؤلفه‌های اطمینان به خود، احساس ناخوشنودی، ناسازگاری محیطی و دید مردم نسبت به خود و مهارت‌های ارتباطی و مؤلفه‌های بازخورد، گوش دادن و مهارت کلامی تأثیر دارد.

حسن‌زاده و همکاران (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر کیفیت ادراک شده خدمات گردشگری سلامت (مطالعه موردی: شهر سرعین) را به انجام رساندند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد رابطه لذت‌جویی/خویش‌داری با کیفیت ادراک شده خدمات گردشگری سلامت معنادار و مثبت است. همچنین رابطه مثبت و معنی‌دار جهت‌گیری بلندمدت / کوتاه‌مدت،

درجه پذیرش ابهام، فاصله قدرت، مردگرایی/ زن گرایی و فردگرایی/ جمع گرایی با کیفیت ادراک شده خدمات گردشگری سلامت تأیید شد.

پاد (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی بر اساس هنجارهای اجتماعی و سبک زندگی در بین دانش آموزان ابتدایی شهر بندرلنگه» به بررسی موضوع اعتیاد به فضای مجازی پرداخت. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که ابعاد سبک زندگی (نوع مصرف فرهنگی، نوع پوشش، نوع تغذیه، الگوی خانوادگی، اوقات فراغت و مدیریت بدن) و ابعاد هنجارهای اجتماعی، هنجارهای خانواده، هنجارهای دانشگاه و هنجارهای جامعه بر اعتیاد به فضای مجازی در بین دانش آموزان ابتدایی شهر بندرلنگه تأثیر معکوس معنی داری دارد.

زینالی و زینالی (۱۴۰۱)، در تحقیقی با عنوان «مدل اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی: نقش عملکرد خانواده با میانجیگری نیازهای اساسی روان‌شناختی» به بررسی موضوع اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی پرداختند که نتایج نشان می‌دهد عملکرد خانواده بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و نیازهای اساسی روان‌شناختی تأثیر مستقیم و معنادار دارد. همچنین نیازهای اساسی روان‌شناختی بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأثیر معکوس و معناداری دارد. همچنین عملکرد خانواده از طریق میانجی نیازهای اساسی روان‌شناختی بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأثیر غیرمستقیم و معناداری دارد.

امینی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «نقش واسطه‌ای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در رابطه عامل‌های شخصیت با هویت فرهنگی» نشان دادند از بین عامل‌های شخصیت، دو عامل روان‌رنجورخویی و برون‌گرایی قادرند استفاده از شبکه‌های اجتماعی را به‌طور معنی‌دار و در حد مطلوب تبیین کنند و همچنین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی توانست هویت فرهنگی را نیز تبیین کند. به عبارتی، نقش واسطه‌ای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در رابطه با برخی از عامل‌های شخصیت و هویت فرهنگی تأیید شد، اما سه عامل شخصیتی وظیفه‌شناسی، توافق‌پذیری و تجربه‌پذیری به دلیل نرسیدن به حد مطلوب از مدل

حذف شد؛ بنابراین، متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌توانست در رابطه میان هویت فرهنگی و برخی از عامل‌های شخصیت، نقش واسطه‌ای داشته باشد.

دادرس و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی موبایلی و اثرات فرهنگی و رفتاری ناشی از آن (مورد مطالعه: دانش آموزان دختر دوره متوسطه)» میزان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی موبایلی و اثرات فرهنگی و رفتاری آن در بین دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شهرستان اردبیل را بررسی نمودند بر اساس نتایج بین میزان شیوع اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در دانش‌آموزان دختر شهری و روستایی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میزان شیوع اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین دانش‌آموزان دختر شهری بیشتر از دانش‌آموزان دختر روستایی است. بین میزان اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی موبایلی و انگیزه مطالعه و تحصیل و همچنین پایبندی به فرهنگ ملی در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه همبستگی معکوس معنی‌داری وجود دارد.

زرگر و رحیمیان (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «نقش فرهنگ در پذیرش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در ایران (مورد مطالعه: همراه بانک)» به بررسی تأثیر ابعاد فرهنگی هافستد بر پذیرش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات پرداختند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان داد مردگرایی، فردگرایی، اجتناب از عدم اطمینان و فاصله قدرت با سهولت استفاده ادراک شده توسط کاربران همراه بانک رابطه مستقیم دارد و رابطه مستقیم مردگرایی و فاصله از قدرت با سودمندی ادراک شده در استفاده از همراه بانک تأیید شد. همچنین تأثیر مستقیم سهولت استفاده ادراک شده از همراه بانک و سودمندی ادراک شده از همراه بانک بر نیت رفتاری نیز تأیید شد.

نعامی و نوری ثمین (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان «پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس احساس تنهایی و عزت نفس در دانشجویان دختر» به بررسی موضوع اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی پرداختند نتایج نشان‌دهنده این بود در میان عوامل فردی و شخصیتی، بین احساس تنهایی و عزت نفس با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

جهانبینی و حسین‌زاده (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «رابطه بین اعتیاد به اینترنت با درون‌گرایی دانش‌آموزان دانش‌آموز دختر» به بررسی موضوع اعتیاد به اینترنت پرداختند. نتایج نشان‌دهنده این بود که بین اعتیاد به اینترنت با درون‌گرایی در دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد.

زری‌باف و همکاران (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان «بررسی اثر اعتماد بر پذیرش بانکداری اینترنتی بر پایه مدل TAM (مطالعه موردی: بانک تجارت)» را به انجام رساندند. نمونه پژوهش تعداد ۱۴۰ نفر از کاربران اینترنتی بانک تجارت بود که داده‌ها با استفاده از روش تحلیل همبستگی اسپیرمن و تحلیل مسیر توسط نرم‌افزارهای لیزرل و SPSS مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد اعتماد شدیداً تحت تأثیر سودمندی ادراک‌شده قرار دارد و تأثیر مهمی در پذیرش بانکداری اینترنتی و استفاده از آن دارد.

قلاوندی (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر استفاده از رایانه در بین آموزگاران: آزمون نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری» به انجام رساند. حجم نمونه آماری تعداد ۱۵۰ نفر از آموزگاران دوره ابتدایی ناحیه یک شهرستان ارومیه بود که با روش الگویابی معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاکی از آن بود که مردانگی/ زنانگی اثر مثبت بر میزان استفاده از رایانه داشت. همچنین اثر ابهام‌گریزی و فاصله قدرت نیز بر این متغیر منفی و معنادار بود؛ اما اثر فردگرایی/ جمع‌گرایی بر میزان استفاده از رایانه معنادار نبود.

نوروزی و همکاران (۱۳۹۳)، پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی در بین گروه‌های مختلف مشتریان سیستم بانکی (مطالعه موردی: مدیریت شعب منطقه ۴ بانک ملت)» به انجام رساندند. حجم نمونه آماری تعداد ۳۸۴ نفر از مشتریان بودند که برای بررسی فرضیات و متغیرهای تحقیق از نرم‌افزار SPSS-AMOS استفاده شد. نتایج نشان داد که بین متغیرهای فرهنگ و سودمندی ادراک‌شده، فرهنگ و سهولت ادراک‌شده، ریسک ادراک‌شده و نگرش استفاده از خدمات بانک، سودمندی ادراک‌شده و نگرش، سودمندی ادراک‌شده و قصد استفاده، سودمندی ادراک‌شده و سهولت ادراک‌شده، سهولت استفاده و نگرش، سهولت استفاده

و قصد استفاده، هنجار ذهنی و قصد استفاده، نگرشی و قصد استفاده، رابطه معناداری وجود دارد.

نژادشکوهی و دعایی (۱۳۹۳)، پژوهشی با عنوان «تأثیر فرهنگ هافستد بر اعتماد مشتری در خرید اینترنتی با میانجیگری ادراک مشتری از شرکت» را در دانشگاه فردوسی مشهد به انجام می‌رساند. حجم نمونه آماری تعداد ۳۸۴ نفر از دانشجویان مشغول به تحصیل سال ۹۲-۱۳۹۱ دانشگاه فردوسی است. در این پژوهش از تکنیک پی. ال. اس^۱ برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. بر اساس نتایج، مردگرایی / زن گرایی بر اعتماد مشتری در استفاده از اینترنت مؤثر بود؛ اما فردگرایی / جمع گرایی، ابهام گریزی و فاصله قدرت به‌طور مستقیم تأثیر زیادی بر اعتماد نداشت.

اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، پژوهشی با عنوان «نقش فرهنگ و رشد نفوذ اینترنت بر تجارت الکترونیک» انجام دادند. بر اساس یافته‌های این تحقیق، ابعاد فرهنگی هافستد شامل فاصله قدرت، ابهام گریزی، فردگرایی / جمع گرایی و مردگرایی / زن گرایی به‌طور مستقیم در ایجاد اعتماد اینترنتی اثر دارند و در نتیجه پس از ایجاد اعتماد، مشتری به سمت استفاده از اینترنت و تجارت الکترونیک پیش می‌رود.

رسولی (۱۳۹۳)، پژوهشی با عنوان «الگوی ساختاری رابطه ارزش‌های فرهنگی و باورهای شناختی با میزان استفاده از اینترنت بین دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه علامه طباطبایی» در دانشگاه علامه طباطبایی به انجام رساند. حجم نمونه آماری پژوهش تعداد ۲۵۷ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بود که با روش مدل‌یابی ساختاری مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان‌دهنده این بود که ارزش‌های فرهنگی مردانگی / زنانگی اثر مثبتی بر متغیرهای مدل سودمندی و سهولت درک شده دارد. اثر ابهام گریزی بر این متغیرها منفی بود. اثر فاصله قدرت بر سهولت استفاده درک شده منفی و معنادار بود.

1. Partial least squares regression (PLS)

حسن‌زاده و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان «رابطه اعتیاد به اینترنت با پیشرفت تحصیلی و ویژگی‌های شخصیتی فراگیران» به بررسی موضوع اعتیاد به اینترنت پرداختند. نتایج نشان‌دهنده این بود که بین دانش‌آموزان دختر و پسر از نظر میزان استفاده از اینترنت تفاوت معنادار وجود دارد و میانگین استفاده از اینترنت در پسران از میانگین استفاده از اینترنت در دختران بالاتر است. همچنین یافته‌ها نشان داد بین اعتیاد به اینترنت و برون‌گرایی رابطه معناداری وجود دارد.

در پژوهش امنی ساری بگلو و همکاران (۱۳۹۰)، رابطه ارزش‌های فرهنگی و متغیرهای فردی با میزان به‌کارگیری رایانه در دانشجویان بررسی شد. نتایج نشان داد تمایل به نوآوری، سودمندی و سهولت به‌کارگیری درک شده نقش واسطه‌ای در رابطه فردگرایی / جمع‌گرایی، ابهام‌گریزی و فاصله قدرت با به‌کارگیری رایانه دارند. سهولت به‌کارگیری درک شده از طریق سودمندی درک شده بر به‌کارگیری رایانه تأثیر غیرمستقیم و مثبت دارد.

زارعی و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی نقش مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در اعتمادسازی را بررسی کردند. نتایج تحقیق نشان‌دهنده آن بود که رابطه مثبتی میان اجتناب از عدم اطمینان، جمع‌گرایی بین گروهی، برابری جنسی، قاطعیت و نوع‌دوستی با اعتماد وجود دارد. از طرفی رابطه منفی میان فاصله قدرت و آینده‌گرایی با اعتماد وجود دارد و درنهایت رابطه معناداری بین جمع‌گرایی درون‌گروهی و عملکردگرایی با اعتماد مشاهده نشده است.

۲.۳. پیشینه خارجی

آرپاسی^۱ و همکاران (۲۰۲۰) مطالعه‌ای با هدف بررسی اینکه آیا فردگرایی عمودی تأثیر مثبت معناداری بر آزار و اذیت اینترنتی و اعتیاد به اینترنت دارد و آیا فردگرایی افقی تأثیرات منفی معناداری بر آزار و اذیت اینترنتی و اعتیاد به اینترنت دارد یا خیر انجام دادند. ۶۶۵ نفر از دانشجویان با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند سن شرکت‌کنندگان از ۱۷

1. Arpaci

تا ۱۹ سال (میانگین ۱۷.۹۴ سال) متغیر بود. از این گروه، ۴۶۲ نفر زن و ۲۰۳ نفر مرد بودند. یافته‌ها حاکی از آن بود که فردگرایی افقی و عمودی تأثیرات معناداری بر اعتیاد به اینترنت دارد. این یافته‌ها همچنین نشان داد که فردگرایان عمودی در برابر اعتیاد به اینترنت آسیب‌پذیرتر هستند. علاوه بر این، یافته‌ها حاکی از رابطه معنادار بین اعتیاد به اینترنت و آزار و اذیت اینترنتی دارد.

گئو و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان فروش یا عدم فروش: بررسی اعتماد فروشنده و خطر تقلب در بازپرداخت وجه به بررسی ریسک درک شده و اعتماد فروشندگان و خریداران پرداخت. پژوهشگران در این مطالعه فردگرایی / جمع‌گرایی را عامل تأثیرگذار بر ایجاد اعتماد مشتری ارزیابی نمودند (گئو و همکاران، ۲۰۱۸ به نق از حسینی و همکاران، ۱۴۰۲).

جیانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۸) مطالعه‌ای باهدف بررسی رابطه بین فردگرایی، تنهایی، استفاده از گوشی هوشمند و اعتیاد به گوشی هوشمند در میان دانشجویان بین‌المللی در چین انجام دادند. در مجموع ۴۳۸ دانشجوی بین‌المللی به‌طور داوطلبانه در این مطالعه شرکت کردند. نتایج حاکی از این بود که دانشجویان بین‌المللی در چین به‌عنوان جمعیتی پرخطر در تنهایی شدید و اعتیاد به گوشی‌های هوشمند هستند، به‌طوری‌که ۵.۳ درصد از شرکت‌کنندگان تنهای شدید را تجربه کردند و بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان علائم اعتیاد به گوشی‌های هوشمند را نشان دادند. آن دسته از دانشجویان بین‌المللی با درجه فردگرایی پایین‌تر، میزان بیشتری از تنهایی را نشان دادند که منجر به درجه بالاتری از استفاده از گوشی‌های هوشمند و اعتیاد به گوشی‌های هوشمند شد. مشخص شد که تنهایی قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده اعتیاد به گوشی‌های هوشمند است.

آریاسی و همکاران (۲۰۱۸)، پژوهشی با هدف بررسی نقش میانجی نیازهای روان‌شناختی در ارتباط بین فردگرایی و اعتیاد به اینترنت است انجام دادند. در این پژوهش پاسخ‌های ۶۰۲ دانشجو (۷۰/۳ درصد زن) از طریق نظرسنجی فردگرایی - جمع‌گرایی، پرسشنامه نیازسنجی جدید و مقیاس اعتیاد به اینترنت به دست آمد. نتایج نشان داد فردگرایی از طریق وابستگی،

تسلط، موفقیت و خودمختاری (یعنی نیازهای روان‌شناختی) تأثیر معناداری بر اعتیاد به اینترنت دارد. همچنین با افزایش نیازهای دانش آموزان به تسلط، موفقیت و خودمختاری، میزان اعتیاد به اینترنت آن‌ها کاهش یافت. با این حال، افزایش نیاز به وابستگی منجر به افزایش احتمال اعتیاد به اینترنت گردید.

ترحینی^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، با استفاده از مدل فرهنگ هافستد و مدل پذیرش فناوری مدلی را طراحی کردند و ابعاد فرهنگ هافستد را به عنوان تعدیلگر در این مدل قرار دادند. آن‌ها نتیجه گرفتند که سهولت استفاده، سودمندی درک شده، هنجار ذهنی و کیفیت زندگی کاری با نیت رفتاری ارتباط مستقیم دارد و عوامل مردگرایی / زن گرایی، فردگرایی / جمع گرایی، فاصله قدرت و اجتناب از عدم اطمینان این روابط را تعدیل می‌کند.

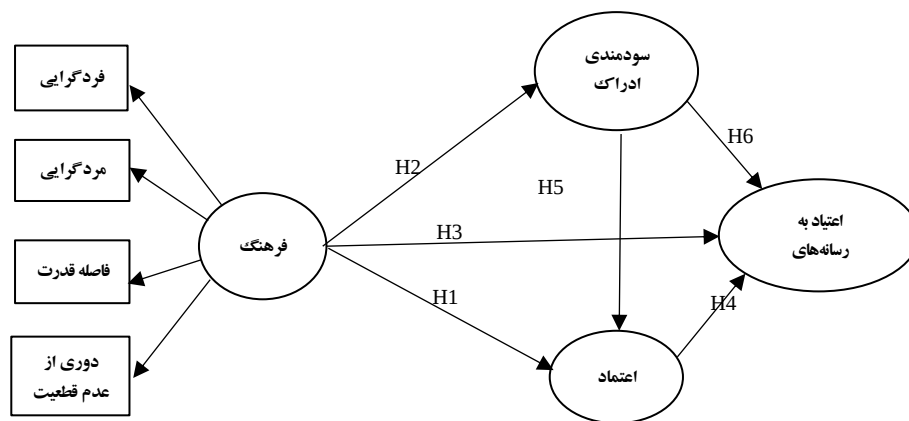
یون^۲ (۲۰۰۹) در پژوهشی تأثیر ارزش‌های فرهنگی ملی را بر پذیرش تجارت الکترونیک از سوی مشتری در کشور چین بررسی کرد. او در این پژوهش، تأثیر فرهنگ بر سودمندی ادراک شده، سهولت به کارگیری، اعتماد و تمایل به خرید را بررسی کرد. نتایج تحقیق وی نشان داد که ابهام گریزی و گرایش بلندمدت بر رابطه اعتماد و تمایل برای خرید و مردگرایی بر رابطه سودمندی ادراک شده و تمایل به خرید تأثیر تعدیل کننده‌ای دارند.

لی^۳ و همکاران (۲۰۰۷) در تحقیقی با عنوان «تناسب فرهنگ و تکنولوژی: تأثیر ویژگی‌های فرهنگی بر اعتقادات کاربران اینترنتی پس از استفاده از آن» به این نتیجه رسیدند که چهار عامل فرهنگی: پرهیز بدون آگاهی از علت، فردگرایی، دنبال فرصت بودن و درک زمان، تأثیر بسیاری بر شناخت و استفاده کاربران از اینترنت دارد.

-
1. Tarhini
 2. Yoon
 3. Lee

۲.۴. مدل مفهومی تحقیق

در این بخش مدلی مفهومی جهت تأثیر فرهنگ بر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با تمرکز بر رسانه اجتماعی تلگرام با توجه به ابعاد فرهنگی هافستد و همچنین تأثیر سودمندی ادراک شده و اعتماد، با مطالعه روابط سازه‌های مطرح شده، پیشینه تحقیق و ادبیات موضوع ارائه می‌گردد. چارچوب مفهومی تحقیق در شکل ۱ ارائه شده است. این چهارچوب شامل متغیر فرهنگ به عنوان متغیر مستقل، سودمندی درک شده و اعتماد به عنوان متغیر میانجی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی به عنوان متغیر وابسته است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (منبع: یافته‌های پژوهش)

۲-۵- فرضیه‌های پژوهش

- فرضیه ۱- فرهنگ تأثیر معناداری بر اعتماد دارد.
- فرضیه ۲- فرهنگ تأثیر معناداری بر سودمندی ادراک شده دارد.
- فرضیه ۳- فرهنگ تأثیر معناداری بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی دارد.
- فرضیه ۴- اعتماد تأثیر مثبت و معناداری بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی دارد.

فرضیه ۵- سودمندی ادراک شده تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد دارد.

فرضیه ۶- سودمندی ادراک شده تأثیر مثبت و معناداری بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی دارد.

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ طبقه‌بندی بر مبنای روش، توصیفی-پیمایشی است. در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات در مورد ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است که شامل بررسی تحقیقات موجود و مرتبط با موضوع، مطالعه مقالات، کتب لاتین و فارسی مرتبط و همچنین استفاده از اینترنت است. به منظور بررسی تجربی فرضیات پژوهش و آزمون آن‌ها از روش میدانی استفاده گردید. از این رو پرسشنامه‌ای طراحی و جهت گردآوری داده‌ها مورداستفاده قرار گرفت. جامعه تحقیق کلیه دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ در نظر گرفته شد که به دلیل گستردگی و نامحدود بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد. حجم نمونه بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری شده تعیین شد (هومن، ۱۳۸۴).

$$5q < n < 15q$$

q تعداد متغیرهای مشاهده شده یا تعداد گویه‌ها (سؤالات) پرسشنامه و n حجم نمونه است. پرسشنامه مورداستفاده در پژوهش حاضر که در قالب مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت تدوین شده است، دارای ۳۰ گویه یا سؤال است؛ بنابراین تعداد نمونه موردنیاز بین ۱۵۰ تا ۴۵۰ نمونه هست. در این راستا تعداد ۴۳۰ پرسشنامه به صورت تصادفی به دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان که کاربر شبکه اجتماعی تلگرام بودند، ارائه گردید. نهایتاً تعداد ۴۰۰ پرسشنامه تکمیل و ملاک عمل قرار گرفت.

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدلیابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی استفاده گردید که متغیرهای مکنون در این مدل عبارت‌اند از فرهنگ، سودمندی ادراک

شده، اعتماد، اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی و برای متغیر فرهنگ چهار متغیر فردگرایی، مردگرایی، فاصله قدرت، دوری از عدم قطعیت به عنوان متغیرهای آشکار در نظر گرفته شد.

۴. یافته‌های تحقیق

نتایج به دست آمده از این پژوهش در دو بخش سیمای آزمودنی‌ها و آمار استنباطی ارائه شده است.

سیمای آزمودنی‌ها:

نتایج توصیفی تحقیق فوق در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. نتایج توصیفی پاسخ‌دهندگان

متغیر	جنسیت		سن					مقطع تحصیلی		
	مرد	زن	۱۸-۲۹	۳۰-۳۹	۴۰-۴۹	۵۰ یا بالاتر	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری
فراوانی	۲۱۳	۱۸۷	۲۳۶	۱۱۵	۳۱	۱۸	۳۶	۲۳۱	۱۱۷	۱۶
درصد توزیع	۵۳	۴۷	۵۹	۲/۷۵ ۸	۷/۵ ۷	۴/۵	۹	۷۵ ۵۷	۲۵ ۲۹	۴

بر اساس نتایج تحقیق که در جدول ۱ نیز قابل مشاهده است، ۵۳ درصد افراد نمونه مرد و ۴۷ درصد زن بوده‌اند. در زمینه توزیع سنی بیشترین فراوانی مربوط به «۱۸ - ۲۹ سال» با میزان فراوانی ۵۹٪ بوده و کمترین فراوانی مربوط به گزینه «۵۰ سال یا بالاتر» با فراوانی ۴/۵٪ است. همچنین ۹ درصد از دانشجویان نمونه دانشجوی مقطع کاردانی، ۵۷/۷۵ درصد دانشجوی مقطع کارشناسی، ۲۹/۲۵ درصد دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد و نهایتاً ۴ درصد نمونه اتخاذ شده دانشجوی مقطع دکتری بوده‌اند.

ارزیابی روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری

برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از اعتبار محتوا و همگرا استفاده شده است. به‌منظور بررسی روایی محتوا و روایی ظاهری پرسشنامه اولیه در اختیار جمعی از استادان و کارشناسان قرار داده شد. بدین ترتیب که تعداد سؤال‌ها، تقدم و تأخر سؤالات و طیف گزینه‌های پاسخ بازنگری شد. همچنین برای تعیین روایی همگرا از AVE استفاده شده که نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر کدام از ابعاد سازه و گویه‌های مرتبط با آن است. اعتبار همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. مقدار ملاک برای سطح قبولی AVE، $0/4$ به بالاست (لی و همکاران، ۲۰۰۸). برای تعیین پایایی ابزار گردآوری داده‌ها از آلفای کرونباخ و روش پایایی مرکب (CR) استفاده شد که وجود آلفای کرونباخ در بازه‌های بالاتر از $0/7$ نشان‌دهنده سطحی رضایت‌بخش است. همچنین مقدار ضرایب سازه‌ها با CR بالاتر از $0/6$ پایایی قابل قبول را نشان می‌دهد و هر چه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، پایایی آن بیشتر است. همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است تمامی سازه‌های تحقیق از روایی و پایایی مناسب برخوردارند.

جدول ۲. روایی و پایایی سازه‌های متغیر

سازه‌های پژوهش	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	روایی همگرا
فرهنگ	۰/۸۲۷	۰/۸۸۵	۰/۶۵۹
اعتماد	۰/۷۵۴	۰/۸۵۴	۰/۶۶۶
سودمندی ادراک‌شده	۰/۸۱۳	۰/۸۶۵	۰/۵۱۹
اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	۰/۸۰۹	۰/۸۶۸	۰/۵۷۰

ارزیابی مدل ساختاری

ارزیابی مدل ساختاری با روش معیار ضریب تعیین انجام شده است. مقدار R^2 تنها برای سازه‌های درون‌زای مدل محاسبه می‌شود و در مورد معیارهای برون‌زا مقدار این معیار صفر است. چاین (۱۹۸۸)، مقادیر نزدیک به $0/67$ را مطلوب، نزدیک به $0/33$ را معمولی و نزدیک

به ۰/۱۹ را ضعیف ارزیابی می‌نماید (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). جدول ۳ ضریب تعیین سازه‌های مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۳. ضریب تعیین سازه‌های مدل

سازه / متغیر	R ²
اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	۰.۵۸۸
اعتماد	۰.۴۹۱
سودمندی ادراک شده	۰.۴۵۳

آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری

کیفیت مدل اندازه‌گیری توسط شاخص اشتراک یا روایی متقاطع محاسبه می‌شود. این شاخص در حقیقت توانایی مدل مسیر را در پیش‌بینی متغیرهای مشاهده‌پذیر از طریق مقادیر متغیر پنهان متناظرشان می‌سنجد. چنانچه این شاخص عدد مثبت را نشان دهد، مدل اندازه‌گیری از کیفیت لازم برخوردار است. برای بررسی کل مدل اندازه‌گیری میانگین این شاخص را گرفته و چنانچه مثبت باشد، کل مدل اندازه‌گیری از کیفیت مناسبی برخوردار خواهد بود (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳). نتایج حاصل از این آزمون در جدول ۴ آورده شده است. این شاخص برای تمامی متغیرهای موجود در پژوهش مثبت بوده و میانگین کل این شاخص برابر ۰/۴۱۶ است که نشان از کیفیت مطلوب مدل‌های اندازه‌گیری است.

جدول ۴. روایی متقاطع

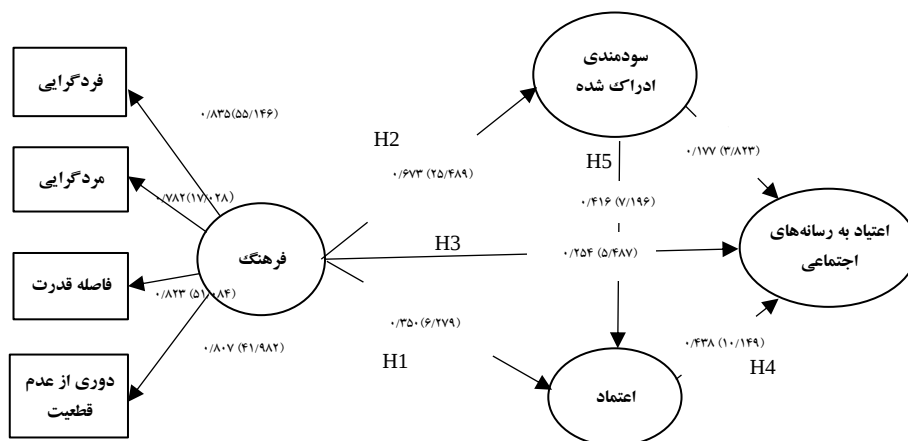
نام متغیر	روایی متقاطع
اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	۰/۵۷۰
فرهنگ	۰/۶۵۹
اعتماد	۰/۶۶۶
سودمندی ادراک شده	۰/۵۱۹
میانگین	۰/۶۰۳

جدول ۵ فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتیجه آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	نتیجه
H1: فرهنگ تأثیر معناداری بر اعتیاد دارد.	تأیید
H2: فرهنگ تأثیر معناداری بر سودمندی ادراک شده دارد.	تأیید
H3: فرهنگ تأثیر معناداری بر اعتیاد بر رسانه‌های اجتماعی دارد.	تأیید
H4: اعتیاد تأثیر مثبت و معناداری بر اعتیاد بر رسانه‌های اجتماعی دارد.	تأیید
H5: سودمندی ادراک شده تأثیر مثبت و معناداری بر اعتیاد دارد.	تأیید
H6: سودمندی ادراک شده تأثیر مثبت و معناداری بر اعتیاد بر رسانه‌های اجتماعی دارد.	تأیید

شکل ۲ مدل ساختاری تحقیق را در دو حالت ضرایب مسیر و در حالت عدد معناداری نشان می‌دهد. ضرایب مسیر از لحاظ بزرگی، علامت و معناداری مورد بررسی قرار می‌گیرند. ضرایب مسیر نسبت نشان‌دهنده روابط مستقیم بین متغیرهای درون‌زا و برون‌زا است. در مقابل ضرایب مسیر منفی نشان‌دهنده رابطه معکوس بین متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زا است. کوهن برای اندازه اثر (ضرایب مسیر) به ترتیب سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را برای میزان اثر ضعیف، متوسط و قوی بیان نمود. معناداری ضرایب مسیر مکمل بزرگی و جهت، علامت ضریب بتای مدل است. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره t ، ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ مقایسه می‌شود (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳).



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر فرهنگ بر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با تمرکز بر رسانه اجتماعی تلگرام بوده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد فرهنگ بر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی تأثیر معناداری دارد. فرهنگ با توجه به ابعاد فرهنگی هافستد سنجیده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها نشان داد اعتیاد به تلگرام در افرادی که در طبقه‌بندی هافستد از نظر فرهنگی جمع‌گرا (فردگرایی کم) و زن‌گرا (مردگرایی کم) بوده‌اند و میزان دوری از عدم قطعیت در آن‌ها کم بوده است و علاوه بر این فاصله قدرت در آن‌ها زیاد است، بیشتر است. به نظر می‌رسد جمع‌گراها برخلاف فردگراها تمایل زیادی به کسب هویت در گروه‌ها دارند و از طریق عضویت در گروه‌های تلگرام به دنبال کسب و تأیید هویت خود هستند. در این راستا نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج پژوهشی جیانگ (۲۰۱۸) همسو بود. زن‌گراها نیز بر همکاری، جو دوستانه، امنیت شغلی، مراقبت و کیفیت زندگی توجه بیشتری دارد (مهارتی و دادخواه، ۱۳۹۹) و از طریق تلگرام ارتباطات شخصی و دوستانه خود را تقویت می‌کنند.

یافته‌های تحقیق بیانگر تأثیر معنادار فرهنگ بر اعتماد و سودمندی ادراک شده است. رابطه بین فرهنگ و سودمندی ادراک شده در پژوهش نوروبی و همکارانش در سال ۱۳۹۳ نیز بیان شده است و تأثیر ابعاد فرهنگ بر اعتماد با تحقیق اسماعیل پور (۱۳۹۳) و زارعی (۱۳۸۸) مطابقت دارد.

در فرهنگی با میزان بالای جمع‌گرایی و زن‌گرایی که درجه‌ای پایینی از اجتناب از عدم قطعیت را دارند، به‌سادگی می‌توانند مسائل و سیستم‌های جدید را پذیرا باشند و به آن اعتماد کنند و بدون نیاز به ساختارهای از پیش تعیین شده منافع آن را درک نمایند. نتایج پژوهش از منظر تأثیر جمع‌گرایی و زن‌گرایی بر اعتماد با نتایج پژوهش حسینی و همکاران (۱۴۰۲) غیرهمسو است؛ اما از نظر تأثیر اجتناب از عدم قطعیت با پژوهش حسینی و همکاران (۱۴۰۲) هم‌راستا است. این ویژگی‌های فرهنگی با سودمندی ادراک شده نیز رابطه مستقیم و معناداری دارد. زری‌باف و همکارانش در سال ۱۳۹۴ بیان کردند که بین اعتماد و سودمندی ادراک شده رابطه وجود دارد که با نتایج حاصل از این تحقیق مطابقت دارد. لی و همکارانش در سال ۲۰۰۷ بیان داشتند فردگرایی موجب استفاده از رسانه‌های اجتماعی شده است. به دلیل اینکه مردم مطالعه این پژوهش رسانه اجتماعی تلگرام بوده است، نتایج حاصل از پژوهش با نتیجه لی و همکاران مغایرت دارد. نتایج نشان داد افرادی که جمع‌گرا و در پی کسب هویت از گروه هستند، علاقه بیشتری به استفاده از تلگرام دارند؛ زیرا تلگرام جزء رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شود که از ویژگی‌های منحصربه‌فردش ایجاد گروه‌های پرجمعیت است.

جوانان به دلیل داشتن روحیه کنجکاوی، تنوع‌طلبی، خلاقیت، نیاز به تعاملات اجتماعی و تجربه روابط اجتماعی متفاوت با دیگران، تمایل بیشتری به عضویت در شبکه‌های اجتماعی دارند. در این راستا در بین گروه‌های سنی، گروه سنی جوان (۱۸ تا ۲۹ سال) با ۸۱ درصد بیشترین عضویت را در شبکه‌های اجتماعی دارا هستند (دانش و ظهیری، ۱۳۹۷)؛ بنابراین با توجه به اینکه بیشتر استفاده‌کنندگان از فضای مجازی نوجوانان و جوانان هستند، فرهنگ‌سازی برای کاهش پیامدهای آن ضروری است و انجام اقداماتی جهت پیشگیری از اعتیاد گروه‌هایی

که بر اساس نتایج این تحقیق، با توجه به ویژگی‌های فرهنگی‌شان، مستعد اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی هستند مستلزم تحقیقات بیشتری است.

کتابنامه

۱. ابراهیمی، ز.، حجازی، س.، و چیت‌ساز، م. (۱۴۰۱). بررسی نقش فضای مجازی در شکل‌گیری فرهنگ جدید ارتباطی و هویت اجتماعی مردم شهر اصفهان. *علوم اجتماعی*، ۱۶(۴)، ۲۳-۳۸.
۲. اسماعیل‌پور، س.، خزانة دارلو، م.، و عندلیب، ا. (۱۳۹۳). نقش فرهنگ و رشد نفوذ اینترنت بر تجارت الکترونیک. مقاله ارائه‌شده در اولین کنفرانس ملی فضای سایبری و تحولات فرهنگی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز.
۳. الیاسی، ک. (۱۴۰۱). رابطه اعتیاد به تلگرام و اینستاگرام با نشخوار ذهنی و نگرانی در دانش‌آموزان مقطع متوسطه اول شهرستان ساری. *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و علوم انسانی*، ۳(۷)، ۱۴۳-۱۵۱.
۴. امانی ساری بگلو، ج.، غلامعلی لواسانی، م.، اژه‌ای، ج.، و خضری آذر، ه. (۱۳۹۰). رابطه میان ارزش‌های فرهنگی و متغیرهای فردی با میزان استفاده از رایانه در دانشجویان. *مجله علوم رفتاری*، ۵(۱)، ۱-۱۰.
۵. امینی، ر.، محمدپناه اردکان، عذرا، و چويفروش زاده، آ. (۱۳۹۹). نقش واسطه‌ای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در رابطه عامل‌های شخصیت با هویت فرهنگی. *روانشناسی فرهنگی*، ۴(۱)، ۱۵۷-۱۷۵.
۶. بخشی‌پور، ا.، و اژدری، ا. (۱۴۰۲). رابطه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی با کارکردهای اجرای نقش واسطه‌ای دشواری‌های بین فردی. *فصلنامه علمی روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی*، ۱۴(۵۱)، ۸۷-۸۲.
۷. یاد، ا. (۱۴۰۱). عوامل مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی بر اساس هنجارهای اجتماعی و سبک زندگی در بین دانش‌آموزان ابتدایی شهر بندرلنگه. *پژوهشنامه اورمزد*، ۵۹ (ضمیمه شماره ۲)، ۲۲۸-۲۵۵.

شماره چهارم

نقش ابعاد فرهنگ در اعتیاد به رسانه‌های...

۲۷

۸. پاکیزه، ع.، حکمتیان فرد، ص.، منصورزاده، س.، و حیدری، ع. (۱۴۰۱). تأثیر بار شناختی بر اعتماد به دیگران: بررسی نقش تعدیل گر تعالی شخصیت. *روان‌شناسی*، ۲۶ (۲)، ۱۳۰-۱۳۹.
۹. جهان‌بینی، س.، و حسین زاده، ا. (۱۳۹۵). رابطه بین اعتیاد به اینترنت با درون‌گرایی دانش‌آموزان دختر پایه نهم ناحیه ۳ تبریز. *ویژه‌نامه سومین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی و علوم تربیتی*، ۱۸، ۴۴۸-۴۴۱.
۱۰. حسن‌زاده، ر.، بیدختی، ع.، رضایی، ع.، و رهایی، ف. (۱۳۹۱). رابطه اعتیاد به اینترنت با پیشرفت تحصیلی و ویژگی‌های شخصیتی فراگیران. *فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، ۳، ۹۵-۱۰۷.
۱۱. حسن‌زاده، ر.، عسگرنژاد نوری، ب.، زارعی، ق.، و بیگی فیروزی، ا. (۱۴۰۲). تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر کیفیت ادراک‌شده خدمات گردشگری سلامت (مطالعه موردی: شهر سرعین). *نشریه جغرافیا و توسعه*، ۲۱ (۷۱)، ۱۱۶-۱۳۸.
۱۲. حسینی، س.، مقدس شرق، ع.، غفوری فرد، م.، و محمدی باجگیران، ا. (۱۴۰۲). بررسی اثر عوامل فرهنگی بر خلق اعتماد به تجارت الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان. *دانش کارآفرینی*، ۳ (۶)، ۵۴-۶۵.
۱۳. خانجانی، م.، قنبری، ف.، و نعیمی، ا. (۱۳۹۸). بررسی ارتباط کارکرد خانواده، سبک دلبستگی و سبک‌های تربیتی والدین با اعتیاد به اینترنت در نوجوانان. *فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی (فرهنگ مشاوره)*، ۱۰، ۱۲۱-۱۴۲.
۱۴. دادرس، ز.، فرامرزبانی، س.، جعفری، ع.، و بیلابانی، غ. (۱۳۹۸). اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی موبایلی و اثرات فرهنگی و رفتاری ناشی از آن (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه). *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۵ (۱۹)، ۱۱۷-۱۵۰.
۱۵. دارا، م.، قدیمی، ب.، و آقایی، س. (۱۴۰۱). تحلیل و تبیین جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اعتماد عمومی در نخبگان ورزشی. *فصلنامه علوم ورزش*، ۱۴ (۴۵)، ۲۶۹-۲۵۱.
۱۶. دانش، ی.، و ظهیری‌نیا، م. (۱۳۹۷). مطالعه کیفی پیامدها یا استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه هرمزگان. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۱۷ (۴۱)، ۸۵-۹۶.

۱۷. داوری، ع.، و رضازاده، آ. (۱۳۹۳). *مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS* (چاپ اول). تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۸. ذبیحی، ز.، نظرعلیان، ا.، و بازچی، ع. (۱۳۹۲). *مروری بر اعتماد در شبکه‌های اجتماعی برخط*. مقاله ارائه‌شده در دومین همایش ملی کامپیوتر، سنندج.
۱۹. رسولی، م. (۱۳۹۳). *الگوی ساختاری رابطه ارزش‌های فرهنگی و باورهای شناختی با میزان استفاده از اینترنت بین دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه علامه طباطبائی*. *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۵ (۲۸)، ۷۷-۱۰۶.
۲۰. روح‌الامینی، م. (۱۳۸۸). *زمینه فرهنگ شناسی تألیفی در انسان‌شناسی، مردم‌شناسی* (چاپ نهم). تهران: انتشارات عطار.
۲۱. زارعی‌متین، ح.، طهماسبی، ر.، و موسوی، م. (۱۳۸۸). *نقش مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی در اعتمادسازی: بررسی روابط بین ابعاد فرهنگی گلوب (GLOBE) و اعتماد*. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۴ (۱۵)، ۱۴۵-۱۷۶.
۲۲. زرگر، م.، و رحیمیان، ط. (۱۳۹۷). *نقش فرهنگ در پذیرش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در ایران (مورد مطالعه: همراه بانک) فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۹ (۴۴)، ۲۷-۴۸.
۲۳. زری‌باف، م.، حسن‌زاده، و ارمکان، س. (۱۳۹۴). *بررسی اثر اعتماد بر پذیرش بانکداری اینترنتی بر پایه مدل TAM (مطالعه موردی: بانک تجارت)*. *فصلنامه مدیریت*، ۳۷ (۱۲)، ۱۶۹-۱۸۶.
۲۴. زینالی، ز.، و زینالی، ع. (۱۴۰۱). *مدل اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی: نقش عملکرد خانواده با میانجیگری نیازهای اساسی روان‌شناختی*. *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، ۱۲ (۴۸)، ۲۱-۳۴.
۲۵. سلیمانی، ف.، جعفری، م.، آذرتاش، م.، و حبیب‌زاده، ع. (۱۳۹۶). *بررسی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان شهر اردبیل: مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام*. مقاله ارائه‌شده در اولین همایش ملی آسیب‌های اجتماعی، دانشگاه آزاد واحد اسلامشهر.

۲۶. شریفی رهنمو، س.، فتحی، آ.، یزدانی کلپیر، ف.، و شریفی رهنمو، م. (۲۰۲۳). اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر مهارت‌های ارتباطی، امنیت روانی-اجتماعی و وابستگی به شبکه‌های اجتماعی در دانش‌آموزان دختر دارای اعتیاد به فضای مجازی. *نشریه علمی آموزش و ارزشیابی (فصلنامه)*، ۱۶ (۶۱)، ۵۳-۷۴.
۲۷. صفردوست، ع.، روضه سرا، م.، مریم، نقی زاده، م.، و منطقی، م. (۱۳۹۵). بررسی نقش ابعاد فرهنگ‌سازمانی بر اساس مدل هافستد در اثربخشی انتقال فناوری و عملکرد رقابتی. *مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، ۴ (۴)، ۱۶۹-۱۸۴.
۲۸. طاهری مبارکه، م.، سلامی، م.، هاشمیان، م.، و نوروزی، ع. (۱۳۹۵). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روان کاربران کتابخانه مرکز آموزشی درمانی الزهراء دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال ۱۳۹۴. *فصلنامه مدیریت سلامت*، ۱۹ (۶۶)، ۷۱-۸۰.
۲۹. عزیزی، ا.، اسماعیلی، س.، اسماعیلی، م.، و پیدا، ن. (۱۳۹۴). بررسی همبستگی اعتیاد به اینترنت با ابعاد شخصیتی هگزاگو در دانش‌آموزان دبیرستانی. *آموزش پرستاری*، ۴ (۲)، ۶۸-۷۷.
۳۰. غفاری آشتیانی، پ.، صادق حری، م.، و غلامی، ب. (۱۳۹۰). بررسی نقش اعتماد الکترونیک و هنجار ذهنی در پذیرش وب‌سایت تجارت الکترونیک توسط مشتریان (مطالعه موردی: شرکت قطارهای مسافری رجاء). *مدیریت بازاریابی*، ۶ (۱۲)، ۶۳-۸۰.
۳۱. فتحی، ل.، کلدی، ع.، و ساروخانی، ب. (۱۳۹۸). تحلیل جامعه‌شناختی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تهران). *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۲ (۱)، ۳۷-۵۴.
۳۲. قلاوندی، ح. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر استفاده از رایانه‌ها در بین آموزگاران: آزمون نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری. *فصلنامه اندیشه‌های نوین تربیتی*، ۱۱ (۳)، ۹-۲۷.
۳۳. محسنین، ش.، و اسفیدانی، م. (۱۳۹۳). *معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم‌افزار Smart-PLS*. تهران: کتاب مهربان نشر.
۳۴. مظفری، م. (۱۳۹۶). فرهنگ‌سازی استفاده بهینه از اینترنت (شبکه اجتماعی) و جلوگیری از آسیب‌های آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های علمی و کاربردی شهر قزوین. *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، ۷ (۲)، ۱۴۳-۱۵۸.

۳۵. منصوری سپهر، ر.، مطیعی، ح.، شکرریز، ج.، و نجاتی، و. (۱۳۹۲). بررسی ساختار عاملی و پایایی پرسشنامه ارزش‌های فرهنگی سازمان. *فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی*. ۵(۱۵)، ۷۱-۵۷.
۳۶. مهارتی، ی.، و دادخواه، م. (۱۳۹۹). معرفی و ارزیابی نظریه مطالعات فرا فرهنگی هافستد. *راہبرد فرهنگ*، ۱۳(۵۰)، ۱۹۹-۲۲۵.
۳۷. مهرداد صدر، م.، برجعلی، ا.، اسکندری، ح.، و دالور، ع. (۱۴۰۲). طراحی و اعتباریابی برنامه درمانی مبتنی بر رویکرد سیستم‌های خانواده درونی (IFS) و اثربخشی آن بر اعتیاد به اینترنت. *مجله علوم روان‌شناختی*، ۲۲(۱۲۱)، ۳۶-۱۹.
۳۸. نژادشکوهی، ف.، و دعایی، ح. (۱۳۹۳). تأثیر ابعاد فرهنگ هافستد بر اعتماد مشتری در خرید اینترنتی با میانجی‌گری ادراک مشتری از شرکت. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۲(۱)، ۱۰۵-۱۲۳.
۳۹. نعمی، ع.، و نوری ثمرین، ش. (۱۳۹۵). پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس احساس تنهایی و عزت‌نفس در دانشجویان دختر. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱(۲)، ۱۹۳-۲۰۴.
۴۰. نوروزی، ح.، عبدالله پور، س.، مهدبی، م.، و موسوی، ع. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی در بین گروه‌های مختلف مشتریان سیستم بانکی (مطالعه موردی: مدیریت شعب منطقه ۴ بانک ملت). *توسعه مدیریت پولی و بانکی*، ۲(۵)، ۳۱-۵۱.
۴۱. نیستانی، م.، و رامشگر، ر. (۱۳۹۲). نقش فعالیت‌های فرهنگی دانشگاه‌ها در توسعه فرهنگی جامعه. *مهندسی فرهنگی*، ۱(۷۶)، ۱۴۶-۱۶۹.
۴۲. هومن، ح. (۱۳۸۴). *مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل* (چاپ اول). تهران: انتشارات سمت.

43. Arpaci, I., Abdeljawad, T., Baloglu, M., Kesici, Ş., & Mahariq, I. (2020). Mediating effect of internet addiction on the relationship between individualism and cyberbullying: cross-sectional questionnaire study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), e16210.
44. Arpaci, I., Kesici, Ş., & Baloglu, M. (2018). Individualism and internet addiction: the mediating role of psychological needs. *Internet Research*, 28(2), 293-314.
45. Berry, J. W., Portinga, Y. H., Segall, M. H., & Dasen, P. R. (2002). *Cross-cultural psychology*. Cambridge: University Press.

46. Guo, Y., Bao, Y., Stuart, B. J., & Le-Nguyen, K. (2018). To sell or not to sell: Exploring sellers' trust and risk of chargeback fraud in cross-border electronic commerce. *Information Systems Journal*, 28(2), 359-383.
47. Jiang, Q., Li, Y., & Shypenka, V. (2018). Loneliness, individualism, and smartphone addiction among international students in China. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(11), 711-718.
48. Lee, I., Choi, B., Kim, J., & Hong, S. J. (2007). Culture-technology fit: Effects of cultural characteristics on the post-adoption beliefs of mobile Internet users. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 11-51.
49. Lee, J., Park, S. Y., Baek, I., & Lee, C. S. (2008). The impact of the brand management system on brand performance in B-B and B-C environments. *Industrial marketing management*, 37(7), 848-855.
50. Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duvén, E., Giralt, S., & Wölfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents. *Computers in Human Behavior*, 55, 172-177.
51. Tarhini, A., Hone, K., Liu, X., & Tarhini, T. (2017). Examining the moderating effect of individual-level cultural values on users' acceptance of E-learning in developing countries: A structural equation modeling of an extended technology acceptance model. *Interactive Learning Environments*, 25(3), 306-328.
52. Yıldız Durak, H. (2020). Modeling of variables related to problematic internet usage and problematic social media usage in adolescents. *Current Psychology*, 39, 1375-1387.
53. Yoon, C. (2009). The effects of national culture values on consumer acceptance of e-commerce: Online shoppers in China. *Information & Management*, 46(5), 294-301.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2023.82579.1351

مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

برساخت اجتماعی کرونا مبتنی بر تجربه زیسته بیماران

(مورد مطالعه: بیماران مبتلا به کرونا در بین سال‌های ۱۳۹۹-۱۴۰۱)

زهرا رضایی نسب (استادیار گروه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران، نویسنده

مسئول)

z.rezaeinasab@ilam.ac.ir

بهروز سپیدنامه (استادیار گروه جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران)

b.sepidnameh@ilam.ac.ir

منظر احمدی (کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران)

mazhin2021@gmail.com

چکیده

امروزه بیماری کرونا یکی از مهم‌ترین مسائل و مشکلات بهداشت جهانی است؛ چراکه سلامت فردی و اجتماعی افراد جوامع را در اقصی نقاط جهان به خطر انداخته است. شیوع و اپیدمی آن، همان اتفاقی است که از آن به عنوان نقطه عطفی در تاریخ بشر یاد شد. پژوهش حاضر با روش کیفی و به‌طور خاص رویکرد پدیدارشناسی در نظر دارد تجارب زیسته افراد مبتلا به کرونا را در تغییرات زندگی اجتماعی‌شان مورد مطالعه قرار دهد. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل افرادی است که طی سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ در شهرستان دره شهر به این بیماری مبتلا شده‌اند. تعداد مشارکت‌کنندگان ۱۹ نفر است که از طریق نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه عمیق است. تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس الگوی کلایزی و بر مبنای استخراج مفاهیم از مصاحبه‌ها و کدگذاری آن‌ها به استخراج مضمون‌های: کرونا به مثابه متن لایه مند، سبک زندگی سالم، حمایت اجتماعی عاطفی-ابزاری، ناامنی اجتماعی، دوجهان‌شدن زندگی سوژه‌ها، ماسک

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۷۳-۳۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۱۰ تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

ابزار نمایش خود جدید، انجامید. در پایان و با توجه به سویه جدید بیماری کرونا و نقش پررنگ خانواده در اداره و کنترل چنین بحران‌هایی، پیشنهاد می‌شود مهارت‌های گفتگو و همدلی، تغییر الگوهای مصرف در خانواده‌ها و همچنین تبلیغ سبک زندگی سلامت‌محور برای کاهش اثرات و فشارهای این بیماری مورد توجه قرار گیرد.

واژگان کلیدی: بیماری، کرونا، پدیدارشناسی، تغییر زیست جهان، دره شهر.

۱. مقدمه

در نگاهی کلی، بیماری پدیده‌ای جهانی است که همیشه و همه‌جا وجود داشته است اما در زمان‌ها و نقاط مختلف دنیا از نظر نوع، میزان اهمیت و چگونگی مقابله با آن شرایط متفاوتی داشته است. بیماری هیچ مفهومی نخواهد داشت مگر اینکه انسان را به عنوان یک مجموعه در نظر بگیریم یعنی موجودی زیستی، روانی و اجتماعی. مفاهیم بهداشت و بیماری در حقیقت مفاهیمی اجتماعی هستند و معنی آن‌ها به‌طور کلی این است که فرد می‌تواند یا نمی‌تواند از شرایط عادی یا هنجار جامعه برخوردار باشد (محسنی، ۱۳۹۶، ص. ۳۱). در دی‌ماه سال ۱۳۹۸ شمسی (دسامبر سال ۲۰۱۹) نوعی اپیدمی در اثر ابتلا به ویروس کرونا در شهر ووهان چین گزارش شد. آنچه مهم است بر اساس پیش‌بینی سازمان بهداشت جهانی این بیماری همچنان در حال افزایش است و تا ۲۰۳۰ به سومین علت مرگ در جهان تبدیل خواهد شد (رحمتی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹). تا ۲۳ بهمن‌ماه ۱۴۰۰، طبق گزارش اخبار تجارت نیوز در جهان بیش از ۴۱۰ میلیون نفر به این بیماری مبتلا؛ که از این تعداد حدوداً ۶ میلیون نفر فوتی داشته است. بیشترین موارد ابتلا در کشورهای آمریکا، چین، ایتالیا، اسپانیا، کره جنوبی، ایران و ژاپن بوده است. اکنون پس از گذشت ۳ سال از شیوع این بیماری در جهان، موارد ابتلا به آن در بسیاری از کشورها روبه افزایش است و باعث نگرانی‌هایی درباره سویه جدید این ویروس شده است. کشور ایران به‌طور رسمی از ابتدای اسفند سال ۹۸، آلوده شدن به این ویروس را گزارش نمود تا در کنار سایر کشورهای جهان، دست‌وپنجه نرم کردن با بحران ناشی از این پدیده را تجربه نماید. در کشور ایران و تا بهمن ۱۴۰۰ حدود ۷ میلیون نفر درگیر این ویروس شده‌اند که از این تعداد

بیش از ۱۳۳ هزار نفر مرگ و میر داشته است. از اول دی ماه ۱۴۰۱ آمار مبتلایان در ایران نیز روبه افزایش بوده است؛ به طوری که تعداد شهرستان‌های قرمز به ۳۵ شهرستان و حدود ۲۰۰ شهرستان نیز در وضعیت نارنجی قرار گرفتند.^۱

بدین ترتیب شیوع ویروس کرونا و اپیدمی آن، همان اتفاقی است که از آن به عنوان نقطه عطفی در تاریخ بشر یاد شد. آنچه آشکاراست این ویروس نو ظهور تمامی افراد جامعه از پیر، جوان، میانسال، زن و مرد و در همه طبقات اجتماعی از فقیر و غنی را گرفتار کرده است. شیوع این ویروس ناشناخته، مسائل جدیدی را با سرعتی شگفت آور به وجود آورده است. مرزهای بسته، محدودیت سفر، تماس‌های حساب گرانه، افزایش فردگرایی و انزوای اجتماعی، کاهش اعتماد اجتماعی، زنجیره به هم ریخته عرضه کالا و محدودیت‌های صادرات باعث شد تا همه جنبه‌های زیست بشری درگیر این بیماری شود. علاوه بر این‌ها همه‌گیری ویروس کووید ۱۹، موجی از نگرانی و اضطراب را در بین همه مردم دنیا به وجود آورده است که علاوه بر بعد جسمانی، تأثیرات مستقیمی بر جنبه‌های روانی افراد به همراه داشته است (پارسل^۲، ۲۰۲۰). این در حالی است که مطالعه تاریخ زیست اجتماعی انسان نشان می‌دهد مردم جهان تاکنون بیماری‌های مسری مانند طاعون سیاه، هپاتیت و یا آنفولانزای اسپانیایی را داشته‌اند اما هیچ‌یک از آن‌ها نتوانسته‌اند اجتماع بشری را در این مقیاس و به این میزان با نگرانی، ترس، اضطراب و خطر مرگ روبه‌رو کند (شفیعی سیف‌آبادی و دولت‌آبادی، ۱۳۹۹).

وجود این مسائل و مشکلات در ابعاد فردی و خانوادگی و اجتماعی باعث شده متخصصان حوزه سلامت تلاش کنند تا با ایجاد تحولات آموزشی، رفتاری و فرهنگی مانند آگاه کردن مردم از سازوکار بیماری‌ها، قرنطینه کردن در زمان‌های بحرانی، تولید واکسن‌ها و آموزش روش‌های بهداشتی و روانی، امکان سازگاری و به حداقل رساندن تأثیرات این بیماری را کاهش دهند؛ ولی همچنان در این زمینه مشکلاتی وجود دارد. چراکه جدایی از محیط آشنایان، همسالان و دوستان، تحرک پایین و ساختار نامنظم خواب و تعطیل شدن طولانی مدارس و نیز فضاهای کاری می‌تواند

1. <https://keyvanlab.com/blog/seven-corona-courier-in-iran/>؛ <https://donya-e-eqtesad.com/>

2. Prassl

آسیب‌های جبران‌ناپذیری را بر روان و جسم تک تک افراد جامعه به دنبال داشته باشد. (لی^۱، ۲۰۲۰). اعمال سیاست‌هایی چون فاصله‌گذاری اجتماعی و تعطیلی مراکز تجمع و تعامل افراد مانند کافه‌ها، پارک‌ها، مدارس، زیارتگاه‌ها، باشگاه‌ها، دانشگاه‌ها و... پیامدهای اجتماعی خاصی را در پی خواهد داشت که اثرات آن بر گروه‌های اجتماعی-اقتصادی متفاوت خواهد بود. برای مثال بسیاری از کسب‌وکارها مانند فروشگاه‌های غذایی، فعالیت‌های ورزشی، سالن‌های آرایش، کافی‌شاپ‌ها در کوتاه‌ترین مدت کساد شده و ورشکست شده‌اند یا حضور طولانی‌مدت در خانه، در جامعه‌ای با الگوی زندگی مردسالار، فشار انجام وظایف خانگی را برای زنان بیشتر خواهد کرد و باعث خشونت و تنش‌هایی میان زوجین، کودکان و سالمندان شده است (رضایی‌نسب، ۱۴۰۰).

آنچه در این پژوهش مدنظر است مطالعه تجارب زیسته بیماران مبتلا به کرونا از این بیماری است. بدین منظور سعی بر این است که تحلیلی جامعه‌شناختی از تأثیر بیماری کرونا به‌ویژه در بعد اجتماعی و نحوه مواجهه مبتلایان به این بیماری موردتوجه قرار گیرد. به‌طور خاص منظور از بعد اجتماعی در پژوهش حاضر، روابط و مناسبات اجتماعی در حوزه‌های مختلف از جمله روابط بین شخصی (خانواده، دوستان و خویشاوندان)، روابط و الگوهای اشتغال، الگوهای اوقات فراغت، آموزش و سبک زندگی و... و تأثیر ویروس کرونا بر این ابعاد زندگی افراد درگیر است. پژوهش حاضر سعی دارد این امر را در شهرستان دره شهر مطالعه و تحلیل کند. شهرستان دره شهر همواره در طول ورود این ویروس و به دلیل ازدحام جمعیت از استان‌های دیگر، در وضعیت بحرانی قرار داشته است. این شهرستان با جمعیتی حدود ۶۰ هزار نفر، تا پایان اسفند ۱۴۰۰ و بر اساس آمار منتشر شده دانشگاه علوم پزشکی، بیشتر از ۲۶۸۰۰ مورد ابتلا به کرونا داشته و در ماه‌های ابتدایی سال ۱۴۰۱ جزو شهرستان‌های با وضعیت قرمز در استان ایلام است اما تبیین، شناخت و درک عمیقی از تجارب افراد درگیر این بیماری در این شهرستان وجود ندارد. در

1. Li

۲. این آمار را دانشگاه علوم پزشکی استان ارائه کرده است.

اندک تحقیقات انجام شده، متولیان، سازمان‌های علوم پزشکی بوده‌اند. آثار منفی شیوع بیماری کرونا در روابط اجتماعی افراد در این شهرستان تا حدود زیادی ناشناخته است و اطلاعات علمی و پژوهشی در مورد این ویروس و تأثیر آن در حوزه‌های مختلف وجود ندارد. شناخت تجربیات بیماران کووید ۱۹ می‌تواند افراد سالم جامعه را برای محافظت بهتر از خود راهنمایی کند. علاوه بر این، تصمیم‌گیران اجرایی، پرسنل مراقبت‌های درمانی و متخصصان بهداشت از این اقدام می‌توانند برای کمک به بیماران مبتلا به کووید ۱۹ و ارائه راهکارهای مواجهه با این بیماری استفاده کنند.

بدین ترتیب پژوهش حاضر با هدف فهم و توصیف تجربه‌های درونی افراد درگیر به بیماری در شرایط بحرانی کرونا صورت گرفته است. در راستای پاسخگویی به مساله تحقیق چند هدف نیز مدنظر است ازجمله درک، تعریف و تفسیر افراد مبتلا به بیماری کرونا از این بیماری؛ شناسایی تجارب زیسته بیماران در بعد اجتماعی، و همچنین نحوه مواجهه سوژه‌ها با شرایط مربوط به بیماری.

۲. مبانی نظری تحقیق

۱.۲. پیشینه تحقیق

از سال ۱۳۹۹ تاکنون پژوهش‌های ارزشمندی با رویکردهای مختلف در زمینه بیماری کرونا در داخل و خارج از کشور انجام شده است. این پژوهش‌ها را می‌توان به دو حوزه یعنی بعد فردی و اجتماعی تقسیم کرد. در ذیل بعد فردی مسائلی از قبیل سلامت روحی-روانی، روابط فردی، تجارب هیجانی مثبت یا منفی، تحولات معنوی و وجودی در فرد نشان داده شده است. صائمی و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان تأثیر محدودیت‌های همه‌گیری کرونا بر فعالیت بدنی و وضعیت سلامت روان مردم ایران که با روش کمی مقطعی و با پرسشنامه‌های الکترونیکی انجام شد، نشان دادند که تفاوت‌های قابل توجهی نسبت به شرایط قبل از کرونا در شرکت‌کنندگان وجود دارد. همه‌گیری کرونا در تمام متغیرهای تحقیق شامل فعالیت بدنی،

عزت نفس، افزایش اضطراب فیزیکی-اجتماعی تأثیر داشته است. محمدی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان تأثیر روان‌شناختی بیماری کرونا بر وضعیت سلامت روان جمعیت ایران نشان دادند که شیوع بالایی از مشکلات سلامت روانی در بین نمونه‌ها و شکاف در ارائه خدمات سلامت روان مشاهده شده است. همان‌طور که خلجی نیا و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان تبیین درک مردم از زندگی در شرایط شیوع بیماری کرونا در شهر قم به این بعد پرداخته‌اند. این مطالعه با رویکرد کیفی و با استفاده از تحلیل محتوا نشان داد شیوع بیماری کووید ۱۹ با تأثیر در سبک زندگی و سلامت روان، تغییر در فعالیت‌ها، عادات، علاقه‌مندی‌ها و همچنین مشکلاتی از قبیل بد خوابی، اضطراب، استرس، تنش و احساس تنهایی همراه بوده است. رحمتی‌نژاد (۱۳۹۹) نیز به بررسی تجربه زیسته بیماران مبتلا به کرونا و ویروس کووید ۱۹ در شهر قم با روش کیفی پرداخت. تجارب هیجانی دردناک در این بیماران می‌تواند منجر به تأخیر و دشواری در روند بهبودی این افراد گردد و علاوه بر درد بیماری، رنج روانی را نیز تحمیل نماید. کسب آگاهی بیشتر درباره این بیماری برای کاستن تجربه ابهام، راهبردهای روان‌شناختی برای کنترل اضطراب مرگ و انگ اجتماعی و راهکار برای مدیریت رفتار و هیجان اعضای خانواده می‌تواند در مداخلات روان‌شناختی ویژه این بیماران در نظر گرفته شده و منجر به کاهش هیجان‌های منفی و امکان مقابله بهتر با بیماری و رنج روانی ناشی از آن گردد. موسی پور و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی تحقیقی با عنوان تحول معنوی و وجودی در همه‌گیری کووید ۱۹ در شهر تهران و با روش کیفی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد نوع نگاه افراد در بحران همه‌گیری کووید ۱۹، گویای نوعی روند ادراکی به‌منزله اهرمی برای کنار آمدن، سازگاری و انطباق با شرایط بحران می‌تواند باشد.

در بعد اجتماعی نیز مؤلفه‌هایی مانند سبک زندگی، سلامت اجتماعی، روابط خانوادگی مورد توجه قرار گرفته است. خدابخشی و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان چگونه پاندمی کرونا کیفیت تعامل خانواده‌های ایرانی را تغییر داد؟ براساس نظریه داده بنیاد انجام دادند. نتایج براساس کدگذاری محوری نشان داد کرونا باعث چالش در تعامل‌های خانوادگی، تغییر در کیفیت

تعاملات خانوادگی، تغییر در ساعات کاری، تأثیر مشکلات اقتصادی بر تعاملات خانوادگی شد که تمامی این مضمون‌ها، منجر به ضعیف شدن پیوندهای خانوادگی در این ایام شد. پژوهشی با عنوان پیامدهای اجتماعی همه‌گیری کرونا در ایران توسط جهانگیری و صاحبی (۲۰۲۰) انجام شد. این پیامدها شامل: قرنطینه خانگی و عدم حضور در اجتماع، کاهش ارتباطات بین فردی، خانوادگی و اجتماعی، انگ بیماری، تغییر در سبک زندگی، ترس از آنچه در آینده اتفاق خواهد افتاد، احساس ناامیدی و خشم به آینده، تعطیلی سالن‌های ورزشی و ممنوعیت ورود به پارک‌ها، تعارضات خانوادگی و خشونت، مشکلات روانی، عدم توجه به مشکلات معیشتی مردم که در نهایت گسست و فروپاشی اجتماعی را می‌تواند به همراه داشته باشد. شکری و همکاران (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان استرس درک شده ناشی از کووید ۱۹ در ایران با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی انجام دادند. نتایج نشان داد شیوع مشکلاتی مانند افسردگی، اضطراب با قرار گرفتن بیشتر در معرض شبکه‌های اجتماعی مرتبط است. به‌ویژه رسانه‌هایی که اطلاعات نادرست یا غیرقابل اعتماد ارائه می‌کردند. ملت‌خواه (۱۴۰۰)، به بررسی مؤلفه‌های انطباق‌پذیری زوجین در بحران پاندمی کرونا با رویکرد کیفی پرداخت. نتایج نشان داد اگرچه بحران ویروس کرونا، بهزیستی زناشویی را تحت تأثیر قرار داده است؛ اما پیامدهای مثبتی در انگیزه زوجین برای حفاظت از روابط خود ایجاد نموده است که با افزایش این مؤلفه‌های مثبت، شاهد شکوفایی تعاملات آن‌ها خواهیم بود. تاج‌بخش (۱۳۹۹)، به بررسی واکاوی سبک نوین زندگی در عصر پسا کرونا و با رویکرد پدیدارشناختی پرداخت. نتایج نشان داد ویروس کرونا، علی‌رغم هزینه‌های که شیوه آن بر جامعه تحمیل کرد، فرصتی مناسب برای بازنگری و بازاندیشی در سبک زندگی را فراهم کرد و سبک زندگی را در جامعه با تحولات عظیم مواجه کرد. چو^۱ و همکارانش (۲۰۲۱)، در یک مطالعه کیفی با عنوان بررسی ننگ اجتماعی در بیماران مبتلا به کووید ۱۹ که در کشور مالزی بر روی ۱۸ شرکت‌کننده مبتلا به کووید و خانواده‌های آن‌ها انجام دادند، اذعان داشتند که این افراد دچار ایزولاسیون اجتماعی، برچسب اجتماعی از سوی دیگر افراد اجتماع

مثل کارکنان سیستم بهداشتی یا همسایگان قرار گرفتند. الفیاض (۲۰۲۱)، در یک مطالعه کیفی که با عنوان بررسی اثرات کووید ۱۹ بر روی سبک زندگی دانش آموزان در کشور عربستان انجام داد. بعضی عادت‌های خوب مثل، افزایش زمان خواب، افزایش سبزیجات و میوه‌جات و مصرف گوشت قرمز دیده شد، اما برخی عادت بد مانند تماشای زیاد تلویزیون و کاهش فعالیت‌های فیزیکی در بین تمام گروه‌ها دیده شد. بیچ^۱ (۲۰۲۱)، در یک مطالعه کیفی با عنوان خانواده مراقبت‌کننده در خلال کووید ۱۹ در دانشگاه پنسیلوانیا آمریکا بر روی ۵۷۶ خانواده‌ای که مراقبت‌کننده بودند انجام گرفت نشان داد خانواده‌هایی که مراقبت‌کننده بودند اضطراب، افسردگی، اختلالات خواب، مشارکت اجتماعی پایین، و وضعیت مالی بدتر و افزایش نگرانی مالی همراه بودند. سونگ^۲ و همکاران (۲۰۲۰)، در یک مطالعه کیفی در مقاله‌ای با عنوان بررسی اثر حمایت اجتماعی و اعتماد اجتماعی در پاسخ به خطر اجتماعی ویروس بر روی ۶۲۰ شرکت‌کننده کره‌ای انجام شد و نتایج این مطالعه نشان داد حمایت اجتماعی یک اثر مثبت بر اثر بخشی پاسخ در برابر خطر اجتماعی ویروس دارد؛ درحالی‌که پاسخ اثر بخش یک اثر مثبت بر روی بهداشت، فاصله‌گذاری اجتماعی و فعالیت‌های خرید دارد.

در بسیاری از پژوهش‌ها نیز هر دو بعد فردی و اجتماعی با یکدیگر مدنظر قرار گرفته‌اند. تاج‌بخش (۱۴۰۰)، به بررسی کرونا ویروس و تجربه زیسته مردم در مواجهه با آن با روش کیفی در شهر بروجرد استان لرستان پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد کرونا ویروس باعث اختلال جدی در زندگی روزمره مردم این شهر شده و سلامت روانی و اجتماعی آنان را تحت تأثیر خود قرار داده است. عسگری (۱۴۰۰)، به واکاوی تجربه زیسته افراد مبتلا به بیماری کرونا در روابط فردی، خانوادگی و اجتماعی و راهکارهای پیشگیری و کنترل آسیب‌های روانی ناشی از آن، در شهر تهران پرداخت. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد شیوع بیماری کرونا روابط فردی، خانوادگی و اجتماعی افراد را به شدت تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و جهت پیشگیری و کنترل آسیب‌های ناشی از آن باید انسجام و استحکام ساختار خانواده از طریق آموزش‌های مرتبط و

1. beach

2. song

مداخلات روان‌شناختی مؤثر در دستور کار خود قرار گیرد. علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی پیامدهای روانی- اجتماعی مبتلایان به کرونا با روش کیفی پرداختند. نتایج نشان داد شایع‌ترین پیامدهای روانی کرونا ویروس شامل ترس از مرگ، افسردگی و اضطراب؛ و همچنین کاهش فعالیت‌های اجتماعی، احساس طرد از سوی جامعه، کاهش ارتباط مؤثر با خانواده و اطرافیان است.

مرور پیشینه نشان‌دهنده اشتراکاتی در حوزه روش انجام تحقیق با پژوهش حاضر، یعنی استفاده از رویکرد پدیدارشناسی است؛ با این تفاوت که در بیشتر مطالعات تجارب هیجانی افراد درگیر پررنگ نشان داده شده است و محقق تنها به ذکر چند مورد از آن‌ها اکتفا کرده است؛ چراکه هدف از تحقیق حاضر به‌طور خاص تمرکز بر روابط و مناسبات اجتماعی افراد درگیر با بیماری یا به عبارتی بعد اجتماعی بوده است و همچنین درنهایت تحلیلی جامعه‌شناختی نیز از مساله مدنظر است. تفاوت مهم این پژوهش با سایر پیشینه‌ها در مکان انجام تحقیق یعنی شهرستان دره شهر در استان ایلام است.

۲.۲. چارچوب مفهومی

در تحقیق حاضر، نظریه آزمایشی هدف نیست و با توجه به پیچیده بودن بیماری کرونا و ابعاد آن، تلاش محقق بر این است با تکیه بر ترجیحات نظری خود، تنها سازه‌هایی مفهومی برای طرح سؤالات و نگاه به مساله تحقیق فراهم کند؛ بنابراین چارچوب مفهومی اصلی در تحقیق حاضر، رویکردهای برساخت‌گرایی است. براساس این رویکرد، مطالعه پدیده‌های اجتماعی به فهم جهان اجتماعی نیاز دارد که افراد با فعالیت‌های مداوم خود آن را می‌سازند و بازتولید می‌کنند. در اینجا تفسیر موقعیت اجتماعی، تفسیر رفتار مردم دیگر، تفسیر کنش‌های خود، مهم تلقی می‌شود (بلیکی، ۱۳۹۵، ص. ۱۰۶). علاوه بر این رویکرد کلی، در حوزه جامعه‌شناسی پزشکی و در ارتباط با بیماری و سلامت، مفاهیم مختلفی مطرح شده است که پژوهش حاضر به آن‌ها حساس خواهد بود. این مفاهیم می‌تواند از نظر تحلیلی بیشترین کاربرد را با موضوع پژوهش دارند.

۲.۲.۱. مفهوم برچسب

مفهوم برچسب تأکید دارد که نفس رفتار، منحرفان را از غیر منحرفان مشخص نمی‌سازد، بلکه عملکرد اعضای سازشکار جامعه است که آن تمایز را به وجود می‌آورد. این اعضای بعضی از رفتارهای انحرافی را تفسیر و تبیین کرده، برچسب انحرافی را به افراد نسبت می‌دهند. نظریه‌پردازان برچسب‌زنی کجروی را نه به عنوان مجموعه‌ای از مشخصه‌های افراد یا گروه‌ها، بلکه به منزله کنش متقابل میان کجروها تفسیر می‌کنند. از نظر آن‌ها ما باید دریابیم که چرا بعضی از مردم برچسب کجرو زده می‌شود، تا ماهیت کجرو را درک کنیم (گیدنز، ۱۳۹۰، ص. ۳۰۰). انحراف و در اینجا بیماری، چگونگی یک عمل نیست بلکه چگونگی پاسخ و واکنشی است که به یک عمل داده می‌شود و به عبارت دیگر بر طبق مفهوم برچسب درباره واکنش‌ها و پیامدهای اجتماعی است که نسبت به اشخاص منحرف صورت می‌گیرد و هم‌چنین اثراتی که چنین واکنشی در انحرافات بعدی اشخاص دارد. برچسبی که به فردی زده شد باعث بروز اتفاقات مشابه دیگری می‌گردد که منجر به ظهور کنش‌های دیگر می‌شود. به زعم گافمن جامعه ابزارهایی را برای دسته‌بندی کردن افراد و همه صفاتی که تصور می‌شود برای اعضای هر یک از این دسته‌ها، طبیعی و عادی است، تثبیت می‌کند. محیط‌های اجتماعی، آن دسته از افراد که احتمالاً در جامعه با آن‌ها روبه‌رو شویم را تثبیت می‌کند و شرایط معمول آمیزش اجتماعی در این محیط‌های تثبیت شده به ما این امکان را می‌دهند که بدون توجه به اندیشه خاصی با دیگران مواجه شویم؛ بنابراین زمانی که یک غریبه در مقابل ما قرار می‌گیرد احتمالاً می‌توانیم از طریق ظاهرش دسته و صفاتش یا همان هویت اجتماعی او را پیش‌بینی کنیم (گافمن، ۱۳۹۲، ص. ۳۰). گافمن در کتابش می‌گوید اصطلاح داغ ننگ برای اشاره به ویژگی یا صفاتی کاربرد دارد که شدیداً بدنام کننده یا ننگ‌آور است، اما باید توجه داشت که قدرت داغ زنی یک صفت نه در ذات خویش، بلکه در روابط اجتماعی آن ریشه دارد؛ به عبارت دیگر صفتی که داغ ننگ بر پیشانی فرد دارای آن صفت می‌زند

می تواند به عادی جلوه دادن دیگر افراد کمک کند و بر این اساس فی نفسه نه خوشنام کننده است و نه بدنام کننده (همان، ۳۲).

۲.۲.۲. انزوای اجتماعی

انزوای اجتماعی را می توان فقدان ارتباط و سست شدن پیوندهای میان افراد با یکدیگر و با جامعه دانست. چلبی می نویسد " انزوای اجتماعی افراد را از مشارکت غیررسمی و رسمی در جامعه محروم می کند. مبادله اجتماعی و دل بستگی اجتماعی را کاهش می دهد. از تبادل پایدار و دائمی افکار و احساسات، از کل به فرد و از فرد به کل جلوگیری می کند. موجب تضعیف یا قطع روابط و مبادلات نامتقارن گرم و روابط گفتگومانی می شود. از احساس مشارکت در روابط گرم، صمیمی و انسانی جلوگیری می کند. فرصت های مناسب را برای با هم زندگی کردن، با هم کار کردن، با هم تجربه کردن و با هم بودن را سلب می کند و روابط طولانی، پایدار و عمیق را غیرممکن می سازد. موارد یاد شده می توانند پیامدهای مختلفی از جمله احساس، احساس عجز، یاس اجتماعی و کاهش تحمل را به دنبال داشته باشند. " وایت دین " با الهام از دیدگاه دورکهایم در مورد آنومی، انزوای اجتماعی را چنین تعریف می کند: انزوای اجتماعی به معنای " احساس جدایی فرد از گروه یا انزوا از استانداردهای گروهی است. به عبارتی تماس های عاطفی بین فرد و گروه های مهم و حامی از بین می رود (عباس نژاد، ۱۳۹۵، ص. ۲۲). انزوای اجتماعی وضعیتی است که در آن شخص فاقد پیوندهایی است که منابع اجتماعی و حمایت اجتماعی مورد نیاز او را فراهم آورد. حمایت های اجتماعی مورد نیاز شخص را می توان به پنج دسته تقسیم کرد:

(۱) کمک های عاطفی (۲) خدمات کوچک (۳) خدمات بزرگ (۴) کمک های مالی (۵) همراهی و معاشرت (ولمن و ورتلی، ۱۹۹۰، به نقل از امینی، ۱۳۹۲، ص. ۵۲).

۲.۲.۳. جامعه خطر

جامعه مخاطره‌آمیز یا جامعه خطر مفهومی است که توسط اولریش بک، جامعه‌شناس شهیر آلمانی، در قالب کتابی با همین عنوان، ارائه کرده است. به باور اولریش بک پیدایی مخاطرات اجتماعی را می‌باید با اقتصاد جهانی نوین و الکترونیک، همبسته دانست. جامعه مخاطره‌آمیز جهانی، انسان‌ها را به نحوی فزاینده، هم درگیر مخاطرات محلی، ملی و جهانی زندگی شخصی و حرفه‌ای‌شان نموده و هم بر شدت آسیب‌پذیری آن‌ها افزوده است. امروزه ما با مخاطراتی سروکار داریم که به لحاظ اجتماعی، فضایی، اخلاقی و از حیث نظام و پیامدها با مخاطراتی که نسل‌های پیشین با آن‌ها مواجه بودند، تفاوت دارند. جامعه مخاطره‌آمیز ارجاع به جامعه‌ای دارد که در آن زندگی اجتماعی ما مملو از تهدیدات و مخاطراتی شده است که ساخته دست انسان‌ها هستند (بک، ۱۳۸۸، ص. ۲۶). هر قدر تکنولوژی در جامعه بیشتر باشد، زندگی ما پیش‌بینی‌ناپذیرتر می‌شود، یعنی پیامدهای ناخواسته بیشتری پدید می‌آید. پیشرفت‌های فنی و تمدنی اگرچه مزایای زیادی دارند ولی دارای اثرات جانبی منفی نیز می‌باشند. یعنی چیزی که خود ما خلق کرده‌ایم علیه ما کار می‌کند. پس میزان آسیب‌پذیری انسان‌ها در جامعه امروزی که به تعبیر اولریش بک جامعه مخاطره‌آمیز است، بیشتر شده است.

به گفته گیدنز، مدرنیته یک فرهنگ مخاطره‌آمیز است. منظورم این نیست که زندگی اجتماعی ذاتاً مخاطره‌آمیزتر از آن شرایطی است که می‌بایست باشد؛ لاقلاً برای بیشتر آدم‌ها این‌گونه نیست. مفهوم مخاطره بیشتر در ارتباط با نحوه سازمان‌دهی جهان اجتماعی، چه از سوی کنشگران عادی و چه از سوی متخصصان فنی، به مسئله‌ای بنیادی تبدیل می‌شود. مدرنیته احتمال کلی مخاطره را در برخی از حوزه‌ها و شیوه‌های معین زندگی کاهش می‌دهد، اما در عین حال شاخص‌های مخاطره آفرین جدیدی را مطرح می‌سازد که در اعصار پیشین عمدتاً و یا کاملاً ناشناخته بودند (گیدنز، ۱۳۹۲، ص. ۵۰).

۱. روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر، کیفی و با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی است. در رویکرد پدیدارشناسی تمرکز بر کاوش در این باره است که انسان‌ها چگونه به تجربه‌های خود معنا می‌بخشند و آن‌ها را هم به‌طور فردی و هم به شکل جمعی، به آگاهی تبدیل می‌کنند. این کار از نظر روش‌شناختی مستلزم فهم این است که انسان‌ها چگونه پدیده‌ها را به تجربه در می‌آورند. در پژوهش حاضر هم توصیف و هم تفسیر مدنظر است. به این معنی که مفهومی خاص (در اینجا بیماری کووید ۱۹) در یک بافت خاص چگونه معنا می‌شود و چه ویژگی‌هایی دارد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل افرادی است که طی سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ در شهرستان دره شهر به این بیماری مبتلا شده بودند. از این جامعه افراد کاملاً بهبود یافته مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.^۱ تعداد مشارکت‌کنندگان شامل ۱۹ نفر از افراد مبتلا به کرونا است. تمامی این افراد بالای ۱۸ سال سن داشتند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و گلوله برفی انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه عمیق است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش ۷ مرحله‌ای کلایزی استفاده شده است. براساس روش کلایزی در مرحله اول، متن مصاحبه‌ها پس از درج روی برگه، چندین بار مرور شد تا شناخت کلی از آن حاصل شود. در مرحله دوم برای هریک از متون، خلاصه تفسیری نوشته تا نسبت به درک و استخراج معانی نهفته در آن اقدام شود. در مرحله سوم، محقق برای استخراج مضامین به مشارکت و تبادل نظر پرداخته است. در مرحله چهارم با تداوم مصاحبه‌ها، مضمون‌های قبلی تکامل یافت و گاه مضمونی جدید شکل گرفت. در مرحله پنجم برای دستیابی به معنای کلی متن و یافتن جوهره‌های اصلی، مصاحبه‌ها در چندین مرحله مرور شدند و توصیف‌های سازمان‌یافته نهایی استخراج شد. در مرحله ششم، خلاصه‌نویسی آغاز شد که همین امر گفتمان مرتبط با هر مصاحبه را برای تولید داده‌های کلیدی مشخص کرد. تم‌های نهایی که بازخوانی بیشتری با یکدیگر داشتند، سازماندهی و مفهوم محوری

۱. اطلاعات کامل بیماران مبتلا به کرونا در بخش اطلاعات و آمار بیمارستان و نیز مرکز تحقیقات دانشگاه علوم پزشکی بایگانی بوده و از طریق آن‌ها تعداد بیماران برآورد و شناسایی شد.

آن‌ها استخراج شد؛ و در نهایت در مرحله هفتم، با شناسایی عبارات یا جملات مهمی که به تجربه زیسته بیماری کرونا مربوط می‌شد و با صورت‌بندی و خوشه‌بندی آن‌ها در قالب مضامین مشترک میان همه مشارکت‌کنندگان پژوهش، ترکیب این نتایج در قالب توصیف و تحلیل پرمایه از شناخت ماهیت تجربه زیسته بیماران کرونایی از این بیماری به اتمام رسید.

دقت در تحقیقات کیفی به محقق اجازه می‌دهد که یک موضوع را با عمق زیاد شکافته و داده‌هایی پرمایه را به دست آورد. این فرایندی است که از آن به‌عنوان تثلیث یاد می‌شود (لیسا، ۲۰۰۶؛ عباس زاده، ۱۳۹۰، به نقل از رضایی‌نسب، ۱۳۹۶). اعتبارپذیری به واقعی بودن توصیف‌ها و یافته‌های پژوهش اشاره دارد و عبارت است از درجه اعتماد به واقعی بودن یافته‌ها برای شرکت‌کنندگان پژوهش و برای زمینه‌ای که این پژوهش در آن انجام شده است. به این معنا که آنچه در یافته‌ها و نتایج تحقیق از سوی پژوهشگر ذکر می‌گردد، همانی باشد که در نظر پاسخگو بوده است. به‌منظور رسیدن به این امر لینکلن و کوبا به مواردی همچون تماس طولانی با محیط پژوهش، مشاهده مستمر، بررسی از زوایای مختلف، تبادل نظر با هم‌تایان، تحلیل موارد منفی، کفایت مراجع و کنترل از سوی اعضا اشاره می‌کنند (حریری، ۱۳۹۰، ص. ۶۶). در تحقیق حاضر مواردی مانند دقت در انجام کار و کنترل از سوی پاسخگویان در نظر گرفته شده است. همچنین در پژوهش حاضر برای رسیدن به معیار قابلیت انتقال^۱ نیز که معادل پایایی در پژوهش کمی است، از دو تکنیک مرسوم یعنی مقایسه‌های تحلیلی (رجوع به داده‌های خام جهت مقایسه و ارزیابی مقولات اصلی با این داده‌ها) و استفاده از نظرات سه متخصص در حوزه روش تحقیق کیفی بر مراحل مختلف کدگذاری استفاده شد.

جدول ۱. معرفی اطلاع‌رسان‌ها

ردیف	اسم	سن	جنس	مقطع تحصیلی	وضعیت تأهل	وضعیت شغل
۱	هما	40	زن	فوق دیپلم	مجرد	بیکار
۲	عاطفه	30	زن	دوم دبیرستان	متأهل	خانه‌دار

1. pransferability

۳	لیلا	43	زن	کارشناسی	متاهل	شاغل دولتی
۴	ناهید	50	زن	کارشناسی ارشد	متاهل	شاغل دولتی
۵	شیوا	36	زن	کارشناسی	متاهل	شاغل آزاد
۶	ثنا	28	زن	کارشناسی	متاهل	خانه دار
۷	حمید	35	مرد	کارشناسی ارشد	متاهل	شاغل دولتی
۸	طیبه	47	زن	کارشناسی	متاهل	شاغل دولتی
۹	نادر	54	مرد	کارشناسی ارشد	متاهل	شاغل آزاد
۱۰	جمشید	53	مرد	کارشناسی ارشد	متاهل	شاغل دولتی
۱۱	بهزاد	44	مرد	کارشناسی ارشد	متاهل	شاغل دولتی
۱۲	اکبر	55	مرد	کارشناسی	متاهل	شاغل آزاد
۱۳	امیر	45	مرد	دیپلم	متاهل	شاغل آزاد
۱۴	محسن	51	مرد	کارشناسی	متاهل	شاغل دولتی
۱۵	ستایش	18	زن	دیپلم	مجرد	بیکار
۱۶	مهری	58	زن	بی سواد	متاهل	خانه دار
۱۷	کبری	25	زن	سیکل	متاهل	شاغل آزاد
۱۸	امید	32	مرد	ابتدایی	مجرد	شاغل آزاد
۱۹	فرهاد	۲۳	مرد	دیپلم	مجرد	بیکار

۱. یافته های تحقیق

سؤال اول پژوهش: درک، تعریف و تفسیر افراد مبتلا از بیماری کرونا چگونه است؟

جدول ۲. فرآیند شکل گیری مقوله بندی احساس و درک افراد مبتلا از بیماری

حس و درک افراد از بیماری کرونا		
کد اولیه / مفهوم	مضمون فرعی	مضمون اصلی
ناشناخته بودن بیماری (۵)	احساس ترس	

کرونا به مثابه احساس بی قدرتی		قابل پیش بینی نبودن بیماری (۵)
		ترس از بیماری (۵)
		ترس از انتقال بیماری (۶)
	عدم کنترل بر وضعیت	ناتوانی در مقابل بیماری (۳)
		تأثیر منفی رفتار مردم بر روحیه (۲)
		ناراحتی به خاطر مزوی شدن و تنهایی (۶)
	آشفته گی ذهنی-جسمی	احساس نزدیکی به مرگ (۵)
		فشار روحی و روانی (۴)
		ضعف جسمانی (۴)
		حالت افسردگی شدید (۲)

در پاسخ به هدف پژوهش یعنی شناسایی درک، تعریف و تفسیر نمونه های تحقیق از بیماری کرونا، به مقوله ای با نام «کرونا به مثابه ابزار بی قدرتی» دست یافته ایم. این مقوله از زیر مقوله های احساس ترس، عدم کنترل بر وضعیت، آشفته گی ذهنی-جسمی استخراج شده است. احساس بی قدرتی و یا احساس ناتوانی در اینجا یعنی افراد مبتلا به کرونا در مدتی که درگیر این بیماری بوده اند احساس می کردند که رفتارهایشان در کنترلشان نیست، نتایج رفتار و کنششان با آنچه در قبل از شرایط کرونا اتفاق می افتاد، تفاوت قابل ملاحظه ای کرده بود. کنترل بسیاری از وقایع و رویدادها برایشان به سختی امکان پذیر بوده است. به عبارتی نوعی احساس بی تأثیر بودن در شرایط جدید دارند. همین احساس بی قدرتی در نهایت و براساس سؤالات دیگر پژوهش راه رسیدن به بیگانگی اجتماعی در نمونه های تحقیق هموار کرده است. چراکه به واسطه احساس ترس، ناشناخته بودن و قابل پیش بینی نبودن بیماری همچنین ناتوانی و مزوی شدن به دلیل شرایط خاص این بیماری میل و رغبت این افراد به مشارکت در فعالیت ها، کنش های جمعی بسیار کمرنگ شده است و بعضاً خود را بی پناه تصور کرده اند، تعلق به دیگران در آن ها کمتر

شده طوری که به واسطه شرایط بیماری و تأثیرات منفی برخورد دیگران، انگار در جزیره‌ای جدا و دورافتاده گرفتار شده‌اند.

مشارکت‌کننده شماره ۲، در این باره می‌گوید: احساس بی‌کسی داشتم با اینکه خانواده در کنارم بود احساس می‌کردم که تنها هستم، انگار در جزیره‌ای دورافتاده گرفتار شده بودم. در این گزاره، کدهای احساس تنهایی، حالت افسردگی استخراج شد.

مشارکت‌کننده شماره ۱۸، در این باره می‌گوید: احساس بدی بود از نظر روحی و جسمی تحت فشار بودم، حالم بد بود قرنطینه بودم و احساس تنهایی و افسردگی داشتم. چون کرونا یک بیماری ناشناخته بود اضطراب و استرس و ترسش نسبت به بقیه بیماری‌ها بیشتر بود و اینکه معلوم نبود عواقب اون چیه. در این مصاحبه کدهای فشار روحی - روانی، ترس از بیماری، قابل پیش‌بینی نبودن نتیجه بیماری استخراج شد.

شناسایی تجارب زیسته افراد مبتلا به کرونا در بعد اجتماعی^۱

جدول ۳. فرایند شکل‌گیری مقولات

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد اولیه/مفهوم
کرونا به‌مثابه متن لایه مند	تغییرات رفتاری	دور بودن اجباری (۲)
		فاصله‌گذاری (۲)
		رعایت پروتکل‌های بهداشتی (۴)
	کاهش کیفیت روابط خانوادگی	قطع ارتباط با خانواده و قرنطینه (۷)
		مشاجره در خانواده (۴)
		همکاری در سطح خانواده (۶)
	کنشگری فعال در مناسبات خانوادگی	حمایت والدین (۲)
		تغییر نقش (۵)
سبک زندگی سالم	رعایت دستورالعمل بهداشتی	رعایت دستورالعمل (۷)
		رعایت نکات بهداشتی (۷)
		خرید پک بهداشتی (۴)
	کیفیت زندگی بالا	تغذیه سالم (۳)
		مصرف مکمل‌ها (۲)
حمایت اجتماعی عاطفی-ابزاری	حمایت بستگان	همکاری در سطح خانواده (۳)
		کمک اطرافیان (۴)
	کمک مادی	کمک‌های مادی (۲)
		کمک معیشتی (۲)
ناامنی اجتماعی	تغییر در فرهنگ مراودات	محدودیت در شرکت در مراسمات (۴)
		محدودیت در رفت و آمدها (۸)
	بحران آموزشی	عدم کیفیت کلاس‌های مجازی (۴)
		افزایش افت تحصیلی دانش آموزان در فضای مجازی (۳)
		تأثیر حضور معلم در بالا بردن کیفیت آموزش (۲)

۱. منظور از بعد اجتماعی در پژوهش حاضر و از دید افراد مورد مصاحبه، شناخت و تحلیل اثرات کرونا بر روابط خانوادگی، ارتباطات اجتماعی، سبک زندگی، آموزش و... می‌باشد.

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد اولیه/مفهوم
	ناامنی اقتصادی (تاب‌آوری اقتصادی پایین)	سفر کاری اجباری (۴)
		سرسام‌آور بودن هزینه‌های درمان (۷)
		تأثیر منفی کرونا بر مشاغل آزاد (۴)
دوجوانی شدن زندگی سوزه‌ها	زیست مجازی در کنار زیست واقعی	استفاده از فضای مجازی برای سرگرمی (۲)
		نکات مثبت و منفی فضای مجازی (۲)
		تغییر در ارتباط رودررو
	مشکلات فضای مجازی	وابستگی شدید به فضای مجازی (۳)
		عدم آمادگی زیرساخت‌های جامعه برای استفاده از فضای مجازی (۳)
ماسک ابزار نمایش خود جدید	تغییرات در چهره	محدودیت آرایش به خاطر ماسک زدن (۳)
		اهمیت آرایش چشم و ابرو (۵)
	ماسک به مثابه ابزار کارکردی	پنهان شدن عیب‌های صورت در زیر ماسک (۳)
		احساس امنیت (۳)
		اضافه شدن ماسک بر وضعیت پوشش (۳)
کرونا به مثابه ابزار بحران هویت فردی-اجتماعی	خودپنداره منفی	ترس از انتقال
		مقصر دانستن خود
		پنهان‌کاری بیماری
	انفصال از دنیای واقعی	رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی
		استفاده از فضای مجازی برای ارتباط
	استیگمای اجتماعی	قطع ارتباط رو در رو به خاطر مسری بودن بیماری (۴)
		قطع ارتباط همسایه‌ها و سرزنش همسایه‌ها (۴)
	احساس استیصال	ناراحتی و غم به خاطر دوری از اجتماع (۲)
		تأثیر سواد در برداشت متفاوت از بیماری (۱)

در پاسخ به این هدف یعنی شناسایی تجارب زیسته افراد مبتلا به کرونا در بعد اجتماعی؛ براساس صحبت‌های مشارکت‌کنندگان تحقیق، این بعد درنهایت در ابعاد روابط خانوادگی، تغییر و تحولات در سبک زندگی، ارتباط با دیگران و محیط بیرون از خانه مورد مطالعه قرار گرفت. با توجه به این هدف، مقوله‌های اصلی شامل: کرونا به مثابه متن لایه مند؛ سبک زندگی سالم؛ حمایت اجتماعی عاطفی-ابزاری؛ ناامنی اجتماعی؛ زیست اجتماعی در بستر فضای مجازی؛ ماسک ابزار نمایش خود جدید؛ و بالاخره کرونا به مثابه ابزار بحران هویت فردی-اجتماعی استخراج شد.

کرونا به مثابه متن لایه مند: این مقوله ذهن را به سمت هستی‌شناسی پارادایم رئالیسم انتقادی در حوزه فلسفه علوم اجتماعی رهنمون می‌کند. چراکه از دید این پارادایم واقعیت اجتماعی، لایه‌لایه و مبتنی بر چند سطح یعنی واقعیت تجربه شده، واقعیت محقق شده و واقعیت نهفته است (احسانی‌مقدم و همکاران، ۱۳۹۹). همین واقعیت نهفته شده یعنی ساختارهای و سازوکارهای علی در ایجاد و شکل‌گیری پدیده‌ها هستند که بایستی تشریح شوند؛ چراکه پدیده‌ها و واقعیت‌ها در قالب سیستم باز در نظر گرفته می‌شوند و در فرایند تحقیق، روابط خطی گمراه‌کننده می‌باشند. بدین ترتیب این رویکرد معتقد است که با پس کاوی طبقه به طبقه یا لایه به لای پدیده‌ها، بایستی از پخش‌های نهفته آن‌ها پرده برداشت و به شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تری دست پیدا کرد و ماهیت یک واقعیت بسیار بیشتر از شناخت و معرفت ما نسبت به آن است. در این پژوهش نیز می‌توان گفت کرونا یک واقعیت محقق شده است که در پس آن و در ارتباط با جنبه‌های مختلف زندگی واقعیات نهفته‌ای موجود است که باید شناسایی شوند. ازجمله در زمینه روابط خانوادگی. چراکه از یک سو این پدیده دارای جنبه‌های مثبت بر روابط خانوادگی بوده و از طرف دیگر زمینه‌ساز گسست در روابط نیز بوده است و این، پیچیدگی واقعیت کرونا را نشان می‌دهد. کرونا به عنوان یک واقعیت مستقل وجود دارد اما این واقعیت به لایه‌هایی به عنوان مثال در حوزه روابط خانوادگی، آموزشی، اوقات فراغت و... تفکیک شده است که در هرکدام از این حوزه‌ها شاهد لایه‌هایی ناهمگون هستیم. بدین ترتیب کرونا به مثابه یک ابژه، دارای قدرت علی

است یعنی می‌تواند چیزهایی را تولید کند، تغییر دهد، کارهایی انجام دهد و تأثیر بگذارد. کما اینکه در حوزه روابط خانوادگی و براساس صحبت‌های نمونه‌ها شاهد این تغییرات و تأثیرات هستیم.

مشارکت‌کننده شماره ۸ در این باره می‌گوید: من و شوهرم خیلی با هم همکاری داشتیم و هر دو با هم مبتلا شدیم وقتی من حامله بود کارها رو انجام می‌دادم و برعکس... از این مصاحبه کد همکاری در خانواده استخراج شد.

مشارکت‌کننده شماره ۱۱ نیز می‌گوید: این جور فکر می‌کردم که یک خانواده ایده‌آل هستیم. ولی خانمم واکنش‌هایی نشون می‌داد، اینکه من زیاد سراغ دوا و درمان می‌رفتم و اون ناراحت می‌شد و می‌گفت تو وسواس پیدا کردی و شدیداً اعتراض می‌کرد... از این گزاره، کد مشاجره در خانواده استخراج شد.

سبک زندگی سالم: همان‌طور که نمونه‌های تحقیق در قسمت‌های قبل نیز اشاره کرده بودند، بیماری کرونا به‌عنوان یک بیماری ناشناخته حس تعادل در زندگی این افراد را به‌هم‌ریخته و دیگر نمی‌تواند به گونه گذشته براساس برنامه‌های مشخص، زندگی را پیش برند. این افراد به‌نوعی مجبورند برای حفظ سلامتی خود تغییری در عادات‌های گذشته اعمال کنند و تا آنجا که می‌توانند کیفیت زندگی خود را بالا ببرند. فعالیت‌های روزمره و عادات تغذیه در بسیاری از این افراد تغییرات قابل‌توجه پیدا کرده است و عادات‌های جدیدی شکل می‌گیرد. ارزش‌های ایمنی و کنترل وضعیت سلامت در این افراد ارتقا پیدا کرد به‌گونه‌ای که بسیاری از این افراد دستورالعمل‌های بهداشتی را رعایت و وضعیت سلامت خود را مدام کنترل کرده‌اند طوری که این نکات بهداشتی و مصرف مکمل و بهبود وضعیت تغذیه، مصرف مواد ضدعفونی برای حفظ ایمنی بدن برایشان به‌صورت عادت و حتی ارزش هم در آمده است. بدین ترتیب طرز زندگی این افراد که شامل روش‌های مصرف و بعضاً ارزش‌های خاص می‌باشد، تغییر پیدا کرده است.

مشارکت‌کننده شماره ۲، در این باره می‌گوید: انواع ضد عفونی و ماسک خرید می‌کردیم؛ و در این مدت مصرف پروتئین‌ها و میوه بالا رفته بود و بیشتر گوشت قرمز می‌خوردیم؛ چون می‌گفتن مقویه... از این مصاحبه، کدهای تغذیه سالم و خرید پک بهداشتی استخراج شد.

مشارکت‌کننده شماره ۵، در این باره می‌گوید: بیشتر حضوری خرید می‌کردیم از جاهای تمیز و بهداشتی، در سبد خریدمون هم مواد ضد عفونی و ماسک بود. چیزهای مقوی بیشتر استفاده می‌کردیم. چون پزشکان می‌گفتن که سیستم ایمنی بدن باید مقاوم باشد. سبزی، میوه و پروتئین مصرف می‌کردیم... از گزاره حاضر نیز رعایت دستورالعمل‌ها، خرید پک بهداشتی، تغذیه سالم استخراج شد.

حمایت اجتماعی عاطفی-ابزاری: بسیاری از جامعه‌شناسان معتقدند که بیماری و سلامتی صرفاً واقعیات و مقولاتی روان‌شناختی یا پزشکی نیستند بلکه ماهیت و ابعاد اجتماعی گسترده‌ای را در بر می‌گیرد. یکی از مواردی که این بعد را نشان می‌دهد، صحبت از حمایت اجتماعی است. این مفهوم، چند بعدی است. مثلاً می‌توان آن را به‌عنوان منبعی که توسط دیگران فراهم می‌شود، جهت مقابله کردن با استرس تعریف کرد. در تحقیق حاضر، حمایت اجتماعی هم بعد واقعی و هم بعد ذهنی را در بر می‌گیرد. بعد واقعی آن همان کمک‌های مختلف مالی-معیشتی است که به‌صورت عینی قابل رؤیت است و بعد ذهنی مربوط به روحیه مثبتی است که از این حمایت‌ها دریافت کرده‌اند؛ به‌عبارت‌دیگر حسی که شخص درگیر با بیماری کرونا دارد مبنی بر اینکه دیگران برایش ارزش قائل هستند و به یک شبکه اجتماعی تعلق دارد. از نظر افراد درگیر با بیماری کرونا، انواع حمایت‌هایی که در این پژوهش به‌عنوان حمایت اجتماعی عاطفی-ابزاری در نظر گرفته شده است یکی از نتایج مثبت این بیماری در شرایط سخت بوده است؛ و باعث شده سلامتی روحی-روانی فرد با مشکل مواجه نشود. این افراد به‌واسطه حمایت‌های مختلفی که از اعضای خانواده و بستگان نزدیک خود چه در بعد مادی و چه در بعد عاطفی دریافت کرده‌اند، مواجهه با بحران کرونا برایشان راحت‌تر شده است.

مشارکت‌کننده شماره ۲، در این باره می‌گوید: تا قبل از این که شوهرم مبتلا بشه خودش خرید می‌کرد به صورت حضوری، ولی در زمان ابتلا بیشتر اطرافیان انجام میداد، اقوام مدام زنگ می‌زدن. احوال‌پرسی می‌کردن و می‌گفتن آگه کاری بیرون دارید انجام بدیم... از این مصاحبه کد کمک اطرافیان استخراج شد.

مشارکت‌کننده شماره ۸، در این باره می‌گوید: در دوران ابتلای من و همسرم دیگران خرید برامون انجام می‌دادند. اقوام، خانواده هامون و دوستان غذا درست می‌کردن و می‌آوردن دم در تحویل می‌دادن و ما خیلی خوشحال می‌شدیم و روحیه می‌گرفتیم... از این مصاحبه کد همکاری در سطح خانواده‌ها، کمک اطرافیان استخراج شد.

نامانی اجتماعی: احساس امنیت همواره یکی از مؤلفه‌ها و شاخص‌های کیفیت زندگی در جوامع به شمار رفته است و این مفهوم از انگیزه‌ها و نیازهای اساسی هر فردی در سرتاسر کره زمین به شمار می‌آید. با از بین رفتن امنیت گویی آرامش خاطر انسان نیز از به تدریج از بین می‌رود. البته امنیت نیز مانند سایر مفاهیم در حوزه علوم اجتماعی، مفهومی چند بعدی است؛ که در تحقیق حاضر امنیت اجتماعی در سطح خرد مدنظر است که شامل فرد و ارتباطش با گروه‌های اجتماعی است. در جامعه ایلامی و براساس صحبت نمونه‌های درگیر با بیماری، گویی در شرایط کرونایی هرج و مرج و آشفتگی در زندگی روزمره جای تعادل را گرفته و شاهد بحران‌هایی در عرصه زیست جهان خود بوده‌اند از جمله بحران‌های آموزشی، بحران و ناامنی اقتصادی، تغییرات در فرهنگ مراودات به واسطه محدودیت در شرکت در مراسمات مختلف، محدودیت در رفت و آمدها. این تغییرات را می‌توان به عنوان خطرهایی در نظر گرفت که افراد در برابر آن‌ها مصونیتی ندارند و اینجا به جای مفهوم امنیت بایستی مفهوم ناامنی را به کاربرد، چراکه امنیت و به طور خاص امنیت اجتماعی در شرایط کرونایی مغشوش و پنهان گشته است. به عنوان مثال شاهد زندگی کردن در فضایی محدود و صرفاً با اعضای خانواده برای مدت طولانی هستیم که این در نهایت ممکن است به نگرانی و اضطراب بیشتر در این افراد منتهی شود. یا در حوزه مالی و اقتصادی شاهد سرسام‌آور بودن هزینه‌های درمانی و اثراتی که کرونا بر شغل‌های آزاد و کسادی

بسیاری از این کسب و کارها داشته است. همه اینها مصداق‌هایی از ناامنی و کم‌رنگ شدن امنیت اجتماعی می‌تواند قلمداد شود. بدین ترتیب و براساس صحبت‌های نمونه‌ها، ناامنی اجتماعی را می‌توان به عدم اطمینان در تداوم شرایط محیط اجتماعی-فرهنگی و مادی فعالیت و کنش این افراد در نظر گرفت.

مشارکت‌کننده شماره ۱۹، می‌گوید: دوسه هفته قرنطینه بودیم و خیلی سخت بود مصرف مواد غذایی و مکمل‌ها هزینه‌بردار بود. اطرافیان فاصله رو رعایت می‌کردن در دوران ابتلا و ارتباط رو در نبود... از مصاحبه حاضر، کدهای محدودیت در رفت و آمدها، سرسام بودن هزینه‌ها به دست آمد.

مشارکت‌کننده شماره ۱۲، می‌گوید: بله چون مغازه‌دار بودم درکل به کسب و کارها ضربه زد؛ و تا حدود چند ماه هم مردم ترس می‌کردن و به مغازه نمی‌آمدن. در این مدت حدود ۱۲ میلیون خرج کردم. ریه هام درگیر شده بودن و داروهای خارجی مصرف می‌کردم... از این مصاحبه کدهای سرسام بودن هزینه‌های درمان و تأثیر منفی کرونا بر مشاغل آزاد استخراج شد.

دوجهرانی شدن زندگی سوژه‌ها: امروزه می‌توان از دوره زیست مجازی و انفجار اطلاعات صحبت کرد. تأثیرپذیری از انقلاب تکنولوژیکی و فناوری در تمام جنبه‌های زندگی بشر مانند حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و... اثرگذار بوده است. از نظر ژان بودریار ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که در آن بنیان و اساس جامعه دیگر بر مبنای کالاهای صرف مادی نیست بلکه نمادها و نشانه‌ها که با رمزگان ویژه بیان می‌شوند همانند کالاهایی جهت تبادل به عرصه جامعه ورود کرده‌اند. امروزه شبه واقعیت یا وانمودهای امر واقع (وانموده^۱ خیالی)، جایگزین واقعیت شده است (هاشمی منفرد و ربیعی، ۱۳۹۵). بدین ترتیب امروزه در جهرانی زندگی می‌کنیم که رسانه‌ها و اینترنت همه ابعاد و وجوه آن را بازسازی کرده‌اند. در پژوهش حاضر نیز زندگی روزمره سوژه‌های تحقیق که قبل از این اوضاع، به وسیله تعاملات و ارتباطات فیزیکی، لبریز از بروز عواطف و احساسات بوده با میانجی موبایل‌ها و کامپیوترها، بیش‌ازپیش جنبه تصویری به

خود گرفت. با توجه به تنوع و گستردگی فضای مجازی، زیست واقعی این افراد نیز تحت تأثیر قرار گرفته و ساعات بسیار زیادی را بدون آنکه گذر زمان را حس کنند در این فضا گذرانده‌اند. قسمت وسیعی اوقات فراغت و سرگرمی این افراد در این فضا صرف شده است. قسمت اعظم مراودات، روابط کاری و تحصیلی‌شان مربوط به این فضا می‌شود. اینجاست که زیست مجازی شیوه جدید زندگی است که این افراد ناگزیر به استفاده از آن بوده‌اند. همچنین با فراگیر شدن بیماری کرونا، سیستم آموزشی نیز تحت تأثیر قرار گرفت و باعث تعطیلی مدارس و دانشگاه‌ها در این شهر شد. با تعطیلات طولانی مدت در سیستم آموزشی، تغییراتی در نحوه آموزش صورت گرفت از جمله بهره‌گیری از فضای مجازی در زیست جهان افراد. در عرصه آموزش به دلیل پایین آمده بازده و عدم کیفیت آموزش مشکلاتی را برایشان به وجود آورده است. از دید نمونه‌های تحقیق، فضای مجازی علاوه بر جنبه‌های مثبت، مشکلات و نکات منفی را به دلیل وابستگی شدید و عدم آمادگی زیرساخت‌های جامعه در استفاده از آن برایشان به دنبال داشته است. بدین ترتیب و براساس نظر نمونه‌ها، در این شهرستان و در ایام کرونا با دوجوانی شدن زندگی افراد (جهان مجازی و جهان واقعی) مواجه هستیم و بدین جهت تغییراتی در روابط اجتماعی این افراد رخ داده است.

مشارکت‌کننده شماره ۳، در این باره می‌گوید: دیدوبازدیدها کم شده بود. سفر و مسافرت هم آگه بود اجباری بود و تفریحی نبود. اصلاً نمی‌پسندیدم برای بچه‌ها خوب نبود خیلی چیزهای دیگه توی فضای مجازی بود که بچه‌ها به سمت اون‌ها گرایش داشتند چون این فضا یک دفعه پیش آمد و برامون نهادینه نشده بود و بیشتر بچه‌ها از این فضا برای سرگرمی استفاده می‌کردن... از گزاره حاضر، کدهای استفاده از فضای مجازی و عدم آمادگی زیرساخت‌های جامعه برای استفاده از فضای مجازی استخراج شد.

مشارکت‌کننده شماره ۷، در این باره می‌گوید: عروسی اقوام دعوت می‌شدیم فقط خودم می‌رفتم و خانواده رو نمی‌بردم. فعالیت‌های ورزشی و تفریحی به کلی تحت تأثیر قرار گرفتن و به کلی کم شدند. این فضا برای آینده پیش‌بینی شده بود و ولی در این زمان چون ناخواسته و

یک دفعه بود. یک شبیخون بود و به هر حال یک سری تبعات منفی هم داشت. اومدنش جوری بود که در جامعه زیرساخت‌هاش آماده نشده بود. از لحاظ فرهنگی و اجتماعی و نرم‌افزار آماده نبودیم... از مصاحبه حاضر نیز عدم آمادگی زیرساخت‌های جامعه برای استفاده از فضای مجازی به دست آمد.

ماسک ابزار نمایش خود جدید: در این پژوهش نمایش خود در زندگی روزانه با استفاده از ابزار جدیدی به نام ماسک مدنظر است. نمایش ظاهری شخص در اینجا مورد توجه است. فرد برای این نمایش ظاهری از ابزار ماسک در تعاملات روزانه خود استفاده می‌کند، ماسک می‌تواند نقابی اجتماعی باشد برای اینکه فرد از صبح که از خانه بیرون می‌رود بر صورت می‌زند برای پنهان کردن چهره واقعی خود؛ چراکه از طریق ماسک آرایش محدود می‌شود، آرایش قسمت خاص از چهره مدنظر قرار می‌گیرد، ابزاری کارکردی برای پنهان کردن عیوب صورت در نظر گرفته می‌شود، حتی وسیله‌ای برای حس بیشتر امنیت می‌تواند باشد. بدین ترتیب و از طریق این نقاب بعضاً رفتارهای خود را نیز در ورود به محافل عمومی تغییر می‌دهد و در تلاش‌اند تصویری آرمانی از خود به نمایش بگذارند.

مشارکت‌کننده شماره ۱۱، در این باره می‌گوید: به نظرم ماسک خیلی از عیب‌ها رو می‌پوشاند؛ مثلاً یکی دندونش شکسته و نمی‌توانست در اجتماع حاضر شود و لی ماسک باعث شد که الان در اجتماع باشند. یا مثلاً مردی حوصله نداشت اصلاح کنه و صورتش تمیز کنه ولی ماسک که بود دیگه نیاز نبود. یا روزهای آفتابی ماسک به عنوان حافظ بود و کل صورت می‌پوشاند و خیلی‌ها رو می‌دیدم که با ماسک احساس امنیت می‌کردند. چون عیبی از آن‌ها دیده نمی‌شد... از مصاحبه حاضر، کد پنهان شدن عیب‌های صورت زیر ماسک و اضافه شدن ماسک بر وضعیت پوشش و احساس امنیت به دست آمد.

مشارکت‌کننده شماره ۴، می‌گوید: نه خیلی تأثیر نداشت من آرایش می‌کردم حتی با ماسک، مگه میشه بدون ضد آفتاب یا خط چشم بیرون رفت ولی بیشتر به آرایش چشم و ابرو هام می‌رسیدم... کد اهمیت آرایش چشم و ابرو از این مصاحبه استخراج شد.

کرونا به مثابه ابزار بحران هویت فردی-اجتماعی: ابزار بحران هویت فردی-اجتماعی: این مقوله از زیرمقوله های خودپنداره منفی، احساس استیصال، انفصال از دنیای واقعی، استیگمای اجتماعی به دست آمده است. هویت در وهله اول می توان متمایز بودن و شدن از افراد و یا گروه های دیگر، احساس ثبات و تداوم در طی زمان و حس تعلق داشتن به دیگران و جمع تعریف کرد. هویت یابی و هویت سازی مستلزم ایجاد مرز و توسل به مرجع های ثابت و پایدار است. هویت در تمام مدت زندگی رشد و تغییر می کند، هر مشکل و چالشی که در طول زندگی رخ می دهد، هر تجربه جدید در طول زندگی باعث چالش و تغییر در هویت خواهد شد (شهوندی و تقوی نسب، ۱۳۹۶). هویت فردی ناظر بر افراد است و با مفاهیمی مانند ادراک خود، عزت نفس بیشتر از طرف روان شناسان مطرح می شود. هویت اجتماعی نیز ناظر بر جامعه است و با مفاهیمی مانند تعلق گروهی، نقش پذیری از طرف جامعه شناسان مطرح شده است. از دید بسیاری از صاحب نظران هویت از جمله تاجفل، هویت اجتماعی فرد از طریق گروهی که به آن دل بستگی و تعلق دارد، تعیین می شود. گیدنز نیز معتقد است هویت یک شخص در ارتباط روزانه و معمولی با بقیه شکل می گیرد نه به صورت وهم و خیال. آنچه مهم است ذکر این نکته می باشد که بسیاری از جامعه شناسان معتقدند عدم تعلق به رفتارهای گروهی و تداوم یا ثبات در آنها یا به عبارتی سرگردانی در مبانی رفتاری انسان همان بحران هویت است. نتیجه چنین وضعی اختلال در نظم، سرخوردگی روحی-روانی، قطع روابط با اجتماع و نفی پیوندهای اجتماعی و... می باشد.

در پژوهش حاضر و براساس صحبت های افراد درگیر بیماری کرونا، شرایط بیماری و زمان درگیر شدن با بیماری که زمانی طولانی مدت بوده بحران هایی در حوزه هویت فردی و اجتماعی به وجود آورده است. گویی حس بیگانگی و گسست نسبت به خود و همچنین دیگران در فرد در حال شکل گرفتن است؛ زیرا این حس جدایی را در تعاملات روزمره خود تجربه کرده است. حالتی که افراد نه فقط با دیگران احساس بیگانگی و جدایی می کند بلکه با خودش نیز در کشاکش است و سر ستیز دارد؛ چراکه به صورت مداوم در وجودش ترسی رخنه کرده است. ترسی مبنی

بر انتقال بیماری به دیگران، مقصر قلمداد کردن خود، پنهان‌کاری‌های مداوم و... این حس بیگانگی نسبت به دیگران هم شکل گرفته است؛ یعنی در این ایام ارتباطات رودررو را دوستان، دروهمسایه‌ها، آشنایان به خاطر مسری بودن بیماری قطع کرده است؛ و یک حس استیصال به خاطر دوری از اجتماع در وی شکل گرفته است. بدین ترتیب در خلال این بحران، افراد دچار سردرگمی و آشفتگی و رنج کشیدن شده‌اند. احساس منزوی بودن، اضطراب در آن‌ها شکل گرفته است.

مشارکت‌کننده شماره ۱۷، می‌گوید: دید مردم خیلی بد بود و بعد از یک ماه که بیرون رفتم بعضی از همسایه‌ها راه رو کج می‌کردن و از طرف دیگر می‌رفتن به خاطر این رفتارها بعضی بیماریشون پنهان می‌کردن ولی بیشتر اقوام و دوستان از طریق فضای مجازی احوال‌پرسی می‌کردن... از مصاحبه حاضر، کدهای قطع ارتباط با همسایه‌ها و سرزنش آن‌ها، پنهان کردن بیماری، استفاده از فضای مجازی برای ارتباط استخراج شد.

مشارکت‌کننده شماره ۱۳، در این مورد می‌گوید: هیچ‌کس نزدیک نمی‌شد و فاصله رو رعایت می‌کردن مردم رفتارهای اجتماعی شون جور بود که آدم افسرده می‌کرد. از این موضوع که منزوی باشی و قرنطینه باشی ناراحت بودی... از گزاره حاضر نیز کدهای ناراحتی و غم به خاطر دوری از اجتماع و رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی به دست آمد.

اما در نهایت هدف آخر از پژوهش حاضر شناسایی نحوه مواجهه مشارکت‌کنندگان با شرایط مربوط به بیماری می‌باشد که در ادامه به مقوله‌بندی آن براساس صحبت‌های این افراد می‌پردازیم.

جدول ۴. نحوه مواجهه نمونه‌ها با شرایط بیماری

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد اولیه/مفهوم
تقویت حمایت‌های اجتماعی	پیوندهای اجتماعی	حمایت اطرافیان (۶)
		روحیه گرفتن در کانون خانواده (۶)
	حمایت مالی	کمک مالی اطرافیان (۲)
		کسب‌وکار مجازی (۳)
بازاندیشی خود	تقویت ارزش‌های فرامادی	یاد خدا (۵)
		روحیه قوی (۴)
	تغییرات فردی مثبت	کسب اطلاع از افراد بهبود یافته (۳)
		مثبت اندیشی (۴)
		رعایت توصیه پزشکان (۴)
		استفاده از فضای مجازی (۶)
		رعایت پروتکل‌های بهداشتی (۴)
		مصرف مرتب داروها و مکمل‌ها (۴)
		استراحت کردن (۲)
		ورزش کردن (۲)

در ارتباط با هدف آخر تحقیق یعنی نحوه مواجهه مشارکت‌کنندگان با شرایط سخت مربوط به بیماری دو مقوله «تقویت حمایت‌های اجتماعی» و «بازاندیشی خود» استخراج شد. مشارکت‌کنندگان در صحبت‌های خود به این اشاره کرده‌اند از طریق حمایت‌هایی که دیگران و به‌طور خاص اعضای خانواده و همچنین آشنایان برایشان فراهم کرده‌اند، مانند پیوندهای اجتماعی (از طریق حمایت اطرافیان و روحیه گرفتن از اعضا خانواده) و همچنین حمایت‌های مالی در شرایط استرس‌زای کرونایی تا حدودی توانسته‌اند اضطراب و استرس را تخفیف دهند. بدین ترتیب از طریق حمایت‌های اجتماعی یعنی ارتباط بین فردی و تعاملاتشان توانسته‌اند به یکی از مهم‌ترین نیازهای خود در این دوران پاسخ دهند و توانسته‌اند شرایط موجود را بهتر درک کنند؛ چراکه هم جنبه‌های عینی حمایت و هم جنبه ذهنی - کیفی حمایت برایشان شکل گرفته است و از نوعی سرمایه اجتماعی درون‌گروهی نیز بهره‌مند شده‌اند.

بازاندیشی خود در پژوهش حاضر یک نوع مهارت به حساب می آید؛ چراکه افراد درگیر، تمام سعی شان بر این بوده که در این ایام به انجام بازنگری و بازاندیشی در تجارب قبلی خود و تأمل درباره آن ها بپردازند، تجارب قبلی که با شرایط جدید همسو نبوده است (بعضاً مغایر نیز بوده است). گویی کرونا به عنوان یک بحران، عاملی بوده تا افراد مبتلا، در کنش ها، آگاهی های قبلی خود تغییراتی ایجاد کنند. تغییراتی در خود، در زندگی روزمره و سبک زندگی شان و در ارتباط با دیگران. شاید بتوان گفت تحولاتی که با کرونا اتفاق افتاد، این افراد را وادار و مجبور به بازاندیشی در ابعاد مختلف زندگی شان کرده است.

مشارکت کننده شماره ۱۲، می گوید: خانواده خیلی همراهی می کردند، به خدا توکل داشتم، نمی ترسیدم. اطرافیان هم کمک می کردن مالی، عاطفی؛ توصیه پزشکان رو هم رعایت می کردم. از گزاره حاضر، کدهای روحیه گرفتن در کانون خانواده، یاد خدا، کمک مالی - عاطفی اطرافیان، رعایت توصیه پزشکان به دست آمد.

مشارکت کننده شماره ۹ می گوید: خانواده حمایت می کردن، اطرافیان هم زنگ می زدند و احوال پرسی می کردن، توکل مون بر خدا بود. مرتب به پزشک مراجعه می کردیم و دستورات رو اجرا می کردیم. حمایت اطرافیان، روحیه گرفتن در کانون خانواده، توکل و یاد خدا، رعایت توصیه پزشکان نیز کدهایی بودند که از این مصاحبه استخراج شد.

۳. بحث و نتیجه گیری

ویروس کرونا یکباره و هولناک عرصه را بر تمام جوامع بشری تنگ کرد. شیوع ویروس کرونا از یک فرم بیماری خارج شده و به یک بحران عمومی و فراگیر در جهان تبدیل شد. این بیماری تبعات زیادی برای مردم جهان در بر داشته است. مبتلایان شرایطی سخت و مشکلات زیادی در رابطه با این بیماری تجربه کرده اند. محققان با بررسی پاسخ های نمونه های تحقیق، به شناسایی درک، تفسیر و تعریف نمونه ها از بیماری؛ شناخت مطالعه تأثیرات کرونا بر روابط و مناسبات اجتماعی (روابط خانوادگی، سبک زندگی و ارتباطات اجتماعی آن ها)، و در نهایت نحوه

مواجهه آن‌ها با شرایط بیماری پرداخته‌اند. در ارتباط با سؤال اول یعنی درک، تعریف و تفسیر افراد مبتلا به بیماری از بیماری چگونه است؟ مطابق یافته‌ها، مضمون اصلی «کرونا به مثابه احساس بی‌قدرتی» به دست آمد. این مقوله از زیر مقوله‌های احساس ترس، عدم کنترل بر وضعیت و آشفتگی ذهنی و جسمی استخراج شد. این سؤال در نوع خود جدید می‌باشد؛ چراکه در تحقیقات و پیشینه‌های کیفی تحقیق، محققان به پیامدهای این بیماری در بعد روانی بیشتر توجه کرده‌اند و سؤالی مبنی بر درک و تفسیر افراد از بیماری مشاهده نشد.

در ارتباط با سؤال بعدی تحقیق یعنی تجارب زیسته بیماران در بعد اجتماعی چگونه است؟ محقق با بررسی پاسخ‌های نمونه‌های تحقیق، در نهایت به شناخت و تحلیل و مطالعه تأثیرات کرونا بر روابط خانوادگی، سبک زندگی و ارتباطات اجتماعی آن‌ها، پرداخته است. در بعد روابط اجتماعی و به‌طور خاص در سطح روابط خانوادگی و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر. مضمون کرونا به مثابه متن لایه مند، مضمون اصلی و مضامین فرعی مرتبط با این مضمون عبارتند از: تغییرات رفتاری، کاهش کیفیت روابط خانوادگی و کنشگری فعال در مناسبات خانوادگی استخراج شد. خدابخشی و همکاران (۲۰۲۳)، به تضعیف پیوندهای خانوادگی در تحقیق خود اشاره کرده‌اند؛ عسکری (۱۴۰۰) در پژوهش خود به این نتیجه کلی دست یافت که شیوع بیماری کرونا روابط فردی، خانوادگی و اجتماعی افراد را به شدت تحت تأثیر خود قرار داده است.

یکی دیگر از ابعاد اجتماعی مورد نظر نمونه‌ها تغییرات گسترده و چشمگیر در سبک زندگی‌شان بوده است. مطابق شکل‌گیری مضامین و یافته‌های پژوهش، ۵ مضمون اصلی شامل سبک زندگی سالم، حمایت اجتماعی عاطفی - ابزاری، ناامنی اجتماعی، زیست اجتماعی جدید در بستر فضای اجتماعی و ماسک ابزار نمایش خود جدید را در بر می‌گیرد. مضمون اصلی سبک زندگی سالم شامل مضامین فرعی رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و کیفیت زندگی بالا می‌باشد. مضمون حمایت اجتماعی - ابزاری شامل مضامین فرعی حمایت بستگان و کمک مادی است. مضمون ناامنی اجتماعی نیز دو مضمون فرعی تغییر در فرهنگ مراودات و بحران آموزشی را در بر می‌گیرد. همچنین مضمون زیست اجتماعی جدید در بستر فضای مجازی از دو مضمون

فرعی زیست مجازی و مشکلات فضای مجازی به دست آمد و در نهایت مضمون اصلی ماسک ابزار خود جدید شامل دو مقوله فرعی تغییرات چهره و ماسک به مثابه ابزار کاربردی می باشد. خلجی نیا و همکاران (۱۴۰۰) نیز در پژوهش خود نشان داد شیوع کرونا بر سبک زندگی و تغییر در فعالیت ها و علاقه مندی ها تأثیر گذاشته است. قسمتی از یافته های این هدف از پژوهش با پژوهش تاج بخش (۱۳۹۹) هم خوانی دارد نتایج این تحقیق همچنین نشان داد ویروس کرونا علی رغم هزینه های که شیوع آن بر جامعه تحمیل کرد فرصتی مناسب برای بازنگری و بازاندیشی در سبک زندگی فراهم کرد و سبک زندگی را در جامعه با تحولات عظیم مواجه کرد و این شاید تأثیر مثبت کرونا بر زندگی افراد باشد. جهانگیری و صائبی (۲۰۲۰)، الفیاض (۲۰۲۱) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید که کرونا سبب شیوع برخی عادات های خوب مانند افزایش مصرف سبزیجات و میوه جات و گوشت قرمز و افزایش زمان خواب شده است که همه این ها را می توان مقوله های سبک زندگی سالم در نظر گرفت و همسو با نتایج تحقیق حاضر می باشد. همچنین سونگ و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان دادند حمایت اجتماعی اثر مثبت بر پاسخ در برابر خطر احتمالی ویروس دارد و این جنبه با مقوله حمایت اجتماعی عاطفی در پژوهش حاضر مشابهت دارد. علی اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، جهانگیری و صائبی (۲۰۲۰) در پژوهش خود نشان دادند این ویروس سبب کاهش ارتباط مؤثر با خانواده و اطرافیان شده است؛ در حالی که در پژوهش حاضر و از دید نمونه های تحقیق حمایت های گسترده مالی و عاطفی در شرایط کرونا برای نمونه های تحقیق ایجاد شده است و از این جهت با نتایج تحقیق حاضر ناهمسو است.

یکی دیگر از ابعاد اجتماعی دریافت شده از دیدگاه نمونه ها، شناسایی تجارب زیسته مبتلایان در سطح ارتباط با دیگران و محیط بیرون از منزل می باشد. مضمون اصلی این قسمت، کرونا به مثابه ابزار تخریب هویت فردی- اجتماعی و مضامین فرعی تشکیل دهنده مقوله اصلی عبارتند از: خود پنداره منفی، انفصال از دنیای واقعی، استیگمای اجتماعی، احساس استیصال می باشد. قسمتی از یافته های پژوهش با پژوهش چو^۱ و همکارانش (۲۰۲۱)، مطابقت دارد چو در یک

1. chew

مطالعه کیفی که با عنوان بررسی ننگ اجتماعی در بیماران مبتلا به کووید ۱۹ و خانواده‌های آنها انجام داد بیماران داغ اجتماعی را گزارش کردند و اذعان داشتند که دچار ایزولاسیون اجتماعی، برچسب اجتماعی از سوی دیگر افراد اجتماع مثل کارکنان سیستم بهداشتی یا همسایگان قرار گرفتند. این نتایج با پژوهش علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، جهانگیری و صائی (۲۰۲۰) معتقدند کرونا باعث احساس طرد از سوی جامعه و کاهش ارتباطات شده مشابه می‌باشد و مخالف با نتایج تحقیق ملت‌خواه (۱۴۰۰) می‌باشد که بیماری کرونا پیامدهای مثبتی در انگیزه زوجین برای حفاظت از روابط خود ایجاد کرده است و باعث تقویت ارتباط بین آنها شده است. درنهایت، در ارتباط با نحوه مواجهه سوژه‌ها با شرایط، دو مضمون «تقویت حمایت‌های اجتماعی» و «بازاندیشی خود» استخراج شد. از نظر نمونه‌های تحقیق، در دوران ابتلا به بیماری و از طریق حمایت‌های اجتماعی یعنی ارتباط بین فردی و تعاملاتشان، توانسته‌اند به یکی از مهم‌ترین نیازهای خود در این دوران پاسخ دهند و از این طریق شرایط موجود را بهتر درک کنند، چراکه هم جنبه‌های عینی حمایت و هم جنبه ذهنی -کیفی حمایت برایشان شکل گرفته است و از نوعی سرمایه اجتماعی درون‌گروهی نیز بهره‌مند شده‌اند. در ارتباط با مضمون بازاندیشی خود، گویی کرونا به‌عنوان یک بحران، عاملی بوده تا افراد مبتلا، در کنش‌ها، آگاهی‌های قبلی خود تغییراتی ایجاد کنند. تحولاتی که با کرونا اتفاق افتاد، این افراد را وادار و مجبور به بازاندیشی در ابعاد مختلف زندگی‌شان کرده است. از این نظر با پژوهش تاج‌بخش (۱۴۰۰) و علی‌اکبری (۱۳۹۹) ناهمسو می‌باشد؛ چراکه این دو به این نتیجه دست یافتند که کرونا اختلالات اساسی در زندگی روزمره افراد ایجاد کرده و افراد توانایی سازگاری با شرایط جدید را از دست داده‌اند؛ اما نتایج پژوهش حاضر به این مهم دست پیدا کرد که قرنطینه و تعطیلات طولانی‌مدت و داشتن فرصت آزاد باعث شده که افراد درگیر، زمانی برای تأمل و اندیشیدن درباره بسیاری از پیش‌فرض‌ها، انتظارات، کنش‌ها داشته باشند و مرجعیت اعمال و کنش‌های قبلی زیر سؤال رود، چراکه این افراد به تغییرات فردی مثبت مانند کسب اطلاع از افراد بهبودیافته، مثبت‌اندیشی، رعایت توصیه پزشکان، رعایت پروتکل‌های بهداشتی، مصرف مرتب داروها و مکمل‌ها، ورزش

کردن و... اشاره کرده‌اند. همچنین تقویت ارزش‌های فرامادی مانند یاد خدا و روحیه قوی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین این بازاندیشی‌ها می‌توان اشاره کرد.

همه‌گیری ویروس کووید ۱۹، موجی از نگرانی و اضطراب را در بین همه مردم دنیا و ازجمله کشور ما به وجود آورد که علاوه بر تأثیرات روحی و روانی موجی از پیامدهای اجتماعی را نیز به همراه داشت. کما اینکه در تحقیق حاضر در شهرستان دره شهر و از منظر سوژه‌های تحقیق لیستی از این پیامدها گزارش شد.

تغییرات و بحران‌های گسترده در بعد اجتماعی جامعه دره شهر بوده است. تغییرات گسترده در سبک زندگی بسیار مدنظر نمونه‌ها بوده است. گیدنز سبک زندگی را شبکه‌ای انسجام یافته از رفتارها و فعالیت‌ها در زندگی روزمره در نظر می‌گرفت که مستلزم مجموعه‌ای از جهت‌گیری‌ها و عادت‌ها می‌باشد. فعالیت‌هایی که خود را در طرز لباس پوشیدن، نوع خوراک و تغذیه، اوقات فراغت، ارتباطات اجتماعی و... می‌تواند خود را نشان دهد. در نمونه‌های تحقیق و با درگیری با بیماری کرونا، گویی تناقضی در سبک زندگی قبلی و جدید رخ داده است. افراد درگیر با بیماری کرونا گویی به تعبیر گیدنز در حال بازاندیشی هستند، انواع تغییرات احتمالی و مفید برای خود و اطرافیانشان را با عمق دل‌وجان می‌پذیرند. در طی این مدت به‌صورت دائم در حال اندیشیدن و تأمل بوده‌اند چراکه لازمه زندگی جدید است. بدین ترتیب شاهد تغییرات گسترده‌ای در باورها، ارزش‌ها، رفتارها و به‌تبع آن تحولات سریع شیوه‌های زندگی‌شان هستیم. البته در اینجا نیز شاهد رخدادن انواع ناامنی‌ها به‌ویژه در حوزه آموزش، مالی - اقتصادی، اجتماعی در صحبت‌های افراد هستیم. الریش بک با طرح جامعه در مخاطره جهانی، معتقد است بشر به‌طور روزافزون با انواع مخاطرات در سطوح جهانی، ملی و محلی دست و پنجه نرم می‌کند و همین باعث شده زندگی فردی و اجتماعی‌شان به خطر افتد و آسیب‌پذیری آن‌ها در برابر انواع این خطرات بیشتر شود. مخاطرات جهان امروز با جهان گذشته تفاوت اساسی از حیث اخلاقی، فضایی، اجتماعی و... دارد؛ مخاطراتی که بیشتر ساخته دست انسان است چراکه تکنولوژی هر روز پیشرفته‌تر می‌شود و پیشرفت تکنولوژی با وجود تمام مزایای آن، اثرات منفی نیز خواهد

داشت. در مورد ویروس کرونا نیز همین طور است. یعنی چیزی که خود ما خلق کرده ایم علیه ما کار می کند، به این ترتیب میزان آسیب پذیری ما انسان ها در جامعه جدید بیشتر شده و شعار این جامعه به «من می ترسم یا من نگران هستم» تبدیل شده است. دیگر در این جامعه مانند جوامع قبل داشتن سهم از درآمد و برابری و یا نابرابری مساله نیست بلکه امن بودن و ایمنی مهم است. چیزی در جامعه دره شهر و با وجود این بیماری و طی این چندسال درگیری، کم رنگ شده است.

کرونا به مثابه ابزار بحران هویت فردی-اجتماعی مضمون مهم این تحقیق است که با مفاهیم داغ ننگ و انزوای اجتماعی در اندیشه گافمن، دورکیم، وایت می تواند مشابه باشد. انزوای اجتماعی را در تحقیق حاضر، نبود ارتباط و سست شدن یا کم رنگ شدن تعلقات و پیوندها بین افراد چه در سطح خانواده و چه در سطح اجتماع تعریف کرده ایم. در تحقیق حاضر کرونا سبب این انزوا شده است. به تعبیر وایت و با تأسی از دورکیم افراد مبتلا به کرونا احساس جدایی می کنند. احساس جدایی از که و از چه؟ این افراد احساس محرومیت دارند، احساس می کنند دیگر مثل گذشته نمی توانند افکار و احساساتشان را با دیگران و در جمع به تبادل بگذارند، از روابط گرم و صمیمی قبلی محروم شده اند، تمام اینها باعث شده نوعی استیصال، عجز و درماندگی را در صحبت های خود گزارش دهند. در واقع دورکیم و وایت نیز همین تلقی از انزوای اجتماعی را داشته اند. آن ها معتقدند انزوای اجتماعی وضعیتی است که در آن شخص فاقد پیوندهایی است که منابع اجتماعی و حمایت اجتماعی مورد نیاز او را فراهم آورد. نبود حمایت های اجتماعی لازم موجب نابسامانی های ذهنی و روانی می گردد وقتی شخصی همبستگی لازم را با جامعه نداشته باشد دچار افسردگی می گردد که در حالت های تشدید شده ممکن است به خودکشی فرد منجر شود. سختی ها، ناملایمات و استیصالی که فرد با افسرده شدن به آن واکنش نشان می دهد دلالت بر گسیختگی رابطه فرد با اجتماع دارد یکی از علل انزوای اجتماعی که در این تحقیق به صورت مفصل به آن پرداخته شده است بیماری کرونا بوده است. بیماری، نمونه های تحقیق را در وضعیتی قرار داده که مؤلفه های انزوای اجتماعی در آن ها پررنگ است؛

و گویی انفصال از دنیای واقعی را تجربه کرده‌اند؛ همان‌طور که می‌دانیم دورکیم در نظریه خودکشی، این امر را به‌خوبی ترسیم کرده است که انسجام و تنظیم اجتماعی پیامدهای مثبتی را به همراه دارد؛ اما زمانی که ارتباط فرد با جامعه قطع و یا سست شود، زمینه برای منزوی شده فرد فراهم می‌شود و این در ادامه باعث حس خودپنداره منفی، ناامیدی در افراد می‌شود. کما اینکه نمونه‌های تحقیق ما نیز این تجربیات را گزارش داده‌اند.

تصوراتی که دیگران و جامعه از این بیماری دارند باعث کاهش ارتباط و تماس با این افراد شده و در ادامه نوعی استیگمای اجتماعی را نیز تجربه کرده‌اند. از نظر گافمن، یکی از پیامدهای بیماری به‌عنوان یک داغ، برای فرد این است که احساس هویت فرد، یعنی تصور فرد درباره اینکه چه کسی است و چگونه نگریسته می‌شود، را تغییر می‌دهد شکل‌گیری این هویت، از راه کنش متقابل اجتماعی اتفاق می‌افتد. هویت اجتماعی عبارت از ویژگی‌هایی است که دیگران به فرد نسبت می‌دهند و آن‌ها را به‌عنوان اعضای یک طبقه خاص، برای مثال، با توجه به سن، قیافه، قومیت، نقش جنسیتی و شغلی، تعریف می‌کنند. از طرف دیگر هویت شخصی، به ویژگی‌ها یا کیفیاتی اشاره دارد که شخص را از دیگران متمایز می‌کند. هویت‌های شخصی در جریان شکل‌گیری و رشد خود ایجاد می‌شوند و طی آن، افراد مفهومی از خود را در رابطه با دیگران و نسبت به جهان شکل می‌دهند؛ درحالی‌که هویت اجتماعی، ویژگی‌های به نسبت با دوام زندگی افراد هستند. هویت‌های شخصی، در مقایسه با هویت‌های اجتماعی، بسیار سیال و بی‌ثبات بوده و در زندگی روزمره، مورد ارزیابی و ارزیابی مجدد قرار می‌گیرد. گافمن همچنین میان دو نوع هویت اجتماعی تمایز قائل می‌شود: هویت اجتماعی بالقوه و هویت اجتماعی بالفعل منظور از هویت اجتماعی بالقوه، آن شرایطی است که فرد باید باشد تا به هنجار و عادی به نظر برسد، و منظور از هویت اجتماعی بالفعل، شرایط و وضعیت موجود فرد است. بیماری کرونا نه تنها به بدن و جسم آسیب رسانده است بلکه به هویت اجتماعی و شخصی افراد نیز آسیب وارد کرده است؛ و به‌بیان‌دیگر در نتیجه بیماری، جایگاه اجتماعی بیمار کرونایی و احساس اینکه چه کسی هستند یا می‌توانند باشند، صدمه وارد کرده است. در تحقیق حاضر نیز، ما به دو نوع هویت و

تخریب آن‌ها به واسطه بیماری کرونا توجه خاص نشان داده‌ایم. گویی بنابر تعبیر گافمن، بیماری کرونا به مثابه نوعی انحراف در نظر گرفته می‌شود و افراد مبتلا به آن نیز غیرعادی و نابهنجار در نظر گرفته می‌شوند و به همین لحاظ داغ ننگ و یا استیگمای اجتماعی (زیرمقوله تحقیق حاضر) را به شدت تجربه کرده‌اند و پذیرش اجتماعی آن‌ها، آن‌طور که باید و شاید صورت نگرفته است. گویی افراد مبتلا شکافی بین دو نوع هویت خود مشاهده می‌کنند و در این عرصه با بحران مواجه می‌شوند. هم تعاملشان با دیگران محدود شده و هم خودپنداره منفی در آن‌ها شکل گرفته است و به نوعی هویت شخصی‌شان ضایع شده است.

نتیجه اینکه در شهرستان دره شهر و براساس صحبت‌های نمونه تحقیق از سال ۹۸ و با ورود ویروس کرونا علاوه بر خطراتی در حیطه سلامت جسمی، به دلیل ماهیت و مختصات خاص این بیماری، تجارب روانی - اجتماعی بعضاً دشواری را گذرانده‌اند که در برخی شرایط به عنوان مانع در فرایند بهبودی بیماری عمل کرده و بر سختی‌ها و رنج‌های این افراد در دوران نقاهت و بیماری افزوده است. سردرگمی و ابهامی که در مورد این بیماری و چگونگی و چرایی آن گریبانشان را گرفته بود؛ افسردگی و اضطراب در این دروان به کاهش کیفیت زندگی آن‌ها منجر شده بود زیرا همواره نگران ابتلای سایر اعضای خانواده بوده‌اند، قرنطینه شدن در آن‌ها احساس غم و تنهایی بیشتری ایجاد کرده بود و دلتنگی، بلا تکلیفی در این افراد به وجود آورده بود.

تمام این مشکلات باعث شد نیازهای شدیدی به حمایت از طرف خانواده و دیگران احساس کنند. توصیف این بیماران از کرونا ویروس طوری بود که از نظر اجتماعی برای خودشان و دیگران قابل پذیرش و یا جامعه پسندانه نبوده است؛ چراکه براساس صحبت‌هایشان، با انواع سرزنش‌ها توسط خود و دیگران (به خاطر ابتلا و عدم مراعات) مواجه شده‌اند، فاصله‌گیری از دوستان و بستگان را به خاطر برچسب نزدن به شدت رعایت کرده‌اند و نوعی احساس طرد اجتماعی را تجربه کرده‌اند. علاوه بر این احساس ناامنی اجتماعی در بین نمونه‌ها بسیار پررنگ است به ویژه ناامنی در حوزه اقتصادی و مالی. این بیماران به واسطه شرایط پیش آمده یا شغل از دست داده‌اند و یا هزینه‌های بیشتری صرف تهیه لوازم بهداشتی کرده‌اند. این ناامنی برایشان به

حوزه آموزش هم کشیده شد. تعطیلی گسترده مدارس و دانشگاه‌ها و استفاده از فضای مجازی جهت آموزش، چالش‌ها و مشکلات جدیدی برای آن‌ها به وجود آورده بود. به‌نوعی تغییرات گسترده در سبک و روش زندگی این افراد رخ داده، گویا جهانی را تجربه کرده‌اند که با جهان قبلی‌شان متفاوت بوده و تأثیرات آن (ازجمله تأثیرات روحی-روانی آن) هنوز بر زندگی‌شان سایه افکنده است. البته از بسیاری جهات شرایط کرونایی برای این افراد فرصت هم به شمار رفته است؛ چراکه در این زمان تغییرات گسترده‌ای در حوزه اجتماعی (حمایت اجتماعی ابزاری-عاطفی) و مصرفی (زندگی سلامت‌محور) در خود به وجود آورده‌اند؛ و درنهایت اینکه این بیماری برای افراد مبتلا نوعی تلنگر محسوب شده که به‌واسطه آن به تأمل و اندیشیدن بیشتر اقدام کنند و روش زندگی جدیدی را بر پایه مؤلفه‌های روحی و جمعی برای خود ایجاد کنند.

۴. پیشنهادها

با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای پژوهشی که می‌تواند رهگشا باشد به این شرح ارائه گردیده است: انجام پژوهشی با رویکرد حاضر با عنوان شناسایی تجربه زیسته مبتلایان به کرونا در سایر شهرستان‌های استان و همچنین رویکرد تلفیقی (کمی-کیفی) در این زمینه به دلیل عدم تعمیم‌پذیری در پژوهش‌های کیفی؛ با توجه به سویه جدید بیماری کرونا و نقش پررنگ خانواده در اداره و کنترل چنین بحران‌هایی؛ پیشنهاد می‌شود مهارت‌های گفتگو و همدلی، تغییر الگوهای مصرف در خانواده‌ها برای کاهش اثرات و فشارهای این بیماری موردتوجه قرار گیرد. با توجه به عدم اعتماد و پیگیری اخبار و اطلاعات مربوط به این بیماری از شبکه‌های مجازی توسط مردم؛ پیشنهاد می‌شود گفتگوی شفاف میان مردم و مسئولین در خصوص این بیماری و مبتلایان، جهت کاهش فشار و تنش بر افراد مبتلا صورت گیرد. پیشنهاد می‌شود تبلیغ سبک زندگی سلامت‌محور و هنجارهای مربوط به این سبک از زندگی در دستور کار رسانه‌های ارتباطی و مجازی قرار گیرد. همچنین از دیگر پیشنهادهای اجرایی، استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد جهت آموزش محله محور برای مقابله با بیماری‌های مختلف ازجمله کرونا با همکاری

کارشناسان رشته بهداشت می‌باشد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر، برطرف کردن عیوب آموزش مجازی و گسترش دانش دیجیتال معلمان و محصلان و استفاده از آن در کنار آموزش حقیقی در شرایط بحرانی مانند بیماری‌های واگیر می‌تواند راهگشا باشد. گسترش رسانه‌های مطمئن جهت جلوگیری از ایجاد رعب و وحشت در اجتماع راهکار دیگری است؛ چراکه براساس نتایج تحقیق ترس و اضطراب در این شرایط، باعث ناتوانی در سازگاری با این بیماری شده بود. درنهایت و با توجه به نتایج، افزایش فعالیت‌های اجتماع‌محور جهت افزایش سرمایه اجتماعی ازدست‌رفته و کاهش انزوای ایجاد شده در شرایط بحرانی کرونا موردتوجه قرار گیرد.

کتابنامه

۱. احسانی‌مقدم، ن.، دانایی‌فرد، ح.، خائف‌الهی، ا.ع.، و فانی، ع.ا. (۱۳۹۹). روش‌شناسی پژوهشی رئالیسم انتقادی؛ فهم مبانی، فرایند و اسلوب اجرا. فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۶(۱۰۲)، ۱-۲۲.
۲. بک، ا. (۱۳۸۸). جامعه در مخاطره جهانی (م. مهدی زاده، مترجم). تهران: انتشارات کویر.
۳. بودیار، ژ. (۱۳۸۹). جامعه مصرفی (پ. ایزدی، مترجم). تهران: ثالث.
۴. تاج‌بخش، غ. ر (۱۴۰۰). کرونا ویروس و تجربه زیسته مردم در مواجهه با آن؛ یک مطالعه کیفی. مجله آموزش و سلامت جامعه، ۸(۲)، ۱۳۳-۱۲۷.
۵. رحمتی نژاد، پ. (۱۳۹۹). تجربه زیسته بیماران مبتلا به کرونا ویروس (کووید-۱۹): یک مطالعه پدیدارشناسی. پژوهش در سلامت روان‌شناختی، ۱۴(۱)، ۷۱-۸۶.
۶. رضایی نسب، ز. (۱۴۰۰). تحلیل جامعه‌شناختی خشونت علیه کودکان در شهر/ایلام با رویکرد نظریه زمینه‌ای. طرح پژوهشی، دانشگاه ایلام.
۷. شفیعی سیف‌آبادی، م.، و باقری دولت‌آبادی، ع. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر بحران کووید-۱۹ بر گفتمان جهانی‌شدن و آینده پیش روی آن. فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۹(۳۳)، ۲۶۲-۲۲۳.
۸. شهوندی، ع.، و تقوی نسب، م. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مرتبط با هویت اجتماعی زنان مورد مطالعه: زنان بخش مرکزی شهرستان پاسارگاد. فصلنامه زن و جامعه، ۸(۴)، ۱۸۴-۱۶۵.

۹. عباس نژاد، ح. (۱۳۹۵). بررسی رابطه دین‌داری با انزوای اجتماعی در بین شهروندان شهر مشهد (پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه یزد، ایران.
۱۰. عسگری، م. (۱۴۰۰). واکاوی تجارب زیسته افراد مبتلا به بیماری کرونا در روابط فردی، خانوادگی و اجتماعی و راهکارهای پیشگیری و کنترل آسیب‌های روانی ناشی از آن. فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، ۱۲ (۴۵)، ۳۳-۵۲.
۱۱. گافمن، ا. (۱۳۹۲). داغ‌ننگ (چاره‌اندیشی برای هویت ضایع شده) (م. کیانپور، مترجم). تهران: نشر مرکز.
۱۲. گافمن، ا. (۱۴۰۰). نمود خود در زندگی روزانه (م. کیانپور، مترجم). تهران: مرکز.
۱۳. گیدنز، آ. (۱۳۹۲). پیامدهای مدرنیته (م. ثلاثی، مترجم). تهران: نشر مرکز.
۱۴. گیدنز، آ. (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی (م. صبوری، مترجم). تهران: نشر نی.
۱۵. گیدنز، آ. (۱۳۹۸). تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخص در عصر جدید (ن. موفقیان، مترجم). تهران: نشر نی.
۱۶. محسنی، م. (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی پزشکی. تهران: طهوری.
۱۷. موسی‌پور، ح.، چنگی آشتیانی، ج.، و کهریایی کلخوران علیا، م. (۱۳۹۹). تحول معنوی و وجودی و همه‌گیری کووید ۱۹: یک مطالعه کیفی. فصلنامه پژوهش در سلامت روان، ۱۴ (۱)، ۷۰-۵۶.
۱۸. نیازی، م. (۱۳۹۰). رابطه بین سبک زندگی و هویت ملی، مطالعه موردی: شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۸۹. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۷ (۲۴)، ۱۵۸-۱۲۹.
۱۹. هاشمی منفرد، آ.، و ربیعی، علی. (۱۳۹۵). مطالعه موردی شیوه نمایش خود در کاربران صفحه اجتماعی اینستاگرام. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۶ (۷۸)، ۱۶۰-۱۹۴.

20. Beach, S. R., Schulz, R., Donovan, H., & Rosland, A. M. (2021). Family caregiving during the COVID-19 pandemic. *The Gerontologist*, 61(5), 650-660.
21. Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101.
22. Chew, C. C., Lim, X. J., Chang, C. T., Rajan, P., & Nasir, N. (2021). Experiences of social stigma among patients tested positive for COVID-19 and their family members: A qualitative study. *BMC Public Health*, 21(1), 1623.
23. Jahangiri, K., & Sahebi, A. (2020). Social Consequences of COVID-19 Pandemic in Iran. *Acta Medica Iranica*, 58(12), 662-663.

24. Khodabakhshi-Koolaee, A., Hossein-Mardi, N., Falsafinejad, M. R., & O'Leary, P. (2023). How The Covid-19 pandemic changed the quality of Iranian families' interaction? A grounded theory approach. *Journal of Family Relations Studies*, 3(9), 33-45.
25. Li, S., Wang, Y., Xue, J., Zhao, N., & Zhu, T. (2020). The impact of COVID-19 epidemic declaration on psychological consequences: A study on active Weibo users. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 2032.
26. Prassl, A., Boneva, T., Golin, M., & Rauh, C. (2020). Inequality in the impact of the coronavirus shock: Evidence from real time surveys. *Journal of Public Economics*, 189, 104245.
27. Shokri, A., Moradi, Gh., Piroozi, B., Darvishi, S., Amirhosseini, Sh., Veysi, A., ..., & Mohamadi Bolbanabad, A. (2020). Perceived stress dueto COVID-19 in Iran: Emphasizing the role of social networks. *Medical Journal of the Islamic Republic Iran*, 34, 55.
28. Song, E., & Yoo, H. J. (2020). Impact of social support and social trust on public viral risk response: A COVID-19 survey study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 65-89.
29. Yang, M. H., Chen, Y. M., Kuo, B. I., & Wang, K. (2006). Quality of life and related factors for people living with HIV/ AIDS in northern Taiwan. *Journal of Nursing Research*, 11(3), 217-226.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2023.83348.1379
مقاله پژوهشی

بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی کارکنان با نقش میانجی انگیزه‌های نوع دوستانه

فربرز رحیم‌نیا (استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران
نویسنده مسئول)

r-nia@um.ac.ir

فاطمه قربانی (کارشناسی ارشد توسعه منابع انسانی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد،
مشهد، ایران)

fatemeh-ghorbani@mail.um.ac.ir

شیلا منظم ابراهیم‌پور (دکتری مدیریت منابع انسانی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد،
مشهد، ایران)

sh.ebrahimpour@mail.um.ac.ir

چکیده

به‌کارگیری سبک رهبری اخلاقی باعث کسب نتایج مثبت فراوانی برای سازمان خواهد بود. رهبری اخلاقی با افزایش تعهد سازمانی و انگیزه‌های نوع‌دوستانه در سازمان‌ها مرتبط است. استفاده از سبک رهبری اخلاقی توسط مدیر و بهره‌مندی از محیط اخلاقی برای هر سازمانی می‌تواند نتایج مطلوبی را در میان کارکنان به همراه داشته باشد و در تعهد سازمانی و انگیزه‌های نوع‌دوستانه نتیجه قابل قبولی ایجاد کند. رهبری اخلاقی به‌عنوان یکی از عوامل مهم در محیط سازمانی شناخته می‌شود که می‌تواند تأثیر بسزایی بر رفتار و عملکرد کارکنان داشته باشد. این نوع رهبری با ارزش‌ها و اصول اخلاقی، شفافیت و انصاف، تأثیر بیشتری بر تعهد کارکنان ایجاد می‌کند. با توجه به اینکه استفاده از این سبک در هر سازمانی می‌تواند

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۷۵-۱۰۳

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۸/۲۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۹

نتایج مثبتی به همراه داشته باشد، این مقاله به بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی کارکنان با توجه به نقش میانجی انگیزه‌های نوع‌دوستانه می‌پردازد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها سه پرسشنامه استاندارد رهبری اخلاقی براون، تروینو، و هریسون (۲۰۰۵) و رفتار شهروندی سازمانی پادساکف (۲۰۰۰) و تعهد سازمانی آلن و می‌یر (۱۹۹۱) بود. در ابتدا متغیرهای رهبری اخلاقی، تعهد سازمانی و انگیزه‌های نوع‌دوستانه تشریح گردیده است، سپس با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، ابعاد متغیرهای رهبری اخلاقی، تعهد سازمانی و انگیزه‌های نوع‌دوستانه بررسی شد. همچنین با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و با کمک نرم‌افزار AMOS و SPSS22 فرضیه‌های مطرح‌شده بررسی گردید که بر مبنای نتایج به‌دست‌آمده، بین متغیرهای پژوهش تأثیر معناداری وجود داشت و تمامی فرضیات تحقیق تأیید شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی و انگیزه‌های نوع‌دوستانه کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر معناداری دارد. همچنین انگیزه‌های نوع‌دوستانه بر تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد و رهبری اخلاقی با نقش میانجی انگیزه‌های نوع‌دوستانه بر تعهد کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر معناداری دارد. **واژگان کلیدی:** رهبری اخلاقی، تعهد سازمانی، انگیزه نوع‌دوستانه، رفتار شهروندی، کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد

۱. مقدمه

در آثار مدیریت حساسیت خاصی روی رهبران و ویژگی‌های رفتاری آن‌ها وجود دارد؛ به‌طوری‌که خصوصیات و سبک‌های مختلفی برای رفتار رهبران ذکر شده است و آثار و نتایج هر یک از این سبک‌ها بر کارکنان و کل سازمان موردبررسی قرار گرفته است. براون، تروینو و هاریسون^۱ (۲۰۰۵، ص. ۱۱۹) عوامل تعیین‌کننده و نتایج اخلاقی را بررسی کرده‌اند. آن‌ها ویژگی‌های فردی رهبر (نظیر پیروی از وجدان) و متغیرهای موقعیتی (نظیر محیط اخلاقی) را به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده رهبری اخلاقی و متغیرهای تصمیم‌گیری اخلاقی پیروان، رفتار

1. Brown

نوع دوستانه، رضایت، انگیزش و تعهد آن‌ها را از نتایج آن دانستند. طبق تحلیل آن‌ها زمانی که کارکنان در محیطی فعالیت نمایند که با رفتارهای اخلاقی، صداقت و اهمیت دادن به سایرین و عدالت میان فردی همراه است، رضایت و تعهد به سازمان بیشتری دارند و در مقابل نبود رفتار اخلاقی منجر به کاهش رضایت شغلی و تعهد به سازمانشان می‌گردد. پژوهشگران زیادی بروز تعهد سازمانی در کارکنان را به عنوان یکی از نتایج رهبری اخلاقی ذکر نموده‌اند (کیم و برمبر^۱، ۲۰۱۱، ص. ۱۰۲۱). تعهد عاطفی یکی از ابعاد تعهد سازمانی است که به دل بستگی عاطفی کارکنان به سازمان، همانندسازی با آن، خشنودی از آن و تمایل به ماندن در آن اشاره می‌کند. کارکنان با تعهد عاطفی به آن، اشتغال خود را در سازمان ادامه می‌دهند به این دلیل که می‌خواهند چنین کاری را انجام دهند (آلن و می^۲، ۱۹۹۱، ص. ۷۲). همچنین از دیگر نتایج رهبری اخلاقی تأثیر بر انگیزه‌های نوع دوستانه می‌باشد، که از ابعاد رفتار شهروندی است. از آنجاکه تعهد، عکس العمل عاطفی و ذهنی فرد نسبت به کار است در صورت بالا بودن تعهد سازمانی، مقدار تولید و قابلیت کارایی افراد بالا می‌رود و فقدان این عامل، عدم رضایت شغلی، پایین آمدن وجدان کاری، کندی کار و غیبت‌های مکرر در سازمان را در پی دارد. درک فرآیند ایجاد تعهد برای سازمان و جامعه مفید است؛ زیرا علاوه بر آنچه گفته شد، موجب ابداع کارکنان، ماندگاری بیشتر در مؤسسه و قدرت رقابت زیادتر مؤسسه شده و درعین حال جامعه نیز از بهره‌وری بیشتر سازمان‌ها و کیفیت بهتر محصولات بهره‌مند می‌شود. رفتار شهروندی سازمانی که یکی از ابعاد آن انگیزه‌های نوع دوستانه است به دنبال شناسایی، اداره و ارزیابی رفتارهای فراتر از ابعاد آن انگیزه‌های سازمان فعالیت می‌کنند و در اثر این رفتارهای آنان اثربخشی سازمانی بهبود می‌یابد (بینستوک^۳ و همکاران، ۲۰۰۳، ص. ۳۶۰). طی مصاحبه‌هایی که با تعدادی از مدیران و کارکنان دانشگاه انجام شد، لزوم توجه به رهبری اخلاقی با عنایت به ماهیت این مفهوم در راستای تحقق اهداف مدیریت جامع دانشگاه‌ها و توجه عمیق به این مقوله به جهت آموزشی بودن نوع خدمتی که در

1. Kim & Brymer

2. Allen & Meyer

3. Bienstock

این سازمان ارائه می‌شود، می‌تواند نسبت به سایر سبک‌های رهبری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد. به بیان دیگر رهبری اخلاقی بهتر از دیگر سبک‌ها می‌تواند نیازهای یک سازمان خدمت‌رسان دولتی در حوزه آموزش را پاسخگو باشد. تعدادی از مدیران ارشد این دانشگاه با در نظر گرفتن جمیع شرایط اذعان داشتند؛ با توجه به ماهیت بلندمدت بودن رابطه استخدامی کارکنان با دانشگاه لزوم توجه به تعهد کارکنان نسبت به سازمان و آثاری که تحقق این امر می‌تواند بر موفقیت و دستیابی کارآمدتر به اهداف تأثیر به سزایی داشته باشد. همچنین بروز رفتارهای شهروندی و به خصوص رفتارهای نوع‌دوستانه در محیط آموزشی و نیاز بررسی آن در این دانشگاه نیز مورد تأکید افراد قرار گرفت. به طور کل با توجه به اینکه متغیر رهبری اخلاقی می‌تواند نقش کلیدی در تعهد سازمانی داشته باشد و انگیزه‌های نوع‌دوستانه نیز می‌تواند این رابطه را تعدیل کند، می‌توان متصور شد که نتایج تحقیق در بهبود کیفیت کاری نیروی انسانی در دانشگاه فردوسی مشهد کاربرد داشته باشد. همچنین با توجه به سازمانی بودن موضوع می‌توان از یافته‌های پژوهش در سایر سازمان‌ها و نهادها نیز استفاده کرد.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. پیشینه تحقیق

طی تحقیقات انجام‌شده بین رهبری اخلاقی و تعهد سازمانی مشخص شد ارتباط مثبت و معناداری بین این دو متغیر وجود دارد و نتایج مبین آن است که هر چه سطوح اخلاق مدیریتی ارتقاء یابد، میزان تعهد سازمانی بهبود می‌یابد. در میان تحقیقاتی که تأثیر رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی را مورد بررسی قرار دادند؛ صمدی و مهدوی خو (۱۳۸۸، ص. ۴۵)، به این نتیجه رسیدند که بین اخلاق مدیریتی و تعهد سازمانی ارتباط مثبت و مستقیمی وجود دارد و در سطوح مختلف اخلاق مدیریتی، هر سه بعد تعهد سازمانی یعنی تعهد تکلیفی، عاطفی و مستمر تفاوت معنادار وجود دارد. همچنین حائز اهمیت است در این پژوهش برای آنالیز داده‌ها از روش رگرسیون

استفاده شده است. در تحقیق مشابه دیگری که نیوبرت^۱ و همکاران (۲۰۰۹، ص. ۱۵۷) انجام دادند همین رابطه اما با در نظر متغیرهای تعدیل‌کننده موردبررسی قرار گرفت و برای آنالیز نیز از روش رگرسیون استفاده شد. متغیر مستقل این تحقیق رهبری اخلاقی و متغیر وابسته رضایت شغلی و تعهد عاطفی و متغیرهای تعدیل‌کننده جو اخلاقی و عدالت تعاملی در نظر گرفته شده بودند. نتایج تحقیق بیان داشت که رهبری اخلاقی یک تأثیر مستقیم و یک تأثیر غیرمستقیم بر رضایت شغلی و تعهد عاطفی کارکنان دارد. تأثیر غیرمستقیم آن شامل شکل‌دهی درک جو اخلاقی است که در نتیجه باعث ایجاد تعهد عاطفی سازمانی و رضایت شغلی می‌شود و همچنین عدالت سازمانی بر رابطه رهبری اخلاقی و جو سازمانی اثر دارد، اگر عدالت عاطفی بالا باشد ارتباط بین رهبری اخلاقی و جو تقویت می‌شود و رهبری اخلاقی ارتباط مثبتی نیز با جو اخلاقی دارد و جو اخلاقی ارتباط بین رهبری اخلاقی و رضایت شغلی را تعدیل می‌کند و همچنین ارتباط بین رهبری اخلاقی و تعهد عاطفی را تعدیل می‌کند. در مقایسه دو پژوهش مذکور می‌توان اثر تعدیل‌گر متغیرهایی چون جو اخلاقی و عدالت تعاملی که می‌توانند بر این رابطه اثر تعدیل‌کننده داشته باشند و باعث تقویت آن شوند، مشاهده می‌شود. در تحقیق مشابه دیگر پونا و تناکون^۲ (۲۰۰۹، ص. ۲۱) تحقیقی توصیفی به منظور ارزیابی ارتباط بین رهبری اخلاقی و نتایج آن در کارکنان انجام دادند که در این تحقیق نیز برای آنالیز داده‌ها از روش رگرسیون استفاده شد. متغیر مستقل این تحقیق رفتار رهبری اخلاقی و متغیرهای وابسته تعهد سازمانی کارکنان و اعتماد کارکنان به رهبر است. یافته‌های تحقیق بیان داشت رهبران شرکت صداقت و اعتماد پیروان و احترام جامعه را به دست آورند. این مطالعه این تئوری را که رفتار رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی و اعتماد کارکنان به پیروان تأثیر مثبتی دارد، مورد تأیید قرار داد؛ یعنی رفتار رهبری اخلاقی به‌طور مثبتی با اعتماد کارکنان به پیروان و تعهد سازمانی ارتباط دارد. می‌توان گفت رفتار رهبری اخلاقی در تعهد و وفاداری نقش دارد. وقتی سطح رهبری اخلاقی بالا باشد تعهد سازمانی کارکنان بالاتر است و سطح بالای رهبری اخلاقی با سطح بالای اعتماد کارکنان به رهبر مرتبط

1. Neubert

2. Ponna & Tennakoon

است. بعد از بررسی پیشینه پژوهش در این زمینه، آنچه مسلم است تأثیر مستقیم رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی است که متغیرهای تعدیل گر می تواند این رابطه را تقویت یا تضعیف کند. لازم به ذکر است با توجه به توسعه و ماهیت مدل در تحقیق جاری برای آنالیز داده ها از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد.

در ارتباط با تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتار شهروندی نیز مطالعاتی صورت گرفته است؛ عباس رستمی و همکاران (۱۳۹۶، ص. ۹۵) به بررسی در حیطه تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتارهای داوطلبانه کارکنان پرداختند. هدف این پژوهش بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتار شهروندی سازمان و رفتارهای انحرافی کاری است که برای آنالیز داده ها از روش مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد و نتایج حاصل از آن نشان داد رهبری اخلاقی بر رفتار شهروندی سازمانی اثر مستقیم و مثبت دارد. در تحقیق مشابه دیگری، آوی و پیگون^۱ (۲۰۱۰، ص. ۳۸۴) پژوهشی را در حوزه رهبری و رفتار سازمانی انجام دادند. متغیر مستقل تحقیق در این تحقیق رهبری اخلاقی و متغیرهای وابسته رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای بد در محیط کار بود و اعتماد به نفس کارکنان به عنوان متغیری تعدیل کننده در نظر گرفته شده است. در این تحقیق که برای آنالیز داده ها از رگرسیون استفاده شد و یافته های آن نشان داد که رهبری اخلاقی ارتباط مثبتی بر رفتار شهروندی کارکنان و ارتباط منفی با سوء رفتار در محیط کار دارد همچنین محققان دریافتند که این ارتباطات به وسیله اعتماد به نفس پیروان تعدیل می شود و اینکه وقتی رهبری اخلاقی بالا باشد پیروان با اعتماد به نفس پایین بیشتر رفتار شهروندی دارند و کمتر سوء رفتار سازمانی از خود نشان می دهند نسبت به کسانی که اعتماد به نفس بالایی دارند و به طور خلاصه بیان داشت که حداقل یک جنبه از اختلافات فردی زیردستان ممکن است بر اثربخشی رهبری اخلاقی مؤثر است. می ر^۲ و همکاران (۲۰۰۹، ص. ۱) نیز پژوهشی را به منظور بررسی رابطه بین رهبری اخلاقی و نتایج آن در سطح گروه (مثل رفتار شهروندی سازمانی، فساد...) انجام دادند و با استفاده از روش رگرسیون دریافتند که ارتباط منفی مستقیمی بین رهبری اخلاقی مدیران و

1. Avey & Pigeon

2. Mayer

سرپرستان و فساد در سطح گروه وجود دارد و همچنین ارتباط مثبتی بین رهبری اخلاقی مدیران و سرپرستان و رفتار شهروندی سازمانی گروه وجود دارد. رهبری اخلاقی مدیران ارشد سازمان ارتباط مثبتی با رهبری اخلاقی سرپرستان و مدیران سطوح پایین تر دارد و رهبری اخلاقی سرپرستان رابطه بین رهبری اخلاقی مدیران ارشد سازمان و فساد در سطح گروه و رفتار شهروندی سازمانی در سطح گروه را تعدیل می کند. لازم به ذکر است با توجه به توسعه و ماهیت مدل در تحقیق جاری برای آنالیز داده ها از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد.

امروزه مفهوم رفتار شهروندی سازمانی توجه مدیران و محققان زیادی را به خود جلب کرده است. توجه به این گونه رفتارها می تواند یکی از راه های افزایش اثربخشی سازمان ها باشد. از سوی دیگر، یکی از دلایل موفقیت سازمان های بزرگ این است که آن ها کارکنانی دارند که فراتر از وظایف رسمی خود تلاش می نمایند؛ چراکه عملکرد سازمانی برجسته از طریق تلاش های کارکنان معمولی حاصل نمی شود. این نکات در تعدادی از پژوهش ها مورد تأیید قرار گرفت. حمدی و مرادی (۱۳۹۰، ص. ۲۳) در پژوهشی که با استفاده از روش گرسون داده های آن مورد آنالیز قرار گرفت به این نتیجه رسیدند که بین رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. کروب، بهاری، محمدی، بذله و بهاری (۱۳۹۸، ص. ۴۰) نیز پژوهشی را به همین منظور انجام دادند؛ اما برای آنالیز داده ها از روش مدل یابی معادلات ساختاری استفاده کردند و نتایج حاصل شده مانند پژوهش پیشین حاکی از آن بود که رفتار شهروندی سازمانی و هر یک از ابعاد آن تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی کارکنان دارند. همچنین نشان داده شد که متغیر نوع دوستی دارای بزرگترین مقدار ضریب مسیر است و تأثیر آن نسبت به سایر متغیرها بر تعهد سازمانی کارکنان بیشتر است. موریسون^۱ (۱۹۹۴، ص. ۱۵۴۳) پژوهشی را با عنوان تعاریف نقش و رفتار شهروندی سازمانی انجام دادند. یک نظرسنجی از ۳۱۷ کارمند دفتری نشان داد کارمندان در آنچه که آن ها به عنوان رفتار درون نقشی و فرانقشی تعریف می کنند، تفاوت دارند، این تفاوت ها به تعهد و نشانه های اجتماعی مربوط می شود برای آنالیز داده های حاصل

1. Morrison

شده از رگرسیون استفاده شد و نتیجه حاصل شده تصدیق وجود رابطه معنادار بین تعهد سازمانی با ابعاد رفتار شهروندی و به طور خاص با بعد نوع دوستی بود. افراد متعهد به سازمان فداکاری، ملاحظه و وظیفه شناسی بیشتری نشان می دهند. لازم به ذکر است با توجه به توسعه و ماهیت مدل در تحقیق جاری برای آنالیز داده ها از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد.

۲.۲ چارچوب نظری تحقیق

۲.۲.۱. تعهد سازمانی^۱

نیروی انسانی مهم ترین سرمایه سازمان هاست و هرچه این سرمایه از کیفیت مطلوب و بالاتری برخوردار گردد احتمال موفقیت، بقا و ارتقای سازمان بیشتر خواهد بود، لذا باید در مورد بهبود کیفی نیروی انسانی سعی فراوان نمود؛ چراکه این اقدام هم به نفع سازمان است و هم به نفع افراد. البته تنها آموزش های تخصصی شامل این اقدام نمی گردد، بلکه نگرش ها و تعدیل ارزش های افراد را هم شامل می شود (شیخ و همکاران، ۱۳۸۴، ص. ۶). از مهم ترین متغیرهای سازمانی، تعهد سازمانی است. تعهد سازمانی از عواملی است که در افزایش عملکرد سازمانی و به تبع آن در ارتقای بهره وری تأثیر به سزایی دارد. نگرش کلی تعهد سازمانی، عامل مهمی برای درک و فهم رفتار سازمانی و پیش بینی کننده خوبی برای تمایل به باقی ماندن در شغل است. از سوی دیگر، عدم احساس تعهد سازمانی مشکل بزرگی به وجود می آورد که عملکرد نیروی انسانی را تحت تأثیر قرار می دهد. مدیران به خوبی دریافته اند که مهم ترین عامل کسب مزیت رقابتی، منابع انسانی سازمان می باشند. از این رو امروزه توجه به مقوله تعهد و وفاداری منابع انسانی به سازمان و انجام هر چه بهتر نقش های اختصاص یافته به آن ها و حتی وظایف فرانقشی توسط منابع انسانی یکی از دغدغه های جدی مدیران سازمان ها است (شفقت و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۷۱). تعهد سازمانی نشان دهنده وابستگی عاطفی یک کارمند و شناسایی او با سازمان خود و عجزین شدن و مشارکت و درگیری او در سازمان است. تعهد سازمانی یک حالت روان شناختی

است که به اعتقادات کارمند درباره اهداف سازمان خود، حس مشترک در مورد اهمیت ارزش‌های سازمانی و احساس رضایت کارمندان که ناشی از درگیری و مشارکت در فعالیت‌های سازمانی است، مرتبط می‌شود (نیکوکار و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۱۰۵). تعهد سازمانی مبین میزان درک کارکنان از ارزش‌ها و اهداف سازمان، برخورداری از سطح بالایی از مشارکت در انجام امور سازمانی نیز سطح بالایی از حس وفاداری نسبت به سازمان است. تعهد سازمانی به دل بستگی عاطفی کارکنان به سازمان و تمایل آن‌ها برای باقی ماندن بخشی از آن اشاره دارد. این یک حالت روانی است که نشان‌دهنده وفاداری، فداکاری و مشارکت کارکنان نسبت به سازمان است. سه نوع تعهد سازمانی عبارت‌اند از: ۱. تعهد عاطفی: این نوع تعهد مبتنی بر دل بستگی عاطفی کارمند به سازمان است. کارکنان با تعهد عاطفی بالا نسبت به سازمان احساس تعلق و وفاداری می‌کنند. ۲. تعهد مستمر: این نوع تعهد بر اساس هزینه ادراک‌شده کارمند برای ترک سازمان است. کارکنانی که تعهد مستمر بالایی دارند در سازمان می‌مانند زیرا احساس می‌کنند که ترک آن منجر به زیان قابل توجهی می‌شود. ۳. تعهد هنجاری: این نوع تعهد مبتنی بر احساس تعهد کارکنان نسبت به سازمان است. کارکنان با تعهد هنجاری بالا در سازمان می‌مانند؛ زیرا معتقدند انجام این کار وظیفه اخلاقی آن‌هاست (مؤدی^۱ و همکاران، ۱۹۷۹).

۲.۲.۲. رفتار شهروندی^۲

مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه و اختیاری که بخشی از وظایف رسمی فرد نیستند، اما باین وجود توسط افراد انجام و باعث بهبود مؤثر وظایف و نقش‌های سازمان می‌شوند. این نوع رفتارها نوعی رفتار فراتر از نقش‌های رسمی کارکنان بوده و اختیاری هستند و معمولاً در سیستم پاداش رسمی سازمان در نظر گرفته نمی‌شوند (های^۳ و همکاران، ۱۹۹۹، ص. ۷). ارگان^۴ (۱۹۸۸، ص. ۶۴) اذعان داشت که رفتار شهروندی سازمانی

1. Mowday

2. Citizenship behavior

3. Hui

4. Organ

برای بقای سازمان امری حیاتی است و می‌تواند بهره‌وری سازمان را به حداکثر برساند و منجر به کارایی فرد و سازمان گردد که در نهایت به عملکرد مؤثر سازمان کمک خواهد کرد. وی معتقد است رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله سیستم‌های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده، اما باعث ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود. تعریف ارگان چهار مؤلفه را به شرح زیر مطرح نمود: اول داوطلبانه بودن و نه اجبار رفتار است، دوم دارای ماهیت چندوجهی است، سوم رفتاری است که برای عملکرد سازمان و موفقیت عملیاتی سازمان خیلی مهم است و چهارم رفتاری است که به‌طور مستقیم پاداش به دنبال ندارد و یا از طریق ساختاردهی سازمان مورد قدردانی قرار نمی‌گیرد (مقیم، ۱۳۸۴، ص. ۲۵).

گراهام^۱ (۱۹۹۱، ص. ۲۵۳) معتقد است رفتارهای شهروندی در سازمان سه نوع‌اند:

اطاعت سازمانی: این واژه توصیف‌کننده رفتارهایی است که ضرورت و مطلوبیتشان شناسایی و در ساختار معقولی از نظم و مقررات پذیرفته شده‌اند. شاخص‌های اطاعت سازمانی رفتارهایی نظیر احترام به قوانین سازمانی، انجام وظایف به‌طور کامل و انجام دادن مسئولیت‌ها با توجه به منابع سازمانی است.

وفاداری سازمانی: این وفاداری به سازمان از وفاداری به خود، سایر افراد و واحدها و بخش‌های سازمانی متفاوت است و بیان‌کننده میزان فداکاری کارکنان در راه منافع سازمانی و حمایت و دفاع از سازمان است.

مشارکت سازمانی: این واژه با درگیر بودن در اداره سازمان ظهور می‌یابد که از آن جمله می‌توان به حضور در جلسات، به اشتراک گذاشتن عقاید خود با دیگران و آگاهی به مسائل جاری سازمان، اشاره کرد.

ارگان پنج بعد رفتار شهروندی را شامل: وظیفه‌شناسی یا وجدان کاری، نوع دوستی، فضیلت مدنی یا ویژگی شهروندی، جوانمردی و گذشت و ادب و نزاکت معرفی می‌کند که بنابر موضوع

1. Graham

پژوهش حاضر و ارتباط با بعد نوع دوستی بعد رفتار شهروندی به تعریف خلاصه‌ای از آن پرداخته می‌شود:

نوع دوستی به رفتارهای مفید و سودبخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، همدلی و دلسوزی میان همکاران اشاره دارد که خواه به شکل مستقیم و یا غیرمستقیم به کارکنانی که دارای مشکلات کاری هستند کمک می‌کند؛ مانند کارکنانی که به افراد تازه‌وارد و یا کم مهارت کمک می‌کنند (فتاحی و اعظمی، ۱۳۸۷، ص. ۴۲). نوع دوستی رفتار یاری‌رسان است که جنبه شخصیتی دارد. انسان‌ها زمانی که دچار مشکلات بزرگی می‌شوند، به همیاری نیازمندند و یا در جستجوی کمک هستند و افراد نوع دوست درصدد تلاش برای همیاری رساندن به چنین افرادی می‌باشند. مفهوم نوع دوستی به معنای کمک به همکاران در تکمیل کارها در شرایط غیرمعمول است. کمک به افرادی که حجم کاری سنگینی دارند، کمک به افرادی که غایب بوده‌اند، کمک به تطبیق دادن افراد تازه‌وارد با محیط کار، اگرچه الزامی نباشد می‌تواند نشان‌دهنده نوع دوستی باشد.

۲.۲.۳. رهبری اخلاقی^۱

رهبری اخلاقی به صورت نمایش رفتار مناسب هنجاری از طریق اعمال فردی و ارتباطات بین فردی و ترویج چنین رفتاری به پیروان از طریق ارتباطات دوسویه، تقویت و تصمیم‌گیری تعریف شده است. رهبری اخلاقی بر شخصیت رهبر، انسجام، آگاهی رهبر تمرکز دارد و یک گرای جمعی که منافع تیمی یا سازمانی را به جای منافع فردی ترجیح می‌دهد و مدنیت و حقوق و نیازهای دیگران و مدیریت پاسخ‌گویی را مورد توجه قرار می‌دهد (کینجرسکی و اسکرپنک^۲، ۲۰۰۶، ص. ۲۸۳). یکی از مهم‌ترین وظایف رهبر داشتن دیدگاهی اخلاقی در مدیریت است. البته از همه مدیران نمی‌توان انتظار داشت که یک نوع رفتار مدیریتی را از خود نشان دهند که موافق با ارزش‌های اخلاقی باشد، برای اینکه نوع رفتار مدیریتی با شخصیت رهبری رهبر ارتباط دارد. برای اینکه رهبر موفق باشد باید بتواند دیدگاهی اخلاقی داشته باشد و آن را به

1. Ethical Leadership

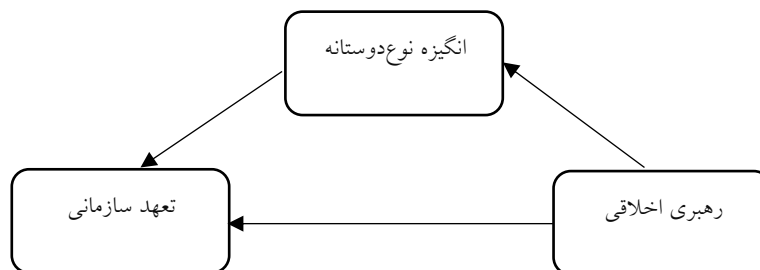
2. Kinjerski & Skrypnik

زیردستانش القا کند. در رهبری اخلاقی داشتن شخصیت پسندیده مهم‌تر از داشتن کارایی تکنیکی و فنی است. شاید رهبران آینده باید توجه بیشتری به ارزش‌های انسانی و رفتارهای اخلاقی لازم برای کارایی و اثربخشی رهبری و حفظ رهبری خودشان داشته باشند (کاراکاس^۱، ۲۰۰۷، ص. ۴۶۷). رهبری اخلاقی دو عنصر دارد. نخست، رهبران اخلاقی باید مانند همه انسان‌های اخلاق‌مدار، اخلاقی رفتار کنند و تصمیم بگیرند، اما در وهله دوم، رهبران اخلاقی باید در نحوه تعاملات روزمره با دیگران، در نگرش‌های خود، در روش‌های دیگران را تشویق می‌کنند و مسیری که سازمان یا موسسه یا ستادشان در آن پیش می‌برند، اخلاقی "رهبری" می‌کنند. رهبری اخلاقی هم آشکار است و هم پنهان. قسمت آشکار، شیوه همکاری رهبر با دیگران است، رفتاری که در جمع نشان می‌دهد و نحوه سخن گفتن و عمل کردن او. جنبه پنهان رهبری اخلاقی در شخصیت، فرآیند تصمیم‌گیری، ساختار ذهنی، ارزش‌ها و قواعدی است که ترسیم می‌کند و نیز در شجاعتش برای تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در شرایط سخت قرار دارد. رهبری اخلاقی شیوه‌ای است که به حقوق و مقام دیگران احترام می‌گذارد. رهبران ماهیتاً در یک موقعیتی از قدرت اجتماعی هستند و رهبری اخلاقی بر چگونگی استفاده رهبران از قدرت اجتماعی خود برای تصمیماتی که می‌گیرند، فعالیت‌هایی که در آن درگیر هستند و شیوه‌ای که آن‌ها بر دیگران اثر می‌گذارند، تمرکز دارد (رزیک^۲ و همکاران، ۲۰۰۶، ص. ۳۴۶). نتایج رهبری اخلاقی در سازمان حاکی از آن است که رهبری اخلاقی بر رفتارهای کارکنان در گروه‌های کاری از طریق ارتباطات و تعاملات اجتماعی و احساسی تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین رهبران اخلاقی سطح بالایی از اعتماد و عدالت درک شده را ایجاد می‌کنند. برای اینکه کارکنان می‌دانند که آن‌ها می‌توانند بر رهبران اخلاقی حساب کنند و برای اینکه رهبران اخلاقی با پیروان به انصاف و عدالت رفتار می‌کنند، احتمال اینکه کارکنان این قبیل رفتارهای رهبر را با رفتارهایی که برای گروه کاری مفید است و

1. Karaköse

2. Resick

خودداری از رفتارهایی که برای سرپرست، گروه کاری و یا سازمان ضرر دارد، جبران کنند، زیاد است (می‌یر و همکاران، ۲۰۰۹، ص. ۵).



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

بر اساس چارچوب نظری و مدل مفهومی تحقیق، فرضیه‌های تحقیق به این ترتیب مطرح می‌شود:

۱. رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر معناداری دارد.
۲. رهبری اخلاقی بر انگیزه‌های نوع دوستانه کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر معناداری دارد.
۳. انگیزه‌های نوع دوستانه بر تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر معناداری دارد.
۴. رهبری اخلاقی به واسطه انگیزه‌های نوع دوستانه بر تعهد کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر معناداری دارد.

۳. روش تحقیق

تحقیقات علمی بر اساس معیارها و مبانی مختلفی دسته‌بندی می‌شوند. از این معیارها می‌توان به دسته‌بندی بر اساس هدف، ماهیت و روش اشاره نمود که به منظور تعیین رابطه تعهد سازمانی، رفتار شهروندی و رهبری اخلاقی از روش پیمایشی استفاده شد. در این پژوهش نمونه تحقیق

با استفاده از جدول مورگان انتخاب شد و جمع‌آوری داده‌ها در واحدهای ستادی دانشگاه فردوسی مشهد (سازمان مرکزی، کتابخانه و معاونت فرهنگی) مستقر در مشهد انجام گردید. کل کارمندان دانشگاه ۸۵۲ نفر بوده که از این تعداد ۵۰۵ نفر ستادی و ۳۴۷ نفر صفی هستند. تعداد کارکنان خانم ۱۴۰ نفر که با توجه به اینکه متغیرهای تحقیق محدود به کارکنان خانم ستادی هستند با کمک جدول مورگان تعداد ۱۰۳ نفر به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند با توجه به پیش‌بینی عدم بازگشت تعدادی از پرسشنامه‌ها تعداد ۱۲۰ پرسشنامه توزیع گردید که از این بین ۱۰۳ پرسشنامه تکمیل و بازگردانده شد، و مابقی به علت عدم قبول توسط پاسخ‌دهنده، عدم برگشت، عدم تکمیل، کنار گذاشته شد و مورد استفاده قرار نگرفتند.

۳.۱. ابزار جمع‌آوری اطلاعات

اطلاعات این تحقیق از طریق سه پرسشنامه زیر جمع‌آوری شده است:

پرسشنامه رهبری اخلاقی: برای سنجش متغیر رهبری اخلاقی، از پرسشنامه استاندارد براون، تروینو و هاریسون (۲۰۰۵) استفاده شده است. آن‌ها رهبری اخلاقی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: نمایش رفتار مناسب به‌صورت هنجاری در اعمال شخصی و روابط بین شخصی و ترغیب پیروان به این‌گونه رفتارها از طریق دوجانبه، تشویق و تصمیم‌گیری. در این مطالعه رهبری اخلاقی با استفاده از ده تا سؤال سنجیده خواهد شد که نمونه‌ای از سؤالات آن شامل: مدیر بخش من تصمیمات منصفانه و عادلانه می‌گیرد، مدیر بخش من می‌تواند مورد اعتماد باشد، است. مقدار ضریب به‌دست‌آمده برای سؤالات تحقیق بعد از انجام سنجش آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ است و می‌توان گفت که ابزار از پایایی مناسب برخوردار است. شایان ذکر است این پرسشنامه در مطالعات دیگر مانند: بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر عملکرد کارکنان و نقش میانجی مالکیت روانشناختی کارکنان (آملی، ۱۳۹۵)، بررسی رابطه رهبری اخلاقی با خلاقیت کارکنان با میانجی‌گری نقش توانمندسازی روانشناختی (نوروزپور، ۱۳۹۶) و تأثیر قلدری سازمانی بر

عملکرد شغلی از طریق رهبری تحول‌گرا و رهبری اخلاقی (عبدی و همکاران، ۱۴۰۰) نیز دارایی پایایی قابل قبولی (آلفای کرونباخ بالای ۰.۷) بود.

پرسشنامه رفتار شهروندی: پرسشنامه رفتار شهروندی از پادساکف (۲۰۰۰) که مجموع ابعاد پنج‌گانه رفتار شهروندی سازمانی را موردبررسی قرار می‌دهد که با توجه به هدف پژوهش بعد نوع‌دوستی موردبررسی قرار گرفته است. با توجه به ابعاد رفتار شهروندی، بعد موردنظر تحقیق در ارتباط با دو متغیر دیگر، بعد انگیزه‌های نوع‌دوستانه است. در این مطالعه بعد انگیزه‌های نوع‌دوستانه رفتار شهروندی با استفاده از شش سؤال سنجیده خواهد شد که نمونه‌ای از سؤالات آن شامل: آیا شما به همکارانتان که غیبت داشته‌اند کمک می‌کنید؟ آیا شما به همکارانتان که فشار کاری سنگینی دارند کمک می‌کنید؟ است. مقدار ضریب به‌دست‌آمده برای سؤالات تحقیق بعد از انجام سنجش آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ است و می‌توان گفت که ابزار از پایایی مناسب برخوردار است. شایان ذکر است این پرسشنامه در مطالعات دیگر مانند: تأثیر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بر توانایی شغلی (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۷) و بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و بازاریابی رابطه مند در بانک‌های تجاری استان کردستان (احمدی، ۱۳۹۲) نیز دارایی پایایی قابل قبولی (آلفای کرونباخ بالای ۰.۷) بود.

پرسشنامه تعهد سازمانی: پرسشنامه مربوط به تعهد سازمانی که آلن و می‌یر (۱۹۹۱) طراحی کرده‌اند. این پرسشنامه ۳ بعد هنجاری، مستمر و عاطفی را شامل می‌شود و مجدداً به اقتضای هدف پژوهش بعد عاطفی موردبررسی قرار گرفته است. تعهد عاطفی به‌عنوان احساس هیجانی کارکنان برای وابستگی به سازمان، همانندسازی با آن و درگیری در سازمان مفهوم‌سازی شده است. در این مطالعه تعهد عاطفی کارکنان با استفاده از هشت سؤال سنجیده خواهد شد که نمونه‌ای از سؤالات آن شامل: من احساس قوی تعلق نسبت به این سازمان دارم، من مسائل سازمان را از مسائل خود میدانم، است. مقدار ضریب به‌دست‌آمده برای سؤالات تحقیق بعد از انجام سنجش آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ است و می‌توان گفت که ابزار از پایایی مناسب برخوردار است. شایان ذکر است این پرسشنامه در مطالعات دیگر مانند: بررسی تأثیر رهبری اخلاقی و جو

اخلاقی بر نتایج کاری کارکنان (قاسمی، ۱۳۹۶) و تأثیر رهبری خدمتگزار و هوش عاطفی بر تعهد کارکنان (رمضانی، ۱۳۹۵) نیز دارای پایایی قابل قبولی (آلفای کرونباخ بالای ۰.۷) بود.

۳.۲. روایی و پایایی

آنچه مسلم است یکی از دغدغه‌های اصلی محقق جمع‌آوری داده‌های با کیفیت است که این امر از طریق ابزار دقیق، معتبر و قابل اعتماد میسر می‌گردد. برای سنجش اعتبار پرسشنامه، ابتدا اساتید و تعدادی از متخصصان مربوطه روایی صوری و محتوایی، پرسشنامه مقدماتی را بررسی کردند و در نهایت با انجام اصلاحات به عنوان پرسشنامه نهایی تأیید شد. همچنین اعتبار سازه با روش تحلیل عاملی برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق و همسانی درونی با روش آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی ابزار تحقیق، سنجیده شد. پیش از ارزیابی مدل ساختاری ارائه شده، لازم است معناداری وزن رگرسیونی (بار عاملی) سازه‌های مختلف پرسشنامه در پیش‌بینی گویه‌های مربوطه، بررسی شده تا از برازندگی مدل‌های اندازه‌گیری و قابل قبول بودن نشانگرهای آن‌ها در اندازه‌گیری سازه‌ها اطمینان حاصل شود. این مهم، با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و نرم‌افزار AMOS به انجام رسید. سپس هریک از مدل‌های اندازه‌گیری به‌طور جداگانه بررسی شدند و سپس مدل اندازه‌گیری کلی نیز مورد بررسی قرار گرفت. ضمناً قبل از بررسی معناداری بارهای عاملی، باید شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری و نرمال بودن داده‌ها مورد بررسی قرار بگیرد. جهت بررسی شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری از دو شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. نتایج آزمون بارتلت و KMO (جدول ۱) به عنوان شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری نشان می‌دهد، که مقادیر هر دو شاخص در سطح مطلوبی قرار دارند. مقدار معیار KMO برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۵، و مقدار معناداری آزمون بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۵ است بر این اساس می‌توان از مناسب بودن حجم نمونه جهت انجام تحلیل عاملی اطمینان حاصل کرد.

جدول ۱- نتایج آزمون بارتلت و شاخص KMO برای متغیرهای تحقیق

متغیرها	شاخص KMO	آزمون بارتلت
رهبری اخلاقی	۰/۸۵۷	۰/۰۰۰
رفتار شهروندی	۰/۸۵۵	۰/۰۰۰
تعهد سازمانی	۰/۸۹۵	۰/۰۰۰

روایی داده‌ها از طریق تحلیل عاملی تأییدی برای تحقیق حاضر توسط نرم‌افزار "SPSS22 و "AMOS" انجام شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که وزن رگرسیونی متغیرها در پیش‌بینی تمامی گویه‌ها در سطح اطمینان ۰/۹۵ دارای تفاوت معنادار با صفر است؛ بنابراین، هیچ‌یک از گویه‌ها از فرآیند تجزیه و تحلیل کنار گذاشته نشدند. مبنای معناداری گویه‌ها و ابعاد این است که سطح معناداری برای آن‌ها زیر ۰/۰۵ باشد. بررسی پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ صورت می‌گیرد. در این قسمت مقدار ضریب به دست آمده برای متغیرهای تحقیق بعد از انجام روایی به شرح جدول ۲ ارائه شده است. با توجه به اینکه برای تمام متغیرها این مقدار بالای ۰/۷ است می‌توان گفت که ابزار از پایایی مناسب برخوردار است.

جدول ۲- ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای اصلی تحقیق

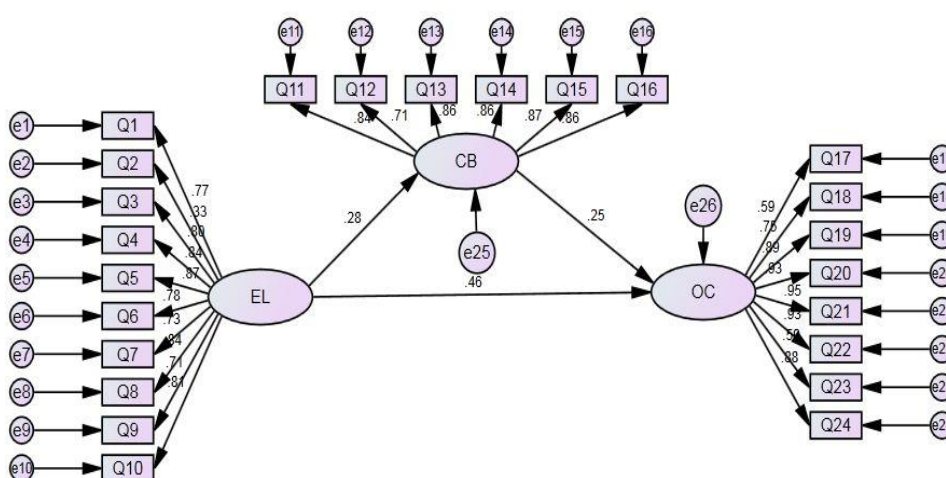
نام متغیر	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ متغیرها
رهبری اخلاقی	۱۰ گویه	۰/۹۱۴
رفتار شهروندی	۶ گویه	۰/۹۱۷
تعهد سازمانی	۸ گویه	۰/۹۳۶

۴. یافته‌های تحقیق

در این بخش به بررسی نتایج حاصل از مدل ساختاری، شاخص برازش تحقیق و فرضیات تحقیق پرداخته خواهد شد که در ادامه به صورت تفصیلی ارائه شده است:

۴.۱. مدل معادلات ساختاری

نرمال بودن داده‌ها در نرم‌افزار اموس به وسیله دو شاخص کشیدگی و کجی سنجیده می‌شود. ضریب چولگی و ضریب کشیدگی، دو شاخص اساسی توزیع داده‌ها هستند که با داشتن این شاخص‌ها می‌توان به نرمال بودن یا نبودن توزیع داده‌ها پی برد میزان کشیدگی و چولگی تمامی داده‌ها بین ± 2 است که نشان‌دهنده نرمال بودن داده‌هاست. در نتیجه هیچ‌یک از گویه‌ها حذف نگردیده است. همچنین در مدل تحلیل عاملی برازش یافته بار عاملی، تمامی گویه‌ها در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار است. مبنای معناداری گویه‌ها این است که سطح معناداری برای آن‌ها زیر ۰/۰۵ باشد. لذا در نهایت، ۲۴ گویه از پرسشنامه، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جهت آزمون فرضیه‌هایی که به اثرات مستقیم بین متغیرها مربوط می‌شوند از معادلات ساختاری استفاده شده است که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرند.



شکل ۱. مدل برازش شده تحقیق

لازم به ذکر است که در این مدل تمامی گویه‌ها نقش متغیر مشاهده‌شده و خود متغیرها نقش متغیر مکنون را در مدل ساختاری ایفا کرده‌اند.

۴.۲. تحلیل مدل ساختاری

برای تحلیل فرضیه‌ها، ابتدا باید مدل نظری تدوین شده برای هر فرضیه مورد پردازش قرار گیرد تا مشخص شود داده‌های جمع‌آوری شده تا چه اندازه مدل نظری را مورد حمایت قرار می‌دهد که برای پاسخ به این سؤال از شاخص‌های کمی برازش مدل (RMR...GFI, CFI) استفاده می‌شود. در صورتی که شاخص‌های کلی قابل قبول بودند یا به عبارتی مدل نظری مورد تأیید قرار گرفت، در آن صورت می‌توان به روابط درون مدل پرداخت که این روابط متقابل ضریب رگرسیونی (ضریب تأثیر) مربوط به فرضیه و بارهای عاملی مربوط به هر گویه می‌باشند که برای آزمون قابل قبول بودن این ضرایب (ضرایب تأثیر بارهای عاملی) از شاخص جزئی P استفاده می‌شود که مقدار آن برای مقادیر قابل قبول کمتر از ۰/۰۵ است. جدول ۳ شاخص‌های برازش مدل را به همراه مقادیر مطلوب نشان می‌دهد.

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل نظری تحقیق

نام شاخص	مقدار قابل قبول	مقدار ایده‌آل	مقدار به دست آمده در مدل
درجه آزادی (df)	-	-	۲۴۹
کای اسکوتر (χ^2)	$2df \leq \chi^2 \leq 3df$	$0 \leq \chi^2 \leq 2df$	۶۷۱/۵۸۵
کای اسکوتر بهینه شده (χ^2/df)	$2 < \chi^2/df \leq 3$	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	۲/۶۹۷
نیکویی برازش (GFI)	$.80 \leq GFI < .95$	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	۰/۸
ریشه میانگین مربعات باقی مانده (RMR)	$0 < RMR \leq .10$	$0 \leq RMR \leq .05$	۰/۱
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	$.90 \leq CFI < .97$	$.97 \leq CFI \leq 1.00$	۰/۹۰۱
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	$.05 < RMSEA \leq .08$	$0 \leq RMSEA \leq .05$	۰/۰۱
شاخص نیکویی برازش ایجازی (PGFI)	$.50 \leq PGFI < .60$	$.60 \leq PGFI \leq 1.00$	۰/۵۳۹
شاخص برازش ایجازی هنجار شده (PNFI)	$.50 \leq PNFI < .60$	$.60 \leq PNFI \leq 1.00$	۰/۶۶۹

یکی از شاخص‌های عمومی شاخص کای اسکوتر بهنجار یا نسبی است که مقدار قابل قبول آن بین ۱ تا ۳ بوده و این مقدار برای مدل موردنظر ۲/۶۹۷ است که مقداری مناسبی است. شاخص GFI یکی از شاخص‌های تطبیقی است که مقدار بیشتر از ۰/۸ برای این مقدار نشان از برازش خوب مدل توسط داده‌ها دارد. مقدار GFI برای مدل ۰/۸ به دست آمد که نشان از برازش خوب مدل دارد. ریشه دوم میانگین مربعات باقی‌مانده یا RMR برای مدل مذکور ۰/۱ که برای مدل مقداری مطلوب است. شاخص برازش تطبیقی یا CFI یکی از شاخص‌های تطبیقی است که مقادیر بین ۰/۹ تا ۰/۹۷ به‌عنوان قابل قبول بودن و مقادیر بالاتر از ۰/۹۷ برای این شاخص به‌عنوان برازش بسیار خوب داده‌ها به مدل تفسیر می‌شود. مقدار CFI برای مدل مذکور ۰/۹۰۱ که با توجه به اینکه بین ۰/۹ تا ۰/۹۷ است می‌توان گفت که داده‌ها به‌طور بسیار مناسبی برازش یافته‌اند. برای شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا RMSEA، مدل‌های قابل قبول دارای مقدار ۰/۰۸ یا کوچک‌تر برای این شاخص هستند. برازش مدل‌هایی که دارای مقادیر بالاتر از ۰/۱ هستند ضعیف برآورد می‌شود. مقدار RMSEA برای این مدل ۰/۰۱ به‌دست‌آمده که نشانگر قابل قبول بودن مدل است. با توجه به مطالب ذکرشده می‌توان نتیجه گرفت که مدل نظری مربوط به مدل نظری تحقیق مدلی قابل قبول است، پس حال می‌توان به روابط درون مدل و مقادیر ضریب رگرسیونی بین متغیرهای پنهان پرداخت. برای آزمون فرضیه از شاخص جزئی (p-value) و عدد معناداری استفاده شده است و شرط معنادار بودن یک رابطه این است که این مقدار کمتر از ۰/۰۵ و یا مقدار شاخص دوم (t-value) از $\pm 1/96$ بیشتر باشد.

در ادامه هر یک از فرضیات تحقیق موردبررسی قرار داده و نتایج حاصل از بررسی ارائه خواهد شد:

جدول ۴. خلاصه نتایج فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۱	رهبری اخلاقی → تعهد سازمانی	۰/۴۵۳	۰/۰۰۰	۳/۹۹	معنادار
۲	رهبری اخلاقی → رفتار شهروندی	۰/۲۸۳	۰/۰۰۷	۲/۷۰۲	معنادار
۳	رفتار شهروندی → تعهد سازمانی	۰/۲۴۹	۰/۰۱۱	۲/۵۴۰	معنادار
۴	رهبری اخلاقی → رفتار شهروندی → تعهد سازمانی	۰/۰۷	۰/۰۰۰	۳/۵۹	معنادار

طبق جدول ۴، بررسی ضریب اثر رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی نشان می‌دهد که این ضریب مسیر به میزان ۰/۴۵۳ برآورد شده است. با توجه به مقدار شاخ جزئی (p-value) که برابر ۰/۰۰۰ شده است و همچنین عدد معناداری که برابر با ۳/۹۹ شده و به ترتیب از ۰/۰۵ کمتر و از ۱/۹۶ بیشتر هستند؛ می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی اثر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر هرچقدر رهبری اخلاقی بیشتر شود تعهد سازمانی نیز بیشتر می‌شود.

مسیر دوم، نشان می‌دهد میزان این اثر برابر با ۰/۲۸۳ است. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر با ۰/۰۰۷ است و از سطح معناداری ۰/۰۵ کمتر است و همچنین عدد معناداری که برابر با ۲/۷۰۲ شده و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی رهبری اخلاقی بر رفتار شهروندی اثر مثبت و معنی‌دار دارد. به عبارت دیگر افزایش رهبری اخلاقی باعث افزایش رفتاری شهروندی می‌گردد.

با توجه به جدول ۴، ضریب اثر رفتار شهروندی بر تعهد سازمانی برابر با ۰/۲۴۹ برآورد می‌شود. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر ۰/۰۱۱ شده است و از سطح معناداری ۰/۰۵ کمتر است و همچنین عدد معناداری که برابر با ۲/۵۴۰ شده و خارج از بازه $\pm 1/96$ است، می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر نیز در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی رفتار شهروندی بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر افزایش رفتار شهروندی باعث افزایش تعهد سازمانی می‌شود.

فرضیه چهارم این تحقیق به نقش میانجی رفتار شهروندی مربوط می‌شود و با توجه به اینکه مقدار (t-value) خارج از بازه $\pm 1/96$ است می‌توان گفت تأثیر غیرمستقیم رهبری اخلاقی بر تعهد سازمانی از طریق رفتار شهروندی معنادار است و این فرضیه تأیید می‌شود.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بروز رفتارهای غیراخلاقی مختلف در سازمان‌ها و پیامدهای منفی آن، توجه افکار عمومی را به رفتار کسانی که سمت‌های حساس و مؤثر سازمانی را بر عهده دارند (مثل سرپرستان و مدیران)، جلب می‌کند که این امر نیاز سازمان به داشتن رهبران اخلاقی را برجسته‌تر از پیش کرده است. رهبری اخلاقی می‌تواند تأثیر مثبتی بر تعهد سازمانی داشته باشد. هنگامی که رهبران رفتار اخلاقی دارند، فرهنگ اعتماد و احترام در سازمان ایجاد می‌شود و کارکنان بیشتر احساس ارزشمندی و حمایت می‌کنند که این مهم می‌تواند منجر به افزایش رضایت شغلی و تعهد به سازمان شود. رهبران اخلاقی همچنین انتظارات روشنی از رفتار دارند و خود و دیگران را مسئول رفتار اخلاقی می‌دانند که می‌تواند رفتار غیراخلاقی را کاهش و اعتماد به رهبری را افزایش دهد. این می‌تواند منجر به افزایش تعهد کارکنانی شود که احساس می‌کنند سازمانشان متعهد به انجام کار درست است. به‌طورکلی، رهبری اخلاقی می‌تواند یک محیط کاری مثبت ایجاد کند که تعهد و وفاداری کارکنان را تقویت کند. نتایج حاصل از بررسی‌های آماری نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنادار بین رهبری اخلاقی و تعهد عاطفی است. این نتیجه با یافته‌های نیوبرت و همکاران (۲۰۰۹)، پونا و تناکون (۲۰۰۹)، صمدی و مهدوی (۱۳۸۸) مطابقت دارد. رهبری اخلاقی می‌تواند تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی کارکنان داشته باشد. کارکنانی که احساس ارزشمندی و حمایت می‌کنند، به‌احتمال زیاد رفتارهایی را انجام می‌دهند که به نفع سازمان است؛ مانند فراتر رفتن از مسئولیت‌های شغلی خود، کمک به همکاران و داوطلب شدن برای کارهای اضافی. رهبران اخلاقی خود و دیگران را مسئول رفتار اخلاقی می‌دانند که می‌تواند احساس مسئولیت و تعهد نسبت به اهداف و ارزش‌های سازمان را تقویت کند. این می‌تواند کارکنان را برانگیزد تا به

روش‌هایی که به نفع سازمان است، عمل کنند؛ حتی زمانی که از آن‌ها خواسته یا انتظار نمی‌رود. علاوه بر این، رهبری اخلاقی می‌تواند به عنوان یک الگو برای کارکنان عمل کند و آن‌ها را تشویق کند تا رفتار اخلاقی را در کار خود و تعامل با دیگران اتخاذ کنند. بروز این رفتار در سازمان می‌تواند منتج به ایجاد فرهنگ رفتار اخلاقی و شهروندی شود. به طور کلی، رهبری اخلاقی می‌تواند با ایجاد یک محیط کاری مثبت که مشارکت، تعهد و مسئولیت را تقویت می‌کند، تأثیر قابل توجهی بر رفتار شهروندی کارکنان داشته باشد. این یافته با نتایج پژوهش آوی و همکاران (۲۰۱۱)، عباس رستمی و همکاران (۱۳۹۶)، و می‌یر و همکاران (۲۰۰۹) همخوانی دارد. آنان دریافتند رهبری اخلاقی با کاهش انحرافات در محیط کار و افزایش رفتار شهروندی مرتبط است. یافته‌های پژوهش نیز نشان از وجود رابطه معنادار رفتار شهروندی سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان دارد. تعهد سازمانی و رفتار نوع دوستانه نیز در سازمان ارتباط تنگاتنگی دارند. تعهد سازمانی به دل‌بستگی عاطفی و وفاداری کارکنان به سازمان اشاره دارد که با تمایل آن‌ها به کار سخت، کمک به اهداف سازمان و ماندن در سازمان برای مدت طولانی نشان داده می‌شود. از سوی دیگر، رفتار نوع دوستانه به اعمال داوطلبانه‌ای اطلاق می‌شود که بدون انتظار چیزی در مقابل، به نفع دیگران است. هنگامی که کارکنان به سازمان متعهد هستند، احتمال بیشتری برای رفتار نوع دوستانه دارند، زیرا آن‌ها نسبت به سازمان و اعضای آن احساس مسئولیت می‌کنند و می‌خواهند به موفقیت و رفاه آن کمک کنند. به عنوان مثال، یک کارمند بسیار متعهد ممکن است داوطلب شود تا به یک همکار در پروژه‌ای کمک کند؛ حتی اگر این به معنای کارکردن ساعات اضافی یا بر عهده گرفتن مسئولیت‌های اضافی باشد. رفتار نوع دوستانه نیز می‌تواند تعهد سازمانی را تقویت کند. هنگامی که کارکنان رفتار نوع دوستانه انجام می‌دهند، از کمک به دیگران احساس رضایت و رضایت می‌کنند و این تجربه مثبت می‌تواند وابستگی عاطفی آن‌ها را به سازمان افزایش دهد و آن‌ها را به ادامه کار سخت و کمک به موفقیت آن ترغیب کند. به طور کلی، تعهد سازمانی و رفتار نوع دوستانه متقابلاً در سازمان تقویت می‌شوند. زمانی که کارکنان نسبت به سازمان متعهد باشند، تمایل بیشتری به رفتار نوع دوستانه دارند و زمانی که رفتاری نوع دوستانه

داشته باشند، می‌تواند تعهد آن‌ها را نسبت به سازمان تقویت کند. این می‌تواند یک چرخه مثبت از تعامل، تعهد و نوع دوستی ایجاد کند که هم به نفع سازمان و هم برای اعضای آن باشد. این نتیجه با یافته‌های موریسون (۱۹۹۴)، اله توکلی (۱۳۸۶)، حمدی و مرادی (۱۳۹۰) و کروب‌ی و همکاران (۱۳۹۸) همخوانی و مطابقت داشت. تعهد سازمانی به‌طور معناداری با ابعاد رفتار شهروندی و به‌طور خاص با بعد نوع دوستی ارتباط دارد. افراد متعهد به سازمان فداکاری، ملاحظه و وظیفه‌شناسی بیشتری نشان می‌دهند. رهبری اخلاقی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی کامل، همگی در سازمان ارتباط تنگاتنگی دارند. رهبری اخلاقی به سبک رهبری اطلاق می‌شود که ارزش‌ها و اصول اخلاقی مانند صداقت، انصاف و مسئولیت را در اولویت قرار می‌دهد. تعهد سازمانی به دل‌بستگی عاطفی و وفاداری کارکنان به سازمان اشاره دارد که با تمایل آن‌ها به کار سخت، کمک به اهداف سازمان و ماندن در سازمان برای مدت طولانی نشان داده می‌شود. رفتار شهروندی کامل به اقدامات داوطلبانه‌ای اشاره دارد که فراتر از الزامات شغلی یک کارمند است، مانند کمک به همکاران، داوطلب شدن برای کارهای اضافی و شرکت در فعالیت‌های سازمانی. رهبری اخلاقی می‌تواند تعهد سازمانی و رفتار شهروندی کامل را ارتقا دهد. زمانی که رهبران ارزش‌ها و اصول اخلاقی را در اولویت قرار می‌دهند، فرهنگ اعتماد و احترام را در سازمان ایجاد می‌کنند. این امر می‌تواند وابستگی عاطفی کارکنان را به سازمان افزایش دهد و آن‌ها را به انجام رفتارهای شهروندی کامل مانند کمک به همکاران و شرکت در فعالیت‌های سازمانی برانگیزد. تعهد سازمانی همچنین می‌تواند رهبری اخلاقی و رفتار شهروندی کامل را ارتقا دهد. هنگامی که کارکنان به سازمان متعهد هستند، به احتمال زیاد از ارزش‌ها و اصول سازمان، از جمله ارزش‌های اخلاقی حمایت می‌کنند. این می‌تواند رهبران را تشویق کند که اخلاق را در تصمیم‌گیری و رفتار خود در اولویت قرار دهند، که می‌تواند تعهد کارکنان به سازمان را بیشتر تقویت کند و آن‌ها را برای مشارکت در رفتار شهروندی کامل ترغیب نماید. رفتار شهروندی کامل همچنین می‌تواند رهبری اخلاقی و تعهد سازمانی را تقویت کند. هنگامی که کارکنان رفتار شهروندی کامل دارند، تعهد خود را به اهداف و ارزش‌های سازمان نشان می‌دهند. این می‌تواند

فرهنگ مثبتی را در سازمان ایجاد کند که رهبری اخلاقی را ارتقا می‌دهد و تعهد کارکنان را به سازمان تقویت می‌نماید. به‌طور کلی و با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش رهبری اخلاقی، تعهد سازمانی و رفتار شهروندی کامل به‌طور متقابل در سازمان تقویت می‌شوند. وقتی رهبران اخلاق را در اولویت قرار می‌دهند، می‌توانند تعهد سازمانی و رفتار شهروندی کامل را ارتقا دهند. هنگامی که کارکنان در رفتار شهروندی کامل شرکت می‌کنند، می‌توانند رهبری اخلاقی و تعهد سازمانی را تقویت کنند. این می‌تواند یک چرخه مثبت از رهبری اخلاقی، تعهد و شهروندی ایجاد کند که هم به نفع سازمان و هم برای اعضای آن باشد.

بر اساس نتایج پژوهش، با توجه به تأثیر به‌کارگیری رهبری اخلاقی در به وجود آمدن تعهد بیشتر کارکنان به سازمان که می‌تواند منتج به دستیابی بهتر به اهداف سازمان و همسویی بیشتر اهداف فردی و سازمانی شود و همچنین بروز رفتارهای شهروندی به‌ویژه رفتارهای نوع‌دوستانه در سازمان و از آنجاکه در سازمان‌ها رفتار کارکنان متأثر از رفتار مدیران است، اگر مدیران جنبه‌های اخلاقی را در سازمان به‌عنوان یک اصل نهادینه نمایند، مطمئناً کارکنان نیز اصول اخلاقی حاکم بر سازمان را به نحو مطلوب‌تری فرامی‌گیرند و تأثیر این محیط در بروز رفتارهای نوع‌دوستانه و تعهد سازمانی بین افراد بیشتر می‌شود، پیشنهاد می‌گردد: پژوهش مشابهی در سازمان‌های دیگر و حتی با ابزارهای دیگری چون مصاحبه یا بررسی‌های میدانی نیز تکرار شود تا به درک بهتری از پدیده‌های مورد مطالعه منجر گردد و به نتایج بهتر در حوزه رهبری اخلاقی بینجامد. مدیران می‌توانند با توجه به صلاح دید خود پیشاپیش معیارهای اخلاقی را با کارمندان در میان گذاشته یا در صورت نیاز با برگزاری سمینار و جلسات گفتگو محور به آن‌ها آموزش داده و از آن‌ها درخواست کنند که وظایف خود را به روش اخلاقی به‌منظور رسیدن به اهداف سازمانی انجام دهند. مدیران همچنین باید در سیستم‌های گزینش و استخدام، حقوق و دستمزد، پاداش و ارتقای عدالت، اصول اخلاقی را رعایت کنند و قوانین شفاف را که در آن اصول اخلاقی در ارتباط با کارکنان، مشتریان، سهامداران و... بیان کنند تا این اصول روشنی‌بخش مسیر پیش رو باشد.

مدیران باید توجه داشته باشند که اگر کارکنانی تازه وارد یا کم مهارتی به سازمان اضافه می شود با آنان همکاری کنند و با بالا بردن پیوستگی عاطفی در کارکنان و درگیر کردن بیشتر آن ها با اهداف سازمان مانع از خروج کارکنان پرورش یافته و ماهر شوند. مدیران سازمانی با وضع سیاست ها و راهبردهای مناسب، در جهت شکوفاتر شدن رفتار شهروندی می توانند مؤثر واقع شوند. ازجمله اقداماتی که برای ارتقا و ترغیب رفتار شهروندی مناسب است تقویت سیستم های غیررسمی در سازمان است که به طور ویژه بُعد نوع دوستی را در بین کارکنان افزایش می دهد که در همین راستا مدیر می تواند با حذف تبعیض ها و برقراری ارتباط صمیمانه میان اعضا به این مهم دست یابد.

کتابنامه

۱. آملی، ع. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر عملکرد کارکنان و نقش میانجی مالکیت روانشناختی کارکنان (پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش توسعه منابع انسانی). دانشگاه آزاد شاهرود، ایران.
۲. احمدی، ف. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و بازاریابی رابطه مند در بانک های تجاری استان کردستان. مطالعات رفتار مصرف کننده، ۱(۱)، ۸۹-۱۰۲.
۳. اله توکلی، ز. (۱۳۸۶). بررسی اثربخشی آموزش رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی (نمونه موردی: سازمان فرهنگی و تفریحی شهرداری اصفهان) (پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی). دانشگاه اصفهان، ایران.
۴. حمدی، ک.، و مرادی دولاما، س. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی (مطالعه موردی: شرکت فرد آذربایجان). مدیریت بهره وری، ۵(۵)، ۳۳-۵۰.
۵. رمضانی، ا. (۱۳۹۵). تأثیر رهبری خدمتگزار و هوش عاطفی بر تعهد کارکنان (پایان نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی). دانشگاه علامه طباطبائی، ایران.
۶. شیخ، م.، باقرزاده، ف.، زیویار، ف.، غلامعلی زاده، ر.، و فاضل، ج. (۱۳۸۴). بررسی میزان تعهد سازمانی کارکنان معاونت تربیت بدنی و تندرستی آموزش و پرورش. حرکت، ۲۶(۲)، ۵-۲۱.

۷. صمدی، ع.، و مهدوی خو، ر. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر اخلاق مدیریتی بر تعهد سازمانی کارکنان اداره کل امور مالیاتی استان همدان (مطالعه موردی). *فصلنامه تخصصی مالیات*، (۴)، ۷۱-۴۵.
۸. عباس رستمی، ن.، رحیمی، ا.، قاضی نور نائینی، ش.، و احمدی، ز. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتارهای داوطلبانه کارکنان اداره جهاد کشاورزی استان اصفهان. *پژوهش‌های مدیریت راهبردی*، ۲۳ (۶۷)، ۹۵-۱۲۱.
۹. عبدی، ح.، سبحانی، ع.، موسویان، م.، و عباسی، ح. (۱۴۰۰). تأثیر قلدری سازمانی بر عملکرد شغلی از طریق رهبری تحول‌گرا و رهبری اخلاقی (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب). *مجله توانمندسازی سرمایه انسانی*، ۴ (۴)، ۲۳۹-۲۵۳.
۱۰. فتاحی، م.، و اعظمی، ا. (۱۳۸۷). *رفتار شهروندی سازمانی: بیان تعاریف، عوامل ایجاد کننده، پیامدها و ارائه یک مدل*. مقاله ارائه‌شده در اولین کنفرانس ملی مدیریت رفتار شهروندی سازمانی، دانشگاه تهران.
۱۱. قاسمی، ج. (۱۳۹۶). *بررسی تأثیر رهبری اخلاقی و جو اخلاقی بر نتایج کاری کارکنان* (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، مدیریت استراتژیک). دانشگاه آزاد شاهرود، ایران.
۱۲. کروب، م.، بهاری، ج.، محمدی، س.، بذله، م.، و بهاری، ش. (۱۳۹۸). تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تعهد سازمانی کارکنان در صنعت هتلداری (مطالعه موردی: هتل‌های ۵ ستاره شهر تبریز). *اندیشه جغرافیا*، ۱۱ (۲۲)، ۴۰-۵۷.
۱۳. مقیمی، س. م. (۱۳۸۴). *رفتار شهروندی سازمانی از تئوری تا عمل*. فرهنگ مدیریت، ۱۱ (۱۱)، ۴۸-۱۹.
۱۴. نوروزپور، م. (۱۳۹۶). *بررسی رابطه رهبری اخلاقی با خلاقیت کارکنان با میانجی‌گری نقش توانمندسازی روان‌شناختی* (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، رشته مدیریت منابع انسانی). دانشگاه آزاد شاهرود، ایران.
۱۵. نیکوکار، ه.، اکبری، م.، آهی، پ.، و قیاسی، ر. (۱۳۹۷). تبیین نقش رهبری آینده‌نگر در بهبود بهره‌وری سازمانی با میانجی‌گری تعهد سازمانی. *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی*، ۱۴ (۱)، ۱۱۱-۱۲۲.

۱۶. یوسفی، ع.، مهدیه، ا.، و عباسی، د. (۱۳۹۷). تأثیر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بر توانایی شغلی (مورد مطالعه کارکنان شرکت گاز استان زنجان). مقاله ارائه شده در دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کسب‌وکار، تبریز.

17. Allen, N., & Meye, J. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment human resource. *Management Review*, 1(1), 61-89.
18. Avey, J., Nimnicht, J., & Pigeon, N. (2010). Two field studies examining the association between positive psychological capital and employee performance. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(5), 384-401
19. Bienstock, C. C., & Demoranville, W. C., & Smith, K. R. (2003). Organizational citizenship behavior and service quality. *Journal of Services Marketing*, 17(4), 357-378.
20. Brown, M. E., Trevino, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: "A social learning theory perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97, 117-134.
21. Graham, J. W. (1991). An essay on organizational citizenship behavior. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 4, 249-270.
22. Hui, C., Law, K. S., & Chen, Z. X. (1999). A structural equation model of the effects of negative affectivity and leader-member exchange. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 3, 21-77
23. Karaköse, T. (2007). High school teachers' perceptions regarding principals ethical leadership in Turkey. *Asia Pacific Education Review*, 8(3), 464-477.
24. Kim, W. G., & Brymer, R. A. (2011). The effects of ethical leadership on manager job satisfaction, commitment, behavioral outcomes, and firm performance. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 1020-1060.
25. Kinjerski, V., & Skrypnik, B. J. (2006). creating organizational conditions that Foster Employee Spirit at Work. *Leadership & Organization Development Journal*, 27, 280-295.
26. Mayer, D. M., Kuenzi, M., Greenbaum, R., Bardes, M., & Salvador, R. (2009). How low does ethical leadership flow? Test of a trickle-down model. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(1), 1-13.
27. Morrison, E. W. (1994). Role definitions and organizational citizenship behavior: the importance of the employee's perspective. *Academy of Management Journal*, 37(6), 15-43.
28. Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247.

29. Neubert, M., Carlson, D., Kacmar, M., Roberts, J., & Chonko, L. (2009). The virtuous influence of ethical leadership behavior: Evidence from the field. *Journal of Business Ethics*, 90, 157–170.
30. Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The Good Soldier Syndrome* Lexington, MA: Lexington Books.
31. Podsakoff, P. M. MacKenzie, S. B. Paine, J. B. Bachrach, D. G. (2000) Ogranizational cizitenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 6(3), 563-513.
32. Ponna, C., & Tennakoon, G. (2009).The association between ethical leadership and employee outcomes–the Malaysian case. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 14, 21-30.
33. Resick, C. J., Hanges, P. J., Dickson, M. W., & Mitchelson, J. K. (2006). A cross-cultural examination of the endorsement of ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 63, 345-359.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2023.82884.1363

مقاله پژوهشی

طراحی الگو و ابعاد نابرابری جنسیتی با رویکرد فراترکیب

محسن نیازی (استاد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران)

niazim@kashanu.ac.ir

علی فرهادیان (دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران، نویسنده مسئول)

farhadian@kashanu.ac.ir

فریده عیوضی (دانشجوی دکتری جامعه شناسی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران)

faride.eivazi@yahoo.com

فاطمه خوش بیانی آرانی (دانشجوی دکتری جامعه شناسی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران)

fatemeh.khoshbayani@grad.kashanu.ac.ir

چکیده

امروزه در اغلب جوامع با وجود حضور فراوان زنان در عرصه اجتماع، متأسفانه جایگاه زنان در جامعه هنوز در امتداد همان وظایفی است که جامعه مردسالار به زن تفویض کرده است. به رغم پیشرفت‌هایی که زنان در همه کشورهای جهان به دست آورده‌اند، تفاوت‌های جنسیتی، هم چنان شالوده نابرابری‌های اجتماعی است. موفقیت و پیشرفت هر جامعه در گرو استفاده از تخصص‌های موجود در آن است، اما نابرابری‌های شرایط میان زنان و مردان در همه عرصه‌های مختلف جامعه قابل رویت است و جهت تسهیل شرایط ورود برای حضور و بقای زنان به عنوان نیمی از جمعیت هر جامعه‌ای، تاکنون تدابیر علمی و برنامه‌ریزی‌های لازم و مقتضی اتخاذ نشده است. مسئله نابرابری جنسیتی اگر چه در نهادهای حقوقی و اجتماعی موضوعی وارداتی قلمداد می‌شود و در عرصه نظری و تئوریک به طور مکرر مورد توجه قرار گرفته لیکن در عرصه‌های عملی با چالش‌هایی مواجه بوده است. هدف پژوهش حاضر شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و عوامل ایجاد کننده نابرابری جنسیتی با استفاده از رویکرد فراترکیب

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۱۳۷-۱۰۵

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۱۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۲۱

است. این روش شامل گام‌های هفت‌گانه است که به ارزیابی و تحلیل نظام‌مند نتایج و یافته‌های مطالعات پیشین می‌پردازد. در این تحقیق نتایج پژوهش‌های پیشین از سال‌های ۱۳۹۰-۱۴۰۰ جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. برای اعتبار و پایایی از ضریب کاپای کوهن استفاده شده است. از میان مقالات اولیه، تعداد ۲۶ مقاله مناسب، شناسایی شدند. با توجه به بررسی مقالات مورد استناد، نتیجه پژوهش بیانگر ۵ بعد اصلی شامل عوامل خانوادگی، اجتماعی، رسانه‌ای، سیاسی و فرهنگی است که مضمون نابرابری جنسیتی را تبیین می‌کنند.

واژگان کلیدی: جنسیت، زنان، فراترکیب، نابرابری جنسیتی

۱. مقدمه

در همه جوامع نژاد، قومیت، مذهب، زبان و جنس سبب دسته‌بندی انسان‌ها در گروه‌ها و طبقات مختلف شده و از این طریق دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به هر گروه به وجود آمده است. تبعیض و نابرابری جنسیتی^۱ در ادوار گذشته تاریخ، امری طبیعی و ریشه گرفته از نظام طبیعی و تفاوت‌های زیستی زنان و مردان تلقی می‌شده اما امروزه در پی فعالیت‌های گسترده طرفداران حقوق زنان و عواملی چند این دیدگاه مطرح است که تبعیض و نابرابری جنسیتی نه محصول نظام طبیعی و یا زیست‌شناختی بلکه برساختی اجتماعی و نتیجه نظام اجتماعی تبعیض‌آمیز و رفتار اجتماعی ناعادلانه با زنان است.

این جامعه است که بر مبنای الزامات تاریخی، یعنی نوع و نحوه تولید، ارتباط‌های درونی و ارتباط با واحدهای انسانی بیرونی که هر کدام تاریخ خود را دارند، نقش‌هایی را به دو جنس نسبت می‌دهد و نه طبیعت، لذا رفتارهای جنسیتی ناشی از الزامات تاریخی است و نه الزامات زیستی (تانزل^۲، ۲۰۰۱، ص. ۱۲۹) جنسیت در درک و تبیین تجربه زیسته مردم جایگاه کانونی

1. Gender Inequality
2. Tansel

دارد و هم وزن عوامل دیگر مانند سن، نژاد و طبقه از محورهای مهم نابرابری به شمار می‌آید. (گیدنز، ۱۳۸۹، ص. ۱۵۱).

واژه جنسیت ۲ صرفاً کلمه‌ای عادی نیست که مبین تفاوت بین جنس زن و مرد باشد، بلکه واجد بار سیاسی - اجتماعی خاصی است که عمدتاً در گفتمان مدرن، خاصه جنبش‌های فمینیستی موضوعیت می‌یابد که به صورت اجتماعی برساخته می‌شود و واژه جنسیت یک مفهوم اجتماعی است و با واژه جنس ۳ که از دیدگاه زیست‌شناختی به کار می‌رود متفاوت است. اتفاقات خاص مدرنیته، صنعتی شدن، تقسیم‌کار اجتماعی و کاربرد ابزارهای مهم دانش‌اندوزی در گستره اجتماعی است که باعث می‌شود جنسیت در متن امور و در مقابل تصورات سنتی قرار گیرد. مدرنیته مفهوم جنسیت را به عنوان یک دال متعالی در چارچوب گفتمان‌های سیاسی - اجتماعی چون لیبرالیسم، مارکسیسم و فمینیسم مفصل‌بندی نمود (فریدمن، ۱۳۸۱، ص. ۸). مفهوم جنسیت در معنای اخیر ضمن نقد تمام دلالت‌های فرهنگی - تاریخی که زنان را جنس دوم و تابع مردان قلمداد می‌کند، مطالباتی چون برابری مرد و زن را پیگیری می‌نماید.

یکی از خطرات برابر گرفتن جنس با جنسیت این است که نقش‌های جنسیتی نسبت داده‌شده به هر جنسی را طبیعی قلمداد کنیم، یعنی بگوییم مردان و زنان بنا به طبیعتشان نقش‌های خاصی را اجرا کرده و از ویژگی‌های خاصی برخوردارند. این اصطلاح قدیمی که «مرد، مرد است و زن، زن» نشان دهنده چنین باوری است (هرست ۴، ۱۳۹۸، ص. ۲۰۵). به نظر جیمز گرانت ۵، مدیر اجرایی وقت یونسف ۶ (۱۹۸۰-۱۹۹۵)، حق اشتغال، حق امنیت اجتماعی، حق قانونی، حق مالکیت و حتی آزادی‌های مدنی و سیاسی جملگی وابسته به یک سندروم‌اند که مردان و زنان را از یکدیگر متمایز می‌سازد و آن «سندروم نابرابری جنسیتی» است (هاینز ۷، ۲۰۰۸، به نقل از

1. Giddens
2. Giddens
3. Sex
4. Hurst
5. James Grant
6. Unisef
7. Haynes

علی پور و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۱۰۹). نابرابری جنسیتی به تفاوت‌های نظام مند بین مردان و زنان در بسیاری از حوزه‌ها اشاره دارد که از مشارکت و فرصت‌های اقتصادی، توانمندی‌های سیاسی، حصول آموزش و ارزش گذاری نقش‌ها و پایگاه‌ها برای هر جنس، نقشی مهم در انتقال و درونی کردن ایدئولوژی مرد سالاری دارد (تارکوسکا، ۱، ۲۰۰۲). بوردیو ۲ معتقد است که سلطه گران اعم از گروه‌ها، قوم‌ها و جنس‌ها، ارزش‌های خود را به دیگران تحمیل می‌کنند. مردها در ساختاری سلطه‌ای با ویژگی‌های خشونت بدنی و نمادین مردانه همچنین با سوء استفاده از ناآگاهی زنان و حمایت نهادها مانند خانواده، کلیسا، مدرسه و دولت به سلطه می‌پردازند (شویره ۳، ۱۳۸۵، ص. ۳۰).

«یک زن به ندرت می‌تواند انتخاب کند، وابسته به آن چیزی است که برایش رخ می‌دهد» از روزگاری که جرج الیوت ۴ این جمله را بیان کرد زمان زیادی گذشته است و تغییرات زیادی رخ داده است مسلماً این تغییر و تحولات به وجود آمده برای زنان در خلاء رخ نداده است و برابری جنسیتی به مثابه آرمان و هدفی متعالی فراز و نشیب‌های زیادی را به خود دیده است.

پس از جنگ جهانی دوم جنسیت فقط در مطالعات خانواده مد نظر بود و در سایر مطالعات، به‌ویژه مطالعات مربوط به نابرابری اجتماعی، دخالت داده نمی‌شد و موقعیت زن، تابعی از وضعیت اجتماعی پدر یا همسر تلقی می‌شد. در اواخر دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ با شروع موج دوم جنبش فمینیستی، به مفهوم جنسیت به عنوان یکی از منابع تجربه اجتماعی توجه شد. با جهانی‌شدن مسئله تبعیض علیه زنان و تلاش‌های نهضت زنان برای کسب برابری، تغییر نگرش و رویکردی نسبت به مسائل زنان پدید آمد که بر اساس آن مسائل زنان در متن روابط اجتماعی نابرابر آن‌ها با مردان، معنا پیدا کرد (شادی طلب، ۱۳۸۱، ص. ۴۳). در بیانیه چهارمین کنفرانس جهانی زن، مشارکت بر اساس برابری زنان و مردان، از شروط توسعه پایدار انسان‌محور اعلام

-
1. Tarkowska
 2. Bourdieu
 3. Chauvire
 4. George Eliot (1819-1880)

شد و برنامه اقدامات پکن برای حذف موانع مشارکت زنان در همه زمینه‌های عمومی و خصوصی زندگی تصویب شد. هیئتی ایرانی در اجلاس پکن در سال ۱۹۹۵ حضور داشتند و اعلام کردند که ایران «عدالت جنسیتی» را به جای «برابری جنسیتی» معیار قرار خواهد داد؛ اما هنوز ایده مطرح شده ایران در اجلاس مذکور نه تنها برای تعامل با فضای بین‌المللی روشن نیست که حتی در داخل کشور نیز مبهم است (باستانی و خسروی دهقی، ۱۳۹۸، ص. ۳۰).

در آغاز قرن بیست و یکم بشریت همچنان شاهد تبعیض و خشونت علیه نیمی از جمعیت جهان است. آمارها نشان می‌دهد که از یک میلیارد فقیر جهان، سه پنجم آن را زنان و دختران تشکیل می‌دهند، دو سوم از ۷۷۴ میلیون بزرگسال بی‌سواد جهان، زنان هستند و تنها یک چهارم از پژوهشگران جهان را زنان تشکیل می‌دهند (یونسکو، ۲۰۱۷).

روند تغییر نقش‌های سنتی زنان، فرایندی بدون چالش نبوده است. زنان ایرانی که همگام با تحولات، خواهان تغییر در ساختارهای سنتی و به تبع آن حضوری برابر با مردان بودند، با سدهایی استوار روبرو شدند، سدهایی که پژوهشگران از آن به مثابه نابرابری جنسیتی در مشارکت‌های اقتصادی و اجتماعی یاد می‌کند. از مصادیق این نابرابری، تناسب نداشتن حضور زنان در جایگاه‌های شغلی با توزیع جنسیتی جمعیت و آمار زنان تحصیل‌کرده است (جنادله و پویا، ۱۳۹۸). سایر آمارهای اقتصادی و اجتماعی نیز مؤید این ادعا است: بر اساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد^۱، از میان ۱۵۶ کشور جهان، ایران مقام ۱۵۰ را در میزان مشارکت‌های اقتصادی زنان دارد، (مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۲۱). گزارش‌های شکاف جنسیتی بیانگر آن است که هیچ جامعه‌ای با زنان رفتاری برابر با مردان ندارد. بر اساس شاخص جهانی شکاف جنسیتی^۳، ایران در سال ۲۰۲۳ در بین ۱۴۶ کشور، رتبه ۱۴۳ را به خود اختصاص داده است و تنها کشورهای الجزایر، چاد و افغانستان بعد از ایران قرار گرفته‌اند (گزارش شاخص جهانی شکاف جنسیتی، ۲۰۲۳).

1. Unesco

2. World Economic Forum

3. Global Gender Gap Index

برابری جنسیتی زمانی حاصل می‌شود که مردان و زنان در توزیع قدرت و تأثیرگذاری در معادلات آن سهمی برابر داشته، از فرصت‌های برابر و استقلال مالی از طریق کار و تجارت برخوردار شده، دسترسی مشابهی به آموزش، فرصت‌های پیشرفت و شکوفایی استعدادها داشته، مسئولیت خانه و فرزندان به‌طور مشترک میان مرد و زن تقسیم شده و اجبار و ارباب و خشونت جنسیتی در محیط کار و خانه علیه زنان به‌طور کامل برطرف شده باشد.

برابری و نابرابری جنسیتی از یک جامعه به جامعه دیگر و از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوت است (آبوت ۱ و کلر ۲، ۱۳۷۶، ص. ۴۹). آلپورت ۳، نابرابری جنسیتی و تبعیض اجتماعی زن در جامعه مردسالار را تحت عوامل فرهنگی و خانوادگی می‌بیند، زیرا فرد را کاملاً محصول شرایط اجتماعی می‌داند (آلپورت، ۱۹۵۴، ص. ۳۲۴). با ظهور انقلاب صنعتی و پیدایش صورت‌بندی مدرن، زنان فرصت بازاندیشی و نقد جایگاه و موقعیت کمتر خود را در جامعه و خانواده به دست آورده‌اند. اگرچه در نیمه دوم قرن بیستم زنان بیش از گذشته، درگیر عرصه‌های عمومی چون اجتماع، سیاست و بازار کار شده‌اند، اما همچنان از منابع ارزشمند جامعه مانند ثروت، قدرت و منزلت برکنار می‌مانند. در دهه‌های اخیر زنان گام‌های بلندی به‌سوی برابری با مردان برداشته‌اند (کرامپتون ۴، ۱۹۹۷، به نقل از گیدنز، ۱۳۸۹، ص. ۵۶۳). فرادستی مردان و فرودستی زنان، واقعیتی است که در جامعه ایران هم وجود دارد و پژوهش‌هایی درباره آن صورت گرفته است. شمار زیادی از زنان جامعه بدون پی بردن به نابرابری موجود، به زندگی روزمره خود ادامه می‌دهند، با این تصور که شرایط باید این‌گونه باشد اما زمانی این نابرابری تبدیل به احساس نابرابری در آن‌ها می‌شود که آن‌ها به خودآگاهی برسند و از حقوق خود به‌عنوان یک انسان آگاه شوند و تا زنان به این آگاهی و هوشیاری نرسند تحت انقیاد جامعه مردسالار باقی خواهند ماند.

1. Abbott
2. Claire
3. Alport
4. Crompton

به‌رغم پیشرفت‌هایی که زنان در همه کشورهای جهان به دست آورده‌اند، تفاوت‌های جنسیتی، هم‌چنان شالوده نابرابری‌های اجتماعی است و ما همچنان شاهد نابرابری جنسیتی هستیم؛ لذا یکی از مهم‌ترین و بحث‌انگیزترین مسائل اجتماعی و جهانی است. با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش‌های زیادی در این حوزه انجام گرفته است و ضروری به نظر می‌رسد تا از این پژوهش‌ها جهت ارائه تفسیری جامع‌تر بهره‌جست، لذا بر آن شدیم تا در این پژوهش با روش فراترکیب به واکاوی پژوهش‌های انجام‌شده در ایران در بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ بپردازیم و نشان دهیم این پژوهش‌ها چه جنبه‌ها و ابعادی از مفهوم نابرابری جنسیتی را بررسی و تحلیل نموده‌اند. سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که چه عوامل و ابعادی در شکل‌گیری مسئله نابرابری جنسیتی اثرگذار هستند و پیامد آن چیست؟

۲. پیشینه تحقیق

۳. مبانی نظری

نظریه‌های فمینیستی نظامی از افکار کلی هستند که برای توصیف و تبیین زندگی اجتماعی و تجربه بشری از دیدگاه طرفداری از زنان ساخته و پرداخته شده است (ریتزر، ۱۳۸۹، ص. ۴۶۷). مسائل زنان و کاستی‌ها و بایسته‌های آن از مسائل اجتماعی است که اخیراً به سبب اهمیتش مورد توجه اندیشمندان و جامعه‌شناسان قرار گرفته است. آنچه در تعیین هویت و نقش‌های زنان و مردان و حقوق و تکالیف آن‌ها نقش اساسی دارد تعریفی است که از جنس (زن و مرد) و جنسیت (زنانگی و مردانگی) و خاستگاه تمایزات و تفاوت‌ها از سوی اندیشمندان مکاتب مختلف فکری ارائه شده است. در ادامه به چند نظریه در باب نابرابری جنسیتی می‌پردازیم.

چافز^۱

چافز در نظریه قشربندی جنسی می‌گوید که هیچ‌گاه وضعیتی وجود نداشته است که در آن زنان بر مبنایی نظام مند و طولانی مدت بر مردان تسلط داشته باشند تا به این ترتیب جوامع در

1. Chafetz

پیوستاری از برابری تقریبی تا نابرابری شدید به نفع مردان با هم تفاوت داشته باشند. چافز قشربندی را ماهیتی چند بعدی می‌بیند. به علاوه، بعضی از این ابعاد ممکن است به طور مستقل از یکدیگر تغییر کنند و باعث شوند جایگاه زنان در بعضی از آن‌ها برتر و در بعضی دیگر فروتر باشد. چافز سه عامل را در قشربندی جنسی می‌شمارد ۱. طبیعت سازمان کاری، ۲. نوع ساختار خویشاوندی، ۳. میزان حمایت ایدئوژیک و کلیشه‌ای از نابرابری جنسی در جامعه (هرست، ۱۳۹۸، ص. ۲۰۸). چافز معتقد است که قشربندی، نهایتاً به تقسیم‌کار در جامعه مربوط می‌شود. اگر این تقسیم برحسب جنس باشد، مردان منابع بیشتری از زنان دریافت می‌کنند و این مزیت منابع مالی، به تفاوت‌هایی در قدرت بین مردان و زنان می‌انجامد. هنگامی که مردان امتیازاتی را در نتیجه این تقسیم‌کار کسب می‌کنند، احتمال زیادی دارد که مناصب مهم را که در آن منابع قدرت وجود دارد بر عهده گرفته و حفظ کنند (قنبری و فتحی، ۱۳۹۶، ص. ۸۵).

برنارد^۱

برنارد از جامعه‌شناسان فمینیست در کتاب آینده زن‌اشویی^۲ به نقش خانواده در نابرابری جنسیتی پرداخته است. به اعتقاد او زن‌اشویی از جنبه نهادی به نقش شوهر اقتدار و آزادی می‌بخشد؛ چندان که او بتواند و ملزم باشد فراتر از محیط خانوادگی جولان دهد، نهاد زن‌اشویی فکر اقتدار مردانه را با تصور قابلیت جنسی و نیروی مردانه تقویت می‌کند و از زنان می‌خواهد که سازش گر، وابسته و توخالی باشند و اساساً به فعالیت‌ها و خرده‌کاری‌های خانه‌داری بپردازند.

ایگلی و استفن^۳

از دیدگاه نظریه نقش‌های اجتماعی ایگلی و اتفنن؛ ۱۹۸۴ تفاوت نقش‌های زنان و مردان ریشه تاریخی دارد نه ریشه سرشتی، زنان به طور سنتی به خانه‌داری و مراقبت و مردان به طور سنتی به کار بیرون از خانه و نان‌آوری گمارده شده‌اند (ایگلی و وود^۴، ۱۹۹۹). جنسیتی بودن نقش‌های اجتماعی چه ریشه در تاریخ داشته باشد و چه ریشه در زیست‌شناسی، باعث می‌شود که مردم

1. Bernard

2. The Future of Marriage

3. Eagly & Steffen

4. Wood

به فردی که مغایر با جنسیت خود رفتار می‌کند نگاه منفی داشته باشند و این یعنی تقویت وضعیت تبعیض آلود و نابرابر کنونی (جاست و کی^۱، ۲۰۰۵).

باتلر^۲

باتلر (۱۹۹۹) معتقد است جنسیت به خودی خود هستی یا داشته فردی نیست، بلکه کنش‌های اظهاری است؛ یعنی مجموعه‌ای از منش‌های مناسکی و متناوب است که فرد درون یک نظام فرهنگی و سیاسی انجام می‌دهد. باتلر با عاریه گرفتن این اندیشه از فوکو و فمینیست‌های فرانسوی می‌گوید که مفاهیمی مثل «زن» و «مؤنث» در درون چارچوبی فرهنگی خلق شده‌اند که خود نظام قدرتی نیز هست، این چارچوبی است که گرایش به ناهم‌جنس را امری طبیعی تعبیر می‌کند. افرادی که ناسازگار با چنین چارچوبی عمل کنند، غیرطبیعی قلمداد می‌شوند (باتلر، ۱۹۹۹، لوید^۳، ۲۰۰۷، به نقل از هرست، ۱۳۹۸، ص. ۲۰۷). باتلر معتقد است که جنس به اندازه جنسیت ساخته فرهنگ است. بدن‌ها همواره به صورت فرهنگی تفسیر شده‌اند و قبل از نام‌گذاری و تفسیرشان به عنوان شی‌هایی اجتماعی وجود ندارد. به نظر می‌رسد که آن‌ها چنین باشند؛ زیرا فرهنگ ظرفیت تولید قالب‌های بسیار قدرتمندی را دارد که به واقعیت مادی تغییر ناپذیر و تقلیل ناپذیر تبدیل شوند (کریبی^۴، ۲۰۰۶، ص. ۲۳، به نقل از هرست، ۱۳۹۸، ص. ۲۰۷).

بورديو

بورديو در نظریه نابرابری جنسیتی بر اهمیت نقش جامعه‌پذیری در شکل‌گیری تعاریف جنسیتی و خشونت نمادین که توجیه‌کننده‌های اصلی نابرابری جنسیتی هستند، تأکید می‌کند. از اساسی‌ترین آموخته‌های هر فرد در جریان جامعه‌پذیری جنسیتی، نقش‌های جنسیتی مناسب و شیوه‌های ایفای آن است. از نظر بورديو نوعی علیت چرخشی در نظام نابرابری جنسیتی جوامع مدرن وجود دارد؛ به‌طوری که ساختارهای عینی اجتماعی، باورهای فردی را شکل می‌دهند و

1. Jost & Kay

2. Butler

3. Loyd

4. Kriby

افراد بر پایه این باورها به گونه‌ای عمل می‌کنند که نظم اجتماعی جنسیتی تقویت می‌شود (هال^۱، ۲۰۰۲، ص. ۳۵).

مفهوم عادت واره در دیدگاه بوردیو نوعی آمادگی عملی، آموختگی ضمنی و فراست است. عادت واره نوعی تربیت‌یافتگی اجتماعی از نوع ذوق و سلیقه است که به عاملان اجتماعی این امکان را می‌دهد که روح قواعد، آداب، جهت‌ها، ارزش‌ها، روش‌ها و دیگر امور حوزه خاص خود (میدان علمی، اقتصادی، ورزشی، هنری، سیاسی و...) را دریابند، درون آن پذیرفته شوند، راه بیفتند و منشاء اثر شوند. والدین با عادت واره ای که از الگوهای تبعیض قانونی اجتماعی و پذیرش ناخودآگاه این نابرابری‌های قانونی و هنجاری موجود در زندگی زناشویی کسب کرده‌اند منشاء بروز نابرابری جنسیتی در خانه در رابطه با فرزندان دختر و پسر خود می‌شوند. والدین که خود در بستر جامعه نابرابر زندگی می‌کنند با پذیرش خود به خودی و نیز بدیهی تصور کردن نابرابری جنسیتی قانونی و اجتماعی خود منشاء اعمال نابرابری می‌شوند (بوردیو، ۱۳۸۰، ص. ۵۸).

عادتواره‌ها از ساختارهای مستحکمی تشکیل شده‌اند. چون خانواده اصلی‌ترین واحد اجتماعی است و هر انسانی اولین مراحل جامعه‌پذیری را در کانون خانواده پشت سر می‌گذارد، بنابراین نخستین نمونه‌های نابرابری جنسیتی را نیز در خانواده تجربه می‌کند. روابط پدر و مادر و سهم بری آن‌ها از سرمایه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادی، تصویری عینی از روابط زن و مرد و تقسیم سرمایه بین آن‌ها در ذهن کودک ایجاد می‌نماید. اگر بهره‌مندی زن و مرد از امکانات مختلف نابرابر باشد، به مرور این تصویر ذهنی در کودکان شکل می‌گیرد که نابرابری جنسیتی امری طبیعی است. (احمدی، ۱۳۹۲، ص. ۱۰)

پگی سندی^۲

نظریه سیطره مردانه پگی سندی (۱۹۸۱) بر اساس ارزیابی او از اطلاعات بیش از ۱۵۰ جامع است که بیشتر آن‌ها برای خواننده معمولی شناخته شده نیستند و بسیاری از آن‌ها نیز منقرض

1. Hull

2. Peggy Sanday

شده‌اند اما سرنخ‌هایی برای ریشه‌های سیطره جنس مذکر فراهم می‌کنند. سندی سیطره جنس مذکر را خروج زنان از تصمیم‌گیری سیاسی و اقتصادی و پرخاشگری مردان علیه زنان تعریف می‌کند. با استعمارگرایی غربی، زنان بیشتر پایگاه‌های اجتماعی برتری را که در جوامع سنتی در اختیار داشتند از دست دادند. تزریق سلاح‌های جدید و فناوری‌های بدیع و اهمیت فزاینده خشونت به بازتعریف نقش جنس‌ها کمک کرد و فعالیت مردان بسیار ارزشمندتر تلقی شد. همچنین در بسیاری از موارد پیچیدگی فزاینده فناوری‌های اقتصادی منجر به نزول پایگاه زنان شد. سندی در پیمایشی که از جوامع انجام داد نتیجه گرفت تسلط مردانه با پیچیدگی فزاینده فناوری، اقتصاد مبتنی بر نیروی حیوان، تفکیک جنسی در کار، جهت‌گیری نمادین به اصل خلاقیت مردانه و فشار روانی همبستگی دارد. وقتی محیط نامساعد و بی‌ثبات باشد نابرابری جنسی محتمل‌تر است تا در وضعیت عکس آن (هرست، ۱۳۹۸، ص. ۲۱۰).

کالینز^۱

نظریه قشربندی جنسیتی رندال کالینز، بخشی از نظریه عام تضادی اجتماعی کالینز پیرامون قشربندی جنسیتی است. کالینز با نقد از کارکردگرایی پیرامون نظام تقسیم‌کار سنتی میان زنان و مردان که بدون توجه به ساختار قدرت نابرابر امتیازات و ارزش‌گذاری‌های متفاوت این موقعیت، سعی در تقویت و بازتولید این نابرابری‌ها دارد، معتقد است که خانواده نیز هم چون سایر نهادها، ساختاری از قدرت و سلطه است که موجب تقویت بسیاری از نابرابری‌ها می‌شود و در نقش‌های جنسیتی خانواده میزان زیادی از تسلط جنس مرد بر زن در زمینه شغل و انجام کارها دیده می‌شود. به طور متوسط مردان از زنان قوی‌ترند و زنان نیز از لحاظ فیزیکی به خاطر زایمان آسیب‌پذیرتر و حساس‌ترند، کالینز این مسئله را که زنان به لحاظ فیزیکی ضعیف‌تر از مردان هستند قبول می‌کند، اما در عین حال معتقد است که کنترل برابر ابزار و منبع سلطه چیزی بیش از تفاوت‌های قدرت فیزیکی در بین افراد می‌باشد و این کنترل از طریق قدرت‌های فراتر از دو جنس می‌تواند تعدیل یا تقویت شود. از عوامل مؤثر دیگر در قشربندی جنسیتی و مناسبات زنان

1. Collins

و مردان، میزان کنترل منابع مادی جامعه توسط یکی از دو جنس است (نظری آزاد و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۳۰۰). از آنجا که مردان، دسترسی بیشتری به منابع قدرت دارند، از آن در جهت اعمال فشار و تداوم یک نظام قشربندی مبتنی بر جنسیت استفاده کرده‌اند. تداوم نابرابری وابسته به گفتگوها و شعاعی است که فعالیت جنسیتی هرکدام از زوجین را مشخص می‌کند، فعالیت مایی که خود تابعی از سرکوب و ثروت مادی هستند که در اختیاردارند (ناصری، ۱۳۹۴، ص. ۱۰۳).

بلومبرگ^۱

در اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی بلومبرگ نظریه قشربندی جنسیتی خود را عرضه کرد. نظریه بلومبرگ مبتنی بر دانش تجربی وسیعی در مورد انواع جوامع و رابطه زنان و مردان است. او بر این باور است که قشربندی جنسیتی وابسته به میزان کنترل وسایل تولید و تخصیص مازاد تولید به زنان دارد. چنین کنترلی توسط زنان به آن‌ها قدرت اقتصادی، نفوذ سیاسی و نهایتاً وجهه‌ای اجتماعی می‌دهد. به نظر بلومبرگ، نابرابری جنسیتی در سطوح گوناگون آشیا ساخته است روابط مرد و زن، آشیانه در خانوارها دارد. خانوارها مبتنی بر جماعات محلی هستند، جماعات بر ساختارهای طبقاتی قرار دارند و بالاخره ساختارهای طبقاتی در کشور سکنی گزیده‌اند. کنترل مردان در سطوح مختلف باعث کاهش قدرت زنان در جوامع شده است، در این رابطه او یک قضیه را بیان می‌کند هرچه زنان قدرت اقتصادی بیشتری داشته باشند، بیشتر قادر خواهند بود بر شکل‌های دیگر قدرت سیاسی، ایدئولوژیکی و غیره دسترسی پیدا کنند (ترنر^۲، ۱۹۹۹، ص. ۲۳۳). به نقل از نظری آزاد و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۳۰۱. بلومبرگ تأکید می‌کند در دوران انتقال قدرت اقتصادی از مردان به زنان، مردان احساس خطر می‌کنند و در نتیجه تلاش‌های زنان را سرکوب می‌کنند تا زنان قدرت برابر به دست نیاورند. اگر در این مرحله زنان مقاومت کنند و دوران انتقال را پشت سر بگذارند، خط مشی‌های سیاسی علیه زنان به کنار گذارده می‌شود و خشونت علیه زنان با تنبیه رو به رو می‌شود (نظری آزاد و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۳۰۱). بلومبرگ

1. Blumberg
2. Turner

بر درجه کنترل زنان بر وسایل تولید و توزیع مازاد اقتصادی توجه دارد و معتقد است که قشر بندی جنسیتی، در نهایت از طریق درجه کنترل زنان بر وسایل تولید و به وسیله مالکیت مازاد تولیدی (ارزش اضافی) تعیین می شود (موحد و همکاران، ۱۳۸۴، ص. ۹۹).

سندرا بم^۱

سندرا بم به خاطر آثارش در زمینه آندروژنی و مطالعات جنسیتی شناخته شده است. کار پیشگام او در مورد نقش های جنسیتی، قطبی سازی جنسیتی و کلیشه های جنسیتی مستقیماً به فرصت های شغلی برابر برای زنان در ایالات متحده منجر شد. طبق نظریه طرحواره جنسیتی^۲ کودک می آموزد که کفایت خود را به عنوان یک فرد از نظر طرحواره جنسیتی ارزیابی کند، ترجیحات، نگرش ها، رفتارها و ویژگی های شخصی خود را با نمونه های اولیه ذخیره شده در آن مطابقت دهد (بم، ۱۹۸۱). این نظریه بیان می کند که یک فرد از جنسیت به عنوان راهی برای سازماندهی چیزهای مختلف در زندگی و در دسته بندی ها استفاده می کند.

سندرا بم در نظریه کلیشه های جنسیتی در خصوص نقش پذیری جنسیتی و تشکیل کلیشه های جنسیتی مبتنی بر جنس در افراد معتقد است کودکان در یادگیری نقش های جنسیتی فعال هستند، آن ها مؤلفه های شناختی موجود در جامعه را برای جنسیت شکل می دهند و سپس دانش جنسیتی مربوطه را درباره این مضمون ها به دست می آورند. بم استدلال می کند: نقش پذیری جنسیتی به واسطه فرایند یادگیری تدریجی تشکیل و طرحواره های جنسیتی اتفاق می افتد. وی نقش مهمی برای فرهنگ در تشکیل طرحواره های جنسیتی قائل است به نظر بم طرحواره جنسیتی مجموعه ای از تداعی های مرتبط با جنسیت است. وجود طرحواره های جنسیتی، شکل گیری کلیشه سازی جنسیتی را افزایش می دهد. کلیشه های جنسیتی باورها و نگرش مایی درباره مردانگی و زنانگی است (تراواسولی^۳، ۲۰۱۵، به نقل از نظری آزاد و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۳۰۴).

1. Sandra Ruth Lipsitz Bem
2. Gender Schema Theory
3. Travasoli

جدول ۱. نظریه‌های نابرابری جنسیتی

برنارد	نقش خانواده در نابرابری جنسیتی و اعتقاد به اینکه زناشویی از جنبه نهادی به نقش شوهر اقتدار و آزادی می‌بخشد؛ چندان که او بتواند و ملزم باشد فراتر از محیط خانوادگی جولان دهد.
ایگلی و استفن	تفاوت نقش‌های زنان و مردان ریشه تاریخی دارد نه ریشه سرشتی.
باتلر	جنسیت به خودی خود هستی یا داشته فردی نیست، بلکه کنش‌های اظهاری است؛ یعنی مجموعه‌ای از منش‌های مناسبی و متناوب است که فرد درون یک نظام فرهنگی و سیاسی انجام می‌دهد. مفاهیمی مثل «زن» و «مؤنث» در درون چارچوبی فرهنگی خلق شده‌اند که خود نظام قدرتی نیز هست،
بورديو	اهمیت نقش جامعه‌پذیری در شکل‌گیری تعاریف جنسیتی و خشونت نمادین که توجیه‌کننده‌های اصلی نابرابری جنسیتی هستند
سندی	سیطره جنس مذکر سبب خروج زنان از تصمیم‌گیری سیاسی و اقتصادی و پرخاشگری مردان علیه زنان می‌گردد.
کالینز	از آنجا که مردان، دسترسی بیشتری به منابع قدرت دارند، از آن در جهت اعمال فشار و تداوم یک نظام قشربندی مبتنی بر جنسیت استفاده می‌کنند.
بلومبرگ	نابرابری جنسیتی در سطوح گوناگون آشيان ساخته است روابط مرد و زن، آشيان در خانوارها دارد. کنترل مردان در سطوح مختلف باعث کاهش قدرت زنان در جوامع شده است،
بم	نقش‌پذیری جنسیتی و تشکیل کلیشه‌های جنسیتی مبتنی بر جنس و یادگیری نقش‌های جنسیتی توسط کودکان توسط مردان.

تمرکز ما در این پژوهش بیشتر بر نظریه‌هایی بوده است که بر اهمیت ساختار اجتماعی یا زمینه‌های فرهنگی تأکید دارند و با بررسی نظریه‌های عنوان شده به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که دوگانه زن و مرد یک برساخت اجتماعی است و در طی سال‌های متمادی مردان به دلیل دسترسی بیشتری به منابع قدرت سعی در انقیاد و به حاشیه راندن زنان داشته‌اند که این امر به حفظ نابرابری جنسیتی منجر گردیده است.

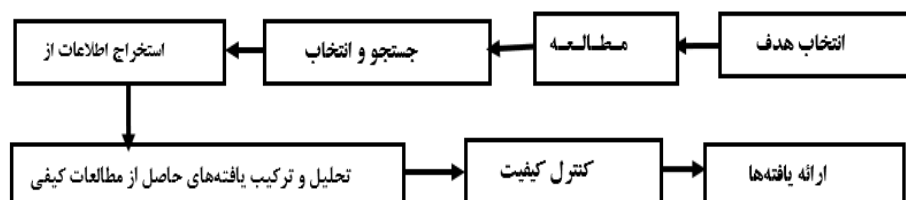
۴. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت داده‌ها و روش تحلیل، کیفی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها بر اساس اطلاعات اسنادی است. برای جمع‌آوری داده‌ها، همه پژوهش‌های منتشر شده در زمینه نابرابری جنسیتی در پایگاه‌ها معتبر داخلی بر اساس کلیدواژه‌های نابرابری جنسیتی، تبعیض جنسیتی، عدالت جنسیتی و جنسیت، جهت دستیابی به نمونه‌ای که اشباع نظری را موجب شود پیمایش شد و مرتبط‌ترین مطالعات با استفاده از رویکرد هدفمند انتخاب شد. روش پژوهش تحلیلی-توصیفی است. در این پژوهش از رویکرد فراترکیب استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کدگذاری استفاده شد و داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

انواع فرا مطالعه عبارت‌اند از فرا نظریه، فرا روش، فراترکیب و فراتحلیل. در این پژوهش از روش استقرایی فراترکیب سندلوسکی و باروسو^۱ به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر استفاده شده است. رویکرد فرا ترکیب با ترکیب نتایج تحقیقات به پیشبرد دانش فعلی با ایجاد یک ترکیب تفسیری جدید کمک می‌کند. فراترکیب رویکرد سیستماتیکی برای محققان فراهم می‌سازد تا تحقیقات را ترکیب و مضمون‌های و استعاره‌های پنهان را شناسایی کند، دانش موجود را توسعه دهد و دیدی جامع و گسترده ایجاد کند (سیائو و لانگ^۲، ۲۰۰، به نقل از نیازی و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۳۰۱).

این روش فرایندی است که محققان را قادر می‌سازد تا یک سؤال خاص پژوهشی را شناسایی کرده و سپس برای پاسخگویی به آن، به جست‌وجو، گزینش، ارزیابی، تلخیص و ترکیب شواهد کیفی بپردازند. ساندلوسکی و باروسو روشی هفت گامی را برای فراترکیب معرفی می‌کنند که در شکل ۱ نشان داده شده است (عرب و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۱۲).

1. Sandelowski & Barroso
2. Siau & Long



شکل ۱. مراحل و روش کلی فراترکیب

یافته‌های پژوهش

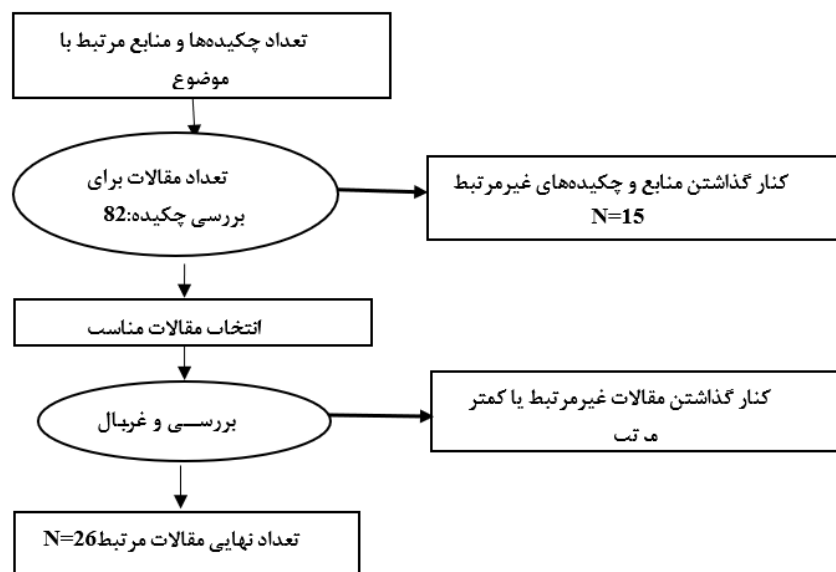
گام اول؛ انتخاب هدف (طرح سؤال‌های تحقیق): در این مطالعه سعی بر این است تا بر اساس مطالعات پژوهشی گذشته، پس از معرفی اجمالی معیارهای نابرابری جنسیتی، به دسته‌بندی و ارائه منسجم آن در قالب یک مدل نظام‌مند پرداخته شود.

گام دوم؛ تعیین سؤالات پژوهش، مفاهیم کلیدی و منابع جست‌وجو: برای تنظیم سؤال پژوهش از پارامترهای مختلفی استفاده شده است که شامل موارد زیر است:

۱. چه چیزی: به شناسایی و مطالعه ابعاد، مؤلفه‌ها و معیارهای نابرابری جنسیتی پرداخته شده است؛
۲. چه کسی: جامعه آماری در این پژوهش شامل مطالعات داخلی است که به مطالعه نابرابری جنسیتی از دیدگاه‌های مختلف پرداخته‌اند. بر این اساس برای دستیابی به داده‌های پژوهش، پایگاه‌های نورمگز، مگ ایران، پرتال جامع علوم انسانی، مراکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و ایران داک مورد بررسی قرار گرفت.
۳. محدوده زمانی: بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ می‌باشد (مقالات داخلی)؛
۴. چگونگی روش: استفاده از روش تحلیل اسناد؛
۵. واژه‌های کلیدی: نابرابری جنسیتی، تبعیض جنسیتی، عدالت جنسیتی و جنسیت،

گام سوم؛ بررسی انتخابی مقالات و منابع مرتبط مناسب: در این گام، در هر مرحله بازبینی، مقالات بر اساس عوامل مختلفی از جمله میزان ارتباط با موضوع پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و مواردی که دارای ارتباط کمتری بودند، از فرایند فراترکیب کنار گذاشته شدند. به‌طورکلی پس از جستجو در پایگاه‌های مختلف تعداد ۹۷ مقاله مرتبط شناسایی شد. در نهایت

۲۶ مقاله برای انجام روش فراترکیب انتخاب شد. شکل ۲ فرایند جستجو و انتخاب مقالات است.



شکل ۲. فرایند جستجو و انتخاب مقالات نهایی مرتبط

گام چهارم؛ استخراج مفاهیم و کدهای مرتبط با موضوع پژوهش: در این مرحله، محتوای مقالات بررسی دقیق شد و کدهایی که ارتباط با واژه‌های کلیدی داشتند، انتخاب و بر اساس آن‌ها مفاهیم و مضمون‌ها شکل گرفت.

گام پنجم؛ تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی: هدف فراترکیب ایجاد تفسیر یکپارچه و جدید از یافته‌ها است. این روش‌شناسی جهت شفاف‌سازی مفاهیم و الگوها، نتایج در پالایش حالت‌های موجود دانش و ظهور مدل‌های عملیاتی و نظریه‌های پذیرفته شده است. در طول تجزیه و تحلیل موضوع‌هایی را جستجو می‌کند که در میان مطالعات موجود در فراترکیب پایدار شده‌اند. ساندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) این مورد را «بررسی موضوعی» می‌نامند. در ابتدا

پژوهشگر تمام عوامل استخراج شده از مطالعات را کد در نظر می‌گیرد که در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. سرفصل‌های مشخص شده جهت طراحی الگوی نابرابری جنسیتی در ایران

مضمون‌ها	مأخذ	فراوانی
۱. ایدئولوژی مرد سالاری در خانواده	شکر بیگی (۱۳۹۶)، قنبری و فتحی (۱۳۹۶)	۳
۲. عدم دسترسی برابر به منابع قدرت در خانواده	قنبری و فتحی (۱۳۹۶)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)	۲
۳. هژمونی مردانه در مراسم‌ها و مهمانی‌ها	روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)، عابدینی و همکاران (۱۳۹۸)	۳
۴. تبعیض بین فرزندان	قاسمی (۱۴۰۰)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)	۲
۵. اعمال قدرت پدر در مدیریت و تصمیم‌گیری‌ها	قاسمی (۱۴۰۰)	۱
۶. نقش باورهای فرهنگی و سنتی خانواده	روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، دهقان بنارکی و همکاران (۱۳۹۹)	۲
۷. فرودست انگاری زنان در خانه در تجارب کودکی	روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)	۲
۸. نقش سرمایه اقتصادی پایین خانواده	دانش مهر و همکاران (۱۳۹۹)، دهقان بنارکی و همکاران (۱۳۹۹)، صادقلو و همکاران (۱۳۹۹)، بخارایی و یزدخواستی (۱۳۹۴)، رزمی و کاووسی (۱۳۹۳)	۵
۹. نابرابری در طراحی فضای شهری	رومینا و همکاران (۱۳۹۷)، پورحسین روشن و همکاران (۱۳۹۸)، باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)، پورمحمدی و همکاران (۱۳۹۸)	۴
۱۰. نابرابری و موانع در فرصت‌های شغلی	شیری و همکاران (۱۳۹۷)، نبوی و علامه (۱۳۹۳)، صادقلو و همکاران (۱۳۹۹)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، زاهد (۱۳۹۴)، باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)	۶

مضمون ها	مأخذ	فراوانی
۱۱. تأثیر بر سلامت روان و بهزیستی	صدر نبوی و همکاران (۱۳۹۹)، کوششی و همکاران (۱۳۹۸)، خاوری و همکاران (۱۳۹۱)	۳
۱۲. از دست دادن امتیازات معنوی و مادی به واسطه فرزندآوری	روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)	۱
۱۳. نقش تعالیم دینی و سنت‌ها	خاوری و همکاران (۱۳۹۱)	۱
۱۴. محدودیت در نوع پوشش و رفت و آمد	قاسمی (۱۴۰۰)، موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)	۱
۱۵. محدودیت در انتخاب فعالیت‌های تفریحی و ورزشی	نظری آزاد و همکاران (۱۳۹۸)	۱
۱۶. نقش آموزش به مثابه یک میدان تولید نابرابری جنسیتی	موسیوند و بگیان کوله مددی (۱۳۹۹)، دانش مهر و همکاران (۱۳۹۹)	۲
۱۷. سانسور رسانه‌ای زنان، عدم پوشش رسانه‌ای ورزش زنان	نظری آزاد و همکاران (۱۳۹۸)	۱
۱۸. نقش و عملکرد رسانه‌ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی	خاوری و همکاران (۱۳۹۱)، احمدی و همکاران (۱۳۹۴)	۲
۱۹. سیاسی بودن موضوع زن و خانواده	باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)	۱
۲۰. دسترسی به ابزارهای قدرت (از پول تا صندلی‌های قدرت) برای مردان	باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)، شیری و همکاران (۱۳۹۷)	۲
۲۱. مناقشه بر سر مفهوم نابرابری جنسیتی در نزد سیاستگذاران	باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)	۱
۲۲. سیاسی بودن موضوع زن و خانواده، دسترسی مردان به ابزارهای قدرت، مناقشه بر سر مفهوم نابرابری جنسیتی	باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)، شیری و همکاران (۱۳۹۷)	
۲۳. تحقیر و برچسب زنی زنان	موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)	۱
۲۴. ایدئولوژی جنسیتی	موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)، شکر بیگی (۱۳۹۶)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)	۳
۲۵. قائل به ایفای نقش ها و هویت های جنسیتی بسته بندی شده و قالبی برای زنان	۹ نابرابری و ۳۴ نابرابری موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)، وحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)	۴

مضمون ها	مأخذ	فراوانی
۲۶. تهدید کلیشه‌های جنسیتی بر عملکرد زنان	باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)، موسوی و کشمیری (۱۳۹۸) موسیوند و بگیان کوله مددی (۱۳۹۹)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، شیری و همکاران (۱۳۹۷)	۵

گام ششم؛ کنترل کیفیت، پایایی و اعتبار مدل: مدل طراحی شده شامل ۵ بعد اصلی و ۲۶ مضمون است. پس از تکمیل و مراحل روش‌شناسی فراترکیب، مدل طراحی شده، در جلسه‌های گروه کانونی با ۲ نفر از خبرگان علوم اجتماعی ارائه شد. در این جلسات تمامی دو سطح مدل موردبررسی قرار داده شد و تغییری روی آن انجام نگرفت. روایی مدل حاضر، از طریق روایی محتوا حاصل شده است.

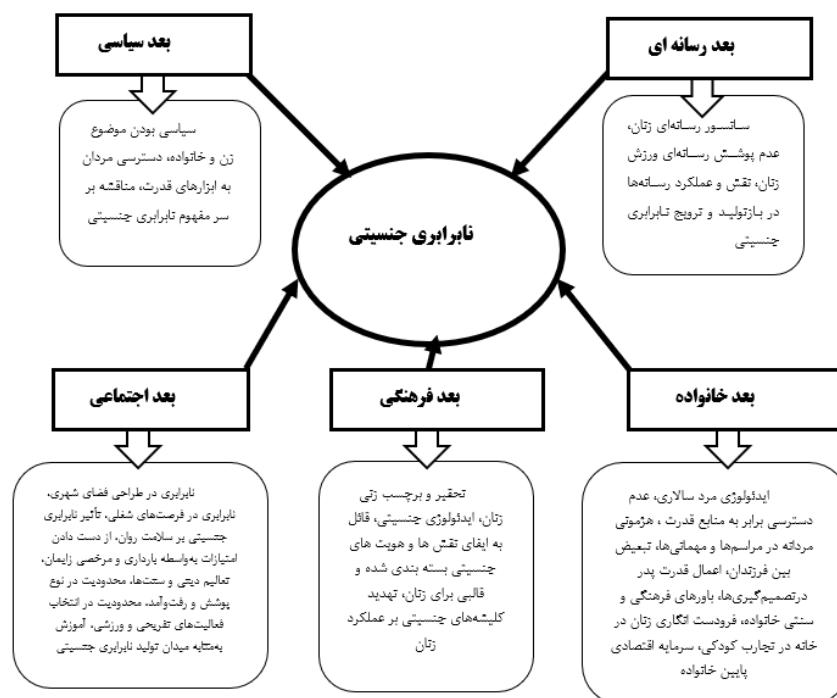
در این پژوهش برای حفظ کیفیت مطالعه از شاخص کاپا^۱ استفاده شده است مقدار کاپا بین صفر تا یک نوسان دارد و هر چه مقدار آن به عدد یک نزدیک‌تر باشد، نشان می‌دهد که توافق بیشتری بین مرورگران وجود دارد؛ بنابراین به منظور سنجش پایایی از شاخص کاپا استفاده شده است. بدین طریق که شخص دیگری از نخبگان بدون اطلاع از نحوه‌ی ادغام کدها و مفاهیم ایجادشده توسط پژوهشگر اقدام به دسته‌بندی کدها و مفاهیم کرده است. سپس مفاهیم ارائه شده توسط پژوهشگر با مفاهیم ارائه شده توسط این فرد مقایسه شده است. در نهایت با توجه به تعداد مفاهیم ایجادشده مشابه و مفاهیم ایجادشده متفاوت، شاخص کاپا محاسبه شده است. مقدار شاخص کاپا برابر با ۰.۷۹ محاسبه شد که با توجه به وضعیت شاخص کاپا در سطح توافق خوب قرار گرفته است.

گام هفتم؛ ارائه یافته‌ها (مدل مفهومی): در پژوهش حاضر نیز ابتدا عوامل استخراج شده از مطالعات را به عنوان کد در نظر گرفته و سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از کدها آن‌ها را در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی می‌کند، به این ترتیب مفاهیم اصلی پژوهش شکل می‌گیرد. نتایج فرایند مذکور برای شناسایی و دسته‌بندی معیارهای نابرابری جنسیتی در جدول ۵ ارائه شده است.

1. Kappa

جدول ۳. مفاهیم استخراج شده از کدگذاری ابعاد و مؤلفه‌های نابرابری جنسیتی در فرایند فراترکیب

ابعاد	مفاهیم	مأخذ
بعد خانواده	ایدئولوژی مرد سالاری، عدم دسترسی برابر به منابع قدرت، هژمونی مردانه در مراسم‌ها و مهمانی‌ها، تبعیض بین فرزندان، اعمال قدرت پدر در تصمیم‌گیری‌ها، باورهای فرهنگی و سنتی خانواده، فرودست انگاری زنان در خانه در تجارب کودکی، سرمایه اقتصادی پایین خانواده	قاسمی (۱۴۰۰)، دانش مهر و همکاران (۱۳۹۹)، دهقان بنارکی و همکاران (۱۳۹۹)، صادقلو و همکاران (۱۳۹۹)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)، عابدینی و همکاران (۱۳۹۸)، قنبری و فتحی (۱۳۹۶)، شکر بیگی (۱۳۹۶)، بخارایی و یزدخواستی (۱۳۹۴)، رزمی و کاووسی (۱۳۹۳)
بعد اجتماعی	نابرابری در طراحی فضای شهری، نابرابری در فرصت‌های شغلی، تأثیر نابرابری جنسیتی بر سلامت روان، از دست دادن امتیازات معنوی و مادی به واسطه بارداری و مرخصی زایمان، محدودیت در نوع پوشش و رفت‌وآمد، محدودیت در انتخاب فعالیت‌های تفریحی و ورزشی، آموزش به مثابه میدان تولید نابرابری جنسیتی	قاسمی (۱۴۰۰)، صدر نبوی و همکاران (۱۳۹۹)، موسیوند و بگیان کوله مددی (۱۳۹۹)، دانش مهر و همکاران (۱۳۹۹)، صادقلو و همکاران (۱۳۹۹)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، موسوی و کشمیری (۱۳۹۸)، نظری آزاد و همکاران (۱۳۹۸)، کوششی و همکاران (۱۳۹۸)، پورحسین روشن و همکاران (۱۳۹۸)، پورمحمدی و همکاران (۱۳۹۸)، شیر و همکاران (۱۳۹۷)، رومینا و همکاران (۱۳۹۷)، شکر بیگی (۱۳۹۶)، زاهد (۱۳۹۴)، نبوی و علامه (۱۳۹۳)، خاوری و همکاران (۱۳۹۱)
بعد رسانه‌ای	سانسور رسانه‌ای زنان، عدم پوشش رسانه‌ای ورزش زنان، نقش و عملکرد رسانه‌ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی	نظری آزاد و همکاران (۱۳۹۸)، احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، خاوری و همکاران (۱۳۹۱)
بعد سیاسی	سیاسی بودن موضوع زن و خانواده، دسترسی مردان به ابزارهای قدرت، مناقشه بر سر مفهوم نابرابری جنسیتی	باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)، شیر و همکاران (۱۳۹۷)
بعد فرهنگی	تحقیر و برجسب زنی زنان، ایدئولوژی جنسیتی، قائل به ایفای نقش‌ها و هویت‌های جنسیتی بسته بندی شده و قالبی برای زنان، تهدید کلیشه‌های جنسیتی بر عملکرد زنان	موسیوند و بگیان کوله مددی (۱۳۹۹)، روحانی و عابدی دیزناب (۱۳۹۹)، باستانی و خسروی دهقی (۱۳۹۸)، مبارکی و همکاران (۱۳۹۸)، اعظم آزاد و رضایی (۱۳۹۸)، شیر و همکاران (۱۳۹۷)، شکر بیگی (۱۳۹۶)



شکل ۳. مدل فرایندی ابعاد نابرابری جنسیتی

یافته‌ها

دستاوردهای پژوهشی از با اهمیت ترین فعالیت‌های علمی و دانشگاهی است که می‌تواند زمینه ای برای روشننگری سایر اندیشمندان باشد. در این پژوهش تلاش شد به بررسی و تبیین پدیده نابرابری جنسیتی با استفاده از رویکرد فرا ترکیب پرداخته شود تا با ترکیب نتایج مطالعات در این زمینه به پیشبرد دانش فعلی با ایجاد یک ترکیب تفسیری جدید کمک کرد. با توجه به تجزیه و تحلیل ۲۶ مقاله انجام گرفته در این زمینه در انتهای پژوهش ۲۶ مضمون و ۵ بعد اصلی در ارتباط با این مسئله به دست آمد که عبارت اند از بعد خانوادگی، اجتماعی، رسانه ای، سیاسی و فرهنگی و کلیشه‌ای.

بعد خانواده دارای ۸ مضمون شامل ایدئولوژی مرد سالاری، عدم دسترسی برابر به منابع قدرت، هژمونی مردانه در مراسم ها و مهمانی ها، تبعیض بین فرزندان، اعمال قدرت پدر در تصمیم گیری ها، باورهای فرهنگی و سنتی خانواده، فرودست انگاری زنان در خانه در تجارب کودکی، سرمایه اقتصادی می باشد. یکی دیگر از ابعاد مهم در بررسی مطالعات، بعد اجتماعی است که دارای ۸ مضمون شامل ایدئولوژی مرد سالاری، عدم دسترسی برابر به منابع قدرت، هژمونی مردانه در مراسم ها و مهمانی ها، تبعیض بین فرزندان، اعمال قدرت پدر در تصمیم گیری ها، باورهای فرهنگی و سنتی خانواده، فرودست انگاری زنان در خانه در تجارب کودکی، سرمایه اقتصادی می باشد. دیگر بعد تاثیر گذار بعد سیاسی بود که دارای ۳ مضمون شامل سیاسی بودن موضوع زن و خانواده، دسترسی مردان به ابزارهای قدرت، مناقشه بر سر مفهوم نابرابری جنسیتی می باشد. بعد رسانه ای دارای ۳ مضمون شامل سانسور رسانه ای زنان، عدم پوشش رسانه ای ورزش زنان، نقش و عملکرد رسانه ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی می باشد. و بعد فرهنگی و کلیشه ای بود که شامل ۴ مضمون شامل تحقیر و برچسب زنی زنان، ایدئولوژی جنسیتی، قائل به ایفای نقش ها و هویت های جنسیتی بسته بندی شده و قالبی برای زنان، تهدید کلیشه های جنسیتی بر عملکرد زنان می باشد.

۵. نتیجه گیری

امروزه در اغلب جوامع با وجود حضور فراوان زنان در عرصه اجتماع، متأسفانه جایگاه زنان در جامعه هنوز در امتداد همان وظایفی است که جامعه مردسالار به زن تفویض کرده است (هارلو^۱، ۲۰۰۴). به رغم پیشرفت هایی که زنان در همه کشورهای جهان به دست آورده اند، تفاوت های جنسیتی، هم چنان شالوده نابرابری های اجتماعی است. موفقیت و پیشرفت هر جامعه در گرو استفاده از تخصص های موجود در آن است، اما نابرابری های شرایط میان زنان و مردان در همه عرصه های مختلف جامعه قابل رویت است و جهت تسهیل شرایط ورود برای حضور

1. Harlow

و بقای زنان به عنوان نیمی از جمعیت هر جامعه‌ای، تاکنون تدابیر علمی و برنامه‌ریزی‌های لازم و مقتضی اتخاذ نشده است. مسئله نابرابری جنسیتی اگر چه در نهادهای حقوقی و اجتماعی موضوعی وارداتی قلمداد می‌شود و در عرصه نظری و تئوریک به طور مکرر مورد توجه قرار گرفته لیکن در عرصه‌های عملی با چالش‌هایی مواجه بوده است. آنچه که نباید از آن غافل بود پیچیده بودن مکانیسم‌های نابرابری جنسیتی است. به سختی می‌توان میان عوامل و ابعاد پدید آورنده نابرابری‌های جنسیتی روابط ساده علی برقرار کرد. آنچه که وجود دارد مجموعه‌ای از تأثیر و تأثر ابعاد مختلف است که نابرابری‌های جنسیتی را ایجاد، حفظ و تقویت می‌کند و همانطور که هرست معتقد است «ساختار فرصت‌ها برای زنان پر از گذرگاه‌های باریک، بن‌بست‌ها، موانع، تپه‌های پر شیب، پل‌های لرزان و درگاه‌های حفاظت شده است». با توجه به ماهیت پژوهش فراترکیب ابعاد موثر بر نابرابری جنسیتی در ۵ بعد فوق، شناسایی شد که به بررسی و تحلیل هر یک از این ابعاد خواهیم پرداخت.

در بررسی این پژوهش‌ها نقش بعد خانوادگی و جامعه‌پذیری جنسیتی در بستر خانواده پررنگ بود. مضمون‌های به دست آمده از این بعد در یک نتیجه‌گیری کلی هژمونی مردسالاری در خانواده‌ها را آشکار می‌کند نهاد خانواده، محملی برای شکل‌گیری شخصیت و پایه‌گذاری بنیان‌های فردی به شمار می‌رود و در رشد تربیتی وجوه اجتماعی نقش مهمی ایفا می‌کند ولی هم‌زمان می‌تواند بستر مساعدی برای تکثیر باورهای مبتنی بر بروز نابرابری‌های جنسیتی باشد. با وجود همه دگرگونی‌های گسترده نهادی و فرهنگی در عصر جدید (نظام آموزشی، رسانه‌ها، گروه همسالان و...) شالوده فرهنگی و ایدئولوژیکی خانواده همچنان می‌تواند آغازگر رفتارها و نقش‌های جنسیتی و تثبیت آن‌ها در افراد شود و لذا خانواده می‌تواند با کژکارکرد خود با محدود کردن نقش‌های جنسیتی دختران نه تنها باعث پذیرش جنس دوم بودن و انقیاد دختران شود، بلکه با محدود کردن خلاقیت‌ها و عرصه‌ها، عملاً شکل‌گیری شخصیت دختران را مطابق با الگوهای مورد نظر طراحی کند.

جسی برنارد در کتاب آینده زناشویی معتقد است است زناشویی از جنبه نهادی به نقش شوهر اقتدار و آزادی می‌بخشد، چندان که او بتواند و ملزم باشد فراتر از محیط خانوادگی جولان دهد، نهاد زناشویی فکر اقتدار مردانه و اعمال قدرت در مدیریت و تصمیم‌گیری‌ها را با تصور قابلیت جنسی و نیروی مردانه تقویت می‌کند و از زنان می‌خواهد که سازشگر و وابسته باشند، همچنین مطابق با نظریه بوردیو عادتواره شکل گرفته از طرح‌های ملکه ذهن شده ارزش‌ها و سنت‌ها مبنی بر منزلت فرادست برای مردان، آنچنان در لایه‌های ذهنی خانواده‌ها ته نشین شده است که در عملکرد و نحوه برخورد و رفتار با دو جنس مخالف دختر و پسر نیز این عادتواره و اتخاذ رویکرد ارزش گذاری برتر نسبت به پسر آشکار است. نابرابری رفتاری و تبعیض بین فرزندان درون خانواده‌ها و رفتارهای متفاوت آنان، سبب شده است تا دختران تبعیض را به عنوان یکی از شاخص‌ها و عوامل مهم در ترویج و تقویت نابرابری جنسیتی در خانه تجربه نمایند و به آن معترض باشند.

بعد اجتماعی در تبیین نابرابری جنسیتی شامل ۸ مضمون ذکر شده فوق نیز نقش موثری در تولید و بازتولید چرخه یادشده ایفا می‌کند کالینز معتقد است از آنجا که مردان، دسترسی بیشتری به منابع قدرت دارند، از آن در جهت اعمال فشار و تداوم یک نظام قشربندی مبتنی بر جنسیت استفاده کرده و زنان را به حوزه خصوصی می‌رانند. ساختارهای عینی اجتماعی، باورهای فردی را شکل می‌دهد و افراد بر پایه این باورها به نحوی عمل می‌کنند که نظم اجتماعی جنسیتی تقویت می‌شود با وجود گسترش نقش اجتماعی زنان، موانع ساختاری- قانونی و سیاسی و اجتماعی سبب می‌شود که زنان فرصت‌ها و امتیازات کمتر داشته باشند و نتوانند به موقعیتی برابر و هم تراز با مردان دست یابند. این ساختار نابرابر سبب توزیع نابرابر قدرت، ثروت، منزلت و فرصت‌ها برای زنان است. زنان و مردان درون سازمان اگرچه ممکن است کارهای مشابهی را انجام ندهند. اما زمانی که در مشاغل یکسان قرار می‌گیرند، مردان سریع‌تر از زنان جایگاه سازمانی تصاحب کرده و مزایای بیشتری نسبت به زنان دریافت می‌کنند این امر به معنای واقعی، به حاشیه راندن زنان و تضعیف مشاغل مربوط به زنان را بازنمایی می‌کند لذا با وجوداینکه

زنان و مردان دوشاش یکدیگر مشغول به کار هستند، قوانین، استانداردها، رویه‌ها و اتمسفر محیط کار، غالباً بر اساس نیازها و ویژگی‌های هستی مردانه سامان یافته است. اینجاست که ساختار نابرابر جنسیتی به رغم مفروض گرفتن تفاوت‌های ذاتی زن و مرد، از به رسمیت شناختن هستی زنانه و الزامات بیولوژیک متفاوت آن همچون بارداری و زایمان و وظایف اجتماعی و فرهنگی متفاوت زنان در جامعه همچون نقش مهم مادری سر باز می‌زند، زنان اغلب وارد مشاغل می‌شوند که از نظر منزلتی، اقتداری و درآمدی پایین هستند و نتیجه آن استمرار تفکیک جنسیتی در مشاغل است. افزایش سطح تحصیلات زنان نیز منجر به بهبود وضعیت شغلی آنها نشده است. آنچه زیربنایی و ضروری به نظر می‌رسد افزایش قدرت زنان در ساختار سازمان است و این مهم با حضور زنان در میان تصمیم‌گیرندگان و مدیران سازمان میسر است.

نابرابری فضایی نیز یکی از مضمون‌های بعد اجتماعی است که زنان آن را تجربه می‌کنند. تفاوت در بهره‌مندی زنان و مردان در فضاهای عمومی شهری نشان دهنده سهم‌پذیری و بهره‌مندی کمتر زنان از مردان است. در فضاهای عمومی شهر عدم توجه به جنسیت در فرایند طراحی فضای شهری منجر به محدود شدن اختصاص فضا برای زنان گردیده است. حق زنان به شهر به واسطه ساختار مردسالارانه موجود در فضاهای عمومی سرکوب شده و فرصت بروز نمی‌یابد و نوعی ادراک مردسالارانه از نقش‌ها و روابط قدرت در فضا وجود دارد، از جایی که سیاستگذاران عمدتاً مردان هستند فضای شهرها غالباً مردانه است و در طراحی فضای شهری زنان مود غفلت قرار گرفته‌اند. این نابرابری‌ها و محدودیت‌های ذکر شده اجتماعی، بالندگی زنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد و تنگناهایی که به وجود می‌آید پویایی کافی را از آنها سلب کرده و باعث بی‌انگیزگی و یاس آنها می‌شود. هر چه زنان جامعه نسبت به زندگی و شرایط خود امیدوارتر باشند میزان مشارکت آنها در ساختن جامعه بیشتر خواهد شد در فضایی که زنان نسبت به شرایط معترض هستند با اتخاذ تصمیماتی که در پاسخ به نابرابری موجود در جامعه است از پذیرش نقش خود و برآوردن انتظاراتی که در راستای پیشرفت جامعه است سر باز می‌زند که سبب کم‌رنگ شدن تعهد و الزام آنها می‌گردد.

در تبیین تأثیرات بعد رسانه‌ها باید گفت که به سبب گسترش روز افزون آن، رسانه‌ها نقش مهمی در تغییر ذائقه و فرهنگ مخاطبان در زمینه‌های مختلف دارند، رسانه‌ها در عین آنکه متأثر از فرهنگ جامعه اند در روند بازتولید فرهنگی و گزینش عناصر فرهنگی مورد نظر خود متناسب با اهداف از پیش تعیین شده و همچنین انتقال آنها، به بازنمایی مسائل و موضوعات و تأثیرگذاری بر مخاطبان می‌پردازند. رسانه‌ها با بازنمایی و برساخت جهان پیرامون، بر شناخت و درک عموم تأثیر گذاشته و در نتیجه سبب تحول در ساخت اجتماعی واقعیت می‌شوند. تلقی ذات گرایانه از ویژگی‌های منتسب به مردان و زنان سبب بازنمایی آنها در رسانه‌ها در نقش‌های کلیشه ای می‌گردد و لذا رسانه‌ها با نشان دادن مردان و زنان به این صورت، بر ماهیت طبیعی نقشهای جنسیتی و عدم برابری جنسیتی صحنه می‌گذارند. معمولاً ارزش مهمی که برای زنان در این نقش‌ها و کلیشه سازی‌ها برجسته می‌شود همان ارزش مادری، دختری و همسری است.

بعد سیاسی در تبیین نابرابری جنسیتی بیانگر این است که مسئله نابرابری جنسیتی با حساسیت‌های سیاسی همراه است و گاهی مداخلات سیاسی و قانونی که در تضاد با منافع زنان است به نابرابری جنسیتی بیشتر دامن می‌زند. ولچ^۱ معتقد است، زنان در نقش همسری و مادری جامعه پذیر شده اند و این دیدگاه در کاهش رفتار سیاسی زنان و ایجاد شکاف در مدیریت سیاسی به نفع مردان تأثیر داشته است (ولچ، ۱۹۷۸، ص. ۱۰۹).

برساخت هویت مردانه برای سیاست توسط فرهنگ مردسالاری حاکم بر جامعه و ساختار قدرت، سیاست را امری محصور در دست مردان نشان می‌دهد و یکی از مهم‌ترین سدهای پیش روی زنان در دستیابی به جایگاه سیاسی است. کنشگری سیاسی زنان با حساسیت‌های جنسیتی و سیاست زدگی جنسیت، پیوندی انکار ناپذیر دارند و لذا جنسیت به عنوان یکی از بردارهای تعیین کننده کنشگری سیاسی است، زنان برای موفقیت در عرصه سیاست و کسب جایگاهی درخور صلاحیت و شایستگی‌های خود، گاهی لازم است با فرا رفتن از باورهای مسلم و قطعی شده در مورد زنان و با عزمی راسخ راهی پر مخاطره برای به دست آوردن آرمان برابر خواهانه

1. Welch

جهت ورود به قلمرو سیاست را اتخاذ کنند. جهان در سال ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۳ روند منفی را در برابری جنسیتی طی کرده است.

بعد فرهنگی و کلیشه‌ای نیز تاریخ دور و دراز نابرابری جنسیتی را در اذهان زنده می‌کند. و تاکید آن بر مضمون‌هایی نظیر تحقیر جنسی زنان می‌باشد. سندرا بم در نظریه کلیشه‌های جنسیتی در خصوص نقش‌پذیری جنسیتی و تشکیل کلیشه‌های جنسیتی مبتنی بر جنس در افراد معتقد است کودکان در یادگیری نقش‌های جنسیتی فعال هستند، بم استدلال می‌کند که نقش‌پذیری جنسیتی به واسطه فرایند یادگیری تدریجی تشکیل و طرح‌واره‌های جنسیتی اتفاق می‌افتد. وی نقش مهمی برای فرهنگ در تشکیل طرح‌واره‌های جنسیتی قائل است وجود طرح‌واره‌های جنسیتی، شکل‌گیری کلیشه‌سازی جنسیتی را افزایش می‌دهد.

سوزان فیسک^۱ روان‌شناس اجتماعی نیز معتقد است قدرتمندان جامعه برای اشخاص فرودست کلیشه‌سازی می‌کنند. این کلیشه‌ها به مردم می‌گویند چگونه هستند و حتی چگونه باید باشند، برای مثال زنان باید خوش مشرب و مردان فعال و پرخاشگر باشند (هاید^۲، ۱۳۷، ص. ۷۷). کلیشه‌های جنسیتی مفروضاتی هستند که کلیه عرصه‌های اجتماعی روابط زن و مرد را در برمی‌گیرد و بدان معنا می‌بخشد. در طول تاریخ، زنانگی در نقش مایی منفعل نسبت به مردانگی تعریف شده این موقعیت نابرابر، پیوسته موجب انقیاد زنان گردیده کلیشه‌های جنسیتی در گذر زمان شکلی بدیهی به خود گرفته و فرهنگ موجود، ادعاهای بر خلاف آن را نمی‌تابد. بر اساس کلیشه‌های جنسیتی، زنان و مردان دارای ویژگی‌ها و حالات روانی خاص و در نهایت قابلیت انجام دادن وظایف و کارهایی را دارند که به صورت معمول با یکدیگر متفاوت‌اند لذا با دوگانه‌سازی و ارائه یک جنس به عنوان امر برتر، جنس دیگر به مثابه امر فرودست و ضعیف در خدمت ساختار نابرابر جنسیتی در جامعه هستند.

نتایج به دست آمده از پژوهش‌های مورد بررسی و ساختارهایی که اصرار به حضور زنان در قلمرو خصوصی دارند قائل به نوعی تقابل میان مردان و زنان می‌باشند و حوزه عمومی را نوعی

1. Susan Fiske

2. Hyde

تهدید و واپس‌گیری جایگاهی که قرن‌ها از زنان سلب شده است، می‌دانند. در مسیر حرکت زنان برای حضور گسترده‌تر در حوزه عمومی، سکوهای بالا نرفته‌ای وجود دارد که زنان در پی صعود به آن هستند. قدر مسلم برای تحقق و بهبود برابری جنسیتی فراهم کردن بستر قدرت‌یابی زنان و رهایی آن‌ها از ساختارهای اجتماعی نابرابرساز و توجه به آزادی و عاملیت انسانی، از اهم مباحث در این حوزه هستند، لذا می‌بایستی زنان به بازتعریف خود بپردازند و با توانمندسازی و آگاه‌سازی و نپذیرفتن فرودستی خود، چرخه معیوب تبعیض و نابرابری جنسیتی را از حرکت بازدارند.

کتابنامه

۱. احمدی، ا. (۱۳۹۷). انعطاف‌ناپذیر دانستن نقش‌های جنسیتی و دفاع از تبعیض‌های جنسیتی. *پژوهش‌نامه زنان-پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۹(۲۳)، ۲۵-۳۵.
۲. احمدی، ث.، عقیلی، و.، مهدی زاده، م.، و مظفری، ا. (۱۳۹۴). رسانه‌ها و مسئله هویت جنسیتی بازنمایی شده (رهیافتی تحلیلی به مناقشه تاریخی نقش رسانه‌ها در بازتولید و ترویج نابرابری جنسیتی). *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۰(۳۱)، ۷-۱۸.
۳. احمدی، و. (۱۳۹۲). تغییر نگرش نسبت به نابرابری جنسیتی در طی فرایند گذار جمعیتی. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۴(۳)، ۱۵-۳۴.
۴. آبوت، پ.، و والاس، ک. (۱۳۷۶). *درآمدی بر جامعه‌شناسی، نگرش‌های فمینیستی* (م. خراسانی، و ح. احمدی، مترجمان). تهران: نشر دنیای مادر.
۵. باستانی، س.، و خسروی دهقی، ک. (۱۳۹۸). *مسائل اجتماعی ایران*، ۱۰(۵۲)، ۲۹-۵۷.
۶. بخارایی، ا.، و یزدخواستی، ب. (۱۳۹۴). بررسی مقایسه‌ای: موانع فرهنگی تحقق عدالت جنسیتی (مطالعه موردی: زنان متأهل شهر تهران، سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۳). *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۳(۴)، ۵۸۳-۵۵۹.
۷. بوردیو، پ. (۱۳۸۰). *نظریه کنش* (م. مردی‌ها، مترجم). تهران: نقش و نگار.
۸. پورمحمدی، م.، روستایی، ش.، و خضرنژاد، پ. (۱۳۹۸). تحلیل حق به شهر در فضاهای عمومی با تأکید بر رویکرد عدالت جنسیتی (نمونه موردی: شهر ارومیه). *زن و جامعه*، ۱۰(۴۰)، ۱۹۵-۲۲۲.

۹. پور حسین روشن، ح.، پورجعفر، م.، و علی اکبری، ص. (۱۳۹۸). تبیین عدالت جنسیتی در فضاهای شهری مجموعه خواهر امام رشت. *فصلنامه برنامه ریزی توسعه شهری و منطقه‌ای*، ۴ (۱۰)، ۱۴۵-۱۱۵.
۱۰. نادله، ع.، و پویا، ز. (۱۳۹۸). موانع ارتقاء شغلی زنان در ایران: الزامات نقشی یا محدودیت‌های ساختاری (فرا تحلیل کیفی مطالعات دهه اخیر). *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۶ (۸۴)، ۴۰-۹.
۱۱. خاوری، ک.، سجادی، ح.، حبیب پور گتایی، ک.، و طالبی، م. (۱۳۹۱). رابطه ابعاد احساس نابرابری جنسیتی و عوامل مرتبط با سلامت روان. *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، ۱۳ (۴۸)، ۱۱۳-۱۳۰.
۱۲. دانش مهر، ح.، خالق پناه، ک.، و زندی سرابسوره، س. (۱۳۹۹). طرد از میدان آموزش و بازتولید نابرابری جنسیتی، تحلیل روایت زنان روستاهای شهرستان دهگلان. *زن در توسعه و سیاست*، ۱۸ (۱)، ۱۰۵-۱۲۹.
۱۳. رزمی، م.، و کاووسی، ش. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین توسعه اقتصادی و نابرابری جنسیتی در استان‌های ایران. *مجله اقتصاد و توسعه منطقه‌ای*، ۲۱ (۸)، ۹۹-۱۲۰.
۱۴. شادی طلب، ژ. (۱۳۸۱). *توسعه و چالش‌های زنان ایران*. تهران: قطره.
۱۵. شکریگی، ع. (۱۳۹۶). بررسی نابرابری جنسیتی و عوامل مرتبط با آن در بین زنان شهر بوکان و میاندوآب. *پژوهشنامه زنان (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)*، ۸ (۳)، ۴۷-۶۷.
۱۶. شیر، ا.، فرجی، ا.، و یاسینی، ع. (۱۳۹۷). تجربه نابرابری جنسیتی در ارتقاء و انتصاب سازمانی: خوانشی استعاری از پدیده پله برقی شیشه‌ای. *پژوهشنامه زنان (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)*، ۹ (۲)، ۱-۳۱.
۱۷. صادقلو، ط.، خوب، ش.، و صاحبی، ش. (۱۳۹۹). بررسی تبعیض جنسیتی بر میزان مشارکت‌پذیری زنان روستایی (منطقه مورد مطالعه: دهستان‌های گلستان و دادکان شهرستان چناران). *زن در توسعه و سیاست*، ۱۸ (۱)، ۲۳-۵۲.
۱۸. عابدینی، ص.، رسول‌زاده اقدم، ص.، و صبوری کزج، پ. (۱۳۹۸). گونه شناسی مفهوم ادراک جنسیتی با تأکید بر عامل قومیت. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۱ (۳)، ۴۳۳-۴۵۷.

۱۹. علی پور، پ.، زاهدی، م.، ملکی، ا.، و جوادی یگانه، م. (۱۳۹۶). بازنمایی کشمکش‌های گفتمانی عدالت جنسیتی در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۱۷ (۶۶)، ۱۰۷-۱۴۸.
۲۰. فرهنگ، م.، و بهارلویی، م. (۱۴۰۱). استراتژی مقاومت و بازاندیشی: تجربه زنان در فرایند نابرابری جنسیتی درون خانواده. *توسعه اجتماعی*، ۱۶ (۳)، ۶۲-۲۷.
۲۱. فریدمن، ج. (۱۳۸۱). *فمنیسم* (ف. مهاجر، مترجم). تهران: انتشارات آشتیان.
۲۲. قاسمی، ز. (۱۴۰۰). بررسی نابرابری جنسیتی بین دختر و پسر در خانواده و تبیین عوامل مؤثر بر آن. *زن در توسعه و سیاست*، ۹ (۱)، ۹۵-۱۱۷.
۲۳. قنبری، ف.، و فتحی، س. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر تولید نابرابری جنسیتی در بین خانواده‌های شهر گرمسار. *دو فصلنامه پژوهش‌های انتظامی-اجتماعی زنان*، ۵ (۱)، ۸۶-۶۹.
۲۴. کوششی، م.، میرزایی، م.، و محمودیان، ح. (۱۳۹۸). بررسی رابطه ابعاد احساس نابرابری جنسیتی و به زیستی اجتماعی زنان شهر ایلام. *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۱۷ (۳)، ۳۰-۷.
۲۵. گیدنز، آ. (۱۳۸۹). *جامعه‌شناسی* (ح. چاوشیان، مترجم). تهران: نشر نی.
۲۶. مبارکی، م.، موسوی، م.، و کشمیری، ز. (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی احساس نابرابری جنسیتی و عوامل اجتماعی مرتبط با آن (مور مطالعه: مادران و دختران شهر یزد). *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۱۳ (۴)، ۱۶۳-۱۳۸.
۲۷. موحد، م.، عنایت، ح.، و گرگی، ع. (۱۳۸۴). عوامل اقتصادی و اجتماعی مؤثر بر نگرش زنان نسبت به نابرابری‌های جنسیتی زن و مرد و نقش آن در بروز خشونت خانوادگی (مطالعه موردی شهر تهران). *مجله جامعه‌شناسی معاصر*، ۱ (۳)، ۲۷-۶.
۲۸. موسیوند، م.، و بگیان کوله مددی، م. (۱۳۹۹). نقش ادراک نابرابری جنسیتی، خود انضباطی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در پیش‌بینی پیشرفت تحصیلی دانشجویان دختر دانشگاه‌های تهران. *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، ۳۹ (۳)، ۱۴۱-۱۶۲.
۲۹. ناصری، س.، و ناصری، م. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان، نسبت به نابرابری‌های جنسیتی (مطالعه موردی: شهرستان مهران در سال ۱۳۹۴). *فرهنگ ایلام*، ۵۳ (۵۳)، ۹۸-۱۱۴.

۳۰. نبوی، ع. و علامه، س. (۱۳۹۳). بررسی نابرابری جنسیتی در سازمان‌های بوروکراتیک، مورد مطالعه: کارکنان سازمان‌های دولتی شهرستان اهواز. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۲ (۳)، ۷-۴۰.
۳۱. نظری آزاد، م.، طالب پور، ا. و کاشانی، م. (۱۳۹۸). تحلیل جامعه‌شناختی از نابرابری جنسیتی در ورزش (از منظر زنان ورزشکار قهرمان ملی). *فصلنامه زن و جامعه*، ۱۰ (۴۰)، ۲۸۹-۳۱۶.
۳۲. هرست، چ. (۱۳۹۸). *نابرابری اجتماعی، انواع، علل و پیامدها* (ع. شکوری، مترجم). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳۳. یعقوبی هشتجین، ف. و الهی، ط. (۱۳۹۲). تأثیر تبعیض جنسیتی ادراک شده بر سلامت روان زنان. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۱ (۳)، ۷-۲۶.

34. Allport, G. W., Clark, K., & Pettigrew, T. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge: Cambridge University Press.
35. Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem for the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 735-754.
36. Eagly, A. H., & Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior: Evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, 54, 408-423.
37. Harlow, E. (2004). Why don't women want to be social workers anymore? New managerialism, post feminism and the shortage of social workers in social services departments in England and Wales. *European Journal of Social Work*, 7(2), 167-179.
38. Hull, K.E. (2002). Review of masculine domination. *Social Forces*, 81(1), 351-352.
39. Jost, J. T., & Kay, A. C. (2005). Exposure to benevolent sexism and complementary gender stereotypes: Consequences for specific and diffuse forms of system justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 498 - 509.
40. Kinias, Z. & Kim, H. S. (2012). Culture and gender inequality: Psychological consequences of perceiving gender inequality. *Group Processes & Intergroup Relations*, 15(1), 89-103.
41. Klingorova, K., & Havlicek, T. (2015). Religion and gender inequality: The status of women in the societies of world religions. *Moravian Geographical Reports*, 23(2), 2-11.
42. Tansel, A. (2001). *Economic development and female labor force participation in Turkey: Time-series evidence and cross-province estimates*. ERC Working

- Papers 0105, ERC-Economic Research Center, Middle East Technical University.
43. UNESCO. (2017). Priority gender equality action plan 2008-2013. Accessible at: <http://www.unesco.org/genderequality>
44. <https://www.statista.com/statistics/244387/the-global-gender-gap-index/>
45. Welch, S. (1978). Recruitment of women to public office: A discriminant analysis. *Western Political Quarterly*, XXVIII(3), 272- 330.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2023.79088.1239
مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

مطالعه کیفی رفتارهای متظاهران در بین مردم شهر همدان

اسماعیل بلالی (دانشیار جامعه شناسی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران، نویسنده مسئول)

balali_e@basu.ac.ir

شهین ایمانلیزاده (دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران)

imanalizadeh@yahoo.com

چکیده

فرهنگ در جامعه ما به همان اندازه غنی و گسترده است که مطالعه آن، فقیر و بسته. صدها خطوط فرهنگی و اجتماعی وجود دارد که شناخت علمی آن‌ها می‌تواند به حل مسائل اساسی جامعه ما یاری رساند. یکی از این خطوط، رفتار روانی - اجتماعی دورویی است. مفهوم دورویی که وسعت معنایی و کاربردی آن حیرت‌انگیز است، با وجود ظاهر غیراخلاقی آن، دارای کارکردهای عدیده‌ای است؛ به‌طوری‌که یکی از حلقه‌های ناگسستنی زنجیره زندگی ما را تشکیل می‌دهد. در این راستا، این پژوهش کیفی با هدف غایی مطالعه رفتارهای متظاهران در بین مردم شهر همدان و با استفاده از طرح نظام‌مند نظریه زمینه‌ای انجام شده است. به این منظور ضمن انجام مصاحبه با ۲۴ نفر از ساکنین شهر همدان، مجموعه‌ای از مضامین اولیه طی فرایند کدگذاری باز گردآوری شدند و از دل آن‌ها مقوله‌هایی تحت عناوین: «مؤلفه‌های فرهنگی - اجتماعی»، «مؤلفه‌های روان‌شناختی»، «مؤلفه‌های اقتصادی» و «مؤلفه‌های ساختاری - سیاسی» استخراج گردید؛ سپس در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان این مقوله‌ها ذیل عناوین: شرایط علی، راهبردها، شرایط مداخله‌گر، پیامدها و راهکارهای مقابله با رفتارهای متظاهران در قالب کدگذاری تعیین شد. در ادامه و در مرحله کدگذاری گزینشی، یکایک اجزای پارادایم کدگذاری تشریح و دو الگوی «رفتارهای متظاهران عامل محور» و «رفتارهای متظاهران ساختار محور» کشف گردید. نتایج حاکی از آن است که نفاق

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۱۷۹-۱۳۹

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۸

و دورویی در سطح وسیعی؛ چه فردی و چه اجتماعی، در جامعه وجود دارد و این پدیده، محصول شرایط نامتجانس خانوادگی، محیطی، آموزشی، اقتصادی و سیاسی غیرمتعادل و گاهی متضاد است. همچنین بر طبق یافته‌های پژوهش، شرایط زمینه‌ای چون: طبقه اجتماعی، تحصیلات، جنسیت و سن افراد بر روی بروز دورویی و تظاهر تأثیرگذار است. چنین شرایطی این استعداد منفی و ناهنجار را در شخص به وجود می‌آورد که برای دستیابی به منافع فردی، هم‌زمان دو و گاهی هم بیشتر از دو شخصیت متضاد را در خود پرورش دهد؛ بنابراین، سرچشمه و خاستگاه رفتارهای متظاهران، از عدم جامعه‌پذیری صحیح و نبود شفافیت و شکاف‌هایی در درون جامعه نسبت به مسائل گوناگون است و تا این بستر از میان نرود از بین بردن دورویی در جامعه ما، امری محال به نظر می‌رسد که این مهم، نیازمند مسئولیت‌پذیری و همت تک‌تک آحاد جامعه و مسئولین نظام است.

واژگان کلیدی: گرندد تئوری، رفتارهای متظاهران، نفاق، رفتارهای متظاهران عامل محور، رفتارهای متظاهران ساختار محور.

۱. مقدمه

اکثر آدم‌ها صبح که از خواب بیدار می‌شوند، یک نقاب^۱ بر چهره می‌زنند و از خانه خارج می‌شوند. یکی نقاب آدم مهربان، یکی نقاب آدم مرفه، یکی نقاب آدم مؤمن و یکی نقاب آدم راستگو. به راستی چقدر این نقاب‌ها به چهره واقعی آن‌ها نزدیک است؟

آروین گافمن، جامعه‌شناس معروف کانادایی، در نظریه نمایشی می‌گوید: زندگی همانند تئاتر است که روی صحنه و پشت صحنه دارد. مردم باید زمانی که رفتارهایشان را در جامعه ظاهر می‌سازند، جلوی صحنه، وضع مطلوبی ارائه دهند و پشت صحنه زندگی خود را آشکار نسازند (ریترز، ۱۳۷۴، ص. ۹۳)؛ به عبارت دیگر، همه انسان‌ها لازم است همچون بازیگران، بر صورت خود نقاب‌های مختلفی بزنند و نقش‌های متفاوتی را در طول شبانه‌روز و در مسیر زندگی ایفا کنند. در حقیقت نقاب شخصیت اجتماعی یا نمایشی هرکس است و شخصیت واقعی و

1. Persona

خصوصی او در زیر این ماسک قرار دارد. درواقع نمی‌توان از انسان شهرنشین قرن بیست و یکمی انتظار داشت که در همه شرایط و موقعیت‌های زندگی یک شخصیت یکپارچه از خود به جامعه ارائه دهد؛ زیرا مجموعه نیروهایی که تجارب افراد را می‌سازند متفاوت و گاهی متضاد هم هستند و بین این نیروها و نیروهای کنترل و نظارت‌کننده نیز همسویی و وفاق وجود ندارد. ازاین‌رو تفاوت یا تضاد هسته اصلی مفهوم تظاهر و دورویی است و عبارت است از: گفتار در مقابل کردار، اعتقادات متظاهرانه در مقابل اعتقادات واقعی و صادقانه و اعتقادات در مقابل امیال است. هنگامی که این‌ها در تقابل با یکدیگر قرار می‌گیرند، دورویی نمایان می‌شود (معیدفر و صفری، ۱۳۹۷).

انسان‌ها برحسب سرشت خود، دارای دو رو هستند؛ یک رو ظاهر افراد و روی دیگر باطن آنهاست؛ اما مسئله تظاهر و دورویی جایی اتفاق می‌افتد که فاصله زیادی بین این نقاب‌های مختلف با صورت طبیعی افراد به وجود آید. به عبارتی نقاب‌ها باید فاصله‌ای کم و طبیعی با صورت اصلی انسان داشته باشند. وقتی ظاهر و باطن افراد با یکدیگر همخوانی نداشته باشد و هرکدام به شیوه خودشان عمل کنند، دورویی به وجود می‌آید. یادآوری این نکته لازم است که هرگونه کتمان و ظاهرسازی را نمی‌توان دورویی نامید. انسان بر اثر توانایی طبیعی که دارد چه‌بسا اسراری را در درون خود پنهان کرده و به کسی اظهار نمی‌دارد و چه‌بسا ظاهرش بر خلاف آنچه که در وجود اوست جلوه کند اما نام این دورویی و نفاق نیست. این نوعی کتمان پسندیده است، دورویی یعنی باطن بد و نیت بد را به قصد خدعه و فریب مردم، مخفی کردن، جو فروختن و گندم نمایی کردن.

طبق تعریف مفهومی، نفاق نوعی دروغ است که بر پایه آن، فرد نگرشی خاص را وانمود می‌کند تا نزد دیگران خوب یا موجه جلوه کند (هادوی نژاد و بهارلویی، ۱۳۹۷، ص. ۳۹۶).

ریا مفهومی پیچیده و چندوجهی است و عناصری که برای «ریاکارانه» نامیدن یک عمل لازم است، موردبحث گسترده فیلسوفان قرار گرفته است. برای مثال، فردی که سیگار را نادیده می‌گیرد، ممکن است صمیمانه سعی در ترک سیگار داشته باشد اما شکست بخورد. یا در شکلی

دیگر، یک فرد صادق ممکن است برای جلوگیری از آسیب رساندن به احساسات یک دوست، یک دروغ کوچک بگوید. اولی بیشتر شبیه یک شکست انگیزشی به نظر می‌رسد؛ درحالی‌که دومی باعث ترویج دوستی می‌شود. این که آیا مردم به‌طورکلی چنین رفتارهایی را ریاکارانه می‌دانند یا خیر، یک سؤال باز است (الیک، ۲۰۱۲).

طبق اطلاعات منتشرشده از پیمایش‌های ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج دوم)، ۵۸/۶ درصد از پاسخگویان براین باورند که در میان ایرانیان صداقت و راستگویی کم رواج دارد و ۶۸/۲ درصد از پاسخگویان معتقدند که مردم ایران گرفتار خصیصه اخلاقی دورویی و تظاهر می‌باشند. این در حالی است که ۴۶/۶ درصد از پاسخگویان صداقت را مهم‌ترین صفت یک آدم خوب می‌دانند و به نظر ۸۷/۴ درصد از آن‌ها در آینده صفات منفی اخلاقی مثل دورویی، تظاهر، تقلب و کلاهبرداری بیشتر خواهد شد (گودرزی، ۱۳۸۲). همچنین مقایسه یافته‌های پیمایش‌های ملی نشان می‌دهد که میزان اعتقاد مردم به وجود ارزش‌های اخلاقی در طول سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۸۲ کاسته شده؛ و براساس آن‌ها؛ وجود (زیاد) صداقت از ۲۳ درصد در سال ۱۳۷۴ و ۱۸ درصد در سال ۱۳۷۹ به ۹ درصد در سال ۱۳۸۲ رسیده است (محسنی، ۱۳۸۳). در موج سوم پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌ها، در ۱۳۹۴، ۷۲/۲ درصد از مردم، میزان رواج دروغ‌گویی را زیاد و خیلی زیاد می‌دانند و میزان کم و خیلی کم آن (که همان وجود صداقت است) ۸/۸ درصد است (جوادی یگانه، ۱۳۹۵)؛ بنابراین نتایج بدست آمده از پیمایش‌های انجام شده در مورد نگرش‌های ایرانیان طی سال‌های اخیر وجود رفتارهایی چون دورویی و نفاق در سطح جامعه را تأیید می‌کنند. با توجه به مسائل مطرح شده و این که نفاق و دورویی نه تنها زندگی فردی را بی‌مایه و آلوده می‌کند، بلکه به سطح گروه‌ها، نهادها و سازمان‌های اجتماعی نیز گسترش می‌یابد و زندگی اجتماعی را نیز با خطر ازهم‌گسیختگی روبرو می‌سازد و با توجه به اهمیت و گستردگی موضوع و اینکه تا کنون پژوهش جامعه‌شناختی خاصی در زمینه دورویی در سطح جامعه صورت نگرفته است، نیاز به انجام پژوهش در این زمینه احساس می‌شود. تا شاید با بررسی علل، ابعاد و پیامدهای این پدیده اجتماعی بتوان راهکارهایی عملی برای مقابله با آن پیدا کرد. ازاین‌روی

محققین در این پژوهش به مطالعه کیفی رفتارهای متظاهرانه زنان و مردان بالای ۱۸ سال در شهر همدان می‌پردازند. سؤالاتی که در این بررسی مدنظر است بدین شرح‌اند:

تعریف افراد از دورویی چیست؟ علل، زمینه‌ها و بسترهای رفتارهای متظاهرانه در جامعه از دید افراد کدام‌اند؟ راهبردهای افراد در برخورد با افراد متظاهر چیست‌اند؟ پیامدهای این رفتارها برای افراد و جامعه کدام‌اند؟

۲. چارچوب مفهومی

اغلب محققین کیفی بر این باورند که محقق کیفی نباید درگیر ادبیات پیشین و ادبیات نظری موجود شود؛ زیرا این چارچوب‌ها باعث آلودگی ذهنی محقق و سوگیری قبلی می‌شود. عده‌ای دیگر بر استفاده از آن‌ها برای کشف مفاهیم حساس معتقدند. براین اساس چارچوب‌های ارائه شده با این هدف ارائه شده‌اند. ضمناً در تشریح برخی نتایج به محقق کمک می‌کنند.

بررسی محققین در مطالعات داخلی حاکی از آن بود که تاکنون پژوهشی با عنوان دورویی و رفتارهای منافقانه در سطح جامعه انجام نشده است؛ اما در خصوص مطالعاتی که نزدیک به حیطه پژوهش حاضر صورت گرفته باشد، می‌توان به مطالعات زیر اشاره نمود:

هادوی نژاد و بهارلویی (۱۳۹۴) پژوهشی کمی در زمینه رفتارهای منافقانه انجام داده‌اند. نتایج مطالعه حاکی از آن است که شرایط علی در میل به مدیریت تصویرپردازی زیاده طلبانه چند سویه در اعضای سازمان در کنار بستر و شرایط مداخله‌گر مدیریتی و سازمانی بر رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین‌فردی در سازمان اثر مثبت دارند؛ در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سه متغیر جو سکوت، ارتباطات بین‌فردی سیاسی و ضعف قانونی - نظارتی، پیشایندهای رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین‌فردی در سازمان‌اند و دو متغیر سکوت سازمانی و زوال اعتماد بین‌فردی، پیامدهای آن محسوب می‌شوند.

نتایج بدست آمده از مطالعه شیری و همکاران (۱۳۹۲) حاکی از آن است که خودشیفتگی مدیران بر رفتارهای ماکیاولی گرایانه دارای اثر مستقیم و معناداری است و همچنین خودشیفتگی

نیز دارای اثر مستقیم معناداری بر رفتار منافقانه است. رفتار ماکیاوولی گرایانه نیز بر رفتار منافقانه دارای اثر مستقیم و معناداری است.

رضازاده برفویی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی پیش‌بینی‌پذیری پیشرفت شغلی کارکنان از طریق چابک‌پلوسی و واکاوی دو دسته عوامل فردی و موقعیتی مؤثر بر آن پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد متغیرهای فردی یعنی کانون کنترل و ماکیاولیسم بر چابک‌پلوسی از تأثیر معناداری برخوردار بوده‌اند اما از بین دو متغیر موقعیتی شامل سبک رهبری و ابهام نقش، تنها تأثیر متغیر سبک رهبری بر چابک‌پلوسی تأیید شد.

کاوش فرایند رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان با استفاده از نظریه‌ی داده بنیاد توسط هادوی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۹) حاکی از آن است که میل به تصویرپردازی زیاده طلبانه چند سویه در اعضای سازمان پدیده‌ی اصلی مبین رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان است؛ متأثر از رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان و شرایط مداخله‌گر در بروز آن‌ها، دو دسته پیامد سازمانی و فردی حاصل می‌شود. نخستین پیامد سازمانی، کاهش اعتماد و مخاطرات درهم‌شکننده‌ی آن ضمن ارتباطات بین فردی است. سکوت سازمانی و تکثیر پدیده‌ی موردبررسی، دو پیامد سازمانی دیگر رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان محسوب می‌شوند.

کلیچ اوغلو و کلیچ اوغلو (۲۰۲۱) نقش مشروعیت قانونی و رهبری اخلاقی در سازمان را در رفتارهای متظاهرانه سازمانی برای درک بهتر تبعات آن در محیط مدرسه بررسی نمودند. نتایج مطالعه نشان داد که ادراک معلمان از مشروعیت سازمانی و رهبری اخلاقی اثر معنادار مستقیم و غیرمستقیمی بر ادراکات آن‌ها از رفتار متظاهرانه در سازمان دارد.

مطالعه لورنت و کلارک (۲۰۱۹) به بررسی این نکته پرداخته است که چه عواملی به درک از تظاهر کمک می‌کند. نتایج دو آزمایش نشان داده است که ناهمسازی گرایش - رفتار به عنوان تظاهر در نظر گرفته شده است که ناهمسازی گرایش - گرایش و رفتار - رفتار را پیامد خود دارد. نتیجه این مطالعه این بود که تظاهر و دورویی زمانی شدید در نظر گرفته و درک می‌شود

که گرایش‌ها به شکلی عمومی به دیگران تحمیل و در تلاش برای نشان دادن برتری اخلاقی ابراز شوند.

گاستنر و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند تظاهر در تمام جنبه‌های زندگی اجتماعی به‌وفور یافت می‌شود. رأی دهندگان، عقاید واقعی خود را در صندوق‌های رأی مخفی می‌کنند که خود باعث بروز اشکالاتی در پیش‌بینی نتایج واقعی می‌شود. مطلوبیت اجتماعی، انگیزه‌ای عام برای ابراز یک عقیده است. بسیاری از افراد، بدون ایمان راستین وارد کلیساها می‌شوند و عقاید عامه‌پسند در مباحث و جلسات ابراز می‌کنند و از جریان مادی تبعیت می‌کنند که بدان علاقه‌ای ندارند، یا از قواعدی تبعیت می‌کنند که با آن‌ها موافق نیستند. آن‌ها با مصرف نمایی خودی نشان می‌دهند و این کار را از طریق آماده‌سازی زمینه انجام می‌دهند؛ در صورتی که کارهای بهتری برای انجام دادن دارند. تمام انواع تظاهر و دورویی باعث ایجاد ناهماهنگی شناختی می‌شود که به دو شیوه قابل تقلیل است: درونی سازی یا برونی سازی. در شکل درونی سازی، فرد باور یا عقیده‌ای را که در عموم بیان کرده است، می‌پذیرد. در حالت برونی سازی، عقیده‌ای که قبلاً مخفی بوده است به شکلی علنی بیان می‌شود. در عمل، این امر مستلزم شجاعت یا بیانگری است. اگرچه «علنی سازی» منجر به نارضایتی عمومی می‌شود اما اغلب برای خود فرد باعث رهایی، وضعیت شناختی و عاطفی مثبت می‌شود. اقدام و ایجاد یک چهره خنثی برای جلوگیری از افشای نظرات درونی مطمئناً پرهزینه است و فرد با ابراز اعتقاد درونی خود از این هزینه‌ها رهایی می‌یابد. اینکه تا چه حد امکان کاهش ناهماهنگی شناختی با درونی سازی یا برون سازی وجود دارد بستگی به زمینه تجربی دارد. به‌عنوان مثال، بیرونی‌سازی به‌ویژه برای عقاید سیاسی در رژیم‌های سرکوبگر مشکل‌ساز است، اما در مواقعی که نیاز به آشکار شدن دیدگاه‌های مختلف مانند بحث‌های انتقادی دانشگاهی است، به‌شدت تشویق می‌شود.

کاوایولا و فالمولر (۲۰۱۴) به مرور چندین مطالعه اقدام کرده‌اند که فرضیه ترجیحات اجتماعی را با نشان دادن اینکه رفتار اجتماعی در زمانی کاهش می‌یابد که رفتار توسط دیگران قابل مشاهده نبوده و انتظارات برای رفتار غیرعادی کاهش یابد، بی‌اعتبار می‌سازد.

روستیچینی و ویله وال^۱ (۲۰۱۴) ریاکاری اخلاقی (که با تناقض بین اصول انصاف و اعمال واقعی اندازه گیری می شود) را در سه بازی و اثر بعدی آن در تعدیل اصول با اعمال مطالعه نمودند. هنجارهایی که جهانی به نظر می رسند قدرت چانه زنی بازیکنان را بیشتر لحاظ می کنند. افراد، اصول خود را پس از انجام بازی برای پول واقعی در قیاس با اظهارات اولیه خود تعدیل می کنند، اما این اتفاق فقط در بازی هایی اتفاق می افتد که انتخاب ها هیچ پیامد استراتژیکی ندارند. ریاکاری اخلاقی در بین افراد خودخواه و قدرتمندتر رایج است. از این رو، به نظر می رسد ریاکاری اخلاقی در تلاش برای ایجاد تعادل بین خودانگاره و راحتی ایجاد به وجود آمده باشد.

لارسون (۲۰۱۳) با به کارگیری مفهوم نئونهادی ریاکاری سازمانی، استدلال می کند که ایده ها و اعمال می توانند عمداً ناسازگار باشند، همان طور که در مطالعات موردی نشان داده شده است که در آن همگرایی ایده ها در یک جهت باعث واگرایی عمل در جهت های دیگر می شود؛ بنابراین، بحث تک بعدی در مورد خوب یا بد بودن همگرایی برای سازمان های غیرانتفاعی باید با تحقیقاتی تکمیل شود که شامل روش هایی است که ایده ها و اعمال می توانند در سازمان های غیرانتفاعی به هم مرتبط شوند و از آن ها استفاده شود.

آلیکه و همکاران (۲۰۱۲) معتقدند برخلاف رذایل و کاستی های انسانی که در میان افراد معدودی مشترک است، بسیاری از مردم طعمه تظاهر و ریا می شوند. وفادار ماندن بی وقفه به اصول شخصی امری سخت است و حتی بهترین ما از این ایده آل ها کوتاهی می کنیم. از این حیث، ریاکاری احتمالاً در مجموعه رفتارهای بد، از حیث بد بودن، نرخ گذاری بیشتری می شود. هدف تحقیق موررونگیللو و مارک^۲ (۲۰۰۸) که مبتنی بر مداخله از نوع تظاهر القایی بوده است این بوده که نیت کودکان برای نشان دادن رفتارهای مرتبط با خطر و نیز سقوط از تجهیزات در زمین بازی را کاهش دهد. این مداخله منجر به کاهش قابل توجهی در رفتارهای پرخطری شد.

1. Rustichini & Villeval

2. Morrongiello & Mark

کاکمار و همکاران (۲۰۰۴) تأثیر دو دسته عوامل موقعیتی (ابهام نقش، رابطه رهبر - عضو) و متغیرهای غیر موقعیتی یا فردی (عزت نفس، نیاز به قدرت، مشارکت شغلی، کمرویی) را بر بروز رفتار چاپلوسانه در سازمان بررسی کردند. یافته‌های آن‌ها حاکی از آن است که عوامل فردی یا غیرموقعیتی بیشتر از عوامل موقعیتی بر بروز رفتار چاپلوسانه کارکنان در سازمان تأثیر می‌گذارد.

مطالعه فرناندز-رویولتا پرز و رابسون (۱۹۹۹) ناسازگاری‌های بین انتظارات ایجاد شده در کارکنان در اثر گفته‌های مدیران سازمان و آنچه در عمل به کارکنان پرداخت می‌شود را محصول سه عامل محتمل می‌داند: سخنی که موجب توافق‌هایی غیررسمی شده است؛ تصمیم‌هایی که خط‌مشی‌هایی رسمی را با خود به دنبال داشته‌اند؛ و یا کنش‌هایی که بازیگران سازمان انجام می‌دهند، اما با آنچه رسماً موافقت خود را با آن اعلام کرده‌اند، یا به‌طور غیررسمی به آن اذعان داشته‌اند، مغایر است.

آرگریس و شان^۱ (۱۹۹۲) معتقدند ما مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها را در مغز خود داریم که به اطلاع‌رسانی از آنچه ما طرفدار آن هستیم کمک می‌کند. ما برنامه دیگری در مغز خود داریم که به ما دستور می‌دهد چه کار کنیم. این دو برنامه با هم هماهنگ و همخوان نیستند.

طبق نظر برانسون (۱۹۸۹) ریاکاری - یا رویه ترکیب ساختارها، فرایندها و ایدئولوژی‌های مختلف سازمانی برای استفاده داخلی و خارجی - یکی از ویژگی‌های مهم سازمان‌های قابل دوام در جوامع مدرن و روشی طبیعی و مؤثر برای دستیابی به مشروعیت سازمانی در دنیایی است که سازمان‌ها در معرض تعداد فزاینده‌ای از هنجارها و خواسته‌های متناقض و متضاد هستند.

لیندن و میتچل (۱۹۸۸) دریافته‌اند که در سازمان‌هایی که دارای سیاست‌های پرسنلی کمی هستند و یا در سازمان‌هایی که این سیاست‌ها در آن‌ها وجود دارد اما به نحو مطلوبی کنترل و نظارت نمی‌شوند، رفتار خودشیروینی بیشتری وجود دارد.

اولین تحقیقات انجام شده توسط کر^۱ (۱۹۷۵) به این نتیجه رسیدند که سیستم‌های پاداش سازمانی رفتارهایی را ترویج می‌کنند که با رفتارهای شرکت متناقض است و ارزش‌های اعلام‌شده می‌تواند ادراک ریاکاری گروه‌های ذینفع را افزایش دهد.

طبق تعریف مفهومی دورویی (نفاق)، تظاهر فرد به داشتن ارزش‌هایی است که به آن‌ها باور ندارد و در رفتارهایش انعکاس نمی‌یابد و در تضاد با صداقت و یکرنگی است که از ارزش‌های اخلاقی موردقبول جامعه به شمار می‌رود.

روش‌های کیفی از چارچوب‌های نظری صرفاً برای یافتن مفاهیم حساس بهره می‌گیرند و مثل روش‌های کمی قالب‌هایی از پیش‌ساخته نیستند. براین اساس برخی تئوری‌های ذکر شده در اینجا بدین منظور استفاده شده‌اند. لازم به ذکر است که این پدیده را می‌توان از تئوری‌های مختلف روان‌شناختی و جامعه‌شناختی و ... می‌توان تحلیل نمود. همچنین تئوری‌های انحرافات و جرم نیز برای تشریح این پدیده قابل‌استفاده هستند. برای پرهیز از اطاله کلام برخی از چارچوب‌های مفهومی به‌طور خلاصه در زیر ذکر شده‌اند:

نظریه «فشار ساختاری»، ساختارهای اجتماعی نامناسب را عامل ایجاد و تشدید فقر تحمیلی بر فرد می‌دانند. این نوع فشار اجتماعی موجب عدم موفقیت فرد در دستیابی به اهدافش در زندگی می‌گردد (صدیق سروستانی، ۱۳۹۰، ص. ۴۴). به نظر مرتن، جوامع صنعتی جدید بر توفیقات مادی در زندگی تأکید دارند که به شکل انباشت ثروت و تحصیلات علمی به‌عنوان مهم‌ترین اهداف زندگی شخص و معیارهای منزلتی تجلی می‌کنند. دستیابی به این اهداف مقبول اجتماعی نیاز به ابزارهای مقبولى هم دارد که البته از دسترس جمعی از افراد جامعه خارج است یعنی جامعه طوری ساخت‌یافته که طبقات فرودست، فرصت‌های کمتری برای تحقق آرزوهای خود دارند. در نتیجه چون این اهداف به آرمان‌های اصلی زندگی همه افراد (فقیر و غنی) تبدیل شده و کسی که دسترسی به ابزار مشروع ندارد، تحت‌فشار جامعه برای دستیابی به آن‌ها از ابزار نامشروع استفاده می‌کند (قربانی و فیض‌آبادی، ۱۳۹۳، ص. ۱۰۹).

1. Steven Kerr

الیزابت هارلوک منشأ نژندی و نابهنجاری را در محیط فامیلی و در ساختارهای خانوادگی جستجو می‌کند و آن را معلول نحوه تربیت، مکانیسم‌های جامعه‌پذیری خانواده و نیز چگونگی و کیفیت رشد شخصیت کودک در خانواده می‌داند. (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰، ص. ۷۱). میلر کژ رفتاری را نوعی واکنش افراطی می‌داند که با مناسبات فرهنگی فرهنگ فرعی طبقه پایین جامعه ارتباط دارد و در طی سالیان متمادی پیدایی و استمرار یافته است (هارولامبوس، ۱۳۷۰، صص. ۲۶ - ۲۷). در نظریه فریب بین فردی^۱ (IDT)، فریب به عنوان عملی عمدی تعریف می‌شود که در آن فرستنده‌ها آگاهانه پیام‌هایی را ارسال می‌کنند که قصد دارند یک باور نادرست یا تفسیر توسط گیرنده را تقویت کنند (برگون و بولر، ۲۰۱۵).

شوارتز (۲۰۰۹) معتقد است اساس بازاریابی هنجارهای اجتماعی بر یک فرض ساده و درعین حال قدرتمند استوار است. رفتار یک فرد به شدت تحت تأثیر آنچه که او «طبیعی» در نظر می‌گیرد، قرار دارد. اگر فردی باور داشته باشد که رفتارش طبیعی است، به رفتار خود مطابق با هنجار ادامه خواهد داد. با این حال، مردم اغلب در مورد چیزی که طبیعی است مبالغه می‌کنند و این تصور نادرست می‌تواند مشکل‌ساز باشد اگر آنچه که رفتار عادی تلقی می‌شود در عمل رفتار ناسالم یا خطرناکی باشد.

به گفته فستینگر، انسان‌ها دارای شناخت‌های بی‌شماری هستند. ازواج شناخت‌ها (عناصر دانش) می‌توانند به یکدیگر مرتبط یا بی‌ربط باشند. اگر دو شناخت با یکدیگر مرتبط باشند، یا همخوان هستند یا ناهماهنگ. دو شناخت اگر یکی از دیگری پیروی کند همخوان هستند و اگر برعکس (یا نقطه مقابل)، ناهماهنگ هستند. از نظر روانی ناخوشایند بودن وجود ناهماهنگی، به فرد انگیزه می‌دهد تا ناهماهنگی را کاهش دهد. هر چه میزان ناهماهنگی بیشتر باشد، فشار برای کاهش ناهماهنگی بیشتر می‌شود (شوارتز، ۲۰۰۹).

پارادایم ریاکاری القایی مبتنی بر نظریه ناهماهنگی است و چنین بیان می‌کند که زمانی که شخصی چیزی را توصیه می‌کند اما چیز دیگری را انجام می‌دهد، احساس ناهماهنگی را تجربه

می‌کند. از آنجایی که این گونه احساسات ناسازگار یا ریاکارانه ناخوشایند هستند و خودپنداره را تضعیف می‌کنند، فرد انگیزه می‌یابد که رفتار خود را تغییر دهد تا این احساسات منفی را کاهش دهد (مورینگیلو و مارک، ۲۰۰۸).

برجسته بودن اختلاف بین آنچه که توصیه می‌شود و آنچه انجام شده است (در گذشته‌ای نزدیک) باعث ایجاد احساس نفاق (یعنی ناهماهنگی) می‌شود. تغییر رفتار بعدی در راستای گفتار هنجاری، ساده‌ترین راه برای کاهش حالت ناراحت‌کننده ریاکاری است (فونتیاتو، ۲۰۰۷). هزینه ذاتی ریاکاری ناهماهنگی شناختی یا تنش است که وقتی باورها و رفتار یک کنشگر یا هم ناسازگار است به وجود می‌آید. نفاق فردی، اگر در سطح گروه درمان نشود، ممکن است به دلایل مختلف منجر به خروج افراد از گروه در بین دو گروه مختلف از طرفداران شود. اولین دسته از طرفدارانی که از گروه خارج می‌شوند کسانی هستند که با هنجارهای گروهی مطابقت دارند اما احساس می‌کنند که تجربه آن‌ها در نتیجه ریاکاری دیگران بی‌ارزش شده است. دومین دسته از طرفدارانی که ممکن است از گروه خارج شوند، خود منافقان هستند. افرادی که ناهماهنگی اخلاقی را در نتیجه تنش بین باورها و رفتار خود تجربه می‌کنند، ممکن است به دنبال کاهش این تنش از طریق تلاش‌های سطح فردی باشند، یعنی ممکن است به دنبال تغییر باورهای خود برای مطابقت با رفتار خود باشند (وولسلگر، ۲۰۱۱).

تئوری خودگرایانه می‌گوید که محکومیت اخلاقی با هدف دستیابی به نوعی منفعت شخصی برانگیخته می‌شود. نظریه‌های خودگرایانه مختلف انگیزه‌های منفعت‌خواهانه متفاوتی را در زمینه رفتار محکوم‌کننده مطرح می‌کنند. سه دیدگاه برجسته معتقدند محکوم‌کنندگان به دنبال منافع مادی، شهرت و تفنن هستند (کنسی و داروال، ۲۰۱۴).

نظریه بازدارندگی محکومیت می‌گوید که رفتارهای محکوم‌کننده با هدف بازدارندگی افراد از رفتارهای غیراخلاقی آینده ایجاد می‌شود. مزایای بازدارندگی، توجیهی جذاب برای رفتار محکوم‌کننده ارائه می‌دهد (کنسی و داروال، ۲۰۱۴).

از دیگر تبیین‌ها برای توضیح ریاکاری، نظریه تأیید است. صریح‌ترین و مستقیم‌ترین استدلال‌ها برای نظریه تأیید در سوابق پژوهشی مبتنی بر دو یافته تجربی است: اثر نفاق اخلاقی و اثر تجویز اخلاقی. یافته مرتبط با اثر نفاق اخلاقی بازگوکننده این قضیه است که افراد تحت شرایط خاصی تلاش خواهند کرد تا اخلاقی جلوه کنند بدون اینکه هزینه‌های عمل اخلاقی واقعی را تقبل نمایند. تأییدکننده اثر مجوز اخلاقی نیز این یافته است که افراد بلافاصله پس از درگیر شدن در رفتاری که آن‌ها را اخلاقی جلوه می‌دهد، رفتار اخلاقی کمتری از خود نشان می‌دهند. افراد بیشتر از اینکه واقعاً اخلاقی باشند، برای اخلاقی جلوه دادن انگیزه دارند (کنسی و داروال، ۲۰۱۴).

برای تحلیل تظاهر نظریه بازی نقش نیز می‌تواند مفید باشد. گافمن در این خصوص می‌گوید: «فعالیت ما ... تا حد زیادی با مسائل اخلاقی مرتبط است، اما به‌عنوان مجریان نقش، دغدغه اخلاقی با آن‌ها نداریم. ما به‌عنوان مجریان نقش، سوداگران اخلاق هستیم». شکلی پراگماتیک از ریاکاری وجود دارد که در آن افراد به نفع خود تعهد اخلاقی را دستکاری می‌کنند. مردم ممکن است سوداگر اخلاق باشند به این معنا که راه اخلاقی عالی را در مقابل دیگران در پیش می‌گیرند، اما زمانی که سود مادی به‌اندازه کافی زیاد است (مثلاً در اظهارنامه مالیاتی) از اخلاق خود تعدی می‌نمایند (لیندنبرگ و همکاران، ۲۰۱۸).

براساس نظریه ریاکاری لذت‌جویانه^۱، مردم دوست دارند در مورد هنجارهای اخلاقی خودشان، حس اخلاقی بودن داشته باشند. آن‌ها زمانی که با انتخاب‌های روشن در مورد «درست» یا «نادرست» مواجه می‌شوند، اخلاقی عمل می‌کنند، اما از هرگونه ابهام یا انعطاف‌پذیری در مورد درست یا نادرست بودن سوءاستفاده می‌کنند تا رفتاری خودخواهانه داشته باشند و آن را به‌گونه‌ای تفسیر کنند که همچنان احساس اخلاقی بودن کنند. (لیندنبرگ و همکاران، ۲۰۱۸).

از دیدگاه زیمل مردم برخلاف هر متعلق شناخت دیگری، این ظرفیت را دارند که عمداً حقیقت را درباره خودشان فاش کنند یا دروغ بگویند و یا چنین اطلاعاتی را مخفی کنند. واقعیت

این است که حتی اگر افراد بخواهند همه چیز را فاش کنند، نمی توانند چنین کنند، زیرا اطلاعات بسیار زیاد همه را دیوانه می کند؛ بنابراین مردم باید چیزهایی را که برای دیگران شرح می دهند انتخاب کنند (محبی، ۱۳۹۹).

اغلب مطالعات انجام شده در مورد رفتار متظاهرانه در مورد رفتار کارکنان سازمان ها و بررسی علل این رفتارها در سازمان انجام شده اند. برخی مطالعات به شیوه های مدیریت، برخی به شخصیت افراد، عملکرد درونی در سازمان ها پرداخته اند. برخی دیگر به پیامدهای ریاکاری در سازمان ها اشاره نموده اند. اغلب مطالعات با رشته مدیریت مرتبط هستند و مطالعاتی در حوزه جامعه شناسی سازمان ها انجام نشده است؛ اگرچه رگه هایی از جامعه شناسی سازمان نیز می توان در آن ها یافت. مطالعات اندکی نیز از زاویه روانشناسی و روانشناسی اجتماعی انجام شده اند. در بیشتر مطالعات، ریاکاری و رفتار متظاهرانه در سازمان ها و افراد شایع است و به اعتقاد برخی نظریه پردازان اغلب افراد ظرفیت بی اخلاقی و تظاهر را دارند و در صورت بروز شرایطی به آن اقدام می کنند. علل این رفتارها در نظریات مختلف ذکر شده اند. برخی نظریه پردازان جبرهای ساختاری را برجسته می کنند. این جبرها به ساختار جوامع مرتبط هستند. بخشی به فرهنگ و بخش دیگری به نوع جامعه پذیر کردن افراد مربوط می شوند. برخی حتی از طبیعی بودن آن در جامعه و کارکردن برای جامعه سخن به میان می آورند. نظریه پردازان دیگری هم هستند که عوامل فردی و نفع های شخصی را برجسته تر می کنند و شرایط اجتماعی را تسهیل کننده یا مانع بروز این رفتارها می دانند.

با توجه به اینکه روش تحقیق حاضر کیفی است نظریات ذکر شده بیشتر در جهت ایجاد و تقویت حساسیت نظری بکار گرفته شده اند. توجه به شرایط ساختاری و فردی، نگرشی و اجتماعی لازم بود. بر این اساس سؤالاتی در زمینه این عوامل و نقش آن ها در ایجاد و تقویت رفتار متظاهرانه طراحی شدند. همچنین از این نظریات برای ایجاد مفاهیم و مقولات در دسته بندی های علی، راهبردها، پیامدها و شرایط زمینه ای استفاده شده است. بر این اساس این پیشنهادها و نظریات، به ارتقای حساسیت نظری کمک نموده است.

۳. روش تحقیق

بررسی رفتارهای متظاهرانه به علت پیچیدگی‌ها و ماهیت خاص آن نیازمند مطالعه عمیق است که با پژوهش کمی نمی‌توان به این مهم دست‌یافت در نتیجه برای بررسی این موضوع نیازمند پژوهش کیفی هستیم. از میان انواع روش‌های کیفی، روش نظریه زمینه‌ای در این پژوهش بکار رفته است. خصوصیات این روش عبارتند از: نمونه‌گیری نظری، حساسیت نظری و اشباع نظری. در تحلیل مبنایی این روش نیز سه شیوه کدگذاری نظری؛ یعنی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و در انتها کدگذاری گزینشی به‌تدریج انجام می‌شود.

شیوه کار بدین‌صورت بود که ابتدا مقولات اولیه براساس کدگذاری نظری انجام شد. سپس این مقولات با کدگذاری محوری به مقولات محوری تبدیل شدند. درنهایت این مقولات محوری در قالب مقوله هسته جمع شدند.

لذا در پژوهش حاضر به گردآوری داده‌های متنی - مصاحبه‌ای عمیق پرداخته شده است؛ زیرا در مصاحبه‌های ساخت‌نیافته عمیق^۱ که طراحی بازی دارند، احتمال بیشتری می‌رود که فرد پاسخگو دیدگاه‌هایش را بیان کند تا در مصاحبه‌های استاندارد یا آن‌هایی که به کمک پرسشنامه انجام می‌گیرند. در این روش از چهار معیار در طول طراحی راهنمای مصاحبه و اجرای خود مصاحبه استفاده می‌شود: فاقد جهت بودن، مشخص بودن، دامنه و عمق و زمینه شخصی به نمایش درآمده توسط مصاحبه‌شوندگان. از آنجاکه در روش نظریه زمینه‌ای طرح سؤال از اهمیت اساسی برخوردار است، جهت انجام مصاحبه‌ها، ابتدا با توجه به اهداف پژوهش و مطالعه ادبیات موجود در زمینه تحقیق مفاهیم اساسی و حساس مشخص گردید. سپس به تدوین سؤالات اولیه مصاحبه پرداخته شد. در آغاز کار برای آشنایی با فضای مصاحبه و تدوین سؤالات نهایی، به مصاحبه با دو نفر از شهروندان همدانی پرداخته شد. مصاحبه‌های انجام شده در همه موارد به‌جز یک مورد که به‌صورت تلفنی انجام گردید، به‌صورت حضوری و رودررو و با استفاده از دستگاه ضبط صدا انجام شد. پس از انجام مصاحبه‌ها، هر یک از مصاحبه‌ها بلافاصله پیاده‌سازی و تایپ

شد؛ و سپس مورد کدگذاری و تحلیل اولیه قرار گرفت. در آغاز هر مصاحبه، ضمن معرفی خود و ارائه کارت به مشارکت‌کنندگان و مطرح کردن هدف تحقیق، به جلب رضایت مشارکت‌کنندگان و ایجاد اطمینان و اعتماد آن‌ها برای انجام مصاحبه اقدام می‌شد که در برخی مواقع این کار موفقیت‌آمیز نبود. بعد از یافتن زمان و مکان مناسب برای مصاحبه، در ابتدا از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد سن، تحصیلات، شغل، وضعیت تأهل و محل سکونت خود را بیان نمایند؛ و در ادامه مصاحبه با طرح پرسش‌هایی نظیر: "چه رفتارهایی را دورویی تعریف می‌کنید"، "میشه مثالی در این مورد بزنید"، "فکر می‌کنید افراد دورو چرا اینکار رو انجام میدن"، "خودتون تو چه موقعیت‌هایی تظاهر می‌کنید" آغاز و سپس مصاحبه با طرح حدوداً ۲۵ سؤال از مشارکت‌کنندگان هدایت شد؛ و در پایان مصاحبه با طرح پرسش‌هایی نظیر "دورویی چه تبعاتی تو جامعه ما داشته"، "شما چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید که دورویی در جامعه ما کمتر بشه" و "چقدر خودتون رو آدم مذهبی می‌دونید" به پایان رسید.

انتخاب میدان تحقیق (موقعیت‌ها و مکان مطالعه)، بر اساس میزان دسترسی و رضایت مشارکت‌کنندگان صورت گرفت. بدین‌صورت که به مکان‌ها و موقعیت‌ها و کنشگران مختلفی مراجعه می‌شد تا تنوع و تفاوت پاسخ‌ها درک شود. در این راستا، شهر همدان به سه منطقه بالا، متوسط و پایین تقسیم شد و جهت انجام مصاحبه، به مناطق مختلف شهر مراجعه شد. این مصاحبه‌ها در مکان‌های مختلفی چون مسجد، امامزاده‌ها (شازده حسین و امامزاده خضر)، مغازه‌های مختلف مثل؛ آرایشگاه، لباس زنانه فروشی، خیاطی و...، پارک‌ها، دانشگاه پیام نور همدان، مطب پزشک، مدرسه، خانه بهداشت، داخل اتومبیل، کنار بساط دست‌فروش‌ها و درب منزل مشارکت‌کنندگان انجام گرفت. این کار مستلزم این بود که برای جمع‌آوری داده‌های اولیه در زمان‌ها و ساعات مختلف، اقدام به مصاحبه شود. مصاحبه‌های پژوهش حاضر از ۲۴ نفر از اهالی ساکن شهر همدان و از بین سنین بالای ۱۸ سال تا سن ۸۲ سال جمع‌آوری شد. مدت‌زمان هر مصاحبه، بر طبق فرصتی که مصاحبه‌شوندگان داشتند، برای هر شخص به‌طور متوسط از ۳۰ دقیقه تا ۲ ساعت متغیر بود. در چند مورد با اضافه شدن سؤالات جدید، مصاحبه در ۲ نوبت

انجام شد. همه مصاحبه‌ها با رضایت مصاحبه‌شونده‌ها، ضبط شده و در مرحله بعدی اقدام به پیاده‌سازی مصاحبه‌ها گردید. پیاده‌سازی هر مصاحبه نیز عمدتاً بین ۳ تا ۶ ساعت به طول انجامید. در این پژوهش، انتخاب افراد با استفاده از شیوه نمونه‌گیری نظری و هدفمند که مختص تحقیقات کیفی است صورت پذیرفت. در روش مذکور، نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط بودن^۱ با موارد تحقیق انجام می‌گیرد نه نمایا بودنشان. نمونه‌گیری هدفمند^۲ نیز به این مفهوم است که پژوهشگر به‌طور هدفمند با افراد آگاه و مطلع درباره موضوع، مصاحبه می‌کند. در گام اول اقدام به مشخص کردن سه طبقه اجتماعی - اقتصادی شهر شد. این تقسیم‌بندی شامل منطقه بالا (کوی متخصصین، سعیدیه، خیابان هنرستان، خیابان مهدیه، میدان بعثت، خیابان طالقانی)، منطقه متوسط (شهرک چمران، پیشاهنگی، جوادیه، شهرک مدرس، میدان سنگ شیر، خیابان کرمانشاه، جاده دره، شهرک فرهنگیان) و منطقه پایین (شهرک مدنی، خیابان شهدا، شهرک اندیشه، کوی خضر، شهرک ولیعصر) است. در انتخاب نمونه پژوهش سعی شده است تا با حداکثر تنوع^۳ و با در نظر گرفتن ویژگی‌های متفاوت اقدام به نمونه‌گیری شود. در این راستا وی به سطح تحصیلات نمونه تحقیق نیز توجه داشت که شامل افراد بی‌سواد، دارای تحصیلات دوم نهضت، پنجم ابتدایی، سیکل، دیپلم، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا می‌باشد. همچنین به علت تنوع گویش‌های مختلف در سطح شهر، سعی بر آن شد که مشارکت‌کنندگان از نظر زبان و گویش متفاوت باشند؛ که این افراد شامل افراد فارس زبان، ترک‌زبان، کردزبان و لر زبان می‌باشند. سعی بر آن بود که مشارکت‌کنندگان به تناسب هم از بین زنان و هم مردان و با سنین مختلف از ۱۸ سال تا ۸۲ سال انتخاب شوند. در این پژوهش به خاستگاه شهری و روستایی افراد نیز توجه شده است. مشارکت‌کنندگان از بین مشاغل مختلف شامل، آرایشگر، خیاط، راننده تاکسی، استاد دانشگاه، جوش‌کار، دست‌فروش، گچ‌کار، کارمند، تابلوساز، دندان‌پزشک، خانه‌دار، کشاورز، بنکدار، ساندویچی، فروشنده لوازم‌یدکی انتخاب شده‌اند. لازم به ذکر است؛ این گزینش بر اساس میزان

1. Relevance
2. Purposive sampling
3. Maximum variation

دسترسی و همچنین همکاری و رضایت مشارکت‌کنندگان در پاسخگویی به سؤالات است. در گام بعدی پس از انجام مصاحبه‌ها، مشخص می‌گردید که در مرحله بعدی باید به سراغ چه کسانی رفت. در مراحل بعدی پرسش‌های جدیدتر و پیچیده‌تری در مصاحبه‌ها مطرح می‌گردید. پرسش‌های مطرح شده در افراد مختلف، متفاوت بود. مصاحبه پژوهش با ۲۴ نفر از اهالی شهر همدان تا رسیدن به تأیید و اشباع نظری^۱، یعنی تا جایی که با مصاحبه جدید دیگر بینشی افزوده نگردد و مفهوم جدیدی کشف نشود، ادامه داشت.

خصوصیات فردی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	نام و نام خانوادگی	تاریخ تولد	محل تولد	تحصیل	وضعیت اشتغال	وضعیت تاهل	زبان	محل سکونت	شماره تماس	کد ملی	کد پستی
۱	احمد بی‌سواد	۴۴	شهرک اندیشه	متاهل	باغدار	پایین	فارسی	روستای			
۲	سمیرا دیپلم	۲۵	کوی متخصصین	عقدکرد	آرایشگر	بالا	فارسی	شهری			
۳	ریحانه لیسانس	۳۵	سعدیه پایین	متاهل	خانه‌دار	بالا	فارسی	شهری			
۴	راضیه پنجم ابتدایی	۴۱	کوی خضر	متاهل	خانه‌دار	پایین	کردی	روستای			
۵	رضا سبک	۳۸	شهرک فرهنگیان	متاهل	گج‌کار	متوسط به پایین	ترکی	روستای			
۶	مجید دکتر	۵۲	خیابان طالقانی	متاهل	دندانپزشک	بالا	فارسی	روستای			

^۱ Theoretical saturation

کد مصاحبه‌شوندگان		نام		تحصیل	دست	وضعیت اشتغال	محل زندگی	پایه	زبان	نوع	شهر
		نام خانوادگی	نام کوچک								
۷	۲۳	حسین	پنجم ابتدایی	دست فروش	مجرد	خیابان شهدا (سرایدار ی)	پایین	فارسی	روستای ی		
۸	۸۲	محمد	بی سواد	بنکدار	متاهل	خیابان مهدیه	بالا	فارسی	شهری		
۹	۳۶	سارا	دیپلم	فروشنده	متاهل	جاده دره	متوسط	فارسی	شهری		
۱۰	۳۳	پوریا	لیسانس	کارمند	مجرد	شهرک چمران	متوسط	فارسی	شهری		
۱۱	۶۵	عیسی	سیکل	کارمند بازنشسته	متاهل	شهرک مدنی	پایین	کردی	روستای ی		
۱۲	۵۰	فریبا	سیکل	خیاط	همسر فوت کرده	خیابان کرمانشاه	متوسط	فارسی	شهری		
۱۳	۲۲	امید	دانشجو	تابلوساز	مجرد	شهرک مدرس	متوسط به بالا	فارسی	شهری		
۱۴	۵۶	غلامرضا	بی سواد	ساندویچ ی	متاهل	کوی خضر	پایین	کردی	روستای ی		
۱۵	۴۲	صدیق ه	لیسانس	خانه دار	متاهل	شهرک مدنی	پایین	لری	روستای ی		
۱۶	۶۴	طاهره	دوم نهضت	خانه دار	متاهل	سنگ شیر	متوسط به پایین	فارسی	شهری		
۱۷	۲۲	ناهید	دانشجو	دانشجو	نامزد	خیابان مهدیه	بالا	لری	شهری		

کد مصاحبه‌شوندگان		نام		تخصص	رشته	وضعیت اشتغال	محل سکونت	زبان	قومیت	محل تولد
		نام خانوادگی	نام کوچک							
۱۸	۵۴	صادق		دکتر	استاد دانشگاه	متاهل	میدان بعثت	بالا	فارسی	روستای
۱۹	۴۰	ایرج		سیکل	راننده تاکسی	متاهل	شهرک اندیشه	پایین	فارسی	روستای
۲۰	۴۷	اکرم		دوم نهضت	خانه‌دار	متاهل	کوی خضر	پایین	ترکی	روستای
۲۱	۳۲	راحله		فوق لیسانس	کار در دفتر روزنامه	مجرد	جوادیه	متوسط	ترکی	روستای
۲۲	۳۶	عباس		دیپلم	جوشکار	متاهل	شهرک ولیعصر	پایین	ترکی	روستای
۲۳	۶۱	مصطفی		دیپلم	فروشنده لوازم‌بدکی	متاهل	پیشاهنگی	متوسط	فارسی	شهری
۲۴	۳۴	فاطمه		لیسانس	خانه‌دار	متاهل	خیابان هنرستان	بالا	فارسی	شهری

در پایایی این پژوهش، جهت تأیید علمی آن، از دو استراتژی اعتبارسنجی کرسول استفاده شده است. استراتژی اول مرور یا بازخورد همتایان می‌باشد؛ که به معنای ارزیابی استاد راهنما که به وسیله نظارت بر تمام مراحل پژوهش به اعتبارسنجی آن پرداختند. همچنین در طی انجام پژوهش همواره نظرات استاد راهنما در خصوص نقاط ضعف، نقاط قوت، مشابهت‌ها و تفاوت نظرها به احصاء دیدگاه‌های ایشان در مورد کل فرایند پژوهش پرداخته شد و اصلاحات لازم بر مبنای نظر ایشان اعمال گردید و الگوهای پژوهش بازنویسی و سازماندهی شد.

استراتژی دوم، اعتبارسنجی توسط مشارکت‌کنندگان می‌باشد. بدین صورت که در روش اطمینان‌پذیری، با کسب اجازه از مشارکت‌کنندگان، از همان ابتدای مصاحبه‌ها اقدام به ضبط مصاحبه به‌طور کامل شده و سپس هنگام پیاده‌سازی، آن‌ها کلمه به کلمه و دقیق نوشته شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در مرحله بعد کدگذاری مرحله به مرحله انجام شده است. در تحلیل یافته‌ها نیز مشخص گردیده است که کدام گزاره (داده) توسط محققین و کدام گزاره توسط مشارکت‌کنندگان صورت گرفته است. همچنین برای تضمین اعتبار فرایند تحقیق تا سرحد امکان از صحبت کردن در میدان خودداری شده و در عوض بیشتر به سخنان مشارکت‌کنندگان گوش داده شده است. همچنین برای ارزیابی اعتبار پژوهش از روش ارتباطی استفاده شده است. بدین صورت که پس از مصاحبه و پیاده کردن متن، به‌جز چند مورد خاص که دسترسی به مشارکت‌کنندگان ممکن نبود، متن کامل مصاحبه به دو صورت دیدار مجدد با مشارکت‌کنندگان و یا از طریق ارسال فایل مصاحبه از طریق تلگرام در اختیار اکثر مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و موافقت آن‌ها با محتویات اظهاراتشان اخذ گردید. دلیل اعتبارسنجی توسط مشارکت‌کنندگان، بدین دلیل است که بتوان نتایج بدست آمده میدانی را مورد قضاوت آنان قرار داد.

۴. یافته‌ها

در این بخش، کوشش بر آن است که با توجه به یافته‌های حاصل از میدان پژوهش، به پرسش‌های آن مبنی بر شناسایی نگرش و تعاریف متداول در بین ساکنین شهر همدان دربارهٔ دورویی و رفتارهای متظاهرانه و همچنین علل، چگونگی و پیامدهای (آثار و عواقب) این رفتار با توجه به جنسیت، زمینهٔ طبقاتی، تحصیلات و مشاغل و موقعیت‌های متفاوت و سنین مختلف، پاسخ داده شود. براساس مصاحبه‌های انجام شده، چهار مقولهٔ اصلی تحت عنوان «دلایل فرهنگی»، «دلایل روان‌شناختی»، «دلایل اقتصادی»، «دلایل سیاسی» بدست آمد. این مقولات حاکی از آن است که در علل و پیامدها و راهکارهای مقابله با رفتارهای متظاهرانه، باتوجه به دلایل ذکرشده تفاوت وجود دارد و این تفاوت‌ها زمینهٔ شکل‌گیری الگوهای مختلفی می‌باشد. الگوهای رفتارهای متظاهرانه بدست آمده در این پژوهش، دو نوع می‌باشد. نوع اول آن تحت عنوان «رفتارهای متظاهرانه عامل‌محور» و نوع دوم تحت عنوان «رفتارهای متظاهرانه ساختارمحور» می‌باشد. دستیابی به این الگوها براساس نگرش، علل و چگونگی بروز رفتارهای متظاهرانه در بین مردم می‌باشد. به‌طوری‌که هر یک از آن‌ها نیز در موقعیت‌ها و طبقات مختلف مورد تحلیل قرار گرفته است. در ادامه به شرح هر یک از الگوهای رفتارهای متظاهرانه، باتوجه به مقوله‌های کشف شده در مورد افراد نمونهٔ موردبررسی خواهیم پرداخت.

تعریف از دورویی

اکثر افراد با تحصیلات دیپلم به بالا تعاریف درست‌تری از دورویی ارائه می‌دادند. این افراد به‌راحتی می‌توانستند مرز بین دورویی با سایر خصایل اخلاقی را تفکیک نمایند. ولی اکثر افراد با تحصیلات زیر دیپلم، تعاریف مشابهی از دورویی داشتند که گهگاه با غیبت‌کردن همپوشانی داشت. به‌طوری‌که این اشخاص، افرادی را دورو می‌دانستند که پشت سر دیگران اقدام به بدگویی می‌کنند. برخی از افراد ساکن در مناطق پایین‌شهر و فاقد تحصیلات دانشگاهی، دورویی را معادل دوبه‌هم‌زنی می‌دانستند. از دید این افراد، اشخاص دورو همان افراد دو به هم زنی هستند که اقدام به ایجاد تفرقه و برهم زدن رابطهٔ افراد با یکدیگر می‌نمایند.

باید توجه داشت که دورویی در خلأ صورت نمی گیرد و همبسته هایی دارد که آن را همراهی می کنند. به طوری که وقتی از برخی مشارکت کنندگان خواسته می شد که از افراد دورویی که در اطرافیان خود دیده اند مثال بزنند، بسیاری از آن ها مثال هایی از افراد دروغ گو، سخن چین، خیانت کار، پنهان کار، بی ملاحظه، چاپلوس و ... می زدند.

تعاریف افراد دارای تحصیلات دانشگاهی	مغایرت ظاهر و باطن	ناسازگاری با درون آدم و خود واقعی نبودن
	داشتن رفتار مغایر در پشت و جلوی صحنه	نشن دادن چیزی که در اصل اون نباشی
	عدم انطباق شخصیت واقعی با شخصیت ظاهری	پنهان شدن در پشت نقاب و کتمان کردن خود واقعی
	مغایرت گفتار با رفتار (عمل)	داشتن رفتار متناقض
	دو شخصیتی بودن (نشان دادن شخصیت خوب و پنهان کردن شخصیت بد)	آدم دووجهی و دو شکلی
تعاریف افراد فاقد تحصیلات دانشگاهی	دوبه هم زن	ایجاد تفرقه
	آتش بیار معرکه	خودشیرین
	کسی که در روبرو با آدم خیلی خوب است، پشت سر آدم حرف می زند	کسی که روبروی افراد از آن ها تعریف و تمجید می کند و پشت سرشان اقدام به بدگویی می نماید
	کسانی که شهادت ندارند حرف دلشان را روبروی فرد بزنند	قبول نداشتن گفته و رفتار خود
	کسانی که حریم مردم را به هم می زنند	کسانی که جلوی رو به به و چه چه می کنند و پشت سر آدم دروغ بگویند و تهمت بزنند

تعاریف دورویی از دیدگاه مشارکت کنندگان

علل و شرایط ایجاد دورویی

شرایط زمینه‌ساز (علی)

شرایط زمینه‌ساز علی به مقوله‌هایی اشاره دارد که مقوله اصلی را متأثر می‌سازند و موجب وقوع یا گسترش پدیده موردنظر می‌گردند. درواقع آن‌ها مؤلفه‌هایی هستند که خواسته یا ناخواسته، بستر اصلی نفاق و رفتارهای متظاهرانه را تشکیل داده‌اند. مقوله‌های کشف شده در این قسمت؛ «دلایل فرهنگی - اجتماعی» و «دلایل روان‌شناختی» می‌باشند که در مطالب ذیل عنوان می‌شوند.

دلایل فرهنگی - اجتماعی

منظور از دلایل فرهنگی - اجتماعی در اینجا، طبقه اجتماعی، سبک زندگی و نحوه جامعه‌پذیری افراد در درون و بیرون خانواده و اعتقادات مذهبی آن‌ها است. این مؤلفه‌ها شامل مفاهیمی چون: نوع جامعه‌پذیری، بنیان سست خانواده، دین‌گریزی بخشی از جامعه می‌باشد که در ادامه به آن‌ها اشاره خواهد شد.

نوع جامعه‌پذیری

اغلب افراد جامعه‌پذیری ناقص کودکان در درون خانواده را از مهم‌ترین دلایل بروز دورویی در جامعه می‌دانستند:

«وقتی کودک در خانواده خودش صداقت رو نمی‌بینه، مثلاً وقتی کودک در کنار مادرش می‌بینه که مادر در حضور کسی که ازش بدگویی می‌کنه، شروع می‌کنه تعریف کردن؛ یعنی یکی از عوامل اصلی و مؤثر در این روند دورویی متأسفانه روندیه که در جامعه‌پذیری به افراد منتقل شده» (صادق، ۵۴ ساله).

بعضی دیگر حتی آن را نوعی میراث ژنتیکی در نظر می‌گرفتند که از طریق انتقال بین نسلی صورت اتفاق افتاده است:

"به نظر من بعضی وقتا ژنه، باور کن به ژن هم برمی‌گرده. من آدم دورو دیدم که باباش دوروئه، خودش دوروئه، پدربزرگش دوروئه... یه بار بابام برگشت گفت سارا اینا ژناشون این جوریه، گفت اینا نسل در نسل همین شکلین" (سارا، ۳۶ ساله)

به نظر برخی از افراد، این خصیصه اخلاقی در اثر جامعه‌پذیری تبدیل به یک عادت برای فرد شده و فرد برای این کار خود دلیل مشخصی ندارد.

"فکر می‌کنم یه جور مریضیه. آدم مریضش بشه دیگه نمی‌تونه ترکش کنه. دیگه نمی‌تونه شفا پیدا کنه. دیگه عادت کرده، باید اون کار انجام بده. چه حالا با داداشش، چه با رفیقش، چه با همسرش، با همه کس. باید اینکارو انجام بده" (حسین، ۲۳ ساله)

برخی دیگر جامعه‌پذیری از طریق معاشرت با دوستان را زمینه‌ساز دورویی می‌دانند:

"آگه بیایم تو جامعه، مثلاً دوست‌هایی هم داشته باشن که دو رو باشن، اونا هم تأثیر میزاره روی رفتار آدم‌ها" (سمیرا، ۲۵ ساله)

ضعف باورهای دینی

برخی از افراد، ضعف ایمان، دین‌گریزی برخی از مردم، خوف نداشتن از خدا و باور نکردن مرگ را از دلایل دورویی در سطح جامعه می‌دانستند. یادآوری مرگ و باور به اجتناب‌ناپذیر بودن آن و اعتقاد داشتن به سرنوشت نهایی انسان می‌تواند به افراد کمک نماید تا برای رسیدن به مقاصد دنیوی، کمتر در دام خصایل اخلاقی مذموم همچون تظاهر و دورویی بیفتند.

"آگه آدم بدانه که آخرشو راهشو و آخرش چیه. هیچ وقت نه دورویی میکنه نه دنباله کسی حرف میزنه. آگه بدانه آخر عاقبت انسانها به کجا می‌رسه هیچ وقت این کارو نمی‌کنه. مثلاً حالا همین داماد من... اگر بدانه مردن هست هیچ وقت دنباله این حرفا نمی‌ره. من میگم اینا غافلند، غافل از مرگن آدم آگه بدانه مرگ جلو چشمشه، مرگ حقه، هر ثانیه هست، هیچ وقت این کارو نمی‌کنه" (طاهره، ۶۴ ساله)

دلایل فردی - روان‌شناختی

مقوله اصلی: جلب توجه و نیاز به تأیید

منظور از دلایل فردی - روان‌شناختی در اینجا، شخصیت افراد و مشکلات زیستی - روانی که با آن درگیر هستند، می‌باشد که شامل مفاهیمی همچون اختلال شخصیت، ویژگی‌های شخصیتی و بیماری روحی - روانی است که در مطالب ذیل به آن‌ها اشاره می‌شود. از این منظر دورویی، یک رفتار شخصی است و از متغیرهای محیطی تأثیر نمی‌پذیرد.

برخی از افراد، تظاهر و دورویی را مربوط به اختلال شخصیت می‌دانستند. ویژگی اصلی این اختلال، رفتار توجه‌طلبانه و هیجان‌پذیری «مفرط و فراگیر» و همرنگی با دیگران است. این الگو معمولاً در اوایل بزرگسالی و در زمینه‌های گوناگون ظاهر می‌شود.

"به شخصیتش دیگه. من میگم مشکل داره. به نظر من این جور آدم‌ها مشکل شخصیتی دارن تو خانوادشون... وقتی تو جمعی قرار می‌گیرین بسته به شرایطی که اون جمع داره صحبت می‌کنن و رفتار می‌کنن که توجه اون جمع رو به خودش جلب کنه. مثلاً تو یه جمع مذهبی قرار می‌گیرن شبیه اونا میشن و میرن تو یه جمع غیرمذهبی باز شبیه اونا میشن. من میگم این آدم‌ها اختلال شخصیت دارن" (ریحانه، ۳۵ ساله)

برخی از افراد تأیید طلبی و خودنمایی (جلب توجه) را دلیل دورویی در جامعه می‌دانستند که این خودنمایی نیز خود معلول اختلال شخصیت نمایشی است.

"می‌خوان تأیید بشن یا خودشون رو نشون بدن و اون لحظه می‌خوان تأیید اون جمعی که توش قرار گرفتن رو داشته باشن و مورد توجه قرار بگیرن. مثلاً این خانومی که گفتم به نظر من می‌خواد توجه بقیه رو به خودش جلب کنه و باهاشون هم کلام بشه و شاید چون فکر می‌کنه بعضی از اون خانوم‌ها وضع مالی خوبی دارن می‌خواد خودشو مثل اونا نشون بده" (ریحانه، ۳۵ ساله)

برخی نیز خودشیرینی را دلیل اصلی دورویی افراد در جامعه می‌دانستند. از دید این افراد شخص خودشیرین ممکن است هیچ منفعت مالی از این کار خود نبرد و فقط به خاطر جلب توجه اقدام به این عمل نماید.

"یه سری‌ها هستن برای خود شیرینی اینکارو میکنن هیچ منافع مالی شاید بهش نرسه، فقط میخوان خودشیرینی کنن که خودشونو بالاتر قرار بدن که منم هستم، اینجا به منم توجه کنید. منم این وسط هستم برای شیرین کاری، برای اینکه خودشو نشون بده، یا خودشو خوب جلوه بده" (رضا، ۳۸ ساله)

برخی بر این عقیده‌اند دورویی ناشی از کمبود محبت و نیازی است که این افراد برای پذیرش محبت از سوی دیگران دارند.

"مثلاً این مثال دومی که زدم کمبود عاطفی داشت می‌خواست روحیه‌اش رو ارضا کنه از نظر عاطفی به خواستش رسید و بعد رفت سراغ یه شخص دیگه" (امید، ۲۲ ساله)

برخی نداشتن اعتماد به نفس را از علت‌های دورویی می‌دانستند و بر این باور بودند که اشخاصی که دارای شخصیت قدرتمندی باشند به راحتی و بسته به موقعیت‌های متفاوت، دست از باورهای خود نمی‌کشند و تغییر موضع نمی‌دهند.

"آدم‌های دورو عزت نفس ندارن و دائماً به دنبال این هستن که پذیرفته به شن یعنی تأیید گرفتن و نظر همه براشون مهمه. شخصیت مستقل ندارن عزت نفس ندارن. اگر کسی واقعاً یه شخصیت قدرتمندی داشته باشه روی باورها و سبک زندگی که داره میمونه و نظرش هر جایی تغییر نمیکنه" (راحله، ۳۲ ساله)

برخی نیز دلیل دورویی و ظاهرسازی در جامعه را داشتن رودربایستی و نبود منطق در روابط بین افراد می‌دانستند:

خیلی وقتاً مثلاً خیلی رو در بایستی داریم با همدیگه" (راحله، ۳۲ ساله)

شرایط مقوم و تسهیل کننده

شرایط مداخله‌گر بیانگر مؤلفه‌هایی هستند که جریان دورویی در جامعه را تقویت و تسریع نموده‌اند. این شرایط به شرایط عمومی یا ساختارهایی اشاره دارند که بر راهبردهای کنش و واکنش اثر گذارند. به عبارتی راهبردها را درون زمینه خاصی، سهولت می‌بخشند و یا آنها را محدود و مقید می‌کنند. این شرایط تسهیل‌کننده دارای سه مقوله عمده تحت عنوانین؛ «دلایل اقتصادی»، «دلایل سیاسی» و «دلایل فرهنگی - اجتماعی» می‌باشد که در ادامه به بیان آنها پرداخته می‌شود.

گاهی انسان به خاطر کسب منفعت مالی و یا دفع ضرر از خود، تظاهر و خودنمایی و ریا می‌کند. گاهی نیز، این تظاهر به خاطر غفلت از استعدادها و بالفعل و بالقوه و فزون‌خواهی و هوای نفس پدید می‌آید.

"اونا به سری‌هاشون فقط به خاطر منافع مالیشونه، برای آسایش خودشون، برادرای دیگه رو قربانی میکنن" (رضا، ۳۸ ساله)

"یه مقداری حریص‌اند. برای مال دنیا. بیشترش دور محور مال دنیا و تنگنا بودنشه. (مصطفی، ۶۱ ساله)

منظور از دلایل ساختاری - سیاسی در اینجا، نظام حاکم بر جامعه و قوانین‌گزینش ادارات و سازمان‌های دولتی هستند که باعث تشدید روند دورویی و رفتارهای ریاکارانه در سطح جامعه می‌شوند.

افراد شاغل در مراکز دولتی به ساختارهای حکومت، به عنوان دلیل اصلی رواج دورویی در جامعه اشاره کرده‌اند.

"سیستم بسته و فاسد، ساختار حکومت... به خاطر این سیستم فاسد، چاره‌ای نداره این اداها رو در بیاره که پست بگیره، ارتقاء بگیره" (پوریا، ۳۳ ساله)

می‌توان ریشه این مشکل را در قوانین حاکم بر جامعه نیز پیدا کرد. وقتی در جامعه برای کارگزینی، انتصاب بر انتخاب اولویت پیدا می‌کند، افراد جامعه مجبور به آرایش زبانی و اخلاقی و حتی فیزیکی طبق خواسته هدفشان می‌شوند.

خوب وقتی گزینش ایجاد بشه بالطبع فرد برای اینکه بتونه جذب بشه، برای اینکه بتونه ادامه همکاری پیدا بکنه ناچاره خودش رو اونجوری نشون بده که اون سازمان می‌خواد؛ و فکر و نگاه خودش رو بروز نمی‌ده و این باعث شده که در جامعه ما این شخصیت‌های دوگانه و چندگانه رو، رو به وفور می‌بینیم و این متأسفانه از اشکالات ساختاری جامعه ماست" (صادق، ۵۴ ساله) جامعه بسته سبب ایجاد ترس و ترس سبب مخفی کاری، دروغ‌گویی و دورویی در جامعه به شکل سیستماتیزه می‌شود. تا جایی که "بودن و نبودن" آحاد جامعه به آن گره می‌خورد و با گذر زمان احساس زشتی و گناه ناشی از دورویی می‌ریزد و در نهایت تبدیل به قانون می‌شود. درواقع وقتی افراد جامعه، از امری احساس خطر می‌کنند، خود و عقایدشان را پنهان می‌سازند. درواقع می‌توانیم بگوییم نفاق و دورویی هم نوعی پنهان شدن است یا پنهان کردن حقیقت، به دلیل ترس و وحشت از کسی یا چیزی.

"ترس از خیلی چیزا، از دست دادن موقعیتشان، خشونت، الان تو این جامعه کی میتونه خودشو کافر بدونه، نشون بده بگه من اعتقادی ندارم. مجبوره تظاهر کنه دیگه" (پوریا، ۳۳ ساله) از دلایل مداخله گر فرهنگی و اجتماعی می‌توان به اجبار فرهنگی و دینی اشاره کرد.

"فرهنگ ما به نظرم اصلاً اینو ایجاب میکنه اصلاً فرهنگ ایجاد کرده که دورویی باشه. چون هرکسی که اینجا راحت نمی‌تونه که هر نظری داشته باشه هر دینی داشته باشه، هر طرز فکری داشته باشه، هر رابطه‌ای داشته باشه. پس به خاطر این دورویی خیلی زیاده. فرهنگ ما شدیداً اینو ایجاب کرده، مال الانم نیست از خیلی گذشته بوده" (پوریا، ۳۳ ساله)

"اینایی که خودشون رو سران دین میدونن، همه چیز رو بلدن، میان دورویی و صدرویی انجام میدن. منم میگم شاید اصلاً دینی نیست اینا دارن دروغ میگن، شاید اصلاً اینطور چیزی

وجود نداره اینا دکان بازار درست کردن برای سرکیسه کردن مردم یا میخوان جایگاه خودشون رو سفت کنن" (رضا، ۳۸ ساله)

شرایط زمینه‌ای

در این بخش منظور از شرایط زمینه‌ای، سلسله خصوصیات و بسترهای ویژه‌ای است که به پدیده‌ای دلالت می‌کند. از زمینه‌های بروز دورویی می‌توان به جنسیت، طبقه اجتماعی، تحصیلات، سن و شغل افراد اشاره کرد.

وقتی از مشارکت‌کنندگان پرسیده می‌شد که دورویی را در بین زنان و مردان چگونه دیده‌اند، اکثر آنان بر این عقیده بودند که دورویی در بین زنان شایع‌تر از مردان است. "آگه از نظر درصدی بخوایم حساب کنیم شاید بگم تو زنها ۸۰ درصد تو مردها ۲۰ درصد" (فریبا، ۵۰ ساله)

"چون مرده معمولاً حوصله این چیزارو ندارن مگه اینکه خیلی خاله زنک باشن خیلی نه حوصله‌اش رو دارن، نه وقتش رو که بخوان درگیر اینطور چیزا بشن. خیلی کم پیش میاد به نظرم بیشتر خانوم‌ها اینطوری هستن" (فاطمه، ۳۴ ساله)

باید خاطر نشان کرد که اغلب دورویی در میان زنان در میان اقوام سببی آن‌ها اتفاق می‌افتد. به‌طوری‌که وقتی از مشارکت‌کنندگان خانم خواسته می‌شد که مثالی از افراد دورو که با آن مواجه شده‌اند بزنند اغلب آن‌ها مثال‌هایی از اقوام سببی خود همچون؛ خواهرشوهر، مادرشوهر و جاری خود می‌زدند.

مشارکت‌کنندگان وجود دورویی در همه طبقات را تأیید می‌کردند. از دید آن‌ها دورویی در تمام طبقات اجتماعی دیده می‌شود، شاید نوع و میزان دورویی در طبقات مختلف، متفاوت باشد. برخی نیز بر این باور بودند که دورویی به شخصیت افراد و همچنین به سودجویی آنان مربوط می‌شود و ربطی به طبقه اجتماعی ندارد.

"تو همه طبقات هست، اینجور آدم‌ها تو همه طبقات هستن چه ضعیف، چه قوی و چه متوسط. چون اونم به مرحله خودش هست دیگه" (رضا، ۳۸ ساله)

من اصلاً اونجوری فکر نمی‌کنم، اصلاً هرکی اخلاق داشته باشه، فهم و شعور داشته باشه، ربطی به بالای شهر و پایین شهری نداره، به روستایی و شهری نداره، من اینجوری فکر می‌کنم نمی‌دانم مانده به فهم و شعور آدم خودش" (راضیه، ۴۱ ساله)

نگرش افراد تحصیلکرده درباره تأثیر تحصیلات بر دورویی افراد، متغیر بود. برخی بر این عقیده بودند که تحصیلات تأثیری بر روی دورویی اشخاص ندارد بلکه این موضوع به شخصیت، تربیت خانوادگی و یا سودجویی آنان باز می‌گردد؛ و برخی از آنان براین باور بودند که ممکن است تحصیلات بالاتر تأثیر منفی بر روی صفات اخلاقی افراد گذاشته و میزان تظاهر و دورویی آنان را افزایش داده و موجب تشدید آن شود.

"فکر نکنم ربطی داشته باشه البته ممکنه آدمای تحصیلکرده خوب بهتر بتونن حفظ ظاهر کنن و شخصیت واقعیشونو مخفی نگه‌دارن" (مجید، ۵۲ ساله)

اکثر افراد اذعان می‌کردند که دورویی به شغل آدمها مرتبط نیست و در تمام مشاغل دیده می‌شود. پس می‌توان گفت دورویی، دارای مکان، زمان، اندازه و شکل و شرط مشخصی نیست و به فراخور موقعیت در تمامی مشاغل دیده می‌شود.

"اونم فکر نمی‌کنم فرقی داشته باشه کسی که پزشک باشه ممکنه دورو باشه کسی هم که یه مغازه دار ساده باشه یا حتی کارگر باشه، واقعاً همه میشه دورو باشن. ولی مدلش فقط فرق داره یه جورایی مدل برون دادش فرق می‌کنه" (فاطمه، ۳۴ ساله)

اغلب افراد نوجوانان را مبراً از این خصیصه می‌دانستند. برخی افراد دلیل دورویی و تظاهر نوجوانان را برای جلب توجه می‌دانستند.

"برای نوجوان‌ها، زیر ۲۰ سال اکثراً برای جلب توجه و خوش گذرونی اینکارو میکنن" (رضا، ۳۸ ساله)

اکثر افراد براین باور بودند که دورویی در جوانان به نسبت سایر سنین، بیشتر مشهود است و این خصیصه را به منفعت‌طلبی و سودجویی و بی‌تجربگی آنان نسبت می‌دادند.

"آره. سنین جواتر بیشتره این مسئله... جوان‌ها تجربه کافی زندگی رو ندارن. تجربه اینو ندارن که مثلاً چرا ما باید اینکارو بکنیم." (عیسی، ۶۵ ساله)

برخی از ساکنین مناطق پایین براین باور بودند که دورویی در همه سنین وجود دارد و شاید در کهنسالی، بیشتر از سایر سنین نیز باشد و برخی به دلیل نزدیکی به مرگ آن را کمتر می‌دانستند.

فرایندها: راهبردها

راهبردها به اقدامات و تعاملات ویژه‌ای که از پدیده اصلی حاصل می‌شوند، اشاره دارند. درواقع راهبردها به شیوه‌های مدیریت مواجهه با دورویی و تظاهر توسط اعضای جامعه و نحوه سازگاری با آن اشاره می‌کنند. به عبارتی افراد جامعه چه واکنش‌هایی در برابر پدیده دورویی از خود نشان می‌دهند و چگونه خود را با این مسئله وفق می‌دهند و سازگار می‌نمایند؛ بنابراین در این قسمت، از مشارکت‌کنندگان پرسیده می‌شد که آن‌ها چگونه متوجه دورویی اطرافیان خود می‌شوند و چه واکنشی درقبال آن از خود نشان می‌دهند.

در پاسخ به بخش اول سؤال افراد به مواردی چون؛ سخن‌چینی اطرافیان، معاشرت بیشتر و ظاهر و اخلاق اشخاص و داشتن آشنایی قبلی با خانواده شخص اشاره می‌کردند:

"بالاخره به گوش آدم می‌رسونن. من خودم که متوجه نمی‌شم" (حسین، ۲۳ ساله)

همچنین اکثر افراد براین عقیده بودند که گذر زمان و معاشرت بیشتر باعث می‌شود که متوجه دورویی و تضاد ظاهر و باطن اطرافیان خود شوند. این امر حاکی از این است که انسان‌ها نمی‌توانند به مدت طولانی نقش بازی کنند و طی مراودات بیشتر شخصیت واقعی خود را بروز می‌دهند.

"خب آدم یه روز حرف می‌زنه می‌فهمه دیگه. بار اول نمی‌فهمه، بار دوم می‌فهمه. (اکرم، ۴۷ ساله)

"با رفت و آمد. با هاشون بیشتر که باشی مشخص میشه دورو هستن" (سمیرا، ۲۵ ساله)

برخی نیز معتقد بودند که از روی ظاهر افراد می‌توانند پی به دورویی آن‌ها ببرند.

"واقعیتش چهره بعضی از افراد ناخودآگاه نشون میده یا نوع ادبیات و چهره فرد؛ و نوع صحبت کردنش تقریباً نشون میده. آدم‌هایی که خیلی تملق می‌کنن. در تعریف کردن زیاده‌روی می‌کنن، مبالغه می‌کنن من احساس می‌کنم که اینها صداقت ندارن" (صادق، ۵۴ ساله)

برخی معتقد بودند کسانی که اغلب پشت‌سر دیگران اقدام به بدگویی می‌کنند بدون شک پشت‌سر آنها نیز این کار را خواهند کرد. پس درمقابل این افراد بیشتر احتیاط می‌نمایند.

"خودم متوجه میشم بعضی موقع‌ها، چرا؟! زمانی متوجه میشم که حرف دیگران رو پیش من میزنن. اون موقع متوجه میشم که این آدم اخلاقش چجوریه. میدونم که آگه پشت سر یکی دیگه پیش من حرف میزنه صد در صد حرف منو پیش دیگران میزنه (رضا، ۳۸ ساله)

خانواده نیز گاهی می‌تواند ملاک خوبی برای ارزیابی افراد باشد؛ چراکه محیط زندگی و کسانی که شخص به‌نوعی با آنها بزرگ شده است می‌تواند تأثیرات قابل‌توجهی بر روی افراد بگذارد.

"... یا اینکه خانواده‌اش رو آدم بشناسه. من خانواده خیلی برام مهمه. وقتی ببینم کسی که پدرش، مادرش، برادرش و اطرافیانش اینطوریه من در برخورد با این آدم احتیاط می‌کنم و با حالت احتیاطی برخورد می‌کنم تا به مشکل برنخورم" (مجید، ۵۲ ساله)

واکنش افراد در برابر دورویی

در این قسمت به بیان واکنش‌های متفاوت افراد نسبت به دورویی اطرافیان خود و نحوه مواجهه آنان با این مسئله، می‌پردازیم. لازم به‌ذکر است، واکنش افراد به این موضوع، بسته به طبقه اجتماعی، تحصیلات، سن، شغل و اعتقادات مذهبی آنان متفاوت بود. می‌توان ادعا کرد راهبردهای افراد درقبال دورویی، بسته به موقعیت خود شخص و فرد دورو متفاوت است. مشارکت‌کنندگان به مواری چون؛ قطع رابطه، احتیاط و ایجاد فاصله، تذکر به فرد دورو، گذشت و نادیده‌گرفتن رفتار اشاره می‌کردند:

"من ادامه نمی‌دم، هر کی باشه، حتی فامیل نزدیک. رابطه‌ام رو قطع می‌کنم. من اصلاً از آدم دو رو خوشم نمی‌یاد" (عباس، ۳۶ ساله)

در رابطه با مواجهه با افراد دورو، برخی دیگر از افراد اذعان می‌کردند که در صورت مشاهده دورویی از اطرافیان خود، از آن‌ها فاصله می‌گیرند و جانب احتیاط را نگاه می‌دارند. این افراد اذعان می‌کردند که در کل اهل قطع رابطه با هیچ‌کس نیستند.

"واقعاً سعی می‌کنم یکم دوری کنم ازش. سعی می‌کنم فاصله بگیرم. چون وقتی می‌بینم یه نفر هست که تو روی من یه جوهره، ولی پشت سر من علیه اونه. (فاطمه، ۳۴ ساله)

"رابطه‌ام رو آگه بتونم قطعش می‌کنم. اگر نتونم احتیاط می‌کنم. خیلی احتیاط می‌کنم، هر حرفی رو پیشش نمی‌زنم... فامیل باشه در همین سطحه، غریبه باشه که سعی می‌کنم اصلاً ببرم باهاش" (رضا، ۳۸ ساله)

اکثر افراد شاغل در مراکز دولتی، بر این عقیده بودند که واکنش آن‌ها در برابر فرد دورو بستگی به رابطه و درجه نزدیکی وی با آن‌ها دارد. به نظر می‌رسد، این افراد به نسبت بقیه، راحت‌تر می‌توانند از این مسئله، چشم‌پوشی کنند و با آن کنار بیایند. شاید آن‌ها دیگران را نیز مانند خود ناچار به این کار می‌بینند و نسبت به آن‌ها بیشتر اغماض می‌کنند. این موضوع می‌تواند به این علت باشد که به علت شیوع این عمل در جامعه، به نوعی این افراد، با افزایش سن با این قضیه کنار آمده‌اند و حساسیت آن‌ها نسبت به قضیه از میان رفته است و کمتر نسبت به آن عکس‌العمل نشان می‌دهند.

"مثلاً همین تظاهر قشر کارمندی. تظاهر این‌ها به ظواهر دینی و اخلاقی و چیزهایی که نیستن و شرکت در مراسم مختلف صرفاً برای اینکه تو اداره بهشون گفتن. یک بخش آینه که تقریباً پذیرفته شده است. دیگه اینو خیلی بد نمی‌دونیم. مثلاً من خودم این رو بد نمی‌دونم. می‌دونم که دست خودش نیست" (راحله، ۳۳ ساله)

برخی از مشارکت‌کنندگان جوان این پژوهش، معتقد بودند که وقتی متوجه دورویی کسی می‌شوند، اعتمادشان را هم نسبت به آن شخص و هم دیگران از دست می‌دهند و دیگر نمی‌توانند به راحتی به کسی اعتماد کنند.

"خوب اعتمادمون هم به اون طرف و هم نسبت به بقیه کمتر میشه؛ و دیگه سخت تر به مردم اعتماد می کنم" (سمیرا، ۲۵ ساله)

برخی از افراد، نیز اذعان می کردند که سعی می کنند این گونه اشخاص را مورد راهنمایی مستقیم و یا غیرمستقیم قرار دهند:

"میخوام بهش بگم ولی هی میگم بگم نگم، بعد میگم بابا چرا خودمو خراب کنم هی غیرمستقیم براش مثال می زنم که از این اخلاقش دست بکشه. غیر مستقیم بهش میگم بابا جان خدایی هم وجود داره، آدم نباید خوبی کسی رو بزاره بدشو بگه. (صدیقه، ۴۲ ساله)

پیامدهای دورویی

دورویی و تظاهر بالاطیع دارای آثار و پیامدهایی، چه در سطوح فردی و چه سطوح اجتماعی می باشد. مصاحبه شوندگان به این موارد اشاره کرده اند:

احساس تنهایی و منزوی شدن، ایجاد ناامنی ذهنی، افزایش استرس و اضطراب، عدم رضایت از خود، از بین رفتن صداقت، از بین رفتن شادی، رواج بی اعتمادی، تزلزل ارزش ها، پرورش دورویی در کودکان، از هم پاشیدن خانواده، اشاعه دروغ گوئی، ایجاد نفرت، کینه و دشمنی، بروز اختلاف و ناراحتی، افزایش بدبینی و سلب آرامش، از میان رفتن رابطه ها و جدایی افراد، از بین رفتن اخلاق در جامعه، افزایش بی مهری در جامعه، ضعف همکاری و فرار از مسئولیت، تبعیض و در کل پسرفت جامعه.

"الان تمام مردم نسبت به همدیگه بدبینن. نسبت به جامعه: بدبینن. نسبت به حتی روحانی... به همه بدبینن. فقط به خاطر دورویی. جامعه ما به فساد کشیده شده. واقعاً هیچ کس قبول نداره جامعه رو" (طاهره، ۶۴ ساله)

با توجه به یافته های بدست آمده از این تحقیق تحلیل های و پیشنهادهای زیر برای دست اندرکاران مساله دو رویی و تظاهر قابل تامل خواهد بود.

کالبدشکافی در رفتارهای بشری و یافتن دلایل رفتارها همیشه در حیطه کنجکاوی دانشمندان علوم اجتماعی بوده است. تظاهر و دورویی ازجمله رفتارهایی است که علاقه اندیشمندان را به خود جلب کرده است. چرایی و دلایل آن و شرایط مقوم آن در حوزه سازمان‌ها موردبررسی بوده است اما در جامعه و بین مردم توجه کمی بدان شده است. این پژوهش با این هدف طراحی و اجرا شده است. سؤال در مورد دلایل، زمینه‌ها و بسترها، راهبردها و پیامدها در میان مردم از اهداف این پژوهش بوده‌اند. براساس یافته‌ها، مشخص شده است که مجموعه‌ای از دلایل فرهنگی - اجتماعی و روان‌شناختی در این زمینه به‌عنوان بستر و شرایط اصلی عمل می‌کنند. بنیان سست خانواده، دین‌گریزی، نوع جامعه‌پذیری ازجمله دلایل فرهنگی و اجتماعی مورد اشاره می‌باشد. برخی دیگر این پدیده را به ژنتیک و وراثت ارتباط داده‌اند؛ اما در حوزه فردی، شخصیت و اختلالات شخصیتی و دلایلی چون نیاز به تأیید و جلب‌توجه، خودشیروینی، کمبود عاطفی، نداشتن اعتمادبه‌نفس، رودربایستی جزء مواردی بوده‌اند که مورد اشاره بوده است. ازجمله شرایط مقوم این پدیده، نفع مالی و دفع ضرر اقتصادی و فزون‌خواهی اتفاق می‌افتد. نظام حاکم بر جامعه و قوانین گزینش ازجمله دلایلی ساختاری - سیاسی است که توسط مصاحبه‌شوندگان مورد اشاره بوده است. بر اساس این دسته‌بندی، ساختارهای جامعه افراد را وارد مسیر دورویی و تظاهر می‌کنند و در بسیاری موارد افراد مجبور به این امر می‌شوند تا منافع اقتصادی و سیاسی خود را بدست آورند. این ساختارها با ایجاد ترس در افراد باعث مخفی‌کاری در آنان می‌شود. در برخی موارد اجبار ساختارهای دینی و فرهنگی نیز دامن زننده و تشدیدکننده این موضوع است.

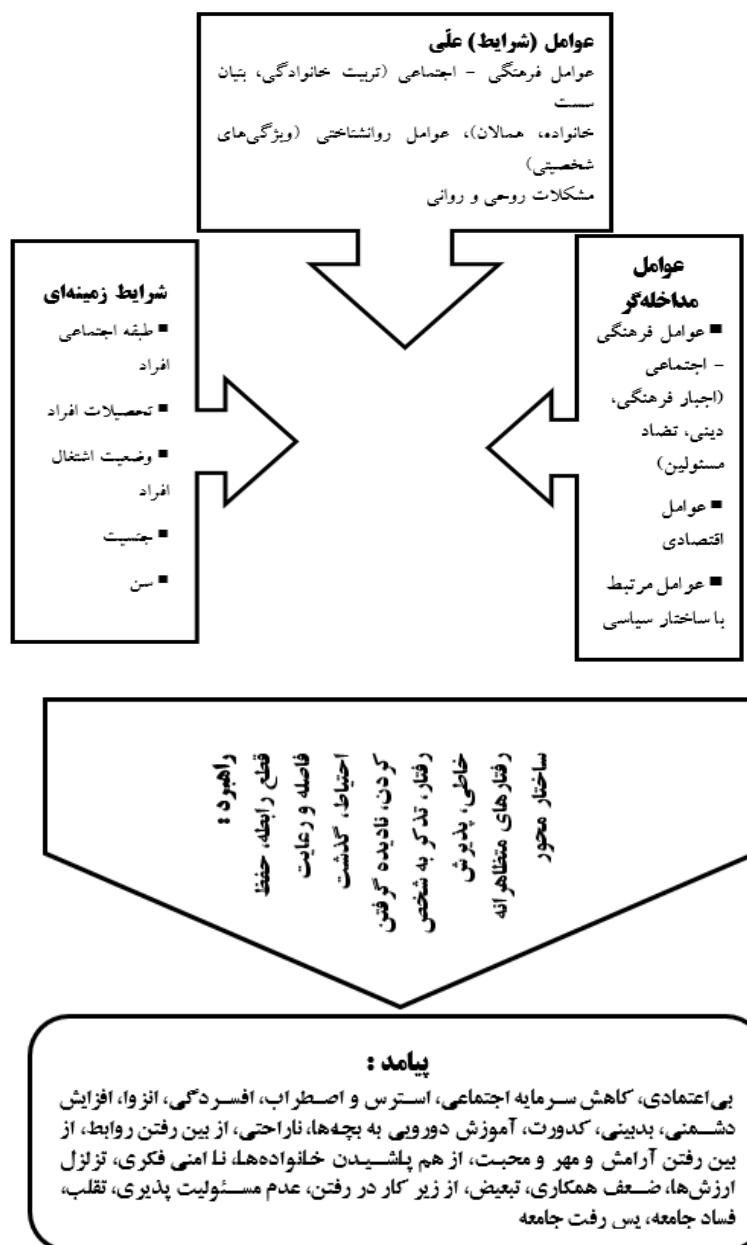
نحوه تشخیص دورویی و راه‌های مواجهه با آن نیز متنوع است. معاشرت بیشتر، سخن‌چینی دیگران، ظاهر و سابقه‌آشنایی با فرد و خانواده ازجمله این راه‌ها هستند. قطع رابطه، احتیاط و ایجاد فاصله، تذکر به فرد دورو، گذشت و نادیده گرفتن رفتار از واکنش‌های مردم در قبال این نوع رفتار است.

طیف بسیار وسیعی از پیامدهای منفی بر تظاهر افراد مترتب است که خود هم پیامدهای فردی و هم پیامدهای اجتماعی را شامل می‌شود. احساس تنهایی، استرس، نارضایتی از خود، ناشادی، بی‌اعتمادی، اشاعه دروغ‌گویی، ایجاد کینه و نفرت، تبعیض و پسرفت جامعه از این دسته پیامدها هستند.

با توجه به آنچه که گفته شد می‌توان دورویی و تظاهر را در دو دسته کلی تظاهر عامل محور و تظاهر ساختار محور قرار داد. هسته اصلی اغلب مباحث مطرح شده در این حوزه هم می‌تواند احساس کمبودها و خلأها در سطح فردی و جامعه باشد. ردپای نفع طلبی‌های شخصی در این حوزه مشهود است. به نظر می‌رسد تئوری‌های اقتصادی نفع و مبادله در این زمینه کاربرد بیشتری داشته باشند.

در زمینه کاهش دورویی بهتر است مداخلاتی در سطح فردی و گروهی و اجتماعی صورت پذیرد. روانشناسان و روان‌درمانگران، افراد دارای این نوع تیپ شخصیتی را شناسایی و با ارائه مشاوره‌های درمانی به درمان این اختلال بپردازند. ساختارهای جامعه، ترس و احساس نا امنی روانی را در افراد کمتر نموده و اجبارهای سیاسی و دینی و فرهنگی در آن‌ها کمتر شوند و نقش اختیار افراد در انتخاب‌ها بیشتر و پررنگ‌تر شود. قوانین گزینش که افراد را ترسانده و باعث تقویت دورویی می‌شوند شناسایی و اصلاح شوند. خانواده‌ها در جامعه‌پذیر کردن کودکان خود در این زمینه نهایت دقت را به عمل آورند. نفع‌های اقتصادی و سیاسی حاصل از مخفی‌کاری کمتر شود و پاداش شفافیت و یکرویی به شکلی ملموس بیشتر شود. رودربایستی در راهبردهای مقابله باید به حداقل برسد و جامعه و افراد واکنش تنبیهی متناسبی برای کنار گذاشتن این رفتار تدارک ببینند. این راهبردها از حالت انفعال به شکل فعال ولی متناسب با موقعیت و شخصیت افراد طراحی گردند.

بر اساس جمع‌بندی فوق، مدل نهایی برآمده از این پژوهش به شکل زیر است:



کتابنامه

۱. جوادی یگانه، م. ر. (۱۳۹۵). یافته‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ موج سوم. طرح ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲. رضازاده برفویی، ح.، مرتضوی، س.، و رحیم‌نیا، ف. (۱۳۹۲). واکاوی پیش‌آیندهای فردی و موقعیتی مؤثر بر چابک‌پلوسی و تأثیر آن بر پیشرفت شغلی کارکنان (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه مشهد). پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۶(۲۲)، ۲۵-۵.
۳. ریتزر، ج. (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر (چاپ دوم) (م. ثلاثی، مترجم). تهران: انتشارات علمی.
۴. شیر، ا.، خلدشرفی، ص.، دهقانی، م.، و یاسینی، ع. (۱۳۹۴). بررسی ارتباط بین خودشیفتگی مدیران و رفتارهای منافقانه با نقش میانجی رفتار ماکیاولی گرایانه مدیران در سازمان‌های دولتی شهر کرمانشاه. فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۳(۱۱)، ۱۰۷-۱۲۸.
۵. صدیق سروسناتی، ر. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی اجتماعی (جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی) (چاپ هفتم). تهران: سمت.
۶. قربانی، ا.، و فیض‌آبادی، ح. (۱۳۹۳). واکاوی دیدگاه‌های جامعه‌شناختی انحرافات اجتماعی. فصلنامه دانش انتظامی خراسان، ۱(۳)، ۹۷-۱۲۰.
۷. گودرزی، م. (۱۳۸۲). پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج دوم). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۸. محبی، س. ف. (۱۳۹۹). تبیین جامعه‌شناختی فریب در تعاملات اجتماعی (رساله دکترای تخصصی رشته جامعه‌شناسی). دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۹. محسنی، م. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی (چاپ اول). تهران: انتشارات طهوری.
۱۰. محسنی تبریزی، ع. (۱۳۷۰). بیگانگی. نامه علوم اجتماعی، ۲(۲)، ۷۲-۲۵.
۱۱. معیدفر، س.، و صفری، ف. (۱۳۹۷). تعارضات هنجاری منجر به ریاکاری به روایت سینما. بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۹(۱)، ۱۴۲-۱۲۱.

۱۲. هادوی نژاد، م.، و بهارلویی، ا. (۱۳۹۴). رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان: پیشایندها و پیامدهای سازمانی. *مجله مدیریت دولتی (دانشگاه تهران)*، ۷(۲)، ۳۹۳-۴۱۲.
۱۳. هادوی نژاد، م.، دانایی فرد، ح.، آذر، ع.، و خائف الهی، ا. (۱۳۸۹). کاوش فرایند رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان با استفاده از نظریه داده بنیاد. *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۴(۱)، ۸۱-۱۳۰.
۱۴. هادوی نژاد، م.، و عبادی، ف. (۱۳۹۳). نفاق مدیریت ارشد مدیریت و مقاومت کارکنان در برابر تغییر: تبیین نقش میانجی اعتماد به مدیریت ارشد سازمان. *پژوهش نامه مدیریت تحول*، ۶(۱۲)، ۴۹-۷۱.
۱۵. هارولامبوس. (۱۳۷۰). تئوری های انحراف (ا. صوفی، مترجم). *مجله رشد علوم اجتماعی*، ۶(۷)، ۲۷-۲۲.

16. Alicke, M., Gordon, E., & Rose, D. (2012) Hypocrisy: What counts? *Philosophical Psychology*, 26(5), DOI:10.1080/09515089.2012.677397.
17. Brunsson, N. (1989). The organization of hypocrisy: Talk, decisions, and actions in organizations. New York: John Wiley & Sons.
18. Burgoon, J. K., & Buller, D. B. (2016) Interpersonal deception theory. In Ch. R. Berger, & M. E. Roloff (Eds.), *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
19. Burgoon, J. K., & Buller, D. B. (2015) Interpersonal deception theory, to appear. In J. Seiter, & R. Gass (Eds.), *Readings in persuasion, social influence, and compliance gaining*. Boston: Allyn & Bacon.
20. Caviola, L., & Faulmüller, N. (2014) Moral hypocrisy in economic games: How prosocial behavior is shaped by social expectations. *Opinion Article*, (5), doi: 10.3389/fpsyg.2014.00897.
21. Cheng, J. L. (1983). Organizational context and upward influences: An experimental study of the use of power tactics. *Group and Organizational Studies*, 8, 332-335.
22. Fernandez-Revuelta Perez, L., & Robson, K. (1999). Ritual legitimation, decoupling and the budgetary process: Managing organizational hypocrisies in a multinational company. *Management Accounting Research*, 10, 384407.
23. Christensen, L. T., Morsing, M., & Thyssen, O. (2020) Timely hypocrisy? Hypocrisy temporalities in CSR communication. *Journal of Business Research*, 114, 327-335.

24. Fointiat, Va. (2007) Being together in a situation of induced hypocrisy. *Current Research in Social Psychology*, 13(12), <http://www.uiowa.edu/~grpproc/crisp/crisp.html>.
25. Gastner, M. T., Taka'cs, K., Gulya's, M., Szvetelszky, Z., & Oborny, B. (2019) The impact of hypocrisy on opinion formation: A dynamic model. *PLoS ONE*, 14(6), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0218729>.
26. Kacmar, K. M., Carlson, D. S., & Bratton, V. K. (2004). Situational and dispositional factors as antecedents of ingratiation behaviors in organizational settings. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 309–331.
27. Kenessey, B., & Darwall, S. (2014) Moral psychology as accountability. In J. D'Arms, & D. Jacobson (Eds.), *Moral psychology and human agency: Philosophical essays on the science of ethics* (pp. 40-83). Oxford: Oxford University Press.
28. Kerr, S. (1993). On The folly of rewarding A, while hoping for B. *Academy of Management Executive*, 9(1), 7-14.
29. Kılıçoğlu, G., & Kılıçoğlu, D. Y. (2021) Understanding organizational hypocrisy in schools: The relationships between organizational legitimacy, ethical leadership, organizational hypocrisy and work-related outcomes. *International Journal of Leadership in Education, Theory and Practice*, 24(1), 24-56.
30. Lindenberg, S., & Steg, L. (2018). Moral hypocrisy and the hedonic shift: A goal-framing approach. *Rationality and Society*, 30(4), 393– 419.
31. Linden, R. C., & Mitchell, T. R. (1988). Ingratiation behaviors in organizational settings. *Academy of Management Review*, 13, 572-587.
32. Morrongiello, B. A., & Landa, M. (2008). Practice what you preach: Induced hypocrisy as an intervention strategy to reduce children's intentions to risk take on playgrounds. *Journal of Pediatric Psychology*, 33(10), 1117-1128.
33. Rustichini, A., & Villeval, C. M. (2014) Moral hypocrisy, power and social preferences. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 107, 10-24.
34. Laurent, S. M., & Clark, B. (2019). What makes hypocrisy? Folk definitions, attitude/behavior combinations, attitude strength, and private/public distinctions. *Basic and Applied Social Psychology*, 41(2), 104-121.
35. Schon, Donald and Argyris, Chris. (1992). *Theory in practice: Increasing professional effectiveness*. San Francisco: Jossey Bass,.
36. Schwartz, S. (2009). *Employing the induced hypocrisy paradigm to encourage nutrition on college campuses* (Master's thesis). Kansas State University, Manhattan, Kansas.
37. Wollschleger, J., & Beach, L. (2011). A cucumber for a cow: A theoretical exploration of the causes and consequences of religious hypocrisy. *Rationality and Society*, 23(3), 155-174.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

مقاله پژوهشی - مطالعه موردی
DOI: 10.22067/social.2023.84031.1409

تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتار بزهکارانه (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تبریز)

پدرام رنجبر (دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، نویسنده
مسئول)

pedramranjbar1993@gmail.com

حبیب احمدی (استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران)

hahmadi@rose.shirazu.ac.ir

ماهرخ رجبی (استادیار جمعیت‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران)

mrjabi79@gmail.com

چکیده

در سال‌های اخیر ما در فضایی به سر می‌بریم که رسانه‌های نوین نقش اصلی را در شکل‌دهی کنش‌های نوجوانان بازی می‌کنند؛ به‌طوری‌که این رسانه‌های عاملی مؤثر در حفظ نظم اجتماعی و یا ایجاد رفتارهای بزهکارانه هستند. در این بین، همراه با افزایش استفاده از رسانه‌های نوین، بحث سواد رسانه‌ای نیز اهمیت خاصی پیدا کرده است؛ بنابراین، هدف پژوهش حاضر مطالعه رابطه بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه است. برای این منظور تعداد ۳۹۰ نفر از دانش‌آموزان شهر تبریز با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای پیمایش شدند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که بین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه بر اساس جنسیت و نوع مدرسه تفاوت معناداری وجود ندارد؛ اما بین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب محل یا منطقه سکونت آن‌ها تفاوت

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶، صص ۲۱۲-۱۸۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۹ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۲۶ تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

معناداری وجود دارد. به طوری که میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین پاسخگویان ساکن مناطق کم‌برخوردار بیشتر از افراد ساکن مناطق نیمه‌برخوردار و برخوردار است. بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده دانش‌آموزان و سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان با تمایل به رفتارهای بزهکارانه به ترتیب (۰/۲۷-) و (۰/۳۳-) همبستگی معنادار معکوسی وجود دارد. علاوه بر این، با استفاده از مدل‌سازی معادله ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار Amos مشخص شد که پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده (۰/۳۰-) و سواد رسانه‌ای (۰/۳۳-) بر تمایل به رفتارهای بزهکارانه دانش‌آموزان تأثیر دارند.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، رفتار بزهکارانه، بزهکاری، دانش‌آموزان، شهر تبریز.

۱. مقدمه

امروزه فناوری‌های جدید در حوزه اطلاعات و ارتباطات فراتر از مرزهای سرزمین‌ها رفته و زمینه‌های ایجاد یک جامعه جهانی را فراهم نموده‌اند. به این معنی که تغییرات اخیر به وجود آمده در این حوزه تمامی سطوح جامعه را دچار تغییرات اساسی کرده‌اند. به همین سبب، با استفاده از این تکنولوژی‌های پیشرفته در زمینه ارتباطات حجم بالایی از اطلاعات و دانش در دسترس تعداد زیادی از مردم قرار گرفته و نهایتاً منجر به پیدایش پدیده دهکده جهانی شده است. مسئله‌ای که در این عصر از اهمیت زیادی برخوردار است، شیوه مواجهه و استفاده افراد از پیشرفت‌های روز افزون تکنولوژی‌های حوزه اطلاعاتی و ارتباطی است. در این بین، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند همچون وسیله‌ای مفید به افراد یاری رسانند تا با استفاده از پدیده‌های علمی به روز، حیات دلخواه و آرمانی داشته باشند (شریفی رهنمو و همکاران، ۱۳۹۹).

فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در فرم‌دهی به هنجارها، ارزش‌ها و باورهای کاربران نقش مهمی دارند که بسیار بالاتر از آموزش‌های دانشگاهی و مدرسه‌ای است. همراه با تغییر و تحولات تکنولوژیک، روش‌های یادگیری نیز در حال دگرگونی هستند و دانش‌آموزان باید دست به تحلیل اطلاعاتی بزنند که با چند اشاره به دست می‌آیند. از ارتباط افراد به‌ویژه نوجوانان با

رسانه‌های جمعی نمی‌توان چشمپوشی کرد. ارتباطی که با کنار گذاشتن کار با رسانه‌های ارتباطی قدیمی به سمت رسانه‌های ارتباطی جدید می‌رود. با دسترسی نوجوانان به منابع متنوع در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی آنلاین سهم فیزیکی مرزهای اجتماع کاهش یافته و بر سهم مجازی آن، اضافه می‌گردد. در این بین، نوجوانان صرفاً به اطلاعات مهم و اساسی و محتوای مفید رسانه‌ها دسترسی ندارند و بهره‌گیری آن‌ها تنها نمی‌تواند به موارد علمی و مناسب محدود شود. در این راستا، سواد رسانه‌ای می‌تواند کمک‌کننده آن‌ها در استفاده سالم از رسانه‌ها باشد. سواد رسانه‌ای، نوعی مهارت است که نوجوانان باید همراه با بهره‌گیری از رسانه‌ها و به‌ویژه اینترنت به‌مثابه یک رسانه تعاملی، به آن مجهز شوند. استفاده نوجوانان از رسانه‌های نوین بدون داشتن سواد رسانه‌ای، می‌تواند با پیامدهای نامناسبی همراه باشد. به‌خصوص آن‌که با افزایش شکاف اطلاعاتی و مهارتی بین نوجوانان با والدینشان از یک‌سو و متنوع و تخصصی شدن رسانه‌های نوین، اهمیت ارتقای مهارت‌های سواد رسانه‌ای بیشتر از هر زمان دیگری می‌شود. سواد رسانه‌ای از این ظرفیت برخوردار است که مثل یک ناظر هوشمند و نهادی شده، شیوه مصرف رسانه‌ای افراد را سامان بخشد (جعفری، ۱۳۹۷).

امروزه نهاد خانواده، گروه دوستان، نظام تعلیم و تربیت و رسانه‌های ارتباط جمعی در اجتماعی شدن کودکان نقش دارند، اما با توجه به سرعت تغییر و تحولات و شرایط جوامع فعلی، نقش عامل چهارم یعنی رسانه‌ها بسیار بیشتر از سه عامل قبلی است و بدین ترتیب رسانه‌ها می‌توانند در عین حال که به درونی شدن ارزش‌های اجتماعی و قوانین کمک کنند، سبب ایجاد رفتارهای ضد اجتماعی شده و قوانین و نظم اجتماعی موجود را بر هم بزنند. بررسی‌های متعدد نشان داده‌اند که گاهی تعداد ساعاتی که نوجوانان از رسانه‌ها استفاده می‌کنند بسیار بیشتر از زمانی است که با خانواده می‌گذرانند و بنابراین امروزه رسانه‌های ارتباطی نقش اصلی را در شکل‌دهی کنش‌های اعضای جامعه بازی می‌کنند حال این کنش‌ها باعث حفظ نظم اجتماعی در جامعه شود و یا سبب کجروی و بزهکاری شود. به نظر می‌رسد بزهکاری نوجوانان از جمله دانش‌آموزان یکی از پیامدهای اساسی رسانه‌های ارتباطی بر روی آن‌ها است (شریفی، ۱۳۸۸).

وجود رفتارهای بزهکارانه به عنوان یک مسئله اجتماعی می تواند نظم اجتماعی و امنیت اجتماعی را سلب نماید و نهادهای مهم جامعه همچون خانواده، دین، اقتصاد، آموزش و پرورش و سایر نهادها را متزلزل کرده و ارزش ها و باورهای جامعه را تضعیف کند. درواقع، بزهکاری نوجوانان با تأثیرات منفی فردی، اقتصادی و اجتماعی از مهم ترین آسیب های اجتماعی کشورمان هستند، چراکه ایران کشوری است که از لحاظ ساختار جمعیتی جوان بوده و بخش قابل توجهی از جمعیت آن را جوانان و نوجوانان تشکیل داده اند. نوجوانان و جوانان سرمایه های هر کشوری به شمار می روند و در ادامه زیست انسانی، این گروه از افراد نقش مهمی دارند؛ لذا، مطالعه مشکلات و مسائل جامعه نوجوانان از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا روبه رو شدن آنان با مسائل فردی و اجتماعی به خصوص از بعد اخلاقی و اجتماعی، کل جامعه را با تهدید مواجه می سازد. در این راستا، هدف پژوهش حاضر، مطالعه رابطه سواد رسانه ای با تمایل به بزهکاری دانش آموزان دوره متوسطه (دبیرستانی) شهر تبریز است.

۲. مبانی نظری تحقیق

۱.۲. مرور پیشینه

تقی زاده (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «اثر بخشی آموزش سواد رسانه ای بر دانش آموزان» با روش شبه آزمایشی و شیوه نمونه گیری خوشه ای به این نتیجه رسیدند که میانگین نمره دانش آموزان گروه آزمایش در توانایی های سواد رسانه ای، یعنی توانایی استفاده از رسانه، تجزیه و تحلیل، تولید و ارسال پیام های رسانه ای و تفکر انتقادی نیز پس از اجرای دوره آزمایشی به طور معناداری افزایش یافت. براساس یافته های این پژوهش می توان چنین گفت که آموزش سواد رسانه ای بر میزان و سطح توانایی های مرتبط با سواد رسانه ای در دانش آموزان مؤثر است و توسعه آن در مدارس ضرورت دارد.

محمدی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «نقش خانواده، مدرسه و رسانه در پیشگیری از وقوع جرم» با استفاده از رویکرد کیفی به این نتیجه رسیدند که بهبود نظام آموزشی

و گنجاندن دروس مروج قانون و قانون‌پذیری در کتب درسی و استفاده از برنامه‌های حمایتی ناظر به خانواده و هدایت درست برنامه‌های رسانه‌ها می‌توانند شیوه‌های مفید و تأثیرگذاری در راستای حمایت از کودکان بزه‌کار باشد.

حق‌پرست و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی رابطه سرمایه و سلامت اجتماعی و سواد رسانه‌ای با کاهش آسیب‌های اخلاقی در اینستاگرام پرداخته است. نتیجه این تحقیق نشان داده است که بین سرمایه اجتماعی و سلامت اجتماعی و سواد رسانه‌ای به‌عنوان متغیرهای مستقل تحقیق با آسیب‌های اجتماعی رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد و سواد رسانه‌ای بیشترین تأثیر معکوس را بر آسیب‌های اخلاقی اینستاگرام گذاشته است؛ بنابراین هرچقدر سرمایه اجتماعی و سلامت اجتماعی بیشتر می‌شود آسیب‌های اخلاقی به‌طور معناداری کاهش می‌یابد.

فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان متوسطه دوم چهار محال بختیاری)» با استفاده از روش آزمایشی و طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون با گروه کنترل به این نتیجه رسیدند که آموزش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی میان دانش‌آموزان نقش دارد. براساس نتایج این پژوهش، آموزش سواد رسانه‌ای، میزان بهره‌گیری از رسانه، توانایی تحلیل و ارزیابی، تولید پیام‌های رسانه‌ای، برقراری ارتباط با تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ای و تفکر انتقادی را در بین دانش‌آموزان افزایش می‌دهد.

یافته‌های تحقیق نورآذر (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر کاهش جرایم نوپدید مربوط به استفاده از فضای مجازی در بین جوانان شهر مشکین شهر» نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای تأثیر منفی معنی‌داری بر جرائم نوپدید در فضای مجازی دارد و ضریب بتا نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای ۰/۴۱- تغییرات جرائم نوپدید در فضای مجازی را پیش‌بینی می‌کند. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که از بین ابعاد سواد رسانه‌ای، رژیم مصرفی ۰/۴۴-، ویژگی‌های پیام ۰/۲۹- و نقد پیام ۰/۳۰- تغییرات جرائم نوپدید در فضای مجازی را پیش‌بینی

می‌کند. در نتیجه می‌توان گفت که افزایش سواد رسانه‌ای و ابعاد آن در بین جوانان شهر مشهدین شهر، باعث کاهش جرائم نوپدید مربوط به استفاده از فضای مجازی می‌شود.

ملکی و هاشیمان‌فر (۱۳۹۹) در پژوهش خود به بررسی میزان و تأثیر سواد رسانه‌ای نوجوانان بر اغتشاشات پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که سواد رسانه‌ای تأثیر معناداری بر آسیب‌های شبکه‌های مجازی دارد. همچنین بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی یعنی آسیب خانوادگی، تحصیلی، سازگاری، اعتقادی و روانی نیز همبستگی معکوس معناداری مشاهده شده و در نتیجه نتایج این پژوهش حاکی از این بود که افزایش سواد رسانه‌ای به کاهش آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی و ابعاد آن کمک می‌کند.

یکی دیگر از پژوهش‌هایی که رابطه بین سواد رسانه‌ای و آسیب‌های اجتماعی را با مطالعه شبکه اجتماعی اینستاگرام و نقش پلیس بررسی کرده‌اند در سال ۱۳۹۹ توسط شریفی رهنمو و همکاران انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر همدان بوده است و نتایج آن مؤید رابطه معنادار معکوس بین سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن با آسیب‌های اجتماعی است. همچنین از بین مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای (میزان دسترسی به رسانه‌ها، میزان استفاده از رسانه‌ها، تفکر انتقادی و تولید پیام‌های رسانه‌ای) دو مؤلفه دسترسی به رسانه‌ها و تفکر انتقادی بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته داشته‌اند.

نتایج پژوهش آقایی (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش رفتار مبتنی بر سواد رسانه‌ای در پیشگیری از وقوع انواع جرایم در بین خانوارهای اصفهانی» حاکی از آن است که سواد رسانه‌ای به ترتیب بر جرائم سیاسی با ضریب (۰/۵۵-)، جرائم عقیدتی با ضریب (۰/۴۰-)، جرائم اخلاقی با ضریب (۰/۳۴-)، جرائم امنیتی با ضریب (۰/۳۱-) و جرائم مالی با ضریب (۰/۳۰-) تأثیر معکوس و معناداری داشته است و هرچقدر سطح سواد رسانه‌ای شهروندان بالاتر باشد، سطح ارتکاب به انواع جرائم کمتر می‌شود.

کردی حاجی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان عوامل خطر و محافظت‌کننده بزهکاری کودکان و نوجوانان در بین ۳۸۴ نفر از قضات و مددکاران اجتماعی و مدیران مدارس

استان مازندران با استفاده از روش پیمایشی انجام دادند. یافته‌های این پژوهش به این نتیجه رسیدند که از منظر نمونه موردبررسی، وضعیت اقتصادی خانواده، نظارت و کنترل خانواده و الگوهای اخلاقی و تربیتی خانواده بر بزهکاری اطفال و نوجوانان مؤثر است. براساس یافته‌های این پژوهش بیشترین گرایش را به ارتکاب جرائم مربوط به عفت عمومی و هتک حیثیت رایانه‌ای و خشونت خیابانی است.

بیداروند و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان تأثیر پیشگیرانه سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بر بزهکاری در بستر فناوری‌های نوین در دوران کرونا با استفاده از روش پیمایشی در بین ۲۵۰ نفر از دانشجویان به این نتیجه رسیدند که افزایش توانایی کاربران در جامعه، بر پایه ترویج سواد مبتنی بر فرهنگ، اخلاق، عدالت و درک آگاهانه و انتقادی از ماهیت رسانه‌های جمعی و فنونی که از سوی تولیدکنندگان رسانه استفاده می‌شود، بر فرد و جامعه در جهت کاهش بزهکاری سایبری مؤثر واقع می‌شود. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که بین درک محتوای پیام‌ها، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها، گزینش آگاهانه پیام‌ها، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، عقلانیت و نگاه انتقادی به پیام‌ها به عنوان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای با کاهش آمار بزهکاری رابطه مستقیم وجود دارد.

اسکاریر^۱ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان اندازه‌گیری تأثیرات برنامه‌های سواد رسانه‌ای بر اختلافات و خشونت در بین ۵۷ دانش‌آموز به این نتیجه رسیدند که دانش‌آموزان تمایل بیشتری به انتخاب افراد غیرتهاجمی داشتند. سایر سنجه‌های استفاده شده پاسخ‌های تلفیقی را نسبت به برنامه‌های سواد رسانه‌ای داشتند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که این برنامه‌ها برای ارتقای موفقیت‌آمیز سواد رسانه‌ای در مدارس و رسیدگی به تعارضات بین فردی در میان دانش‌آموزان ضرورت دارد.

چیونگ^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «ارتقاء آموزش سواد رسانه‌ای در چین»، به این نتیجه رسید که بین رفتار نوجوانانی که دارای سواد رسانه‌ای بودند و نوجوانان فاقد این سواد تفاوت معناداری وجود دارد و مهم‌ترین علت آن تفکر انتقادی بوده است.

ملکی (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان نقش سواد رسانه‌ای در مواجهه با افراطی‌گری‌های خشونت به این نتیجه رسیدند که اهمیت پژوهش در زمینه آموزش معلمان مدرسه در سواد رسانه‌ای و دیجیتالی و ساختن برنامه آموزشی مرتبط بومی برای دانش‌آموزان به اندازه فشار برای سیاست‌هایی که برای سواد رسانه‌ای و برنامه‌های آن در مدارس اهمیت دارد.

ساوانا^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «توانمندسازی زنان اندونزیایی از طریق ایجاد سواد رسانه‌ای دیجیتال»، به روش تحلیل محتوا و مرور روندهای حاکم بر فعالیت‌های زنان در اندونزی سواد رسانه‌ای دیجیتال را بررسی و تحلیل کرده‌اند. نتایج این بررسی نشان داده که سواد رسانه‌ای دیجیتال در برخی از کشورها مانند اندونزی ابزاری برای توانمندسازی زنان بوده است، چراکه در این کشور سواد رسانه‌ای به دلیل آموزش ناکافی، فقدان فرصت‌ها و نظام مدرسالاری کم است.

نگل^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تویتر، خشونت سایبری و نیاز به سواد انتقادی رسانه‌های اجتماعی در آموزش معلمان: مروری بر ادبیات نظری» به روش مروری سواد رسانه‌ای را در سازمان آموزشی بررسی کرده است. نتایج این بررسی تحلیل نشان داده که امروزه در سازمان‌های آموزشی، آموزش‌های چندلایه و سوادآموزی مبتنی بر رسانه‌های جدید از ایده‌های سوادآموزی حمایت می‌کنند، چراکه این ایده‌ها بیشتر بر استفاده از فناوری‌های دیجیتالی در کلاس تمرکز می‌کنند. همچنین در برخی موارد پیامدهای اخلاقی استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای افراد نامشخص است و اغلب عدم امنیت در فضاهای آنلاین نگران‌کننده است، چراکه در

1. Cheunge
2. Suwana
3. Nagle

برخی شبکه‌های اجتماعی مواردی که مورد استفاده و تبلیغ قرار گرفته است، با سوءرفتار و خشونت نژادی روبه‌رو است.

پریرا و مورا^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان «ارزیابی شایستگی‌های سواد رسانه‌ای: مطالعه‌ای در بین جوانان پرتغالی»، نشان دادند که بین سواد رسانه‌ای و آسیب‌های اجتماعی، فردی و خانوادگی کاربران فضای مجازی رابطه معنادار معکوسی وجود دارد. بولگر و دویسون^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی، وعده‌ها، چالش‌ها و آینده سواد رسانه‌ای»، نشان دادند که سواد رسانه‌ای بالا آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی را به نحو معناداری کاهش می‌دهد.

واحدی و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «آیا مداخلات سواد رسانه‌ای در تغییر نگرش و اهداف نسبت به رفتارهای بهداشتی پرخطر در نوجوانان مؤثر است؟» با استفاده از روش فراتحلیل در دو مرحله، ۳۵ کار پژوهشی مرتبط را مورد مطالعه قرار داده‌اند. نتایج آن‌ها نشان داده که مداخلات سواد رسانه‌ای بر کاهش فشار رسانه‌ای برای کاهش رفتارهای بهداشتی پرخطر مؤثرند و تأثیرات مثبتی هرچند کوچک بر نگرش و اهداف رفتاری دارند.

خی^۳ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «فراتحلیل مداخلات سواد رسانه‌ای در رفتارهای انحرافی» به روش فراتحلیل ۲۳ مقاله پژوهشی مرتبط با سواد رسانه‌ای را بررسی و تحلیل کرده‌اند. این فراتحلیل تأثیر مداخلات سواد رسانه‌ای بر رفتارهای انحرافی مانند الکل، استعمال دخانیات، نارضایتی بدن و اختلالات خوردن را آزمایش کرده است و نتایج آن نشان داده که در ارتباط با سواد رسانه‌ای، تأثیر سواد رسانه‌ای بر کاهش رفتارهای انحرافی به اثبات رسیده است.

-
1. Pereira & Moura
 2. Bulger & Davison
 3. Xie

مینگویا و هاجینسون^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر مداخله سواد رسانه‌ای اجتماعی بر نگرش مثبت به مدیریت بدن: یک مطالعه مقدماتی» به روش کیفی ۸۴ زن جوان را که به واسطه تبلیغ رسانه‌ها اقدام به برنزه کردن پوست با وجود خطر سرطان پوست کرده‌اند، مورد مطالعه قرار داده‌اند. نتایج این بررسی نشان داده که بهبود مهارت سواد رسانه‌ای باعث کاهش تمایلات افراد به جراحی‌های زیبایی تبلیغ شده از طرف رسانه‌های اجتماعی می‌شود و آموزش سواد رسانه‌ای یک راهکار جدید برای کاهش اثرات مضر پیام‌های رسانه‌های اجتماعی در مورد اقدامات غیرضروری زیبایی پرخطر است.

پورناما^۲ و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی را با عنوان «آیا سواد دیجیتال بر ریسک‌های آنلاین دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارد؟» انجام دادند. هدف این مطالعه درک این موضوع است که چگونه سواد دیجیتال، میانجیگری والدین و خودکنترلی بر ریسک آنلاین در طول همه‌گیری کووید-۱۹ در اندونزی تأثیر می‌گذارد. در این پژوهش که با رویکرد کمی انجام شده ۳۰۰ پرسشنامه در بین دانش‌آموزان توزیع شده است. برآورد مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که سواد دیجیتال، میانجیگری والدین و خودکنترلی بر ریسک آنلاین تأثیر می‌گذارد. با این حال، میانجیگری والدین در ارتقای خودکنترلی دانش‌آموزان شکست خورد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که هم سواد دیجیتال و هم میانجیگری والدین برای کاهش تأثیر ریسک برنامه آنلاین در فرآیند آموزش و یادگیری باید وجود داشته باشد. براساس یافته‌های این مطالعه، هوشیاری والدین، ارتقای سواد رسانه‌ای و استفاده صحیح از فناوری برای دانش‌آموزان لازم و ضروری است.

در یک جمع‌بندی از پیشینه پژوهش می‌توان گفت که عمده تحقیقات انجام شده در داخل، اشاره مختصری به نقش سازنده سواد رسانه‌ای در کاهش آسیب‌های اجتماعی داشته‌اند و تفاوت شاخص این پژوهش با کارهای مشابه انجام شده در این مبحث است که این پژوهش به‌طور اختصاصی نقش رفتار مبتنی بر سواد رسانه‌ای در ارتکاب رفتارهای بزهکارانه را مورد بررسی قرار خواهد داد. هم‌چنین پژوهش‌های خارجی انجام شده در خارج تشابه زیادی به پژوهش‌های

1. Mingoia & Hutchinson

2. Purnama

داخلی دارند، اما درنهایت هیچ‌کدام از پژوهش‌های صورت گرفته به مطالعه رابطه بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان نپرداخته‌اند. علاوه بر این، جستجو در پایگاه داده‌های علمی و پژوهشی کشور نشان داد که تا کنون پژوهشی در زمینه رابطه سواد رسانه‌ای با تمایل به رفتارهای بزهکارانه دانش‌آموزان در جامعه مورد مطالعه صورت نگرفته است.

۲.۲. چارچوب نظری

براساس تعریف کارشناسان حوزه ارتباطات، سواد رسانه‌ای توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به شیوه‌های مختلف است (صبری، ۱۳۸۱، ص. ۱۷۰). به نظر آن‌ها فرد دارای این مهارت؛ می‌تواند به شیوه نقادانه، درباره آنچه در مطبوعات، رسانه‌ها، فضای مجازی و... می‌بیند، می‌خواند و می‌شنود، تفکر نماید. همچنین سواد رسانه‌ای از نظر برخی متخصصان به معنای فراگیری شیوه تولید پیام با استفاده از رسانه‌های چاپی، شنیداری، دیداری و... است (شکرخواه، ۱۳۸۸). سواد رسانه‌ای به معنی این است که فرد در کنار سواد خواندن و نوشتن، بتواند پیام‌ها و اطلاعاتی را که دریافت می‌کند تجزیه و تحلیل و ارزش‌گذاری کند و همچنین پیام‌های مورد نظر خود را با روش‌های ارتباطی گوناگون به دیگران برساند. بدین معنی که شخص با داشتن این نوع سواد درکی از نحوه کارکرد رسانه‌ها و معنای آشکار و پنهان و اهداف پیام‌هایی را که از سوی آن‌ها دریافت می‌کند پیدا می‌کند و بنابراین تنها مصرف‌کننده نبوده و اثرات رسانه را غربال می‌کند.

سواد رسانه‌ای این توانایی را فراهم می‌کند که علاوه بر خواندن پیام‌هایی که از سوی رسانه‌ها مخابره می‌شود، بتوان لایه‌لای سطور را خواند و پیام‌های پنهان و ضمنی را دریافت. فردی که سواد رسانه‌ای دارد می‌تواند از رسانه‌ها آگاهانه و گزینشی استفاده کرده و به هدف‌های آن‌ها پی ببرد. این فرد می‌تواند بفهمد که چرا و چگونه یک پیام واحد در رسانه‌های مختلف و با استفاده از جلوه‌های ویژه و سایر تکنیک‌های بصری و شنیداری به شیوه‌های متفاوتی ارائه می‌شود (شکرخواه، ۱۳۸۸). سواد رسانه‌ای فرد را توانمند می‌کند تا سطرهای نانوشته رسانه‌های نوشتاری،

صداها را پخش نشده از رسانه‌ها را یاد بگیرد و با آن‌ها ارتباط برقرار کند. برای مثال، مخاطبی که سواد رسانه‌ای دارد از اهداف و رسالت رسانه‌ها آگاهی داشته و نقش صدا، موسیقی و جلوه‌های ویژه موجود در سینما و تلویزیون را می‌داند و می‌شناسد. چگونه یک پیام واحد در تلویزیون، سینما، روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تابلوهای بزرگ تبلیغاتی و یا بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند، اثرات متفاوتی از خود بجا گذارد. سواد رسانه‌ای این فرصت را به مخاطبان می‌دهد تا سبب ارتقای آگاهی آن‌ها به چارچوب‌های شناختی و انتقادی شود و نگاه منتقدانه‌ای به رسانه‌ها و اخبار و اطلاعات منتشر شده از طرف آن‌ها داشته باشد. به یک معنا، سواد رسانه‌ای را می‌توان قدرت مخاطب در تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌های مختلف توأم با نگاه انتقادی به محتوای آن‌ها قلمداد کرد. سواد رسانه‌ای، مسیری را برای کاربران این شبکه می‌سازد تا حقیقت را در بین به هم ریختگی حوادث و اطلاعات جستجو کنند و به هدفشان که رسیدن به کامل‌ترین درک ممکن است، دست یابند (نعمتی فر و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۱۴۵).

اتحادیه اروپا، سواد رسانه‌ای را «توانایی دسترسی به رسانه‌ها، درک و ارزشیابی محتواهای رسانه‌ای و برقراری ارتباطات در زمینه‌ها و موقعیت‌های متنوع» تعریف کرده است. در ضمن، سواد رسانه‌ای به همه انواع رسانه‌ها از جمله تلویزیون، رادیو، موسیقی ضبط شده، رسانه مکتوب، اینترنت و سایر فناوری‌های جدید دلالت می‌کند (سیلور، ۲۰۰۹، ص. ۱۲). همچنین، سواد رسانه‌ای همانا توانایی دسترسی و تجزیه و تحلیل و ارزش‌گذاری پیام‌های رسانه‌ای و اطلاعات از نحوه انتقال آن‌هاست (کانسیداین، ۱۳۷۹).

طبق نظر الیزابت تامن^۱ (۱۹۹۵)، سواد رسانه‌ای همچون صافی‌ای دایره‌کننده عمل می‌کند؛ بدین گونه که حجم پیام‌های دریافتی از سه لایه سواد رسانه‌ای که به مثابه فیلتر عمل می‌کند عبور می‌کند و نحوه روبرو شدن با پیام را مشخص می‌کند. این سه لایه عبارتند از:

1. Thoman

لایه اول: رژیم رسانه‌ای^۱ که به معنای برنامه‌ریزی برای نحوه استفاده از پیام‌ها می‌باشد؛ همان‌گونه که از نام آن پیداست این لایه بر گزینش و کاهش میزان مصرف رسانه‌ها تأکید دارد و شخص انتخاب می‌کند که کدام برنامه را ببیند و روش مشخصی برای انتخاب و بهره‌گیری از رسانه‌های گوناگون دارد.

لایه دوم: در این سطح، کاربر به ابعاد نامحسوس‌تر رسانه‌ای توجه می‌کند و به سؤالات و مسائلی عمیقی همچون چه کسی پیام‌های رسانه‌ای را ایجاد می‌کند؟ چه هدفی با فرستادن پیام دنبال می‌شود؟ چه کسی از فرستادن پیام نفع می‌برد و چه کسی متضرر می‌شود؟ و... می‌پردازد.

لایه سوم: این لایه مهارت‌های ضروری برای تماشای انتقادی^۲ رسانه‌هاست. با این مهارت‌ها، کاربر به تجزیه و تحلیل و سؤال در مورد چارچوب ساخت پیام و ابعاد جا افتاده در آن می‌پردازد (تامن، ۱۹۹۵). آنچه در این لایه اهمیت دارد، شناخت واقعیت‌ها و ابعادی از پیام است که حذف شده‌اند. به بیان دیگر، فهم متن از سوی کاربر، در گرو تشخیص جنبه‌های جا افتاده پیام است (کواچ و روزنستیل، ۲۰۰۲). این بخش از سواد رسانه‌ای به اندازه‌ای حائز اهمیت است که هابز از آن تحت عنوان «فهم سطح بالاتر» یاد می‌کند. از نظر هابز، این بعد از سواد رسانه‌ای، توان پیش‌بینی کننده قوی‌ای برای تشخیص نیازها و انتظارات مخاطبان مهیا می‌سازد (هابز، ۲۰۰۳).

تامن بر این اعتقاد است که هرچقدر لایه‌ها عمیق‌تر شوند سواد رسانه‌ای نیز افزایش می‌یابد؛ یعنی لایه اول به کاهش مصرف رسانه و جیره‌بندی آن تأکید دارد، لایه دوم به گزینه پیام‌ها با توجه به ویژگی‌های پیام‌دهنده توجه دارد و لایه سوم شامل نقد این پیام‌ها می‌شود. در نتیجه سواد رسانه‌ای این امکان را مهیا می‌کند که پیام دریافتی، با چالش مواجه شود و کاربر، از شکل انفعالی به حالتی فعال، پرسشگر و خود اظہارکننده برسد (پاکسون، ۲۰۰۵).

سواد رسانه‌ای مهارتی است که کاربر منفعل را به مخاطب فعال تبدیل می‌کند و سبب می‌شود که مخاطب در برابر هر نوع پیام و رسانه نوشتاری، بصری موضع فعالانه داشته باشد؛ بنابراین

1. Media Diat

2. Critical viewing

این نوع سواد به مثابه داور ذهنی و فیلتر اخلاقی عمل کرده و به صورت سیستمی برای تفسیر و گزینش کار می‌کند که نحوه رویارویی با هر نوع پیام دریافتی از سوی رسانه‌ها را تعیین می‌کند و باعث می‌شود کاربران، در استفاده و گزینش پیام‌ها مسئولیت بیشتری احساس کنند.

رسانه‌های جمعی با منعکس نمودن اخبار و اطلاعات مربوط به پدیده‌های جنایی، نه تنها نگرش خاصی را به کاربران القاء کرده، بلکه دیدگاه‌های افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند (گیدنز، ۱۳۹۳). پس رسانه‌ها نه تنها در شکل دادن و مهار کردن جرائم مؤثر هستند، بلکه در پیچیده شدن جرائم و ساماندهی آن نیز نقش دارند و حتی نحوه قضاوت و داوری مردم در خصوص جرم و نظام عدالت کیفری را نظم می‌دهند و به نوعی تفسیر و تعبیر خود را از اخبار به کاربران القا می‌کنند. در نتیجه؛ می‌توان گفت که بخش زیادی از برداشت ما از جرم و عدالت محصول تأثیر رسانه‌های جمعی است و تا زمانی که سواد رسانه‌ای وجود نداشته باشد، باعث می‌شود که افراد در اختیار رسانه‌ها قرار گیرند، نه اینکه رسانه‌ها را در اختیار خود بگیرند. در این زمینه، جرم‌شناسان فرهنگی نیز مدعی‌اند که رسانه‌ها از آغاز زندگی تا پایان حیات، افراد جامعه را در خزانه بی‌پایانی از اطلاعات جای می‌دهند. حتی می‌توان گفت که در گردونه رسانه‌ها، انسان‌ها تولدی تازه می‌یابند و اندیشه‌ها و ارزش‌های جدیدی را می‌آموزند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند. درواقع، از نظرگاه جرم‌شناسی فرهنگی، جرم از سوی رسانه‌ها به عنوان یک کالا و در جهت عرضه به مشتریان رسانه‌ای (مخاطبان) ارائه می‌گردد (آقائی، ۱۳۹۶، ص. ۲).

به طور کلی، رسانه‌ها از گذشته تا حال مفاهیم و پارادایم‌های خود را در قالب خوب در مقابل بد، زشت در برابر زیبا و قهرمان در مقابل شرور به کاربران نشان داده‌اند (باراک، ۱۹۹۴). به بیانی دیگر می‌توان گفت که بازنمایی‌های رسانه‌ای^۱، نوعی برداشت و قضاوت به مخاطبان القاء می‌کند، این موضوع در زمینه وقوع جرم و نحوه پیشگیری از آن نیز صادق است. جرم و عدالت نیز به طور مناسبی در این قالب‌های اطلاع‌رسانی رسانه‌ای جای می‌گیرد و همیشه تحت تأثیر

سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و جهت‌گیری اصلی رسانه‌ها است. بدین ترتیب رسانه‌ها از سویی می‌توانند احساس ناامنی را افزایش داده، تمایلات ارتکاب جرم و بزهکاری را تقویت کنند و از سوی دیگر می‌توانند با اطلاع‌رسانی درست مسئولیت تبلیغ الگوهای مناسب برای زندگی سالم را بر عهده گرفته و در نتیجه جرم را در جامعه کاهش داده و احساس امنیت را افزایش دهند. رسانه‌ها می‌توانند ابزار مناسبی برای روشن شدن اذهان و تلفیق افکار و آراء مخاطبان باشند؛ اما نحوه انعکاس بسیاری از محتواها توسط رسانه‌ها نیز دارای اهمیت است به گونه‌ای که رسانه‌ها با انعکاس برخی جرائم و شیوه‌های گوناگون ارتکاب جرم و اعمال خشونت می‌توانند در وقوع جرم در جامعه مؤثر باشند و نتایج کوتاه‌مدت و درازمدتی در این عرصه داشته باشند. به این معنا که با نشان دادن جرائم و ناهنجاری‌هایی نظیر انواع خشونت‌ها، آسیب‌ها، کلاهبرداری و... می‌توانند نوعی هیجان در رفتار کاربران رسانه‌ها ایجاد کنند و آن‌ها را در جهت بروز رفتار ناهنجار ترغیب کنند. درحالی‌که با تمسک به سواد رسانه‌ای و آشنایی با زوایای پنهان و آشکار فعالیت‌های رسانه‌ای با استفاده از این ابزار، مخاطبان می‌توانند خود، خانواده و فرزندانشان را از قربانی شدن در برابر جرائم یا ارتکاب جرم مصون و محفوظ نگاه دارند (ولیزاده و جعفری، ۱۳۹۸، ص. ۲۱۴).

محققان و صاحب‌نظران حوزه جرم‌شناسی و جامعه‌شناسی این امر را تأیید می‌کنند که قرار گرفتن در معرض خشونت‌های رسانه‌ای، رفتارهای خشونت‌آمیز را افزایش می‌دهند و کودکان را به سمت رفتارهای پرخاشگرانه سوق می‌دهند و عداوت و دشمنی را در آن‌ها تقویت می‌کنند. این امر موجب بروز ترس‌های بسیار، نگرانی‌ها و بی‌خوابی در کودکان می‌گردد. به همین خاطر همان‌طور که دانش‌آموزان وارد عصر فرهنگ اشباع شده توسط رسانه‌ها می‌شوند، نیاز به فراگیری مهارت‌های جدید برای زندگی به صورت مستقل و نگاهی پرسش‌گر نسبت به مسائل در جامعه را دارند. همچنین دانش‌آموزان باید مهارت‌های ضروری برای تفکر، رابطه هوشیارانه با رسانه‌ها، استفاده از تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای نوشتاری، سمعی و بصری را فرا بگیرند. مربیان می‌توانند با ترکیب مهارت‌های سواد رسانه‌ای در فعالیت‌های کلاسی روزمره

شروع کنند، آن‌ها می‌توانند توجه دانش‌آموزان را به عدالت و انصاف و چگونگی عملکرد رسانه‌ها معطوف سازند، زیرا دانش‌آموزان انگیزه بالایی نسبت به تبلیغات فریب‌آمیز و اعمال خشونت‌آمیز در جامعه دارند، می‌توان آگاهی آن‌ها را از روش‌های تولید یک رسانه، اثرات مالکیت رسانه‌های متمرکز بالا برد. همچنین می‌توان به آن‌ها با پرسیدن سؤالاتی درباره آنچه که آنان می‌بینند، می‌خوانند یا می‌شنوند کمک کرد و درک عمیق از رسانه و اثراتش را توسعه داد. سواد رسانه‌ای یک جنبش ضد رسانه‌ای نیست؛ زیرا به راحتی می‌تواند با همه اصول هماهنگ شود و مناسب با زندگی دانش‌آموزان و حتی سرگرم‌کننده باشد. سواد رسانه‌ای، توسعه سوادهای سنتی نظیر خواندن، نوشتن، صحبت کردن و گوش دادن است که همه این موارد بر روی تفسیر، تولید و مصرف پیام‌ها تأثیر می‌گذارد (امیرانتخابی و رجبی، ۱۳۹۸، ص. ۷۲).

با توجه به پیشینه تجربی و مبانی نظری پژوهش، فرضیه‌های زیر طرح می‌شوند:

- میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب جنسیت آن‌ها متفاوت است.

- میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب نوع مدرسه متفاوت است.

- میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب منطقه یا محل سکونت آن‌ها متفاوت است.

- بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده فرد و تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه رابطه وجود دارد.

- بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه رابطه وجود دارد.

۳. روش تحقیق

روش پژوهش به کار گرفته شده در تحقیق حاضر، براساس هدف پژوهش، کاربردی و براساس شیوه جمع‌آوری داده‌ها، پیمایشی است. همچنین بر اساس میزان ژرفایی، پهنانگر بوده و با توجه به عامل زمان، مقطعی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تبریز در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ است که تعداد آن‌ها مطابق با آمار آموزش و پرورش شهر تبریز برابر با ۶۰۳۷۷ نفر است. روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. روش کار نمونه‌گیری به این صورت است که در مرحله نخست، هر یک از مناطق پنج‌گانه آموزش و پرورش شهر تبریز به عنوان یک خوشه در نظر گرفته شد. در مرحله دوم، کار نمونه‌گیری در داخل هر یک از خوشه‌ها (نواحی پنج‌گانه) انجام شد و بر اساس آن همه دبیرستان‌های مقطع دوم دخترانه و پسرانه دولتی، غیرانتفاعی و نمونه دولتی در طرح نمونه‌گیری قرار گرفتند. در مرحله سوم از هر ناحیه، ۶ مدرسه (۲ مدرسه دخترانه و پسرانه دولتی، ۲ مدرسه دخترانه و پسرانه نمونه دولتی و ۲ مدرسه دخترانه و پسرانه غیرانتفاعی) به شکل تصادفی انتخاب شدند. در مرحله آخر از هر مدرسه به شکل تصادفی، ۱۳ نفر پرسشنامه‌ها را تکمیل نمودند. برای انتخاب حجم نمونه، از فرمول عمومی کوکران استفاده شد. با استفاده از این فرمول، حجم نمونه برابر با ۳۹۰ نفر برآورد شد.

$$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + t^2 \cdot p \cdot q} = \frac{60377 \cdot 1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.05}{60377 \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.05} = 390$$

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به سطوح سنجش متغیرها از آزمون‌های تفاوت میانگین (T و F) و ضریب همبستگی r پیرسون بهره گرفته شده است. همچنین برای آزمون مدل تدوین شده پژوهش از نرم افزار AMOS استفاده شده است. همچنین برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه ذیل استفاده شده است:

پرسشنامه تمایل به رفتارهای بزهکارانه: منظور از بزهکاری گرایش دانش‌آموزان به اعمال خلاف قانون یا موازین مذهبی و عرف جامعه است که افراد بزهکار میل به انجام آن دارند. در

این تحقیق با بهره‌گیری از پژوهش‌های خوبی‌نژاد (۱۳۹۵) و شریفی (۱۳۸۸)، گرایش به رفتارهای بزهکارانه با استفاده از گویه‌های زیر در قالب طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای (هرگز، خیلی کم، کم، زیاد، خیلی زیاد) سنجیده شده است:

جدول ۱. عملیاتی‌سازی متغیر گرایش به بزهکاری

متغیر	گویه‌ها
تمایل به رفتارهای بزهکارانه	مصرف دخانیات و قلیان، مصرف مواد مخدر (گل، تریاک، ماری‌جوانا، حشیش و...)، مصرف مشروبات الکلی، تماشای فیلم‌های مبتذل یا پورن، همجنس‌بازی، مصرف قرص‌های روان‌گردان همچون قرص ایکس، روابط جنسی با جنس مخالف، چت کردن با جنس مخالف در رابطه با موضوعات جنسی (سکس چت)، فرار از مدرسه، شرط‌بندی یا قمار، تخریب اموال عمومی یا شخصی دیگران، تقلب در امتحانات، ایجاد مزاحمت در خیابان یا راه مدرسه برای افراد غیرهمجنس، دعوا با دیگران در مدرسه، ضرب‌وجرح یا زدوخورد با دیگران، پوشیدن لباس‌های هنجارشکنانه (همچون زخمی، پاره و...)، شرکت در پارتی‌های مختلط، عدم رعایت قوانین و مقررات مدرسه، ماندن در بیرون از منزل تا پاسی از شب

پرسشنامه سواد رسانه‌ای: سواد رسانه‌ای عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که درنهایت به نفع آنان باشد (کورتز^۱، ۲۰۰۱). در پژوهش حاضر، مفهوم سواد رسانه‌ای با بهره‌گیری از تحقیق جعفری (۱۳۹۷) عملیاتی شده است. این پرسشنامه دارای سه مؤلفه تنوع و مهارت، جمع‌آوری و تولید اطلاعات و نگاه انتقادی است که دارای ۳۳ گویه می‌باشد که به‌منظور سنجش سطح سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در قالب طیف لیکرت مورد استفاده قرار می‌گیرد. در جدول ۲، گویه‌ها و شاخص‌های مورد استفاده برای سنجش مفهوم سواد رسانه‌ای آورده شده است.

1. Kurtz

جدول ۲. عملیاتی‌سازی متغیر سواد رسانه‌ای

متغیر	بعد	گویه‌ها
سواد رسانه‌ای	تنوع و مهارت	از رسانه‌های نوین مانند اینترنت چقدر استفاده می‌کنید؟ قبل از خرید کالاهای الکترونیکی مثل کامپیوتر، موبایل و...، چقدر از طریق اینترنت در مورد کارایی آن تحقیق می‌کنید؟ برای بررسی اطلاعات یک رسانه، چقدر به رسانه‌های دیگر مثل اینترنت و... مراجعه می‌کنید؟ برای دسترسی به اطلاعات موردنیازتان در اینترنت، چقدر از جستجوی پیشرفته یا علائم اختصاری (*: " و...) استفاده می‌کنید؟ برای کسب دانش و اطلاعات جدید، چقدر از رسانه‌های مکتوب مانند کتاب، مجلات و... استفاده می‌کنید؟ چقدر برای امنیت اطلاعاتتان، حافظه جانبی گوشی، رایانه یا فلش مموری شخصی‌تان را خودتان پر یا خالی می‌کنید؟ به‌طورمعمول مبادلات بانکی را چقدر از طریق اینترنت، تلفن، یا همراه بانک انجام می‌دهید؟ به‌طورمعمول هنگام استفاده از رسانه‌ها، چقدر به مدت‌زمان صرف شده‌تان توجه می‌کنید؟ در ارسال و دریافت ایمیل اگر با مشکلی مانند ویروس، اسپم، فرمت فایل و... مواجه شدید، چقدر می‌توانید آن را رفع کنید؟ از شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی مثل تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک و... چقدر استفاده می‌کنید؟
	جمع‌آوری و تولید اطلاعات	به‌طورمعمول چقدر فیلم‌ها و برنامه‌های خارجی موردعلاقه‌تان را به زبان اصلی تماشا می‌کنید؟ چقدر سعی می‌کنید اطلاعات بیشتری در مورد روش‌های کار رسانه‌ها مانند مونتاژ، جلوه‌های ویژه و... به دست بیاورید؟ به‌طورمعمول چقدر فیلم‌های مطرح جهان را تماشا می‌کنید؟ در استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای چقدر می‌توانید شبکه‌های نامناسب برای کودکان را مسدود یا قفل‌گذاری کنید؟ دانش و اطلاعات خود را به شکل کلیپ، کامنت، پست و... چقدر در اختیار دیگران قرار می‌دهید؟ به‌طورمعمول در مورد خبرهای رسانه‌ای چقدر به تاریخ آن‌ها توجه می‌کنید؟ چقدر مطالب مهم روزنامه، مجلات یا کلیپ‌های موردعلاقه‌تان را برای استفاده در آینده ذخیره می‌کنید؟ پشت‌صحنه فیلم‌ها و برنامه‌های مستند را چقدر پیگیری می‌کنید؟ به‌طورمعمول چقدر برای دیدن برنامه یا کسب اطلاعاتی خاص، از رسانه‌ها استفاده می‌کنید؟ پس از کسب اطلاعات جدید از رسانه‌ها، چقدر با دیگران در مورد آن تبادل‌نظر می‌کنید؟
	نگاه انتقادی	به‌طورمعمول برای کسب اطلاعات از رسانه‌ها چقدر به منابع آن‌ها توجه می‌کنید؟ شبکه‌های اجتماعی مجازی چقدر توانسته‌اند مکانی مناسب برای طرح دیدگاه‌های متفاوت و افزایش اطلاعات افراد باشند؟ به‌طورمعمول چقدر از امکانات شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دریافت اخبار، اطلاعات آموزشی و... استفاده می‌کنید؟ استفاده

متغیر	بعد	گویه‌ها
		از شبکه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی در جمع‌های خانوادگی یا دوستانه چقدر باعث سردی روابط می‌شود؟ به نظر شما موسیقی و تصاویر پس‌زمینه پیام، چقدر برداشت ما از پیام را تغییر می‌دهد؟ به نظر شما پخش شایعات در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، چقدر بیش از سایر رسانه‌ها است؟ چقدر توسط تلفن، پیامک و... نظرات خود را به شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی منتقل می‌کنید؟ به نظر شما چقدر برخی از رسانه‌ها به جهت حفظ منافع خود، حقایق را وارونه جلوه می‌دهند؟ برخی از رسانه‌ها در بیان آسیب‌های اجتماعی چقدر بزرگ‌نمایی می‌کنند؟ دیدگاه‌های شما به‌طور معمول چقدر با آنچه رسانه‌ها تعبیر و تفسیر می‌کنند، متفاوت است؟ به نظر شما رسانه‌ها به‌طور معمول چقدر سبک زندگی مدرن و مدگرایی را ترویج می‌دهند؟ رسانه‌ها به‌طور معمول چقدر مصرف‌گرایی را تبلیغ می‌کنند؟ به نظر شما تبلیغات تلویزیونی به‌طور معمول چقدر اغراق‌آمیز هستند؟

پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده: به بخشی از جامعه اطلاق می‌شود که به لحاظ داشتن ارزش‌های مشترک، منزلت اجتماعی معین، فعالیت‌های دسته‌جمعی، میزان ثروت و دیگر دارایی‌های شخصی و نیز آداب معاشرت، با دیگر بخش‌های همان جامعه متفاوت باشد. برای مطالعه ساختار طبقاتی جامعه، از سه روش عمده استفاده می‌شود. این روش‌ها عبارتند از روش‌های اشتهراری، ذهنی و عینی. در روش اشتهراری، پژوهشگر از افراد می‌پرسد که افراد دیگر را در کدام طبقه اجتماعی می‌توان قرار داد. در روش عینی، پژوهشگر ملاک‌های عضویت در طبقه اجتماعی و تعداد طبقاتی را که جامعه به آن‌ها تقسیم شده است تعیین می‌کند و سپس افراد براساس ملاک‌های مشخص، در یک طبقه اجتماعی قرار می‌گیرند. در پژوهش حاضر، پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده افراد از طریق مؤلفه‌های سطح درآمد خانواده، وضعیت شغلی پدر و میزان تحصیلات پدر و مادر به متغیری پنج طبقه تبدیل شده است که عبارتند از: پایین، متوسط رو به پایین، متوسط، متوسط رو به بالا و بالا. با توجه به این که ارتباط یا تأثیر اجزای تشکیل‌دهنده این شاخص با متغیر وابسته از الگوی نسبتاً یکسانی برخوردار بوده است، بنابراین به جای استفاده از تک تک ابعاد، از شاخص کل پایگاه اقتصادی- اجتماعی در تحلیل‌ها استفاده شده است. لازم

به ذکر است که شاخص کل پایگاه اقتصادی اجتماعی از طریق استانداردسازی (تبدیل به نمره Z استاندارد) نمرات ابعاد سطح درآمد خانواده، وضعیت شغلی پدر و میزان تحصیلات والدین به دست آمده و لذا تبدیل به متغیری در سطح سنجش فاصله‌ای شده است.

در پژوهش حاضر، روایی ابزار پژوهش از طریق اعتبار صوری یا مراجعه به افراد متخصص و صاحب نظر تضمین گردید. بدین منظور، پرسشنامه طراحی شده به همراه چارچوب نظری و فرضیه‌های پژوهش در اختیار اساتید و متخصصین قرار داده شد و نقطه نظرات آن‌ها در تدوین نهایی پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. برای تضمین پایایی (ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسان یا مشابهی به دست می‌دهد) ابزار سنجش از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. اطلاعات جدول ۳ بیانگر آن است که پایایی ابزار متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷۰ هستند و بنابراین پرسشنامه طراحی شده از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۳. ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد گویه	مقدار آلفای کرونباخ
سواد رسانه‌ای	۳۴	۰/۷۸
تمایل به رفتارهای بزهکارانه	۱۹	۰/۸۹

۴. یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی پژوهش بیانگر آن است که تعداد پاسخگویان ۳۹۰ نفر است و ۴۹/۷ درصد (۱۹۴ نفر) مشارکت‌کنندگان دختر و ۵۰/۳ درصد (۱۹۶ نفر) پسر هستند. خانواده ۲۰ درصد از پاسخگویان از پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا، ۱۹/۲۳ درصد متوسط رو به بالا، ۲۰/۵۱ درصد متوسط، ۲۲/۰۵ درصد متوسط رو به پایین و ۱۸/۲۰ درصد نیز از پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین برخوردار هستند. همچنین دانش‌آموزان به شکل برابری از همه مدارس دولتی، نمونه دولتی و غیرانتفاعی با ۳۳/۳۳ درصد (۱۳۰ نفر از هر نوع مدرسه) در پژوهش حاضر حضور یافته‌اند. علاوه بر این، ۳۲/۰۵ درصد پاسخگویان از مناطق محروم یا کم برخوردار شهر تبریز، ۳۶/۱۵ درصد از مناطق نیمه‌برخوردار و ۳۱/۷۹ درصد نیز از مناطق برخوردار هستند.

نتایج مندرج در جدول ۴: شاخص‌های توصیفی سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه را نشان می‌دهد. در تحلیل داده‌ها در ابتدا با بررسی پیش‌فرض‌های آماری با استفاده از کشیدگی و چولگی و همچنین آزمون شاپیرو ویلک نرمال بودن داده‌ها تأیید شد. با توجه به مقدار میانگین‌های به دست آمده، نتایج بیانگر آن است که میانگین شاخص سواد رسانه‌ای ۱۱۵/۷۱ برآورد شده است. این مقدار میانگین با توجه به بازه‌ای که این متغیر از آن برخوردار است (۳۳ تا ۱۶۵)، در سطح متوسط رو به بالایی قرار دارد. این بدین معنا است که بخش قابل‌توجهی از پاسخگویان از سواد رسانه‌ای بالایی برخوردارند. همچنین میانگین شاخص گرایش به بزهکاری ۴۲/۱۲ برآورد شده است. این مقدار میانگین با توجه به بازه‌ای که این متغیر از آن برخوردار است (۱۹ تا ۹۵)، در سطح پائینی قرار دارد. این بدین معنا است که بخش قابل‌توجهی از پاسخگویان گرایش به رفتارهای بزهکارانه ندارند.

جدول ۴. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کشیدگی	چولگی	شاپیرو ویلک	
					مقدار	معناداری
سواد رسانه‌ای	۱۱۵/۷۱	۲۰/۵۳	-۰/۰۰۹	۰/۵۵۱	۰/۵۲	۰/۱۸۳
تمایل به رفتارهای بزهکارانه	۴۲/۱۲	۱۴/۹۵	۰/۲۱۲	-۰/۰۸۷	۰/۸۷	۰/۱۵۴

فرضیه ۱: میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب جنسیت آن‌ها متفاوت است.

جدول ۵. آزمون تفاوت میانگین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه بر حسب جنسیت

گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	سطح معناداری
پسر	۲۸/۹۴	۱۱/۱۴	۱/۲۸	۳۸۸	۰/۲۰۱
دختر	۲۷/۶۰	۹/۵۶			

نتایج مندرج در جدول ۵: تفاوت معناداری بین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه بر حسب جنسیت پاسخگویان با توجه به سطوح معناداری به دست آمده که بالاتر از ۰/۰۵ است و نیز مقدار آزمون t که پائین‌تر از ۱/۹۶ است را نشان نمی‌دهد؛ بنابراین، فرضیه اول پژوهش رد می‌شود.

فرضیه ۲: میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب نوع مدرسه متفاوت است.

جدول ۶. آزمون تفاوت میانگین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه بر حسب نوع مدرسه

گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معناداری
دولتی	۲۸/۷۹	۱۰/۴۰	۰/۶۱۶	۰/۵۴۱
نمونه دولتی	۲۷/۶۵	۱۰/۹۱		
غیرانتفاعی	۲۷/۶۰	۱۰/۲۳		

نتایج مندرج در جدول ۶: تفاوت معناداری بین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب نوع مدرسه آن‌ها با توجه به سطح معناداری به دست آمده برای آماره F را که بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است نشان نمی‌دهد؛ بنابراین، فرضیه دوم پژوهش رد می‌شود.

فرضیه ۳: میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب منطقه یا محل سکونت آن‌ها متفاوت است.

جدول ۷. آزمون تفاوت میانگین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه بر حسب منطقه سکونت

گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معناداری
برخوردار	۲۶/۴۹	۹/۸۰	۱۴/۵۵	۰/۰۰۱
نیمه‌برخوردار	۲۸/۵۴	۱۰/۹۵		
کم‌برخوردار	۳۰/۶۵	۱۱/۸۳		

نتایج مندرج در جدول ۷: تفاوت معناداری بین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب محل یا منطقه سکونت آن‌ها با توجه به سطح معناداری به دست آمده برای آماره F که بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است را نشان می‌دهد. به‌طوری‌که میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین پاسخگویان ساکن مناطق کم‌برخوردار بیشتر از افراد ساکن مناطق نیمه‌برخوردار و برخوردار است. همچنین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین افراد ساکن مناطق نیمه‌برخوردار بیشتر از افراد ساکن مناطق برخوردار است؛ بنابراین، فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه ۴: بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده فرد و تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه رابطه وجود دارد.

جدول ۸. آزمون رابطه بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و تمایل به رفتارهای بزهکارانه

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
پایگاه اقتصادی- اجتماعی و تمایل به رفتارهای بزهکارانه	-۰/۲۷	۰/۰۰۱

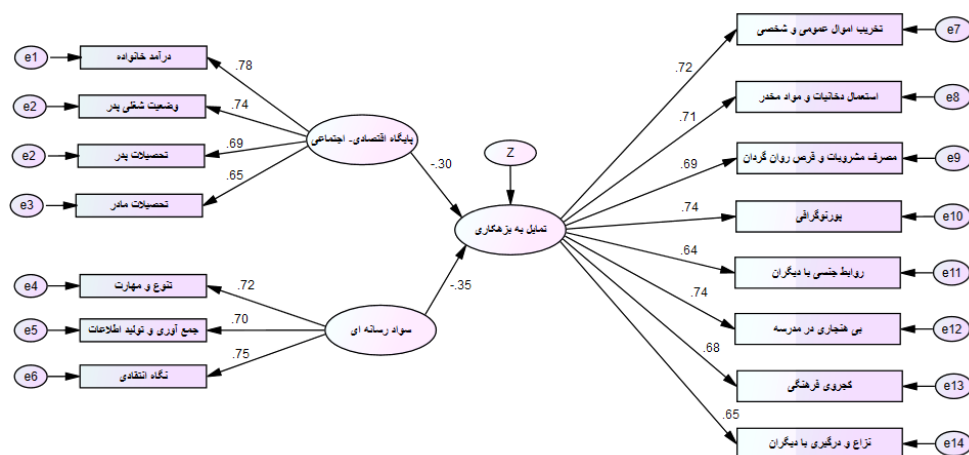
نتایج مندرج در جدول ۸: بیانگر آن است که با توجه به سطح معناداری آزمون همبستگی پیرسون که کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده دانش‌آموزان و تمایل به رفتارهای بزهکارانه همبستگی (-۰/۲۷) معنادار معکوسی وجود دارد؛ به‌طوری‌که با بالا رفتن پایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده فرد، از تمایل آن‌ها به رفتارهای بزهکارانه کاسته می‌شود؛ بنابراین فرضیه چهارم پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه ۵: بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه رابطه وجود دارد.

جدول ۹. آزمون رابطه بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه	-۰/۳۳	۰/۰۰۱

نتایج مندرج در جدول ۹: بیانگر آن است که با توجه به سطح معناداری آزمون همبستگی پیرسون که کوچک‌تر از $0/05$ است، بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه همبستگی ($-0/33$) معنادار معکوسی وجود دارد؛ به‌طوری‌که با افزایش میزان سواد رسانه‌ای افراد، از تمایل آن‌ها به رفتارهای بزهکارانه کاسته می‌شود؛ بنابراین فرضیه پنجم پژوهش تأیید می‌شود. در پژوهش حاضر به‌منظور مشخص نمودن تأثیر متغیرهای مستقل (سواد رسانه‌ای و پایگاه اقتصادی-اجتماعی) بر تمایل به رفتارهای بزهکارانه، مدل نظری یا تدوین شده برای پاسخگویان آزمون شده است.



شکل ۱. آزمون مدل تدوین شده پژوهش در حالت استاندارد

نتایج مندرج در شکل ۱: بیانگر آن است که پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده $-0/30$ بر تمایل به رفتارهای بزهکارانه تأثیر دارد؛ به عبارت دیگر؛ پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده یکی از عوامل اساسی در کاهش تمایل به رفتارهای بزهکارانه دانش‌آموزان است. همچنین سواد رسانه‌ای بر تمایل به رفتارهای بزهکارانه $-0/33$ تأثیر دارد و این بدین معناست که با افزایش سواد رسانه‌ای، تمایل به رفتارهای بزهکارانه کاهش می‌یابد.

جدول ۱۰. معیارهای برازش مدل

PRATIO	PCFI	PNFI	NFI	CMIN/DF	CFI	RMSE	AGFI	GFI
۰/۸۹	۰/۵۴	۰/۴۹	۰/۹۲	۲/۵۴	۰/۹۳	۰/۰۴	۰/۹۲	۰/۹۰

نتایج مندرج در جدول ۱۰: بیانگر آن است که همه شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین مدل ترسیم شده، مدلی است که می‌تواند تا حدودی داده‌های ما را با مدل نظری تطبیق دهد. به عبارت دیگر، مدل ما نشان می‌دهد که داده‌های تجربی ما می‌توانند به صورت مطلوبی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

۵. نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین پسران کمی بیشتر از دختران است ولی این اختلاف معنادار نیست. این یافته در تضاد با یافته‌های پژوهش باصری (۱۳۸۵) است. با این حال در تحلیل این اختلاف مشاهده شده می‌توان گفت که وجود تفاوت‌های زیستی و تربیتی در پسران و دختران، انتظارات فرهنگی و اجتماعی متفاوت و آزادی بیشتر پسران، احتمالاً امکان گرایش به بزهکاری را در پسران افزایش می‌دهد. همچنین از آنجایی که میزان کنترل‌های غیررسمی همچون نظارت والدین، بر روی پسران کمتر از دختران است، میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین پسران بیشتر از دختران است. همچنین خصوصیات یا ویژگی‌های جسمانی پسران، زمینه را برای تمایل به رفتارهای بزهکارانه در پسران مساعدتر می‌کند.

علاوه بر این، دیگر یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که بین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب نوع مدرسه آن‌ها تفاوتی وجود ندارد. در تحلیل این یافته نیز می‌توان گفت با توجه به اینکه مدارس بعد از خانواده‌ها مهم‌ترین عوامل جامعه‌پذیری دانش‌آموزان هستند و در همه مدارس تقریباً از اصول و استانداردهای مشابهی برای اجتماعی‌شدن و نهادینه نمودن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی استفاده می‌شود، لذا تفاوتی بین نوع مدارس در زمینه تمایل به رفتارهای بزهکارانه وجود ندارد.

سایر یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که بین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه بر حسب محل یا منطقه سکونت آن‌ها تفاوت معناداری وجود دارد. به‌طوری‌که میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین پاسخگویان ساکن مناطق کم‌برخوردار بیشتر از افراد ساکن مناطق نیمه‌برخوردار و برخوردار است. همچنین میزان تمایل به رفتارهای بزهکارانه در بین افراد ساکن مناطق نیمه‌برخوردار بیشتر از افراد ساکن مناطق برخوردار است. علاوه بر این، بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده دانش‌آموزان و تمایل به رفتارهای بزهکارانه همبستگی (۰/۲۷-) معنادار معکوسی وجود دارد؛ به‌طوری‌که با بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده فرد، از تمایل آن‌ها به رفتارهای بزهکارانه کاسته می‌شود. این یافته در راستای یافته‌های پژوهش‌های خوبی‌نژاد (۱۳۹۵) و باصری (۱۳۸۵) است که در مطالعاتشان نشان دادند پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده‌ها و سکونت در مناطق برخوردار و بالای شهری عاملی مهم در کاهش رفتارهای بزهکارانه افراد هستند. در تحلیل این یافته‌ها با استفاده از نظریه فرهنگ طبقه پائین والتر میلر می‌توان گفت که پسرهای خانواده‌های طبقات پایین، بیشتر از پسرهای سایر طبقات اجتماعی از آزادی و استقلال برای ترک خانه برخوردارند. آنان همین‌طور نسبت به بچه‌های طبقه متوسط برای انجام دادن برخی از بزهکاری‌ها نظیر خوردن مشروبات الکلی و کشیدن سیگار که منتسب به بزرگسالان است مستعدتر هستند؛ زیرا خودمختاری از ویژگی‌های منحصر به فرد بچه‌های طبقه پایین است. علاوه بر خودمختاری، قانون و مقررات از منظر جوانان این طبقه، به‌عنوان پدیده‌ای تعریف می‌شود که برای آنان ایجاد زحمت و مزاحمت می‌کند. از طرفی دیگر، جوانان طبقات پایین، پلیس را به‌عنوان منبعی از حفاظت یا خدمات اجتماعی مورد توجه قرار نداده و نقش پلیس را ایجاد زحمت یا مزاحمت و به ستوه آوردن مردم می‌دانند و بر این اساس تمایلی به احترام گذاشتن به پلیس ندارند. چنین نگرشی نسبت به پلیس، جوانان طبقات پایین را برای اعمال بزهکارانه آماده می‌سازد.

بخش دیگری از یافته‌های پژوهش نشان داد که بین سواد رسانه‌ای و تمایل به رفتارهای بزهکارانه همبستگی (۰/۳۳-) معناداری وجود و سواد رسانه‌ای عاملی تأثیرگذار در کاهش تمایل

به رفتارهای بزهکارانه است. این یافته همسو با یافته‌های پژوهش‌های فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸)، نورآذر (۱۳۹۹)، ملکی و هاشیمان‌فر (۱۳۹۹)، شریفی رهنمو و همکاران (۱۳۹۹)، آقایی (۱۳۹۹)، اسکاریر (۲۰۰۹)، پیراومورا (۲۰۱۸) و خچی و همکاران (۲۰۱۹) است که سواد رسانه‌ای را عاملی در کاهش آسیب‌های اجتماعی و رفتارهای انحرافی می‌دانند. در تحلیل این یافته، مطابق با نظریه یادگیری اجتماعی می‌توان گفت که افراد (نوجوانان) رفتارهای بزهکارانه و تمایل به این رفتارها را از منابع مختلف همچون گروه همسالان و رسانه‌ها فرا می‌گیرند. رسانه‌ها با بازنمایی رسانه‌ای، باورها، ارزش‌ها، هنجارها و دیدگاه‌های مختلفی را به مخاطبان القاء می‌کنند. بزهکاری، آسیب‌های اجتماعی، جرم و عدم ارتکاب این رفتارها تحت تأثیر سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و جهت‌گیری‌های اساسی رسانه‌های ارتباط جمعی است. درواقع، رسانه‌ها همچون شمشیر دولبه‌ای عمل می‌کنند که می‌توانند تمایلات ارتکاب کجروی و بزهکاری را افزایش دهند و بدین ترتیب امنیت و احساس امنیت را کاهش دهند و از سویی دیگر، با اطلاع‌رسانی مناسب و صحیح، الگوهای درست برای یک زندگی سالم را تبلیغ و نهادینه سازند و در نتیجه انحراف و بزهکاری را در جامعه کاهش داده و امنیت و احساس امنیت را تقویت نمایند. همان‌طور که در چهارچوب نظری پژوهش نیز گفته شد، شیوه انعکاس و بازنمایی بسیاری از محتواها توسط رسانه‌ها نیز دارای اهمیت است به‌طوری‌که رسانه‌ها با انعکاس برخی انحرافات و شیوه‌های گوناگون ارتکاب جرم و اعمال خشونت می‌توانند در وقوع جرم در جامعه مؤثر باشند و نتایج کوتاه‌مدت و درازمدتی در این عرصه داشته باشند. به این معنا که با نشان دادن جرائم و ناهنجاری‌هایی نظیر انواع خشونت‌ها، آسیب‌ها، کلاهبرداری و... می‌توانند نوعی هیجان در رفتار افراد ایجاد کنند و آن‌ها را در جهت بروز رفتار جرم و بزهکاری ترغیب کنند. برای مصون ماندن از این هیجانات، داشتن سواد رسانه‌ای الزامی است. سواد رسانه‌ای، دیدگاهی است برای رویارویی با رسانه‌ها و تفسیر پیام‌های دریافتی. با دارا بودن سواد رسانه‌ای و آشنایی با جنبه‌های نهان و آشکار فعالیت‌های رسانه‌ای با استفاده از این ابزار، مخاطبان می‌توانند خود، خانواده و فرزندان‌شان را از قربانی شدن در برابر جرائم یا ارتکاب جرم محفوظ نگاه دارند. در این زمینه،

بیداروند و همکاران (۱۴۰۱) نیز نشان داده‌اند که بین درک محتوای پیام‌ها، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها، گزینش آگاهانه پیام‌ها، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، عقلانیت و نگاه انتقادی به پیام‌ها به عنوان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای با کاهش آمار بزهکاری رابطه مستقیم وجود دارد.

از آنجایی که یافته‌های پژوهش نشان داد بین سواد رسانه‌ای با تمایل به رفتارهای بزهکارانه رابطه معنی‌داری وجود دارد، در جهت ارتقاء میزان سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان لازم است که نظام آموزش و پرورش و رسانه ملی که متولیان اصلی آموزش سواد رسانه‌ای به افراد هستند، توجه ویژه‌ای نسبت به آموزش مباحث سواد رسانه‌ای داشته باشند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود که از مقطع ابتدایی به آموزش سواد رسانه‌ای از طریق قرار دادن واحدها و دروس مربوطه بپردازد تا این که دانش‌آموزان بتوانند از رسانه‌های نوین و فضای مجازی، عاقلانه و هدفمند استفاده کنند و با رویکردی نقادانه نسبت به محتوای رسانه‌ها، اعتبار اطلاعات را از منابع متعدد بررسی و ارزیابی کنند. هم‌چنین رسانه ملی نیز می‌تواند از طریق تولید انیمیشن‌های مختلف و تبلیغات جذاب و نوجوان‌پسند به آموزش سواد رسانه‌ای بپردازد. علاوه بر این، کاهش احساس محرومیت نسبی و رسیدگی به مشکلات اقتصادی افراد در جهت رسیدن به عدالت اجتماعی و کاهش شکاف اقتصادی نیز می‌تواند عاملی مهم در کاهش تمایلات بزهکارانه در نوجوانان باشد.

کتابنامه

۱. آقایی، م. (۱۳۹۹). نقش رفتار مبتنی بر سواد رسانه‌ای در پیشگیری از وقوع انواع جرایم در بین خانوارهای اصفهانی. *مطالعات پیشگیری از جرم*، ۱۵ (۵۶)، ۱۱۷-۱۳۷.
۲. آقایی، س. (۱۳۹۶). رسانه و جرم از منظر جرم‌شناسی فرهنگی. *مطالعات حقوق کیفری و جرم‌شناسی*، ۴ (۱)، ۳۵-۱.
۳. امیر انتخابی، ش.، و رجبی، س. (۱۳۹۸). بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه‌ای. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱ (۳)، ۵۷۳-۵۸۳.

۴. باصری، م. (۱۳۸۵). بررسی عوامل خانوادگی موثر بر رفتار بزهکارانه نوجوانان: مطالعه موردی شهر شیراز (پایان نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه شیراز، ایران.
۵. بیداروند، م.، پورقهرمانی، ب.، و بیگی، ج. (۱۴۰۱). تأثیر پیشگیرانه سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بر بزهکاری در بستر فناوری‌های نوین در دوران اپیدمی کرونا. حقوق فناوری‌های نوین، ۳(۵)، ۵۳-۳۳.
۶. تقی‌زاده، ع. (۱۳۹۶). اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان. پژوهش‌های ارتباطی، ۴(۹۲)، ۱۷۴-۱۵۳.
۷. جعفری، م. (۱۳۹۷). بررسی ارتباط بین سواد رسانه‌ای و گرایش به بزهکاری جوانان (پایان نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، ایران.
۸. حق‌پرست، ا.، قیومی، ع.، و امیرحسینی، ز. (۱۳۹۷). رابطه سرمایه و سلامت اجتماعی و سواد رسانه‌ای با کاهش آسیب‌های اخلاقی در شبکه اجتماعی اینستاگرام. مطالعات میان فرهنگی، ۱۳(۳۵)، ۷۰-۴۱.
۹. خوبی‌نژاد، م. (۱۳۹۵). بررسی عوامل اقتصادی، اجتماعی مرتبط با رفتارهای نابهنجار در مدرسه و خانه به عنوان یک رفتار بزهکارانه در بین دانش‌آموزان مدارس راهنمایی شهر بهمنی (پایان نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه شیراز، ایران.
۱۰. شریفی، س. (۱۳۸۸). بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مرتبط با تمایل دختران به رفتار بزهکارانه (مطالعه موردی دختران ۱۵ تا ۲۴ سال شهر شیراز) (پایان نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه شیراز، ایران.
۱۱. شریفی رهنمو، س.، سراجی، ف.، و شریفی رهنمو، م. (۱۳۹۹). رابطه بین میزان سواد رسانه‌ای با کاهش آسیب‌های اجتماعی استفاده از اینستاگرام با تأکید بر نقش پلیس (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر همدان). مطالعات امنیت اجتماعی، ۱۱(۶۱)، ۱۳۳-۱۵۶.
۱۲. شکرخواه، ی. (۱۳۶۸). سواد رسانه‌ای: یک مقاله عقیده‌ای. فصلنامه رسانه، ۱۷(۴)، ۲۷-۳۲.
۱۳. فرقانی، م.، و خدامرادی، ی. (۱۹۸). نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان متوسطه دوم چهار محال بختیاری). مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۰(۴۵)، ۸۵-۱۰۲.

۱۴. کردی حاجی، آ.، حاجی‌تبار فیروزجائی، ح.، و کلانتری، ک. (۱۴۰۱). عوامل خطرآفرین و پیشگیری‌کننده از بزهکاری کودکان و نوجوانان از دیدگاه قضات، مددکاران اجتماعی و مدیران مدارس استان مازندران. *رفاه اجتماعی*، ۲۲(۸۴)، ۱۶۱-۱۸۰.
۱۵. کانسیداین، د. (۱۳۷۹). *درآمدی بر سواد رسانه‌ای* (ن. بلیغ، مترجم). تهران: انتشارات اداره کل تحقیق و توسعه صدا.
۱۶. گیلدنز، آ. (۱۳۹۳). *جامعه‌شناسی* (م. صبوری، مترجم). تهران: نی.
۱۷. محمدی، ش.، بیژنی میرزایی، ط.، و حاتمی، م. (۱۳۹۷). نقش خانواده، مدرسه و رسانه در پیشگیری از وقوع جرم با تأکید بر معیارهای بین‌المللی حاکم بر تعهد دولت‌ها در آموزش افراد. *تدریس‌پژوهی*، ۶(۴)، ۲۳۸-۲۵۸.
۱۸. ملکی، ف.، و هاشمیان‌فر، س. (۱۳۹۹). بررسی میزان و تأثیر سواد رسانه‌ای نوجوانان در بروز اغتشاشات. *دانش انتظامی اصفهان*، ۷(۲۳)، ۷۷-۱۰۵.
۱۹. نعمتی‌فر، ن.، خجسته باقرزاده، ح.، و کاظمی، ه. (۱۳۹۶). مطالعه سطح سواد رسانه‌ای کاربران رسانه‌های اجتماعی. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴(۱۶)، ۱۴۳-۱۷۵.
۲۰. نورآذر، ف. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر کاهش جرایم نوپدید مربوط به استفاده از فضای مجازی در بین جوانان شهر مشکین شهر. *نشریه دانش انتظامی اردبیل*، ۷(۲۷)، ۹۰-۱۱۰.
۲۱. ولیزاده، ک.، و جعفری، ع. (۱۳۹۸). نقش کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در ارتقای ابعاد سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۶(۴)، ۲۰۹-۲۲۳.

22. Cheunge, C. (2017). Promotion media literacy education in China: A case study of a primary school. *International Journal of Adolescence and Youth*, 21(2), 117-215.
23. Cortes, C. E. (2001). Knowledge construction and popular culture: The media as multicultural educator. *Educational Researcher*, 22(5), 4-14.
24. Garlan. Bulger, M., & Davison, P. (2018). The social networks, promises, challenges and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10 (1), 1-21.
25. Hobbs, F. (2003). Measured multi-modal comprehension & analysis of treatment & control groups of grade 11 concord high school. *Education Media International*.

26. Kovac, B., & Rosenstiehl, T. (2001). *Elements of journalism: What news people should know and the public should expect completely updated and revised*. New York: Three Rivers Press.
27. Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Gleaves, D. H., & Wilson, C. (2019). The impact of a social media literacy intervention on positive attitudes to tanning: A pilot study. *Computers in Human Behavior*, 90, 188-195.
28. Nagle, J. (2018). Twitter, cyber-violence, and the need for a critical social media literacy in teacher education: A review of the literature. *Teaching and Teacher Education*, 76, 86-94.
29. Paxson, P. (2005). *Media literacy: Thinking critically*. Portland: Walch Publication.
30. Pereira, S., & Moura, P. (2019). Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people. *European Journal of Communication*, 34(1), 20-37.
31. Purnama, S., Ulfah, M., Machali, I., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does digital literacy influence students' online risk? Evidence from Covid-19. *Heliyon*, 7(6), e07406.
32. Scharrer, E. (2009). Measuring the effects of a media literacy program on conflict and violence. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 12-27.
33. Silver, A. (2009). A European approach to media literacy: Moving toward an inclusive knowledge society. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 16(32), 11-13.
34. Suwana, F. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 212-217.
35. Thoman, E. (1995). *The 3 stages of media literacy*. Los Angeles, CA: Center for Media Literacy.
36. Vahedi, Z., Sibalis, A., & Sutherland, J. E. (2018). Are media literacy interventions effective at changing attitudes and intentions towards risky health behaviors in adolescents? A meta-analytic review. *Journal of Adolescence*, 67, 140-152.
37. Xie, X., Gai, X., & Zhou, Y. (2019). A meta-analysis of media literacy interventions for deviant behaviors. *Computers & Education*, 139, 146-156.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2024.79684.1260 مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

تبیین ارتباط چابکی استراتژیک با مؤلفه‌های تمایلات رفتاری مشتریان شرکت بیمه آسیا

محمدامین احمدزاده (دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول،

ایران)

a.ahmadzadeh811@gmail.com

محسن مرادی (دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران، نویسنده

مسئول)

momoradi2010@yahoo.com

محمدرضا مستقیمی (استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران)

m_r_mostaghimi@yahoo.com

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر چابکی استراتژیک بر تمایلات رفتاری مشتریان در شرکت بیمه آسیا انجام شده است. از نظر طرح تحقیق، مطالعه حاضر یک تحقیق کمی مقطعی از نوع همبستگی است؛ بر اساس هدف، یک تحقیق کاربردی است؛ از لحاظ نوع نظارت و درجه کنترل بر متغیرها در زمره تحقیقات توصیفی است؛ بر اساس ماهیت و روش در زمره تحقیقات میدانی از نوع پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق کارکنان و کارشناسان شرکت بیمه آسیا در استان خراسان رضوی به تعداد ۳۶۷ نفر بودند. با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۸۸ نفر به عنوان نمونه آماری تعیین و به روش تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد احمدزاده (۱۴۰۲) برای چابکی استراتژیک و زی‌تامل و همکاران (۱۹۹۶) برای تمایلات رفتاری مشتریان بود. روایی سازه‌ای پرسشنامه‌ها با تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد و پایایی آن‌ها با استفاده از ضریب پایایی مرکب ارزیابی و تأیید گردید. تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها در راستای آزمون فرضیه‌ها با مدل‌سازی معادلات ساختاری

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶، صص ۲۴۰-۲۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۹ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۱/۲۷ تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۱۱/۲۹

به روش حداکثر درست‌نمایی در نرم‌افزار AMOS انجام شده است. نتایج تحقیق نشان داد چابکی استراتژیک شرکت بیمه آسیا بر تمایل مشتریان به تبلیغ شفاهی، تمایل به توصیه شرکت به دیگران، تمایل به وفاداری به شرکت، تمایل به خرید بیشتر از شرکت و تمایل به پرداخت بیشتر اثرگذار است.

واژگان کلیدی: چابکی سازمانی، چابکی استراتژیک، تمایلات رفتاری، شرکت بیمه آسیا.

۱. مقدمه

۱.۱. بیان مسئله

در آغاز عصر نو که آن را عصر تغییر انقلابی یا عصر اقتصاد نوآورانه شبکه‌ای شده دانشی نامیده‌اند، سازمان‌ها با رقابت جهانی گسترده، تغییر سریع بازارها، کاهش زمان انتظار، کاهش دوره عمر محصولات، تنوع تقاضا، یورش فناوری‌های جدید، پیدایش مدل‌های گوناگون کسب‌وکار، افزایش پیچیدگی و عدم اطمینان مواجه شده‌اند. به همین دلیل، داز و کاسون^۱ (۲۰۰۸) بیان کرده‌اند سازمان‌ها برای فعالیت در جهان گسیخته باید چابکی استراتژیک را به اندازه کارایی عملیاتشان داشته باشند. هنگامی که برای حفظ پویایی سازمان در محیط رقابتی توجه به تغییر و یا اصلاح برنامه‌ریزی استراتژیک و اجرای استراتژی‌ها به میان می‌آید، تعریف و درک چابکی استراتژیک حیاتی می‌شود. درواقع، چابکی استراتژیک پا را فراتر از چابکی سازمانی می‌گذارد و قابلیت سازمان‌ها برای پاسخ‌گویی سریع به تغییرات محیط نامطمئن و همچنین شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات را نیز در بر می‌گیرد (ادریس و الرباعی^۲، ۲۰۱۳).

چابکی استراتژیک را یکی از عوامل اصلی موفقیت سازمان‌ها در محیط‌های متغیر معرفی می‌کنند و صاحب‌نظران، آن را به‌عنوان قابلیت سازمان برای انعطاف‌پذیری در رویارویی با تحولات جدید تعریف کرده‌اند (وبر و تاربا^۳، ۲۰۱۴). چابکی استراتژیک؛ از فرآیندها و سیاست‌های بیرون سازمان مشتق می‌شود، کاملاً مبتنی بر دانش است، به گسترش بازار و قابلیت‌ها

-
1. Doz & Kosonen
 2. Idris & Al-Rubaie
 3. Weber & Tarba

برای مطابقت بیشتر با محیط احتیاج دارد و ماهیتی ذاتاً پیش‌کنشی در پیش‌بینی و پاسخ‌گویی به تغییرات دارد (آربوسا^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). از این رو، برای سازمان توازن داخلی و خارجی ایجاد می‌کند (راویچاندرا^۲، ۲۰۱۸). این توانایی، سازمان را به درک صحیح از محیط متغیر خود و واکنش مناسب و به‌موقع در مقابل آن قادر می‌سازد (شین^۳ و همکاران، ۲۰۱۵).

ایجاد چابکی استراتژیک در عصر اقتصاد نوآوری، چالشی است که بیشتر سازمان‌ها در آن موفق نیستند و حتی برخی سازمان‌ها بعد از کسب قادر به حفظ آن نبوده و به علت تمرکز بیش‌ازاندازه بر روی رشد و فراموش کردن نیاز به چابک شدن، در گذر زمان توانایی خود را از دست می‌دهند؛ بنابراین، سازمان‌ها نیاز دارند از طریق سنجش مستمر از این قابلیت پویا آگاه شوند (احسن و انگویه^۴، ۲۰۰۵). براساس رویکرد مبتنی بر منابع، این قابلیت یک منبع ارزشمند، نادر، غیر قابل تقلید و غیر قابل جایگزین شدن است و به سازمان برای کسب و حفظ مزیت رقابتی پایدار کمک می‌کند (بارنی^۵، ۱۹۹۱). بر اساس مطالعات جدید نیز مسأله اصلی ایجاد و حفظ چابکی استراتژیک در سازمان‌هاست (وبر و تاربا، ۲۰۱۴). به عبارتی، مسأله‌ای که به‌عنوان دغدغه اصلی مدیران مطرح است مرتبط ساختن چابکی با تغییرات محیطی سازمان است. این موضوع از یک سو نحوه شناسایی تغییرات محیطی را مطرح می‌کند و از سوی دیگر، چالاک‌ی استراتژیک سازمان در ارتقای واکنش سازمان به تغییرات را نشان می‌دهد (راث^۶، ۱۹۹۶).

شرایط رقابتی صنعت بیمه شرکت‌های این صنعت را وادار کرده است که برای بقاء به جلب هرچه بیشتر مشتریان رو بیاورند. امروزه، نقش مشتریان از حالت پیروی از تولیدکننده به هدایت سرمایه‌گذاران، تولیدکنندگان و حتی محققان و نوآوران مبدل شده است. به همین دلیل، سازمان‌ها نیاز دارند مشتریان خود را بشناسند و برای آن‌ها برنامه‌ریزی کنند (حیدر و کایانی^۷، ۲۰۲۱).

1. Arbussa
2. Ravichandran
3. Shin
4. Ahsan & Ngo-Ye
5. Barney
6. Roth
7. Haider & Kayani

علاوه بر ترجیحات و خواسته‌های متغیر مشتریان، یکی دیگر از مواردی که اهمیت چابکی استراتژیک در این صنعت را نشان می‌دهد، رقابت روزافزون و رقابتی شدن بازار است (صالح و الناجی^۱، ۲۰۱۴). در سال‌های اخیر، رقابت در صنعت بیمه ایران نیز رو به فزونی گذاشته است و شرکت‌های بیمه برای بقا و سپس سودآوری نیازمند اتخاذ رویکردهای جدید هستند (عباسی و نظری، ۱۳۹۶). درواقع، مسأله اصلی تحقیق همین است که این شرکت‌ها چگونه می‌توانند از این مفهوم در راستای بهبود شرایط بازاری خود استفاده کنند.

یکی از مهم‌ترین مفاهیم در بازاریابی مصرف‌کننده برای شرکت‌های خدماتی، مفهوم تمایلات رفتاری است (هوگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). ازجمله مسائلی که در صنعت بیمه مهم است و کمک شایانی به رشد آن می‌کند پیش‌بینی رفتار مشتریان با شناسایی عوامل مؤثر بر تصمیم خرید بیمه است. بررسی تمایلات رفتاری مشتریان و یافتن راه‌های بهبود رضایت مشتری در این صنعت می‌تواند با چابکی استراتژیک رابطه تنگاتنگ داشته باشد (خورشید و مهرگان، ۱۳۹۳). تمایلات رفتاری مشتریان به‌عنوان نتایج ارزیابی خدمات و مجموعه‌ای از پاسخ‌های متعدد توضیح داده می‌شود. این تمایلات شامل میل برای درگیر شدن در گفته‌های کوچه و بازار، رفتار شکایتی، تغییر دادن خدمات، خرید مجدد و غیره می‌باشند (اسمیت و رینولد^۳، ۲۰۰۹). به همین دلیل، گفته می‌شود که چابکی استراتژیک از توانایی لازم برای تعیین و تغییر تمایلات رفتاری مشتریان برخوردار است؛ بنابراین، به دلایلی که در بالا گفته شد، چابکی استراتژیک سازمان و پاسخ‌دهی سریع در محیطی که نوسانات تقاضا بالا، زمان تدارک جایگزینی طولانی و دوره عمر محصولات کوتاه باشد کاربرد فراوان دارد (یانگ^۴ و همکاران، ۱۹۹۸).

-
1. Salih & Alnaji
 2. Hoque
 3. Smith & Reynolds
 4. Young

۱.۲. اهداف و پرسش‌ها

در کل، مطمئن‌ترین راه برای کسب موفقیت باقی ماندن در ذهن مشتریان است و این مهم تنها در سایه خدمات باکیفیت حاصل می‌شود. از منظر مصرف‌کننده، مهم‌ترین عامل کیفیت پوشش دادن و ارضای خواسته‌های جدید است و از منظر چابکی استراتژیک، از طریق عواملی همچون حساسیت محیطی، انعطاف‌پذیری و سرعت پاسخ‌گویی حاصل می‌شود؛ بنابراین، سؤال تحقیق حاضر این است که چابکی استراتژیک بر انواع تمایلات رفتاری مشتریان شرکت بیمه آسیا چه تأثیری دارد؟

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. مرور پیشینه و چارچوب نظری

تمایلات رفتاری پیش‌بینی‌کننده رفتار واقعی هستند؛ از این‌رو برای محققان بازاریابی اهمیت دارند (موون و مینور، ۱۴۰۰). نیت مصرف‌کننده یعنی اشتیاق وی برای درگیر شدن در انجام رفتاری قطعی. بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، قصد انجام دادن یک رفتار تابعی است از نگرش فرد نسبت به یک رفتار، نظر افرادی که برایشان اهمیت قائل است و برداشت فرد از سختی یا آسانی به انجام رساندن آن رفتار (جانی و هان^۱، ۲۰۱۱). از دیدگاه رفتار مصرف‌کننده، نیت‌های رفتاری نمایانگر تمایل مصرف‌کننده برای خرید یک محصول یا خدمت است (فکور ثقیه و همکاران، ۱۳۹۹). نیت رفتاری را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: ۱) نیت رفتاری اقتصادی و ۲) نیت رفتاری اجتماعی. آن دسته از رفتار مصرف‌کنندگان که بر عوامل مالی سازمان تأثیرگذار است؛ از قبیل تکرار خرید جزء نیت رفتاری اقتصادی محسوب می‌شود. آن دسته از رفتار مصرف‌کننده که بر رفتار مشتریان فعلی سازمان تأثیرگذار است، از قبیل شکایات، نیت رفتاری اجتماعی نامیده می‌شود (هالیزاه^۲، ۲۰۲۲). در تحقیق حاضر، از دسته‌بندی زیتامل^۳ و

1. Jani & Han

2. Halizah

3. Zeithaml

همکاران (۱۹۹۶) برای نیات رفتاری مطلوب مصرف‌کنندگان استفاده شد. طبق این مدل، نیات رفتاری مطلوب شامل ۱) تمایل به تبلیغ شفاهی مثبت، ۲) تمایل به توصیه شرکت به دیگران، ۳) تمایل به وفاداری به شرکت، ۴) تمایل به خرید بیشتر و ۵) تمایل به پرداخت بیشتر است. در ادامه، رابطه چابکی استراتژیک با تک‌تک این موارد تبیین شده است.

یکی از مفاهیم در رفتار مصرف‌کننده ارتباط دهان‌به‌دهان یا گفتگو درباره محصولات در گروه‌هایی مثل ارائه‌دهندگان محصول، خانواده و دوستان و مشتریان واقعی و بالقوه است که نقش مهمی در شکل‌دهی نگرش و رفتار مصرف‌کننده بازی می‌کند (لی^۱، ۲۰۲۳). بر اساس ادبیات تحقیق، چابکی استراتژیک می‌تواند از سه دیدگاه جهت، ظرفیت و حجم بر تبلیغ شفاهی تأثیر بگذارد (ژانگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). منظور از جهت، تأثیر آن در فرآیند تصمیم‌گیری و یا نتیجه خرید است. منظور از ظرفیت، مثبت یا منفی بودن آن است و مقصود از حجم، تعداد افرادی است که آن را دریافت کرده‌اند (بابایی و علیرضایی، ۱۳۹۸). تبلیغ شفاهی زمانی بیشترین تأثیر را دارد که از دل تماس‌ها و ارتباطات اجتماعی نشأت گرفته باشد، زیرا در این حالت قابلیت اطمینان آن بیشتر است. اگرچه این شیوه ارتباطی تحت کنترل رسمی سازمان‌ها نیست، اما سازمان‌ها با چابکی استراتژیک می‌توانند قصد مشتریان برای تبلیغ شفاهی که یک ابزار قدرتمند بازاریابی به شمار می‌رود را افزایش دهند (برانن و موگان^۳، ۲۰۱۸). مدیران باید در جستجوی راه‌هایی باشند که تبلیغ شفاهی مثبت را برانگیزند و مراحل را که تبلیغ شفاهی منفی و اثرات آن را کاهش می‌دهد توسعه ببخشند. این امر از طریق سرعت و انعطاف‌پذیری در پاسخ‌گویی به نیازهای متغیر مشتریان محقق می‌شود (کریستوفی^۴ و همکاران، ۲۰۱۳). به‌طور کلی، تبلیغات شفاهی مثبت و منفی به‌شدت رضایت یا نارضایتی مشتریان از محصول خریداری شده یا خدمت استفاده‌شده بستگی دارد که تا حد قابل‌توجهی تحت تأثیر عملکرد مشتری‌محور

1. Le

2. Zhang

3. Brannen & Mughan

4. Christofi

سازمان قرار می‌گیرد. از آنجاکه یکی از شاخص‌های عملکردی چابکی استراتژیک نیز مشتری‌محوری است (داز و کاسونن، ۲۰۱۰)، می‌تواند بر این قصد رفتاری مشتریان اثرگذار باشد؛ بنابراین:

فرضیه ۱. چابکی/استراتژیک بر تمایل به تبلیغ شفاهی مثبت تأثیر دارد.

در کنار کارکنان، ممکن است مشتریان نیز درگیر رفتارهایی شوند که شرکت را در یک جهت خاص هدایت کنند. این رفتارها شامل مواردی مانند توصیه کردن دیگران به خرید از شرکت است (ژو^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). علاوه بر اینکه این رفتارهای مشتریان تحت تأثیر محیط و تعامل با سایر مشتریان قرار می‌گیرند تحت تأثیر حمایت اجتماعی از اعضای جامعه نیز قرار دارند. محققان به‌طور روزافزون مشتریان را همانند کارمندان جزئی از سازمان در نظر می‌گیرند (بوون^۲ و همکاران، ۲۰۰۰). گراث^۳ (۲۰۰۵) رسماً این مفهوم را با تلقی کردن مشتریان به‌عنوان «کارمندان نیمه‌وقت» بیان کرده است. طبق نظر گراث (۲۰۰۵)، این رفتار مشتریان، رفتار دیگر مشتریان مرکزی را جهت‌دهی می‌کند. بر همین اساس، سازمان‌ها با چابکی استراتژیک می‌توانند در قانع کردن مشتریان برای توصیه سازمان به دیگران نقش پررنگ‌تری داشته باشند (بالا و مهتا^۴، ۲۰۲۳). به‌عنوان مثال، آنازا و ژائو^۵ (۲۰۱۳) تأثیر معرفی فروشگاه‌های الکترونیکی و تسهیل شرایط بر روی رفتار توصیه‌ای مشتریان در زمینه خرده‌فروشی الکترونیکی را بررسی و تأیید کرده‌اند؛ بنابراین:

فرضیه ۲. چابکی/استراتژیک بر تمایل به توصیه شرکت به دیگران تأثیر دارد.

در تمامی کسب‌وکارها، نگرش مثبت مشتریان به محصولات یا خدمات، موجب بروز رفتارهایی مانند قصد خرید مجدد از جانب آنان خواهد شد. مهم‌ترین شاخص وفاداری مشتری

1. Zhu

2. Bowen

3. Groth

4. Bala & Mehta

5. Anaza & Zhao

قصد وی برای خرید مجدد از شرکت است (کورتیس^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). نیت خرید مجدد جزئی از رفتار مصرف‌کننده به حساب می‌آید که نمایانگر یک اشتیاق و علاقه مداوم برای خرید محصول است. به‌زعم محققان، اگر شرکت قابلیت چابکی استراتژیک را در خود ایجاد کند اشتیاق مشتریان به ادامه همکاری (خرید ادامه‌دار) با شرکت کاهش نخواهد یافت (بینویو و ایتای^۲، ۲۰۲۰). سازمان‌ها با چابکی استراتژیک می‌توانند برای خرید مشتری از محصولات و خدمات مشابه رقبا یک مانع ایجاد کنند. از طرفی، بر اساس منطق چابکی استراتژیک که از نظریه‌هایی مانند رویکرد مبتنی بر منابع نشأت می‌گیرد، شرکت‌ها برای داشتن مزیت رقابتی پایدار باید دلایلی که موجب خرید مجدد مشتریان‌شان می‌شود را درک کرده و به‌کارگیرند (بالا و مهتا، ۲۰۲۳). به عقیده می‌یر^۳ و همکاران (۲۰۱۷)، تفاوت رضایت و قصد خرید مجدد در این است که رضایت یعنی ارزیابی عملکرد محصول در گذشته توسط مشتری و قصد خرید مجدد یعنی اعتماد مشتری به عملکرد محصول در آینده؛ بنابراین، با اتخاذ رویکرد استراتژیک به چابکی، سازمان‌ها قادر خواهند بود اعتماد بلندمدت مشتریان به عملکرد محصولات و خدمات شرکت را جلب کنند (ان‌یامروندا و فریمن^۴، ۲۰۲۱)؛ بنابراین:

فرضیه ۳. چابکی استراتژیک بر تمایل به وفاداری به شرکت تأثیر دارد.

استدلال شده است که در راه دستیابی به چابکی استراتژیک شرکت‌ها باید از موقعیت استراتژیک نوآوری‌محور، جهت‌گیری کارآفرینی و قابلیت‌های سازمانی مانند ظرفیت جذب (که اجرای ابتکارات استراتژیک و نوآوری را تسهیل می‌کند) بهره‌مند شوند (احسن و انگویه، ۲۰۰۵). از این‌رو، تمایل مشتریان به خرید بیشتر و متعاقباً رشد فروش و سودآوری شرکت را افزایش می‌دهند (کوهماکی^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات نشان می‌دهد شرکت‌ها زمانی به عملکرد بالاتری دست می‌یابند که یک وضعیت استراتژیک با قابلیت‌های مناسب تکمیل شود (ویکلوند

1. Curtis

2. Binuyo & Itai

3. Meyer

4. Nyamrunda & Freeman

5. Kohtamäki

و شفرده^۱، ۲۰۰۳). به نظر می‌رسد تعامل بین چابکی استراتژیک و نوآوری مثبت که می‌تواند پاسخ‌گوی نیازهای جدید مشتریان باشد، نتایج سودآوری ایجاد می‌کند. به عبارتی، شرکت‌ها با چابکی استراتژیک قادر خواهند شد نوآوری در محصولات و خدمات را که عامل محرک مشتریان برای خرید بیشتر است، ایجاد کنند. محققان همچنین نقش منابع و قابلیت‌های مختلف مانند منابع مالی، منابع ناملموس، شبکه‌های بین‌سازمانی، قابلیت‌های توسعه محصول و قابلیت‌های ارکستراسیون منابع را به‌عنوان ابزارهای بالقوه نوآوری مشتری بررسی کرده‌اند (کوهماکی و همکاران، ۲۰۲۰) که همگی از ملزومات چابکی استراتژیک هستند؛ بنابراین:

فرضیه ۴. چابکی استراتژیک بر تمایل به خرید بیشتر از شرکت تأثیر دارد.

طبق نظریه، چابکی استراتژیک شرایطی برای شرکت ایجاد می‌کند که با بهره‌گیری از شایستگی‌های اصلی خود به طیف وسیعی از حوزه‌های تجاری جدید وارد شود. در عمل، این امر به برخی عوامل مانند حساسیت مشتریان به قیمت خدمات و محصولات بستگی پیدا می‌کند (داز و کاسونن، ۲۰۱۰). یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار در این زمینه علاوه بر کاهش حساسیت مشتریان به قیمت، میزان ارزشی است که شرکت برای مشتریان خلق می‌کند. محیط کسب‌وکار فعلی امکان افزایش تفاوت بین یک مفهوم و مفهوم دیگر را فراهم می‌کند؛ به‌خصوص در یک محیط کسب‌وکار که به افزایش درک ناشی از پوشش بازار تبدیل شده است. علاوه بر این، این امر در صورتی اتفاق می‌افتد که دیدگاه کسب‌وکار ارزش منابع شایسته را در دستیابی به عملکرد کسب‌وکار گنجانده باشد (جستون و نایلز^۲، ۲۰۱۴) که خود تعریفی از چابکی استراتژیک است. استراتژی چابکی مناسب می‌تواند مزایا و اعتمادبه‌نفس را برای موفقیت حتی از راه‌های غیرمعمول فراهم کند. مواردی مانند مانورهایی که به‌صورت منعطف انجام می‌شود و تولید چیزی منحصربه‌فرد و خارق‌العاده، خلق ارزش مشتری و مزیت رقابتی را ممکن می‌سازد. انعطاف‌پذیری عملیاتی می‌تواند به کمک چابکی فناورانه حملات به منابع و دستگاه‌های سازمانی را کاهش

دهد (می‌یر^۱، ۲۰۰۲). بر این اساس، چابکی استراتژیک از راه ارزش آفرینی بیشتر برای مشتریان تمایل آن‌ها به پرداخت قیمت‌های بالاتر را افزایش خواهد داد؛ بنابراین:

فرضیه ۵. چابکی استراتژیک بر تمایل به پرداخت بیشتر تأثیر دارد.

۲.۲. چارچوب مفهومی تحقیق

مرور تحقیقات داخلی نشان می‌دهد به جای تمرکز بر چابکی استراتژیک، تحقیقات موجود عمدتاً عوامل مؤثر بر چابکی سازمانی یا پیامدهای آن را بررسی کرده‌اند. به عبارتی، تحقیقات محدودی مفهوم چابکی سازمانی را از منظر خاص تحقیق حاضر، یعنی مدیریت استراتژیک بررسی کرده‌اند. به طور مشخص، غمخواری (۱۴۰۰) در صنایع دانش‌بنیان، گل محمدی (۱۴۰۰) در صنعت بانکداری، ویشلی و همکاران (۱۴۰۰) در صنعت خودروسازی، نجاتیان (۱۳۹۷) در صنعت غذایی و بندریان (۱۳۹۵) در سازمان‌های پژوهش و فناوری به ارائه مدل چابکی استراتژیک پرداخته‌اند؛ بنابراین، جای خالی چابکی استراتژیک در سازمان‌های مالی و مشخصاً شرکت‌های بیمه حس می‌شود. به علاوه، برخلاف تحقیق حاضر، هیچ‌یک از مطالعات پیش‌گفته بر پیامدهای مشتری‌محور چابکی استراتژیک (مانند تمایلات رفتاری مشتری) متمرکز نشده و عمدتاً پیامدهای کلان آن را بررسی کرده‌اند. در تنها مورد نسبتاً مرتبط، کاویانی و همکاران (۱۳۹۷) چابکی در زنجیره تأمین رقابتی را با در نظر گرفتن رفتار مشتریان استراتژیک بررسی کرده‌اند که مشاهده می‌شود آن نیز با بستر تحقیق حاضر تفاوت فاحش دارد. این جمع‌بندی در مورد تحقیقات خارجی نیز کم‌وبیش صدق می‌کند. به عنوان مثال، بسیاری از تحقیقات موجود پیامدهای چابکی استراتژیک در زنجیره تأمین را مطالعه کرده‌اند. در یکی از معدود موارد مشابه، آدوماکو^۲ و همکاران (۲۰۲۲) پیشایندها، پیامدها و شرایط مرزی چابکی استراتژیک را در شرکت‌های کوچک و متوسط بین‌المللی بررسی کرده‌اند؛ بنابراین، انجام یک تحقیق بومی برای بررسی تأثیر چابکی استراتژیک بر تمایلات رفتاری مشتریان در شرکت‌های بیمه لازم به نظر

1. Meyer

2. Adomako, Amankwah-Amoah, Donbesuur, Ahsan, Danso, and Uddin

می‌رسد. تحقیق حاضر این شکاف پژوهشی را پوشش می‌دهد؛ چراکه اولاً از یک مدل بومی در شرکت بیمه آسیا (احمدزاده، ۱۴۰۲) برای مفهوم‌پردازی چابکی استراتژیک استفاده می‌کند و ثانیاً، تأثیر اجزای این مدل بر تمایلات رفتاری مشتریان شرکت بیمه آسیا را می‌سنجد.

۳. روش تحقیق

از نظر طرح تحقیق، مطالعه حاضر یک تحقیق کمی مقطعی از نوع همبستگی است. بر اساس هدف، یک تحقیق کاربردی است. از لحاظ نوع نظارت و درجه کنترل بر متغیرها نیز در زمره تحقیقات توصیفی است؛ چراکه محقق متغیرها را در حالت طبیعی آن‌ها بررسی می‌کند. همچنین، بر اساس ماهیت و روش (چگونگی به دست آوردن داده‌های موردنیاز)، در زمره تحقیقات میدانی از نوع پیمایشی قرار دارد. در این تحقیق، ابزار پیمایش یک پرسشنامه استاندارد بود که متشکل از ۳۸ سؤال تخصصی است. متغیر چابکی استراتژیک با پرسشنامه استاندارد ۲۳ سؤالی احمدزاده (۱۴۰۲) اندازه‌گیری شد که دارای هفت مؤلفه آگاهی از قابلیت‌های کلیدی، توسعه استراتژیک کارکنان، تعهد جمعی، سازمان منعطف و دانش‌محور، حساسیت استراتژیک، رصد استراتژیک بازار و بازتخصیص سریع منابع است. مؤلفه‌های سازمان منعطف و دانش‌محور و بازتخصیص سریع منابع دارای چهار سؤال بودند و مابقی مؤلفه‌ها با سه سؤال اندازه‌گیری شدند. برای سنجش تمایلات رفتاری مشتریان نیز از پرسشنامه استاندارد زیتامل و همکاران (۱۹۹۶) استفاده شد که ۱۵ سؤال داشت و سهم هریک از تمایلات رفتاری سه سؤال بود. لازم به ذکر است که همه سؤالات بر روی یک طیف لیکرت ۵ تایی از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم اندازه‌گیری شدند. جامعه آماری تحقیق مدیران و کارکنان شرکت بیمه آسیا در استان خراسان رضوی بود که نمونه‌ای از آن به روش تصادفی موردمطالعه قرار گرفته است. بر اساس استعلام‌های انجام‌شده، حجم جامعه آماری تحقیق برابر با ۳۶۷ نفر بوده است. به‌منظور تعیین اندازه نمونه آماری از فرمول کوکران برای جامعه مشخص استفاده شد و حداقل اندازه نمونه برابر با ۱۸۸ نفر به دست آمد. روایی داده‌های به دست آمده از این افراد با اجرای تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد و پایایی آن

نیز با ضریب پایایی مرکب ارزیابی گردید. از مدل سازی معادلات ساختاری به روش حداکثر درست‌نمایی برای تخمین مدل مفهومی و آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شده است. این تحلیل‌ها در نرم‌افزار AMOS انجام گرفت.

۴. یافته‌های تحقیق

داده‌های میدانی نشان داد ۵۶/۴ درصد پاسخ‌دهندگان مرد هستند (۱۰۶ نفر) و سن اکثریت آن‌ها یعنی ۳۸/۳ درصد در بازه ۲۵ تا ۳۵ سال است (۷۲ نفر). سابقه کاری ۶۱ نفر از افراد که گروه اکثریت بودند ۱۶ تا ۲۰ سال بود (۳۲/۵ درصد) و ۷۵ نفر سطح تحصیلات خود را کارشناسی ارشد عنوان کرده‌اند (۳۹/۹ درصد). پیش از انجام تحلیل‌های استنباطی، اعتبار داده‌ها تحقیق بررسی شد و سپس، مدل آزمون فرضیه برآورد گردید.

۴.۱. بررسی اعتبار داده‌ها

قبل از ارزیابی مدل ساختاری، لازم است معناداری بار عاملی گویه‌های پرسشنامه در پیش‌بینی سازه‌های مربوطه بررسی شود تا از برازش مدل‌های اندازه‌گیری و قابل قبول بودن نشان‌گرهای آن‌ها اطمینان حاصل گردد. این امر با تکنیک تحلیل عاملی تأییدی به انجام رسید (جدول ۱). نرمال بودن داده‌ها نیز به وسیله دو شاخص چولگی و کشیدگی مورد بررسی قرار گرفت. برای حد بحرانی این شاخص‌ها مقادیر مختلف ارائه شده است. به عنوان مثال چو^۱ و همکاران (۱۹۹۸) مقادیر این دو شاخص را جهت نرمال بودن داده‌ها بین (۳ و -۳) می‌دانند. همان‌طور که مشخص است، توزیع داده‌ها نرمال است؛ لذا می‌توان از رویکرد کوواریانس محور برای انجام تحلیل عاملی استفاده کرد. بار عاملی تمامی شاخص‌ها در پیش‌بینی عامل‌های مربوطه بزرگ‌تر از ۰/۵۰ و معنادار است. این امر نشان‌دهنده کفایت بارهای عاملی است. به علاوه، مقادیر متوسط واریانس تبیین شده (AVE) بزرگ‌تر از ۰/۵۰ برای عامل‌ها نیز روایی هم‌گرایی داده‌ها را تأیید می‌کند

1. Chou

(فورنل و لارکر^۱، ۱۹۸۱). بر این اساس، روایی سازه‌ای داده‌ها تأیید می‌شود و هیچ‌یک از گویه‌ها از تجزیه و تحلیل‌های آتی حذف نمی‌شوند.

جدول ۱. نتیجه بررسی روایی داده‌ها

گویه	سازه	بار عاملی	چولگی	کشیدگی	t-value	AVE	برازندگی
i1	آگاهی از قابلیت‌های کلیدی	۰/۸۸۴	۰/۰۲۶	-۰/۳۳۴	-	۰/۶۳۵	CMIN = 295. 631 DF = 209 CMIN/Df = 1. 415 CFI = 0. 964 GFI = 0. 885 RMR = 0. 040 RMSEA = 0. 047
i2		۰/۷۰۷	-۰/۰۷۲	-۰/۳۴۰	۱۰/۳۷		
i3		۰/۷۹۱	-۰/۲۵۸	-۰/۲۴۹	۱۱/۸۱		
i4	توسعه استراتژیک کارکنان	۰/۷۹۰	-۰/۶۷۰	۰/۱۱۷	-	۰/۵۴۵	
i5		۰/۷۳۵	-۰/۶۶۵	۰/۵۸۶	۹/۴۵		
i6		۰/۶۸۷	-۰/۵۹۷	۰/۳۱۳	۸/۸۷		
i7	تعهد جمعی	۰/۸۳۵	-۰/۵۰۷	-۰/۳۰۸	-	۰/۶۹۰	
i8		۰/۸۲۳	-۰/۶۸۲	۰/۱۵۶	۱۲/۸۹		
i9		۰/۸۳۵	-۰/۳۴۶	-۰/۴۳۶	۱۳/۱۴		
i10	سازمان منعطف و دانش‌محور	۰/۷۶۶	-۰/۷۳۱	۰/۸۳۸	-	۰/۶۴۱	
i11		۰/۷۸۵	-۰/۵۹۱	۰/۴۷۷	۱۱/۰۳		
i12		۰/۸۴۹	-۰/۷۰۵	۱/۰۸۴	۱۲/۰۵		
i13		۰/۸۰۱	-۰/۵۳۷	۰/۲۰۸	۱۱/۳۰		
i14	حساسیت (محیطی) استراتژیک	۰/۸۳۰	۰/۰۸۹	-۰/۳۱۵	-	۰/۵۴۲	
i15		۰/۶۹۳	-۰/۵۰۴	-۰/۴۴۵	۹/۴۵		
i16		۰/۶۷۸	-۰/۰۳۷	-۰/۴۵۸	۹/۲۲		
i17	رصد استراتژیک بازار	۰/۸۲۳	-۰/۳۹۷	-۰/۵۰۵	-	۰/۶۴۰	
i18		۰/۷۷۶	-۰/۵۲۹	۰/۴۱۸	۱۱/۷۴		
i19		۰/۸۰۱	-۰/۳۷۵	-۰/۵۳۵	۱۲/۲۵		
i20	بازتخصیص سریع منابع	۰/۷۵۷	-۱/۰۸۹	۱/۴۳۴	-	۰/۵۲۳	
i21		۰/۷۰۸	-۰/۶۶۱	۰/۰۲۶	۹/۴۲		
i22		۰/۷۲۵	-۱/۱۵۸	۱/۹۰۴	۹/۶۶		

گویه	سازه	بار عاملی	چولگی	کشیدگی	t-value	AVE	برازندگی
i23		۰/۷۰۳	-۰/۳۶۵	-۰/۳۰۵	۹/۳۶		
i24	تبلیغ شفاهی مثبت	۰/۷۴۱	-۰/۶۴۳	۰/۱۹۳	-	۰/۶۵۲	
i25		۰/۸۶۴	-۰/۷۹۸	۰/۳۷۵	۱۰/۴۸		
i26		۰/۸۱۴	-۰/۶۷۵	۰/۳۳۰	۱۰/۳۱		
i27	توصیه شرکت به دیگران	۰/۸۰۰	-۱/۱۶۲	۱/۴۶۱	-	۰/۷۳۹	
i28		۰/۹۲۱	-۱/۳۰۳	۱/۴۰۵	۱۳/۷۷		
i29		۰/۸۵۴	-۱/۰۸۴	۰/۷۶۷	۱۳/۰۸		
i30	تمایل به وفاداری	۰/۸۱۸	-۰/۹۰۹	۰/۳۷۲	-	۰/۶۹۸	
i31		۰/۸۲۹	-۰/۵۹۱	-۰/۶۱۵	۱۲/۱۷		
i32		۰/۸۵۹	-۰/۶۹۱	۰/۰۱۳	۱۲/۴۷		
i33	خرید بیشتر	۰/۸۷۳	-۰/۵۷۹	-۰/۲۷۸	-	۰/۷۸۳	
i34		۰/۹۲۲	-۰/۸۷۳	۰/۲۲۸	۱۶/۸۴		
i35		۰/۸۵۹	-۰/۶۱۷	-۰/۳۱۳	۱۵/۴۳		
i36	پرداخت بیشتر	۰/۸۹۴	-۱/۲۳۹	۱/۲۵۸	-	۰/۷۶۱	
i37		۰/۹۰۸	-۱/۱۳۶	۰/۸۹۳	۱۶/۵۰		
i38		۰/۸۱۳	-۰/۹۱۹	۰/۲۹۰	۱۴/۲۶		

CMIN = 84.964
 DF = 80
 CMIN/Df = 1.062
 CFI = 0.997
 GFI = 0.944
 RMR = 0.036
 RMSEA = 0.018

بعد از بررسی روایی، پایایی داده‌ها به وسیله ضریب پایایی مرکب به شرح جدول شماره ۲ بررسی شده است. با توجه به اینکه برای همه سازه‌های تحقیق این مقدار بزرگ‌تر از ۰/۷۰ است می‌توان گفت که از پایایی مناسب برخوردار است. پایایی مرکب در مدل‌سازی معادلات ساختاری معیار بهتری نسبت به آلفای کرونباخ است.

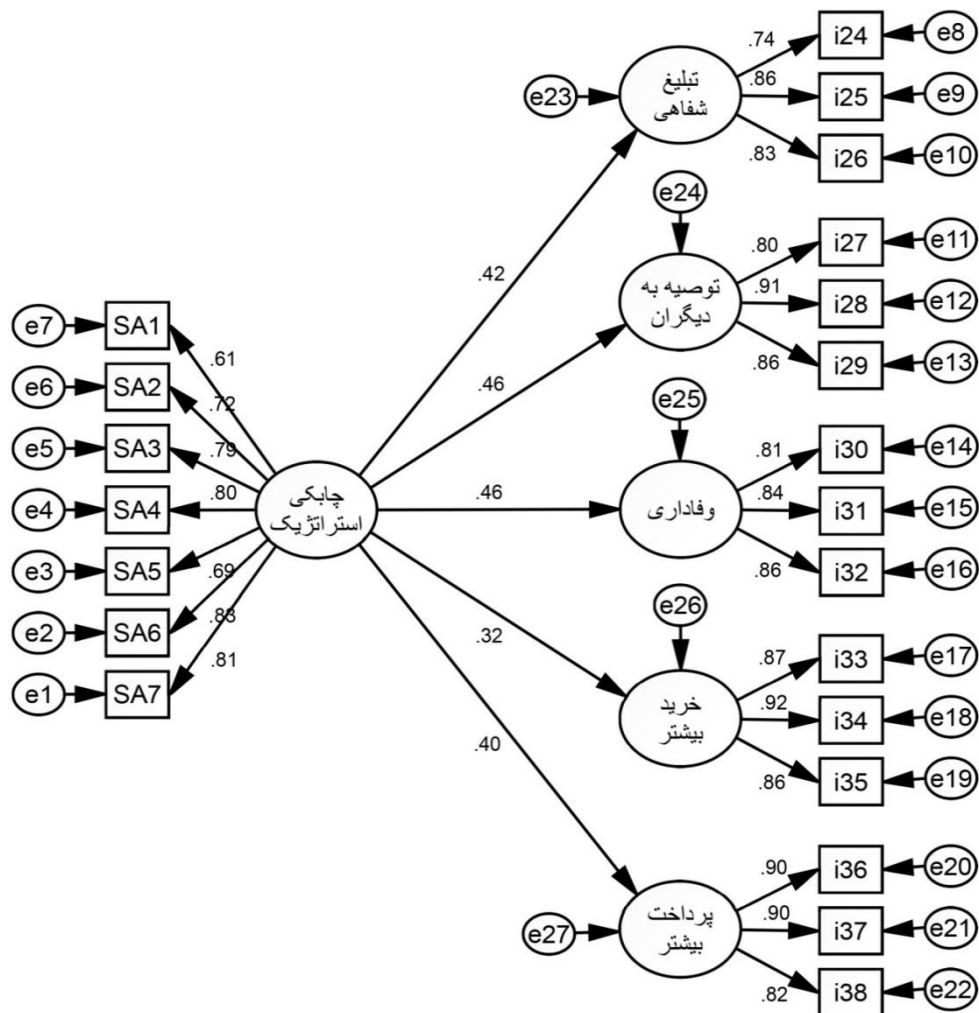
جدول ۲. نتیجه بررسی پایایی داده‌ها

متغیر	مؤلفه	پایایی مرکب
چابکی استراتژیک	آگاهی از قابلیت‌های کلیدی	۰/۸۳۸
	توسعه استراتژیک کارکنان	۰/۷۸۲
	تعهد جمعی	۰/۸۷۰
	سازمان منعطف و دانش‌محور	۰/۸۷۷
	حساسیت محیطی	۰/۷۷۹
	رصد استراتژیک بازار	۰/۸۴۲
	بازتخصیص سریع منابع	۰/۸۱۴
تمایلات رفتاری مصرف‌کننده	تبلیغ شفاهی مثبت	۰/۸۴۸
	توصیه به دیگران	۰/۸۹۴
	تمایل به وفاداری	۰/۸۷۳
	خرید بیشتر	۰/۹۱۵
	پرداخت بیشتر	۰/۹۰۵

۴.۲. برآورد مدل آزمون فرضیه‌ها

پس از اطمینان از روایی و پایایی داده‌ها، مدل ساختاری برآورد شد (شکل ۱). ابتدا باید این مدل مورد ارزیابی قرار گیرد تا مشخص شود که داده‌ها تا چه اندازه از آن حمایت می‌کنند. برای پاسخ به این سؤال از شاخص‌های برازندگی استفاده می‌شود. در صورتی که این شاخص‌ها قابل قبول بودند و اعتبار مدل مورد تأیید قرار گرفت، می‌توان به روابط درون مدل پرداخت. یکی از انواع شاخص‌های عمومی، شاخص کای اسکوتر بهنجار است که از تقسیم مقدار کای اسکوتر به درجه آزادی مدل حاصل می‌شود. اغلب مقادیر کمتر از ۵ و ۳ را به ترتیب قابل قبول و رضایت‌بخش می‌دانند. مقدار این شاخص در مدل تحقیق ۱/۵۱ است که مقداری رضایت‌بخش است. شاخص GFI یکی از شاخص‌های تطبیقی است که مقدار بیشتر از ۰/۸ برای آن نشان از برازش خوب مدل به داده‌ها دارد. مقدار این شاخص برای مدل تحقیق ۰/۸۷ به دست آمد که نشان از برازندگی خوب مدل به داده‌ها دارد. شاخص برازش تطبیقی یا CFI یکی دیگر از

شاخص‌های تطبیقی است که همچون شاخص نیکویی برازش، مقادیر بزرگ‌تر از $0/80$ برای آن قابل قبول است. مقدار این شاخص برای مدل تحقیق $0/95$ است که چون از $0/80$ بزرگ‌تر است مدل از مدل استقلال فاصله گرفته و به مدل اشباع نزدیک شده است. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا RMSEA و نیز شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده یا RMR بر مبنای تحلیل ماتریس باقیمانده قرار دارند. مدل‌های قابل قبول دارای مقدار $0/09$ یا کوچک‌تر برای این شاخص هستند. برازندگی مدل‌هایی که دارای مقادیر بزرگ‌تر از $0/1$ هستند ضعیف برآورد می‌شود. مقدار شاخص‌های RMR و RMSEA برای مدل تحقیق $0/05$ است که نشان‌دهنده قابل قبول بودن مدل است (قاسمی، ۱۳۹۲)؛ بنابراین، می‌توان به آزمون فرضیه‌ها پرداخت. برای بررسی معناداری ضرایب از شاخص‌های معناداری استفاده می‌شود. شرط معنادار بودن یک رابطه با ۹۵ درصد اطمینان این است که سطح معناداری از $0/05$ کوچک‌تر یا قدرمطلق عدد معناداری از $1/96$ بزرگ‌تر باشد.



شکل ۱. مدل ساختاری تحقیق

ضریب اثر چابکی استراتژیک بر تمایل به تبلیغات شفاهی مثبت به میزان ۰/۴۲ برآورد شده است. با توجه به سطح معناداری که برابر با ۰/۰۰۰ است و از ۰/۰۵ کوچک‌تر است و نیز عدد معناداری که برابر با ۴/۹۵ بوده و بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است، یعنی چابکی استراتژیک بر تمایل به تبلیغ شفاهی

مثبت تأثیری مثبت و معنادار دارد. به همین ترتیب، معناداری سایر ضرایب نیز تأیید گردید و فرضیه مربوطه تأیید شد. ضریب اثر چابکی استراتژیک بر تمایل به توصیه شرکت به دیگران و تمایل به وفاداری به شرکت برابر با ۰/۴۶، بر تمایل به خرید مجدد از شرکت برابر با ۰/۳۲ و بر تمایل به پرداخت بیشتر برابر با ۰/۴۰ بوده است. جدول شماره ۳ جزئیات آزمون فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۳. خلاصه نتیجه آزمون فرضیه‌ها

فرضیه	اثر	ضریب اثر	p-value	t-value	نتیجه
۱	چابکی استراتژیک ← تمایل به تبلیغ شفاهی	۰/۴۲	۰/۰۰۰	۴/۹۵۱	تأیید
۲	چابکی استراتژیک ← تمایل به توصیه شرکت	۰/۴۶	۰/۰۰۰	۵/۶۴۳	تأیید
۳	چابکی استراتژیک ← تمایل به وفاداری به شرکت	۰/۴۶	۰/۰۰۰	۵/۶۴۱	تأیید
۴	چابکی استراتژیک ← تمایل به خرید بیشتر از شرکت	۰/۳۲	۰/۰۰۰	۴/۰۲۴	تأیید
۵	چابکی استراتژیک ← تمایل به پرداخت بیشتر	۰/۴۰	۰/۰۰۰	۵/۰۴۹	تأیید

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش چابکی استراتژیک شرکت بیمه آسیا در پیش‌بینی تمایلات رفتاری مشتریان انجام شد. بر اساس نتایج تحقیق، چابکی استراتژیک بر تمایل مشتریان به تبلیغ شفاهی، توصیه شرکت به دیگران، وفاداری به شرکت، خرید بیشتر از شرکت و پرداخت بیشتر تأثیر داشت. آنچه مقایسه این نتایج با نتایج سایر تحقیقات را منحصربه‌فرد می‌کند این است که پیامدهای چابکی استراتژیک در یک سازمان مالی به دست آمده و به‌طور خاص و مجتمع، نقش آن در مجموعه تمایلات رفتاری مطلوب مشتریان را مشخص کرده است.

تحقیقاتی مانند گل محمدی (۱۴۰۰)، ویشلقلی و همکاران (۱۴۰۰)، نجاتیان (۱۳۹۷) و بندریان (۱۳۹۵) که چابکی استراتژیک را در صنعت بانکداری، خودروسازی، غذایی و سازمان‌های پژوهش و فناوری مفهوم‌پردازی کرده‌اند، مدل خاص چابکی استراتژیک در صنایع مربوطه را توسعه دادند. بررسی این مطالعات نشان می‌دهد که هم‌پوشانی مؤلفه‌ها یا اجزای چابکی

استراتژیک در تحقیق حاضر با مدل‌های این مطالعات بسیار کم است. به عنوان مثال، اجزای چابکی استراتژیک در تحقیق ویشلی و همکاران (۱۴۰۰) که برای صنعت خودروسازی ارائه شد، شامل بهره‌گیری از فناوری نوین، تغییرات ساختاری، تغییرات استراتژیک، اصلاح زیرساخت‌ها، تغییرات در زنجیره تأمین و چابک‌سازی منابع انسانی است که مشخصاً از نظر مفهومی با مؤلفه‌های چابکی استراتژیک در تحقیق حاضر تفاوت‌های بسیاری دارد. پیامدهای مشتری‌محور چابکی استراتژیک یعنی تمایلات رفتاری مشتریان در کمتر تحقیق داخلی بررسی شده است. مطالعات موجود عموماً پیامدهای کلان چابکی استراتژیک (نه متغیرهای رفتاری مرتبط با مصرف‌کنندگان) را بررسی کرده‌اند. به عنوان مثال، مطالعاتی همچون احمدی و عطائی (۱۴۰۲)، رحیمی و همکاران (۱۴۰۲)، گل محمدی و همکاران (۱۴۰۲) و محمدزاده (۱۳۹۲) نقش چابکی استراتژیک در عملکرد و موفقیت شرکت‌های مختلف؛ باوقار (۱۳۹۷) و آرمان و شفیعی (۱۳۹۶) اثر آن بر رقابت‌پذیری و قابلیت‌های رقابتی؛ و بائی و همکاران (۱۳۹۵) تأثیر آن بر کارایی را بررسی و تأیید کرده‌اند. مشخص است که نتایج این تحقیقات داخلی با نتایج تحقیق حاضر قابل مقایسه نیست. شاید بتوان گفت تنها مورد نسبتاً مرتبط داخلی که پیامدهای چابکی استراتژیک را با رویکرد رفتاری بررسی کرده تحقیق کاویانی و همکاران (۱۳۹۷) است که چابکی در زنجیره تأمین رقابتی را با در نظر گرفتن رفتار مشتریان استراتژیک بررسی کرد. نتایج تحقیق مذکور نشان داد خرده‌فروشان و تولیدکنندگان با به‌کارگیری پاسخ‌دهی سریع و چابکی می‌توانند قیمت فروش را افزایش دهند. از آنجاکه نتایج این تحقیق در تأیید کاهش حساسیت قیمتی مصرف‌کنندگان است (متناظر با تمایل به پرداخت بیشتر، در تحقیق حاضر)، با نتایج تحقیق جاری هم‌راستا است. همین مقایسه کلی کم‌وبیش درباره تحقیقات خارجی نیز صدق می‌کند؛ به این معنا که پیامدهای جزئی و رفتاری چابکی استراتژیک را بندرت بررسی کرده‌اند. مثلاً مطالعات خارجی ساپوترا و ناسوشن^۱ (۲۰۲۳)، طوفان و مرت^۲ (۲۰۲۳)، آدوماکو و همکاران (۲۰۲۲)، آروکوداره^۳

1. Saputra & Nasution
2. Tufan & Mert
3. Arokodare

(۲۰۲۱)، ارشد و پاشا^۱ (۲۰۲۱)، سورادی^۲ و همکاران (۲۰۲۰) و وانگاسا^۳ (۲۰۱۸) تأثیر چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت و مطالعه کلاوب و هاک^۴ (۲۰۱۴) اثر آن بر نوآوری مدل کسب‌وکار را مطالعه و تأیید کرده‌اند. شاید بتوان گفت مرتبط‌ترین تحقیق خارجی شناسایی شده مربوط به مطالعه القید^۵ (۲۰۲۰) است که عملکرد بازاریابی، یعنی یکی از شاخص‌های جزئی عملکرد را مطالعه کرده است. از آنجاکه عملکرد بازاریابی تا حدود زیادی وابسته به پیش‌بینی رفتار مصرف‌کنندگان و مقاصد رفتاری آن‌هاست، می‌توان نتایج مطالعه مذکور را هم‌سو با نتایج تحقیق جاری دانست. به‌طور کلی، مرور نتایج و مقایسه با مطالعات گذشته، نشان‌دهنده سازگاری نتایج تحقیق حاضر با شواهد تجربی ارائه‌شده در مطالعات پیشین است؛ چراکه بهبود تمایلات رفتاری مشتریان نهایتاً در راستای بهبود عملکرد مشتری، سپس به‌منظور ارتقای عملکرد بازار و نهایتاً در راستای افزایش عملکرد کسب‌وکار است.

بیشترین میزان اثرگذاری چابکی استراتژیک بر «تمایل به توصیه شرکت به دیگران» و «ایجاد وفاداری نسبت به شرکت» اختصاص دارد و کمترین اثر آن مربوط به «خرید بیشتر از شرکت» یا قصد خرید مجدد بود؛ بنابراین، نقش چابکی استراتژیک در ایجاد روابط بلندمدت با مشتریان کاملاً برجسته است. ضمناً این متغیر شاخص‌های رفتار شهروندی مشتری (توصیه شرکت به دیگران) را تقویت می‌کند که باعث می‌شود سهم مهمی در کاهش هزینه‌های عملیاتی بازاریابی (به‌عنوان مثال، برای تبلیغات) داشته باشد.

۵.۱. محدودیت‌های تحقیق

از مهم‌ترین محدودیت‌های تحقیق حاضر بستر مطالعاتی یا مورد مطالعه تحقیق است. چون این تحقیق در شرکت بیمه آسیا انجام شده است، جمع‌آوری داده‌ها متناسب با یک نوع خاص

1. Arshad & Pasha

2. Suradi

3. Wangasa

4. Clauß & Hock

5. Al-Qeed

از سازمان‌هاست و امکان حصول نتایج متفاوت در سایر انواع صنایع و سازمان‌ها وجود دارد. به عبارتی، مدل این تحقیق در بین کارکنان و کارشناسان شرکت بیمه آسیا در استان خراسان رضوی اعتبارسنجی شده است و لذا، ممکن است در صورت انجام آن در یک صنعت دیگر به نتایج متفاوتی بیانجامد. محدودیت بعدی تحقیق این است که از ابزار پرسشنامه و خوداظهاری برای اندازه‌گیری متغیرهایی در رابطه با هم شرکت (چابکی استراتژیک) و هم بازار (تمایلات رفتاری مشتریان) استفاده کرده است. به عبارت دقیق‌تر، تک‌منبعی بودن داده‌های میدانی ممکن است تا حدودی نتایج تحقیق را تحت‌الشعاع قرار داده باشد.

۵.۲. پیشنهادهای تحقیق

نتایج تحقیق حاضر اعتبار مدل چابکی استراتژیک در پیش‌بینی تمایلات رفتاری مشتریان را تأیید کرد؛ بنابراین، به مدیران شرکت بیمه آسیا پیشنهاد که از قابلیت‌های کلیدی سازمان آگاهی پیدا کنند؛ کارکنان سازمان را با رویکرد استراتژیک (یعنی همخوانی منابع انسانی و استراتژی‌های سازمان) توسعه دهند؛ با ایجاد هویت مشترک سازمانی، یک تعهد جمعی در بین کارکنان و مدیریت سازمان ایجاد کنند؛ ساختار سازمانی را با رویکرد انعطاف‌پذیری و مبتنی بر نقش محوری دانش بازطراحی کنند؛ حساسیت گیرنده‌های محیطی خود نسبت به وقوع تغییرات استراتژیک در محیط بیرونی را افزایش دهند؛ بازار هدف خود و بخش‌های مختلف آن را بر اساس متغیرهای استراتژیک رصد کنند؛ و قابلیت بازتخصیص سریع منابع سازمانی برای هماهنگ شدن به‌موقع با تغییرات محیطی را در خود تقویت نمایند.

به‌علاوه، نتایج تحقیق نشان داد چابکی استراتژیک بر همه تمایلات رفتاری مشتریان اثرگذار است. بر این اساس، به طراحان سیستم‌ها و سیاست‌گذاران سازمان پیشنهاد می‌شود که با اتخاذ یک رویکرد استراتژیک به موضوع چابکی سازمانی و سرمایه‌گذاری بر روی آن، امکان بهبود عملکرد مشتری‌محور سازمان را فراهم کنند. به‌طور مشخص، برای بهبود تمایل به تبلیغ شفاهی مشتریان، پیشنهاد می‌شود که از نظام پیشنهادها و هم‌راستا کردن خروجی‌های آن با رویکرد

چابکی استراتژیک برای ارضای خواسته‌های مشتریان و بهبود مدیریت ارتباط با مشتری استفاده کنند؛ برای بهبود توصیه شرکت به دیگران، پیشنهاد می‌شود که از فناوری‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده و با تشکیل جوامع مجازی برند زمینه را برای ارتباط مشتریان شرکت با یکدیگر فراهم کنند؛ برای بهبود تمایل به وفاداری مشتریان، پیشنهاد می‌شود با ایجاد مزایای رقابتی مبتنی بر چابکی استراتژیک به گونه‌ای عمل کنند که هزینه سوئیچینگ یا جابجایی برای مشتریان افزایش یابد؛ برای بهبود تمایل به خرید بیشتر، پیشنهاد می‌شود که از چابکی استراتژیک در راستای بهبود سیستم خدمات پس از فروش استفاده کنند تا تمایل مشتریان برای خرید مجدد خدمات از شرکت افزایش یابد؛ و برای بهبود تمایل به پرداخت بیشتر، پیشنهاد می‌شود که چابکی استراتژیک را با استراتژی‌های بازاریابی شرکت هم‌سو کنند تا با ایجاد تمایزهای چشم‌گیر در خدمات شرکت و پیروی از استراتژی بازاریابی تمایز، حساسیت قیمتی مشتریان کاهش یابد.

کتابنامه

۱. آرمان، م.، و شفيعی، م. (۱۳۹۶). قابلیت‌های رقابتی در شرکت‌های دانش‌بنیان مدلی برای تبیین نقش چابکی استراتژیک و یادگیری استراتژیک. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۵ (۸۳)، ۵۰-۲۵.
۲. احمدزاده، م. ا. (۱۴۰۲). *ارائه مدل چابکی استراتژیک و بررسی تأثیر آن بر تمایلات رفتاری مشتریان (مورد مطالعه: شرکت بیمه آسیا)* (رساله دکتری منتشر نشده). واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران.
۳. احمدی، ع. ا.، و عطائی، ن. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر چابکی استراتژیک بر عملکرد کسب‌وکارهای الکترونیک با نقش میانجی‌گری توانمندی‌های نوآورانه (مورد مطالعه: شرکت دیجی‌کالا در سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۱). مقاله ارائه شده در سومین کنفرانس بین‌المللی تحقیقات پیشرفته در مدیریت و علوم انسانی، تهران.

۴. بابایی مبدی، ح.، و علیرضایی، ا. (۱۳۹۸). الگویابی معادلات ساختاری رابطه بین بانکداری الکترونیک و رضایت مشتریان (مورد مطالعه: شعب بانک ملی شهرستان سیرجان). *فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۸ (۲۸)، ۱۵۱-۱۷۱.
۵. باوقار، ف. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر چابکی استراتژیک و رفتار نوآورانه بر رقابت‌پذیری (پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه زنجان، ایران.
۶. بائی، س.، کردنائیچ، ا.، و دلخواه، ج. (۱۳۹۵). چابکی استراتژیک در صنعت بانکداری ایران و تأثیر آن بر کارایی. *راهبردهای بازرگانی*، ۱۳ (۸)، ۴۴-۵۸.
۷. بندریان، ر. (۱۳۹۵). ارائه مدل مفهومی چابکی استراتژیک در سازمان‌های پژوهش و فناوری. *فصلنامه رشد فناوری*، ۱۲ (۴۶)، ۹-۱۴.
۸. خورشید، ص.، و مهرگان، م. (۱۳۹۳). *سنجش و تحلیل سطح چابکی استراتژیک شرکت‌های بیمه به‌وسیله تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی مبتنی بر سنجش‌های شباهت*. مقاله ارائه‌شده در نخستین کنفرانس ملی آینده‌پژوهی. مدیریت و توسعه، تهران.
۹. رحیمی اقدم، ص.، صنوبر، ن.، و احمدیان، آ. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر چابکی استراتژیک بر موفقیت بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش میانجی رشد شبکه‌محور. مدیریت کسب‌وکار بین‌المللی. *مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی*، ۶ (۲)، ۱۹۴-۱۷۷.
۱۰. عباسی، ف.، و نظری، م. (۱۳۹۶). بررسی رقابت و تمرکز در صنعت بیمه و تعیین استراتژی‌های رقابتی مناسب. *مدیریت بازرگانی*، ۹ (۳)، ۶۶۰-۶۴۱.
۱۱. غمخواری، س. م. (۱۴۰۰). ارائه مدل چابکی استراتژیک و تعیین وضعیت آن در صنایع دانش‌بنیان. *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۹ (۲)، ۱۳۷-۱۵۲.
۱۲. فکور ثقیه، ا.، قوی‌هیکل، م.، و ایلانی، ر. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر نیاز مصرف‌کنندگان به منحصر به فرد بودن، بر رفتار خرید آن‌ها به‌وسیله خودابرازی و خودنمایی. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۱۰ (۴)، ۱۷-۳۶.
۱۳. قاسمی، و. (۱۳۹۲). *مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۱۴. کاویانی چراتی، م.، قدسی پور، س. ح.، و قیدرخلجانی، ج. (۱۳۹۷). چابکی در زنجیره تأمین رقابتی با در نظر گرفتن رفتار مشتریان استراتژیک. پژوهش‌های مهندسی صنایع در سیستم‌های تولید، ۶(۱۲)، ۳۳-۴۷.
۱۵. گل محمدی، ع. (۱۴۰۰). طراحی مدلی برای چابکی استراتژیک با رویکرد قابلیت‌های پویا در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: بانک‌های فعال در استان ایلام) (پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه ایلام، ایران.
۱۶. گل محمدی چنار، ف.، رستم‌زاده گنجی، ا.، و پورقربان، م. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت با نقش میانجی‌گری نوآوری مدل کسب‌وکار (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان در شهرستان ارومیه). مقاله ارائه شده در نهمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران.
۱۷. محمدزاده، گ. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر چابکی استراتژیک بر سیستم مدیریت برند و تأثیر آن‌ها بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه: شرکت‌های برتر معرفی شده از سوی سازمان مدیریت صنعتی) (پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه علوم اقتصادی، تهران، ایران.
۱۸. موون، ج. س.، و مینور، م. (۱۴۰۰). رفتار مصرف‌کننده. (ک. حیدرزاده. مترجم) (چاپ نهم). تهران: انتشارات کتاب مهربان.
۱۹. نجاتیان قاسمیه، م. (۱۳۹۷). نگاشت مدل چابکی استراتژیک سازمان (رساله دکتری تخصصی). دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
۲۰. ویشلقی، م.، زارعی، ع.، و فیض، د. (۱۴۰۰). طراحی الگوی چابکی استراتژیک در رابطه با رونق پایدار تولید بر مبنای نظریه‌پردازی داده‌بنیاد (مورد مطالعه: صنایع خودروسازی). بهبود مدیریت، ۱۵(۲)، ۱۵۳-۱۲۷.

21. Adomako, S., Amankwah-Amoah, J., Donbesuur, F., Ahsan, M., Danso, A., & Uddin, M. (2022). Strategic agility of SMEs in emerging economies: Antecedents, consequences and boundary conditions. *International Business Review*, 31(6), 102032.
22. Ahsan, M., & Ngo-Ye, L. (2005). *The relationship between IT infrastructure and strategic agility in organizations*. Paper presented at the Eleventh Americas Conference on Information Systems (AMCIS), Omaha, Nebraska

23. Al-Qeed, M. A. (2020). Effect of strategic agility dimensions on tourism marketing performance in Jordan (case study on tourism companies in the Amman Region). *Humanities and Social Sciences Series*, 34(2), 13-36.
24. Anaza, A. N., & Zhao, J. (2013). Encounter-based antecedents of e-customer citizenship behaviors. *Journal of Services Marketing*, 27(2), 130-140.
25. Arbussa, A., Bikfalvi, A., & Marquès, P. (2017). Strategic agility-driven business model renewal: the case of an SME. *Management Decision*, 55(2), 271-293.
26. Arokodare, M. A. (2021). The moderating effect of environmental turbulence on the strategic Agility-Performance relationship: Empirical evidence from Lagos state, Nigeria. *Business and Management Research*, 10(1), 1-1.
27. Arshad, N., & Pasha, U. (2021). Effect of strategic agility on the relationship of Absorptive Capacity and Firm Performance. *Harf-o-Sukhan*, 5(4), 452-471.
28. Bala, A., & Mehta, M. (2023). The accomplishment of organisation agility through transformational leadership and organisation citizenship behaviour. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 19(3-5), 244-254.
29. Barney, J. (1991). Resource-based view theories of competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
30. Binuyo, A. O., & Itai, M. M. (2020). Management agility strategies and customer service delivery efficiency: Evidence from selected deposit money banks in Lagos State, Nigeria. *World Journal of Innovative Research (WJIR)*, 8(3), 58-64.
31. Bowen, G. L., Martin, J. A., Mancini, J. A., & Nelson, J. P. (2000). Community capacity: Antecedents and consequences. *Journal of Community Practice*, 8(2), 1-21.
32. Brannen, M. Y., & Mughan, T. (2018). Strategic agility: The critical role of language. In C. Prange, & L. Heracleous (Eds.), *Agility X: How organizations thrive in unpredictable times* (pp. 54-68). Cambridge: Cambridge University Press.
33. Chou, Y. M., Polansky, A. M., & Mason, R. L. (1998). Transforming non-normal data to normality in statistical process control. *Journal of Quality Technology*, 30(2), 133-141.
34. Christofi, M., Kaufmann, H. R., Vrontis, D., & Leonidou, E. (2013). Cause-related marketing and strategic agility: An integrated framework for gaining the competitive advantage. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 9(4), 518-542.
35. Clauß, T., & Hock, M. (2014). The effect of strategic agility on business model innovation. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2014, No. 1, p. 17621). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

36. Curtis, T., Abratt, R., Rhoades, D., & Dion, P. (2011). Customer loyalty, repurchase and satisfaction: A meta-analytical review. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 24, 1-26.
37. Doz, Y., & Kosonen, M. (2008). The dynamics of strategic agility: Nokia's rollercoaster experience. *California Management Review*, 50(3), 95-118.
38. Fornell, C., & Larker, D. (1981). Structural equation modeling and regression: guidelines for research practice. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
39. Groth, M. (2005). Customers as good soldiers: Examining citizenship behaviors in internet service deliveries. *Journal of Management*, 31(1), 7-27.
40. Haider, S. A., & Kayani, U. N. (2021). The impact of customer knowledge management capability on project performance-mediating role of strategic agility. *Journal of Knowledge Management*, 25(2), 298-312.
41. Halizah, S. N. (2022). Development Entrepreneurship Intention as an Effort to Improve the Level of the Consumer Household Economy. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 30-34.
42. Hoque, M. E., Kabir Hassan, M., Hashim, N. M. H. N., & Zaher, T. (2019). Factors affecting Islamic banking behavioral intention: the moderating effects of customer marketing practices and financial considerations. *Journal of Financial Services Marketing*, 24, 44-58.
43. Idris, W. M. S., & Al-Rubaie, M. T. K. (2013). Examining the impact of strategic learning on strategic agility. *Journal of Management and Strategy*, 4(2), 70-78.
44. Jani, D., & Han, H. (2011). Investigating the key factors affecting behavioral intentions: Evidence from a full-service restaurant setting. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(7), 1000-1018.
45. Jeston, J., & Nelis, J. (2014). *Business process management*. London: Routledge.
46. Kohtamäki, M., Heimonen, J., Sjödin, D., & Heikkilä, V. (2020). Strategic agility in innovation: Unpacking the interaction between entrepreneurial orientation and absorptive capacity by using practice theory. *Journal of Business Research*, 118, 12-25.
47. Le, X. C. (2023). Customers' positive WOM toward m-banking: A standpoint of extended fairness theory and value-in-use. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
48. Meyer M. (2007). Finding performance: the new discipline in management. In A. Neely (Ed.), *Business performance measurement: Unifying theory and integrating practice* (pp. 113-124). Cambridge: Cambridge University Press.
49. Meyer, T., Barnes, D. C., & Friend, S. B. (2017). The role of delight in driving repurchase intentions. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 37(1), 61-71.

50. Nyamrunda, F. C., & Freeman, S. (2021). Strategic agility, dynamic relational capability and trust among SMEs in transitional economies. *Journal of World Business*, 56(3), 101175.
51. Ravichandran, T. (2018). Exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(1), 22-42.
52. Roth, A. V. (1996). Achieving strategic agility through economies of knowledge. *Planning Review*, 24(2), 30-36.
53. Salih, A. A., & Alnaji, L. (2014). Impact of strategic thinking and strategic agility on strategic performance: A case study of Jordanian insurance industry companies. *International Review of Management and Business Research*, 3(4), 1871.
54. Saputra, R., & Nasution, Y. (2023). The effect of strategic agility, entrepreneurial leadership and innovation capability on SME's performance. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(4), 2825-2848.
55. Shin, H., Lee, J. N., Kim, D., & Rhim, H. (2015). Strategic agility of Korean small and medium enterprises and its influence on operational and firm performance. *International Journal of Production Economics*, 168, 181-196.
56. Smith, A., & Reynolds, N. (2009). Affect and cognition as predictors of behavioral intentions towards services. *International Marketing Review*, 26(6), 580-600.
57. Suradi, S., Mahrinasari, M. S. M., & Hasnawati, S. (2020). The mediating effect of strategic agility in the relationship of supply chain management activities and firm performance of the textile industry of Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(3), 649-656.
58. Tufan, C., & Mert, I. S. (2023). The sequential effect of absorptive capacity, strategic agility, and sustainable competitive advantage on sustainable business performance of SMEs. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(19), 55958-55973.
59. Wangasa, C. N. (2018). *Effect of Strategic Agility on the Performance of Commercial Banks in Kenya* (Doctoral dissertation). University of Nairobi.
60. Weber, Y., & Tarba, S. Y. (2014). Strategic agility: A state of the art introduction to the special section on strategic agility. *California Management Review*, 56(3), 5-12.
61. Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), 1919-1941.
62. Young, M. R., DeSarbo, W. S., & Morwitz, V. G. (1998). The stochastic modeling of purchase intentions and behavior. *Management Science*, 44(2), 188-202.

63. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
64. Zhang, M., Wang, Y., & Olya, H. (2022). Shaping social media analytics in the pursuit of organisational agility: a real options theory perspective. *Tourism Management*, 88, 104415.
65. Zhu, D. H., Sun, H., & Chang, Y. P. (2016). Effect of social support on customer satisfaction and citizenship behavior in online brand communities: The moderating role of support source. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 287-293.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2023.85214.1443

مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

مطالعه نقش سبک زندگی اسلامی در ارتقای امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر اراک)

هادی رفیعی کیا (استادیار مدیریت پیشگیری از جرم، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران، نویسنده
مسئول)

sattar91h93@gmail.comhddlg

حمیدرضا نومرادی (مربی حقوق کیفری و جرم‌شناسی، دانشگاه جامع علمی کاربردی استان مرکزی، اراک، ایران)
zas1401salar@gmail.com

محمدامین مغازه‌ئی (مربی مدیریت بازرگانی، دانشگاه جامع علمی کاربردی استان مرکزی، اراک، ایران)
manager_m1987@yahoo.com

چکیده

سبک زندگی مجموعه‌ای از سلیقه‌ها، باورها، رفتارها، دستاوردهای رفتاری یک فرد، یک گروه یا یک فرهنگ است. نهادهای فرهنگی، اجتماعی و دینی گوناگون برای تبیین سبک زندگی دینی و پیاده‌سازی مؤلفه‌های آن در جامعه دینی در تلاش هستند تا با نهادینه‌سازی این مهم، ارزش‌ها را تبیین و با ضدارزش‌ها مقابله کنند. هدف از نهادینه‌سازی سبک زندگی اسلامی حفظ حیات روحی و روانی و امنیت جامعه و تحکیم بخشیدن به کانون خانواده‌ها، تربیت نسل مؤمن و انقلابی و خنثی‌سازی توطئه‌های فرهنگی است. تبیین رابطه سبک زندگی اسلامی به عنوان یک باور و رفتار و امنیت اجتماعی به عنوان یک نیاز، اهمیت به سزایی داشته و در نهادینه‌سازی سبک زندگی اسلامی و به تبع آن، رسیدن به امنیت اجتماعی تأثیر قابل توجهی خواهد داشت. لذا بررسی موردی این مهم در شهر اراک مدنظر این پژوهش بوده که به همین منظور با روش تحقیق پیمایشی و کتابخانه‌ای و به شیوه توصیفی و با اخذ

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۲۷۰-۲۴۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۹/۱۱ تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۰۹/۲۹

نظر نخبگان و صاحب‌نظران نهادهای امنیتی و اطلاعاتی، به بررسی نقش سبک زندگی دینی و تأثیر آن در امنیت اجتماعی شهر اراک پرداخته شده است. در نهایت به این نتیجه رسیده‌ایم که اتخاذ سبک زندگی اسلامی و زیست مطابق با الگوی زندگی اسلامی، ارتباطی سالم و به‌دوراز عوامل مخرب را موجب شده و باعث برقرار شدن نظم و امنیت در جامعه می‌شود؛ حقیقتی که آمارهای میدانی حاصل شده از واقعیت شهر اراک بر آن صحه می‌گذارند.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، سبک زندگی اسلامی، امنیت، امنیت اجتماعی.

۱. مقدمه

۱.۱. بیان مسئله

اگر بپذیریم که داشتن شیوه زندگی اسلامی، بستر ساز تمدن نوین اسلامی و پیشرفت همه‌جانبه است، رسیدن به این شیوه زندگی و عمل به آن اهمیت خود را بهتر می‌نمایاند. فرمایش مقام معظم رهبری به‌عنوان معیار در بحث سبک زندگی به این شکل تبیین می‌شود که: «اگر از منظر معنویت نگاه کنیم - که هدف انسان، رستگاری و فلاح و نجات است - باید به سبک زندگی اهمیت دهیم؛ اگر به معنویت و رستگاری معنوی اعتقادی هم نداشته باشیم، برای زندگی راحت، زندگی برخوردار از امنیت روانی و اخلاقی، بازپرداختن به سبک زندگی مهم است.» (رهبر معظم انقلاب در دیدار جوانان استان خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳)

حال با توجه به اهمیت سبک زندگی اسلامی، ابتدا باید یک تقسیم‌بندی مهم را در اینجا مدنظر قرار دهیم و آن تقسیم‌بندی عبارت از این است که در نگاه مقام معظم رهبری، تمدن نوین اسلامی که به‌عنوان هدف ملت ایران و هدف انقلاب اسلامی در نظر گرفته شده است (رهبر معظم انقلاب در دیدار جوانان استان خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳) خود دارای دو بخش اساسی است:

الف - بخش ابزاری یا به تعبیر ایشان، بخش سخت‌افزاری تمدن (شامل علم، اختراع، صنعت، سیاست، اقتصاد، اقتدار سیاسی و نظامی، اعتبار بین‌المللی، تبلیغ و ابزارهای تبلیغ و موارد دیگر)

ب- بخش اصلی و متنی تمدن یا همان بخش نرم‌افزاری تمدن که منظور همان «سبک زندگی» است. (مثل مسئله خانواده، سبک ازدواج، نوع مسکن، نوع لباس، الگوی مصرف، نوع خوراک، نوع آشپزی، تفریحات، مسئله خط، مسئله زبان، مسئله کسب‌وکار و موارد دیگر) از منظر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، سبک زندگی، نسبت به بخش دیگر که همانا بخش ابزاری تمدن‌سازی است، بخش مهم‌تر و اساسی‌تری به حساب می‌آید و ایشان صراحتاً اشاره می‌کنند که «اگر ما در این بخشی که متن زندگی است، پیشرفت نکنیم، همه پیشرفت‌هایی که در بخش اول کردیم، نمی‌تواند ما را رستگار کند» (رهبر معظم انقلاب در دیدار جوانان استان خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳)

برای آن‌که ما در سخت‌افزارها و ابزارها، پیشرفت لازم را برای رسیدن به تمدن نوین اسلامی داشته باشیم، لازم است که این سخت‌افزار بر پایه یک نرم‌افزار یا محتوای الهی، کلان، جامع، کامل و آینده‌نگرانه ساخته و بنا نهاده شود.

حقیقت این است که در خصوص سبک زندگی، این نکته پیداست که ایشان نهایت اهمیت را برای این موضوع قائل هستند و باز با استناد به دغدغه همیشگی ایشان در مورد بومی‌سازی و اسلامی-ایرانی کردن امور در حوزه تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و اجرا در کشور، باید به این جمع‌بندی رسید که سبک زندگی اسلامی-ایرانی باید در مقابل سبک زندگی غربی -که مفهوم آن در «سبک زندگی آمریکایی» (رهبر معظم انقلاب در دیدار جوانان استان خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳) عینیت می‌یابد- مطرح شود.

یکی از شگفت‌آورترین تغییرات اجتماعی دهه‌های اخیر، توجه به رویکردهای امنیتی در مدیریت شهرها بوده است. بروز و ظهور ابعاد متعدد تهدیدات امنیتی در شهرها اعم از تهدیدات فرهنگی - اجتماعی، تهدیدات اقتصادی، تهدیدات فناوری اطلاعات و ارتباطات و تهدیدات نظامی از عوامل محل امنیت بوده و است.

امنیت یکی از بارزترین وجوه بالندگی یک جامعه و بستر ساز توسعه و ثبات آن جامعه است (محسنی، ۱۳۸۹، ص. ۲). التفات به مقوله بررسی امنیت اجتماعی از آن جهت اهمیتی مضاعف

می‌یابد که ابعاد، شاخصه‌ها و مظاهر آن اختلاط و درهم‌تنیدگی با سایر ابعاد تهدید دارد. به همین دلیل، آشنایی با نظرات و نیازمندی‌ها و شناخت امنیت اجتماعی برای مسئولین در راستای اتخاذ تدابیر لازم به‌منظور رفع و کنترل آن، امری ضروری است. اگر در برنامه‌ریزی توسعه، طرح‌ریزی جمع‌آوری اطلاعات و تهیه دستورالعمل‌ها به تنگناها و امنیت اجتماعی توجه شود، شاید بخش مهمی از تنش فرهنگی - اجتماعی را مهار نماید و بدیهی می‌نماید که توجه به امنیت اجتماعی باید در تمامی کشور مورد مذاقه قرار گیرد تا بتوان در جهت‌گیری‌های آینده با دقت نظر در نتایج این توجهات و با توجه به اولویت‌های به‌دست‌آمده در زمان و هزینه برای تأمین امنیت صرفه‌جویی نمود.

ضرورت مطالعه این موضوع را می‌توان در فهم بهتر چگونگی اثرگذاری سبک زندگی اسلامی بر افزایش امنیت و آرامش در جامعه دانست. مطالعه این موضوع به‌خصوص در میهن عزیزمان ایران و به‌ویژه امروز که مردم آن در معرض تهاجم فرهنگی غرب و خرده‌فرهنگ‌های معارض هستند، ضرورت دارد.

ارتقای امنیت اجتماعی به‌عنوان یک هدف اساسی، نیازمند بررسی عوامل مختلفی است که می‌توانند به افزایش یا کاهش آن کمک کنند. یکی از این عوامل، سبک زندگی اسلامی است که به‌عنوان یک الگوی زندگی مورد توجه قرار گرفته است.

خلاً تحقیقات انجام‌شده در این زمینه را می‌توان عدم مطالعه موردی درباره مفاهیم عملیاتی رابطه میان سبک زندگی اسلامی و امنیت دانست.

تحقیقات نشان داده است سبک زندگی اسلامی با ارزش‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری (طولابی و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۱۱۶)، عدالت، همبستگی و احترام به حقوق دیگران (احمد و همکاران، ۲۰۰۲، صص. ۵-۲) همراه است. این ارزش‌ها می‌توانند به تقویت ارتباط اجتماعی، کاهش جرم و جنایت، افزایش همبستگی و تقویت احساس امنیت (امیری لرگانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۲۲؛ افتخاری و شهباز، ۱۳۹۸، ص. ۳۶۱) در جامعه کمک کنند. دیگر مؤلفه‌های فردی و اجتماعی اثرگذار بر سبک زندگی اجتماعی و اثرپذیر از آن که در پیشینه پژوهش بدان‌ها اشاره شده است،

هویت اجتماعی، عزت نفس، خودکارآمدی اجتماعی، سلیقه فردی، اخلاق اجتماعی، اخلاق فردی، احساس اعتماد، امنیت اجتماعی و سلامت اجتماعی هستند.

با توجه به این واقعیت، تحقیقات بیشتری در خصوص نقش سبک زندگی اسلامی در ارتقای امنیت اجتماعی، به ویژه در شهر اراک که یک شهر پرجمعیت است و پایتخت صنعتی ایران به حساب می آید، ضروری به نظر می رسد و تبیین این مهم در ملموس سازی نقش سبک زندگی اسلامی در رسیدن به امنیت اجتماعی، تأثیر به سزایی داشته و برای نهادها و سازمان های مرتبط با بحث امنیت نیز قابل بهره برداری خواهد بود. از این رو، با توجه به دغدغه های شخصی در خصوص افزایش امنیت و آرامش در جامعه، تصمیم گرفته شد تا در این موضوع تحقیق شده و نقش سبک زندگی اسلامی در این راستا بررسی گردد.

۱.۲. اهداف

هدف از انجام این تحلیل، بررسی تأثیر متغیرهای مستقل شامل متأثر شدن اعتقادات، استحاله فرهنگ عمومی، تغییرات جمعیتی، تضعیف هنر و رسانه و دیگر متغیرها بر متغیر وابسته امنیت اجتماعی در شهر اراک است. با شناسایی میزان و جهت تأثیر این متغیرها، می توان سیاست گذاری و برنامه ریزی مناسب برای افزایش امنیت اجتماعی در شهر اراک داشت.

و اهداف فرعی شامل موارد زیر هستند:

- آشنایی با شاخص ها و مؤلفه های تهدیدات فرهنگی، اجتماعی و امنیتی.
 - کمک به مسئولین انتظامی و امنیتی جهت شناخت علل بروز ناامنی در شهر اراک.
 - ارائه پیشنهاد جهت بهبود مدیریت شهری و برقراری امنیت اجتماعی در شهر اراک.
- در این پژوهش فرض بر این است که مؤلفه های مختلفی از سبک زندگی اسلامی بر امنیت اجتماعی اثرگذار است و پرسش شوندگان نظر خود را با صداقت بیان کرده اند.

۱.۳. پرسش‌ها

در این راستا دو پرسش مطرح می‌شوند:

- مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی و مؤلفه‌های امنیت اجتماعی کدامند؟
- تأثیر شاخص‌های سبک زندگی اسلامی بر مؤلفه‌های امنیت اجتماعی شهر اراک چه است؟

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. مرور پیشینه

بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد بیشتر پژوهش‌های داخلی که در رابطه با سبک زندگی اسلامی انجام گرفته‌اند، به‌طور کلی مؤلفه‌های فردی و اجتماعی سبک زندگی اسلامی و مضامین اثرگذار و اثرپذیر بر آن را بررسی کرده و آن‌ها را از زوایای مختلف در ارتباط با این موضوع مورد واکاوی قرار داده‌اند. این مؤلفه‌ها را می‌توان هویت اجتماعی، عزت نفس، خودکارآمدی اجتماعی، سلیقه فردی، اخلاق اجتماعی، اخلاق فردی، سلامت، احساس اعتماد و امنیت مثال زد. در پیشینه پژوهش داخلی، تحقیقی که به‌طور مستقیم و تخصصی به رابطه میان سبک زندگی دینی و مفهوم امنیت پرداخته باشد، وجود ندارد.

کاویانی (۱۳۸۸) مقاله خود «تربیت اسلامی: گذر از اهداف کلی به اهداف رفتاری» را با هدف ترسیم و ارائه مدلی برای اهداف تربیت اسلامی و به تبع آن، مشخص کردن اهداف کلی و واسطه‌ای و تأکید بر اهداف رفتاری در تربیت اسلامی تألیف کرد. بدین منظور، وی متون درجه اول دینی و شماری از آثار نویسندگان اسلامی را بررسی کرد. بدین ترتیب، او یک مدل جامع برای اهداف تربیتی سبک زندگی اسلامی ارائه داد.

طولابی، صمدی و مظهری‌نژاد (۱۳۹۲) مقاله «بررسی نقش میانجی عزت نفس و خودکارآمدی در رابطه بین سبک زندگی اسلامی و سازگاری اجتماعی جوانان شهر مشهد» را با هدف بررسی نقش میانجی عزت نفس و خودکارآمدی در رابطه بین سبک زندگی اسلامی و سازگاری اجتماعی را میان جوانان شهر مشهد تألیف کردند. جامعه آماری آن‌ها ۲۳۵ نفر از جوانان این شهر بود.

آنها با ارائه پرسش‌نامه‌ها و سپس تحلیل نرم‌افزاری آنها با دو نرم‌افزار SPSS و LISREL، اثر سبک زندگی اسلامی را بر مؤلفه‌هایی چون عزت‌نفس، خودکارآمدی و سازگاری اجتماعی سنجیدند و نتایج آنها حاکی از این بود که سبک زندگی اسلامی اثراتی مثبت و معنادار بر این مؤلفه‌های شخصیت دارد.

امیری و اصغرپور ماسوله (۱۳۹۵) ضمن مقاله «ظهور دین‌داری گزینشی در میان دختران شهر مشهد: ارائه یک نظریه زمینه‌ای» به هدف رسیدن به فهم نوع دین‌داری دختران جوان شهر مشهد، با ارائه یک روش نظریه زمینه‌ای و مصاحبه با آنان، مؤلفه‌هایی چون مدارا، سلیقه فردی، کارآمدی مادی، دوگانگی هویتی و سنت‌ستیزی، اثرات مثبت و منفی دین‌داری گزینشی بر زندگی فردی و اجتماعی ایشان را موردبررسی قرار دادند. بر این اساس، نمونه‌گیری هدفمند و با ملاک اشباع نظری، هفت نفر از دختران شهر مشهد از تیپ‌های مختلف انتخاب شدند. یافته‌های به‌دست‌آمده ایشان شامل پنج مقوله عمده بود که عبارت‌اند از: مدارا، سلیقه فردی، کارآمدی بیشتر مادی، دوگانگی هویتی و سنت‌ستیزی.

امیری لرگانی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله «تبیین عناصر مقوم امنیت اجتماعی در منظومه فکری مقام معظم رهبری امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)» منظومه فکری ایشان را به هدف یافتن عناصر تقویت‌کننده امنیت اجتماعی موردبررسی قرار دادند. این پژوهش از نوع کاربردی-توسعه‌ای بود که با تحلیل مضمون فرمایش‌های معظم له با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی آن را به انجام رساندند. نتایج پژوهش ایشان نشانگر آن بود که این عناصر مقوم، هویت، احساس امنیت، اعتماد و سلامت محیط هستند.

افتخاری و شهباز (۱۳۹۸) در مقاله «کالبدشکافی ابعاد امنیت از منظر آیت‌الله مهدوی کنی (ره)» ابعاد مختلف این مفهوم را از منظر ایشان مورد پژوهش و واکاوی قرار دادند. هدف آنان کوشش در جهت ارائه تصویری بومی از امنیت با روش تحلیل محتوا در سیره آیت‌الله مهدوی کنی (ره) بود. نتیجه این تحقیق نشان داد که آیت‌الله مهدوی کنی پایه و اساس امنیت را بعد اعتقادی، یعنی به‌طورکلی اسلام، فرهنگ اسلامی و اخلاق اسلامی دانسته است. در این راستا،

وی نه تنها تمام ابعاد رایج امنیت را در نظر داشته، بلکه در ارتباط با ابعاد مزبور ملاحظات بومی ای را نیز مطرح نموده است.

غفران^۱ و یاسمین^۲ (۲۰۲۰) مقاله با عنوان «بینش حاکمیت اسلامی از دیدگاه اسلام و یک تحقیق تجربی^۳» را با هدف واکاوی مفاهیم اخلاقی حاکمیت از منظر اسلام و سبک زندگی اسلامی نگاشتند. ایشان یک رویکرد جایگزین برای درک و مفهوم سازی حکمرانی با در نظر گرفتن مفاهیم اخلاقی حکمرانی نهفته در آموزه های دینی، با تمرکز ویژه بر دیدگاه اسلامی حکومت داری پیشنهاد کردند. نتیجه پژوهش ایشان ارائه رویکردی جامع از عملکرد اخلاق اسلامی در جهت برقراری عدالت و خیر عمومی بود.

خلف زاده و افتخاری (۱۴۰۰) در مقاله «مفهوم شناسی امنیت در بیانیه گام دوم انقلاب» با همان هدف که در عنوان مقاله بازتاب یافته، امنیت را در بیانیه گام دوم انقلاب مفهوم شناسی کردند. ایشان با هدف مفهوم شناسی امنیت در بیانیه گام دوم انقلاب، برای گردآوری و تحلیل داده ها از روش تحلیل محتوای متن محور استفاده کردند. یافته های پژوهش ایشان نشان می دهد که مایوس شدن مردم از آینده نظام، دوری مسئولین از زهد انقلابی و طهارت اقتصادی از آسیب های امنیتی نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران است. در این رابطه، مواردی که به عنوان راهبرد امنیتی مورد تأکید قرار گرفته اند، شامل مقابله با اقدامات ضد معنویت، مبارزه با فساد، مراقبت از مشروعیت نظام، پاک دستی مدیران و حفظ ارزش های انقلابی هستند.

ایوانووا^۴ و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله ای تحت عنوان «نقش سبک زندگی اسلامی بر امنیت اجتماعی در روسیه^۵»، به هدف یافتن رابطه میان سبک زندگی اسلامی و ارتقای امنیت اجتماعی در این کشور، جامعه آماری خود را که شامل ۱۰۰۰۰ شهروند ناحیه ولگای روسیه بود،

1. Ghafran

2. Yasmin

3. Ethical governance insight from the Islamic perspective and an empirical enquiry

4. Ivanova

5. The role of Islamic lifestyle on social security in Russia

6. Volga

موردبررسی قرار دادند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که با به کار بستن آموزه‌های سبک زندگی اسلامی، انسان نه تنها می‌تواند زندگی فردی متعادل و پرباری را دنبال کند، بلکه با تضمین امنیت، نظم و مشارکت، این آموزه‌ها می‌توانند تثبیت‌کننده زندگی اجتماعی و جامعه پایدار باشند. قنبری و همکاران (۱۴۰۱) تحت مقاله «فهم عوامل زمینه‌ساز فرهنگی در سبک زندگی ایرانی-اسلامی»، با هدفی که در عنوان مقاله بیان شده است، عوامل زمینه‌ساز فرهنگی در سبک زندگی اسلامی در کشورمان را بررسی کردند. آن‌ها به روش کیفی و تحلیل موضوعی و با انجام مصاحبه تحقیق خود را به انجام رساندند. جامعه مطالعه شده ۱۷ نفر از خبرگان و کارشناسان متخصص در حوزه‌های مدیریت و برنامه‌ریزی امور فرهنگی و علوم ارتباطات از استان اصفهان بود که با آن‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد و از نمونه‌گیری هدفمند و به‌طور هم‌زمان از روش گلوله‌برفی برای دسترسی آسان‌تر به نمونه‌های مدنظر و از معیار اشباع نظری برای تصمیم‌گیری در مورد تعداد نمونه مورد مطالعه برای انتخاب مشارکت‌کنندگان استفاده شد. نتایج تحقیق ایشان نشان می‌دهد که مضامینی چون دارایی‌های فرهنگی، مصادیق اخلاق اجتماعی، مصادیق خانواده‌محور، عوامل فردی، عوامل محیطی و عوامل تعاملی مهم‌ترین عوامل فرهنگی زمینه‌ساز در سبک زندگی اسلامی در کشورمان هستند.

احمد^۱ و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله «مطالعه رابطه بین سبک زندگی دینی و سلامت اجتماعی در میان معلمان مسلمان^۲» با هدف کشف ارتباط میان سبک زندگی اسلامی معلمان مسلمان و سلامت اجتماعی^۳ و احساس امنیت اجتماعی آنان، جامعه آماری خود که هزار معلم مسلمان اهل کوالالامپور مالزی بودند، موردبررسی قرار دادند. طبق یافته‌های این پژوهش، سبک زندگی اسلامی اثر مثبتی بر سلامت اجتماعی و حس امنیت در مالزی دارد.

1. Ahmed

2. Investigating the relationship between religious lifestyle and social health among Muslim teachers

3. social health

۲.۲. چارچوب نظری تحقیق

«سبک زندگی»^۱ که برگرفته از معادل لاتینی خود «راه و روش زندگی»^۲ است، به معنی روش و الگوی زندگی کردن می‌باشد و از دریچه ارزش‌ها و نگرش‌ها قابل درک است (جنسن^۳، ۲۰۰۷، ص. ۶۳). نخستین بار در سال ۱۹۲۹ بود که آلفرد آدلر^۴ این عبارت را در زبان انگلیسی به کار برد (ویل^۵، ۲۰۰۶، ص. ۲۳۳). امروزه دیگر، «سبک زندگی» عنوانی است شناخته‌شده، بیشتر در علوم انسانی و سطح بین‌الملل؛ اما از زاویه‌های متعدد به آن نگاه می‌شود. مؤلفه‌های شناخته‌شده آن در دنیای علمی امروز عبارت‌اند از: فعالیت‌های فیزیکی، اوقات فراغت، خواب‌و بیداری، روابط اجتماعی، روابط خانوادگی، معنویت، ایمنی و آرامش، تغذیه و دیگر موارد (گیدنز^۶، ۱۳۸۶، ص. ۵۶) که هرکدام به منزله بزرگراهی از راه‌های زندگی افراد شمرده می‌شوند. سبک زندگی، شیوه‌ای به نسبت ثابت است که فرد اهداف خود را به وسیله آن پی می‌گیرد (کاویانی، ۱۳۸۸، ص. ۲۸). به بیان دیگر: «سبک زندگی مجموعه‌ای کم‌وبیش هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادات و جهت‌گیری‌ها و بنابراین، برخوردار از نوعی وحدت است» (گیدنز، ۱۳۸۶، ص. ۱۲۱). سبک زندگی گروهی و جمعی نیز به معنای وفاداری عمومی و همگانی افراد جامعه به مجموعه‌ای از شیوه‌ها، عادات، سلیقه‌ها، علایق و تنفرها است که این مجموعه از رفتارها، نمادی از نگرش‌ها، هنجارها و باورهای جمعی و نظام‌مند در میان افراد جامعه است و افراد یک جامعه را از افراد دیگر جوامع متمایز می‌کند؛ رفتارهایی که در میان توده مردم نهادینه شده است و به شکل یک سنت و شیوه رفتاری در میان اعضای جامعه حضور دارد (پیروزمند، ۱۳۸۹، ص. ۴۲). سبک زندگی نه تنها اثرات ماندگاری روی جسم انسان دارد (دان و همکاران، ۱۹۹۸، ص. ۳۹۸)، بلکه به‌طور مستقیم

1. lifestyle

2. modus vivendi

3. Jensen

4. Alfred Adler

5. Veal

6. Giddens

روی سلامت روحی (والش، ۲۰۱۱، ص. ۵۷۹) و حتی کردار او اثرگذار است (لُف و والچ، ۲۰۱۲، ص. ۱۶۲).

هر مکتب و مذهبی، سبکی از زندگی برای بشریت ارائه می‌دهد و مدعی است، جامعه مطلوب و زندگی سالم نتیجه پیروی از روش زندگی‌ای است که آنان ارائه می‌دهند؛ بنابراین سبک زندگی هر فرد و جامعه متأثر از نوع باورها (جهانبینی) و ارزش‌های (ایدئولوژی) حاکم بر آن فرد و جامعه است. دین در گام نخست با ارائه جهان‌بینی و ایدئولوژی ویژه‌ای، زیربنای شکل‌دهی به زیست دین‌دارانه را می‌سازد و در مرحله بعد با ارائه آداب و دستورالعمل‌هایی خاص برای همه ابعاد زندگی انسان در حقیقت به دنبال شکل‌دهی به نوع خاصی از زیست انسانی است (پارسانیا، ۱۳۹۰، ص. ۳۵). دین آموزه‌ای اجتماعی است، افراد دین خود را از دیگران می‌آموزند و به دست می‌آورند. این فرآیند درونی کردن ناخودآگاهانه ارزش‌ها، باورها و هنجار در خانواده است که خود جامعه‌ای در ابعاد کوچک‌تر است. افزون بر دیگر جنبه‌های هویتی، هویت دینی ما هم به‌طور عمده حاصل از فرآیندهای پایه‌ای اجتماعی شدن است (امیری و اصغری‌پور ماسوله، ۱۳۹۵، ص. ۲).

با سرعت گرفتن پدیده جهانی‌شدن، کشور ما نیز چون جوامع دیگر در معرض تغییر و تحولات در عرصه‌های مختلف اجتماعی است. این تغییرات، با سرعت بسیار، بخش‌های مختلف زندگی شهروندان ایرانی را تحت تأثیر قرار داده و به‌طور مستقیم بر سبک زندگی این شهروندان اثرگذار بوده است (نیازی و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۲۴۱). با توجه به ارکان و مفاهیم سبک‌های گوناگون زندگی آمریکایی و اروپایی، این سبک‌های زندگی در تضاد با روح دین و روش اسلامی زیستن هستند (احمد و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۲) و افزون بر اثرات مخرب روحی، اثرات مخرب فیزیکی ماندگاری نیز به همراه دارند (کرایست^۱ و لاتس^۲، ۲۰۱۹، ص. ۲۶۷).

این در حالی است که سبک زندگی اسلامی، با در نظر گرفتن سلامت روحی و روانی انسان‌ها و با اتکا بر اصول اخلاقی، سده‌ها است که به بقای خود ادامه داده است. با نگاهی به سبک

1. Christ
2. Latz

زندگی حضرت محمد (ص) و آموزه‌های قرآن کریم پی می‌بریم که این‌ها مختص زمان و مکان خاصی نیستند؛ بنابراین، تأکید پیامبر بر اصول اخلاقی و روشی که وی در برخورد با موانع عدیده داشت، الگویی برای همه انسان‌ها شده است (غفران و یاسمین، ۲۰۲۰، ص. ۵۱۶). از این‌رو، با هدایت سبک زندگی و ریشه‌یابی در فرهنگ اسلام، می‌توان ارزش‌های اجتماعی و تکاملی انسان را تبیین و توسعه داد (حیدرنژاد و مقیمی، ۱۴۰۱، ص. ۲۸۲).

اسلام از ابزارهای سازنده سبک زندگی انسان است. دستورات دینی و معنویت، شکل‌دهنده و تأثیرگذار بر سبک زندگی افراد است. بین انسان و پروردگار، عهد و پیمانی است که پاسداشت آن، درهای معنوی را می‌گشاید و آدمی را به سبک زندگی نوین و اسلامی رهنمون می‌کند تا او را به سعادت در زندگی دنیوی و اخروی برساند (کاویانی، ۱۳۸۸، ص. ۹).

«سبک زندگی اسلامی» به مجموعه‌ای از مضامین مورد قبول اسلام در عرصه زندگی اطلاق می‌شود که بر مبنای آن، معیار رفتار انسان باید بر اساس اسلام و آموزه‌های اسلامی باشد (ایوانوا و همکاران، ۲۰۲۱، ص. ۱). مهم‌ترین نوآوری سبک زندگی اسلامی این است که به آموزه‌های اسلامی و کلیت اسلام نگاه شده است. مؤلفه‌های سبک زندگی دینی در جوامع اسلامی دربردارنده مهم‌ترین عناصر مذهبی و اجتماعی هستند که در آن جامعه مورد پیروی توده مردم قرار می‌گیرد. اگر در جامعه مذهبی، سبک زندگی بر اساس عناصر دینی و مذهبی شکل گیرد، وجود عناصر ملی در این جامعه بر کلیت و تمامیت سبک زندگی دینی لطمه‌ای نخواهد زد و وجود عناصر کلان دینی بر دیگر عناصر غیردینی و ملی سایه خواهد انداخت و بر آن حاکم خواهد بود (کاویانی، ۱۳۸۸، ص. ۱۲۹). از شاخصه‌های سبک زندگی اسلامی می‌توان سلامت، تفکر و علم، عبادت، خانواده، باورها، دفاع، اجتماع، اخلاق و امنیت را نام برد (قنبری و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۸۰) (نک: طولابی و همکاران، ۱۳۹۲).

آرنولد ولفرز^۱ می‌گوید: «امنیت در معنای عینی، نبود تهدید برای ارزش‌های کسب شده و در معنای ذهنی، عدم ترس و وحشت از حمله بر ارزش‌هاست» (بوزان، ۱۹۸۳، ص. ۷۳) (نک:

1. Arnold Wolfers

ولفرز، ۱۹۵۲، ص. ۴۸۴). امنیت از مهم‌ترین عوامل برقراری ثبات و ایجاد آرامش در جامعه است و سبب می‌گردد هراس از زندگی عامه مردم رخت بربندد و شرایط تحقق زندگی با کیفیت بهتر را تضمین می‌کند. امنیت ابعاد گوناگونی دارد که مهم‌ترین آن‌ها امنیت اجتماعی^۱ است. امنیت اجتماعی به معنای توانایی جامعه برای پاسداری از ارزش‌های خود در برابر تهدیدها و رخدادهای بالقوه و بالفعل است (امیری لرگانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۳). امنیت از نیازهای اولیه آدمی است که در زندگی انسان‌ها حساسیت خاصی دارد و با توجه به شأن و جایگاه آن در زندگی اجتماعی و کارکردهای آن در سیاست‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به نحو فزاینده‌ای اهمیت آن در حال رشد است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۵۹). به همین خاطر، پیشرفت در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، تعلیم اجتماعی مستقیم و غیرمستقیم نقشی حیاتی در تضمین امنیت اجتماعی در جوامع انسانی دارند؛ بنابراین، باید به کودکان، بزرگسالان و جوانان آموخت که به حقوق شهروندی دیگران احترام بگذارند. امنیت جان، کرامت و حرمت در بطن امنیت اجتماعی نهفته‌اند. از این روی، جامعه باید طوری باشد که افراد در آن در امنیت کامل باشند و هیچ‌کس با خطر جانی مواجه نشود؛ هم‌چنین، امنیت اخلاقی نیز باید در آن جامعه تأمین گردد و حرمت و کرامت انسانی تهدید نگردد (آسمدی و روسمواتی، ۲۰۱۲، ص. ۳۴۷).

اسلام، امنیت را یکی از اصول زندگی و حالتی اجتناب‌ناپذیر در زندگی جمعی و عنصری ضروری در بهره‌وری از مزایا و مواهب حیات و نیز زمینه‌ساز تکامل و ارتقاء بشر تلقی کرده و از آن به‌عنوان یکی از مقدس‌ترین آرمان‌های بشری و الهی یاد نموده است. از نگاهی دیگر، مفهوم امنیت را می‌توان مصونیت از تعرض و تصرف اجباری بدون رضایت تعریف کرد و در مورد افراد، این به معنی آن است که هراس و بیمی نسبت به حقوق و آزادی‌های مشروع خود نداشته و به‌هیچ‌وجه حقوق آنان به مخاطره نیفتد و هیچ عاملی حقوق آنان را تهدید ننماید.

نقش سبک زندگی اسلامی در ارتقای امنیت اجتماعی بسیار مهم است؛ زیرا اسلام به‌عنوان دینی جامعه‌محور، اصول و ارزش‌هایی را ترویج می‌کند که به تقویت امنیت اجتماعی کمک

1. social security

می‌کند. اسلام آهسته به پیروان خود توصیه می‌کند که اخلاق و ارزش‌های اسلامی را در زندگی خود رعایت کنند و این نقش سبک زندگی اسلامی می‌تواند الگویی برای سایر مردم و جوامع باشد.

از اصول و ارزش‌های اسلامی که در ارتقای امنیت اجتماعی نقش بسزایی دارد، می‌توان به عدالت، برابری، احترام به حقوق بشر، صلح و دوستی، پیشگیری از فساد و فقر و همبستگی در جامعه اشاره کرد. از نقش سبک زندگی اسلامی می‌توان به عنوان فضایی برای آموزش و ترویج این اصول و ارزش‌ها در جوامع مختلف استفاده کرد. به‌طور کلی می‌توان از نقش سبک زندگی اسلامی به عنوان الگویی برای ارتقای ارزش‌های اسلامی و ارتقای امنیت اجتماعی در جوامع مختلف استفاده کرد. از سوی دیگر، ترویج نقش سبک زندگی اسلامی نشان‌دهنده پایداری به مبانی و ارزش‌های دینی است که در نهایت به تقویت امنیت اجتماعی کمک می‌کند.

از دریچه نگاه نقش امنیت در جامعه، شهرها پیچیده‌ترین و در عین حال باعظمت‌ترین مصنوع بشر تا به امروز هستند که مدیریت امنیت در آن‌ها با هدف تقویت فرآیند توسعه پایدار شهری در بهبود کیفیت زندگی شهروندان نقش به‌سزایی دارد. رشد روزافزون شهرنشینی در سال‌های اخیر زمینه‌ساز ایجاد تهدیدات مختلف اعم از تهدیدات فرهنگی، تهدیدات اجتماعی و غیره در شهرها شده که لزوم توجه به تأمین امنیت اجتماعی جهت رفاه شهروندان را ملموس نموده است. از الزامات تحقق این مهم، به‌کارگیری سبک زندگی اسلامی و در نتیجه، ایجاد امنیت اجتماعی برای مردم است. لذا به‌منظور تبیین و ملموس‌سازی نقش سبک زندگی دینی در رسیدن به امنیت اجتماعی، این مهم به‌صورت موردی در شهر اراک مورد بررسی قرار داده می‌شود و تلاش خواهد شد با روش توصیفی و تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و با بهره‌گیری از نظرهای نخبگان و صاحب‌نظران نهادهای امنیتی و اطلاعاتی، به بررسی نقش سبک زندگی دینی و تأثیر آن در امنیت اجتماعی شهر اراک پرداخته شود.

۳. روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس مفاهیم عملیاتی موردنظر از عنوان آن انجام گرفت. سبک زندگی اسلامی به مجموعه اصول، مقررات و روش‌هایی اشاره دارد که در اسلام به فرد توصیه می‌شوند و جنبه‌های فردی و اجتماعی مختلفی از زندگی انسان را در بر می‌گیرد؛ اما در رابطه با اثرگذاری آن بر امنیت اجتماعی، سبک زندگی را می‌توان روش زندگی مبتنی بر جنبه‌های اجتماعی احترام به حقوق دیگران، عدالت و صداقت تعریف عملیاتی کرد. در این راستا، امنیت اجتماعی به وضعیتی اشاره دارد که در آن، افراد و جامعه در معرض خطرات کمتری قرار دارند و احساس امنیت و آرامش بیشتری می‌کنند.

۳.۱. نوع تحقیق

تحقیق حاضر از نوع پیمایشی و از انواع تحقیق توصیفی است. فنون جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای از طریق تهیه فیش‌های دیجیتالی و پرسشنامه است که پس از تهیه و تکمیل اطلاعات، داده‌ها از طریق نرم‌افزارهای تجزیه و تحلیل اطلاعات مورد پردازش قرار خواهند گرفت.

نوع تحقیق بر مبنای دستاورد یا نتیجه از نوع کاربردی است. نوع تحقیق کاربردی است زیرا در این تحقیق، هدف سودمندی عملی است و محقق در پی تبیین نقش سبک زندگی اسلامی و تأثیرات آن بر امنیت اجتماعی شهر اراک است و به فکر آن است با توجه به موارد یادشده، به ارائه پیشنهاد و راهکارها در حد بضاعت بپردازد.

۳.۲. فنون گردآوری تحقیق

خبرگان این تحقیق مدیران ارشد اطلاعاتی امنیتی‌اند که سابقه حداقل سه سال فعالیت در مناصب مدیریتی مرتبط با حوزه امنیت فرهنگی-اجتماعی در شهر اراک دارند و در حوزه نظریه‌پردازی با موضوع تحقیق از اطلاعات لازم و کافی برخوردارند.

با توجه به جامعه آماری مورد هدف در سطح شهر اراک، پرسشنامه به تعداد ۶۱ نفر از خبرگان (مدیران ارشد امنیتی که حداقل سه سال سابقه فعالیت امنیتی_اجتماعی در شهر اراک دارند) ارائه گشت و لذا نمونه تمام شمول است.

۳.۳. روایی و اعتبار و تحلیل داده ها

در این مطالعه با استفاده از داده ها و اطلاعات خبرگان و صاحب نظران حوزه امنیت و مطالعات کتابخانه ای، ضرایب همبستگی بین هر یک از متغیرهای مستقل و متغیر وابسته به دست آمد که نشان دهنده رابطه بین آنهاست. سپس با استفاده از مدل رگرسیون، تأثیر هم زمان متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

۴. یافته های تحقیق

نتایج تحلیل آماری پرسشنامه تحقیق بر اساس سؤالات پژوهش به شرح زیر است:

۴.۱. نقش سبک زندگی اسلامی در امنیت اجتماعی شهر اراک

در این آزمون، در خصوص تأثیر سبک زندگی اسلامی در امنیت اجتماعی شهر اراک با استفاده از میانگین و آزمون t ، نظر پاسخ دهندگان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۱. آزمون t و مؤلفه اعتقادات دینی و باورهای ملی

T	اختلاف با میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	میانگین	N
۱۶/۸۳۴	۱/۰۹۵	۰/۰۰۰	۶۰	۴/۰۹۵	۶۱

خروجی آزمون t به طور خلاصه در جدول شماره ۱ آورده شده است. در این جدول تعداد حجم نمونه، میانگین نمرات، درجه آزادی و سطح معناداری آورده شده است. همان طور که مشاهده می شود میانگین نمرات ۴/۰۹۵ است. از آنجا که سطح معناداری برای آزمون t ، ۰/۰۰۰ شده است و چون از ۰/۰۵ کوچک تر است، فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می گیرد.

تحلیل آماری نتایج این پرسشنامه نشان می‌دهد که تغییر و تضعیف سبک زندگی اسلامی، در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک مؤثر است.

۴.۲. نقش تضعیف تاریخ و بنیان‌های تمدنی مشترک یک ملت در امنیت شهر اراک

در این آزمون، در خصوص تأثیر تضعیف تاریخ و بنیان‌های تمدنی مشترک یک ملت، در امنیت اجتماعی شهر اراک، با استفاده از میانگین و آزمون t ، نظر پاسخ‌دهندگان موردبررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۲. آزمون t و مؤلفه تاریخ و بنیان‌های تمدنی مشترک

T	اختلاف با میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	میانگین	N
۵/۰۲۲	۰/۴۹۵	۰/۰۰۰	۶۰	۳/۴۹۵	۶۱

خروجی آزمون t به‌طور خلاصه در جدول شماره ۲ آورده شده است. در این جدول تعداد حجم نمونه، میانگین نمرات، درجه آزادی و سطح معناداری آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین نمرات ۳/۴۹۵ است. از آنجاکه سطح معناداری برای آزمون t ، ۰/۰۰۰ شده است و چون از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد. تحلیل آماری نتایج این پرسشنامه نشان می‌دهد که تضعیف تاریخ و بنیان‌های تمدنی مشترک یک ملت در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک مؤثر است.

۴.۳. نقش کاهش انسجام و تجانس اجتماعی در امنیت اجتماعی شهر اراک

در این آزمون، در خصوص تأثیر کاهش انسجام و تجانس اجتماعی در امنیت اجتماعی شهر اراک، با استفاده از میانگین و آزمون t ، نظر پاسخ‌دهندگان موردبررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۳. آزمون t و مؤلفه انسجام و تجانس اجتماعی

T	اختلاف با میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	میانگین	N
۱۵/۴۵۸	۰/۸۲۵	۰/۰۰۰	۶۰	۳/۸۲۵	۶۱

خروجی آزمون t به طور خلاصه در جدول شماره ۳ آورده شده است. در این جدول تعداد حجم نمونه، میانگین نمرات، درجه آزادی و سطح معناداری آورده شده است. همان طور که مشاهده می شود میانگین نمرات ۳/۸۲۵ است. از آنجاکه سطح معناداری برای آزمون t، ۰/۰۰۰ شده است و چون از ۰/۰۵ کوچک تر است، فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می گیرد. تحلیل آماری نتایج این پرسشنامه نشان می دهد که کاهش انسجام و تجانس اجتماعی، در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک مؤثر است.

۴.۴. نقش تغییرات شدید جمعیتی در امنیت اجتماعی شهر اراک

در این آزمون، در خصوص تأثیر تغییرات شدید جمعیتی، در امنیت اجتماعی شهر اراک، با استفاده از میانگین و آزمون t، نظر پاسخ دهندگان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۴. آزمون t و مؤلفه تغییرات شدید جمعیتی

T	اختلاف با میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	میانگین	N
۱۵/۴۰۹	۰/۹۷۸	۰/۰۰۰	۶۰	۳/۹۷۸	۶۱

خروجی آزمون t به طور خلاصه در جدول شماره ۴ آورده شده است. در این جدول تعداد حجم نمونه، میانگین نمرات، درجه آزادی و سطح معناداری آورده شده است. همان طور که مشاهده می شود میانگین نمرات ۳/۹۷۸ است. از آنجاکه سطح معناداری برای آزمون t، ۰/۰۰۰ شده است و چون از ۰/۰۵ کوچک تر است، فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می گیرد. تحلیل آماری نتایج این پرسشنامه نشان می دهد که تغییرات شدید جمعیتی، در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک مؤثر است.

۴.۵. نقش آسیب‌های مربوط به فرهنگ عمومی در امنیت اجتماعی شهر اراک

در این آزمون، در خصوص تأثیر نقش آسیب‌های مربوط به فرهنگ عمومی، در امنیت اجتماعی شهر اراک، با استفاده از میانگین و آزمون t ، نظر پاسخ‌دهندگان موردبررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۵. آزمون t و مؤلفه فرهنگ عمومی

T	اختلاف با میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	میانگین	N
۱۴/۰۷۲	۱/۰۱۹	۰/۰۰۰	۶۰	۴/۰۱۹	۶۱

خروجی آزمون t به‌طور خلاصه در جدول شماره ۵ آورده شده است. در این جدول تعداد حجم نمونه، میانگین نمرات، درجه آزادی و سطح معناداری آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین نمرات ۴/۰۱۹ است. از آنجاکه سطح معناداری برای آزمون t ، ۰/۰۰۰ شده است و چون از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد. تحلیل آماری نتایج این پرسشنامه نشان می‌دهد که نقش آسیب‌های مربوط به فرهنگ عمومی، در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک مؤثر است.

۴.۶. نقش آسیب‌های مربوط به هنر و رسانه در امنیت اجتماعی شهر اراک

در این آزمون، در خصوص تأثیر نقش آسیب‌های مربوط به هنر و رسانه، در امنیت اجتماعی شهر اراک، با استفاده از میانگین و آزمون t ، نظر پاسخ‌دهندگان موردبررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۶. آزمون t و مؤلفه آسیب‌های مربوط به هنر و رسانه

T	اختلاف با میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	میانگین	N
۱۱/۱۵۵	۰/۸۳۴	۰/۰۰۰	۶۰	۳/۸۳۴	۶۱

خروجی آزمون t به‌طور خلاصه در جدول شماره ۶ آورده شده است. در این جدول تعداد حجم نمونه، میانگین نمرات، درجه آزادی و سطح معناداری آورده شده است. همان‌طور که مشاهده

می‌شود میانگین نمرات ۳/۸۳۴ است. از آنجاکه سطح معناداری برای آزمون t، ۰/۰۰۰ شده است و چون از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد. تحلیل آماری نتایج این پرسشنامه نشان می‌دهد که نقش آسیب‌های مربوط به هنر و رسانه، در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک مؤثر است.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵.۱. نتیجه‌گیری

هدف کلی در این پژوهش شناخت و تبیین تأثیرات سبک زندگی اسلامی در امنیت اجتماعی شهر اراک است. همان‌طور که مشاهده شد، در بررسی موضوع تحقیق از منظر نخبگان و صاحب‌نظران نهادهای امنیتی-اطلاعاتی، در خصوص شاخص‌های مربوط به مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی مؤثر در امنیت اجتماعی، تأثیر افزایش رفتارهای معارض با اعتقادات دینی و باورهای ملی را در کاهش تأمین امنیت بسیار زیاد نشان می‌دهد؛ به‌طوری‌که در پاسخ به سؤال تأثیر رفتارهای معارض با سبک زندگی اسلامی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۷۷٪ از نخبگان گزینه‌های زیاد و خیلی‌زیاد را انتخاب کرده و تنها ۵٪ از ایشان گزینه‌های کم و خیلی‌کم را برگزیده‌اند. این مسأله نشان‌دهنده رابطه معکوس امنیت اجتماعی در جامعه دینی با رفتارهای معارض با باورهای دینی و ملی است.

لذا با توجه به مطالعات کتابخانه‌ای و نظرسنجی تخصصی و عمومی که در این پژوهش انجام شده است و تجزیه و تحلیل سؤالات و نظرسنجی‌ها و مصاحبه با صاحب‌نظران، مهم‌ترین شاخص کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک افزایش رفتارهای معارض با سبک زندگی اسلامی بوده و وجود این تهدیدات بر امنیت اجتماعی شهر تأثیر مخرب داشته است.

در ادامه، نتایج اهداف فرعی این تحقیق بر مبنای مطالعات انجام شده، نگاه صاحب‌نظران و نتایج نظرسنجی انجام‌شده آمده است:

بر مبنای ادبیات مربوط به این پژوهش با در نظر گرفتن نقش سبک زندگی اسلامی در امنیت اجتماعی تهدیدات اصلی متأثر شدن اعتقادات و باورهای ملی از اعتقادات معارض؛ تضعیف نقش کارکرد زبان ملی؛ تضعیف تاریخ و بنیان‌های تمدنی مشترک یک ملت، کاهش انسجام و تجانس اجتماعی، تغییرات شدید جمعیتی مشخص گردید.

بر مبنای ادبیات تحقیق و نظرسنجی میدانی از نخبگان و صاحب‌نظران امنیتی اطلاعاتی، از بین عناوین متعدد تهدیدات در این زمینه به‌عنوان اهم تهدیدات انتخاب شده‌اند.

در بررسی موضوع تحقیق از منظر نخبگان و صاحب‌نظران نهادهای امنیتی-اطلاعاتی؛ در خصوص شاخص‌های مربوط به مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی در امنیت اجتماعی، تأثیر افزایش رفتارهای معارض با اعتقادات دینی و باورهای ملی در تأمین امنیت اجتماعی بسیار زیاد نشان داده می‌شود؛ به‌طوری‌که در پاسخ به سؤال تأثیر افزایش رفتارهای معارض با اعتقادات دینی و باورهای ملی در تأمین امنیت اجتماعی؛ ۷۷٪ از نخبگان گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده و تنها ۵٪ از ایشان گزینه‌های کم و خیلی کم را برگزیده‌اند. این مسأله نشان‌دهنده رابطه معکوس امنیت اجتماعی در جامعه دینی با رفتارهای معارض با باورهای دینی و ملی است. همچنین، تأثیر تقویت اعتقادات در تأمین امنیت اجتماعی؛ ۹۵٪ تأثیر ضعف جامعه‌پذیری در کاهش امنیت اجتماعی در شهر اراک؛ ۶۷٪ کم‌رنگ شدن اعتقادات مذهبی و باورهای ملی در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۸۲٪ تأثیر اعتقادات مذهبی و باورهای ملی در ارتقای امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۹۲٪ تأثیر تحریف تاریخ در تضعیف امنیت اجتماعی؛ ۵۴٪ تأثیر روایت و تدوین تاریخ متفاوت با تاریخ ایران و اسلام در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۵۴٪ تأثیر تحریف تاریخ در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۵۳٪ تأثیر روایت و تدوین تاریخ متفاوت با تاریخ ایران و اسلام در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۵۴٪ تأثیر تاریخ و تمدن اسلامی-ایرانی در ارتقای امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۴۴٪ تأثیر اقدامات افراطی قومی، مذهبی و نژادی؛ در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۸۵٪ تأثیر تبلیغات یا اقدامات تحریک‌کننده دولتی یا گروه‌های خارجی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۸۵٪ تأثیر تبلیغات یا اقدامات تحریک‌کننده خارجی کاهش امنیت اجتماعی شهر

اراک؛ ۶۴٪ تأثیر زبان ملی در ارتقای امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۴۰٪ تأثیر تولید محصولات متضمن باورهای معارض در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۷۲٪ تأثیر افزایش مصرف محصولات معارض با باورها و اعتقادات ملی-مذهبی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۸۰٪ تأثیر ترویج مد و لباس معارض با باورها و اعتقادات ملی-مذهبی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۹۲٪ تأثیر مصرف‌گرایی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۶۶٪ تأثیر تجمل‌گرایی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۷۸٪ تأثیر سبک زندگی غربی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۷۲٪ تأثیر مظاهر فرهنگ عمومی بر شکل‌گیری تهدیدات فرهنگی-اجتماعی شهر اراک؛ ۶۴٪ تأثیر تهاجم فرهنگی و تغییر فرهنگ عمومی الگوبرداری از فرهنگ معارض در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۷۶٪ تأثیر افزایش ضریب نفوذ تأثیرات استفاده از شبکه‌های مخرب ماهواره‌ای در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۹۲٪ تأثیر افزایش فزاینده بهره‌مندی و استفاده از صفحات مخرب وب در فضای سایبری در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۸۴٪ تأثیر ازدیاد و رشد عضویت در شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۷۷٪ تأثیر تعدد نشر نشریات مبلغ سبک زندگی غربی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۵۶٪ میزان تعدد محصولات هنری اعم از تجسمی، صوتی، تصویری متمایل به فرهنگ بیگانه در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۵۴٪ میزان استفاده از شبکه‌های مخرب ماهواره‌ای در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۸۴٪ میزان استفاده از صفحات مخرب وب در فضای سایبری در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۷۷٪ میزان عضویت در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی در کاهش سطح امنیت اجتماعی در اراک؛ ۵۷٪ تأثیر نشریات مبلغ سبک زندگی و اندیشه غربی در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۵۷٪ تأثیر هنر و رسانه در ارتقای امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۷۰٪ تأثیر تفاوت معنادر در توسعه‌یافتگی مناطق قومی، مذهبی و نژادی مختلف در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۶۹٪ تأثیر عدم انطباق مرزهای جغرافیایی و مرزهای هویتی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۶۷٪ تأثیر اختلاف در توسعه‌یافتگی مناطق قومی، مذهبی و نژادی مختلف در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۷۲٪ تأثیر انسجام و تجانس اجتماعی در ارتقای امنیت اجتماعی شهر اراک؛ ۵۵٪ تأثیر مهاجرت در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۷۸٪ تأثیر کاهش شدید جمعیت یا رشد بی‌رویه

آن در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۷۷٪ تأثیر پیر شدن جمعیت و دگرگونی نسل در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۶۹٪ تأثیر مهاجرت جمعیت روستا به شهر و توسعه حاشیه‌نشینی در کاهش امنیت اجتماعی؛ ۸۹٪ تأثیر مهاجرت نخبگان در کاهش امنیت اجتماعی و در نهایت، ۶۶٪ از نخبگان تأثیر تغییرات جمعیتی در کاهش امنیت اجتماعی شهر اراک را خیلی زیاد و زیاد برگزیده‌اند.

از نتایج حاصله می‌توان به میزان تأثیر زندگی اسلامی در امنیت اجتماعی شهر اراک پی برد. بدین ترتیب که سبک زندگی اسلامی از طریق پنج مؤلفه اصلی اثر مثبتی بر امنیت اجتماعی در میان شهروندان اراکی دارد. برجسته‌ترین این مؤلفه‌ها اعتقادات مذهبی و باورهای ملی در ارتقای امنیت اجتماعی شهر اراک است که اثر مثبت ۸۲ درصدی دارد. در جایگاه‌های بعدی مؤلفه‌های مثبت اثرگذار سبک زندگی اسلامی بر احساس امنیت اجتماعی، به ترتیب انسجام و تجانس اجتماعی با ۷۲ درصد اثر مثبت، زبان ملی با ۶۴ درصد اثر مثبت، هنر و رسانه اسلامی با ۵۷ درصد اثر مثبت و در نهایت تاریخ و تمدن ایرانی-اسلامی با ۵۴ درصد اثر مثبت قرار دارند.

در بررسی نظر پرسش‌شوندگان در خصوص شاخص‌های مربوط مؤلفه‌های آسیب‌های ناشی از عدم توجه به سبک زندگی اسلامی در امنیت اجتماعی در ایجاد و رشد مفاسد و بزه‌های اخلاقی؛ ۹۲٪ از نخبگان گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد را برگزیده و هیچ‌کدام از ایشان گزینه‌های کم و خیلی کم را انتخاب نکرده‌اند.

این مسأله نشان‌دهنده رابطه مستقیم مؤثر کاهش امنیت اجتماعی و ایجاد و رشد مفاسد و بزه‌های اخلاقی است.

در بررسی نظر پرسش‌شوندگان در خصوص شاخص‌های مربوط مؤلفه‌های آسیب‌های ناشی از کاهش امنیت اجتماعی در شکل‌گیری گروه‌های اراذل‌و‌اوباش و رشد لابی‌گری؛ ۸۰٪ از نخبگان گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد را برگزیده و تنها ۲٪ از ایشان گزینه کم را انتخاب کرده‌اند. این مسأله نشان‌دهنده رابطه مستقیم کاهش امنیت اجتماعی و شکل‌گیری گروه‌های اراذل‌و‌اوباش و رشد لابی‌گری است.

در بررسی نظر پرسش‌شوندگان در خصوص شاخص‌های مربوط مؤلفه‌های آسیب‌های ناشی از کاهش امنیت اجتماعی در افزایش تخلفات و جرم‌های کوچک در شهر اراک؛ ۷۴٪ از نخبگان گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد را برگزیده و تنها ۳٪ از ایشان گزینه کم را انتخاب کرده‌اند. این مسأله نشان‌دهنده رابطه مستقیم کاهش امنیت اجتماعی و افزایش تخلفات و جرم‌های کوچک در شهر اراک وجود است.

برمبنای مطالعات انجام‌شده و نظرسنجی پژوهش، تهدیدات امنیت اجتماعی در شهر اراک به‌صورت زیر اولویت‌بندی شده است. ارقام روبروی هرکدام نشان می‌دهند که این تهدیدات از نظر نخبگان و صاحب‌نظران امنیتی اطلاعاتی تا چه اندازه مؤثر می‌باشند.

- متأثر شدن اعتقادات و باورهای ملی از اعتقادات معارض؛ ۸۱.۹۵ درصد خیلی زیاد و زیاد؛
 - استحاله فرهنگ عمومی؛ ۷۹.۹ درصد خیلی زیاد و زیاد؛
 - تغییرات شدید جمعیتی ۷۳.۷۷ درصد خیلی زیاد و زیاد؛
 - تضعیف نقش هنر و رسانه‌ها؛ ۷۰.۴۹ درصد خیلی زیاد و زیاد؛
 - کاهش انسجام و تجانس اجتماعی؛ ۶۵.۵۷ درصد خیلی زیاد و زیاد؛
 - تضعیف نقش کارکرد زبان ملی؛ ۵۱.۸ درصد خیلی زیاد و زیاد؛
 - تحریف و تضعیف نقش تاریخ و تمدن؛ ۵۱.۸ درصد خیلی زیاد و زیاد.
- با توجه به درصدهای ارائه شده برای هر یک از متغیرهای مستقل، تحلیلی مجدد و دقیق‌تر ارائه می‌گردد:

متغیر وابسته: امنیت اجتماعی

متغیرهای مستقل و درصد تأثیرگذاری آن‌ها:

۱. متأثر شدن اعتقادات و باورهای ملی از اعتقادات معارض: ۸۱.۹۵٪؛ ۲. استحاله فرهنگ عمومی: ۷۹.۹٪؛ ۳. تغییرات شدید جمعیتی: ۷۳.۷۷٪؛ ۴. تضعیف نقش هنر و رسانه‌ها: ۷۰.۴۹٪؛
۵. کاهش انسجام و تجانس اجتماعی: ۶۵.۵۷٪؛ ۶. تضعیف نقش کارکرد زبان ملی: ۵۱.۸٪؛ ۷. تحریف و تضعیف نقش تاریخ و تمدن: ۵۱.۸٪

فرضیات:

Y: امنیت اجتماعی (متغیر وابسته)

X1: متأثر شدن اعتقادات و باورهای ملی از اعتقادات معارض

X2: استحاله فرهنگ عمومی

X3: تغییرات شدید جمعیتی

X4: تضعیف نقش هنر و رسانه‌ها

X5: کاهش انسجام و تجانس اجتماعی

X6: تضعیف نقش کارکرد زبان ملی

X7: تحریف و تضعیف نقش تاریخ و تمدن

ضرایب همبستگی:

$$R_{yx1} = 0.85$$

$$R_{yx2} = 0.82$$

$$R_{yx3} = 0.80$$

$$R_{yx4} = 0.75$$

$$R_{yx5} = 0.70$$

$$R_{yx6} = 0.55$$

$$R_{yx7} = 0.55$$

مدل رگرسیون:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7$$

ضرایب رگرسیونی:

$$B_0 = 0.1$$

$$B_1 = 0.22$$

$$B_2 = 0.17$$

$$B_3 = 0.15$$

$$B_4 = 0.12$$

$$B_5 = 0.10$$

$$B_6 = 0.08$$

$$B_7 = 0.08$$

تحلیل واریانس:

$$R^2 = 0.92$$

$$F = 95$$

$$\text{Sig.} = 0.000$$

ضریب تعیین:

$$0.92 < \text{---} 0.92\%$$

آزمون معناداری:

$$\text{Sig} = 0.000 < 0.05$$

پس رگرسیون معنادار است.

در نتیجه، با توجه به درصدهای بالاتر برای متغیرهای "متأثر شدن اعتقادات و باورهای ملی از اعتقادات معارض" و "استحاله فرهنگ عمومی"، می‌توان نتیجه گرفت این دو متغیر بیشترین تأثیر منفی را بر امنیت اجتماعی داشته‌اند.

پس‌ازآن، متغیرهای "تغییرات شدید جمعیتی" و "تضعیف نقش هنر و رسانه‌ها" با درصد بالای ۷۰، دومین دسته تأثیرگذارترین عوامل بر کاهش امنیت اجتماعی محسوب می‌شوند. و درنهایت، سه متغیر "کاهش انسجام و تجانس اجتماعی"، "تضعیف نقش کارکرد زبان ملی" و "تحریف و تضعیف نقش تاریخ و تمدن" حدود ۵۰ تا ۶۵ درصد بر کاهش امنیت اجتماعی تأثیر داشته‌اند.

با توجه به ضرایب B، متغیر X1 بیشترین تأثیر منفی را بر امنیت اجتماعی دارد. بعدازآن به ترتیب X2، X3، X4 و ... قرار می‌گیرند. ۹۲ درصد تغییرات Y توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود.

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که متغیر متأثر شدن اعتقادات و باورهای ملی با ضریب ۰.۲۲ بیشترین تأثیر منفی بر کاهش امنیت اجتماعی داشته است. پس‌ازآن به ترتیب متغیرهای استحاله فرهنگ عمومی، تغییرات جمعیتی، تضعیف هنر و رسانه و دیگر متغیرها قرار دارند. همچنین ۹۲ درصد تغییرات امنیت اجتماعی توسط متغیرهای مستقل مورد مطالعه تبیین شده است.

۵.۲. پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد می شود با سیاست گذاری و برنامه ریزی در جهت تقویت اعتقادات و باورهای ملی، مهار استحاله فرهنگ عمومی، کنترل تغییرات جمعیتی و تقویت هنر و رسانه ملی، زمینه افزایش امنیت اجتماعی در شهر اراک فراهم گردد. در این راستا، پیشنهادهای اجرایی زیر ارائه می گردند:

- برگزاری نشست های تخصصی بین مسئولین امنیتی و نهادهای متولی اعتقادات و باورهای ملی با ارائه آخرین ابعاد و مظاهر تهدیدات فرهنگی-اجتماعی و تأمین نیازمندی های اطلاعاتی و ایجاد هماهنگی فی مابین این دو نهاد.
- تولید محصولات و در دسترس قرار دادن محتواهای فرهنگ اصیل فرهنگی-اجتماعی.
- پاسخ گویی به شبهات اعتقادی با استفاده از رسانه های ارتباط جمعی جدید مانند صداوسیما، شبکه های اجتماعی و رسانه های مکتوب.
- تولید محتوای هنری و رسانه ای غنی با گرایش فرهنگ ناب اسلامی.
- بسترسازی و تبلیغات در رسانه های جمعی محلی و توجه به معیشت در ترویج و مهندسی فرهنگی.
- برخورد با تحریف کنندگان تاریخ ایرانی-اسلامی.
- ارتقاء آموزش های مختلف فرهنگی-اجتماعی با معرفی الگوهای رفتارهای صحیح بومی ایرانی-اسلامی.
- برگزاری همایش های تاریخی و روایت صحیح تاریخ ایرانی-اسلامی با استفاده از اساتید مجرب و اهل علم.
- هم چنین، به منظور جلوگیری از اثرات بازدارنده جنبه های کاهنده امنیت اجتماعی و متعارض با سبک زندگی اسلامی پیشنهادهای زیر توصیه می شوند.
- اطلاع رسانی و بصیرت افزایی عموم نسبت به تهدیدات فرهنگی-اجتماعی.

- تلاش همه‌جانبه و هماهنگ در راستای مقابله با تهاجم فرهنگی غرب و خرده‌فرهنگ‌های معارض.
- توجه به امر فیلترینگ هوشمند و مدیریت شبکه‌های اجتماعی در بالابردن ضریب امنیت و جلوگیری نفوذ تفکرات مهاجم.
- فرهنگ‌سازی در نحوه و چگونگی استفاده از ابزارهای اطلاع‌رسانی جمعی مانند ماهواره و شبکه‌های اجتماعی و بصیرت‌افزایی از تهدیدها و آسیب‌های ناشی از استفاده ناصواب آنان.
- ایجاد شبکه‌ها، سایت‌ها و نشریات مثبت قابل‌رقابت با رسانه‌های معاند برای فرهنگ‌سازی و بیان تهدیدات این فضا.

کتابنامه

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. افتخاری، ا.، و شهباز، ح. (۱۳۹۸). کالبدشکافی ابعاد امنیت از منظر آیت‌الله مهدوی کنی (ره). دانش سیاسی، ۱۶ (۳۲)، ۳۱۷-۳۴۶.
۴. امیری، س.، و اصغرپور ماسوله، ا. (۱۳۹۵). ظهور دین‌داری گزینشی در میان دختران شهر مشهد: ارائه یک نظریه زمینه‌ای. علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳ (۲)، ۱-۲۲.
۵. امیری لرگانی، س.، افتخاری، ا.، و شایگان، ف. (۱۳۹۷). تبیین عناصر مقوم امنیت اجتماعی در منظومه فکری مقام معظم رهبری امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی). انتظام اجتماعی، ۱۰ (۴)، ۱-۲۸.
۶. پارسانیا، ح. (۱۳۹۰). روش‌شناسی انتقادی حکمت صدرایی. قم: کتاب فردا.
۷. پیروزمند، ع. (۱۳۸۹). مبانی و الگوی مهندسی فرهنگی. قم: دفتر فرهنگستان علوم اسلامی.
۸. حیدرنژاد، ع.، و مقیمی، م. (۱۴۰۱). طراحی الگوی سبک زندگی اسلامی-ایرانی در راستای بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با تأکید بر قدرت نرم. مطالعات قدرت نرم، ۱۲ (۲۸)، ۲۸۱-۳۰۴.
۹. خلف‌زاده، ر.، و افتخاری، ا. (۱۴۰۰). مفهوم‌شناسی امنیت در بیانیه گام دوم انقلاب. پاسداری فرهنگی/انقلاب اسلامی، ۱۱ (۲۳)، ۱۱۹-۱۵۹.

۱۰. طولابی، ز.، صمدی، س.، و مظهری‌نژاد، ف. (۱۳۹۲). بررسی نقش میانجی عزت‌نفس و خودکارآمدی در رابطه بین سبک زندگی اسلامی و سازگاری اجتماعی جوانان شهر مشهد. فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی جوانان، ۹(۳)، ۱۵۵-۱۳۲.
۱۱. قنبری، ا.، کورنگ بهشتی، س.، و رشیدپور، ع. (۱۴۰۱). فهم عوامل زمینه‌ساز فرهنگی در سبک زندگی ایرانی-اسلامی. علوم اجتماعی/دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۹(۳)، ۷۵-۱۰۲.
۱۲. کاویانی، م. (۱۳۸۸). تربیت اسلامی: گذر از اهداف کلی به اهداف رفتاری. پژوهش‌های میان‌رشته‌ای قرآن کریم، ۱(۳)، ۷۹-۹۱.
۱۳. گیدنز، آ. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی (چاپ نوزدهم) (ح. چاوشیان، مترجم). تهران: نشر نی.
۱۴. محسنی، ر. (۱۳۸۹). تحلیل جامعه‌شناختی امنیت اجتماعی و نقش آن در کاهش جرم و آسیب‌های اجتماعی. فصلنامه نظم و امنیت اجتماعی، ۲(۴)، ۱-۲۳.
۱۵. موسوی، م.، آهنگران، ج.، و افتخاری، ا. (۱۳۹۷). شاخص‌های بومی امنیت اجتماعی در مقاصد گردشگری جمهوری اسلامی ایران. برنامه‌ریزی توسعه و رفاه اجتماعی، ۱۷(۳۷)، ۵۷-۹۰.
۱۶. نیازی، م.، اسلامی بناب، ر.، منتظری خوش، ح.، و سخایی، ا. (۱۳۹۷). فراتحلیل مطالعات رابطه بین سبک زندگی و هویت اجتماعی. علوم اجتماعی/دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۹(۱۶)، ۲۳۷-۲۶۷.

17. Ahmed, A. A., Komariah, A., Chupradit, S., Rohimah, B., Nuswantara, D. A., Nuohaunidin, N., ..., & Dodi, I. (2022). Investigating the relationship between religious lifestyle and social health among Muslim teachers. *HTS Theologiese Studies/Theological Studies*, 78(4), 1-6.
18. Asmaddy, H., & Rusmawati, S. (2012). Social security wealth and early retirement in public pension scheme. *International Journal of Economics and Management*, 6(2), 346-359.
19. Buzan, B. (1983). *People, states and fear: An agenda for international security studies in the post-cold war era* (2nd ed.). Great Britain: Wheatsheaf Books Ltd.
20. Christ, A., & Latz, E. (2019). The western lifestyle has lasting effects on metaflammation. *Nature Reviews Immunology*, 19(5), 267-268.
21. Dunn, A. L., Anderson, R. E., & Jakicic, J. M. (1998). Lifestyle physical activity interventions: History, short- and long-term effects, and recommendations. *American Journal of Preventive Medicine*, 15(4), 398-412.
22. Ghafran, C., & Yasmin, S. (2020). Ethical governance insight from the Islamic perspective and an empirical enquiry, *Journal of Business Ethics*. 167(2), 513-533.

23. Ivanova, T. N., Yushchenko, N. A., Ibatova, Aygul Z., & Bahmani, A. (2021). The role of Islamic lifestyle on social security in Russia. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 77(1), 1-6.
24. Jensen, M. (2007). Defining lifestyle. *Environmental Sciences*, 4(2), 63-73.
25. Loef, M., & Walach, H. (2012). The combined effects of healthy lifestyle behaviors on all cause mortality: A systematic review and meta-analysis. *Preventive Medicine*, 55(3), 162-170.
26. Veal, A. J. (2006). The concept of lifestyle: A review. *Leisure Studies*, 12(4), 233-25
27. Walsh, R. (2011). Lifestyle and mental health. *American Psychologist*, 66(7), 579-592.
28. Wolfers, A. (1952). National security as an ambiguous symbol. *Political Science Quarterly*, 67(4), 481-502.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2024.83531.1385
مقاله پژوهشی - مطالعه موردی

تحلیل روایت نقش تجربه خیانت بر اعتماد بین فردی و خانوادگی (مطالعه موردی: جوانان شهرستان زاهدان)

عبدالرسول حسینی فر (دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران، نویسنده مسئول)

hasanifar@lihu.usb.ac.ir

شکیب ضربی قلعه‌حمای (دانش آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران)

shakibzarbi81998@gmail.com

اقلیما کرد (دانش آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی،

دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران)

eghlimakord@gmail.com

چکیده

این پژوهش در پی مطالعه نقش تجربه خیانت عاطفی و جنسی ذیل روابط زناشویی و عاطفی بر اعتماد افراد است. بدیهی است که ارتکاب خیانت توسط یکی از افرادی که خود را متعهد به وفاداری در رابطه زناشویی و عاطفی کرده است، می‌تواند منجر به آسیب‌های فردی و اجتماعی قابل توجهی برای طرفین شود. از آنجایی که خلأ ناشی از مطالعه این پدیده در شهرستان زاهدان بنا به شرایط خاص فرهنگی و قومی به وضوح احساس می‌شد، این پژوهش بنا به خلأ مطالعه زمینه‌های خیانت عاطفی و جنسی در شهر زاهدان با مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۳۲ نفر از جوانان شهرستان زاهدان انجام شد. پژوهش به روش تحلیل روایت و مطابق روش برون و کلارک و با در نظر داشتن هم‌زمانی گردآوری اطلاعات و تحلیل انجام شده است. آنچه به دست آمد بر این نکته تأکید می‌کند که خیانت ممکن است

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۲۹۷-۲۷۱

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۲۶

در روابطی که بر پایه احساسات متزلزل و گذرا شکل گرفته‌اند و یکی از طرفین از ضعف‌های شخصیتی و روانی رنج می‌برد، اتفاق بیفتد. همچنین بروز رفتارهای غیرعادی که شک را در شریک عاطفی برمی‌انگیزد، او را مجاب به خودکنترلی در قبال خیانت شریکش می‌کند. نهایت امر، فرد خیانت دیده با اعتمادی خدشه‌دار شده، توانایی اعتماد خود را به افراد تا حدود زیادی از دست می‌دهد و دچار بدبینی و تشکیک نسبت به افراد می‌شود؛ ضمن اینکه رابطه عاطفی درگیر با خیانت با اختلالاتی جدی و حتی جدایی و طلاق ممکن است رو به رو شود.

واژگان کلیدی: خیانت عاطفی، خیانت جنسی، اعتماد، شهرستان زاهدان، تحلیل روایت.

۱. مقدمه

خانواده یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی و شامل گروهی از افرادی است که با ارتباطات خویشاوندی، مستقیماً پیوند یافته‌اند و اعضای آن متعهد به عهد و پیمان‌هایی هستند که قبل از ازدواج بسته‌اند (علوی‌زاده و شاکریان، ۱۳۹۵). زندگی مشترک نیز مانند هر امر و پدیده‌ای دیگر، آسیب‌ها و آفت‌های خاص خود را دارد و یکی از این آسیب‌های بزرگ و عمده زندگی مشترک، شکل‌گیری خیانت یا روابط فرازنشویی است.

خیانت را می‌توان به عنوان نقض هنجارهای رابطه از نظر صمیمیت عاطفی یا فیزیکی با دیگران خارج از یک رابطه عاشقانه تعریف کرد (دریگوتاس و بارتا^۱، ۲۰۰۱). خیانت می‌تواند اثرات مخربی بر روابط، با ایجاد یا افزایش پریشانی شخصی داشته باشد و یکی از رایج‌ترین دلایل ذکر شده برای طلاق است (آماتو و پرویتی^۲، ۲۰۰۳). خیانت به هرگونه رابطه جنسی یا ارتباط عاطفی خارج از چارچوب روابط زناشویی به صورت مخفیانه که تهدیدی برای زندگی زناشویی محسوب شود، می‌گویند (نریمان و همکاران، ۱۳۹۹).

1. Drigotas & Barta
2. Amato & Previti

خیانت عاطفی و جنسی موضوعی حیاتی و جدی برای زوجین و خانواده‌ها و همین‌طور مسأله‌ای رایج برای درمانگران حوزه خانواده است. اگرچه ممکن است ارتباط با شخصی غیر از شریک عاطفی یا همسر به صورت جسمانی یا عاطفی باشد، اما نهایتاً زمان صرف شده بین یکی از زوجین با فردی خارج از رابطه، برای زندگی زناشویی و یا رابطه عاطفی مساله خواهد بود (لشگری و مهدوی، ۱۳۹۷).

وقتی زوجین با نیازهای عاطفی بی‌پاسخی روبه‌رو می‌شوند و مدتی هم بنا به دلایل متفاوتی از هم دور می‌مانند، امکان حضور فرد دیگری که می‌تواند آن خلأ را پر کرده و به نیازها پاسخ دهد، بیشتر می‌شود. آنچه وضعیت را پیچیده‌تر می‌کند، احساس فرد نسبت به شخصی است که نیازهای عاطفی‌اش را برطرف می‌کند، یعنی ممکن است دل‌بستگی عاطفی شدید پیدا کند و این احساس نیز رفتار و عکس‌العمل‌های او را از اختیارش خارج کند (فلاحیان و همکاران، ۱۳۹۸؛ نریمان و همکاران، ۱۳۹۹).

ازجمله اینکه رفتاری خیانت محسوب می‌شود یا نه، به نوع رفتار موردنظر و ویژگی‌های افراد در یک رابطه بستگی دارد (آیمی^۱، ۲۰۱۹). بیشتر تحقیقات خیانت را در دو محور اصلی مورد بحث قرار می‌دهند: خیانت جنسی و عاطفی (بلو و هارتنت^۲، ۲۰۰۵)، که اشاره به تماس فیزیکی جنسی یا وابستگی عاطفی به کسی است که شریک زندگی خود نیست. با این حال، برخی از محققان تفاوت‌ها را در درک رفتارهای دیگر از نظر خیانت بررسی کرده‌اند. برای مثال، ویلسون و همکارانش (ویلسون^۳ و همکاران، ۲۰۱۱) مقیاسی را ایجاد کردند که در آن ادراک رفتارهای مبهم و فریبنده، مانند رقصیدن با شخص دیگری یا دروغ گفتن به شریک زندگی و همچنین رفتارهای صریح را بررسی می‌کرد؛ مانند رابطه جنسی دهانی با شخص دیگری. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که این سه نوع رفتار (ابهام‌آمیز، فریبنده، و صریح) همگی به‌عنوان

1. Aimee

2. Blow & Hartnett

3. Wilson

خیانت تلقی می‌شوند، اما به روش‌های مختلف توسط افراد مختلف. پیش‌ازین، ویتی^۱ (۲۰۰۳) دریافت که شرکت‌کنندگان خیانت را به سه نوع اصلی، از جمله خیانت جنسی، خیانت عاطفی و استفاده از پورنوگرافی طبقه‌بندی کردند. به‌طور کلی، ویتی دریافت که رفتارهای مرتبط با استفاده از پورنوگرافی کمترین احتمال را برای خیانت دارند، اما رفتارهای کامپیوتری مانند سکس سایبری مشابه رفتار جنسی رو در رو و نه به‌عنوان شکل جداگانه‌ای از خیانت در نظر گرفته می‌شود. این نتایج نشان می‌دهد خیانت فیزیکی یا عاطفی لازم نیست در موقعیت‌های چهره به چهره رخ دهد تا به‌عنوان خیانت تلقی شود. درواقع، حداقل ۸۰٪ از افرادی که سناریوهایی در مورد خیانت آنلاین داده‌اند، نشان دادند که این رفتار به‌عنوان یک عمل خیانت تلقی می‌شود (ویتي، ۲۰۰۵؛ اسکنر و آدم^۲، ۲۰۱۷). در یک مطالعه، اشنايدر^۳ و همکاران (۲۰۱۲) دریافتند که از ۳۴ شرکت‌کننده که خیانت آنلاین را تجربه کرده بودند، ۳۰ نفر احساس کردند که این رفتار بر روابط واقعی آن‌ها تأثیر منفی گذاشته است. اکثر شرکت‌کنندگان از دست دادن اعتماد را گزارش کردند، زیرا بسیاری از آن‌ها تحت تأثیر فریب شریک زندگی خود قرار گرفتند. علاوه بر این، اشنايدر (۲۰۰۰) در مصاحبه با افرادی که شرکایشان درگیر خیانت آنلاین شده بودند، دریافت که تقریباً یک‌چهارم شرکت‌کنندگان از آن زمان از شریک زندگی خود جدا شده یا طلاق گرفته‌اند.

درک خیانت نیز به ویژگی‌های فردی بستگی دارد. برخی تحقیقات نشان داده‌اند که به‌طور کلی، خیانت بیشتر از زنان قابل قبول است، اما مردان و زنان به خیانت جنسی و عاطفی به‌طور یکسان نگاه می‌کنند (شپرد^۴ و همکاران، ۱۹۹۵). با این حال، سایر محققان دریافته‌اند که مردان و زنان انواع مختلف خیانت را متفاوت می‌بینند، به‌طوری‌که مردان تمایل دارند خیانت جنسی را ناراحت‌کننده‌تر بدانند، درحالی‌که زنان خیانت عاطفی را ناراحت‌کننده‌تر می‌دانند (بأس

1. Witty

2. Schnarre & Adam

3. Schneider

4. Sheppard

و همکاران^۱، ۱۹۹۲؛ بریس و همکاران^۲، ۲۰۱۴؛ منگوم و ولز^۳، ۲۰۰۱؛ شکلفورد^۴ و همکاران، ۲۰۰۲؛ ترگر و اسپرچر^۵، ۲۰۱۱).

مطالعات نشان داده‌اند حالت روحی و احساساتی که از رویدادهای بی‌ارتباط به وجود می‌آیند، تأثیری بر اعتماد یک فرد نسبت به یک غریبه دارند؛ بنابراین، احساساتی که از یک رویداد مرتبط با اعتماد، به‌عنوان مثال خیانت، به وجود می‌آید، می‌توانند تأثیر چشمگیری بر اعتماد یک فرد نسبت به یک غریبه داشته باشند (وینگ و مارکوس^۶، ۲۰۱۵). به‌طور کلی عواقب ناشی از وقوع خیانت را می‌توان در دو بخش شناسایی کرد. نخست تأثیرات عاطفی و سپس از دست دادن توانایی اعتماد به مردم. این تجربه به میزان کمتری شبیه به یک حادثه تروماتیک است. حقیقت این است که خیانت می‌تواند عواقب عاطفی منفی را ایجاد کند و این در برخی از مطالعات گزارش شده است. اول، نقض یک قرارداد روانی می‌تواند به‌عنوان یک شکل از خیانت تلقی شود؛ زیرا شامل هر دو عنصر اعتماد و انتظار است که طرف دیگر وظایف خود را انجام دهد (وینگ و مارکوس، ۲۰۱۵). وقتی فردی مشاهده می‌کند نقض قرارداد روانی به‌طور عمد توسط طرف دیگر در شرایط نامنصفانه انجام می‌شود، او احساس نارضایتی شدیدی می‌کند (رابینسون و ماریسون^۷، ۲۰۰۰).

نارضایتی و ناامیدی به شخص اطلاع می‌دهد که حفظ رفتار یا تصمیم فعلی موجه نیست. شواهد تجربی نشان داده‌اند که احساسات منفی بر تصمیمات و قضاوت‌ها تأثیر می‌گذارد. هنگامی که یک شخص تحت تأثیر احساسات منفی قرار می‌گیرد، تمایل دارد از تصمیم‌گیری خودداری کند. در مورد خیانت، این بدان معنی است که شخص هرگاه ممکن باشد تصمیم به

-
1. Buss
 2. Brase
 3. Cann
 4. Shackelford
 5. Treger & Sprecher
 6. Wing & Marcus
 7. Robinson & Morrison

اعتماد به فرد دیگری را به تعویق می‌اندازد (لوس^۱، ۱۹۸۴). لذا منطقی است اگر ادعا کنیم تجربه خیانت تأثیر منفی بر اعتماد شخص به فرد دیگری خواهد داشت (وینگ و مارکوس، ۲۰۱۵). خیانت دیدن باعث تغییرات عمده فیزیولوژیک نیز در سیستم اعصاب و روان و فعالیت شناختی می‌شود. برانگیختگی شدید، گوش‌به‌زنگی، بی‌قراری، اضطراب مدام و مشکل در خوابیدن، از خواب پریدن‌های چندباره، حساسیت به سروصدا، مرور مکرر خاطرات و تصورات گذشته، رؤیاهای خشونت‌بار در خواب و گم‌کردن زمان و مکان در بیداری از جمله واکنش‌های فیزیولوژیک در افراد خیانت‌دیده است (اسپرینگ و اسپرینگ^۲، ۱۳۹۳).

کاملاً محتمل به نظر می‌رسد که فرد خیانت‌دیده اعتماد خود را به هر رابطه دیگری هم از دست بدهد. همچنین در روند درمان و برقراری مجدد اعتماد، برگشت اعتماد عموماً طولانی و دشوار خواهد بود و ممکن است کامل انجام نگیرد و حتی غیرقابل جبران باشد (گرینبرگ و همکاران^۳، ۲۰۱۰). کاهش و سلب اعتماد در روابط عاطفی، بالأخص در روابط زناشویی، علاوه بر اینکه تداوم رابطه زوجین را متزلزل می‌کند، صمیمیت را نیز کاهش داده، نگرانی و تنش روحی به بار آورده و احساس امنیت نسبت به همسر را خدشه‌دار می‌کند. ضمن اینکه پیامدهای مخربی نیز برای فرزندان، اطرافیان و حتی جامعه در بردارد؛ در نتیجه فرصت را برای توسعه احساس امنیت با چالش رو به رو می‌کند (ویلیامز^۴، ۲۰۱۲). ایجاد وضعیتی توأم با ناباوری و شک و تردید میان همسران، طرفین را در وضعیت سختی قرار می‌دهد. تصور تکرار مجدد خیانت برای همسر خیانت‌دیده شرایط ناخوشایندی را ایجاد می‌کند (کاوه، ۱۳۸۷). کلاین و همکارانش^۵ (۲۰۲۱) در پژوهش‌شان نیز ثابت کردند که تئوری ترومای خیانت بیان می‌کند که آسیب‌های بین فردی به‌ویژه زمانی آسیب‌زا هستند که مرتکب فردی باشد که قربانی، قبلاً به او اعتماد داشته و به او نزدیک بوده است. یک عامل محافظتی مرتبط برای بررسی، حمایت اجتماعی است که

-
1. Luce
 2. Spring & Spring
 3. Greenberg
 4. Williams
 5. Kline

ممکن است از طریق تأثیر آن بر تنظیم هیجان، بر علائم PTSD - علائم و نشانه‌های استرس پس از سانحه - تأثیر بگذارد.

در این پژوهش، نظر به اهمیت مطالعه و بررسی مسئله خیانت در بستر خانواده، در پی پاسخ به این سؤال است که تجربه خیانت چه نقشی در کیفیت اعتماد افراد به یکدیگر بخصوص در فضای خانواده می‌تواند داشته باشد. عملاً فرد خیانت‌دیده بعد از چنین تجربه‌ای چه سطح از اعتماد را نسبت به شریک عاطفی یا جنسی خود و سایر افرادی که با آن‌ها در ارتباط است، خواهد داشت. بر این اساس هدف اصلی این پژوهش، درک میزان کاهش اعتماد اجتماعی افراد پس از تجربه خیانت شریک عاطفی و جنسی است.

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. پیشینه پژوهش

نتایج پژوهش وینگ و مارکوس (۲۰۱۵) نشان داد تجربه خیانت با احساسات منفی مانند خشم، ناراضی بودن و شرم همراه است و خیانت، منجر به احساسات منفی می‌شود. از طرف دیگر، نتایج نشان داد حادثه خیانت توسط یک غریبه، تأثیری بر روی میل به اعتماد به شخص دیگری خواهد داشت. همچنین، طبق مشاهدات آن‌ها تمام افراد با یک شیوه در تصمیم‌گیری در خصوص اعتماد به شخص دیگر پس از تجربه خیانت، عمل نمی‌کنند. آن‌ها دریافتند که شخصیت افراد در خصوص احساسات، تأثیری بر روی ارتباط بین خیانت و تغییر اعتماد در آینده دارد.

پژوهش‌های بسیاری در پی مطالعه و بررسی دلایل افراد برای خیانت به شریک عاطفی و جنسی صورت گرفته است که به‌طور کلی به عواملی مانند ناراضی‌تبی از رابطه زناشویی فعلی، برآورده نشدن نیازها ذیل آن رابطه، احساس نیاز به گسترش خویشتن، احساس تنهایی در رابطه، تنوع‌طلبی یا هیجان‌خواهی جنسی، انتقام، خشم و یا حسادت، احساس عدم امنیت یا عدم اطمینان در رابطه، نیاز به همنشینی و صمیمیت بیشتر، بلوغ نیافتگی و کمبود تعهد، علاقه زیاد به داشتن

رابطه عاشقانه با فردی خارج از رابطه فعلی، نارضایتی جنسی، افزایش و بهبود عزت نفس، ناتوانی در کنترل و مدیریت وسوسه‌ها، مورد بی‌توجهی قرار گرفتن، در دسترس نبودن همسر و مصرف دارو، الکل یا موادمخدر (مافوسا و همکاران^۱، ۲۰۱۷؛ لواندوسکی و آکرمن^۲، ۲۰۰۶؛ روکاخ و فیلیبرت^۳، ۲۰۱۵؛ دریگوتاس و همکاران^۴، ۱۹۹۹؛ فلدمن و کافمن^۵، ۱۹۹۹).

شکل‌فورد و همکارانش (۲۰۰۰) در پژوهش خود ابراز کردند همسرانی که تجربه خیانت دیدن دارند، در مسائل عاطفی، روانی و جسمانی با مشکلات عدیدی روبه‌رو می‌شوند و واکنش آن‌ها در قبال این پدیده روبه‌رویی با مشکلات روانی شدید مانند احساس خشم و گناه، یأس، از دست دادن اعتماد، لطمه خوردن عزت نفس و دوره‌های طولانی افسردگی و اضطراب است.

همچنین در پژوهش شریفی ساعی (۱۴۰۲) که طی مطالعه‌ای فراترکیبی، بیش از ۷۸ پژوهش در رابطه با پیامدهای خیانت زناشویی را بررسی کرده است نیز به این نکته اشاره کرده است که «آشفتگی‌های شناختی» و «تغییر ارزش‌های قربانی» از جمله پیامدهای شناختی خیانت، «جدایی عاطفی»، «پاسخ‌های انتقامی» و «احتمال طلاق» زوجین از جمله پیامدهای خانوادگی و «احساس ناامنی»، «احساس بی‌اعتمادی» و «آسیب به شبکه اجتماعی فرد» از دسته پیامدهای اجتماعی خیانت بشمار می‌رود.

نظر به تحقیقات پیشین، مسئله زیربنایی در این پژوهش این است که چگونه خیانت عاطفی و جنسی منجر به بی‌اعتمادی بین فردی و خانوادگی می‌شود. هرچند خیانت در اغلب کشورها و شهرها، حجم قابل‌توجهی از تحقیقات را به خود اختصاص داده اما شرایط خاص شهرستان زاهدان از حیث شرایط فرهنگی، مذهبی و موقعیت اجتماعی آن مانع از انجام مطالعات کافی و جامع در این زمینه شده است. همچنین غالب پژوهش‌های این حوزه به بررسی کمی متغیرهای مرتبط با روابط فرازناشویی پرداخته‌اند و این پدیده کمتر به صورت عمیق و کیفی موردبررسی

-
1. Maphosa
 2. Lewandowski
 3. Rokach & Philibert-Lignières
 4. Drigotas & Barta
 5. Feldman & Cauffman

قرار گرفته است. نهایتاً اینکه با توجه به افزایش آمارهای مربوط به خیانت عاطفی و جنسی در جوامع مختلف، بدیهی است که این پدیده بایستی با جدیت و دقت بیشتری در بافت فرهنگی و مذهبی شهرستان زاهدان مورد مطالعه و تبیین قرار بگیرد تا بتوان راهکارهای بومی شده و مناسبی را ارائه داد که هم به پیشگیری از این پدیده کمک کند و هم درمانگران را در مسیر همدلی و درک بیشتر چنین مراجعانی یاری رساند.

۲.۲. چارچوب نظری تحقیق

نظریه‌های روانشناسی اجتماعی به عنوان یک حوزه از روانشناسی مدرن، تأکید دارند که فهم رفتارهای اجتماعی باید با توجه به تعاملات افراد با محیط اجتماعی و فرهنگی آنها انجام شود. در این زمینه، می‌توان به برخی نظریه‌ها و مدل‌ها اشاره کرد که توضیحاتی درباره نقش خیانت در اعتماد ارائه داده‌اند:

۱) نظریه پیوستگی اجتماعی

نظریه پیوستگی اجتماعی تأکید دارد که افراد به دنبال ایجاد و حفظ روابط مثبت و پایدار با دیگران هستند. در این سیاق، خیانت ممکن است به تخلف از این پیوستگی و تعهد منجر شود، که در نهایت بر اعتماد به همسر یا روابط خانوادگی تأثیر می‌گذارد (بالبی^۱، ۱۹۷۳).

۲) نظریه انتظارات اجتماعی

این نظریه مدعی است که رفتارهای اجتماعی افراد به شدت تحت تأثیر انتظارات دیگران قرار دارند. در مورد خیانت، اگر فرد انتظار داشته باشد که همسر یا شریک عاطفی به او وفادار باشد و این انتظار تخلف شود، اعتماد افراد به همسر یا شریک کاهش می‌یابد (راسبولت^۲ و همکاران، ۱۹۹۸).

1. Bowlby, J.
2. Rusbult

۳) نظریه تعامل اجتماعی

نظریه تعامل اجتماعی تأکید دارد که رفتارها و تعاملات افراد در محیط اجتماعی به شدت تحت تأثیر قرار دارند. در این زمینه، خیانت به عنوان یک اختلال در تعاملات افراد میان فردی در نظر گرفته می شود. تخلف از تعهد به یکدیگر و نقض اصول اخلاقی در ارتباطات می تواند به تغییر دینامیک های اجتماعی منجر شود و اعتماد را تخریب کند (کلی^۱ و همکاران، ۱۹۸۳).

۳. روش تحقیق

این تحقیق به دنبال مطالعه نقش خیانت عاطفی و جنسی در اعتماد اجتماعی است. پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کیفی و به شیوه تحلیل روایت انجام شده است. روایت شامل ویژگی های خاصی است که استفاده از آن را در تحقیقات اجتماعی مناسب می سازد. سازمان دهی خطی رویدادها شامل یک آغاز محتوای ادامه یابنده و نقطه پایان (تامپسون^۲، ۱۹۸۷) و همچنین ماهیت فرایندی روایت (گریفین^۳، ۱۹۹۸)، امکان بررسی روندهای اجتماعی را فراهم می کند. پدیده های اجتماعی از آنجاکه متصل به زیربنا و روبناهای تعیین کننده اند، مناسب تحلیل روایت هستند. تحلیل روایت امیک و از درون است. ظهور ساختار روایی و فرایندی از مطالعه روایات سبب می شود اعتباری ویژه جهت فهم درک و بازسازی روایت بر اساس مفاهیم پنهان در آن ایجاد شود؛ بیش از آنکه نظریات صوری و بیرونی آن را معنا کنند. مونهای تحلیل روایت را نوعی از پژوهش کیفی تعریف می کند که مجموعه ای از روایات را به عنوان منبع داده های خود بر می گیرند.

این داستان ها روایتی از تجارب زندگی مردم است که توسط آن ها در مورد خودشان با به واسطه دیگران در مورد افرادی دیگر نقل می شود اما تحقیق روایتی فقط مفاهیمی را که افراد به تجاربشان می دهند، کشف نمی کنند؛ بلکه این نکته را روشن می کند که چگونه زبان بازگو کننده

1. Kelley

2. Thompson

3. Griffin

و بازتابی از دنیای اجتماعی آدم‌هاست. داستان‌ها گاه به شکلی آگاهانه و اغلب ناخودآگاه مفاهیم تعهدات باورهای غالب و ارزش‌های زمانی و مکانی را از محلی که فرد در آنجا زندگی کرده و هویتش شکل گرفته آشکار می‌کنند (نعمتیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۷).

روش مورد استفاده این شیوه پژوهش مصاحبه روایی و روش تحلیل آن از میان چهار حوزه تحلیل مضمونی، ساختاری، مکالمه‌ای و دیداری (ریزن^۱، ۲۰۱۱)، تحلیل مضمونی است. هر مضمونی از چند واحد با زیر مجموعه با نام زیر مضمون تشکیل شده است و هر زیر مضمون در برگیرنده چند مفهوم است (براون و کلارک^۲، ۲۰۱۱).

برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از روش نمونه‌گیری نظری و حداکثر تنوع (جنسیت، سن، تحصیلات، شریک جنسی یا عاطفی) استفاده شده است. بدین ترتیب مصاحبه با ساکنین شهرستان زاهدان که تجربه مورد خیانت واقع شدن و یا خیانت کردن داشته و اطلاعات غنی و زیادی در راستای خلق مدل مفهومی تحقیق ارائه دادند، انجام شد.

گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌ی عمیق و نیمه ساختاریافته در سال ۱۴۰۱ طی یک بازه زمانی ۵ ماهه انجام شده است. معمولاً پژوهشگر، مصاحبه‌هایی در حدود ۱:۳۰ الی ۴ ساعت در میدان تحقیق انجام داد. راهنمای سؤالات مصاحبه به فراخور شرایط و فرایند مصاحبه گاهی کم یا زیاد شدند و در صورت نیاز از مشارکت‌کننده سؤالات بیشتری پرسیده می‌شد. همکاری مشارکت‌کنندگان در مصاحبه آزادانه و با کسب رضایتشان انجام شد و در ابتدای مصاحبه تمامی حقوق به مشارکت‌کنندگان توضیح داده شده و سپس با رضایت آن‌ها مصاحبه آغاز شد.

در این تحقیق، اشباع نظری نقطه‌ی پایانی برای حجم نمونه و گردآوری داده‌ها در نظر گرفته شده است. نمونه این تحقیق پس از مصاحبه با ۳۲ نفر از افراد آسیب‌دیده از خیانت در شهرستان زاهدان به اشباع نظری رسید. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش طی فرایند نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند، بدین صورت که بعد از مصاحبه با هر فرد، در رابطه با فردی که شرایط مشابهی - خیانت عاطفی یا جنسی - را تجربه کرده باشد، پرس‌وجو می‌شد و نهایتاً شبکه‌ای از افرادی

1. Riesman

2. Braun V & Clarke

که چنین تجربه مشابهی را داشتند، شکل گرفت تا در این پژوهش مشارکت لازم را داشته باشند. همچنین بخش قابل توجهی از مشارکت کنندگان را افرادی تشکیل دادند که محققین - به دلیل وجود ارتباط دوستانه یا خانوادگی و ... - در ارتباط با تجارب آنها در زمینه مورد مطالعه اطلاع داشتند و با ارائه درخواست رسمی ضمن رعایت کامل حقوق مصاحبه کنندگان، با آنها سؤالات مربوط به مصاحبه در میان گذاشته شد. درواقع حساسیت موضوع مورد مطالعه و پیش بینی امکان مرور تجارب دردناک مشارکت کنندگان ذیل پاسخ به سؤالات، تمام تلاش پژوهشگران بر این بود تا تمام جوانب لازم در انتخاب افراد، زمان مصاحبه، چگونگی انجام مصاحبه و نحوه تنظیم و پرسش سؤالات لازم رعایت شود. از طرفی، تلاش شد تا همزمان خیانت شکل گرفته ذیل رابطه زناشویی و یا روابط عاطفی خارج از ازدواج مورد مطالعه قرار بگیرد.

در فرایند انجام مصاحبه ها و تحلیل آنها پژوهشگر متوجه انباشت و تکمیل اطلاعات از سوی مشارکت کنندگان مختلف شد تا اینکه از مصاحبه ی نفر بیست و پنجم به بعد محقق متوجه شد اطلاعات چندانی به یافته های قبلی افزوده نمی شود و اطلاعات مرتب تکرار می شوند.

شیوه تحلیل یافته های پژوهش حاضر (مضامین) مطابق روش بروان و کلارک (۲۰۰۶) و با در نظر داشتن هم زمانی گردآوری اطلاعات و تحلیل شامل مراحل ذیل است: آشنایی با متن، ایجاد کدهای اولیه، جستجوی مضامین، مرور و تعریف مضامین با استفاده از مفاهیم شکل دهنده آنها و در نهایت گزارش یافته ها.

این مطالعه برای تأمین اعتبار مبنی بر آنکه محقق همان چیزی را می بیند که با واقعیت تجربی منطبق است و نیز برای دیگران آشکار است (فلیک^۱، ۱۳۸۷)، از استراتژی کنترل توسط مشارکت کنندگان استفاده و به دنبال مطلوبیت بازنمایی مفاهیم و مضامین به دست آمده از منظر مشارکت کنندگان بوده است (کرسول^۲، ۱۳۹۷). همچنین در راستای معیار باورپذیری این پژوهش از استراتژی گفتگو با همتایان استفاده شده است. به آن معنا که در گفت و شنود مستمر با افراد

1. Felick

2. Cereswel

صاحب نظر و علاقه مند به پژوهش تلاش شد یافته های پژوهش مورد بحث قرار گیرد و نقاط کور پدیده مورد مطالعه روشن و حساسیت های مفهومی برآمده از آن مجدداً پیگیری شود.

در این پژوهش با ۳۲ نفر از شهروندان جوان شهرستان زاهدان که در بازه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال قرار داشتند، مصاحبه انجام شد. ۱۱ نفر از مشارکت کنندگان مرد و ۲۱ نفر زن بودند که از بین آن ها ۱۰ نفر متأهل و ۲۲ نفر نیز مجرد بودند. شریک جنسی ۷ نفر از مشارکت کنندگان این پژوهش، همسرشان بوده، ۸ نفر شریک جنسی غیرهمسر و ۱۷ نفر بدون شریک جنسی بودند. همچنین ۲۵ نفر از مشارکت کنندگان دارای شریک عاطفی، ۳ نفر بدون شریک عاطفی و تنها شریک عاطفی ۴ نفر، همسرشان بود. ۲۳ نفر از مشارکت کنندگان دارای حداکثر مدرک لیسانس و ۹ نفر دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس و دکتری بودند. همچنین ۱۰ نفر از مشارکت کنندگان بیکار و یا خانه دار، ۱۷ نفر دارای مشاغل دولتی و یا آزاد و ۵ نفر نیز دانشجو بودند.

جدول ۱. اطلاعات کلی مصاحبه شوندگان

شماره	جنسیت	سن	وضعیت تأهل	شریک جنسی	شریک عاطفی	تحصیلات	شغل	محل زندگی
۱	مرد	۲۲	مجرد	خیر	بله	لیسانس	آزاد	زاهدان
۲	زن	۲۹	متأهل	همسر	همسر	لیسانس	منشی	زاهدان
۳	زن	۲۰	مجرد	خیر	بله	فوق دیپلم	دانشجو	زاهدان
۴	زن	۲۲	مجرد	خیر	بله	فوق دیپلم	دانشجو	زاهدان
۵	زن	۲۶	مجرد	خیر	بله	فوق لیسانس	بیکار	زاهدان
۶	مرد	۲۴	مجرد	خیر	بله	لیسانس	بیکار	زاهدان
۷	زن	۲۹	مجرد	بله	بله	فوق لیسانس	بیکار	زاهدان
۸	زن	۲۸	متأهل	همسر	همسر	لیسانس	معلم	زاهدان
۹	زن	۲۶	مجرد	خیر	بله	لیسانس	دانشجو	زاهدان
۱۰	زن	۲۵	مجرد	خیر	بله	لیسانس	بیکار	زاهدان
۱۱	زن	۲۹	مجرد	بله	بله	لیسانس	دانشجو	زاهدان
۱۲	زن	۲۸	مجرد	خیر	بله	فوق لیسانس	آزاد	زاهدان
۱۳	مرد	۲۱	مجرد	خیر	بله	لیسانس	معلم	زاهدان

شماره	جنسیت	سن	وضعیت تاهل	شریک جنسی	شریک عاطفی	تحصیلات	شغل	محل زندگی
۱۴	زن	۲۱	مجرد	خیر	بله	فوق دیپلم	دانشجو	زاهدان
۱۵	زن	۲۱	مجرد	خیر	بله	فوق دیپلم	بیکار	زاهدان
۱۶	زن	۲۹	متاهل	بله	خیر	لیسانس	خانه دار	زاهدان
۱۷	مرد	۲۷	مجرد	خیر	بله	لیسانس	کارآفرین	زاهدان
۱۸	زن	۲۳	متاهل	بله	خیر	لیسانس	بیکار	زاهدان
۱۹	مرد	۲۸	مجرد	بله	بله	فوق لیسانس	کارمند	زاهدان
۲۰	زن	۳۰	متاهل	همسر	بله	فوق لیسانس	پرستار	زاهدان
۲۱	زن	۲۸	مجرد	خیر	بله	لیسانس	آزاد	زاهدان
۲۲	مرد	۲۹	متاهل	بله	خیر	فوق دیپلم	آزاد	زاهدان
۲۳	مرد	۲۶	متاهل	همسر	همسر	لیسانس	کارمند	زاهدان
۲۴	مرد	۲۴	مجرد	خیر	بله	فوق لیسانس	معلم	زاهدان
۲۵	زن	۲۹	متاهل	همسر	بله	فوق لیسانس	معلم	زاهدان
۲۶	مرد	۳۰	متاهل	همسر	بله	دکتری	استاد	زاهدان
۲۷	زن	۳۰	مجرد	خیر	بله	لیسانس	کارمند	زاهدان
۲۸	زن	۲۲	مجرد	بله	بله	فوق دیپلم	بیکار	زاهدان
۲۹	مرد	۲۵	مجرد	خیر	بله	لیسانس	معلم	زاهدان
۳۰	مرد	۲۸	مجرد	بله	بله	فوق لیسانس	مدرس	زاهدان
۳۱	زن	۲۸	متاهل	همسر	همسر	بی سواد	خانه دار	زاهدان
۳۲	زن	۲۰	مجرد	خیر	بله	دیپلم	بیکار	زاهدان

۴. یافته‌های تحقیق

روایت نقش خیانت جنسی و عاطفی در اعتماد اجتماعی در این پژوهش بیان می‌کند که چگونه خیانت جنسی و یا عاطفی باعث لطمه خوردن اعتماد شریک جنسی و یا عاطفی فرد و کاهش اعتماد اجتماعی وی می‌شود. این روایت با اتکا بر مضامینی مانند «احساسات متزلزل»، «تفاوت در نگرش و نیازهای افراد»، «ضعف اخلاقی»، «تلاش جهت افزایش خودکنترلی» و

«اختلال در روابط» شکل گرفته و طبق جدول در چهار بخش مقدمه، ورود، محتوا و خاتمه تحلیل می شود.

جدول ۲. یافته‌های پژوهش تحلیل روایت نقش خیانت در اعتماد

تحلیل روایت نقش خیانت جنسی و عاطفی در اعتماد اجتماعی	
مقدمه	احساسات متزلزل: اعتماد بر پایه تصمیمات احساسی و غیرمنطقی، خوش بینی افراطی به افراد ضعف شخصیتی و روانی: تنوع طلبی، خلأ عاطفی و جنسی
ورود	بروز رفتارهای غیرمعقول: انجام رفتارهای غیرمنطقی، دروغ گویی و پنهان کاری
محتوا	تلاش جهت افزایش خودکنترلی: کنترل واکنش هیجانی و عصبی، احتیاط در اعتماد کرد به سایرین، بازبینی نحوه برقراری ارتباط
خاتمه	اختلال در روابط: ترجیح جدایی بر دوام رابطه، شکل گیری ذهنیت شکاک در فرد خیانت دیده، تغییر نگرش کلی افراد نسبت به روابط عاطفی

الف: مقدمه

بنیاد سست یک رابطه عاطفی تا حدودی می تواند معلول احساسات متزلزل و غیرمنطقی ای باشد که آن رابطه به پشتوانه آن ها شکل گرفته است. آنچه در این پژوهش به دست آمد بر این نکته تأکید می کند که «اعتماد بر پایه تصمیمات احساسی و غیرمنطقی» و «خوش بینی افراطی به افراد» به میزان زیادی می تواند منجر به سست شدن بن و ریشه یک رابطه، گسیختن رابطه عاطفی شده و نهایتاً بستر لازم را برای ورود به رابطه ای جدید شکل دهد.

اعتماد غیرمنطقی و احساسی که می تواند زمینه ساز شکست عاطفی باشد، به تنهایی نقش زیادی در عدم موفقیت یک رابطه ایفا می کند. اعتماد ناشی از احساسات که آن چنان بر عقل و منطق مبتنی نیست، بیشتر ممکن است در دوران نوجوانی و اوایل جوانی شکل بگیرد. در همین رابطه مشارکت کننده زن ۲۰ ساله مجرد می گوید:

«اینکه قلباً احساس کنم طرف مقابلم مرا دوست دارد، به او اعتماد می کنم. غالباً چنین احساسی برای اعتماد کردن برایم کافی است».

دیگر نکته‌ای که می‌توان آن را به‌عنوان یک ویژگی و یا خصلت شخصیتی دانست که فرد به‌فرد می‌تواند متغیر باشد، خوش‌بینی افراطی افراد به سایرین است. همان‌طور که مفهوم مخالف آن یعنی بدبینی افراطی نیز در کلام و رفتار بعضی از افراد قابل مشاهده است، خوش‌بینی افراطی نیز مشاهده شده و می‌تواند چالش‌هایی را در زندگی افراد ایجاد کند. در این پژوهش نیز ما با مسئله‌ساز بودن این ویژگی شخصیتی روبه‌رو شدیم. در همین رابطه مشارکت‌کننده زن ۲۶ ساله مجرد نیز می‌گوید:

«اساساً در روابط خودم نسبت به سایر افراد کاملاً خوش‌بین هستم که متأسفانه از این جهت خیلی ضربه دیدم. رابطه‌ای که شکست در آن باعث شد تا زندگی برایم سخت شود، حاصل اعتماد عجولانه‌ای بود که از سر خوش‌بینی داشتم».

همچنین مشارکت‌کننده مرد ۲۱ ساله مجرد در ارتباط با اعتماد ناشی از خوش‌بینی می‌گوید: «آنچه من از بابت آن در روابط عاطفی و کاری و حتی روابط دوستانه‌ام ضربه خورده‌ام، این بوده است که به‌آسانی اعتماد کردم».

درک ناپسند بودن این نکته که فردی علیرغم حضور در یک رابطه عاطفی با قید وجود و یا عدم وجود رابطه جنسی، خود را درگیر رابطه مشابه دیگری با فرد دیگری کند، کار سختی نیست. مطابق یافته‌های این پژوهش که از نظرات مشارکت‌کنندگان به دست آمده است، این نکته واضح می‌شود که برخی از دلایلی که منجر به خیانت کردن یک فرد به رابطه‌ای که در آن حضور دارد، می‌شود مرتبط با ضعف‌های شخصیتی و روانی وی است. این بخش از یافته‌ها که از مقولاتی مانند «تنوع‌طلبی» و «خلأ عاطفی و جنسی» تشکیل شده است، در پی توضیح همین نکته است.

تنوع‌طلبی بالأخص در زمینه مسائل جنسی طبیعتاً می‌تواند ناشی از مشکلات روانی یا جسمی باشد. بدیهی است که چه در زمینه پاسخ به نیازهای عاطفی و چه در رفع نیازهای جنسی، تنوع‌طلب بودن فرد امری غیرطبیعی است. مشارکت‌کننده زن ۲۲ ساله مجرد در رابطه با تنوع‌طلبی افراد می‌گوید:

«اگر فرد مقابل خیلی تنوع طلب باشد، از ابتدا نباید با او وارد رابطه شد. هیچ تضمینی وجود ندارد که اگر او فردی زیباتر، پولدارتر یا با جایگاه اجتماعی بهتری پیدا کند، همچنان به من وفادار بماند».

همچنین مشارکت کننده مرد ۲۴ ساله مجرد نظر خود را در مورد خلأ عاطفی و جنسی افراد که منجر به خیانت می شود، می گوید:

«افراد بدون منطق و ضمن عدم تعهد و نداشتن فرهنگ صحیح خانوادگی و عدم سلامت فکری و باقی صفات، برای پوشاندن خلأهای درونی خود دست به خیانت می زنند». واضح است که افراد تنوع طلبی شریک عاطفی و جنسی خود را ذیل رابطه نمی پذیرند و عمیقاً این مسئله می تواند برای رابطه آنها چالش ساز باشد. مشارکت کننده مرد ۲۸ ساله مجرد در این باره می گوید:

«نمی توانم این را بپذیرم که کمبود عاطفه و یا خلأ جنسی می تواند دلیلی برای خیانت باشد، اما خودم به همین دلایل خیانت دیدم».

مشارکت کننده زن ۳۸ ساله متأهل نیز می گوید:

«تنوع طلب بودن فرد در داشتن روابط عاطفی متعدد با افرادی با ویژگی های مختلف تا حدودی قابل توجیه است، اگرچه یک عیب و نقص شمار می رود اما تنوع طلبی جنسی یک فرد هرگز نمی تواند منطقی به نظر برسد و قطعاً یک بیماری است».

ب: ورود

خیانت، یک شبه اتفاق نمی افتد. معمولاً قبل از اینکه خیانت کاملاً عیان شود، کلام و رفتار فرد آن را توضیح می دهد. آنگاه که فرد بنا به خلأی که در زندگی شخصی خود احساس کرده و تصمیم به عهد شکنی می کند، این تصمیم وی در رفتار و گفتارش با شریک عاطفی و یا جنسی وی نمود پیدا می کند. آنچه که در این پژوهش توسط افراد خیانت دیده به آن تأکید شد، این مطلب بود که نخستین شک و تردیدها نسبت به شریک عاطفی از بدو تغییر و بروز رفتارهای غیرمنطقی و متفاوت وی به وجود آمده است. این بخش با تأکید بر مقولاتی مانند «انجام

رفتارهای غیرمنطقی» و «دروغ‌گویی و پنهان‌کاری» سعی در توضیح این نکته دارد که بروز رفتارهای این‌چنینی چطور می‌تواند بذر شک و تردید را دل‌شریک عاطفی فرد بکارد و او را نسبت به خیانت حساس کند.

آن دسته از تغییر رفتارهای تدریجی و یا غیرمنطقی گاه می‌تواند در قالب استمدادگرفتن فرد از دروغ باشد. در همین راستا مشارکت‌کننده زن ۳۶ ساله متأهل می‌گوید:

«من دروغ را کلید مفاسد می‌دانم. اگر کسی بتواند دروغ بگوید، احتمالاً می‌تواند انواع دیگر فساد را نیز مرتکب شود. آنچه باعث شک من نسبت به همسرم شد، دروغ‌های متعددی بود که به من و خانواده‌ام گفت.»

گاهی نیز تغییر رفتارهای فرد می‌تواند در انفعال وی ذیل روابط زناشویی تعریف شود؛ به‌عنوان مثال مشارکت‌کننده زن ۳۳ ساله متأهل نیز می‌گوید:

«تغییر رفتار شوهرم نسبت به من کاملاً مرا به او مشکوک کرده بود؛ رفتارهایی مانند عدم تمایل به گفتگو، بی‌میلی عاطفی و جنسی، دیر آمدن به خانه و ...».

گاه نیز این تغییر رفتارها در تمامی لحظات زندگی زناشویی یا رابطه عاطفی بروز می‌یابد. مشارکت‌کننده زن ۳۰ ساله مجرد می‌گوید:

«برخی رفتارهای عجیب از سوی شریک عاطفی‌ام مانند بی‌توجهی، نوع پوشش، تعاملات اجتماعی با برخی افراد ناشناس، اعتیاد و حسی که به برخی از خانم‌ها داشت، کاملاً شک مرا به یقین تبدیل کرد که او در حال خیانت به من است.»

نهایت امر، تداوم و افزایش تدریجی رفتارهای نامتعارفی که نشان از گذر فرد از رابطه فعلی به سوی یک رابطه دیگر است، باعث شکل‌گیری تناقضات رفتاری و کلامی متعددی در رابطه می‌شود که حاصل میل همزمان با عدم توانایی وی برای پایان دادن به آن رابطه است. در همین راستا مشارکت‌کننده مرد ۳۴ ساله مجرد نیز می‌گوید:

«تناقض در کلام و رفتار کاملاً باعث ایجاد شک و تردید می‌شود. هنگامی که واقعیت و شواهد بر خلاف گفته‌های او بود، شک و تردید من دوجندان می‌شد و این مرا آزار می‌داد. دیگر می‌دانستم که او همان فردی که رابطه را با یکدیگر شروع کردیم نیست و کاملاً تغییر کرده است».

ج: محتوا

در بستری که بنا به شرایطی مانند ضعف‌های شخصیتی و روانی و احساسات و رفتار غیرمنطقی، زمینه‌ساز خیانت افراد می‌شود، نهایتاً منتج به واکنش‌های متفاوتی از سوی شریک عاطفی و جنسی می‌گردد. فرد آسیب‌دیده در این دسته از روابط ممکن است بنا به شرایطی که در آن قرار گرفته و نظر به نوع نگرش و تصمیمی که بعد از حصول اطمینان از خیانت حاصل می‌کند، واکنش‌های متفاوتی را ارائه دهد. در این پژوهش آنچه از سوی مشارکت‌کنندگان ابراز شد بر این نکته تأکید داشت که آن‌ها در جهت خودکنترلی عقلانی و غیراحساسی سعی در مواجهه منطقی با خیانت و فردی که به آن‌ها خیانت کرده است، دارند. مقولاتی مانند «کنترل واکنش هیجانی و عصبی»، «احتیاط در اعتماد کرد به سایرین» و «بازبینی نحوه برقراری ارتباط» در راستای توضیح این مقوله شکل گرفته‌اند.

واکنش افراد در قبال کنش خیانت از سوی شریک عاطفی و جنسی‌شان، تفاوت‌های قابل توجهی با یکدیگر دارند. تجربه خیانت، از سخت‌ترین شرایطی است که فرد می‌تواند در آن قرار بگیرد. از این رو اگر فرد تدبیر درستی در آن لحظه نتواند بیندیشد، ممکن است کنش هیجانی خطیری را برگزیند. بسیاری از جرائمی که در سطح نهاد خانواده رخ داده است، به خیانت یکی از زوجین ختم می‌شود و ذاتاً خیانت یکی از زوجین یا شریک عاطفی، توانایی بالقوه بسترسازی برای ارتکاب به جرم را دارد. در چنان لحظه‌ای که فرد خیانت شریکش را تجربه می‌کند، می‌تواند کنش معقولانه، خشن و یا منفعلانه را برگزیند و به نحوی به شرایطی که در آن قرار گرفته است، پاسخ دهد. در همین راستا مشارکت‌کننده زن ۲۲ ساله مجرد می‌گوید:

«بعد از مشاهده خیانت سعی کردم عصبانیت را کنترل کنم؛ اما بسیار ناراحت شدم و با بی‌تفاوتی او را ترک کردم».

مشارکت‌کننده زن ۳۳ ساله مجرد نیز می‌گوید:

«بعد از اینکه خیانت شریک عاطفی‌ام به من ثابت شد، بسیار سخت بود که عصبانیت خود را کنترل کنم و واکنش هیجانی و غیرمنطقی‌ای بروز ندهم اما کمی که گذشت آتشم فرونشست و سعی کردم او را به حال خودش رها کنم».

آنچه که بعد از تجربه خیانت برای افراد می‌ماند نیز می‌تواند تفاوت‌های ماهوی قابل توجهی داشته باشد. آنچه تأکید مؤکد این پژوهش بود، درک نقش تجربه خیانت در اعتماد بین افراد در شرایط پساخیانت بوده است. غالب مشارکت‌کنندگان این پژوهش نیز از نقش غیرقابل انکار تجربه خیانت بر بازنگری سبک اعتماد کردن خود به افراد و رعایت جانب احتیاط سخن رانده‌اند. مشارکت‌کننده زن ۲۲ ساله مجرد می‌گوید:

«بعد از تجربه خیانت هرگز مثل قبل نتوانستم به کسی اعتماد کنم. تمام سعی من این بود که در ارتباط گرفتن با دیگران بخصوص جنس مخالف محتاطانه رفتار کنم. تجربه خیانت این درس را به من داد که دیگر به کسی اعتماد نکنم».

مشارکت‌کننده مرد ۲۲ ساله مجرد نیز می‌گوید:

«بعد از تجربه خیانت من باز هم توانستم به افراد دیگر اعتماد کنم اما این بار با احتیاط و دقت بسیار بیشتری».

مشارکت‌کننده زن ۲۹ ساله مجرد می‌گوید:

«درسی که خیانت به من داد این بود که در مراحل بعدی زندگی و روابطی که با سایر افراد برقرار می‌کنم، با چشم باز و دقت نظر بالاتری تصمیم بگیرم و اشتباه قبلی‌ام را تکرار نکنم».

د: خاتمه

این بخش از یافته‌ها به ماحصل فرایندی می‌پردازد که ذیل شرایط فوق به دست آمده است. همان‌طور که اشاره شد، در بستری که بنا به احساسات متزلزل و غیرمنطقی شکل می‌گیرد و توأم با ضعف‌های شخصیتی و روانی و بروز رفتارهای متفاوت و عجیب تقویت می‌شود، خیانت به شریک عاطفی یا جنسی رخ می‌دهد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش بر الزام خودکنترلی بعد از

مواجه با خیانت تأکید داشتند و ابراز کردند که نتایج و آثار برخاسته خیانت شریک عاطفی و جنسی‌شان می‌تواند برایشان ابعاد گسترده فردی و اجتماعی داشته باشد. مقولاتی که در این بخش به ما کمک می‌کند تا واضح‌تر به شرح و بسط پیامدهای ناشی از خیانت عاطفی یا جنسی بپردازیم، شامل «ترجیح جدایی بر دوام رابطه»، «شکل‌گیری ذهنیت شکاک در فرد خیانت‌دیده» و «تغییر نگرش کلی نسبت به روابط عاطفی» است.

مشارکت‌کننده مرد ۲۵ ساله مجرد می‌گوید:

«تصور اینکه بتوان با کسی که به آدم خیانت کرده است، ادامه داد برای من غیرممکن است. قطعاً اولین واکنش من نسبت به خیانت طرف مقابلم این است که آن رابطه را برای همیشه ترک خواهم کرد».

مشارکت‌کننده زن ۲۶ ساله مجرد می‌گوید:

«تنها کاری که می‌توانستم در مقابل خیانتی که به من شده بود انجام بدهم این بود که آرامش خودم را حفظ کنم و از او جدا شده و به آن رابطه پایان بدهم».

مشارکت‌کننده زن ۲۹ ساله مجرد می‌گوید:

«آنچه بعد از تجربه خیانت برای من باقی ماند، ذهن شکاکی بود که هیچ‌گاه نتوانستم از آن رهایی یابم. دیگر اعتماد کردن به انسان‌ها برایم غیرممکن شده بود و در زندگی اجتماعی هم دچار مشکل شده بودم».

مشارکت‌کننده مرد ۳۴ ساله مجرد می‌گوید:

«تجربه خیانت به حد زیادی توانست نگرش اولیه مرا نسبت به افراد خدشه‌دار کند و گاه روشن‌بینی اولیه را به سمت بدبینی سوق بدهد».

مشارکت‌کننده زن ۳۶ ساله مجرد می‌گوید:

«خودم را نمی‌توانم در رابطه عاطفی دیگری ببینم. دیگر روابط عاطفی برای من به معنای لحظات پر از احساس و عاطفه و شور شوق نیست. ترس از اینکه نکند دوباره به من خیانت شود، نمی‌گذارد که خودم را برای یک رابطه دیگر آماده کنم».

مشارکت‌کننده زن ۲۰ ساله مجرد می‌گوید:

«بعد از تجربه خیانت در رابطه‌ای که داشتم، تصورم به‌طور کلی درباره اینگونه روابط تغییر کرد».

۵. نتیجه‌گیری

خیانت در روابطی که بنا به مقولات احساسی و عاطفی شکل گرفته‌اند، می‌تواند آسیب‌های فردی و اجتماعی بسیاری را برای طرفین یک رابطه به بار آورد. از آنجایی که شالوده این روابط - چه در قالب روابط زناشویی و چه در قالب روابط خارج از ازدواج - بر احساس و عاطفه بنا شده است و ممکن با رابطه جنسی نیز همراه شود، ازین‌رو می‌تواند میزان تعهد طرفین به این رابطه را بیش‌ازپیش حساس و حیاتی جلوه دهد. آنگاه که فرد برای پایداری این رابطه از هزینه‌کردن احساسات و عواطف و همچنین در اختیار گذاشتن بدن و یا هزینه‌کردن سرمایه مالی خود دریغ نمی‌کند، بدین معناست که کمترین توقع خود را بر وفاداری شریک خود استوار کرده است. در چنین حالتی، همان‌طور که کیانی و همکارانش (۲۰۱۶) اشاره کردند، در صورت بروز خیانت عاطفی و یا جنسی که متضمن نادیده گرفتن شریک عاطفی است، می‌تواند مشکلات روحی و روانی بسیاری را برای فرد ایجاد کند. آنچه که می‌تواند به موازات زمان، کلیت یک جامعه را نیز مورد تهدید جدی قرار دهد، عادی‌سازی و افزایش خیانت بین زوجین و یا شرکای عاطفی در جامعه است. حجم بسیاری زیادی از بی‌اعتمادی حاصل از شکست در روابط عاطفی و زناشویی باعث می‌شود که طیف گسترده‌ای از افرادی که خود را در معرض بیشترین آسیب ممکن در صورت ورود به یک رابطه جدید می‌دانند، شکل بگیرد. ازین‌رو علی‌رغم سایر مشکلات فردی ناشی از خیانت، با اعتماد ازدست‌رفته‌ای رو به رو خواهیم شد که امکان زیست بی‌دغدغه، سالم و قابل‌اعتماد را از جامعه سلب می‌کند.

نظر به این باور جامعه‌شناسانه که بدون اعتماد عمومی افراد نسبت به یکدیگر، جوامع به سوی تجزیه شدن و فروپاشی سوق داده می‌شوند، می‌توان نقش اعتماد آسیب‌دیده‌ای را که

حاصل یک رابطه ناموفق است در از دست رفتن اعتماد بین فردی، خانوادگی و اجتماعی افراد به وضوح مشاهده کرد. کارکردهای متعدد روان‌شناختی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مقوله اعتماد، نقش مهم این مقوله را در زندگی فردی و اجتماعی انسان نشان می‌دهد. اعتماد در روابط شخصی باعث ایجاد ارتباطات دوستانه توأم با احترام و صمیمت، گذشت و تحمل دوجانبه، همراه با آرامش و بدون نگرانی و تردید می‌شود و رفتارهای تدافعی را به حداقل می‌رساند. از سوی دیگر، اعتماد مشارکت را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی سرعت بخشیده و تمایل افراد را برای همکاری با گروه‌های مختلف جامعه افزایش می‌دهد. «اعتماد اجتماعی» را می‌توان مهم‌ترین مؤلفه سرمایه اجتماعی و یکی از عناصر اساسی نظم در جامعه دانست. این متغیر هم یک عامل بهداشت روانی و هم یک فضیلت اجتماعی ضروری است که مهم‌ترین شکل آن نیز اعتماد تعمیم یافته است.

این پژوهش بنا به خلأ مطالعه زمینه‌های خیانت عاطفی و جنسی در شهر زاهدان با مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۳۲ نفر از جوانان شهرستان زاهدان انجام شد. شیوه تحلیل یافته‌های این پژوهش، مطابق روش بروان و کلارک و با در نظر داشتن هم‌زمانی گردآوری اطلاعات و تحلیل شامل مراحل ذیل است: آشنایی با متن، ایجاد کدهای اولیه، جستجوی مضامین، مرور و تعریف مضامین با استفاده از مفاهیم شکل دهنده آن‌ها و درنهایت گزارش یافته‌ها.

آنچه از دل این پژوهش به دست آمد بر این نکته تأکید می‌کند که شکل‌گیری روابط عاطفی بین فردی بنا به احساسات متزلزل، گذرا و آنی، آنگاه که توأم با ضعف‌های نهادی، شخصیتی و روانی یکی از طرفین باشد، می‌تواند بسیار به تجربه خیانت نزدیک شود. بروز رفتارهای غیرمعقول و غیرعادی توسط افراد طی این روابط به میزان بسیار زیادی فرد مقابل را به مستعد بودن وی به خیانت و یا ارتکاب وی مشکوک می‌کند. نهایتاً ارتکاب خیانت در روابط زناشویی و یا عاطفی، افراد را مجاب به خودکنترلی و تلاش برای تسلط بر هیجانات ناشی از خشم، تحقیر و نادیده گرفته شدن می‌کند. بدیهی است، نظر به روایت مشارکت‌کنندگان، تجربه خیانت باعث می‌شود تا فرد راهی جز خروج از آن رابطه نداشته باشد و معمولاً ابقای آن رابطه غیرممکن یا

بسیار سخت و با چالش‌های قابل توجه خواهد بود. اینجاست که خیانت دیدم منجر به شکل‌گیری یک تجربه تلخ عاطفی خواهد شد که منجر به صدمه دیدن اعتماد فرد خیانت‌دیده خواهد شد، به‌گونه‌ای که اعتماد کردن دیگر برای وی آسان نیست و سنجه‌های جدید و متفاوتی را برای اعتماد به افراد در نظر خواهد گرفت. آنچه از این پژوهش برآمد نیز بیانگر این بود که اکثر افرادی که تجربه خیانت دیدن را ذیل روابط عاطفی خود دارند، به‌طور قابل توجهی با مسئله عدم توانایی در اعتماد کردن، خدشه‌دار شدن اعتماد اجتماعی، شکاک شدن و بدبینی، احتیاط در معاشرت و ارتباطات با سایرین و اختلالات جدی‌ای با شریک عاطفی خود مواجه می‌شوند که می‌تواند زمینه جدایی و طلاق را نیز فراهم کند.

کتابنامه

۱. اسپرینگ، آ.، و اسپرینگ، م. (۱۳۹۳). *پیوند زخم‌خورده* (م. فرجی، مترجم). تهران: انتشارات رشد.
۲. استراس، آ.، و کوربین، ج. (۱۳۹۰). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها* (ب. محمدی، مترجم) (چاپ سوم). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۳. شریفی ساعی، م. ح. (۱۴۰۲). پیامدهای خیانت زناشویی در ایران: مطالعه فراترکیب. *پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر (علمی - پژوهشی)*، ۱۲ (۲۲)، ۱۶۵-۲۰۴.
۴. فلاحیان، ح.، میکائیلی، ن.، و یوسفی مریدانی، م. (۱۳۹۸). پیش‌بینی روابط فرا زناشویی بر اساس کیفیت عشق، سبک‌های حل تعارض زوجین و تعهد زناشویی. *فصلنامه آسیب‌شناسی، مشاوره و غنی‌سازی خانواده*، ۵ (۱)، ۷۶-۵۹.
۵. فیلیک، ا. (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی* (ه. جلیلی، مترجم). تهران: نی.
۶. علوی زاده، ف.، و شاکریان، ع. (۱۳۹۵). درمان مبتنی بر پذیرش و تعهد بر کاهش علائم استرس، اضطراب و افسردگی زنان دارای تجربه روابط فرازناشویی (عاطفی، جنسی). *نشریه روان پرستاری*، ۴ (۶)، ۸-۱۴.
۷. کاوه، س. (۱۳۸۷). *همسران و بی‌وفایی و خیانت*. تهران: انتشارات سخن.
۸. کرسول، ج. د. (۱۳۹۷). *طرح پژوهش: رویکردهای کیفی، کمی و ترکیبی* (علیرضا کیامنش، مترجم). تهران: جهاد دانشگاهی علامه.

۹. کرمی، ج.، زکی، ع.، محمدی، ا.، و حق‌شناس، ش. (۱۳۹۴). نقش عوامل روانی اجتماعی در پیش‌بینی نگرش به روابط خارج از چارچوب زناشویی در زنان متأهل و ارائه یک مدل بر اساس عوامل مرتبط. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۳ (۳)، ۱۲۹-۱۵۲.
۱۰. لشگری، م. (۱۳۹۷). بررسی مروری عوامل مؤثر در بروز روابط فرازناشویی در افراد متأهل. مقاله ارائه‌شده در سومین کنفرانس توانمندسازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات، تهران.
۱۱. نریمان، ز.، آقایی جوشقانی، ا.، و فرهادی، ه. (۱۳۹۹). مقایسه اعتیاد به عشق و سازش‌یافتگی زناشویی در متأهلین با و بدون روابط فرازناشویی. *فصلنامه علمی پژوهشی علوم روان‌شناختی*. ۱۹ (۸۹)، ۶۳۹-۶۴۶.
۱۲. نعمتیان، س.، نوغانی، م.، و اصغری‌پور ماسوله، ا. ر. (۱۳۹۴). چیستی و چرایی روش تحلیل روایت. مقاله ارائه‌شده در سومین کنفرانس جامعه‌شناسی علوم اجتماعی، تهران.

13. Adam, A. (2019). Perceptions of infidelity: A comparison of sexual, emotional, cyber-, and parasocial behaviors. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 13(2), 237-252.
14. Adamopoulou, E. (2013). *New facts on infidelity. Economics Letters*, 121(3), 458-462.
15. Amato, P. R., & Previti, D. (2003). People's reasons for divorcing: Gender, social class, the life course, and adjustment. *Journal of Family Issues*, 24(5), 602-626.
16. Blow, A. J., & Hartnett, K. (2005). Infidelity in committed relationships II: A substantive review. *Journal of Marital and Family Therapy*, 31(2), 217-233.
17. Brase, G. L., Adair, L., & Monk, K. (2014). Explaining sex differences in reactions to relationship infidelities: Comparisons of the roles of sex, gender, beliefs, attachment, and sociosexual orientation. *Evolutionary Psychology*, 12(1), 73-96.
18. Bowlby, J. (1973). *Attachment and loss* (Vol. 2). Separation: Anxiety and anger. Basic Books.
19. Cann, A., Mangum, J. L., & Wells, M. (2001). Distress in response to relationship infidelity: The roles of gender and attitudes about relationships. *Journal of Sex Research*, 38(3), 185-190.
20. Drigotas, S. M., Safstrom, C. A., & Gentilia, T. (1999). An investment model prediction of dating infidelity. *Personality & Social Psychology*, 77, 509-524.
21. Drigotas, S. M., & Barta, W. (2001). The cheating heart: Scientific explorations of infidelity. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), 177-180.

22. Feldman, S., & Cauffman, E. (1999). Your cheating' heart: Attitudes, behaviours, and correlates of sexual betrayal in late adolescents. *Research on Adolescence*, 9(13) 227-253.
23. Greenberg, L. J., Warwar, S., & Malcoolm, W. (2010). Emotion-focused couples therapy and the facilitation of forgiveness. *Journal of Marital and Family Therapy*, 36(1), 28- 42.
24. Griffin, L. (1998). "Narrative, event structure analysis and causal interpretation in historical sociology". *The American Journal of Sociology*, 98(5). PP 94-88.
25. Kelley, H. H., Berscheid, E., Christensen, A., Harvey, J. H., Huston, T. L., Levinger, G., ..., & Peterson, D. R. (1983). *Close relationships*. New York: Freeman.
26. Kline, N. K., & Palm Reed, K. M. (2021). Betrayal vs. nonbetrayal trauma: Examining the different effects of social support and emotion regulation on PTSD symptom severity. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 13(7), 802–809.
27. Lewandowski, G. W., & Ackerman, R. A. (2006). Something's missing: Need fulfillment and self-expansion as predictors of susceptibility to infidelity. *Journal of Social Psychology*, 146(4), 389-403.
28. Loudova, I., Janis, K., & Havige, J. (2015). Infidelity as a threatening factor to the existence of the family. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 1462-1469.
29. Luce, M. F.(1984). Choosing to avoid: Coping with negatively emotionladen consumer decisions. *Journal of Consumer Research*, 24, 409-33.
30. Maphosa, S., Mutandwa, P., & Nyamayaro, A. (2017). Infidelity appetite: Psychological factors influencing married women to engage in extra-marital affairs. *International Journal of Innovative Research and Development*, 6(1), 46-52.
31. Riesman, C. K. (2110). Analysis of personal narratives. In J. F. Gurbium, & J. A. Holstein (Eds.), *Handbook of interview research* (pp. 695-701). London: Sage Publications.
32. Robinson, S. L., & Morrison, E. W. (2000). The development of psychological contract breach and violation: A longitudinal study. *Journal of Organizational Behavior*, 21, 525-46.
33. Rokach A, Philibert-Lignières G. (2015). Intimacy, loneliness and infidelity. *The Open Psychology Journal*, 8, 71-77.
34. Rusbult, C. E., Martz, J. M., & Agnew, C. R. (1998). The investment model scale: Measuring commitment level, satisfaction level, quality of alternatives, and investment size. *Personal Relationships*, 5(4), 357-391.

35. Schnarre, P., & Adam, A. (2017). Parasocial romances as infidelity: Comparing perceptions of real-life, online, and parasocial extradyadic relationships. *Journal of the Indiana Academy of Social Sciences*, 20, 82-93.
36. Schneider, J. P. (2000). Effects of cybersex addiction on the family: Results of a survey. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 7, 31-58.
37. Schneider, J. P., Weiss, R., & Samenow, C. (2012). Is it really cheating? Understanding the emotional reactions and clinical treatment of spouses and partners affected by cybersex infidelity. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 19(1-2), 123-139.
38. Shackelford, T. K., Buss, D. M., & Bennett, K. (2002). Forgiveness or breakup: Sex differences in responses to a partner's infidelity. *Cognition and Emotion*, 16(2), 299-307.
39. Shackelford, T. K., LeBlanc, G. J., & Drass, E. (2000). Emotional reactions to infidelity. *Cognition & Emotion*, 14(5), 643-659.
40. Sheppard, V. J., Nelson, E. S., & Andreoli-Mathie, V. (1995). Dating relationships and infidelity: Attitudes and behaviors. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 21(3), 202-212.
41. Thompson, E. (1978). *The poverty of theory and other essays*. London: Merlin.
42. Treger, S., & Sprecher, S. (2011). The influences of sociosexuality and attachment style on reactions to emotional versus sexual infidelity. *Journal of Sex Research*, 48(5), 413-422.
43. Weiser, D. A., & Weige, D. J. (2015). Investigating experiences of the infidelity partner: Who is the "Other Man/Woman"? *Personality and Individual Differences*, 85, 176-181.
44. Whitty, M. T. (2003). Pushing the wrong buttons: Men's and women's attitudes toward online and offline infidelity. *Cyberpsychology & Behavior*, 6(6), 569-579.
45. Whitty, M. T. (2005). The realness of cybercheating: Men's and women's representations of unfaithful Internet relationships. *Social Science Computer Review*, 23(1), 57-67.
46. Williams, M. L. (2012) *Romantic love communication: Examination of equity and effects on relational, sexual, and communication satisfaction* (Doctoral dissertation). Ohio, Kent State University.
47. Wilson, K., Mattingly, B. A., Clark, E. M., Weidler, D. J., & Bequette, A. W. (2011). The gray area: Exploring attitudes toward infidelity and the development of the Perceptions of Dating Infidelity Scale. *The Journal of Social Psychology*, 151(1), 63-86.
48. Wing-Shing, L., & Marcus, S. (2015). How Betrayal Affects Emotions and Subsequent Trust. *The Open Psychology Journal*, 8, 153-159.



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

تبیین تخلفات رایانه‌ای دانشجویان: کاربست تجربی نظریه انتخاب عقلانی

اکبر علیوردی‌نیا (استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران، نویسنده

مسئول)

aliverdinia@umz.ac.ir

نادر رازقی (دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران)

razeghi@umz.ac.ir

اسماعیل نظری (کارشناس ارشد پژوهش اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران)

nazari.esmaeil90@gmail.com

داریوش قهرمانیان (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران)

gh.dariush69@gmail.com

چکیده

اینترنت و فناوری رایانه منبع بسیار مهم و گسترده‌ای است که تاثیر زیادی بر زندگی شخصی و حرفه‌ای افراد دارد. با توجه به افزایش شمار کاربران و نگرانی‌های فزاینده‌ای که در ارتباط با فناوری رایانه وجود دارد (مانند کلاهبرداری، آزار و اذیت، هک کردن، انتقال ویروس، دسترسی غیر مجاز به اطلاعات دیگران)، بررسی این مساله مهم است که میزان شیوع این رفتارها در میان کاربران به چه اندازه است و چرا افراد درگیر تخلفات مرتبط با رایانه می‌شوند. پژوهش حاضر با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی درصدد بررسی تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران است. روش پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه می‌باشد. جمعیت تحقیق شامل تمامی دانشجویان دانشگاه مازندران است که ۴۰۰ نفر به صورت نمونه‌گیری طبقه‌بندی متناسب با حجم انتخاب شده و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. یافته‌های توصیفی تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین میزان ارتکاب تخلفات رایانه‌ای به ترتیب برای بعد فرهنگی، جعل هویت و در نهایت علیه داده و سیستم می‌باشد. بیشترین

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیستم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، شماره پیاپی ۴۶ صص ۲۹۹-۳۴۲

تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۱۰/۲۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۰/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۳

تخلف صورت گرفته در بعد فرهنگی مربوط به "دیدن فیلم و یا تصاویر غیراخلاقی" است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که، متغیرهای خودکنترلی، نیاز منفعت گرایانه، مجازات غیررسمی، باور، لذت ادراکی و هیجان، سرمایه گذاری و پیوستگی توانسته اند ۰/۳۲ درصد از تغییرات مربوط به تخلفات رایانه ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران را تبیین کنند. پیشگیری از وقوع جرم بر اساس نظریه انتخاب عقلانی، بر پایه کاهش فرصت ها و جذابیت جرایم خاص است و مجرمان دارای انگیزه به تنهایی برای ارتکاب جرم کافی نیست، بلکه بایستی یک سری فرصت ها نیز مهیا باشند. در این صورت است که مجرمان منافع حاصل از جرم را سهل الوصول و سودمند دیده و مرتکب جرم می شوند.

واژگان کلیدی: انتخاب عقلانی، لذت ادراکی و هیجان، تخلفات رایانه ای، فناوری رایانه.

۱. مقدمه

فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ همه جوامع جهان را با تغییرات گسترده ای از قبیل بهبود بهره وری در صنایع قدیمی، متحول ساختن فرایندهای کار و بازسازی سرعت و جریان سرمایه روبرو می سازد. با این حال، این رشد سریع اشکال جدیدی از جرایم مرتبط با رایانه^۲ را نیز ممکن ساخته است. جرایم مرتبط با رایانه نیز اغلب به عنوان رفتاری در نظر گرفته می شود که مستلزم استفاده از فناوری های دیجیتال^۳ در ارتکاب جرم است و توسط قانون یا رویه قضایی ممنوع اعلام شده است. همچنین جرایم مرتبط با رایانه به عنوان فعالیت های غیرقانونی توصیف شده است که در آن، از سیستم های الکترونیکی^۴ به عنوان وسیله ای برای تاثیرگذاری بر امنیت سیستم های رایانه ای و داده های رایانه ای استفاده می شود. از طرفی دیگر، جرایم رایانه ای به عنوان تخلفاتی در نظر گرفته شده اند که در محیط الکترونیکی^۵ برای منافع اقتصادی یا ایجاد آسیب به دیگران انجام می گیرند. با گسترش استفاده از رایانه های شخصی و اینترنت پر سرعت، رفتارهای

1. Information and Communications Technology (ICT)

2. Computer related crimes

3. Digital Technologies

4. electronic systems

5. electronic environment

متخلفانه و مجرمانه مرتبط با رایانه مانند هک کردن^۱، داندود غیرقانونی موسیقی، نرم‌افزارها و سرقت رمز عبور دیگران نیز به طور قابل توجهی افزایش یافته است (یوچه و والی^۲، ۲۰۰۲، ص. ۵۳). بطور کلی، نوآوری‌های اخیر در فناوری رایانه^۳، نه تنها فرصت‌های جدیدی را برای انتقال ایده‌ها و اطلاعات در حوزه‌هایی مانند تجارت و آموزش فراهم آورده است بلکه، این فناوری‌ها همراه با دسترسی سریع‌تر و گسترده‌تر به اینترنت، عرصه جدیدی را برای رفتارهای متخلفانه و مجرمانه فراهم ساخته است. به عبارتی، با ظهور اینترنت، شبکه‌های آنلاین و وسایل اتصال به اینترنت نه تنها جرایم سنتی مانند آزار و اذیت^۴ تسهیل شده است، بلکه طیف گسترده‌ای از رفتارهای انحرافی نوآورانه مانند ایجاد و انتشار ویروس‌های رایانه‌ای^۵ نیز امکان‌پذیر شده است (دائر و همکاران^۶، ۲۰۱۵، ص. ۶۶۴).

آمارها نیز حاکی از این است که شمار کاربران فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سال‌های اخیر افزایش داشته است. طبق گزارشات اتحادیه بین‌المللی مخابرات^۷ سازمان ملل متحد (۲۰۲۲)، شمار کاربران اینترنت از ۴.۱ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۹ به ۴.۹ میلیارد نفر در سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است. به عبارت دیگر، حدود ۸۰۰ میلیون نفر در این مدت به اینترنت متصل شده‌اند. طبق آخرین گزارشات مرکز آمار ایران نیز، از مجموع خانوارهای کشور (۲۴۶۸۴۰۲۸)، در سال ۱۳۹۶ حدود ۱۷/۲ میلیون خانوار (۶۹/۷ درصد)، به رایانه دسترسی داشته‌اند. همچنین، از این مجموع حدود ۱۸ میلیون خانوار (۷۲/۸ درصد)، در محل سکونت خود به اینترنت دسترسی داشته‌اند. طبق گزارشات مرکز آمار ایران، ضریب نفوذ^۸ رایانه از سال ۸۹ تا ۹۶ بطور مداوم افزایش قابل توجهی داشته است. بصورتی که ضریب تاثیر رایانه در سال ۱۳۸۹ برابر با

1. Hacking
2. Uche& Wali
3. computer technology
4. harassment
5. computer viruses
6. Donner
7. International Telecommunication Union (ITU)

۸. ضریب نفوذ اینترنت و رایانه بر حسب تعداد افراد استفاده کننده از اینترنت به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت محاسبه می‌شود.

۲۴/۶ درصد بوده و این میزان در سال ۱۳۹۶ به ۴۵/۴ درصد افزایش پیدا کرده است. همچنین ضریب نفوذ اینترنت نیز در کل جمعیت کشور در سال ۱۳۸۷ (با جمعیتی بالغ بر ۷۲۲۶۶۲۱۹ نفر)، برابر با ۱۱/۱ درصد بود و این میزان در سال ۱۳۹۶ با جمعیتی بالغ بر ۸۱۰۴۰۰۵۰ نفر به ۵۹/۱ درصد رسیده است. با این حال، آن چیزی که همواره مایه نگرانی همه کشورهای جهان به شمار می‌رود، سویه‌های منفی دسترسی افراد به فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله تخلفات مرتبط با رایانه می‌باشد. لذا، با توجه به دسترسی گسترده مردم جهان و همچنین کشور ایران به اینترنت و رایانه، انجام تحقیقاتی که میزان شیوع تخلفات رایانه‌ای در میان کاربران را نشان بدهد و همچنین تبیین این تخلفات ضروری به نظر می‌رسد. ماهیت پیچیده، متنوع و نوآورانه تخلفات رایانه‌ای سبب شده که اجماعی در یک تعریف واحد از آن وجود نداشته باشد (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۲۳). همچنین با توجه به دشواری تفکیک تخلفات رایانه‌ای و جرایم اینترنتی این دو مورد اغلب به صورت مترادف به کار برده می‌شوند و در نتیجه در توصیف رفتارهای انحرافی مرتبط با رایانه، اصطلاحات مختلفی از قبیل جرایم رایانه‌ای^۱، تخلفات رایانه‌ای^۲، جرایم مجازی^۳ و جرایم سایبری^۴ به جای یکدیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند (علیوردی‌نیا و انواری، ۱۳۹۴، ص. ۳).

با توجه به اینکه اصطلاح تخلفات وسیع‌تر و عام‌تر از مفهوم جرایم می‌باشد، بدین ترتیب، تخلفات رایانه‌ای طیف وسیعی از رفتارهای انحرافی مرتبط با رایانه اعم از جرم و تخلف را در بر می‌گیرد که هدف بررسی و تبیین در تحقیق حاضر می‌باشد. بررسی شیوع تخلفات مرتبط با رایانه با توجه به تعریف و اصطلاحات موجود حاکی از این است که، تخلفات رایانه‌ای به عنوان یک پدیده نوظهور در عصر اطلاعات، به دلیل مخرب بودن بالا و نفوذ گسترده، نگرانی‌های فزاینده‌ای را در سراسر جهان برانگیخته است. شرکت امنیتی مک‌آفی^۵ در گزارشات خود میزان

-
1. Computer crime
 2. Computer related offenses
 3. Virtual crime
 4. Syber crimes
 5. McAfee

رشد جرایم سایبری را از سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۲۰ رشد ۵۰ درصدی اعلام نموده است. این شرکت در گزارش خود تحت عنوان "هزینه‌های پنهان جرایم اینترنتی" می‌گوید که زیان مالی سالانه ناشی از جرایم اینترنتی در سال ۲۰۲۰ به حدود ۹۴۵ میلیارد دلار می‌رسد (سایت پلیس فتا، ۱۳۹۹). بررسی‌های انجام گرفته نشان داده است که آمار دقیقی از تخلفات مرتبط با رایانه در دست نیست، با این حال، گزارش‌های منتشر شده از مرجع پایش تخلفات رایانه‌ای و فضای اینترنت (پلیس فتا)، نشانگر افزایش تخلفات رایانه‌ای در سال‌های اخیر می‌باشد. طبق این گزارشات، دسترسی غیرمجاز به اطلاعات محرمانه دیگران، سرقت و جعل هویت و کلاهبرداری شکل‌های رایج تخلفات رایانه‌ای در کشور بوده است. برابر آمار موجود از پلیس فتا آمار جرایم سایبری در سال ۱۳۹۶ نسبت به سال ۹۵ افزایش ۶۳ درصدی داشته است. که بیشتر این جرایم مربوط به برداشت‌های غیرمجاز است. مزاحمت، هتک حرمت و کلاهبرداری در رتبه‌های بعدی جرایم سایبری قرار دارند. (پلیس فتا، به نقل از خبرگزاری فارس، ۵ مردادماه ۱۳۹۶). همچنین، در سال‌های اخیر پاندمی کرونا و افزایش استفاده مردم جهان از اینترنت، افزایش دورکاری، روند روبه‌رشد میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، رشد ۴۰۰ درصدی جرایم سایبری را به دنبال داشته است (پژوهشکده آمار، ۱۳۹۹). نتایج تحقیقات انجام گرفته نیز حاکی از شیوع تخلفات رایانه‌ای در کشور ایران می‌باشد. برای مثال تحقیق ابراهیم‌پور (۱۴۰۰) نشان داده است که، ارتکاب جرایم رایانه‌ای (از جمله انتشار تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی و اشاعه فحشا)، در ایران از نیمه دوم دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ که همزمان با گسترش دسترسی به خدمات اینترنتی بوده افزایش پیدا کرده است. نتایج تحقیق علیوردی‌نیا و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان دهنده شیوع قابل توجه تخلفات رایانه‌ای در بعد جعل هویت برای نمونه‌ای از دانشجویان مورد مطالعه در دانشگاه مازندران بوده است.

از جمله شایع‌ترین تخلفات رایانه‌ای طبق تحقیق علیوردی‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)، نیز می‌توان به استفاده از خدمات تلفنی و اینترنتی بدون پرداخت هزینه^۱، قماربازی^۲ اینترنتی، پول‌شویی،

1. Phreaking
2. Gambling

کلاهبرداری از طریق کارت اعتباری^۱، دسترسی غیرمجاز به اطلاعات دیگران^۲، هک کردن، پخش عمدی ویروس^۳، سرقت و جعل هویت^۴، نوشته‌ها و عکس‌های مستهجن^۵، آزار و اذیت دیگران از طریق اینترنت، شایعه‌پراکنی علیه دیگران^۶، تهدید و ترساندن دیگران^۷، نقض مالکیت معنوی (کپی‌رایت)، از قبیل کرک کردن نرم‌افزار و عدم رعایت قانون کپی‌رایت اشاره کرد. با جمع‌بندی مطالب فوق می‌توان گفت، از یک سو با توجه به اینکه در سال‌های اخیر کاربران اینترنت و فناوری رایانه و ضریب نفوذ آن‌ها افزایش قابل توجهی داشته است و از سوی دیگر، با توجه به اینکه بیشتر این کاربران گروه سنی ۱۵ تا ۲۴ سال (گروهی که اکثراً جوانان و دانشجویان را شامل می‌شود و بیشترین ضریب نفوذ رایانه و اینترنت را نیز دارند)، را شامل می‌شوند، بررسی میزان تخلفات مرتبط با رایانه و همچنین تبیین آن ضروری به نظر می‌رسد. همانطور که گفته شد، با افزایش شمار کاربران اینترنت و فناوری رایانه و همچنین با توجه به اینکه اکثریت این کاربران را نوجوانان و دانشجویان تشکیل می‌دهند و این گروه از افراد بیشترین ضریب نفوذ رایانه و اینترنت را دارند، پیش‌بینی می‌شود که تخلفات مرتبط با رایانه نیز در میان این گروه از افراد رواج داشته باشد. تحقیق حاضر نیز با هدف مطالعه تخلفات رایانه‌ای در میان نمونه‌ای از دانشجویان دانشگاه مازندران صورت گرفته است.

یکی دیگر از ضرورت‌های انجام تحقیق حاضر، به نقش و اهمیت دانشگاه‌ها در جامعه مربوط است. اساساً، دانشگاه‌ها نهادی تعیین کننده در زندگی دانشجویان و جامعه دانش‌بنیان^۸ به شمار می‌رود و نقشی اساسی در آموزش، تولید و ترویج دانش در جامعه دارند. از کارکردهای دیگر این نهاد مهم می‌توان به اهمیت آن در پیشبرد و توسعه سرمایه انسانی^۹ اشاره کرد. ضمن آنکه

-
1. Credit card fraud
 2. Unauthorized access to information
 3. Purposely given a virus
 4. Identity theft
 5. Pornography
 6. Spreading rumors about person
 7. Intimidating fighting another person
 8. Knowledge-based society
 9. Human capital

این نهاد می‌تواند نقش استراتژی توسعه اقتصادی برای جوامع را نیز ایفا کند (بیکر^۱، ۲۰۱۵، ص. ۹). از جمله عواملی که می‌تواند کارکردهای این نهاد را با مشکل مواجه کند، شیوع انواع خاصی از رفتارهای انحرافی و متخلفانه از جمله تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان است. با توجه به جمعیت قابل ملاحظه دانشجویان در کشور، دانشگاه‌ها علاوه بر فراهم کردن دسترسی افراد به تکنولوژی اطلاعات از قبیل رایانه و اینترنت، شرایط مطلوبی نیز برای یادگیری و ارتکاب تخلفات و جرایم مختلف می‌تواند فراهم کند. در نتیجه با توجه به رابطه تنگاتنگ رایانه و اینترنت با دوران دانشجویی و استفاده بالای آن‌ها از تکنولوژی اطلاعات، لزوم انجام تحقیقی که بتواند میزان شیوع تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران را نشان بدهد ضروری به نظر می‌رسد (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۶).

تحقیق حاضر علاوه بر پرداختن به میزان شیوع تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران، در پی تبیین این مساله با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی^۲ نیز می‌باشد. مروری بر ادبیات تجربی تحقیق نشان دهنده وجود خلاء تجربی و نظری در این حوزه است. تحقیقات انجام گرفته صرفاً رویکردی حقوقی به تخلفات رایانه‌ای داشته‌اند و به جز تحقیق علیوردی‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)، تحقیقی که از منظر جامعه‌شناختی به تبیین تخلفات رایانه‌ای بپردازد یافت نشد. علاوه بر این، هیچ یک از تحقیقات انجام گرفته در داخل کشور با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی به تبیین تخلفات رایانه‌ای نپرداخته است. چرا که ویژگی جرم-محور و مجرم-محور بودن این نظریه ویژگی خاصی در مقایسه با دیگر نظریه‌های جرم‌شناسی به آن داده است. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که کمبود تحقیقات در حوزه بررسی تخلفات مرتبط با رایانه از دیدگاهی که بتواند این رفتارها را در تعامل بین محیط و ویژگی‌های روانی و شخصیتی افراد تبیین کند احساس می‌شود. لذا برای دستیابی به این هدف، تحقیق حاضر به دنبال تبیین تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی می‌باشد. اساساً، تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به پرسش‌های زیر است. ۱- وضعیت تخلفات رایانه‌ای در میان

1. Baker

2. Rational Choice Theory

دانشجویان دانشگاه مازندران به لحاظ میزان و نوع آن چگونه است؟ ۲- نظریه انتخاب عقلانی تا چه حد می‌تواند تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران را تبیین کند و سهم هر یک از متغیرهای آن چقدر است؟

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. مرور پیشینه تجربی

مراجعه به تحقیقات انجام گرفته نشان می‌دهد که، تحقیقات خارجی متعددی به بررسی تخلفات رایانه‌ای با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی پرداخته‌اند. با این حال، در داخل کشور تحقیقی که با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی به بررسی تخلفات رایانه‌ای بپردازد یافت نشد. لذا با توجه به محدودیت منابع داخلی، پیشینه داخلی معطوف به تخلفات و جرایم رایانه‌ای صرف‌نظر از جمعیت تحقیق و چهارچوب نظری آن‌ها است. ولی پیشینه خارجی عمدتاً معطوف به آن دسته از تحقیقاتی است که متغیر وابسته آن‌ها تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان و غیردانشجویان است.

دیلمی معزی و همکاران (۱۴۰۰)، در تحقیقی به نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در جلب مشارکت‌های مردمی جهت پیشگیری و مقابله با جرایم رایانه‌ای پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که تعامل دوجانبه و مشارکت میان دولت و سازمان‌های مردم‌نهاد می‌تواند نقش اساسی را در افزایش امنیت از طریق پیشگیری و اطلاع‌رسانی ایفا نماید. بابائی‌پور و صفدری (۱۴۰۱)، نیز پس از تعریف اصطلاح سایبر و فعالیت‌های سایبری، به دسته‌بندی جرایم سایبری پرداخته‌اند. دسته اول، جرایمی که رایانه و تجهیزات جانبی آن موضوع جرم واقع می‌شود. دسته دوم، جرایمی که در آن رایانه به عنوان ابزار و وسیله توسط مجرم برای ارتکاب به جرم از آن استفاده می‌شود و دسته سوم، جرایمی که می‌توان آن‌ها را جرایم محض رایانه‌ای نامید. برای (۱۴۰۱)، در تحقیقی پس از تعریف جرم کلاه‌برداری رایانه‌ای، به بررسی و مقایسه آن در نظام حقوقی ایران و انگلستان پرداخته است. او نتیجه گرفته است که، انگلستان یکی از کشورهای

پیشرو در زمینه پیگیری و پیشگیری جرم کلاهبرداری بوده و با اصلاح و به روز نمودن مداوم قانون مقابله با کلاهبرداری و همچنین با تاسیس سازمان مقابله با کلاهبرداری توأسته است نتایج بسیار خوبی را دریافت نماید. یافته‌های توصیفی و نتایج تحلیلی تحقیق امیریان و همکاران (۱۴۰۰)، نشان داده است که، قانون جرایم رایانه‌ای با تاسی از نظریه‌های فشار و تقلید دست به جرم‌انگاری زده است. یافته‌های پژوهش محمدی برزگر (۱۳۹۹)، حاکی از این است که، موانع پیشگیری انتظامی از جرایم هرزانگاری در فضای سایبر شامل چالش‌های قضایی، قانونی، اجرایی و چالش منابع و امکانات می‌باشد. لذا، موفقیت پلیس برای پیشگیری از این جرم در فضای سایبر تا حدود زیادی مستلزم هماهنگی و همکاری مراکز برون‌سازمانی در سطح کلان و در حوزه داخلی رفع موانع درون سازمانی می‌باشد. ذوالفقاری و توانگر (۱۳۹۸)، در تحقیقی به بررسی سیاست تقنینی جمهوری اسلامی ایران در زمینه جرایم رایانه‌ای پرداخته‌اند. آن‌ها همچنین مصادیق، ارکان قانونی، مادی و روانی و نیز مجازات هر یک از جرایم رایانه‌ای را مورد بررسی قرار داده‌اند. بهرمنند و همکاران (۱۳۹۷)، در تحقیقی به بررسی برنامه‌های پیشگیرانه اجتماعی برای رویارویی با جرایم سایبری علیه امنیت ملی می‌پردازند. محققان بدون آن‌که تأثیر سایر اقدامات پیشگیرانه را به‌کلی نفی کنند، برنامه‌های پیشگیرانه اجتماعی را پیشنهاد و آثار مثبت آن را معرفی می‌کنند. دالوند و همکاران (۱۳۹۵)، در تحقیقی به بررسی جرم‌شناختی جرایم رایانه‌ای و ارائه پیشنهاداتی برای جلوگیری از وقوع جرایم رایانه‌ای در کشور ایران پرداخته‌اند. محققان پس از پرداختن به انواع و مصادیق جرایم رایانه‌ای، روش‌هایی از قبیل آموزش ابعاد حقوقی این جرم، برگزاری کارگاه‌های رایانه و حقوق برای دانش‌آموزان و فرهنگ‌سازی در این زمینه، شناخت و بهبود نقاط ضعف قانونی مقابله با چنین جرایمی را پیشنهاد داده‌اند. علیوردی‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)، در تحقیقی به بررسی تخلفات رایانه‌ای با استفاده از نظریه یادگیری اجتماعی ایکرز پرداخته‌اند. بر اساس نتایج مدل معادلات ساختاری این تحقیق، از میان متغیرهای وارد شده در مدل، دو متغیر پیوند افتراقی و تقویت افتراقی تأثیر معناداری بر روی تخلفات رایانه‌ای داشته‌اند که تقویت افتراقی مهم‌ترین تبیین‌کننده تخلفات رایانه‌ای بوده است.

چوی^۱ (۲۰۰۸)، تحقیقی را با هدف ترسیم مدل قربانی شدن جرایم رایانه‌ای با ادغام دو نظریه جرم‌شناسی سبک زندگی و تئوری فعالیت‌های روزمره و سپس ارزیابی آن از طریق مدل معادلات ساختاری انجام داده است. نتایج ارزیابی تجربی نشان داده است که، سبک زندگی آنلاین و محافظت آنلاین جنبه‌های مهم مدلی هستند که الگوی قربانی شدن جرایم رایانه‌ای در میان دانشجویان را ترسیم می‌کنند. لی و همکاران^۲ (۲۰۱۰)، تحقیقی را با عنوان فهم انطباق با خط‌مشی استفاده از اینترنت از دیدگاه نظریه انتخاب عقلانی انجام داده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از این است که قصد انطباق کارکنان با سیاست‌ها و خط‌مشی‌های امنیتی تحت تاثیر منافع ادراک شده، مجازات رسمی و ریسک‌های امنیتی می‌باشد که در این میان، تاثیر شدت مجازات توسط هنجارهای شخصی تعدیل می‌شود. نتایج تحقیق حالت و همکاران (۲۰۱۰)، حاکی از ارتباط مثبت و معنادار خودکنترلی پایین و پیوند با همسالان منحرف با انحرافات سایبری بوده است. اگرچه پیوند با همسالان منحرف نسبت به خودکنترلی پایین تاثیر بیشتر و شدیدتری بر انحرافات سایبری داشته است. طبق یافته‌های پژوهش هیگینز و همکاران^۳ (۲۰۱۲)، بین خودکنترلی، پیوند با دوستان واقعی و مجازی و همچنین مدت رابطه با آنها و دانلود غیرمجاز آثار موسیقی رابطه معناداری وجود دارد. به گونه‌ای که خودکنترلی پایین و پیوند طولانی با همسالانی که به طور غیرقانونی آهنگ دانلود می‌کنند، احتمال دانلود غیرمجاز را افزایش می‌دهد. نتایج تحقیق ویلسم^۴ (۲۰۱۳)، نشان می‌دهد که افرادی که دارای خودکنترلی پایین هستند، تجربیات هک شدن و آزار و اذیت در میان آن‌ها نیز برجسته‌تر است. علاوه بر این، خودکنترلی پایین موجب ارتکاب آزار و اذیت‌های سایبری و هک کردن نیز می‌شود. لی و همکاران (۲۰۱۸)، تحقیقی را با عنوان خودکنترلی، زمینه سازمانی و انتخاب عقلانی در سوء استفاده‌های اینترنتی در محل کار انجام داده‌اند. آن‌ها این رفتارهای انحرافی را با توجه به ادبیات تجربی و نظری، نتیجه یک فرایند محاسبه هزینه-فایده در نظر می‌گیرند. این مطالعه نشان داده بود که، عواملی مانند خودکنترلی و

1. Choi

2. Li

3. Higgins

4. Wilsem

عدالت رویه‌ای، محاسبه هزینه و فایده را تعدیل می‌کنند و از نظر محققان خودکنترلی و عدالت رویه‌ای بایستی با نظریه انتخاب عقلانی ادغام شوند تا بتوانند سوء استفاده از اینترنت در محل کار را بهتر توضیح دهند. برودحاثت^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، در تحقیقی به بررسی خطرات فشینگ و جرایم اینترنتی در بین دانشجویان پرداخته‌اند و یافته‌های توصیفی این تحقیق نشان می‌دهد که، وضعیت دانشجو (داخلی - خارجی) و سال تحصیل (سال اول ورود به دانشگاه نسبت به سال‌های اول، دوم، سوم و آخر)، ارتباط بالاتری با خطر مورد کلاهبرداری قرار گرفتن دارد. نتایج تحقیق آبدولای^۲ (۲۰۲۰)، گویای این امر بود که، عوامل اجتماعی و جمعیت‌شناختی و همچنین دانش جرایم سایبری پیش‌بینی کنند معناداری برای ترس دانشجویان از قربانی شدن جرایم سایبری نبوده است. با این حال، تجربه قبلی بزه‌دیدگی دانشجویان ارتباط مثبتی با ترس از قربانی کلاهبرداری شدن در آینده دارد.

مروری بر تحقیقات انجام گرفته در داخل کشور نشان می‌دهد که رویکردی حقوقی بر این حوزه حاکم است. یعنی اکثر این تحقیقات از دیدگاه حقوقی به بررسی تخلفات و جرایم رایانه‌ای و جرایم سایبری پرداخته‌اند. همچنین، در این تحقیقات مفاهیمی از قبیل جرایم رایانه‌ای و جرایم سایبری مورد مطالعه قرار گرفته‌اند که بیشترین کارهای تقنینی و سیاستی نیز حول این مفاهیم شکل گرفته است (برای مثال قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸/۰۳/۰۵ که مشتمل بر ۵۶ ماده و ۲۵ تبصره می‌باشد). بطور خلاصه در جمع‌بندی تحقیقات داخلی می‌توان گفت که، هر چند مطالعات صورت گرفته با رویکرد حقوقی به روشن‌تر شدن ادبیات این حوزه کمک می‌کند (برای مثال دسته‌بندی جرایم رایانه‌ای و اینکه چه فعالیت‌های مرتبط با رایانه جرم‌انگاری شده‌اند، تعریف مفاهیمی مانند کلاهبرداری رایانه‌ای و مشخص ساختن مصادیق، ارکان قانونی و مجازات هر یک از جرایم رایانه‌ای)، اما در مورد تبیین تخلفات رایانه‌ای اطلاعاتی ارائه نمی‌دهند. به همین منظور، تحقیق حاضر علاوه بر بررسی میزان شیوع تخلفات رایانه‌ای، به تبیین تخلفات رایانه‌ای

1. Broadhurst

2. Abdulai

در میان دانشجویان دانشگاه مازندران با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی می‌پردازد. نکته دیگر در بررسی تحقیقات داخلی این است که، اغلب بر برنامه‌های پیشگیرانه‌ی جامعه محور (تاکید بر نقش و اهمیت سازمان‌های مردم‌نهاد و تعامل آنها با دولت در زمینه مقابله با تخلفات رایانه‌ای)، به جای تاکید صرف بر برنامه‌های پیشگیرانه‌ی دولت‌محور (پلیسی)، جهت مقابله با تخلفات رایانه‌ای تمرکز کرده‌اند. مروری بر تحقیقات انجام گرفته در خارج از کشور نشان دهنده این است که، بر خلاف تحقیقات داخلی که بیشتر نگاهی حقوقی به مساله تخلفات رایانه‌ای دارند، از منظر جامعه‌شناختی نیز به این مساله پرداخته شده است که رد پای نظریه انتخاب عقلانی نیز به چشم می‌خورد. بطوری که، نتایج تحقیقاتی که با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی به بررسی انواعی از تخلفات مرتبط با رایانه پرداخته بودند، پشوانه تجربی را برای این نظریه فراهم کرده‌اند. همچنین، بر خلاف تحقیقات داخلی که با رویکردی کلان‌محور به بررسی تخلفات رایانه‌ای پرداخته شده است، تحقیقات خارجی در سطح خرد نیز این مساله را مورد بررسی و مطالعه قرار داده‌اند. برای مثال تمرکز تحقیقات داخلی بر برنامه‌های پیشگیرانه دولت‌محور، جامعه‌محور، پلیسی و قضائی بوده که در نهایت به ارائه پیشنهادات سیاستی در سطح کلان برای مقابله با تخلفات رایانه‌ای رسیده‌اند (براتی، ۱۴۰۲؛ معزی و همکاران، ۱۴۰۰؛ بهرمند و همکاران، ۱۴۰۰؛ محمدی برزگر، ۱۳۹۹). اما تحقیقات خارجی در سطح خرد نیز به این مساله پرداخته‌اند. برای مثال، لی و همکاران (۲۰۱۸)، ویلسم (۲۰۱۳)، هیگینز و همکاران (۲۰۱۲)، هالت و همکاران (۲۰۱۰)، در تحقیقشان به صورت‌های مختلفی رابطه خودکنترلی و تخلفات رایانه‌ای را مورد مطالعه قرار داده و پیشنهادات سیاستی در سطح خرد را نیز برای مقابله با تخلفات رایانه‌ای ارائه داده‌اند. بنابراین، در تحقیقات داخلی توجه بر رویکرد خرد و همچنین انجام تحقیقاتی از دیدگاه جامعه‌شناختی ضروری است تا بتوان توصیه‌های سیاستی لازم را ارائه داد.

۲.۲. چهارچوب نظری

نظریه انتخاب عقلانی که اساساً از مدل سودمندی مورد انتظار در اقتصاد^۱ مشتق شده است، ابتدا بیشتر حول محور اقتصاد و آثاری چون، اقتصاد جدید جرم‌شناسی جامعه‌شناختی^۲ مک کارتی^۳ و اقتصاد جرم‌شناسی^۴ بکر^۵ مطرح شده بود (ایکرز^۶، ۱۹۹۰، ص. ۶۵۳). در جامعه‌شناسی به ویژه با محبوبیت نظریه سرمایه اجتماعی^۷ انتخاب عقلانی به عنوان یک نظریه سطح فردی سازگار با نظریه‌های سطح کلان جذابیت یافت (ماتسودا^۸ و همکاران، ۲۰۰۶، ص. ۹۵). در حوزه جرم‌شناسی^۹ نیز، نظریه انتخاب عقلانی به عنوان آخرین رهیافت نظریه عقلانی بیشتر با نام کورنیش و کلارک^{۱۰} (۱۹۸۷ و ۱۹۸۶) شناخته می‌شود و بسیاری از جرم‌شناسان از جمله هیرشی^{۱۱} (۱۹۸۶) وجود دارند که حداقل بخشی از این دیدگاه را پذیرفته‌اند (ویلیامز و مک‌شین^{۱۲}، ۱۳۹۳، ص. ۳۳۹). در حالی که کانون تحلیل رویکرد اثبات‌گرایی و نظریه کلاسیک در تبیین رفتار مجرمانه به ترتیب بر روی ویژگی‌های مجرم (که در آن علت جرم ناشی از نارسایی‌های فردی بوده نه از نوع گزینش فردی)، و عمل مجرمانه (که در آن علت جرم گزینش‌های فردی بوده)، می‌باشد. توجه نظریه انتخاب عقلانی به هر دو ویژگی‌های جرم و مجرم (جرم-محور و مجرم-محور)، این رویکرد را متفاوت‌تر از ریشه‌های کلاسیک و تئوری‌های بعدی جرم‌شناسی نشان داده است. به این معنا که بزه‌کار^{۱۳} برای ارتکاب بزه^{۱۴} هم موقعیت تحقق

1. The expected utility model in economics
2. New economics of Sociological Criminology
3. McCarthy
4. Economics of Criminology
5. Becker
6. Akers
7. Social Capital
8. Matsueda
9. Criminology
10. Derek Cornish & Ronald Clarke
11. Travis Hirshi
12. Williams and Mcshane
13. Delinquency
14. Delinquent

بزه و احتمال به نتیجه رسیدن آن و هم توانایی‌ها و مهارت‌ها و نقاط ضعف خود را می‌سنجد (والش و همنس، ۲۰۱۰، ص. ۷۷).

دو گزاره اصلی در نظریه انتخاب عقلانی وجود دارد که عبارتند از: ۱) افراد قبل از ارتکاب رفتار مجرمانه هزینه‌ها و عواقب جرم را سبک سنگین می‌کنند، ۲) و زمانی رفتار مجرمانه را انجام می‌دهند که پاداش‌های جرم بیش از هزینه‌های آن باشد (ویتو^۱، و همکاران ۲۰۰۵، ص. ۶۷). ایده نظریه انتخاب عقلانی که در آن مردم منافع بالقوه ارتکاب جرم را در مقابل هزینه‌های احتمال آن سنجیده و عقلانی تصمیم‌گیری می‌کنند، برای سال‌های متمادی در بین جرم‌شناسان بی اعتبار شده بود. اما شروع موج جدیدی از تحقیقات در اواخر سال ۱۹۶۰ و اوایل سال ۱۹۷۰ (برای مثال کورنیش و کلارک، ۱۹۸۶؛ گیرکن و گاو^۲، ۱۹۷۵؛ گراسمیک و بورسیک^۳، ۱۹۹۰؛ استافورد و وارد^۴، ۱۹۹۳) نظریه‌پردازی درباره انتخاب عقلانی و رفتارهای مجرمانه به مثابه یک جریان ثابت و استوار ادامه یافت (تایتل^۵، ۲۰۰۰، صص. ۶۳-۶۲). نظریه‌پردازان انتخاب عقلانی بر روی عوامل موقعیتی^۶ و هزینه‌ها و منافع ادراک شده از جرم به عنوان عوامل موثر بر انتخاب اهداف و به طور گسترده به تصمیم‌های مجرمانه تمرکز کرده‌اند (نی‌گین^۷ و پاترناستر، ۱۹۹۷، ص. ۴۶۹). این نظریه‌پردازان بین دو نوع از تصمیم‌گیری تمایز قائل می‌شوند: تصمیمات درگیر شدن در جرم^۸ و تصمیمات حادثه‌ای جرم^۹. تصمیمات درگیر شدن آن‌هایی هستند که ضمن آن، در مورد اینکه باید در یک جرم درگیر شد، یک جرم را ادامه داد یا از یک جرم دست کشید، تصمیم گرفته می‌شود. این تصمیمات در برآورد هزینه‌ها و منفعت‌ها حالتی ابزاری دارند. نوع دیگر تصمیم‌گیری تصمیمات حادثه‌ای هستند یعنی تصمیماتی که در آن‌ها، تاکتیک‌های اجرایی

-
1. Vito
 2. Geerken & Gove
 3. Grasmick & Bursik
 4. Stafford & Warr
 5. Tittle
 6. Situational factors
 - 7 N.egin
 8. Criminal Involvement Decision
 9. Criminal Event Decision

یک جرم (تقاضاها بر روی مجرم قرار دارد)، تعیین می‌شوند. اگر تاکتیک‌ها آسان باشند، تصمیم درگیر شدن، منفعت‌های بالقوه خود را از دست می‌دهد (ویلیامز و مک‌شین، ۱۳۹۳، ص. ۳۳۹؛ همچنین نگاه کنید به ویتو و همکاران، ۲۰۰۷، ص. ۶۷).

بر طبق این دیدگاه، رفتار قانون‌شکنانه زمانی اتفاق می‌افتد که یک مجرم، بعد از مورد نظر قرار دادن عوامل شخصی (مثل نیاز به پول، انتقام، هیجانات و سرگرمی)، و عوامل وضعیتی (کنترل و لیاقت نیروی پلیس محلی)، تصمیم به پذیرش خطر قانون‌شکنی می‌گیرد. قبل از ارتکاب جرم، استدلال مجرمانه به ارزیابی خطر دستگیری، شدت مجازات مورد انتظار، ارزش نهفته خطر جرم و نیاز فوری فرد برای سود حاصل از جرم صورت می‌پذیرد (سیگل^۱، ۲۰۰۱؛ به نقل از حسینی نثار و فیوضات، ۱۳۸۹، ص. ۳۷). به بیان ساده‌تر مفهوم عقلانیت^۲ و انتخاب عقلانی بر این اساس استوار است که مجرمان بعد از سبک سنگین کردن فرصت‌ها، هزینه‌ها و منافع عمل خویش اقدام به ارتکاب جرم به منظور تأمین نیازهای خاص می‌کنند (سانگ و ریشتر^۳، ۲۰۰۷، ص. ۲). نظریه انتخاب عقلانی بیانگر آن است که ارتکاب رفتار مجرمانه، ناشی از انتخابی است که توسط مجرم انجام شده است. کسی که در صدد یک منفعت اقتصادی، جنسی یا سایر منافع مانند سوء استفاده و تحکم بر دیگران (مانند سوء استفاده از یک زن یا یک بچه)، ارضای نفس و تمایلات جسمی در استعمال مواد مخدر و مشروبات الکلی یا سایر لذایذ دنیوی مثلاً داشتن یک سرگرمی یا جذابیت یا رسیدن به یک موقعیت در جامعه می‌باشد. بر اساس این نظریه سبب اولیه جرم جذب منفعت است نه آنچه در اکثر نظریه‌های جرم‌شناسی وضع نامساعد روانی یا اجتماعی تلقی می‌شود. این منفعت طلبی به عنوان یک وضعیت مستمر ممکن است توسط هر شخص وفادار به قانون در هنگام مواجهه شدن با مجموعه‌ای از فرصت و وسوسه، ظهور یابد (میر خلیلی، ۱۳۸۸، ص. ۵۴).

1. Siegel

2. Rationality

3. Sung & Richter

به طور کلی کورنیش و کلارک نظریه انتخاب عقلانی یا نظریه کلاسیک جرم‌شناسی را در سه مسیر گسترش و اصلاح کردند. اول اینکه آن‌ها بر این باور بودند که همه افراد بخاطر برخورداری از یک سری محدودیت‌ها (محدودیت دستیابی به اطلاعات، محدودیت‌های زمانی و توانایی)، همیشه عقلانی تصمیم‌گیری نمی‌کنند. دوم اینکه از نظر آن‌ها مفهوم هزینه‌های جرم نه تنها شامل شدت مجازات‌های رسمی^۱ مثل زندانی کردن، بازداشت و سایر مجازات‌های دولت می‌باشد، بلکه شامل مجازات‌های غیر رسمی^۲ مثل تقبیح والدین و شرم و عواقب دیگری مثل از دست دادن شغل نیز می‌باشد. در نهایت کورنیش و کلارک استدلال می‌کنند که محاسبه افراد مختلف از سود و هزینه‌ها متفاوت است. در مقایسه با دیدگاه‌های نظری دیگر، آن‌ها ادعا می‌کنند که برآورد منافع و هزینه‌های جرم تحت تأثیر عواملی مانند، سطوح متفاوت خودکنترلی افراد، باورهای اخلاقی، وضعیت روحی و ارتباط با همالان بزهکار قرار دارد (بوهم و وگل^۳، ۲۰۱۰، ص. ۱۸؛ کلارک و فلسون^۴، ۱۹۹۳، ص. ۴۱).

۱.۲.۲. فرضیه‌های تحقیق

- ۱- تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از خودکنترلی است.
- ۲- تخلفات رایانه‌ای تابعی مثبت از نیازهای منفعت‌گرایانه است.
- ۳- تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از مجازات غیررسمی است.
- ۴- تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از باورهای اخلاقی است.
- ۵- تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از سرمایه‌گذاری است.
- ۶- تخلفات رایانه‌ای تابعی مثبت از لذت ادراکی و هیجان است.
- ۷- تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از وابستگی به خانواده است.

1. Formal Sanction
 2. Informal Sanction
 3. Bohm & Vogel
 4. Clarke & Felson

۳. روش تحقیق

در این تحقیق، از روش پیمایش و از طرح مقطعی استفاده شده است. واحد تحلیل در این پژوهش، فرد (دانشجو) و سطح تحلیل خرد است. جمعیت تحقیق پژوهش حاضر، کلیه دانشجویان مشغول به تحصیل دانشگاه مازندران در سال ۱۴۰۰-۱۳۹۹ می‌باشد. طبق آخرین آمار ارائه شده از سوی اداره آموزش دانشگاه، تعداد کل دانشجویان این دانشگاه ۱۳۴۲۸ نفر بوده است. روش نمونه‌گیری تحقیق نیز از نوع نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم می‌باشد. بعد از گردآوری داده‌ها به شکل حضوری و با استفاده از پرسشنامه ساخت‌یافته، نهایتاً تعداد ۴۰۰ پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت.

۱.۳. تصریح مفاهیم و سنجش متغیرها

تخلفات رایانه‌ای: تخلفات رایانه‌ای طیف وسیعی از رفتارهای انحرافی مرتبط با رایانه اعم از جرم و تخلف را در بر می‌گیرد و عبارت است از فعالیت‌های غیرقانونی و خلافکارانه مبتنی بر رایانه که از طریق کاربرد شبکه جهانی آزاد، تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات صورت می‌گیرد. تعریف مفهومی و عملیاتی این متغیر و ابعاد سه‌گانه آن بر مبنای تحقیق علی‌وردی‌نیا و همکاران (۱۳۹۳) است.

بعد علیه داده و سیستم: به تخلفاتی اشاره دارد که از طریق هک کردن، انتقال ویروس یا روش‌های دیگر به صورت غیرمجاز به سیستم یا اطلاعات اشخاص و سازمان‌ها دسترسی پیدا کرده و موجب هر نوع تغییر یا صدمه زدن به آن‌ها شده و یا اطلاعات و داده‌ها را بدون اجازه در اختیار دیگران قرار دهد. در مجموع از ۵ گویه برای سنجش این بعد استفاده شده است. برای مثال از پاسخگویان خواسته شده بود تا در مورد گویه "برایم پیش آمده که اطلاعات (داده، فیلم و عکس) شخصی و محرمانه دیگران را بدون آگاهی آن‌ها ببینم" پاسخ خود را اعلام کنند.

بعد جعل هویت: به فعالیت‌ها و تخلفاتی اشاره می‌کند که در آن فرد از یک هویت ساختگی، دستکاری شده و یا جعلی برای تسهیل ارتکاب جرم استفاده می‌کند (اسمیت^۱، ۲۰۱۰، ص. ۲۷۴).

1. Smith

برای سنجش این بعد از متغیر تخلفات رایانه‌ای نیز از سه گویه استفاده شده است. برای مثال از پاسخگویان خواسته شد تا پاسخ خود را در مورد گویه "با هویت دیگران و بدون آگاهی آنان، صفحه‌ای شخصی (در اینستاگرام یا دیگر فضاهای مجازی) ایجاد کرده‌ام" اعلام کنند.

بعد فرهنگی: به هر نوع تخلف و جرمی اشاره دارد که علیه محتوا، مالکیت معنوی، ارزش‌های فردی و اجتماعی بوده و منجر به آزار و تهدید افراد شده و از لحاظ روانی به آن‌ها صدمه می‌زند. برای سنجش این بعد از چهار مؤلفه شامل پورنوگرافی، تهدید با ایمیل، شایعه پراکنی علیه دیگران و کرک کردن (شکستن قفل) نرم‌افزار استفاده شده و در نهایت پس از مشخص نمودن معرف‌ها، شش گویه به آن اختصاص داده شد. فرآیند شاخص‌سازی بر مبنای پژوهش‌های تجربی پیشین (علی‌وردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۳؛ هیگینز و همکاران، ۲۰۰۸؛ هالت و همکاران^۱، ۲۰۱۰؛ کونگ و لیم^۲، ۲۰۱۲)، انجام شده است. برای مثال از پاسخگویان خواسته شد تا پاسخ خود را به گویه "برایم پیش آمده که از سایت‌های غیر اخلاقی و با مضامین جنسی دیدن کنم" اعلام کنند.

پیوستگی^۳: پیوستگی به صورت وابستگی و پیوند احساسی فرد با افراد و نهادهای اجتماعی تعریف می‌شود (ویلیامز و مک‌شین، ۱۳۹۳، ص. ۲۹۶). در تحقیق حاضر سنجش مفهوم پیوستگی در بعد پیوستگی با خانواده و با استفاده از ۶ گویه، بر مبنای پژوهش‌های پیشین صورت گرفته است (علی‌وردی‌نیا و قهرمانیان، ۱۳۹۵؛ علی‌وردی‌نیا و پرایدمور، ۲۰۰۷؛ اوزبای و اوزجان^۴، ۲۰۰۶؛ دورنبوش و همکاران^۵، ۲۰۰۱؛ کریستو و فرانی^۶، ۱۹۹۵). برای مثال از پاسخگویان میزان موافقت یا مخالفت خود را با گویه "از زندگی در کنار خانواده لذت می‌برم" که در یک طیف لیکرت پنج گزینه‌ای تنظیم شده بود، مشخص کنند.

-
1. Holt
 2. Kong & lim
 3. Attachment
 4. Özbay & Özcan
 5. Dornbusch
 6. Christo & Franey

خودکنترلی^۱: خودکنترلی به معنای توانایی کنترل کردن خود در برابر وسوسه‌های آنی می‌باشد (هیگینز و ریکیتز^۲، ۲۰۰۴، ص. ۷۷). بر مبنای تحقیقات پیشین (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۳؛ علیوردی‌نیا و قهرمانیان، ۱۳۹۵؛ علیوردی‌نیا و میرزایی، ۲۰۱۶)، از شاخص فشرده شده مقیاس خودکنترلی گراسمیک و همکاران (۱۹۹۳)، که دارای شش گویه بود استفاده شده است. برای مثال در بعد ریسک‌پذیری از پاسخگویان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با گویه "من هر از چندگاهی دوست دارم خودم را با انجام کارهایی که کمی خطرناک است امتحان کنم" که در طیف لیکرت پنج گزینه‌ای مورد سنجش قرار گرفته بود، اعلام کنند.

باورهای اخلاقی^۳: باور، اعتقاد فرد به هنجارهای اجتماعی و رعایت قوانین است (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰). سنجش و اندازه‌گیری متغیر باور بر اساس تحقیقات پیشین می‌باشد (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰؛ علیوردی‌نیا و قهرمانیان، ۱۳۹۵؛ علیوردی‌نیا و پرایدمور^۴، ۲۰۰۷؛ چری^۵، ۱۹۹۹؛ مه‌کلپ و گراف^۶، ۲۰۱۰)، در کل برای سنجش این مفهوم از ۸ گویه و در قالب طیف لیکرت که شامل گویه‌هایی نظیر "رعایت قوانین و مقررات جامعه لازم است" استفاده شده است.

سرمایه‌گذاری^۷ (ملاحظات مادی): سرمایه‌گذاری میزانی از صرف زمان و انرژی است که فرد پیشتر در جامعه عادی انجام داده است (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰). فرایند عملیاتی‌سازی این متغیر نیز بر مبنای تحقیقات پیشین (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰؛ علیوردی‌نیا و قهرمانیان، ۲۰۱۵؛ پاترناستر^۸، ۱۹۸۹)، بوده است. در مجموع از ۷ گویه در قالب طیف لیکرت پنج گزینه‌ای برای سنجش این مفهوم استفاده شده است. برای مثال از پاسخگویان خواسته شده تا میزان

1. Self-control
2. Higgins and Ricketts
3. Moral Beliefs
4. Aliverdinia & Pridemore
5. Cherry
6. Mehlkop & Graeff
7. Investment
8. Paternoster

موافقت یا مخالفت خود را با گویه‌هایی نظیر " برای من بسیار مهم است که مقطع تحصیلی‌ای که هم اکنون در آن تحصیل می‌کنم را به پایان برسانم " اعلام کنند.

مجازات تصویری (ادراکی) غیر رسمی^۱: مجازات تصویری (ادراکی)، غیررسمی فرایندی است که فاقد ضمانت اجرایی قانونی است و منتهی به تضعیف و حذف رفتارهای مورد نظر می‌شود (والش و همنس، ۲۰۰۸، ص. ۱۶۳). سنجش این مفهوم نیز بر مبنای تحقیقات پیشین (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰؛ علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۳؛ علیوردی‌نیا و قهرمانیان، ۱۳۹۵؛ نگین^۲ و پاترناستر، ۱۹۹۳؛ پاترناستر و سیمپسون^۳، ۱۹۹۶؛ لی و همکاران، ۲۰۱۰؛ سایپل و ایفلر^۴، ۲۰۰۸)، بوده است. برای مثال از پاسخگویان خواسته شده تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با گویه‌هایی نظیر " اگر روزی خانواده‌ام متوجه شوند که مرتکب تخلفات رایانه‌ای شده‌ام بسیار دلخور و ناراحت می‌شوند. " اعلام کنند.

نیاز منفعت‌گرایانه^۵: احساس فقدان یا حرمانی است که در ارتباط کم و بیش با نیازها و امیال یک موجود زنده و مخصوصاً انسان دارای آگاهی به جهت آنکه در جریان تحقق اهدافش، خود را فاقد آن می‌بیند می‌باشد. این احساس موجب تمایل به هر آنچه می‌شود که امکان ارضای نیازها را فراهم می‌سازد (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰، ص. ۱۵۲). مطابق با تحقیقات پیشین (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰؛ علیوردی‌نیا و قهرمانیان، ۱۳۹۵؛ علیوردی‌نیا و پرایدمور، ۲۰۰۷؛ چری، ۱۹۹۹؛ مهکلوپ و گراف، ۲۰۱۰)، سنجش این متغیر نیز دو بعد ذهنی و عینی در نظر گرفته شده است. در مجموع از ۶ گویه برای سنجش متغیر نیاز منفعت‌گرایانه استفاده شده است. به طور مثال از پاسخگویان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با گویه‌هایی مثل "به‌خاطر این‌که دوستانم مرا تأیید کنند مرتکب تخلفات رایانه‌ای می‌شوم " اعلام کنند.

-
1. Informal Sanction
 2. Nagin
 3. Simpson
 4. Seipel & Eiffler
 5. Utilitarian Need

کنجکاوی-هیجانان^۱: این مفهوم انجام رفتار بر اساس حوادث تحریک کننده را می‌رساند (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰، ص. ۱۵۲). سنجش این مفهوم نیز بر طبق تحقیقات پیشین (علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰؛ علیوردی‌نیا و همکاران ۱۳۹۳؛ علیوردی‌نیا و قهرمانیان، ۱۳۹۵؛ اگنیو^۲، ۱۹۹۰)، بوده است. در مجموع از ۴ گویه در قالب طیف لیکرت شش گزینه‌ای که شامل گزینه "انجام نمی‌دهم" نیز بود برای سنجش این مفهوم استفاده شده است. از پاسخگویان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود را با گویه "تخلفات رایانه‌ای بسیار هیجان انگیز است" و نظایر آن اعلام کنند.

۲.۳. اعتبار و پایایی پرسش‌نامه

برای بررسی اعتبار مقیاس‌های تحقیق، از روش اعتبار صوری استفاده شد. پایایی ابزار سنجش تحقیق نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بررسی گردید که نتایج آن در جدول شماره ۱ ارائه شده است. بر اساس مقادیر جدول، میزان آلفا برای همه متغیرها بیانگر پایایی قابل قبول ابزار اندازه‌گیری است. با توجه به مقادیر بدست آمده برای ارزیابی پایایی مقیاس اندازه‌گیری، ضرایب آلفا برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷۰ و در حد قابل قبول می‌باشد.

جدول ۱- نتایج تحلیل پایایی گویه‌ها

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
متغیرهای مستقل	نیاز منفعت‌گرایانه ۰/۹۶۱
	باور ۰/۷۰۸
	سرمایه‌گذاری (ملاحظات مادی) ۰/۷۰۹
	خودکنترلی ۰/۷۰۸
	مجازات غیررسمی ۰/۸۸۰
	لذت ادراکی و هیجان ۰/۹۱۴
	پیوستگی ۰/۷۸۱

1. Curiosity/ Thrills
2. Agnew

متغیر		ضریب آلفای کرونباخ
متغیر وابسته	علیه داده و سیستم	۰/۷۰۶
	جعل هویت	۰/۷۰۰
	فرهنگی	۰/۸۰۶

۴. یافته‌های تحقیق

۱.۴. یافته‌های توصیفی

توصیف پاسخگویان بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی

نتایج توصیف متغیرهای زمینه‌ای نشانگر این بوده است که ۱۳۰ نفر از پاسخگویان (۳۸/۳ درصد)، را مردان و ۲۰۹ نفر (۶۱/۷ درصد)، را زنان تشکیل داده‌اند. علاوه بر این، نتایج نشان داد که بیشتر پاسخگویان در فاصله سنی ۱۸-۲۴ سال با تعداد ۲۸۲ نفر (۸۳/۹ درصد)، قرار دارند. میانگین سنی کل پاسخگویان نیز برابر با ۲۲/۳۴ سال بود. بیشترین پاسخگویان پژوهش حاضر را دانشجویان مقطع کارشناسی با تعداد ۲۶۹ نفر (۸۱/۵ درصد)، تشکیل داده‌اند و کمترین فراوانی نیز در میان پاسخگویان مقطع دکتری دیده می‌شود که در کل ۲۲ نفر (۶/۷ درصد)، از نمونه پژوهش حاضر را تشکیل داده‌اند.

توزیع تخلفات رایانه‌ای پاسخگویان بر حسب بعد فرهنگی

یافته‌های توصیفی تحقیق برای بعد فرهنگی نشانگر این است که، بیشترین تخلف صورت گرفته مربوط به "دیدن فیلم و یا تصاویر غیراخلاقی" می‌باشد. ۱۵/۷ درصد از دانشجویان به میزان خیلی زیاد و زیاد این تخلف را مرتکب شده‌اند. همچنین، وضعیت ارتکاب به این تخلف در بین دانشجویان پسر (۲۲/۴ درصد)، بیشتر از دانشجویان دختر (۸/۸ درصد)، است. لازم به ذکر است ۸۱ درصد از دختران و ۲۶/۱ درصد از پسران اصلاً و یا خیلی کم مرتکب این تخلف شده‌اند. کمترین تخلف صورت گرفته در بعد فرهنگی نیز مربوط به "ارسال ایمیل تهدیدآمیز برای دیگران" می‌باشد که میزان این تخلف در بین پسران بیشتر از دختران می‌باشد.

جدول ۲. توزیع فراوانی و درصدی بعد فرهنگی بر حسب جنسیت پاسخگویان

گویه‌ها	گزیده	پسر		دختر		جمع کل	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
برایم پیش آمده که به شکستن قفل نرم‌افزار یا (کرک کردن) اقدام کنم.	اصلا	۶۹	۵۳/۹	۱۶۱	۷۹/۷	۲۳۴	۷۰/۱
	کم	۹	۷/۰	۱۷	۸/۴	۲۶	۷/۸
	گاهی اوقات	۱۵	۱۱/۷	۱۰	۵/۰	۲۵	۷/۵
	زیاد	۱۶	۱۲/۵	۱۰	۵/۰	۲۶	۷/۸
	خیلی زیاد	۱۹	۱۴/۸	۴	۲/۰	۲۳	۶/۹
	اصلا	۳۸	۳۰/۲	۱۱۸	۵۷/۳	۱۵۹	۴۷/۳
برایم پیش آمده که از سایت‌های غیر اخلاقی و با مضامین جنسی دیدن کنم.	کم	۲۶	۲۰/۶	۵۰	۲۴/۳	۷۷	۲۲/۹
	گاهی اوقات	۲۹	۲۳/۰	۲۲	۱۰/۷	۵۱	۱۵/۲
	زیاد	۱۷	۱۳/۵	۱۱	۵/۳	۲۸	۸/۳
	خیلی زیاد	۱۶	۱۲/۷	۵	۲/۴	۲۱	۶/۳
	اصلا	۲۹	۲۲/۷	۹۷	۴۷/۳	۱۲۹	۳۸/۳
	کم	۳۰	۲۳/۴	۶۹	۳۳/۷	۱۰۰	۲۹/۷
برایم پیش آمده که فیلم و یا تصاویر غیر اخلاقی را تماشا کنم.	گاهی اوقات	۳۴	۲۶/۶	۲۱	۱۰/۲	۵۵	۱۶/۳
	زیاد	۲۳	۱۸/۰	۱۱	۵/۴	۳۴	۱۰/۱
	خیلی زیاد	۱۲	۹/۴	۷	۳/۴	۱۹	۵/۶
	اصلا	۶۱	۴۸/۴	۱۴۶	۷۱/۹	۲۱۱	۶۳/۴
	کم	۲۸	۲۲/۲	۳۹	۱۹/۲	۶۷	۲۰/۱
	گاهی اوقات	۱۸	۱۴/۳	۱۱	۵/۴	۲۹	۸/۷
برایم پیش آمده که فیلم یا عکس‌های غیر اخلاقی را در اختیار دوستان و یا دیگران قرار بدهم.	زیاد	۸	۶/۳	۴	۲/۰	۱۲	۳/۶
	خیلی زیاد	۱۱	۸/۷	۳	۱/۵	۱۴	۴/۲
	اصلا	۱۰۲	۷۹/۱	۱۹۱	۹۲/۳	۲۹۷	۸۷/۴
	کم	۱۳	۱۰/۱	۷	۳/۴	۲۰	۵/۹
	اصلا	۱۰۲	۷۹/۱	۱۹۱	۹۲/۳	۲۹۷	۸۷/۴
	کم	۱۳	۱۰/۱	۷	۳/۴	۲۰	۵/۹

بعد فرهنگی تخلفات رایانه‌ای

۳/۸	۱۳	۲/۹	۶	۵/۴	۷	گاهی اوقات	مطالبی را منتشر کنم و یا علیه آن‌ها شایعه پراکنی نمایم.
۱/۲	۴	۱/۴	۳	۰/۸	۱	زیاد	
۱/۸	۶	۰/۰	۰	۴/۷	۶	خیلی زیاد	
۸۹/۹	۳۰۴	۹۴/۷	۱۹۵	۸۲/۸	۱۰۶	اصلا	برای دیگران ایمیل‌های تهدیدآمیز فرستاده‌ام.
۴/۱	۱۴	۱/۹	۴	۷/۰	۹	کم	
۳/۳	۱۱	۲/۹	۶	۳/۹	۵	گاهی اوقات	
۰/۳	۱	۰/۰	۰	۰/۸	۱	زیاد	
۲/۴	۸	۰/۵	۱	۵/۵	۷	خیلی زیاد	

۳.۸. توزیع تخلفات رایانه‌ای پاسخگویان بر حسب بعد جعل هویت

بر اساس یافته‌های توصیفی تحقیق، بیشترین تخلفاتی که در بعد جعل هویت انجام گرفته است مربوط به "دادن اطلاعات نادرست به دیگران در خصوص سن، جنس و ویژگی‌های شخصی" می‌باشد. در مجموع ۱۰/۷ درصد از دانشجویان (۳۷ نفر)، مرتکب این تخلف شده بودند. مقایسه توزیع تخلفات رایانه‌ای در بعد جعل هویت میان دانشجویان دختر و پسر بیانگر آن است که این تخلف را بیشتر دانشجویان پسر مرتکب شده‌اند. همچنین در بعد جعل هویت، کمترین تخلف مربوط به "ایجاد صفحه‌ای شخصی (در فیس بوک یا دیگر فضاهای مجازی) با هویت دیگران و بدون آگاهی آنان" می‌باشد که توزیع آن در میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر می‌باشد.

جدول ۳. توزیع فراوانی و درصدی بعد جعل هویت بر حسب جنسیت پاسخگویان

بعد	گویه‌ها	گزینه	پسر	دختر	جمع کل	
			تعداد	درصد	تعداد	درصد
بعد جعل هویت: تقلبات رایانه‌ای	از نام کاربری و رمز عبور دیگران بدون اجازه آن‌ها استفاده کرده‌ام.	اصلا	۸۹	۶۹/۰	۱۶۸	۸۱/۶
		کم	۱۹	۱۴/۷	۲۱	۱۰/۲
		گاهی اوقات	۱۳	۱۰/۱	۱۱	۵/۳
		زیاد	۳	۲/۳	۲	۱/۰
		خیلی زیاد	۵	۳/۹	۴	۱/۹
	برایم پیش آمده که در فضای مجازی در مورد سن، جنس و ویژگی‌های شخصی‌ام به دیگران، اطلاعات نادرست بدهم.	اصلا	۴۹	۳۸/۰	۹۸	۴۸/۰
		کم	۳۴	۲۶/۴	۴۸	۲۳/۵
		گاهی اوقات	۲۳	۱۷/۸	۴۵	۲۲/۱
		زیاد	۱۳	۱۰/۱	۸	۳/۹
		خیلی زیاد	۱۰	۷/۸	۵	۲/۵
	با هویت دیگران و بدون آگاهی آنان، صفحه‌ای شخصی (در فیس بوک یا دیگر فضاهای مجازی) ایجاد کرده‌ام.	اصلا	۱۰۳	۷۹/۸	۱۷۹	۸۶/۵
		کم	۱۰	۷/۸	۱۶	۷/۷
		گاهی اوقات	۹	۷/۰	۸	۳/۹
		زیاد	۲	۱/۶	۴	۱/۹
		خیلی زیاد	۵	۳/۹	۰	۰/۰

توزیع تخلفات رایانه‌ای پاسخگویان بر حسب بعد علیه داده و سیستم

باتوجه به یافته‌های تحقیق بیشترین میزان تخلف در این بعد مربوط به "مشاهده اطلاعات شخصی و محرمانه دیگران بدون آگاهی آن‌ها" می‌باشد. ۷/۸ درصد (۲۸ نفر)، از دانشجویان به میزان زیاد و خیلی زیاد و ۲۰ درصد (۶۷ نفر)، گاهی اوقات مرتکب این رفتار شده‌اند. طبق یافته‌ها، این تخلف در بین دانشجویان پسر در مقایسه با دانشجویان دختر بیشتر رخ داده است. کمترین میزان تخلفات در این بعد مربوط به "انتقال آگاهانه ویروس به سیستم دیگران" می‌باشد

که ۲/۱ درصد (۷ نفر)، از دانشجویان مرتکب این تخلف شده‌اند و توزیع آن در میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر می‌باشد.

جدول ۴. توزیع فراوانی و درصدی بعد علیه داده و سیستم بر حسب جنسیت پاسخگویان

گویه‌ها	گزینه	پسر		دختر		جمع کل	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
برایم پیش آمده که اطلاعات (داده، فیلم و عکس)، شخصی و محرمانه دیگران را بدون آگاهی آن‌ها ببینم.	اصلا	۴۸	۳۸/۱	۹۳	۴۵/۴	۱۴۴	۴۳/۰
	کم	۳۵	۲۷/۸	۶۳	۳۰/۷	۹۸	۲۹/۳
	گاهی اوقات	۳۱	۲۴/۶	۳۵	۱۷/۱	۶۷	۲۰/۰
	زیاد	۶	۴/۸	۳	۱/۵	۹	۲/۷
	خیلی زیاد	۶	۴/۸	۱۱	۵/۴	۱۷	۵/۱
اطلاعات (داده، فیلم و عکس)، شخصی و محرمانه‌ی دیگران را بدون اجازه‌ی آن‌ها پخش کرده‌ام.	اصلا	۱۰۸	۸۳/۷	۱۶۹	۸۲/۴	۲۸۱	۸۳/۱
	کم	۸	۶/۲	۲۴	۱۱/۷	۳۲	۹/۵
	گاهی اوقات	۴	۳/۱	۷	۳/۴	۱۱	۳/۳
	زیاد	۷	۵/۴	۲	۱/۰	۹	۲/۷
	خیلی زیاد	۲	۱/۶	۳	۱/۵	۵	۱/۵
برایم پیش آمده که بدون اجازه دوستان خود، نمرات آن‌ها را در سایت ببینم و به جای آن‌ها اعتراض ثبت کنم.	اصلا	۱۰۷	۸۳/۶	۱۸۸	۹۰/۸	۲۹۹	۸۸/۲
	کم	۷	۵/۵	۱۰	۴/۸	۱۷	۵/۰
	گاهی اوقات	۸	۶/۳	۶	۲/۹	۱۴	۴/۱
	زیاد	۳	۲/۳	۱	۰/۵	۴	۱/۲
	خیلی زیاد	۳	۲/۳	۲	۱/۰	۵	۱/۵
سیستم، رمز عبور و نام کاربری دیگران یا شبکه‌های سازمانی را هک کرده‌ام.	اصلا	۱۰۶	۸۲/۲	۱۸۵	۸۹/۸	۲۹۵	۸۷/۰
	کم	۱۴	۱۰/۹	۱۰	۴/۹	۲۴	۷/۱
	گاهی اوقات	۴	۳/۱	۴	۱/۹	۸	۲/۴
	زیاد	۳	۲/۳	۴	۱/۹	۷	۲/۱

بعد علیه داده و سیستم تخلفات رایج‌ای

۱/۵	۵	۱/۵	۳	۱/۶	۲	خیلی زیاد	آگاهانه، ویروس یا هر برنامه مخرب دیگری را به سیستم دیگران انتقال داده‌ام.
۹۰/۸	۳۰۵	۲۹/۶	۱۸۹	۸۷/۵	۱۱۲	اصلاً	
۳/۹	۱۳	۲/۵	۴	۶/۳	۸	کم	
۳/۳	۱۱	۳/۴	۷	۳/۱	۴	گاهی اوقات	
۱/۵	۵	۱/۵	۳	۱/۶	۲	زیاد	
۰/۶	۲	۰/۰	۰	۱/۶	۲	خیلی زیاد	

توزیع تخلفات رایانه‌ای پاسخگویان در ابعاد سه‌گانه

یافته‌های تحقیق نشانگر آن هستند که، بیشترین میزان ارتکاب تخلفات رایانه‌ای به ترتیب برای بعد فرهنگی، جعل هویت و در نهایت علیه داده و سیستم می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها برای بعد فرهنگی بیانگر آن است که حدود ۳۲ درصد از دانشجویان مرتکب تخلف در این بعد شده‌اند. کمترین میزان تخلف مربوط به بعد علیه داده و سیستم است. طبق یافته‌ها ۸۸/۶ درصد اصلاً مرتکب تخلفات رایانه‌ای در بعد علیه داده و سیستم نشده‌اند.

جدول ۵- توزیع فراوانی و درصدی توزیع تخلفات رایانه‌ای پاسخگویان بر حسب ابعاد سه گانه

تخلفات رایانه‌ای		فرهنگی		جمل هویت		علیه داده و سیستم		تخلفات رایانه‌ای	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۲۲۰	۶۸/۳	۲۵۵	۷۴/۸	۳۰۲	۸۸/۶	۲۶۸	۷۹/۳	اصلا	
۵۷	۱۷/۷	۵۱	۱۵/۰	۲۲	۶/۵	۴۵	۱۳/۳	کم	
۲۹	۹/۰	۲۵	۷/۳	۱۴	۴/۱	۲۱	۶/۲	گاهی اوقات	
۱۴	۴/۳	۷	۲/۱	۱	۰/۳	۳	۰/۹	زیاد	
۲	۰/۶	۳	۰/۹	۲	۰/۶	۱	۰/۳	خیلی زیاد	
۳۲۲	۱۰۰/۰	۳۴۱	۱۰۰/۰	۳۴۱	۱۰۰/۰	۳۳۸	۱۰۰/۰	کل	
۰/۵۱		۰/۳۹		۰/۱۷		۰/۲۹		میانگین در بازه ۰ تا ۴	

۲.۴. یافته‌های تحلیلی

۱.۲.۴. آزمون تفاوت میانگین

یافته‌های تحقیق بیانگر این است که، میزان ارتکاب تخلفات رایانه‌ای در ابعاد سه‌گانه آن میان دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر رواج دارد. جدول ۶ نتایج آزمون T برای مقایسه تفاوت میانگین متغیر تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان پسر و دختر را نشان می‌دهد. نتایج آزمون T حاکی از این است که میانگین تخلفات رایانه‌ای در مردان (۰/۷۸)، بیشتر از زنان (۰/۴۱) می‌باشد که این تفاوت در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار است.

جدول ۶- مقایسه تخلفات رایانه‌ای در بین دانشجویان بر حسب جنسیت

متغیرها	جنسیت	میانگین	سطح معناداری	نتیجه مقایسه
جنس	مرد	۰/۷۸	۰	معناداری تفاوت میانگین تخلفات
	زن	۰/۴۱		رایانه‌ای در بین دانشجویان پسر و دختر.

۲.۲.۴. رگرسیون چندگانه برای تبیین تخلفات رایانه‌ای

جدول شماره ۷ خروجی رگرسیون چندگانه برای تبیین تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران را نشان می‌دهد. طبق نتایج حاصل شده از تحلیل رگرسیون چندگانه، اولین متغیر مستقل پیش‌بینی کننده تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران، متغیر لذت ادراکی و هیجان است که به تنهایی حدود ۲۹ درصد از واریانس تخلفات رایانه‌ای را تبیین می‌کند. ضریب بتای این متغیر برابر با ۰/۲۸۹ است که نشان می‌دهد نقش و سهم بیشتری در تبیین واریانس تخلفات رایانه‌ای دارد. به عبارتی دیگر، به ازای یک انحراف استاندارد در متغیر لذت ادراکی و هیجان، باعث تغییر ۰/۲۸۹ انحراف استاندارد در متغیر تخلفات رایانه‌ای می‌شود. بطور کلی خروجی رگرسیون برای این متغیر نشان می‌دهد که، متغیر لذت ادراکی و هیجان بیشترین تاثیر معنادار بر روی تخلفات رایانه‌ای دانشجویان دانشگاه مازندران دارد. علاوه بر این، خروجی تحلیل رگرسیون نشان داد که، متغیر باورهای اخلاقی با ضریب بتای ۰/۲۳ بعد از متغیر لذت ادراکی و هیجان، بیشترین تاثیر معنادار بر روی تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران دارد. به عبارتی، باورهای اخلاقی توانسته است ۲۳ درصد از واریانس تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران را تبیین کند. نتیجه در مورد این متغیر را می‌توان به این صورت تفسیر کرد که، به ازای یک انحراف استاندارد در متغیر باورهای اخلاقی، تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران به میزان ۰/۳۶ انحراف استاندارد کاهش پیدا می‌کند. بعد از متغیر باورهای اخلاقی، متغیر پیوستگی با خانواده بیشترین تاثیر بر روی تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران دارد که با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۲ برای این متغیر، این تاثیر معنادار است. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه در مورد متغیر سرمایه‌گذاری (ملاحظات مادی)، نیز نشانگر این است که، هر چند تاثیر کمتری در مقایسه با متغیر نیاز منفعت‌گرایانه دارد، اما تاثیر آن نیز معنادار می‌باشد. خروجی تحلیل رگرسیونی نشانگر آن است که، اثر متغیرهای خودکنترلی، نیاز منفعت‌گرایانه و مجازات غیررسمی بر روی تخلفات رایانه‌ای ناچیز بوده و با توجه به اینکه سطح معناداری آن‌ها بالاتر از ۰/۰۵ است، این اثرات نیز معنادار

نمی‌باشند. با توجه به نتایج جدول ۷، ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که ۰/۳۲۹ درصد از تغییرات تخلفات رایانه‌ای دانشجویان دانشگاه مازندران توسط متغیرهای مستقل تبیین شده است.

جدول ۷. رگرسیون چندگانه برای تبیین تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان

متغیر وابسته	متغیر مستقل	Beta	آماره آزمون t	سطح معناداری
تخلفات رایانه‌ای	خودکنترلی	۰/۰۰۶	۰/۱۱۹	۰/۹۰۵
	نیاز منفعت گرایانه	۰/۱۰۸	۱/۸۰	۰/۰۷۳
	مجازات غیررسمی	- ۰/۰۰۸	- ۰/۱۳۹	۰/۸۸۹
	باور	- ۰/۲۳۴	- ۴/۲۹۱	۰/۰۰۰
	سرمایه‌گذاری	- ۰/۱۰۶	- ۲/۰۳۵	۰/۰۴۳
	لذت ادراکی و هیجان	۰/۲۸۹	۴/۸۴۵	۰/۰۰۰
	وابستگی خانوادگی	- ۰/۱۴۶	۳/۰۵۵	۰/۰۰۲

ضریب همبستگی چندگانه $R = ۰/۳۴۳$ ضریب تعیین $R^2 = ۰/۳۲۹$

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نظریه انتخاب عقلانی به عنوان یکی از نظریه‌های نئوکلاسیک جرم‌شناسی، به علت جرم-محور و مجرم-محور بودن آن، ویژگی خاصی در مقایسه با دیگر نظریه‌های جرم‌شناسی دارد و از این قابلیت برخوردار است که رفتارهای انحرافی را بتواند در رابطه با ویژگی‌ها و خصایص مجرمان از جمله، انتخابگر بودن شخص مجرم و همچنین ویژگی‌های جرم مثل منافع و هزینه‌های جرم تبیین کند. فرضیه اول تحقیق این بود که "تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از لذت ادراکی و هیجان است" و این فرضیه مورد تایید قرار گرفت. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که از میان متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی، متغیر لذت ادراکی و هیجان بیشترین ضریب تاثیر را دارد و این تاثیر معنادار نیز بوده است. از دیدگاه نظری، این مفهوم انجام رفتار را بر اساس حوادث تحریک کننده می‌داند. مطابق با نظریه انتخاب عقلانی، جرم، رفتارهای انحرافی و متخلفانه به عنوان رفتاری عمدی و سنجیده تلقی می‌شود که به منظور نیل به منافع

مجرمان و متخلفان رخ می‌دهد. این منافع می‌تواند مواردی از قبیل ارضای نیازهای جنسی، هیجانات، استقلال، انتقام، کنترل، کاهش تنش و دستیابی به اموال باشد. لذا این فرضیه مطابق با انتظارات نظری و همچنین در راستای تحقیقات انجام گرفته (لی و همکاران، ۲۰۱۰؛ علیوردی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۰؛ علیوردی‌نیا و قهرمانیان، ۱۳۹۵)، می‌باشد.

فرضیه دوم پژوهش بیان می‌کند که "تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از خودکنترلی است". نتیجه حاصل از تحلیل رگرسیونی تحقیق نشان داده است که، این متغیر با ضریب تاثیر اندک ($0/006$)، و همچنین در سطح بالاتر از $0/05$ معنی‌دار نیست. از طرف دیگر این تاثیر معکوس نبوده است. بنابراین فرضیه صفر ما تایید می‌شود و فرضیه خلاف پژوهش مبنی بر وجود رابطه معکوس بین این دو متغیر رد می‌شود. گاتفردسن و هیرشی صاحب‌نظران نسخه معروف نظریه خودکنترلی اذعان کرده‌اند که این رابطه به طور غیر قطعی تئوریزه شده است، به این معنی که خودکنترلی پایین همیشه به تولید جرم نمی‌انجامد و ممکن است موقعیت‌های زیادی تاثیر بالقوه‌ای در ایجاد جرایم و رفتارهای انحرافی داشته باشند (تایتل و همکاران^۱، ۲۰۰۳، ص. ۳۳۴). خودکنترلی به عنوان یکی از مفاهیم نظریه انتخاب عقلانی به شمار می‌رود. مطابق با این نظریه رفتارهای انحرافی به احتمال زیاد هنگامی رخ می‌دهد که فرصت‌های کافی نیز در اختیار مجرمان فراهم باشد. به عبارتی دقیق‌تر فردی با خودکنترلی پایین از فرصت‌های کافی برای ارتکاب جرم برخوردار باشد (کروهن و همکاران^۲، ۲۰۱۰، ص. ۱۶۱). توجه به نتایج توصیفی در پژوهش حاضر برای متغیر فرصت نشان دهنده این امر است که درصد کمی از پاسخگویان از فرصت‌های کافی برای ارتکاب تخلفات رایانه‌ای برخوردار بوده‌اند. در رد فرضیه خلاف پژوهش حاضر در مورد رابطه بین خودکنترلی و رفتارهای انحرافی می‌توان به نبود فرصت‌های در دسترس برای پاسخگویان اشاره کرد. چرا که مطابق با این نظریه اگر فردی از فرصت‌های بیشتری برای ارتکاب جرم برخوردار باشد در نهایت مرتکب شدن رفتارهای مورد نظر را سودمندتر دیده و به سوی رفتارهای انحرافی از جمله تخلفات رایانه‌ای سوق پیدا می‌کند. بنابراین می‌توان گفت که در

1. Tittle

2. Krohn

پژوهش حاضر تاثیر خودکنترلی تنها زمانی بر تخلفات رایانه‌ای معنی‌دار خواهد بود که دانشجویان از فرصت‌های کافی برخوردار شوند. نتیجه بدست آمده در این تحقیق مطابق همراستا با تحقیقات پیشین (هیگینز و همکاران، ۲۰۱۲)، می‌باشد.

فرضیه سوم پژوهش بیان می‌دارد که "تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از باورهای اخلاقی است". باور، اعتقاد فرد به هنجارهای اجتماعی و رعایت قوانین است. هر چه اعتقاد در فرد قوی‌تر باشد، کمتر احتمال دارد که به عمل بزهکارانه روی آورد و هر چه این اعتقاد در فرد ضعیف‌تر باشد احتمال هنجار شکنی از سوی او بیشتر است (ویلیامز و مک‌شین، ۲۰۱۴، ص. ۲۹۶). این فرضیه در پژوهش حاضر مورد تایید قرار گرفته و نتیجه تحلیل رگرسیونی در مورد این فرضیه مطابق با انتظارات نظری بوده است. نفوذهای تنظیم‌گری از قبیل هنجارها و قوانین و باور افراد به آن‌ها را می‌توان بر طبق این نظریه عاملی بازدارنده در وقوع تخلفات رایانه‌ای دانست و همچنان که تحلیل رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد، متغیر باور بعد از متغیر لذت ادراکی و هیجان بیشترین تاثیر معنادار را بر روی تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران دارد. به صورتی که هر چقدر باور دانشجویان دانشگاه مازندران به گویه‌هایی از قبیل "رعایت قوانین و مقررات جامعه لازم است" بیشتر باشد، احتمال کمتری برای ارتکاب تخلفات رایانه‌ای وجود خواهد داشت.

فرضیه چهارم بیان می‌دارد که "تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از سرمایه‌گذاری است". نتایج تحلیل رگرسیون تحقیق حاضر در تایید این فرضیه بوده است. طبق نظریه انتخاب عقلانی، برای این فرضیه می‌توان چنین استنباط کرد که هر چه میزان سرمایه‌گذاری (ملاحظات مادی)، از قبیل دستیابی به مقاطع تحصیلی بالاتر و دستیابی به شغل دلخواه دانشجویان بیشتر باشد، احتمال کمتری برای مرتکب شدن تخلفات رایانه‌ای وجود دارد. اهمیت کارهایی که فرد بر عهده دارد و همچنین موقعیت اجتماعی‌ای که آن‌ها کسب کرده‌اند در حقیقت مانع از بروز تخلفات رایانه‌ای می‌گردد. طبق نظریه انتخاب عقلانی عوامل موقعیتی و هزینه‌ها و منافع ادراک شده از جرم هستند که به عنوان عوامل موثر بر انتخاب اهداف و به طور گسترده به تصمیم‌های مجرمانه عمل می‌کنند

(نگین و پاترناستر، ۱۹۹۷، ص. ۴۶۹). به طور کلی دو گزاره اصلی در نظریه انتخاب عقلانی وجود دارد که عبارتند از: ۱) افراد قبل از ارتکاب رفتار مجرمانه هزینه‌ها و عواقب جرم را سبک سنگین می‌کنند، ۲) زمانی رفتار مجرمانه را انجام می‌دهند که پاداش‌های جرم بیش از هزینه‌های آن باشد (ویتو و همکاران، ۲۰۰۵، ص. ۶۷). اهمیت تحصیل و همچنین دستیابی به شغل مطلوب برای پاسخگوییانی که در این پژوهش شرکت داشته‌اند جزء سرمایه‌های آنان محسوب می‌شود، و به دلیل اهمیت این سرمایه‌ها هستند که دانشجویان مرتکب تخلفات رایانه‌ای نمی‌شوند چرا که در غیر این صورت، هزینه سنگینی را بابت ارتکاب این نوع تخلفات خواهند پرداخت. نتایج پژوهش حاضر برای این فرضیه مطابق با انتظارات نظری و تحقیق علی‌وردی‌نیا و قهرمانیان (۱۳۹۵)، بوده است.

فرضیه پنجم تحقیق این بود که "تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از است". به این معنی که اگر میزان قدرت پیوستگی‌های فردی به افراد مهم دیگر (مثل والدین، دوستان)، و یا نسبت به نهادهای (مدرسه و باشگاه)، بیشتر باشد این امر می‌تواند مانع انحراف شود (ویلیامز و مک‌شین، ۲۰۱۴، ص. ۲۹۳). نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه در رابطه این متغیر با تخلفات رایانه‌ای نشان از تایید فرضیه خلاف و رد فرضیه صفر بوده است. همچنین، نتیجه پژوهش برای این فرضیه مطابق با انتظارات نظری است. پیوستگی قوی، ارتباط افراد را با نظام اجتماعی مورد قبول جامعه نشان می‌دهد. بیشتر محققان خانواده را مهمترین عامل اجتماعی کردن و کنترل اجتماعی می‌دانند. آن‌ها همچنین پیوند اجتماعی مثبت را در ارتباط با تجارب قبلی در انواع نظام‌های اجتماعی کردن مثل همالان، مدرسه و اجتماع در نظر می‌گیرند (شچوری و لافر، ۲۰۰۸، ص. ۱۰۳۷). در تحقیق حاضر نیز متغیر پیوستگی با خانواده، سومین متغیر تاثیرگذار و معنادار بر روی تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران بوده است. نتایج توزیع فراوانی مربوط به متغیر پیوستگی با خانواده نیز نشانگر این بود که پاسخگويان پیوند زیادی با خانواده خود داشته‌اند که عامل موثری برای جلوگیری از وقوع تخلفات رایانه‌ای به حساب می‌آید.

فرضیه ششم پژوهش عبارت بود از اینکه "تخلفات رایانه‌ای تابعی مثبت از نیازهای منفعت‌گرایانه است". نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه در رد این فرضیه بوده است. کورنیش و کلارک مدل انتخاب عقلانی را اساساً یک تئوری سودمندی مورد انتظار ذهنی بشمار می‌آورند. در این آموزه فرض بر این است که، مردم در تصمیم‌گیری‌هایشان سعی در به حداکثر رساندن لذایذ و به حداقل رساندن رنج‌هایشان می‌باشند (شومیکر^۱، ۲۰۰۹، ص. ۶۴). بر اساس این نظریه سبب اولیه جرم جذب منفعت است نه آنچه در اکثر نظریه‌های جرم‌شناسی وضع نامساعد روانی یا اجتماعی تلقی می‌شود. این منفعت‌طلبی به عنوان یک وضعیت مستمر ممکن است توسط هر شخص وفادار به قانون در هنگام مواجهه شدن با مجموعه‌ای از فرصت و وسوسه ظهور یابد (میر خلیلی، ۱۳۸۸، ص. ۵۴). همانطور که گفته شد، صرف وجود یک مجرم برانگیخته باعث ارتکاب جرم نمی‌شود چرا که بایستی یک سری شرایط زمینه‌ساز و فرصت‌های ارتکاب جرم نیز وجود داشته باشد تا جرم اتفاق بیافتد (گرت و سانتانا، ۲۰۱۰). و در صورت وجود چنین فرصت‌هایی مجرم منافع حاصل از جرم را سودمند دیده و مرتکب آن می‌شود (کلارک^۲، ۲۰۰۳، صص. ۴۶-۴۷). بنابراین می‌توان گفت که، علاوه بر وجود فرصت‌های جرم که یکی از عوامل اصلی وقوع رفتارهای انحرافی از قبیل تخلفات رایانه‌ای به شمار می‌رود، منفعت‌طلبی نیز در وقوع این تخلفات نقشی اساسی دارد. چرا که برای افراد در یک موقعیت مناسب چنانچه منافع حاصل از ارتکاب رفتارهای مجرمانه بیش از هزینه‌های ارتکاب آن باشد، این افراد تمایل بیشتری را به ارتکاب این رفتارها نشان خواهند داد. نتیجه تحقیق در مورد این فرضیه بر خلاف انتظارات نظری بوده است.

فرضیه هفتم بیان می‌دارد که "تخلفات رایانه‌ای تابعی منفی از مجازات غیررسمی تصویری-ادراکی است". طبق نظریه انتخاب عقلانی حسابگری منطقی از رنج مجازات‌ها انگیزه جرم را تعدیل کرده و از این طریق از اعمال مجرمانه جلوگیری می‌کند (ایکرز، ۱۹۹۰، ص. ۶۵۴). مطابق با تئوری انتخاب عقلانی، مجرمان هزینه‌ها و منافع گوناگون را قبل از تصمیم‌گیری درباره ارتکاب

1. Shoemaker
2. Clarke

جرم محاسبه می‌کنند. مجازات نیز به عنوان یکی از اشکال هزینه‌ای دریافتی است که در نظریه انتخاب عقلانی مطرح است. و هر چه این هزینه‌ها بیشتر باشد احتمال ارتکاب رفتارهای انحرافی کمتر خواهد بود (ویتو و همکاران، ۲۰۰۵، ص. ۶۷). نتیجه تحقیق حاضر در رد این فرضیه بوده است. در تحقیقی که بکمن و همکاران (۱۹۹۹)، نیز به انجام رسانیده بودند اثر مجازات بر روی رفتارهای انحرافی ثابت نبوده است. محققان در تحقیقشان به این نتیجه رسیده بودند که وقتی مجرمان به وسیله باورهای اخلاقی از شرکت در جرایم جنسی منع می‌شدند، مجازات تاثیری بر روی رفتارهای انحرافی نداشته است. علاوه بر این در تحقیق پاترناستر (۱۹۸۹)، اثر متغیرهای بازدارندگی از جمله مجازات در قالب مدل انتخاب عقلانی غیر شفاف بوده است. یعنی شدت ادراک شده از مجازات هیچ تاثیری بر روی رفتارهای مجرمانه نداشته و این قطعیت مجازات بوده که فقط یک اثر جزئی و ضعیف بر روی برخی از رفتارهای مجرمانه داشته است. در تحقیقات داخلی نیز نتایج تحقیق علیوردی‌نیا و همکاران (۱۳۹۰)، این فرضیه رد شده بود. با این حال تحقیقاتی نیز بودند که فقط با استفاده از برخی از جنبه‌های نظریه انتخاب عقلانی به آزمون این نظریه پرداخته بودند و نتایج این تحقیقات در تایید این فرضیه که "مجازات رفتارهای انحرافی را تحت تاثیر قرار می‌دهد" بوده است. برای مثال پاترناستر و سیمپسون (۱۹۹۶)، نشان داده بود که مدل تنویریکی جرایم سازمانی و سیاست‌گذاری‌های عمومی در رابطه با پیشگیری از وقوع جرم بایستی شامل دو عنصر باورهای اخلاقی و تهدید به مجازات باشد. همچنین لی و همکاران (۲۰۱۰)، نتیجه‌گیری کرده بودند که، قصد انطباق کارکنان با سیاست‌ها و خط‌مشی‌های امنیتی تحت تاثیر منافع ادراک شده، مجازات رسمی و ریسک‌های امنیتی می‌باشد که در این میان، تاثیر شدت مجازات توسط هنجارهای شخصی تعدیل می‌شود.

۱.۵. دلالت‌های سیاستی نظریه انتخاب عقلانی در پیشگیری از تخلفات رایانه‌ای

یکی از نتایج کاربرد نظریه انتخاب عقلانی در تبیین انواع رفتارهای انحرافی و متخلفانه آن است که این نظریه به چند دلیل عملگرا و در ارتباط با سیاست است (ویلیامز و مک‌شین، ۲۰۱۴،

ص. ۳۴۲). نخست اینکه، نظریه انتخاب عقلانی اجازه مجازات مجرمان و متخلفان را می‌دهد. زیرا آنها مسئول اعمال خویش هستند و تصمیماتی کاملاً ارادی برای ارتکاب جرم می‌گیرند. دوم، نظریه انتخاب عقلانی بر روی قربانیان تاکید دارد و تمهیداتی پیش‌گیرانه را برای اجتناب از اینکه افراد به هدف بزهکاران تبدیل نشوند ارائه می‌دهد. سوم، مفاهیم نگهبانان توانا و مناسب اهداف، شماری از انتخاب‌های طرح‌های محیطی را به خود اختصاص می‌دهد. به این معنا که، نظریه انتخاب عقلانی مدل پیشگیری موقعیتی از جرم را در اختیار سیاستگذاران قرار می‌دهد تا تدابیری اتخاذ کنند که، فرصت‌های جرم و رفتار متخلفانه به حداقل برسد. نظریه انتخاب عقلانی در مورد ارتکاب رفتارهای مجرمانه به تشریح انگیزه‌های مجرم به عنوان تلاشی برای رفع نیازهای عادی نگاه می‌کند. به عبارتی کورنیش و کلارک (۲۰۰۳)، معتقدند که عوامل موقعیتی و هزینه‌ها و منافع ادراک شده از جرم به عنوان عوامل موثر بر انتخاب اهداف و به طور کلی تصمیم‌های مجرمانه نقش اساسی ایفا می‌کنند (نگین و پاترناستر، ۱۹۹۷، ص. ۴۶۹). آنها بر این عقیده‌اند که، ویژگی‌های ساختاربندی انتخاب هستند که هزینه‌ها، منافع و انگیزه‌های مجرمان را برای ارتکاب جرم شکل می‌دهند. ساختارهای انتخاب در نظریه انتخاب عقلانی نیز متشکل از فرصت‌ها و منافع و هزینه‌های جرم می‌باشد (ویلیامز و مک‌شین، ۲۰۱۴، ص. ۳۴۰). بنابراین می‌توان اذعان داشت که مطابق با این نظریه رفتار قانون شکنانه زمانی اتفاق می‌افتد که یک مجرم بعد از مد نظر قرار دادن عوامل شخصی (مثل نیاز به پول، انتقام، هیجانات و سرگرمی)، و عوامل وضعیتی (مثل کنترل و لیاقت پلیس محلی)، تصمیم به پذیرش رفتار قانون شکنانه می‌کند (حسینی‌نثار و فیوضات، ۱۳۸۹، ص. ۳۷). به یک بیان ساده‌تر مفهوم عقلانیت و انتخاب عقلانی در بحث کورنیش و کلارک بر این اساس استوار است که مجرمان بعد از سبک سنگین کردن فرصت‌ها، هزینه‌ها و منافع عمل خویش اقدام به ارتکاب جرم به منظور تامین نیازهایشان می‌کنند که انگیزه‌های مجرم به شمار می‌رود (سانگ و ریشتر، ۲۰۰۷، ص. ۲). بنابراین در نظریه انتخاب عقلانی از یک طرف تاکید بر منافع جرم و از طرف دیگر فرصت‌های جرم است که ترکیب این دو عامل با یکدیگر زمینه‌های وقوع جرم را مهیا می‌سازد. در اینجا به راحتی می‌توان به این

ادعای کورنیش و کلارک (۲۰۰۳)، دست یافت که عقیده دارند پیشگیری از وقوع جرم بر اساس نظریه انتخاب عقلانی، بر پایه کاهش فرصت‌ها و جذابیت جرایم خاص است و مجرمان دارای انگیزه به تنهایی برای ارتکاب جرم کافی نیست، بلکه بایستی یک سری فرصت‌ها نیز مهیا باشند. در این صورت است که مجرمان منافع حاصل از جرم را سهل‌الوصول و سودمند دیده و مرتکب جرم می‌شوند (گرت و سانتانا، ۲۰۱۰، ص. ۲۰۴).

همانطور که گفته شد، یکی از دلایل ارتباط نظریه انتخاب عقلانی با حوزه سیاست‌گذاری آن است که این نظریه اجازه مجازات مجرمان را می‌دهد، چرا که نظریه انتخاب عقلانی وقوع رفتارهای انحرافی و متخلفانه را در نهایت تصمیم و انتخاب مجرم و متخلف می‌داند. با توجه به اینکه در تحقیق حاضر مجازات تخلفات مرتبط با رایانه در میان دانشجویان دانشگاه مازندران در بعد غیررسمی آن تاثیر معناداری روی تخلفات رایانه‌ای نداشت، لذا به نظر می‌رسد در نظر گرفتن بعد مجازات رسمی و سنجش رابطه آن با تخلفات رایانه‌ای تصویر روشنی از این رابطه ارائه بدهد. در تحقیق حاضر، یکی از متغیرهای تاثیرگذار بر روی تخلفات رایانه‌ای ملاحظات مادی و سرمایه‌گذاری بود که به دلیل اهمیت آن برای دانشجویان، مجازات رسمی می‌تواند بازدارنده‌تر باشد. لذا هر چقدر دانشجویان احساس کنند که، در صورت ارتکاب تخلفات رایانه‌ای تحصیلات و موقعیت اجتماعی آنان با مجازات رسمی دانشگاه مواجه خواهد شد، کمتر شاهد وقوع تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان خواهیم بود. چرا که طبق نظریه انتخاب عقلانی، مجرمان بعد از سبک سنگین کردن فرصت‌ها، هزینه‌ها و منافع عمل خویش اقدام به ارتکاب جرم به منظور تامین نیازهایشان می‌کنند. دومین دلیل عملگرایی و در ارتباط با سیاست‌گذاری بودن نظریه انتخاب عقلانی که در ارتباط با طراحی مدل پیشگیری موقعیتی جرم می‌باشد این است که، این نظریه بر روی قربانیان تاکید دارد و تمهیداتی پیش‌گیرانه را برای اجتناب از اینکه افراد به هدف بزهکاران تبدیل نشوند ارائه می‌دهد. لذا، با توجه به نقشی که فرصت‌ها در افزایش و کاهش رفتارهای مجرمانه دارد کلارک (۱۹۸۰)، چهارچوب پیشگیری موقعیتی جرم را برای کاهش فرصت‌هایی که منجر به رفتار مجرمانه می‌شود را مطرح کرده است. چهارچوب پیشگیری

موقعیتی از جرم که به طور عمیق در نظریه‌های فعالیت روزمره و انتخاب عقلانی مطرح شده است، پایه‌ای برای سازماندهی استراتژی‌های کاهش جرم و جنایت فراهم می‌کند (کلارک، ۱۹۸۰، ص. ۲۰۵). مدل پیشگیری در نظریه کلاسیک جرم مبتنی بر مدل کیفری بود که در این مدل واکنش در برابر جرم، به شکل مجازات عقلانی و نظام‌مند صورت می‌پذیرفت. ولی در نظریه‌های نئوکلاسیک از جرم بخصوص در نظریه‌های انتخاب عقلانی و نظریه فعالیت‌های روزمره مدل غیرکیفری از پیشگیری مد نظر بوده است. پیشگیری موقعیتی از جرم به عنوان مدلی غیرکیفری برای جلوگیری از وقوع جرایم خصوصاً به واسطه کاهش فرصت‌های ارتکاب جرم و افزایش میزان خطرات است.

برای کمک به توسعه راهکارهای پیشگیری از جرم، پیشگیری موقعیتی از جرم طبقه بندی‌ای از ۲۵ تکنیک‌های موقعیتی را در داخل ۵ دسته‌بندی مفهومی فراهم آورده است که، قصد یا مکانیسم‌های مداخله را شرح می‌دهد. این پنج دسته‌بندی عبارتند از: ۱) افزودن بر میزان تلاش برای شرکت در رفتارهای مجرمانه، ۲) افزودن بر خطرهای ارتکاب جرم، ۳) کاهش پاداش‌های حاصل از شرکت در رفتار مجرمانه، ۴) روش‌هایی برای کاهش برانگیختگی مجرمان، ۵) و بالاخره روشی برای حذف بهانه‌هایی که مجرمان با استناد به آن‌ها مرتکب جرم می‌شوند (کورنیش و کلارک، ۲۰۰۳، صص. ۶۴-۶۷). با توجه به دلالت‌های سیاستی نظریه انتخاب عقلانی که در قالب چهارچوب پیشگیری موقعیتی از جرم قرار دارد و از سوی (فلسون و کلارک، ۱۹۹۸)، دسته‌بندی شده است، می‌توان این مدل را برای جمعیت آماری پژوهش حاضر نیز در نظر گرفت. برای مثال، با افزودن بر خطرهای ارتکاب تخلفات رایانه‌ای از قبیل تعلیق و اخراج (مجازات رسمی)، می‌توان نگاه هزینه-فایده دانشجویان را تعدیل کرد. هر چند که شیوع تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان کم می‌باشد، اما می‌توان با طراحی مدل پیشگیری موقعیتی تخلفات مرتبط با رایانه از آسیب‌ها و تهدیدات بعدی کاست. در این راستا، کورنیش و کلارک پیشنهاد می‌کنند که باید فهرست ویژگی‌های ساختاربندی انتخاب را برای انواع جرایم ترسیم نمود. هر فهرست می‌تواند برای طراحی هزینه‌های سنگین‌تر جرم و کاهش جذابیت آن به کار آید. برای

ساخت چنین فهرست‌هایی، اطلاعات بیشتری در مورد توزیع اکولوژیکی جرایم و تصور مجرمان از فرصت‌ها، هزینه‌ها و منافع مورد نیاز است (ویلیامز و مک‌شین، ۲۰۱۴، ص. ۳۴۰). به همین دلیل است که ویژگی‌های ساختاربندی انتخاب نه تنها اطلاعاتی راجع به جرم را فراهم می‌کند، بلکه در مورد مجرم (نیازهایش، اولویت‌هایش، ویژگی‌های شخصیتی و ادراکاتش)، نیز اطلاعاتی در اختیار قرار می‌دهد. از آنجایی که نظریه انتخاب عقلانی در نهایت تخلف و جرم را تصمیم ارادی متخلفان می‌داند که در طی یک فرایند هزینه-فایده اتفاق می‌افتد، و با توجه به اینکه نظریه انتخاب عقلانی اجازه مجازات مجرمان را می‌دهد و همچنین توجه ویژه‌ای به پیشگیری موقعیتی جرم از جمله تعیین نگهبانان توانا و مناسب دارد، لذا می‌توان با تعریف مجازات رسمی (مجازات‌هایی از قبیل جزای نقدی، مجازات زندان، اخراج و تعلیق از دانشگاه)، برای افرادی که مرتکب تخلفات رایانه‌ای می‌شوند اقدامات پیشگیرانه موثرتری انجام داد تا از این طریق فرایند هزینه-فایده آنان در ارتکاب تخلفات رایانه‌ای نیز تعدیل شود.

کتابنامه

۱. ابراهیم‌پور، ا. (۱۴۰۰). مروری بر جرائم رایانه‌ای و تبیین ماهیت تاریخی و تقنینی آن. *قضاوت*، ۲۱ (۱۰۷)، ۱۵۷-۱۷۹.
۲. امیریان، ا.، مال میر، م.، و حیدری، م. (۱۴۰۰). تحلیل قانون جرایم رایانه‌ای در بستر جرم‌شناسی نظری. *مجله علوم خبری*، ۱ (۳۷)، ۱۹۹-۲۲۴.
۳. براتی، ع. (۱۴۰۱). بررسی جرم کلاهبرداری رایانه‌ای در نظام حقوقی ایران و انگلستان. *مجله قانون‌یار*، ۶ (۲۲)، ۲۱-۳۲.
۴. بهره‌مند، ح.، و داوودی، ذ. (۱۳۹۷). پیشگیری اجتماعی از جرایم امنیتی سایبری. *مطالعات حقوق کیفری و جرم‌شناسی*، ۱ (۴۸)، ۲۷-۴۶.
۵. حسینی‌نثار، م.، و فیوضات، آ. (۱۳۹۰). *نظریه‌های انحرافات اجتماعی*. تهران: انتشارات پژوهاک.
۶. دالوند، س.، و حاجی ده‌آبادی، م. (۱۳۹۵). *بررسی جرم‌شناختی جرایم رایانه‌ای در کشور ایران*. مقاله ارائه شده در اولین همایش ملی آینده پژوهی، علوم انسانی و امنیت اجتماعی، خرم‌آباد.

۷. دیلمی معزی، ن.، اسماعیلی، م.، و حاجی تبار، ح. (۱۴۰۰). راهکارهای تقویت سیاست جنایی مشارکتی ایران در جرایم رایانه‌ای در پرتو رویه اتحادیه اروپا. *ماهنامه علمی جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵(۲)، ۴۵۷-۵۰۹.
۸. ذوالفقاری، س.، و توانگر، ع. (۱۳۹۸). سیاست تقنینی جمهوری اسلامی ایران در زمینه جرایم رایانه‌ای. *مجله مطالعات حقوقی بین‌الملل*، ۱۹(۱)، ۱۶۳-۱۹۸.
۹. سایت پژوهشکده آمار. (۱۳۹۹). <https://src.ac.ir>.
۱۰. سایت پلیس فتا. (۱۳۹۹). <https://cyberpolice.ir>.
۱۱. صفدری، ا.، و بابائی‌پور، ه. (۱۴۰۱). نگاهی حقوقی به پیدایش جرایم رایانه‌ای. *دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی*، ۵(۵۴)، ۸-۱.
۱۲. علیوردی نیا، ا.، و قهرمانیان، د. (۱۳۹۵). مطالعه جامعه‌شناختی رفتارهای انحرافی دانشجویان: کاربست تجربی نظریه انتخاب عقلانی. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۳(۸)، ۴۲-۹.
۱۳. علیوردی نیا، ا.، ملک‌دار، ا.، و حسینی، م. (۱۳۹۳). تخلفات رایانه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه مازندران: آزمون تجربی نظریه یادگیری اجتماعی ایکرز. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۱۵(۲)، ۵۶-۲۴.
۱۴. علیوردی نیا، ا.، و انواری، ا. (۱۳۹۴). *جرایم سایبری در ایران، مصادق جرایم سایبری و راهکارهای مقابله با آن*. مقاله ارائه‌شده در کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی، تهران: مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما.
۱۵. علیوردی نیا، ا.، و میرزایی، س. (۱۳۹۵). تبیین نگرش دانشجویان نسبت به مصرف الکل از دیدگاه نظریه انتخاب عقلانی. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۵(۴)، ۵۳۹-۵۱۱.
۱۶. علیوردی نیا، ا.، قربانعلی، ا.، و صالح نژاد، ص. (۱۳۹۰). بررسی جامعه‌شناختی تاثیر انتخاب‌های عقلانی بر رفتارهای انحرافی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه ارومیه. *بررسی مسائل اجتماعی ایران*، ۱(۵۶)، ۱۶۸-۱۴۳.
۱۷. محمدی برزگر، ج. (۱۳۹۹). موانع و راهکارهای پیشگیری انتظامی از جرایم هرزه‌نگاری در فضای سایبر. *انتظام اجتماعی*، ۱۲(۴)، ۱۶۴-۱۴۱.

۱۸. میر خلیلی، م. (۱۳۸۸). پیشگیری وضعی از بزهکاری با نگاهی به سیاست جنایی اسلام. تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

۱۹. ویلیامز، ف.، و مک‌شین، م. (۱۳۹۳). نظریه‌های جرم‌شناسی (ح. ملک‌محمدی، مترجم). تهران: نشر میزان.

20. Abdulai, M. A. (2020). Examining the effect of victimization experience on fear of cybercrime: University students' experience of credit/debit card fraud. *International Journal of Cyber Criminology*, 14(1), 157-174.
21. Agnew, R. (1990). The origins of delinquent events: An examination of offender accounts. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 27(3), 267-294.
22. Akers, R. L. (1990). Rational choice, deterrence, and social learning theory in criminology: The path not taken. *The Journal of Criminal Law and Criminology*, 81(3), 653-676.
23. Aliverdinia, A., & Pridemore, W. A. (2007). A first glimpse at narcotics offenders in an Islamic Republic a test of an integrated model of drug involvement among a sample of men incarcerated for drug offenses in Iran. *International Criminal Justice Review*, 17(1), 27-44.
24. Baker, D. (2015). Mass higher education and the super research university. *International Higher Education*, 1(49).9-11.
25. Bohm, R. M., & Vogel, B. (2010). *A primer on crime and delinquency theory*. Cengage Learning.
26. Broadhurst, R., Skinner, K., Sifniotis, N., Matamoros-Macias, B., & Ipsen, Y. (2019). Phishing and Cybercrime Risks in a University Student Community. *International Journal of Cyber security Intelligence and Cybercrime*, 2(1), 4-23.
27. Cherry, A. (1993). Combining cluster and discriminant analysis to develop a social bond topology of runaway youth. *Journal of Research on Social Work Practice*, 3(2), 175-190.
28. Choi, K. S. (2008). Computer crime victimization and integrated theory: An empirical assessment. *International Journal of Cyber Criminology*, 2(1), 308-333.
29. Christo, G., & Franey, C. (1995). Drug users' spiritual beliefs, locus of control and the disease concept in relation to Narcotics Anonymous attendance and six-month outcomes. *Journal of Drug and Alcohol Dependence*, 38(1), 51-56.
30. Clarke, R. V. G., & Felson, M. (Eds.). (1993). *Routine activity and rational choice* (Vol. 5). Transaction Publishers.
31. Cornish, D. B., & Clarke, R. V. (2003). Opportunities, precipitators and criminal decisions: A reply to Wortley's critique of situational crime prevention. *Crime Prevention Studies*, (16), 41-96.

32. Donner, C. M., Jennings, W. G., & Banfield, J. (2015). The general nature of online and off-line offending among college students. *Social Science Computer Review*, 33(6), 663-679.
33. Dornbusch, S. M., Erickson, K. G., Laird, J., & Wong, C. A. (2001). The relation of family and school attachment to adolescent deviance in diverse groups and communities. *Journal of Adolescent Research*, 16(4), 396-422.
34. Felson, M., & Clarke, R. V. G. (1998). *Opportunity makes the thief: Practical theory for crime prevention* (Vol. 98). London: Home Office, Policing and Reducing Crime Unit, Research, Development and Statistics Director.
35. Grasmick, H. G., Tittle, C. R., Bursik, R. J., & Arneklev, B. J. (1993). Testing the core empirical implications of Gottfredson and Hirschi's general theory of crime. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 30(1), 5-29.
36. Guerette, R. T., & Santana, S. A. (2010). Explaining victim self-protective behavior effects on crime incident outcomes: A test of opportunity theory. *Crime & Delinquency*, 56(2), 198-226.
37. Higgins, G. E., Marcum, D., Freiburger, T. L & Ricketts, M. L. (2012). Examining the role of peer influence and self-control on downloading behavior. *Deviant Behavior*, 33(5), 412-423.
38. Higgins, G. E., Wolfe, S. E., & Marcum, C. D. (2008). Digital piracy and neutralization: A trajectory analysis from short-term longitudinal data. *International Journal of Cyber Criminology*, 2(2), 324-336.
39. Holt, J., Bossler, M., & May, C. (2010). Low self-control, deviant peer associations and juvenile cyber deviance. *American Journal of Criminal Justice*, 3, 378-395.
40. Kong, J., & Lim, J. (2012). The longitudinal influence of parent-child relationships and depression on cyber delinquency in South Korean adolescents: A latent growth curve model. *Children and Youth Services Review*, 34, 908-913.
41. Krohn, M. D., Lizotte, A. J., & Hall, G. P. (Eds.). (2010). *Handbook on crime and deviance*. Cham: Springer Science & Business Media.
42. Li, H., Luo, X. R., Zhang, J., & Sarathy, R. (2018). Self-control, organizational context, and rational choice in Internet abuses at work. *Information & Management*, 55(3), 358-367.
43. Li, H., Zhang, J., & Sarathy, R. (2010). Understanding compliance with internet use policy from the perspective of rational choice theory. *Decision Support Systems*, 48(4), 635-645.
44. Matsueda, R. L., Kreager, D. A., & Huizinga, D. (2006). Deterring delinquents: A rational choice model of theft and violence. *American Sociological Review*, 71(1), 95-122.

45. Mehlkop, G., & Graeff, P. (2010). Modelling a rational choice theory of criminal action: Subjective expected utilities, norms, and interactions. *Rationality and Society*, 22(2), 189-222.
46. Nagin, D. S., & Paternoster, R. (1993). Enduring individual differences and rational choice theories of crime. *Law and Society Review*, (27), 467-496.
47. Özbay, Ö., & Özcan, Y. Z. (2006). A test of Hirschi's social bonding theory juvenile delinquency in the high schools of Ankara, Turkey. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 50(6), 711-726.
48. Paternoster, R. (1989). Decisions to participate in and desist from four types of common delinquency: Deterrence and the rational choice perspective. *Law and Society Review*, 23(4), 7-40.
49. Paternoster, R., & Simpson, S. (1996). Sanction threats and appeals to morality: Testing a rational choice model of corporate crime. *Law and Society Review*, 549-583.
50. Seipel, C., & Eifler, S. (2008). Opportunities, rational choice, and self-control: On the interaction of person and situation in a general theory of crime. *Crime & Delinquency*, 56(2), 167-197.
51. Shechory, M., & Laufer, A. (2008). Social control theory and the connection with ideological offenders among Israeli youth during the Gaza Disengagement Period. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 52(4), 454-473.
52. Shoemaker, D. J. (2009). *Theories of delinquency: An examination of explanations of delinquent behavior*. Oxford: Oxford University Press.
53. Smith, R. G. (2010). Identity theft and fraud. In *Handbook of Internet crime* (pp. 273-301). Willan Publishing.
54. Sung, H. E., & Richter, L. (2007). Rational choice and environmental deterrence in the retention of mandated drug abuse treatment clients. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 51(6), 686702.
55. Tittle, C. (2000). Theoretical developments in criminology. *Criminal Justice*, 1, 51-101.
56. Tittle, C. R., Ward, D. A., & Grasmick, H. G. (2003). Self-control and crime/deviance: Cognitive vs. behavioral measures. *Journal of Quantitative Criminology*, 19(4), 333-365.
57. Vito, G. F., Maahs, J. R., & Holmes, R. M. (2005). *Criminology: Theory, Research, and Policy*. Jones & Bartlett Learning.
58. Walsh, A., & Hemmens, C. (2010). *Introduction to criminology: A text/reader*. Sage.
59. Wilsem, J. V. (2013). Hacking and harassment—Do they have something in common? Comparing risk factors for online victimization. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 29(4), 437-453.

60. Wordu, H., Uche, C., & Wali, C.B. (2022). Influence of computer-related crimes on adolescent delinquency among secondary school students in Obio-Akpor local government area rivers State. *International Journal of Contemporary Academic Research*, 3(1), 52-64.



Explanation of Computer Violations among University Students: An Empirical Application of Rational Choice Theory

Akbar Aliverdinia¹

Professor in Sociology, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Nader Razeghi

Associate Professor in Sociology, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Esmail Nazari

MA in Social Research, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Dariush Ghahramanian

PhD Candidate in Sociology, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Received: 4 November 2023

Revised: 3 January 2024

Accepted: 16 January 2024

DOI: 10.22067/ social.2024.85184.1442

Abstract

Internet and computer technology is a very important and extensive resource that has a great impact on people's personal and professional life. Considering the increase in the number of users and the growing concerns on computer technology (such as fraud, harassment, hacking, virus transmission, unauthorized access to personal information), it is important for academics and professionals to investigate the prevalence of these behaviors among users and why people are involved in such activities. This study aimed to investigate computer violations among students of Mazandaran University using rational choice theory. A questionnaire was used as a tool for collecting the data needed for the survey. The population consisted of all students of Mazandaran University (13,428 people) in the academic year of 2014-2016, of which 400 people were selected using stratified sampling. SPSS software was used for data analysis. The descriptive results of the research indicated that the mean of computer crimes committed by students between 0 and 4 is 0.29. In addition, the results of the regression analysis showed that the independent research variables (self-control, utilitarian need, informal sanction, moral beliefs, perceptual pleasure and thrills, investment, and attachment), were able to explain 0.32% of the changes related to computer violations among the students of Mazandaran University. The results of multiple regression showed that the variables of perceptual pleasure and

1. Corresponding Author. Email: aliverdinia@umz.ac.ir

emotion (effect coefficient = 0.28), moral beliefs (effect coefficient = -0.23), family dependence (effect coefficient = -0.14), and investment (effect coefficient = 10. -0), respectively, have the most significant impact on the students' computer violations. Moreover, the results indicated that the variables of self-control, utilitarian need, and informal punishment do not have a significant impact on computer violations.

Keywords: Rational Choice, Perceptual Pleasure and Excitement, Computer Violations, Computer Technology



DOI: 10.22067/social.2024.83531.1385

Narrative Analysis of the Impact of Betrayal Experience on Interpersonal and Family Trust: A Case Study of the Youth of Zahedan City

Abdolrasool Hasanifar¹

Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

Shakib Zarbi Ghaleh Hammami

MA in Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

Eghlima Kord

MA in Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

Revised: 20 February 2024 Accepted: 28 February 2024 Received: 18 October 2023

Abstract

This research aimed to explore the role of emotional and sexual betrayal within marital and emotional relationships on people's trust. It is evident that betrayal in marital and emotional relationships can lead to significant personal and societal damages for both parties. Given the noticeable gap in studying this phenomenon in Zahedan County, which is influenced by specific cultural and ethnic conditions, this research tried to explore the role of betrayal on trust through semi-structured interviews with 32 young individuals in the city. This research was carried out using narrative analysis and according to Braun and Clarke's method, keeping in mind the simultaneous data collection and analysis. The findings highlighted that betrayal may occur in relationships built on unstable and temporary emotions, with one partner experiencing personal and psychological weaknesses. Moreover, the occurrence of abnormal behaviors that arouse suspicion in the emotional partner, prompts self-control regarding betrayal. Ultimately, individuals who had experienced betrayal have their trust significantly compromised, leading to skepticism and distrust towards others. Moreover, emotional relationships involving betrayal may face serious disruptions, including separation and divorce.

Keywords: Emotional Betrayal, Sexual Betrayal, Trust, Zahedan, Narrative Analysis

1. Corresponding Author. Email: hasanifar@lihu.usb.ac.ir



DOI: 10.22067/ social.2023.85214.1443

Islamic Lifestyle and its Impact on Social Security (Case Study of Arak City)

Hadi Rafieikia¹

Assistant Professor of Crime Prevention Management, Amin University of Police Sciences, Tehran, Iran

Hamidreza Nomoradi

Instructor of Crime Law and Criminology, University of Applied Science and Technology, Arak, Iran

Mohammadamin Maghazei

Instructor of Business Management, University of Applied Science and Technology, Arak, Iran

Revised: 2 December 2023 Accepted: 20 December 2023 Received: 7 October 2023

Abstract

Lifestyle is a set of tastes, beliefs, behaviors and behavioral achievements of a person, a group or a culture. Various socio-cultural and religious institutions are trying to explicate the religious lifestyle and implement its components in the religious society. They are doing this through weighting the values and fighting against anti-values to internalize the values. The purpose of internalizing the Islamic lifestyle is to preserve the spiritual and psychological life and security of the society, to strengthen families, to raise a generation of believers and revolutionaries, and to neutralize cultural conspiracies. Along with these revolutionary institutions, some people are also trying to attack the religious beliefs by promoting the western lifestyle and the tendency of the youth towards this type of lifestyle and cause unrest and loss of social security. Clarifying the relationship between Islamic lifestyle as a belief and behavior and social security as a need is very important at it will have a significant impact on the internalization of Islamic lifestyle and, as a result, achieving social security. Therefore, a case study of this important issue in the city of Arak was the aim of this research. To do this, a survey was done using library method and a descriptive approach. The opinion of elites and experts of security and information institutions were obtained to investigate the role of religious lifestyle and its impact on social security in Arak. The study come to the conclusion that adopting the Islamic lifestyle and living in accordance with the Islamic lifestyle has

1. Corresponding Author. Email: zas1401salar@gmail.com

resulted in healthy communication away from destructive factors, and has resulted in the establishment of order and security in the society.

Keywords: Lifestyle, Islamic Lifestyle, Security, Social Security



DOI: 10.22067/ social.2024.79684.1260

Exploring the Relationship between Strategic Agility and the Components of Behavioral Intentions of Customers of Asia Insurance Company

Mohammad Amin Ahmadzadeh

PhD Candidate, Department of Management, Aliabad Katool Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katool, Iran

Mohsen Moradi¹

Associate Professor, Department of Management, Imam Reza International University, Mashhad, Iran

Mohammadreza Mostaghimi

Associate Preofessor, Department of Management, Aliabad Katool Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katool, Iran

Received: 20 September 2023

Revised: 16 February 2024

Accepted: 18 February 2024

Abstract

This study was done to explore the impact of strategic agility on the behavioral intentions of customers in Asia Insurance Company. The study is a quantitative correlational research in terms of design, applied in terms of the purpose, and descriptive in terms of the observation and the amount of control on the variables, and survey and field study in terms of the nature and method. The statistical population consisted of 367 employees and experts of Asia Insurance Company in Khorasan Razavi Province, Iran. Using Cochran's formula, 188 employees were randomly selected for this study. The data collection tool was Ahmadzadeh's (2023) Standard Strategic Agility Questionnaire for and Zeithaml et al.'s (1996) Customers Behavioral Intentions Questionnaire. The construct validity of the questionnaires was evaluated and confirmed by confirmatory factor analysis and their reliability was evaluated and confirmed using the composite reliability coefficient. The inferential analysis of the data was done in line with the testing of the hypotheses through structural equations modeling and by using the maximum likelihood estimation method in AMOS. The results of indicated that the strategic agility of Asia Insurance Company impacted the customers' intention to oral advertismet, intention

1. Corresponding Author. Email: momoradi2010@yahoo.com

to recommend the company to others, intention to be loyal to the company, intention to buy more from the company, and intention for paying more.

Keywords: Organizational Agility, Strategic Agility, Behavioral Intentions, Asia Insurance Company



A Sociological Analysis of the Relationship between Media Literacy and Tendency to Delinquent Behavior (Case Study: Tabriz High School Students)¹

Pedram Ranjbar²

MA Student in Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran

Habib Ahmadi

Professor, Department of Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran

Mahrokh Rajabi

Assistant Professor, Department of Demography, Shiraz University, Shiraz, Iran

Revised: 17 November 2023 Accepted: 1 December 2023 Received: 20 August 2023

Abstract

In recent years, the new media have been playing a central role in shaping the actions of teenagers, so that they have become an effective factor in maintaining social order or creating criminal behaviors. In the meantime, along with the increase in the use of new media, the discussion of media literacy has also gained special importance. Therefore, the purpose of this study was to study the relationship between media literacy and tendency to delinquent behaviors among high school students. So, 390 students of Tabriz city were selected multistage cluster sampling method. The data was collected taking surveying method and using a researcher-made questionnaire. The findings indicated that there is no significant difference between tendency to delinquent behaviors and gender and type of school. However, there is a significant difference between tendency to delinquent behaviors among students and their location or area of residence. Tendency to delinquent behaviors among respondents living in low-income areas is more than those living in semi-privileged and privileged areas. There is a significant negative correlation between the socio-economic status of students' families and students' media literacy with tendency to delinquent behaviors (-0.27) and (-0.33), respectively. Through applying structural equation modeling using Amos software, it was found that socio-economic status of

1. This article is based on the master's thesis of Pedram Ranjbar, defended at Shiraz University.

2. Corresponding Author. Email: pedramranjbar1993@gmail.com

families (-0.30) and media literacy (-0.33) affect students' tendency toward delinquent behaviors.

Keywords: Media Literacy, Delinquent Behavior, Delinquency, Students, Tabriz



Qualitative Investigation into the Hypocritical Behavior among the People of Hamedan City

Esmaeel Balali¹

Assistant Professor in Sociology, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Shahin Imanalizadeh

MA Student in Sociology, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Revised: 18 November 2023 Accepted: 1 December 2023 Received: 19 August 2023

Abstract

The concept of hypocrisy, whose semantic and practical domain is astonishing, has many functions despite its immoral appearance, so that it forms one of the undeniable parts of our life. This qualitative research was conducted to study the hypocritical behaviors among the people of Hamedan, Iran. To do this study, grounded theory was applied. Strauss and Corbin's systematic approach was used for coding and extracting codes, concepts and categories. An open semi-structured interview with 24 residents of Hamadan city were done and then primary themes were identified during the open coding process. Some categories were extracted by open coding including "socio-cultural components", "psychological components", "economic components" and "structural-political components". In axial coding stage, the link between these categories "causal conditions", "intervening conditions", "consequences", and "strategies of dealing with hypocritical behaviors" were determined. In the selective coding stage, each component of the coding paradigm was explained, and two patterns of "agent-oriented hypocritical behaviors" and "structure-oriented hypocritical behaviors" were discovered. The results indicated that hypocrisy prevalently and both at individual and social level exist in the society. It seems that this phenomenon is the result of unbalanced and sometimes conflicting family, environmental, educational, economic and political conditions. Moreover, such background conditions as social class, education, gender and age influence the existence of hypocrisy among people.

Keywords: Grounded Theory, Hypocritical Behavior, Hypocrisy, Agent-oriented Hypocritical Behavior, Structure-oriented Hypocritical Behavior

1. Corresponding Author. Email: balali_e@basu.ac.ir



Designing the Pattern and Dimensions of Gender Inequality using a Meta-Thynthesis Approach

Mohsen Niazi

Professor, Department of Social Sciences, Kashan University, Kashan, Iran

Ali Farhadian¹

Associate Professor, Department of Management, Kashan University, Kashan, Iran

Farideh Ayouzi

PhD Candidate in Sociology, Kashan University, Kashan, Iran

Fatemeh Khoshbayani Arani

PhD Candidate in Sociology, Kashan University, Kashan, Iran

DOI: 10.22067/ social.2023.82884.1363

Received: 12 July 2023

Revised: 11 November 2023

Accepted: 7 December 2023

Abstract

In most societies, despite the large presence of women in the social arena the position of women in the society is still known with the same duties that the patriarchal society has delegated to women. Despite the progress made by women all over the world, gender differences are still the main cause of social inequalities. The success any society depends on the use of the available expertise, but the inequality of conditions between women and men can be seen in all fields of society, and in order to facilitate the entry conditions for the presence and survival of women as a huge part of the population of any society, so far some measures have been taken. Scientific and necessary planning, however, has not been adopted. Although gender inequality is considered an important issue in legal and social institutions and has been repeatedly taken into consideration in the theoretical and theoretical fields, it has faced challenges in practice. The aim of this research was to identify the dimensions, components and factors that result in gender inequality, by using a meta-synthesis method. This method includes seven steps that evaluate and systematically

1. Corresponding Author. Email: farhadian@kashanu.ac.ir

analyze the results of previous studies. This study analyzed the results of previous articles, conducted in 2020 and 2021. Cohen's kappa coefficient was used for validity and reliability. Among the primary articles, 26 articles were identified suitable. The results showed 5 main dimensions including family, media, as well as social, political, and cultural factors that explain the theme of gender inequality.

Keywords: Gender, Women, Meta-synthesis, Gender Inequality



Exploring the Impact of Ethical Leadership on Employees' Organizational Commitment through the Mediating Role of Altruistic Motives

Fariborz Rahimnia¹

Professor of the Department of Management, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Fatemeh Ghorbani

MA in Human Resources Development, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Shila Monazam Ebrahimpour

PhD in Human Resource Management, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Revised: 6 November 2023 Accepted: 13 November 2023 Received: 10 July 2023

DOI: 10.22067/ social.2023.83348.1379

Abstract

Applying an ethical leadership style yields positive results for organizations. Ethical leadership is related to increasing organizational commitment and altruistic motives in organizations; using an ethical leadership style by the manager and benefiting from the moral environment can bring favorable results for employees and produce an acceptable result in organizational commitment and altruistic motives. Ethical leadership is known as one of the most important factors in the organizational environment that can have a significant impact on the behavior and performance of employees. This type of leadership influences more on employees' commitment through ethical values and principles, transparency, and fairness. Considering that using this style in any organization can have positive results, this study investigated the impacts of ethical leadership on employees' organizational commitment, considering the mediating role of altruistic motives. Data collection tools included three standard questionnaires on ethical leadership developed by Brown, Trevino, and Harrison (2005), organizational citizenship behavior developed by Padsakoff (2000), and organizational commitment developed by Allen and Meier (1991). At first, the variables of ethical leadership, organizational commitment, and altruistic motives were explained. Then, their dimensions were explored using

1. Corresponding Author. Email: r-nia@um.ac.ir

exploratory factor analysis, and finally using confirmatory factor analysis and by AMOS and SPSS22, the proposed hypotheses were examined. The results showed that there was a significant relationship between the research variables, and all research hypotheses were confirmed. The results showed that ethical leadership significantly affects the organizational commitment and altruistic motives of employees of Ferdowsi University of Mashhad. Moreover, altruistic motives have a significant impact on the organizational commitment of the employees, and ethical leadership has a significant impact on their commitment through the mediating role of altruistic motives.

Keywords: Ethical Leadership, Organizational Commitment, Citizenship Behavior, Ferdowsi University of Mashhad



DOI: 10.22067/social.2023.82579.1351

The Social Construction of Corona based on the Patients' Lived Experience (Case Study: Patients Infected with Covid-19 from 2020-2022)

Zahra Rezaeinasab¹

Assistant Professor, Department of Sociology and Cultural Studies,
Ilam University, Ilam, Iran

Behroz Sepidnameh

Assistant Professor, Department of Sociology and Cultural Studies,
Ilam University, Ilam, Iran

Manzar Ahmadi

MA in Sociology, Ilam University, Ilam, Iran

Received: 21 June 2023

Revised: 1 November 2023

Accepted: 1 December 2023

Abstract

The Covid-19 is one of the most important issues and problems of global health, because it has endangered the personal and social health of people across the world. Its spread is now considered a turning point in human history. The current study aimed to study the lived experiences of people affected by the Covid-19, using qualitative method and taking a phenomenological approach. The statistical population includes people infected with this virus between 2020 and 2022 in Dareh Shahr city, Iran. Nineteen participants were selected through targeted and snowball sampling. The data collection tool was in-depth interview. The Claesian method was used to analyze the data and extract the concepts from the interviews. Some themes were extracted from the interviews: The Covid-19 as a multi-layered text, healthy lifestyle, emotional-instrumental social support, social insecurity, the dual aspect of people's life, mask as a new self-display tool. Considering the new strain of corona disease and the prominent role of the family in the management and control of such crises, such issues as improving communication and empathy skills, changing consumption patterns of families, and promoting a health-oriented lifestyle were recommended to reduce the effects and pressures of the virus.

Keywords: Illness, Covid-19, Phenomenology, Changing the Life of the World, Dareh Shahr

1. Corresponding author: Email: z.rezaeinasab@ilam.ac.ir



Investigating the Impact of Culture Dimensions on Social Media Addiction among Students with the Mediating Role of Trust and Perceived Usefulness

Abolfazl Danaei¹

Associate Professor, Department of Media Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

Received: 7 March 2023

Revised: 22 August 2023

Accepted: 30 August 2023

DOI: 10.22067/social.2023.79950.1271

Abstract

Recent advancements in technology have facilitated the use of social media as a means of interpersonal communication. However, it is important to acknowledge that over-reliance on these smart networks can result in many adverse consequences at the individual, societal, and cultural levels. This study was done to examine the influence of culture on social media addiction, specifically focused on the usage of Telegram as a social medium among students. The goal of this research is applied and its method is descriptive and survey methodologies. A standardized questionnaire was the primary data collection tool. The statistical population consists of the students enrolled at the Semnan campus of Islamic Azad University who actively utilize Telegram. A total of 430 questionnaires were provided, of which 400 questionnaires were deemed valid and quantifiable. The opinions of academic and executive experts in the area of culture, communications, and media verified the content validity of the questionnaire. Cornbach alpha was used as well for measuring and verifying the reliability of the questionnaire. The questionnaires were further analyzed using the structural equation approach. The findings of this study indicated a significant correlation between Hofstede's cultural dimensions (uncertainty avoidance, power distance, masculinity/femininity, individualism, and collectivism), perceived trust and utility, and the addiction to Telegram. Therefore, since most of the cyberspace users are adolescents and youths, it is suggested that officials focus on the related cultural issues, considering their important characteristics that make them susceptible to be addicted to the medium.

Keywords: Hofstede's Cultural Dimensions Theory, Social Media, Telegram, Structural Equation Modeling

1. Corresponding Author. Email: a.danaei@semnaniau.ac.ir

- **Investigating the Impact of Culture Dimensions on Social Media Addiction among Students with the Mediating Role of Trust and Perceived Usefulness** 1
Abolfazl Danaei
- **The Social Construction of Corona based on the Patients' Lived Experience (Case Study: Patients Infected with Covid-19 from 2020-2022)** 2
Zahra Rezaeinasab, Behroz Sepidnameh, Manzar Ahmadi
- **Exploring the Impact of Ethical Leadership on Employees' Organizational Commitment through the Mediating Role of Altruistic Motives** 3
Fariborz Rahimnia, Fatemeh Ghorbani, Shila Monazam Ebrahimpour
- **Designing the Pattern and Dimensions of Gender Inequality using a Meta-Thynthesis Approach** 4
Mohsen Niazi, Ali Farhadian, Farideh Ayouzi, Fatemeh Khoshbayani Arani
- **Qualitative Investigation into the Hypocritical Behavior among the People of Hamedan City** 5
Esmaeel Balali, Shahin Imanalizadeh
- **A Sociological Analysis of the Relationship between Media Literacy and Tendency to Delinquent Behavior (Case Study: Tabriz High School Students)** 6
Pedram Ranjbar, Habib Ahmadi, Mahrokh Rajabi
- **Exploring the Relationship between Strategic Agility and the Components of Behavioral Intentions of Customers of Asia Insurance Company** 7
Mohammad Amin Ahmadzadeh, Mohsen Moradi, Mohammadreza Mostaghimi
- **Islamic Lifestyle and its Impact on Social Security (Case Study of Arak City)** 8
Hadi Rafieikia, Hamidreza Nomoradi, Mohammadamin Maghazei
- **Narrative Analysis of the Impact of Betrayal Experience on Interpersonal and Family Trust: A Case Study of the Youth of Zahedan City** 9
Abdolrasool Hasanifar, Shakib Zarbi Ghaleh Hammami, Eghlima Kord
- **Explanation of Computer Violations among University Students: An Empirical Application of Rational Choice Theory** 10
Akbar Aliverdinia, Nader Razeghi, Esmail Nazari, Dariush Ghahramanian



Ferdowsi University of Mashhad

Ferdowsi University of Mashhad
Journal of Social Sciences
Quarterly, research-based journal

Vol. 20, No. 4, Winter 2024, Serial Number
46

License Holder

Ferdowsi University of Mashhad

General Director

Dr. Mohsen Noghani Dokht Bahmani
Ferdowsi University of Mashhad

Editor-in-Chief

Dr. Hossein Behravan
Ferdowsi University of Mashhad

Editorial Board

Dr. Taghi Azad armaki
University of Tehran

Dr. Hossein Behravan
Ferdowsi University of Mashhad

Dr. Gholamreza Jamshidiha
University of Tehran

Dr. Mohsen Noghani Dokht Bahmani
Ferdowsi University of Mashhad

Dr. Seyed Mohammad Seyed Mirzaie
Shahid Beheshtie University

Dr. Ali Asghar Seylanian Toosi
Ferdowsi University of Mashhad

Dr. Mohammad Taghi Sheikhi
Alzahra University

Dr. Rampoor Sadr Nabavi
Ferdowsi University of Mashhad

Dr. Abdolali Lahsaeizadeh
Shiraz University

Dr. Mansoor Vosooghi
University of Tehran

Dr. Ali Yousofi
Ferdowsi University of Mashhad

Dr. Fatemeh Golabi
University of Tabriz

Dr. Yaghoob Foroutan
University of Mazandaran

Dr. Mahmoud Sadri
Texas Woman's University

Dr. Rafal Smoczynski
Institute of Philosophy and Sociology

Internal Manger:
Dr. Hossein Mirzaei
Ferdowsi University of Mashhad

English Language Editor:
Abdullah Nowruzy

Executive Coordinator:
Zahra Baniasad

Persian Editor:
Dr. Javad Mizban

Typesetting:
Mahboubeh Iranpak

Printing & Binding:
Ferdowsi University of Mashhad
Press

Circulation: 30

Subscription: 25 USD (USA)
20 USD (other)

Address:
Faculty of Letters and Humanities
Ferdowsi University Campus
Azadi Sq.
Mashhad-Iran

Post code: 9177948883

Tel: (+98 51) 38806724

Fax: (+98 51) 38807060

E-mail: JSS@ferdowsi.um.ac.ir
Website: <https://social.um.ac.ir>

In the Name of God

EXTENDED ABSTRACTS



FERDOWSI UNIVERSITY
OF MASHHAD

Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences

Quarterly, research-based journal

Vol. 20, No. 4, Winter 2023-2024, Serial Number 46

ISSN: 2008-1383

- **Investigating the Impact of Culture Dimensions on Social Media Addiction among Students with the Mediating Role of Trust and Perceived Usefulness** 1
Abolfazl Danaei
- **The Social Construction of Corona based on the Patients' Lived Experience (Case Study: Patients Infected with Covid-19 from 2020-2022)** 2
Zahra Rezacinasab, Behroz Sepidnameh, Manzar Ahmadi
- **Exploring the Impact of Ethical Leadership on Employees' Organizational Commitment through the Mediating Role of Altruistic Motives** 3
Fariborz Rahimnia, Fatemeh Ghorbani, Shila Monazam Ebrahimpour
- **Designing the Pattern and Dimensions of Gender Inequality using a Meta-Thynthesis Approach** 4
Mohsen Niazi, Ali Farhadian, Farideh Ayouzi, Fatemeh Khoshbayani Arani
- **Qualitative Investigation into the Hypocritical Behavior among the People of Hamedan City** 5
Esmaeel Balali, Shahin Imanalizadeh
- **A Sociological Analysis of the Relationship between Media Literacy and Tendency to Delinquent Behavior (Case Study: Tabriz High School Students)** 6
Pedram Ranjbar, Habib Ahmadi, Mahrokh Rajabi
- **Exploring the Relationship between Strategic Agility and the Components of Behavioral Intentions of Customers of Asia Insurance Company** 7
Mohammad Amin Ahmadzadeh, Mohsen Moradi, Mohammadreza Mostaghimi
- **Islamic Lifestyle and its Impact on Social Security (Case Study of Arak City)** 8
Hadi Rafieikia, Hamidreza Nomoradi, Mohammadamin Maghazei
- **Narrative Analysis of the Impact of Betrayal Experience on Interpersonal and Family Trust: A Case Study of the Youth of Zahedan City** 9
Abdolrasool Hasanifar, Shakib Zarbi Ghaleh Hammami, Eghlima Kord
- **Explanation of Computer Violations among University Students: An Empirical Application of Rational Choice Theory** 10
Akbar Aliverdinia, Nader Razeghi, Esmail Nazari, Dariush Ghahramanian